Wageningen 1938.

ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN VAN COÖPERATIEVE ORGANISATIES VOOR DEN VERKOOP VAN OOFT IN NEDERLANDSCH-INDIË

E. L. LEVIE

08201.109

NNO 201,109

STELLINGEN

I

De systematiek van het geslacht *Pestalozzia* DE NOT. zooals deze gegeven is door GUBA, behoeft eenige wijziging.

II

Voor het berekenen van de hoeveelheid fruit of groente, welke voor den mensch dagelijks noodig is om te voorzien in zijn behoefte aan vitamine C, hebben zelfs tabellen, waarin het gehalte aan ascorbine-zuur van verschillende voedingsmiddelen is opgenomen, slechts een zeer problematische waarde.

III

Het gehalte aan vitamine C van groenten en vruchten wordt slechts in geringe mate bepaald door erfelijke factoren.

IV

Voor de djeroekcultuur als erfcultuur op Java bedreven is het onjuist een ruimere plantwijze te propageeren.

V

Kolonisatie van Indo-Europeanen, voor zoover in weinig ontgonnen gebieden ondernomen, behoort in groepsverband te geschieden.

VI

De proeven van GANE (Rep. Food Invest. Board 1934), genomen ter vermeerdering van onze kennis omtrent het beheerschen van de rijping van bananen, zijn voor dit doel van geringe waarde.

VII

De waarde van gekookte spinazie in het diëet wordt sterk overschat.

VIII

Voor de beoordeeling van de landbouwkundige mogelijkheden van droge streken van Nederlandsch-Indië mag de neerslag in den vorm van dauw niet worden verwaarloosd.

IX

Een goede wiskundige opleiding is noodzakelijk voor een ieder, die geroepen wordt cultuurresultaten te beoordeelen.

X

Het in het Oude Testament vermelde Sabbathjaar (braakjaar) brengt geen landbouwkundig nut.

ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN VAN COÖPERATIEVE ORGANISATIES VOOR DEN VERKOOP VAN OOFT IN NEDERLANDSCH-INDIË

Dit proefschrift met stellingen van

EMILE LOUIS LEVIE

landbouwkundig ingenieur, geboren te Amsterdam, 30 April 1907, is goedgekeurd door den promotor Ir. A. M. Sprenger, hoogleeraar in de algemeene grondslagen van de teelt der tuinbouwgewassen.

De Rector Magnificus der Landbouwhoogeschool
IR. C. BROEKEMA.

Wageningen, 4 Mei 1938.

BIBLIOTHEEK
LANDBOUWUNIVERSITEIT
WAGENINGEN

NN08201, 109

ONTWIKKELINGSMOGELIJKHEDEN VAN COÖPERATIEVE ORGANISATIES VOOR DEN VERKOOP VAN OOFT IN NEDERLANDSCH-INDIË

PROEFSCHRIFT
TER VERKRIJGING VAN DEN GRAAD VAN
DOCTOR IN DE LANDBOUWKUNDE
OP GEZAG VAN DEN RECTOR MAGNIFICUS
IR. C. BROEKEMA, HOOGLEERAAR IN DE
VEREDELING VAN LANDBOUWGEWASSEN,
TE VERDEDIGEN TEGEN DE BEDENKINGEN
VAN EEN COMMISSIE UIT DEN SENAAT
DER LANDBOUWHOOGESCHOOL TE
WAGENINGEN OP DINSDAG 31 MEI 1938
TE 15 UUR DOOR

E. L. LEVIE

TECHNISCHE HOOGE SCHOOL
BIBLIOTHEEK
DELFT

H. VEENMAN & ZONEN — WAGENINGEN — 1938

ISn: 104430

Aan de nagedachtenis van mijn vader,
Aan mijn moeder en aan mijn vrouw.

Het verschijnen van dit proefschrift biedt mij een welkome gelegenheid dank te zeggen aan allen, die tot mijn wetenschappelijke vorming aan de Landbouwhoogeschool hebben bijgedragen.

Hooggeleerde SPRENGER, hooggeachte Promotor, U breng ik in de eerste plaats dank voor de gelegenheid, die gij mij hebt geboden, dit proefschrift onder Uw leiding te bewerken en den steun, dien gij mij daarbij hebt verleend. Maar bovenal ben ik U veel dank verschuldigd voor hetgeen ik van U heb geleerd en voor de vaderlijke belangstelling en den grooten moreelen steun, die ik van U tijdens en ook na het volbrengen van mijn studie heb mogen ondervinden.

Weledelgestrenge OCHSE, voor de vrijheid die gij mij bij mijn werk hebt gelaten, voor de aangename sfeer die gij in de ambtelijke verhoudingen hebt weten te scheppen en voor Uw belangstelling in dit proefschrift betuig ik U mijn groote erkentelijkheid.

Ook mijn collegae en ambtenaren van het Departement van Economische Zaken betuig ik mijn dank voor de aangename en vruchtdragende gedachtenwisselingen, die tot het totstandkomen van dit proefschrift hebben bijgedragen.

Zeergeleerde BEUMÉE, met dankbaarheid gedenk ik Uw strenge doch opbouwende critiek op den vorm en inhoud van mijn publicaties.

Den Directeur van Economische Zaken, betuig ik mijn dank voor zijn toestemming tot publicatie van de in dit proefschrift vervatte dienstgegevens.

Tenslotte dank ik allen, die mij op eenigerlei wijze bij het vervaardigen van dit proefschrift zijn behulpzaam geweest.

INLEIDING

In Nederlandsch-Indië koestert men groote verwachtingen van coöpereeren; eenerzijds ziet men het als middel om het inheemsche economische leven tot ontwikkeling te brengen, anderzijds acht men dezen vorm van samenwerking van groot sociaal paedagogisch belang, wegens haar mogelijkheid om de Oostersche statische maatschappij te activeeren. Het is dan ook duidelijk, dat een ieder, die mede geroepen is voorlichting te geven aan Inheemschen in hun bedrijf, onder den invloed van deze verwachtingen zal trachten op zijn speciaal gebied gebruik te maken van de voordeelen van voor zijn doel specifieke coöperaties.

Ook in den tuinbouw zal men dus trachten in 't bijzonder coöperaties te introduceeren die in het buitenland hebben voldaan. Aangezien met het coöperatief verkoopen van vruchten in de Vereenigde Staten van Amerika en met coöperatief veilen van fruit in Nederland, zulke fraaie successen zijn bereikt, zijn deze voor den tuinbouw specifieke vormen van coöperaties, aangewezen om in Nederlandsch-Indië te worden beproefd. De ervaring heeft echter geleerd, dat niet alles wat met betrekking tot coöperatie in het buitenland grooten opgang maakte, in Nederlandsch-Indië kon slagen; vandaar dat voorzichtigheid is geboden. Als voorbeeld van dit niet slagen kan de Indische verbruikscoöperatie dienen.

De meeste dezer organisaties werden na den wereldoorlog spontaan door de bevolking opgericht tot inkoop van verbruiksartikelen. Hun ontwikkeling was zoo veelbelovend, dat het Indische Gouvernement daarin aanleiding vond om in 1920 een commissie, de zgn. Coöperatie-Commissie in het leven te roepen, om na te gaan welke beteekenis deze en andere coöperaties zouden kunnen verkrijgen voor de bevolking.

De Coöperatie-Commissie, die in 1921 verslag uitbracht, was ten opzichte van de mogelijkheden van coöperatieven inkoop pessi-

mistisch gestemd en zij meende, dat organisaties, die zich met de distributie bezighielden, weinig kans zouden hebben om met succes te kunnen concurreeren tegen den particulieren tusschenhandel met zijn uitgebreide ervaring, grooten handelsgeest en soepele credietverstrekking. De commissie achtte daarom den tijd van toepassing van dezen coöperatievorm op grooten schaal nog niet gekomen [78].

Ondanks deze minder gunstige prognose, heeft de verbruikscoöperatie zich eenigen tijd goed ontwikkeld, zoodat in de eerste crisisjaren (1929) op Java alleen bij het Binnenlandsch Bestuur niet minder dan 2000 [71] van deze organisaties bekend waren. Daarna kwam een groote terugslag en in 1936, zoo meldt het verslag van den Coöperatiedienst [71], werd er zoo goed als niets meer van deze organisaties gehoord. Als oorzaak van dezen achteruitgang wordt opgegeven, dat het particuliere distributieapparaat van levensbehoeften zoo goedkoop functionneert en op dusdanig soepele wijze crediet verleent, dat de coöperatieve inkoopsvereenigingen daartegen niet kunnen concurreeren.

Deze eens zoo talrijke organisaties zijn nu (1937) van zoo weinig beteekenis geworden, dat VAN MOOK [39] hen niet noemt in zijn overzicht over de taak van den Coöperatiedienst. Wel wordt in dit overzicht naast de zeer talrijke credietinstellingen, melding gemaakt van voor Nederlandsch-Indië nieuwe vormen van coöperatie, nl. de producentenorganisaties. Deze laatste hebben voor zoover zij zijn georganiseerd ten bate van fruitproducenten, ten doel verpand boombezit coöperatief in te lossen en de oogsten coöperatief af te zetten.

Geleerd door de ervaring van het mislukken van de inkoopvereenigingen, is het echter gewettigd de vraag te stellen in hoeverre coöperatieve verkoop van vruchten in Nederlandsch-Indië kans van slagen heeft. Dit proefschrift nu wil een poging zijn het antwoord op deze vraag te vinden.

De gang van het daarbij noodige onderzoek zal zijn, eerst den bestaanden toestand te schetsen, door een beschrijving te geven van de productie van en den handel in vruchten in Nederlandsch-Indië.

Daarna moet een overzicht volgen van den coöperatieven afzet van vruchten in het buitenland, met de factoren, die op het slagen van invloed waren.

Tenslotte zal na een beschrijving van de reeds bestaande organisaties tot verkoop van tuinbouwproducten in Nederlandsch-Indië, aan de hand van de reeds in de voorafgaande hoofdstukken verzamelde gegevens, worden getracht tot de eigenlijke beantwoording van de vraag te komen.

HOOFDSTUK I

DE PRODUCTIE VAN OOFT

DE VRUCHTENTEELT ALS ERFCULTUUR

Het ooft wordt in Ned. Indië voor het overgroote gedeelte voortgebracht op het erf en in mindere mate op de tegalans (droge bouwgronden).

Door OCHSE, TERRA, en OCHSE en TERRA tezamen met DONATH en DE LANGEN zijn uitvoerige studies gemaakt over het erf en de erfcultuur *(43, 56, 45)*. De resultaten hiervan kunnen, voorzoover ze van belang zijn voor de ooftcultuur, in het kort als volgt worden samengevat.

Het erf is het omheinde gedeelte der droge bouwgronden, waarop de woningen staan en waarop een etagebouw wordt bedreven van éénjarige en overjarige gewassen en vruchtboomen. Het doel van de productie op het erf is in de eerste plaats voorziening in eigen behoeften aan vruchten, groenten en bouwmaterialen (bamboe). Opvallend is bij deze cultuur de verscheidenheid der gewassen en der boomsoorten. De grootte van het erf en de intensiteit van de beplanting kunnen zeer wisselen. Met betrekking tot het eerste berekende TERRA *(56)* dat van de totale bevolkingsgronden op Java en Madoera gemiddeld 15 tot 16% wordt ingenomen door erven. Het gemiddelde grondbezit van een landrenteplichtige op Java is daarbij op 1.02 ha te stellen.

Dit percentage geeft echter een eenigszins misleidend beeld, aangezien er een omgekeerd verband bestaat tusschen de grootte van het grondbezit en de relatieve grootte van het erf. TERRA vond nl. in streken met een grondbezit van meer dan 21 are per persoon (hetgeen op 54% van het bebouwd oppervlak het geval is) een relatief erfbezit van gemiddeld 7% of minder.

In streken, waar het grondbezit onder 21 are per persoon daalde (dit is het geval op 46 % van het bebouwd oppervlak van Java) [56], werd 25 % tot 60 % er van ingenomen door het erf. Van de gevarieerdheid van den aanplant op het erf kan men zich een beeld vormen, wanneer men de ondervolgende opsomming van boomsoorten leest, welke TERRA citeert uit een onderzoek, gedaan bij 50 gezinnen in de omgeving van Cheribon: klapper, mangga, pisang, bamboe, kedongdong, boeah nona, blimbing, melindjo, blimbing manis, djamboe bidji, lamtoro, asem, sawo, aren, nangka, tjermé, papaja, soekoen, koffie, doerian, ramboetan, djeroek, delima, pinang en zuurzak, terwijl de meest voorkomende onderbeplanting bestond uit lompong, oebi, gembili, garoet, gonjong en ook sirih; kleinere planten werden niet opgenomen.

Wat men als hoofdsoorten op de erven vindt, leert bijgaande tabel. De gegevens zijn bepaald per ziel, terwijl aangenomen kan worden, dat een familie van landrechteplichtigen uit 5 à 6 zielen bestaat.

Uit tabel I blijkt, dat het totaal aantal vruchtboomen op een erf, gemiddeld niet meer dan 70 bedraagt. Het aantal boomen van één soort is vooral gering in streken zooals het district Koetowinangoen, waar de fruitcultuur voor den handel weinig beteekenis heeft. Behalve bij pisangs en klapper is het daar op niet meer dan drie van één soort per erf te stellen.

De arbeids- en kapitaalsaanwending is bij de erfcultuur klein. OCHSE en TERRA vonden [44], dat in het Koetowinangoensche in calorieën meer dan 44 % van de geproduceerde landbouwproducten afkomstig was van het erf. Het erf maakte bij de onderzochte gezinnen 40 % uit van het totaal bebouwde oppervlak, doch de erfproductie vereischte 7, respectievelijk 8 % van de ten behoeve van den landbouw geïnvesteerde hoeveelheid arbeid en geld. Dat wil dus zeggen, dat aan den aanplant weinig zorg wordt besteed en dit houdt in, dat van mesten of ziektebestrijding vrijwel geen sprake is.

DE PRODUCTIE OP HET ERF VOOR DEN HANDEL

Binnen deze grenzen van de erfproductie is echter een differentiatie ontstaan. Deze werd eenerzijds veroorzaakt door klimaatsfactoren [58], anderzijds doordat men ging produceeren voor den

TABEL I. Eenige gegevens over erf en erfbeplanting in eenige streken op Java.

Omschrijving	Koetowinangoen 1	Pasoeroean Sawahgebied 2	55 desa's Ommelanden van Batavia 3	Garoet 50 gezinnen 4
oppervlakte van het erf in are per ziel	3,6	2,4	8,0	2,7
aantal klappers per ziel . . .	6	2	*x*	*x*
aantal ramboetan per ziel . .	*x*	*x*	½	*x*
aantal mangga per ziel . . .	½	½	½	*x*
aantal nangka per ziel . . .	1	¼	½	*x*
aantal pisangstoelen per ziel .	4	7	5	*x*
aantal djeroeks per ziel . . .	1	*x*	½	5
aantal papaja per ziel . . .	½	*x*	*x*	*x*
aantal melindjo per ziel . . .	½	*x*	*x*	*x*
totaal aantal vruchtboomen per ziel, pisangs inbegrepen doch zonder klapper . . .	14	8	15	9
aantal vruchtboomen per erf.	70	*x*	38*a* 56*b*	53*c*

x, niet opgegeven.
a, zonder pisangstoelen.
b, met pisangstoelen.
c, klappers inbegrepen.

Bronnen:

1. Koetowinangoenrapport.
2. VRIES, Dr E. DE, Landbouw en Welvaart in het regentschap Pasoeroean.
3. OCHSE, J. J., De vruchtencultuur in de Ommelanden van Batavia, Landbouw II, 1926/'27.
4. TERRA, Ir G. J. A., De beteekenis der erfcultuur in het district Garoet (Residentie Preanger), Landbouw VIII, 1932/'33.

handel, daar er vraag ontstond naar speciale producten van het erf. Deze vraag werd versterkt, wanneer de vruchten een gemakkelijk te bereiken afzetgebied konden vinden, bijv. wanneer het productiegebied dicht bij een groote markt was gelegen, of de opening van een spoorweg of straatweg den afvoer der producten bevorderde.

In de op deze wijze ontstane centra van productie voor den handel, wordt een groot gedeelte van den oogst verkocht. Het erf levert daar een zeer veel grooter deel van het geldinkomen van de tani-bevolking, dan overeen zou komen met het oppervlak, dat de

erven beslaan in verhouding tot het bezit aan sawahs en tegalans. In de Ommelanden van Batavia, het groote centrum van vruchtencultuur, leverde het erf, dat in deze streek 57 % van het grondbezit uitmaakt, 53 % van het totale geldinkomen van 29 daar onderzochte tanigezinnen. De sawahs en tegalans, die de resteerende 43 % van het grondbezit besloegen, brachten slechts 8 % van het geldinkomen op. De rest van het inkomen werd verdiend in loondienst en met het drijven van handel. De opbrengst van het erf kwam voor 80 % uit de fruitcultuur, de overige 20 % werden door onderbeplanting, visch- en pluimveeteelt geleverd [42].

In Garoet [57], waar het erf bij 50 onderzochte gezinnen 10 % van het grondbezit besloeg, leverde in 1931 het erf 85 % van het geldinkomen, terwijl 80 % van de opbrengst van de erfcultuur uit de djeroekcultuur werd verkregen.

Bij deze twee onderzoekingen kon niet worden bepaald, welk gedeelte van het fruit van het erf door den eigenaar werd gebruikt, en welk deel ten verkoop werd aangeboden. Dit laat zich echter voor het fruitgebied in de residentie Cheribon als volgt benaderen. In 1935 bedroeg de totale manggauitvoer uit dit gewest per spoor, over zee en per vrachtauto ruim 10.000 ton. Bij een manggaboombezit van 380.000 [11], met een gemiddelde dracht van 200 vruchten per boom en een gemiddeld gewicht van ¼ kg per vrucht, is de totale productie op 19.000 ton te stellen, hiervan zou dus meer dan 50 % in den handel zijn gebracht. In de omgeving van Bangil in Pasoeroean bleek uit onderzoekingen naar de opbrengst van manggaboomen, dat in 1935 30 %, en in 1936 39 % van den oogst der boomen voor eigen gebruik werd aangewend. Voor andere streken kan, bij gebrek aan gegevens, een dergelijke berekening niet worden gemaakt.

Deze economische differentiatie van het erf bracht mee, dat men op het erf meer vruchtboomen van de soorten, waarvan het ooft voor verkoop dient, ging aanplanten. In verband hiermee zij vermeld, dat de bevolking in de omgeving van Pasoeroean (Pohdjentrek) veel mangga aroemanis heeft aangeplant [63]. OCHSE vermeldt een uitbreiding van de fruitcultuur in de Ommelanden van Batavia, en zegt dat daar in regelmatig plantverband aangelegde boomgaarden voorkomen [42]. De omvang van deze uitbreiding kan blijken uit het feit, dat in 1924/25 het bezit aan vruchtboomen op het erf

23 dragende, en 13 jonge boomen bedroeg, en bij een telling in 1926/27 respectievelijk 33 en 27. Ook in de omgeving van Malang breidt de cultuur van djeroek keprok zich nog uit. OEKARDI [46] wijst op de ontwikkeling van de djeroekcultuur bij Garoet. Hierbij heeft men zelfs kleine aanplantingen van djeroek garoet in regelmatig plantverband op sawahs en tegalans aangelegd. Voorts blijkt uit een beschrijving van de salakcultuur [24] in de omgeving van Malang en Pasoeroean, dat de cultuur daar ten deele in gesloten aanplantingen, die soms wel een ½ ha beslaan, wordt toegepast. In dit gebied wordt de salakcultuur ook op de tegalans zoo intensief bedreven, dat er behalve door het ontbreken van woningen, geen verschil te zien is tusschen erf en tegalan. Groote fruittuinen van ananas en doekoe vindt men bij Palembang. Hier komen uitgestrekte ananasaanplantingen voor, benevens tuinen van pisang, ramboetan en djeroek limau, die niet op de erven zijn aangelegd, doch op talangs en renahgronden langs de rivieren, en op de ladangterreinen. Volgens ATMODIPOERWO [2] zijn boomgaarden van meer dan 100 doekoeboomen geen zeldzaamheid.

Ook worden bij de voortschrijdende ontwikkeling van de erfcultuur de cultuurzorgen vermeerderd. Hier en daar verwijdert men dood hout en woekerplanten; dessavuil en vuil van het erf worden om en tusschen den aanplant gelegd. Ook dient men soms stalmest toe, speciaal in de Ommelanden van Batavia, waar koeien worden gehouden voor de melkvoorziening van Batavia [42]. In de bovengenoemde salaktuinen om Swaroe bij Malang wordt veel aandacht gewijd aan het bemesten, bevloeien, dunnen der vruchten en de kunstmatige bestuiving der struiken. Bovendien wordt hier en daar de onderbeplanting regelmatiger of verdwijnt geheel en al.

Hoewel deze ontwikkeling in de richting van een boomgaardcultuur dus in feite aanwezig is, moet men den omvang ervan — zelfs in streken met een productie voor den handel — toch niet overschatten. In de 55 dessa's in de Ommelanden van Batavia, waar een onderzoek naar de vruchtencultuur werd gehouden en waar 800.000 vruchtboomen — zonder pisangstoelen — werden geteld, vond men 1160 boomgaarden met meer dan 100 boomen op een totaal van 19.000 erfbezitters [42]. Niet werd vermeld hoe de samenstelling van deze boomgaarden was, maar zij moet wel zeer gevarieerd zijn. In de inventarisatie immers werden 18 fruit-

soorten gevonden met meer dan 8.000 dragende vruchtboomen per soort. Vele van deze soorten konden bovendien nog verdeeld worden in ettelijke variëteiten; een zevental van deze soorten werd door de bevolking opzettelijk aangeplant. In de residentie Cheribon [11] met 380.000 manggaboomen, vindt men slechts een zestal grootere aanplantingen met 120 tot 200 manggaboomen per boomgaard. Het aantal boomen per aangeslagene in de landrente bedroeg nog geen 4, terwijl het gemiddelde manggaboombezit per erf in het centrum van deze cultuur, in de streek van Tjankring-Kadipaten en Indramajoe-Djatibarang, nog geen 20 beliep. Bij de grootere boomgaarden blijft de aanplant niet beperkt tot het erf, maar strekt zich ook uit op tegalans langs den Tjimanoek en op stukjes inferieure sawah. Het aantal manggavormen is er legio, doch slechts zes zijn van groot commercieel belang [51]. In de streek Indramajoe-Djatibarang zijn de erven het meest uniform beplant; daar is het de mangga tjengkir die bijna 50 % van den aanplant uitmaakt [11]. De bevolking van deze streek is behalve op de opbrengst van de padicultuur, aangewezen op de manggacultuur, wegens de geringe uitgestrektheid van de droge gronden, die geschikt zijn voor beplanting met éénjarige gewassen.

In de omgeving van Garoet, dessa Sitoegedeh, waar veel djeroeks worden geëxporteerd, vindt men een gemiddeld boombezit van djeroek keprok garoet van 23 [53]. In het district Poerworedjo bij Malang, bezitten de tani's volgens De Jong, 4 tot 15 djeroekboomen [25], terwijl men in een djeroekstreek bij Fort de Kock (S.W.K.) een gemiddeld bezit van 10 djeroekboomen per erf vond.

Groote mangga-, djeroek keprok- en sinaasappelaanplantingen komen in Oost-Java alleen in beperkt aantal voor, en dan nog uitsluitend in het bezit van Europeanen. Het aantal manggaboomen per erf in den Oosthoek bedraagt ongeveer tien boomen.

De cultuurzorgen zijn ook in de centra van cultuur gering. Aan de djeroekcultuur bij Poenten [25], het belangrijkste centrum van het citrusgebied om Malang, aan de oudere aanplantingen van djeroek en kesemek bij Garoet [59] en aan de manggaboomen in de verschillende centra van productie voor den handel op Java, wordt uiterst weinig of geen zorg besteed.

Ofschoon men dus van een overgang der fruitcultuur van erfcultuur naar boomgaardcultuur op Java kan spreken, — en hierbij wordt dan gedacht aan uitgestrekte uniforme aanplantingen al of niet met een groote intensiteit in de toepassing van cultuurzorgen — zoo beperkt deze overgang zich toch tot enkele plaatsen en is gering van omvang. Er zijn geen aanwijzingen dat in dezen staat van zaken spoedig een verder voortschrijden in de richting van de boomgaardcultuur zal plaats vinden. Het inrichten van boomgaarden immers vereischt een kapitaalsinvestatie voor aanschaffing van den grond, voor het aanschaffen van plantmateriaal en voor de kosten van het planten. Bovendien ligt in het aanleggen van den boomgaard een duidelijk element van sparen en kapitaalsvorming, aangezien de jonge boomgaard in de beginjaren niet draagt. De inkomsten die men uit den grond kan halen indien men er éénjarige gewassen op teelt, moet men zich dus ontzeggen, om daarvoor later, als de boomgaard draagt, de hoogere inkomsten der vruchten te verkrijgen.

Weliswaar kan men door een rationeele keuze van het plantmateriaal en van de tusschenbeplanting, het aantal jaren dat men geen of geringe inkomsten uit den grond van den boomgaard geniet, zeer beperken, maar het kapitaalvormend element blijft bestaan. Het blijft dan ook onwaarschijnlijk, dat in streken met een dichte bevolking en een intensieve bodemcultuur, waar geen gelegenheid bestaat tot het verkrijgen van bijverdiensten, de gemiddelde tani voldoende gunstige marge heeft tusschen zijn inkomen in geld en natura, en zijn uitgaven, om een snelle omzetting van erf- naar boomgaardcultuur te kunnen doorvoeren.

Het is in dit verband interessant op te merken, dat in de Ommelanden van Batavia, waar men een gering grondbezit heeft (0.75 ha per tani, dus onder het Java gemiddelde) maar wel ruime bijverdiensten, een groote fruitcultuur kon ontstaan. In deze streek van Java komen relatief de meeste tuinen met meer dan 100 boomen voor [42].

Misschien zal het wel mogelijk zijn om de ooftcultuur op het erf uit te breiden (ook in streken die tot nog toe niet of weinig voor den

handel produceeren) in dien zin, dat men overgaat tot een geleidelijke vervanging van slechtdragende vruchtboomen met een geringe handelswaarde, door boomen van door selectie verkregen typen met grootere handelswaarde. Het tempo van deze vervanging hangt echter ten nauwste samen met de grootte van bovengenoemde marge en zal in het algemeen zeer langzaam moeten zijn; de uitbreiding zal zeker bij de rijkere tani's moeten beginnen.

Een andere factor, die het aanleggen van groote vruchtboomcomplexen bevordert, is het bezit van veel grond, dus minder dichte bevolking. In dit verband kan gewezen worden op de omgeving van Palembang, met een t.o.v. Java weinig dichte bevolking, waar men reeds duidelijk de teekenen eener boomgaardcultuur kan opmerken.

Ook in streken op Java met groote variatie in het grondbezit, zou een boomgaardcultuur kunnen ontstaan op de perceelen der rijkere grondbezitters, doch deze groep personen is uiteraard zeer klein. De uitbreiding van de vruchtencultuur hangt echter niet alleen af van het feit of de bevolking economisch in staat is tot kapitaalsvorming in den vorm van het aanleggen van boomgaarden te komen, een dergelijke aanleg moet ook verantwoord zijn in dier voege, dat de afzet van de vruchten der nieuwe tuinen verzekerd zij. Aangaande dit laatste merkt TERRA op [56]: „Alleen daar, waar voldoende geld- en goederenverkeer bestaat, is een dergelijke omzetting aan te raden, die alleen ten doel heeft een zoo groot mogelijke productie van zooveel mogelijk gewassen en gespecialiseerde teelten van gewassen, waarbij en kwaliteit en kwantiteit van het product wordt opgevoerd. In andere streken is de tegenwoordige erfcultuur bijna ideaal."

Er zijn echter geen teekenen, die er op wijzen, dat een ruime vraag naar vruchten een sterke uitbreiding der ooftproductie wenschelijk maakt; voorloopig zal op Java en in de Buitengewesten de erfbeplanting nog jaren lang in weinig gespecialiseerden vorm blijven bestaan. Hierbij zijn dus de aanplantingen van fruitboomen klein met veel variatie binnen de aangeplante soorten; men besteedt weinig of geen zorg aan het product en de tani kan het slechts in dwergpartijtjes van zeer wisselende samenstelling en kwaliteit ten verkoop aanbieden.

HOOFDSTUK II

DE HANDEL IN OOFT

DEFINITIE VAN HANDEL

Alvorens over te gaan tot het beschrijven van den handel in vruchten in Ned.-Indië, moet eerst worden bepaald, welke functie de handel in het productieproces heeft. Uit de vele definities, die men hiervan kan vinden, is de volgende gekozen, mede omdat zij een eigenaardig licht werpt op de waardeering van den handel in het maatschappelijke leven. Zij is ontleend aan het artikel van EHRENBERG, dat voorkomt in het Handwörterbuch für Staatswissenschaften onder het kenwoord Handel: „Der Handel ist derjenige Produktionsakt, welcher die Aufgabe hat, die ortliche Knappheit der Natur an wirtschaftlichen Gütern zu überwinden. Der Handel ist — zusammen mit der Spekulation, die am spätesten begonnen hat sich von den übrigen Produktionsarten, namentlich vom Handel, zu trennen — das notwendige Schlussglied der Produktion, die ohne ihn noch gar keine vollständige, noch gar keine wirkliche Produktion bildet. Auf dem Boden dieser Theorie kann irgendeine Anschauung, welche den Handel als eine Art Wuchergewächs betrachtet, nicht mehr gedeihen. Sie ist endgültig abgetan im Augenblick der allgemeinen Annahme der hier vertretenen Erkenntnis."

Dit wil dus zeggen, dat de handel dat gedeelte van de voortbrenging is, dat tot taak heeft de ruimtelijke scheiding tusschen het aanbod van en de vraag naar goederen te overwinnen. In die streken waar wegens de geringe differentiatie van het economische leven, handel en speculatie nog samen gaan, moet bovendien onder de taak van den handel begrepen worden het overwinnen van de scheiding in tijd tusschen het aanbod en de vraag der goederen.

Opmerkelijk is het, dat de definitie van EHRENBERG tevens een apologie van den handel inhoudt. Deze verontschuldiging wijst op het bestaan van een min of meer duidelijken afkeer, dien een groot deel van het menschdom nog steeds voor het handeldrijven koestert, en die daarop het stempel van iets minderwaardigs drukt.

Men kan den handel in of het markten van vruchten ontleden naar de functies die verricht moeten worden, en naar de personen die den handel drijven. Het markten in het algemeen bestaat volgens CONVERSE (14) uit de volgende functies: koopen, verkoopen, vervoeren, opslaan, sorteeren en standaardiseeren, verpakken, verzamelen en verspreiden.

Deze functies, die typisch zijn voor het markten van producten, moeten vergezeld gaan van meer algemeene functies, zooals het financieren, dragen van risico's en het boekhouden.

Het koopen en verkoopen houdt in: het zoeken van de personen, die het gewenschte product kunnen leveren, en die het product wenschen af te nemen; het bepalen van den prijs; het overdragen en betalen; het verleenen en ontvangen van crediet. Voorts moeten de goederen worden verpakt, en vervoerd naar de plaatsen waar er vraag naar is. Indien de tijd van oogsten vroeger valt dan het moment van verbruik, zooals dit bij verschillende landbouwproducten het geval is, dan moeten de producten opgeslagen worden. Wisselt de kwaliteit van het product sterk, dan moet de waar gesorteerd worden en in groepen verdeeld volgens vooraf vastgestelde kwaliteitseischen (sorteeren en standaardiseeren). Verder moet markten gepaard gaan met financiering, d.w.z. er moeten middelen worden verschaft om kooper en verkooper credieten te kunnen geven. Bovendien is er kapitaal noodig voor de uitgaven, die gedaan moeten worden voor het onderhoud van het gezin van den koopman; huishuur, transportkosten en loonen moeten worden betaald, nog voordat de winst van de handelstransactie is gerealiseerd. Tenslotte moeten bij het markten risico's worden gedragen van verlies en bederf der goederen, prijsdaling, en verandering van smaak en mode. Goederen kunnen op crediet zijn verkocht, terwijl de schuld niet wordt voldaan. Leveranciers kunnen door den afnemer worden gefinancierd omdat de laatste zeker wil zijn van de levering, terwijl dan later kan blijken, dat de

goederen niet geleverd kunnen worden. Uit al deze, dikwijls onvoorziene omstandigheden, spruiten geldelijke verliezen voort, die de koopman moet dragen.

De personen en instellingen, die aan den handel deelnemen, zijn volgens CONVERSE: de kooplieden, de agenten, de commissionnairs en makelaars, de transportondernemingen, de beurzen en veilingen. Verder zijn de veemen van belang voor het opslaan der producten, de banken en andere financieele instellingen spelen een groote rol bij het financieren, terwijl de verzekeringsmaatschappijen nog moeten worden genoemd in verband met het dragen der risico's.

De handel in vruchten, d.w.z. de voorziening in de plaatselijke vraag naar fruit, heeft speciale moeilijkheden, voortkomende uit den aard van het product. BAYER (4) zegt hierover: „Die typische Eigenschaft der Ware Obst und Gemüse ist ihre Verderblichkeit, ihre relativ geringe Eignung zur Lagerung und die fast völlige Unmöglichkeit einer zeitlichen Spekulation mit ihr, auch aus Gründen der Anbaufaktoren. Mit wenigen Ausnahmen muss ihr Weg zwischen Produktion und Konsumption in kürzester Frist durchmessen werden."

Ook voor Nederlandsch-Indië geldt deze beschrijving. Ook daar bederft fruit in korten tijd, bestaan er niet veel mogelijkheden om het fruit op te slaan en lang te bewaren, en moeten de producten snel van producent naar consument worden gebracht. Het is dus voor den tani zoowel als voor den handelaar steeds noodig, dat de afzet van het product verzekerd is, om te voorkomen, dat zij er mee blijven zitten.

Het Report on fruit marketing in England and Wales (73) verdeelt den handel in vruchten in drie phases, t.w. de voorbereiding van het product voor de markt, het verzamelen (assembling) ervan, en het transport en de eigenlijke distributie. De belangrijkste hiervan zijn het verzamelen en de distributie, zooals een voorbeeld van CONVERSE betreffende de Californische Sunkist sinaasappelen kan illustreeren. De ongeveer 600.000 ton sinaasappelen, welke onder dit merk worden verkocht, worden geproduceerd op 10.000 farms, en verpakt op 200 pakstations. Via 20 district exchanges (verkooporganisaties) en 1 central exchange wordt het product door 1350 groothandelaren en 200.000 kleinhandelaren

aan 12.000.000 families verkocht. Deze cijfers toonen duidelijk de groote beteekenis van verzamelen en distribueeren, waarbij in de eerste phase elk der opeénvolgende instanties steeds grootere kwantiteiten vruchten verhandelt, en gedurende het distributieproces de verhandelde hoeveelheden steeds kleiner worden.

Ook in Nederlandsch-Indië zijn deze twee phases van groot belang, maar daar moet het accent voornamelijk op het verzamelen worden gelegd. De totale verhandelde hoeveelheid ooft bedraagt daar nl. slechts $^1/_5$ deel [33] van de verhandelde hoeveelheid Sunkist sinaasappelen, maar wordt geproduceerd op een ettelijke malen grooter aantal bedrijfjes (in Californië 10.000, in de Ommelanden van Batavia alleen reeds 19.000). De partijen fruit die de tani voortbrengt, zijn dan ook zoo klein, dat het in de overgroote meerderheid der gevallen niet zou loonen deze afzonderlijk naar het consumptiegebied te vervoeren, en daar te verkoopen. Het combineeren van deze dwergpartijtjes tot zendingen, waarvan het vervoer economisch mogelijk wordt, vereischt het werk van een groot aantal handen, evenals het verdeelen van deze zendingen. Dit klemt te meer, doordat de weg van producent naar consument snel moet worden afgelegd, tengevolge van het vlug bederven van de meeste tropische vruchtensoorten.

In de wijze van verhandeling van het fruit in Nederlandsch-Indië bestaat veel variatie; in het meerendeel der gevallen echter gaat het ooft van den producent naar den consument via de volgende tusschenpersonen. Het fruit wordt van den tani gekocht door een opkooper die het verkoopt aan den groothandelaar in het productiegebied, met wien hij in relatie staat (verzamelen) [1]). Van deze gaat het naar een groothandelaar in het consumptiegebied, die het via een kleinhandelaar aan den consument distribueert (verspreiden) [2]).

DE VRUCHTENHANDEL IN NEDERLANDSCH-INDIË

Als na deze inleidende beschouwingen thans tot een beschrijving van den vruchtenhandel in Nederlandsch-Indië zal worden overgegaan kan daarbij het verzamelen tot in details naar personen en

---

[1]) verzamelen: tani - opkooper - groothandelaar in productiegebied.

[2]) verspreiden: groothandelaar - kleinhandelaar in consumptiegebied - consument.

functies worden beschreven, volgens het door CONVERSE opgegeven schema. Van het verzamelen immers zijn veel gegevens bekend; dit is echter niet het geval met het verspreiden. Hierdoor zal de beschrijving van het verspreiden eenvoudiger moeten zijn. Tot slot zullen eenige berekeningen van de kosten der distributie volgen. [1])

Het verzamelen

1. *De tani.*

De tani kan de vruchten van zijn tuin zelf oogsten en ten verkoop naar den pasar brengen, of hij kan ze op het hout verkoopen.

In de Ommelanden van Batavia (42) wordt het product van de groote pompelmoesaanplantingen tuinsgewijs op het hout verkocht. Eigenaars van kleine hoeveelheden pompelmoes echter oogsten deze zelf, en brengen de vruchten met behulp van hun familieleden, per pikolan (draagvracht; 30–60 stuks), naar de pasars van Pasar Minggoe, Pasar Senen en Meester Cornelis. Djeroek ketjil (d.w.z. djeroek banten, tjina konde, djepoen en siem), kedongdong, kapok en doekoe worden eveneens hoofdzakelijk op het hout verkocht. De sawo's worden vrijwel uitsluitend door de tani's zelf geoogst, en naar de markten in de omgeving gebracht. Deze vruchten worden echter ook wel in kleine partijen op het erf verkocht aan venters, die de kampong in gaan om zooveel fruit te koopen als ze kunnen dragen (d.i. per pikolan) teneinde dit in de stad te verkoopen. Zoo nu en dan gaat ook de tani zelf zijn vruchten venten in de stad (Batavia, Mr. Cornelis). Het zelfde geldt in hoofdzaak voor ramboetan, djeroek nipis, djeroek limo, nangka, tjampedak, zuurzak, doeren, peté, ketjapi, djamboe bol, djamboe ajer, djamboe bidji, djamboe monjet, pisang en kebembem. De aanvoer van sommige dezer vruchten, bijv. nangka, is zeer onregelmatig. Wil de handelaar dus groote partijen kunnen verzenden,

[1]) Veel gegevens werden ontleend aan niet gepubliceerde maand-, kwartaal, en jaarverslagen van den tuinbouwconsulent bij den Provinciale Landbouwvoorlichtingsdienst, Ir H. F. WATERSCHOOT, den hoofdtuinbouwkundig ambtenaar W. H. DE JONG, den tuinbouwkundig ambtenaar 1e kl. M. M. MAGIELSE, de adjunct-tuinbouwconsulenten AMBIJA, HENG SAN OEY, SOEPARTO, HARSONO, SN. ATMODIPOERWO, OEY SIOE TJOAN, en de tuinbouwopzichters M. OEKARDI en RIS MOENANDER, welke, ten deele onder mijn leiding, speciale onderzoekingen op het gebied van den handel hebben verricht.

dan kan hij niet riskeeren, dat de aanvoer op den pasar niet groot genoeg is, en is daardoor gedwongen, de boombezitters op te zoeken en van hen vruchten te koopen, teneinde zeker te zijn van levering.

In de andere streken van Java wordt het fruit hoofdzakelijk op het hout verkocht. Dit hangt samen met de wijze van verkoop en credietgeving, waarop nog wordt teruggekomen. In de manggastreken van Indramajoe-Cheribon oogsten tani's, die slechts weinig vruchten hebben, waarvoor geen koopers komen, het ooft zelf. Zoo noodig rijpen zij het kunstmatig na, en verkoopen het vervolgens aan houders van vruchtenstalletjes.

In de omgeving van Pasoeroean en Probolinggo wordt eveneens het fruit in hoofdzaak aan den boom verkocht, doch hier is het aantal tani's dat zelf oogst, toch nog vrij groot. Van 300 tani's, die in 1932 in een onderzoek naar den vruchtenhandel in dit gebied betrokken waren, verkochten er 67 (22%) hun vruchten op consumptiepasars in de omgeving, bijv. Malang, Soerabaja, Sidoardjo, Gempol, Porrong enz. Twee tani's (1%) leverden aan de groothandelaren in het productiegebied, terwijl de overigen (77%) hun product aan den boom verkochten.

Ook de citrusvruchten, gecultiveerd in de omgeving van Garoet en Malang worden in hoofdzaak niet door den tani zelf geoogst. In 1926 is door De Vries [63] in de dessa Boelokerto bij Poenten een onderzoek gehouden naar de verschillende wijzen van verkoop der vruchten. Dit onderzoek omvatte 101 djeroekboombezitters, waarvan slechts 25 hun vruchten aan kleine opkoopertjes verkochten, of zelf oogstten; de groep die niet op het hout verkocht, was dus kleiner dan 25%.

Volgens De Jong [25] wordt een gedeelte van de salaks uit de aanplantingen om Swaroe bij Malang en bij Pasoeroean door de eigenaren zelf geoogst en verkocht.

2. *De opkooper.*

De groep der opkoopers wordt gevormd door handelaren, die het fruit van de tani's opkoopen en aan de groothandelaren leveren en zoo tusschen tani en groothandelaar in staan. Deze groep vertoont naar beide kanten overgangen; veel tani's koopen als bijbedrijf vruchten op om te verhandelen, en vele opkoopers hebben

zelf boombezit. Groote opkoopers vervullen soms de taak van groothandelaren, en zenden of brengen partijen fruit naar de consumptiemarkten. In het algemeen werken de opkoopers voor eigen rekening; in enkele gevallen koopen zij echter voor rekening van anderen, en ontvangen dan een van de omstandigheden afhangende vergoeding van hun principalen. De opkoopers zijn dan agenten geworden. Er blijkt dus binnen deze groep een groote variatie te bestaan.

In de Ommelanden van Batavia vindt men drie soorten opkoopers t.w.: 1. de toekang borong, die de vruchten in de desa tuinsgewijs, boomsgewijs, of per geplukt aantal (in relatief groote hoeveelheden) opkoopt. Zijn de tuinen zeer groot, of gaat het om dure vruchten, bijv. pompelmoezen, dan werken deze toekangs niet alleen, maar in groepen (kongsi). De verkoop der vruchten geschiedt in het laatste geval dikwijls aan groothandelaren te Pasar Senen en Mr. Cornelis, voor export naar de Buitengewesten. Soms werkt de toekang borong ook in opdracht van deze groothandelaren. — 2. de tangkoelak pikol, die de vruchten in de desa, of op den pasar, of op andere plaatsen koopt, en probeert hen weer ergens anders te verkoopen. Ze koopen zooveel als ze zelf kunnen dragen; hierdoor vormen ze den overgang naar de volgende groep. — 3. de tangkoelak keteng, die een opkooper-venter is. Hij koopt in de desa of op den pasar een pikolan vruchten op en verkoopt hen en détail in Batavia. In dezen detailhandel is het noodzakelijk verschillende vruchten te kunnen aanbieden. Soms worden deze soorten in te groote partijen, bijv. per pikolan, door de tani's aangeboden. In dat geval vereenigen de tangkoelaks keteng zich, slaan voor gezamenlijke rekening de verkrijgbare kwantiteiten der gewenschte soorten in, en verdeelen de vruchten daarna onderling. Op deze wijze krijgt ieder een gevarieerde partij.

Vooral deze kleinhandel is van groote beteekenis voor de streek, omdat de vruchtenhandel het geheele jaar door een bron van bijverdiensten is. Niet alleen de beroepsventer, maar ook de tani gaat, als hij geen sawahs te bewerken heeft, met eigen vruchten, of met ooft dat hij gekocht heeft, naar de stad (Batavia) om het daar van de hand te doen. Kan hij daar mangga's of andere vruchten goedkoop inslaan, dan neemt hij die weer mee terug naar zijn eigen kampong, om daar te verkoopen.

Nauwkeurige gegevens omtrent kapitaalbezit, omzet en grootte van de winst van deze handelaren ontbreken voor de Ommelanden van Batavia. Voor het manggagebied van de residentie Cheribon zijn uitvoeriger gegevens beschikbaar, dank zij de onderzoekingen naar den handel in mangga's, uitgevoerd door de onderafdeeling Tuinbouw en de afdeeling Coöperatie van het Departement van Economische Zaken. In deze streek heeten de opkoopers bakoel, of bandar kampong, of blantik. Het zijn menschen uit de streek zelf, met een groote kennis van de plaatselijke omstandigheden, waardoor zij in staat zijn de beste producenten te vinden; bovendien kennen ze de grootte van den te verwachten oogst, hetgeen van belang is voor de prijsbepaling. Zij handelen niet alleen in mangga's, maar ook, als het manggaseizoen voorbij is, in katjang tanah en andere inheemsche landbouwproducten. Naast deze groote groep van opkoopers komen telkenjare ook outsiders, energieke tani's, die trachten in den slappen tijd wat bijverdiensten te verkrijgen met den handel in mangga's. Deze groep van outsiders wisselt van jaar tot jaar zeer, omdat ze niet voldoende vakkennis bezitten om de opbrengsten te kunnen beoordeelen, waardoor ze dikwijls te hooge prijzen bieden en hun geld verspelen.

De bakoels werken in kongsies van 5 à 10 man. Zooals veelal in kongsies van vruchtenhandelaren het geval is, behoeven de kongsieleden niet allen evenveel inleggeld te storten (f 5,—, f 25,—). Ook worden wel menschen opgenomen, die geen kapitaal, maar alleen arbeidskracht bijdragen. (Men noemt dit noempang oerip = medeleven). Zij die niets storten, moeten alleen wat harder werken, of krijgen slechts een half aandeel in de winst. Ook neemt men, als het gemeenschappelijk kapitaal niet voldoende is om den vruchtenhandel te beginnen, stille vennooten op. De verdiensten van deze tusschenhandelaren zijn niet groot, nl. tusschen 25 en 50 cts per dag; in de laatste jaren zijn hun inkomsten dichter bij het minimum komen te liggen dan te voren.

De koelies, die meehelpen aan het oogstwerk, verdienen 15 tot 30 cts per dag; het hoogste bedrag verdienen zij, die het niet ongevaarlijke eigenlijke oogsten uitvoeren, waartoe zij in de soms zeer gladde manggaboomen moeten klimmen.

De bakoels koopen van den tani tegen contante betaling, en trachten dan hun partijen met winst aan den groothandel te ver-

koopen. Een ander soort bakoels (genaamd bakoel poelang pigi, omdat zij voortdurend heen en weer rijden op de fiets) onderhandelt eerst met den groothandelaar om een bestelling tegen een van te voren vastgestelden prijs te verkrijgen, en probeert dan van de gewone bakoels partijen vruchten te koopen en op deze wijze winst te maken. Het schijnt dat deze bakoels poelang pigi, die kapitaalkrachtiger zijn dan de gewone opkoopers, ook groote verdiensten hebben. Tenslotte dienen in deze streek nog de agenten te worden vermeld. Dit zijn personen, bij wie de groothandelaren logeeren, die tijdens het vruchtenseizoen voor den inkoop van mangga's naar de residentie Cheribon komen. Gemeenlijk wonen 2 of 3 van deze groothandelaren bij één agent, die dan tevens voor zijn gasten de onderhandelingen voert over de te betalen prijzen; bovendien levert hij verpakkingsmateriaal. Zijn inkomsten zijn relatief hoog en worden geschat op f 7,50 per dag gedurende het seizoen. In de omgeving van Djatibarang en Indramajoe vindt men acht van deze agenten.

Ook in de manggastreek van Oost-Java vindt men twee soorten opkoopers, nl. de wlidjo's en de toekangs tebas. De wlidjo's koopen tegen contante betaling kleine partijen mangga's op, voor verkoop op de pasars van het productiegebied, of voor verkoop aan andere handelaren. Ze zetten relatief kleine kwantiteiten van den oogst om. De toekangs tebas echter zijn als opkoopers van het grootste belang. Deze handelaren koopen de mangga's van de tani's en zenden hun partijen naar de groote consumptiepasars in de omgeving van Malang, Gempol, Porrong, Soerabaja, Loemadjang, Djatiroto enz. Zij doen dus het werk van groothandelaren. Sommigen onder hen verkoopen echter aan groothandelaren te Bangil, Pasoeroean en Probolinggo. Bovendien zijn er enkele makelaars, die het contact tot stand brengen tusschen groothandelaren, die alleen in het seizoen in de manggastreek gevestigd zijn, en opkoopers, met wie deze groothandelaren anders moeilijk in aanraking hadden kunnen komen. De makelaars verleenen hun bemiddeling bij het doen van bestellingen en het verstrekken van voorschotten. Als vergoeding ontvangen zij ongeveer 15 cts per door hen geleverde, verpakte kist mangga's.

Het aantal desahandelaren (toekangs tebas), bedroeg voor het

voormalige regentschap Bangil 48, met een gemiddelden omzet in 1934 van 32.500 vruchten tot een maximum van 80.000 vruchten per persoon en per seizoen. In het regentschap Pasoeroean werden eveneens 48 desahandelaren geteld, met een gemiddelden omzet van 29.000 vruchten, en in het regentschap Probolinggo 82, met een gemiddelden omzet van 112.000 vruchten per persoon. Twintig desahandelaren kwamen boven dit gemiddelde, terwijl de maximum omzet omstreeks 650.000 vruchten bedroeg. De meesten dezer handelaren zijn buiten het seizoen tani; slechts een enkele zet ook buiten het seizoen zijn handel met andere vruchten, in het bijzonder met salak, voort. Van deze vruchten komen, zooals reeds vermeld, groote aanplantingen in de omgeving van Pasoeroean voor.

In de drie genoemde regentschappen zonden in 1933 48 dessahandelaren hun product naar Soerabaja en Malang, 12 naar Loemadjang en het Djembersche, en 21 leverden aan de groothandelaren, die vast of tijdelijk op Bangil, Pasoeroean of Probolinggo woonden. De meeste opkoopers hebben hier koelies in hun dienst voor het oogsten en verpakken; deze verdienden in 1932 omstreeks 30 cts per dag. De verdiensten van de desahandelaren zelf zijn onbekend, omdat in den beperkten tijd, dat deze onderzoekingen werden gedaan, het vertrouwen niet zoozeer kon worden gewonnen, dat de onderzoeker dergelijke intieme vragen kon stellen.

In het djeroekcentrum van Garoet vervult de opkooper, genaamd tangkoelak, tevens de functie van groothandelaar.

In de omgeving van Malang komt weer de wlidjo voor. Dit is de kleinere opkooper en handelaar in groenten en fruit, die zooveel koopt als hij dragen kan, en zijn waar naar de stad (Malang) brengt, om daar te verkoopen. Zijn kapitaal bedraagt f 3,— tot f 5,—; wegens zijn geringen omzet kan hij ook maar kleine winsten maken. Veelal koopen de wlidjo's op gelijke wijze als de tangkoelaks keteng in de Ommelanden van Batavia, hun vruchten gezamenlijk op.

De grootere opkoopers (toekangs tebas) zijn in deze citrusstreek in de eerste plaats geldschieters. Zij leenen geld uit en krijgen daardoor de beschikking over de vruchten, die zij dan weer op het hout aan wlidjo's en tusschenhandelaren van de hand doen. Deze verkoopen de vruchten tenslotte aan de groothandelaren.

Sommige van deze toekangs tebas zijn ook tusschenhandelaren, d.w.z. dat zij de vruchten zelf laten oogsten en dan den groothandelaren verkoopen. In deze geheele streek (Malang, Batoe, Poenten en Poedjon) werden bij het onderzoek in 1934 verricht, 53 toekangs tebas geteld, waaronder 5 Europeanen en 9 Chineezen. Het meerendeel van de inheemsche tebassers zijn kapitaalkrachtige tani's.

3. *De groothandelaar.*

Op Pasar Minggoe (in de Ommelanden van Batavia) wonen een zestal groothandelaren, die op den pasar vruchten opkoopen van de aanvoerders (tangkoelaks en tani's) en ze verzenden naar hun relaties in de groote plaatsen op Java. Daarnaast vindt men er eenige tusschenpersonen, koelikangs genaamd, die op bestelling (per briefkaart of telegrafisch) vruchten opkoopen voor grootafnemers op andere plaatsen op Java. Verder komen er te Pasar Minggoe productenhandelaren uit Buitenzorg en Soekaboemi; zij komen uit de bergen met groenten naar Batavia, om hun waar te verkoopen. Op den terugweg slaan ze te Pasar Minggoe sawo's en andere vruchten in, ten verkoop in hun woonplaats. De inkoop en het bepalen van den prijs geschieden met behulp van den koelikang, terwijl de opkooper de koopsom zelf uitbetaalt. De koelikang ontvangt een belooning voor zijn bemoeiingen; deze staat echter niet van te voren vast.

In de manggastreek van Cheribon (regentschappen Cheribon en Indramajoe) zijn eveneens plaatselijke groothandelaren gevestigd, genaamd bandar besar. Tevens komen er gedurende het vruchtenseizoen groothandelaren uit Batavia, Bandoeng en Garoet, die zich bij agenten vestigen, de Soendaneezen bij Soendaneesche agenten en Batavianen (abangs = broeders) bij Batavianen.

In het Indramajoesche koopen de bandars vruchten op, en verzenden deze per prauw en per trein naar Batavia. De abangs verzenden per spoor naar Batavia, en per vrachtauto naar Bandoeng, naar relaties, d.w.z. compagnons of familieleden. Tegenwoordig blijven de abangs dikwijls niet meer gedurende het geheele seizoen in de vruchtenstreek, doch reizen heen en weer om zoodoende hulpkrachten in Batavia uit te sparen. Tenslotte heeft in 1936 een nieuw soort groothandelaar hier zijn intrede gedaan, n.l. personen

die uit Bandoeng komen, een 30 tot 40 manden mangga's inslaan, en deze per autobus naar Bandoeng vervoeren, om daar te verkoopen. Deze nieuwe handelaren concurreeren sterk tegen de abangs en de bandars. In het Indramajoesche woonden in 1934 23 bandars terwijl er in dat jaar 12 Bataviasche abangs en 9 Soendaneesche groothandelaren kwamen; Chineezen handelen niet meer in ooft, zij hebben dit werk al vele jaren geleden moeten opgeven, wegens de groote concurrentie met de inheemsche handelaren. Het kapitaal van de abangs kan f 500,— tot f 2000,— bedragen; dit wordt soms in kongsi bijeengebracht. Hun omzet kan tot 50 manden per dag komen. De kleinere bandars (met omstreeks f 200,— kapitaal) maken in het seizoen een totale winst van ongeveer f 100,—. De grootere bandars versturen per seizoen een tiental prauwen, en maken daarbij een winst van ongeveer f 600,— per seizoen, met een maximum van f 2000,—. Deze handelaren leven allen zeer sober, ondanks hun hooge inkomsten, omdat zij sparen ten einde een bedevaart naar Mekka te kunnen bekostigen. In hoeverre deze gegevens betrouwbaar zijn, en de financieele toestand dezer handelaren werkelijk zoo rooskleurig is, als uit de relatief hooge verdiensten zou blijken, is niet zeker. Tegenover deze cijfers staan n.l. andere gegevens, die vermelden, dat in 1936 vele handelaren de verliezen van vorige jaren nog niet te boven waren gekomen, en dat de gedaalde koopkracht der bevolking het gevolg had gehad, dat de prijzen der vruchten zeer laag waren.

Tenslotte moeten nog 4 Chineesche exporteurs te Cheribon en 1 inheemsche in Indramajoe worden vermeld, die vruchten verzenden naar Singapore. Veel gegevens bestaan er over dezen handel niet; wel is gebleken, dat hij in sommige jaren niet zeer loonend was, aangezien de exporteurs in verband met de verliesgevende prijzen in de tweede helft van het seizoen 1936 overeengekomen zijn, om niet meer dan 250 manden per persoon en per keer naar Singapore te zenden, teneinde de markt aldaar niet te overvoeren. Ook degenen, die via Batavia exporteerden, maakten geringe winsten.

Evenals in het Cheribonsche bestaan ook in het Pasoeroeansche gevestigde exporteurs (ongeveer evenveel inheemschen als Chineezen), die naar Singapore exporteeren, en de Buitengewesten (Palembang, Makassar, Samarinda enz.) van vruchten voor-

zien. Ook komen er groothandelaren uit Batavia of hun agenten, om inkoopen te doen, en door middel van 3 daar gevestigde makelaars, contact te krijgen met de opkoopers.

Doordat de plaatselijke opkoopers reeds ten deele de functie van groothandelaar op zich hebben genomen, is het aantal echte groothandelaren beperkt. In 1933 vond men in Bangil slechts één, in Pasoeroean 5, in Probolinggo 6. In het volgend jaar was er in Bangil geen enkele groothandelaar, in Pasoeroean waren er 3, en in Probolinggo 4. Behalve bij 2 kleinere exporteurs, hadden in 1934 de exporteurs omzetten van resp. 200.000 tot 600.000 vruchten per seizoen. Uit gegevens over 1936 bleek hun aantal weer wat uitgebreid met handelaren, die alleen naar verafgelegen plaatsen op Java zonden. Het kapitaal, dat de kleinere handelaren in den manggahandel hadden geïnvesteerd, bedroeg f 250,— à f 350,—. De grootere hadden f 500,— à f 1000,— geïnvesteerd, terwijl één er waarschijnlijk meer dan f 3.000,— in had gestoken. Leest men het verslag over hun handelsondernemingen in de laatste jaren, dan kan men zich niet aan den indruk onttrekken, dat de manggahandel geen ruim bestaan oplevert.

De mangga's uit Oost-Java worden behalve door exporteurs uit genoemde plaatsen, ook door 3 exporteurs uit Soerabaja naar Singapore verzonden. Deze laatsten voerden ook kool en citrusvruchten uit. Tenslotte worden uit Panaroekan door 3 groothandelaren mangga's per prauw naar Bandjermasin uitgevoerd.

In Malang houden zich een vijftal groothandelaren met den handel in citrusvruchten bezig.

4. *Koop, verkoop en crediet bij het verzamelen.*

Tusschen koopen, verkoopen en credietverleening bestaat in den inheemschen vruchtenhandel een nauw verband; het is daardoor vrijwel onmogelijk een scherpe scheiding tusschen deze functies te maken.

Voor een beschrijving van de credietverleening heb ik in vele opzichten het reeds geciteerde onderzoek van De Vries gevolgd. Bij het koopen door opkoopers is op geheel Java de wijze van inkoopen en betalen in groote trekken gelijk. De vormen ervan hangen af van den kooplust van den koopman, en den verkoopdwang en credietbehoefte van den tani.

I. De koopman is door groote concurrentie gedwongen vroeg in het seizoen in te koopen, om zeker te zijn dat hij op voldoende kwantiteiten beslag kan leggen. Of wel, de koopman is een nieuweling in het vak; hij bezit daardoor nog geen goede relaties met boombezitters, en moet er dus tijdig bij zijn om nog het noodige ooft te kunnen verkrijgen. In deze gevallen verzekert de koopman zich van den oogst, door eenigen tijd voor het oogsten de desa's in te gaan, en met de boombezitters te onderhandelen over toestemming om hetzij één of meer boomen op het erf, hetzij de boomen van den geheelen tuin te mogen oogsten. Soms wordt dan tevens de prijs, die de vruchten zullen opbrengen, afgesproken, soms ook open gelaten tot een later tijdstip. Als het accoord gesloten is wordt door den koopman meestal op zijn eigen voorstel een bindsom, genaamd pandjer, gegeven. Indien de prijs reeds bepaald is, hangt de grootte van de bindsom van den opkoopprijs af en bedraagt daarvan $^1/_{10}$ of $^1/_6$ deel. Wordt de opkoopprijs eerst later bepaald, dan houdt de pandjer daarmee geen verband, en is wisselend van grootte. Door den pandjer te accepteeren verbindt de boombezitter zich om het fruit, als het oogstbaar is, aan den gever van den pandjer te verkoopen, op straffe van teruggave van den pandjer, verhoogd met een boete. De koopman is verplicht de vruchten te komen oogsten op straffe van verbeuring van de bindsom. De pandjer is dus ten opzichte van beide partijen van belang, daar hij voor den tani den afzet, en voor den koopman de levering der vruchten verzekert.

Heeft de pandjer dus in de eerste plaats de formeele beteekenis van bezegeling van den verkoop, zoo is hij bovendien in sommige streken meer, in andere minder, een belangrijk middel geworden om den tani crediet (voorschot) op zijn oogst te geven. Mr. Soenario wijst daar reeds op (53), en als men de gegevens bekijkt van De Vries (63) over de credietvoorziening van de vruchtenhandelaren in een desa bij Poenten, dan blijkt, dat daar de pandjer meer dan de helft van de totaal betaalde koopsommen uitmaakt voor de op deze wijze verkochte djeroeks. De groep der tani's die den pandjer aanneemt, behoort niet tot de kapitaalkrachtigsten.

Hoe sterker de koopdwang is (groote vraag naar vruchten en scherpe concurrentie), des te eerder wordt pandjer gegeven. Soms

gebeurt dit reeds tijdens den bloei of als de vruchten pas gezet zijn, en er nog een groot risico bestaat voor misoogst.

II. Zijn noch kooper noch verkooper (tani) gehaast met het koopen, subs. verkoopen van de vruchten, dan wisselt het ooft eerst kort voor het oogsten, of tijdens den oogst van eigenaar. De betaling geschiedt dan contant, of in gedeelten, waarbij den kooper eenige dagen crediet wordt verleend. Deze wijze van verkoop vindt plaats tusschen oude relaties. Hier heeft de oude gewoonte van het komen oogsten den pandjer vervangen. Ook als de tani bemiddeld is, en het geld van den pandjer niet noodig heeft, verkoopt hij zonder bindsom. Deze wijze van verkoop is voor den tani dikwijls zeer voordeelig, zooals kan blijken uit de gegevens van de Onderafdeeling Tuinbouw betreffende den verkoop van den oogst van een aantal manggaboomen in de omgeving van Bangil en Pasoeroean. Hieruit bleek dat de vroeg verkochte oogsten (dus met pandjer) slechts ongeveer de helft opbrachten van de vruchten, die pas bij het oogsten werden verkocht.

III. Heeft de tani geld noodig, en/of wil hij den last niet hebben, om bij geringe vraag naar ooft met zijn vruchten te blijven zitten, dan verkoopt hij zijn fruit vroeg in den tijd, bijv. voor of tijdens den bloei (de zgn. ngidjo verkoop) waarbij contant wordt betaald. De opbrengst is dan aanzienlijk lager dan bij verkoop later in den tijd, omdat de koopman het risico van misoogst en diefstal der vruchten op zich moet nemen op een moment, dat hij er uit vrijen wil niet toe zou zijn overgegaan. Een ander systeem, dat de tani bij geldgebrek kan gebruiken, is het leenen van geld op voorwaarde, dat de geldschieter den boom later tegen een fairen prijs mag afoogsten. Kunnen boombezitter en geldschieter het bij het oogsten niet eens worden over den prijs, dan mag de tani de geleende som terugbetalen, echter verhoogd met een boete.

IV. Andere wijze van credietverstrekking. Bij het verkoopen op de boven omschreven manieren, is het van de hand doen der vruchten hoofdzaak; het verkrijgen van crediet is voor den tani daarbij slechts een bijkomstig doel. Is credietverkrijging van groote sommen echter hoofdzaak geworden, en moet daartoe afstand worden gedaan van de opbrengst der boomen, dan gaat de tani over tot het verhuren en verpanden van zijn boombezit.

De credietverleening door middel van huur der boomen geschiedt als volgt: de tani die crediet behoeft, verkoopt tegen contant geld de opbrengst van eenige jaren vooruit aan den credietgever (2 tot 5 jaar). Is de termijn verstreken, dan krijgt de tani weer de vrije beschikking over den oogst der boomen.

Bij het verpanden der boomen leent de tani een bepaald bedrag, door voor dat bedrag eenige zijner vruchtboomen te verkoopen met het recht deze boomen tegen terugbetaling der ontvangen som weer te mogen inkoopen. De geldschieter kan gedurende den tijd, dat de boomen niet zijn ingelost, beschikken over de oogsten. Op deze wijze geniet hij een vergoeding (rente) over het uitgeleende kapitaal, zonder daarbij formeel in conflict te komen met het moslemitische verbod van rente nemen. Een bijkomende bepaling is, dat de geldschieter minstens de opbrengst van één jaar mag oogsten, voordat het pand mag worden ingelost. Soms blijven de boomen, naar SOEPARTO (54) mededeelt, echter lange jaren oninngelost (bijv. 18 jaar), daar het veelal geen gewoonte is, dat de geldschieter het geleende bedrag in payementen wenscht terug te ontvangen, en de tani vrijwel nooit de som ineens bij elkaar kan krijgen. Zelfs moet hij dikwijls opnieuw geld leenen, omdat hij de inkomsten van zijn boomen mist, en in vele gevallen ook nog de landrente voor de boomen moet betalen. Dit is natuurlijk voor den oorspronkelijken eigenaar een ongunstige gang van zaken, die hem er toe drijft nog minder cultuurzorgen aan de boomen te besteden, dan te voren al het geval was.

In de Ommelanden van Batavia worden uiteraard vrijwel geen vruchten met een pandjer verkocht, omdat de meeste vruchten, zooals reeds werd vermeld, eerst bij het rijp worden hetzij in de desa, hetzij op den pasar, van de hand gedaan worden.

De pompelmoes, de djeroek ketjil, kedongdong en doekoe, die op het hout worden verkocht, worden bij het koopen contant betaald. De hoogte van de koopsom bij genoemde vruchten hangt niet alleen af van den tijdsduur, die nog moet verloopen tot het oogsten, zij is mede hiervan afhankelijk, of de boombezitter de vruchten al dan niet met droog pisangblad heeft omhuld, teneinde de geelkleuring te bevorderen. Dit geldt in het bijzonder voor de djeroek ketjil.

Het verhuren van boomen (djoeal pongkol) komt wel voor. Opmerkelijk is, dat bij het verhuren der boomen, de huurder volgens OCHSE [42], bijdraagt in de landrente, die de tani moet betalen. Het verpanden der boomen komt hier zelden voor (djoeal gadé) omdat het risico van het stelen der vruchten in deze streek voor den pandhouder te groot is.

In het Cheribonsche wordt de oogst der manggaboomen op het hout opgekocht met pandjer. De gewone wijze van werken bestaat hieruit, dat de handelaren de boombezitters opzoeken als de vruchten bijna drie kwart boomrijp zijn, en een bod doen op den oogst der boomen. Krijgt de bezitter meerdere aanbiedingen, dan accepteert hij het hoogste bod, en ontvangt de bindsom, die $^1/_{10}$ deel — in goede tijden soms de helft — van de overeengekomen koopsom bedraagt. De verkoop geschiedt dus eigenlijk bij opbod, en wordt dan ook „lelang" genoemd. Bij deze wijze van pandjer geven kan een kongsi van handelaren, die over f 25.— kan beschikken, 50 tot 75 boomen met een waarde van f 250.— vóórkoopen. Willen zij echter meer dan deze 75 boomen in het seizoen omzetten, dan moeten zij zorgen dat hun geld zoo spoedig mogelijk weer liquide wordt. Dit beteekent dat ze zoo vroeg mogelijk moeten oogsten, hetgeen de kwaliteit van het product allerminst ten goede komt. Is de koop reeds gesloten, en wordt later nog een hooger bod gedaan, dan pleegt de boombezitter met den oorspronkelijken afnemer overleg, hetgeen veelal het gevolg heeft, dat deze zijn bod nog wat verhoogt. Dit is een mooi voorbeeld van de soepele verhoudingen in de dorpssamenleving. Bij veel concurrentie geven de opkoopers dikwijls vlak na den bloei reeds een kleinen pandjer van een dubbeltje of een kwartje. Op deze wijze hopen zij een optie te verkrijgen om later een bod te mogen doen bij het drie kwart rijp zijn der vruchten. Het jong verkoopen der vruchten tegen een bedrag, dat contant wordt betaald, komt hier ook voor, evenals het verpanden der vruchtboomen. Het aantal verpandingen is zeer groot in het regentschap Indramajoe; men neemt aan dat drie kwart van het manggaboombezit hier verpand is.

De groothandelaren in deze streek koopen in door middel van agenten, en bepalen in onderling overleg de te bieden prijzen. Ten einde een groot aanbod uit te lokken, bieden zij, naar wordt medegedeeld, aan enkele bakoels een hoogen prijs. Als deze prijs dan

den anderen bakoels ter oore komt, gaan deze snel oogsten, zoodat een groote aanvoer wordt veroorzaakt; dan stopt de agent het inkoopen. Dientengevolge zakken de prijzen, wat den agent in staat stelt, het product tegen verlaagden prijs op te nemen. Door dit systeem van bieden wordt de prijs der vruchten eenzijdig door den kooper vastgesteld; hij kan soms zoo laag gaan, dat het voor den bakoel loonender wordt, zijn vruchten in het verder gelegen Pesalaran te verkoopen, waar grootere concurrentie tusschen de groothandelaren heerscht.

In het Pasoeroeansche werden, volgens onderzoekingen in 1933 gehouden, de vruchten in het voormalig regentschap Bangil, en de regentschappen Pasoeroean en Probolinggo, in resp. 6%, 4% en 7% der onderzochte gevallen, tegen contante betaling opgekocht toen de vruchten bijna volgroeid waren. Opkoop op dezelfde wijze, doch met een pandjer, die van f 0.50 tot f 3.50 kon wisselen, en met prijsbepaling kort voor het oogsten, geschiedde in resp. 16%, 18% en 32% der gevallen. In resp. 31%, 37% en 21% der gevallen vond men een verkoop waarbij de prijs bij het volgroeid zijn der vruchten werd bepaald, en de bedongen som in gedeelten na iederen pluk werd voldaan; dit is dus een modificatie der voorafgaande methoden. In de overige, in dit onderzoek betrokken gevallen, werden de vruchten door den tani zelf geoogst en gemarkt, of waren de boomen verhuurd.

Uit steekproeven in 1932 verricht, bleek, dat het financieele resultaat der verschillende verkoopswijzen der mangga's en het verhuren der boomen ongeveer gelijk was; verpandingen werden niet nagegaan. In dat jaar werd in het Pasoeroeansche de oogst van 66% der boomen met kleinen pandjer verkocht; 18% werd zonder voorschot verkocht en 9% werd zeer jong verkocht (ngidjo). De rest was ongeveer gelijkelijk verhuurd of verpand.

In de djeroekstreken rondom Garoet wordt opgekocht met een voorschot, genaamd timpah, welke door Mr. SOENARIO gelijk wordt gesteld aan den pandjer. Volgens BRÜCKMANN [10] wordt het voorschot door den opkooper gegeven kort na de vruchtzetting (Januari). Zijn de vruchten drie kwart volgroeid (April), dan wordt de prijs van den oogst per boom bepaald, en het verschil tusschen het reeds betaalde voorschot en de totale koopsom bijgepast (djoeal lepas). Kunnen de boomeigenaar en de pandjergever het niet eens worden

over den prijs, of heeft een ander een beter bod gedaan, dan wordt de pandjer teruggegeven, vermeerderd met een boete van 5 % per maand over den tijd dien het voorschot in het bezit van den tani was. Een andere manier van verkoop tegen contante betaling zonder voorschot kan plaats vinden tegen den tijd, dat de vruchten rijp zijn (eind April of begin Mei), of nog een maand later als de vruchten oogstbaar zijn. Dikwijls zijn de prijzen dan beter, maar alleen een rijke tani kan zich deze wijze van verkoopen veroorlooven, omdat hij het tot dien tijd zonder inkomsten uit zijn boombezit moet stellen. De djeroekcultuur immers, levert, zooals reeds werd uiteengezet, het grootste gedeelte van het inkomen in contanten van den tani.

Ook verpanding komt veel voor; volgens steekproeven in 1935 genomen, zijn 28 % der boomen verpand. Aangezien het zeer winstgevend is, geld uit te leenen tegen djeroekboomen als onderpand, is er een groote concurrentie ontstaan tusschen de geldschieters. Hierdoor is er een modificatie gekomen in de voorwaarden. De pandhouder beschikt nu niet meer over den geheelen oogst, maar staat de helft of $^1/_3$ deel van den oogst af aan den crediet-nemer. Bij 153 verpandingen, bericht Mr. SOENARIO, kreeg in 50 gevallen de pandgever niets, in 27 de helft, en in 68 gevallen kreeg hij $^1/_3$ van den oogst; in 8 gevallen kreeg de pandgever slechts een premie voor de verzorging en bewaking der boomen.

De manier, waarop de tani's in Malang de djeroeks verkoopen, vertoont een gelijk beeld als de verkoop der mangga's in het Pasoeroeansche. Typisch is hier de verkoop op limolassan voorwaarden, waarbij geld wordt geleend op conditie, dat de tani zijn vruchten, als ze rijp zijn, aan den geldschieter zal verkoopen. Kunnen zij het later over den prijs niet eens worden, dan moet de tani het geleende bedrag, vermeerderd met 50 % rente, als boete, terug betalen. Het limolassan systeem wordt door den tani vooral gebruikt bij geldgebrek in Februari en December, wanneer zeer veel grondbewerking plaats vindt (DE VRIES, [3]). Deze wijze van verkoop geschiedde in 11 % der door DE VRIES waargenomen gevallen; verkoop der vruchten kort na den oogst of met pandjer in 33 % der gevallen, verkoop kort voor of tijdens het oogstbaar worden in 40 % der gevallen, terwijl de rest verhuurde boomen betrof. Verkoop met pandjer gebeurde steeds op aandringen van den

handelaar. Was de opbrengst der boomen minder dan de bindsom, dan bleef de tani een schuld houden, die hij in het volgende seizoen weer moest aanzuiveren.

Tot zoover de inkoop door den opkooper. Heeft deze zich eenmaal op één van de bovenbeschreven wijzen van vruchten voorzien, dan verkoopt hij zijn waar aan den groothandelaar. De groothandelaar koopt in per aantal, per gewicht of per inhoudsmaat; voornamelijk per petroleumkist (kisten, waarin de benzineblikken van 18 gallon uit Californië worden aangevoerd). Hij rekent hierbij naar zich toe en verlangt per 100 vruchten een toegift, waarvan de grootte van streek tot streek en van soort tot soort wisselt. Vergissingen bij het tellen komen voor, kleine en slechte vruchten telt hij in het geheel niet of rekent 2 of 3 vruchten, die onder de maat zijn, voor één normale. Bij weging leest hij vaak de weegschaal ten zijnen gunste verkeerd af. Als hij per kist inkoopt, stapelt hij de kist met een grooten kop.

Door de rapporten der verschillende onderzoekers zijn wij uitstekend op de hoogte gekomen van deze kwade praktijken. De omvang ervan is echter onbekend, omdat de rapporteurs niet hebben nagegaan, in hoeverre de verkeerde gebruiken, die zich op stereotype wijze uiten, niet reeds door de aanvoerders zijn verdisconteerd, bijv. in den prijs en door levering der vruchten in manden en kisten, waarin de mooiste bovenop liggen, en de minder mooie onderin zijn weggestopt.

De groothandelaar betaalt zijn aankoopen contant; soms is hij echter gedwongen met het betalen der aanvoerders te wachten, doordat zijn kapitaal in vruchten is vastgelegd of zijn afnemers niet vlug zijn met betalen.

De groothandel in het productiegebied levert aan goede en betrouwbare relaties in het consumptiegebied op bestelling; winst en verlies worden samen gedeeld, na aftrek van de kosten van levensonderhoud van beide partijen, bijv. 50 cts per persoon per dag. Zijn de relaties wat minder goed, dan wordt de eerste zending op crediet geleverd, en de tweede slechts als de eerste betaald is. Dit systeem noemt men in Oost-Java toetoep lobang boeka lobang. Aan onbekenden wordt geleverd, hetzij na ontvangst van het bedrag der bestelde zending, hetzij onder rembours; de ontvanger moet de vrachtkosten betalen. Naar de Buitengewesten zendt men

van Java fruit in consignatie onder opgave van den prijs die er voor gemaakt moet worden. Hierin is de winst van den exporteur begrepen; wat de ontvanger meer kan maken, is de belooning voor zijn diensten. Is de prijs volgens den ontvanger te hoog, dan verzoekt hij om vermindering, wat, gezien de geringe houdbaarheid der vruchten, natuurlijk wordt toegestaan. Maakt de ontvanger bij herhaling misbruik van een dergelijke situatie, dan is meestal het gevolg dat de exporteur op Java zijn zendingen staakt. Naar havens in de Buitengewesten, waar exporteurs geen goede relaties hebben, worden de zendingen door den exporteur begeleid, en daar verkocht of in commissie gegeven. De bedragen, die niet contant worden betaald, int hij als hij op een volgende reis weer op de plaats komt. Naar Singapore zendt men vruchten uitsluitend in commissie. Daar verkoopt de commissionnair de producten tegen het beste bod, en maakt na aftrek der kosten en van zijn commissieloon, de opbrengst over.

5. *Oogst, verpakking, transport en kwaliteit der vruchten.*

Wanneer de vruchten oogstbaar zijn, worden zij met de hand of met een oogststok geplukt. Een beschrijving vindt men bij OCHSE[42]; deze stok wordt niet alleen in de Ommelanden gebruikt, maar ook veel in andere streken op Java. Als de opbrengst van den boom in haar geheel is gekocht, worden alle vruchten, rijp en minder rijp, tegelijk geplukt. De opkooper heeft meestal geen tijd, om den boom in eenige keeren af te oogsten, en het zou ook niet loonen, daar de kans groot is, dat ondertusschen de boomen door menschen of dieren (kalongs) leeggestolen worden. Bovendien moet de opkooper snel plukken, omdat zijn geld in de boomen geïnvesteerd is, en hij vlug zijn waar moet omzetten, om weer contanten te verkrijgen voor het pandjeren van andere boomen.

Sorteering der vruchten op kwaliteit vindt niet plaats, omdat ook zure mangga's nog hun afzet vinden, mits zij goedkoop zijn; in het begin van het seizoen, als er nog weinig vruchten zijn, maken dergelijke zure mangga's zelfs nog een goeden prijs. Tegen het einde van het seizoen vindt men veel overrijpe vruchten in de aangeboden partijen. Sorteering op kwaliteit vindt ook daarom niet plaats, omdat volgens BRÜCKMANN [10], de kooplieden hebben ervaren, dat de opbrengst van groote middensoort en kleine vruchten belang-

rijk minder is bij afzonderlijken verkoop dan bij vermenging dezer soorten. Vandaar dat de kooplieden zorg dragen, dat hun kisten steeds groote, kleine en middensoort vruchten bevatten.

Een dergelijke ervaring is door den Tuinbouwkundigen Dienst opgedaan bij de djeroeks in Malang. Daar is het niet mogelijk gebleken, bij de tebassers tegen billijken prijs kwaliteitsfruit te krijgen, omdat het overblijvende gedeelte van de partij zoozeer in waarde achteruit zou gaan, dat deze mindere vruchten onverkoopbaar zouden worden. Het zelfde verschijnsel heeft de tuinbouwkundige ambtenaar te Pasar Minggoe waargenomen; hij kwam dan ook tot de conclusie, dat het niet de moeite zou loonen, om de djeroek siem van den proeftuin Ragoenan, naar grootte en kwaliteit gesorteerd te verkoopen. De uitgezochte partij immers, bracht slechts weinig meer op, en de mindere kwaliteiten brachten vrijwel niets op, omdat zij door het ontbreken van de mooiere vruchten hun aanlokkelijkheid hadden verloren. Om dezelfde redenen mengden de handelaren, die gesorteerde partijen hadden gekocht, deze weer met vruchten van slechte kwaliteit.

Ook voor mangga's uit Cheribon en Pasoeroean bleek het zelfde, wanneer een enkelen keer sorteering plaats vond. In Batavia nam men bovendien waar, dat uit een zending mangga aroemanis de tweede kwaliteitsvruchten, die goedkooper aan de venters verkocht werden dan de eerste kwaliteitsvruchten, relatief en soms ook absoluut, hoogere winsten opleverden in den detailverkoop dan de mooiere vruchten, waarvan de afzet minder vlot verliep tengevolge van de hooge prijzen; natuurlijk is dit echter lang niet altijd het geval.

Worden vruchten op het hout per aantal verkocht, dan letten de boomeigenaren nauwkeurig op, dat de koopers niet alleen de beste, maar ook de minder goede vruchten plukken; ook dit gaat een goede sorteering tegen.

In enkele gevallen neemt men wel maatregelen voor het verkrijgen van een goed product. De Jong [24] vermeldt dat in de omgeving van Malang en Pasoeroean de salak wel op kwaliteit wordt gesorteerd, en Ochse [43] deelt mede, dat in de Ommelanden van Batavia alleen de rijpe vruchten van de salak worden geplukt. Zijn de vruchten geoogst, dan worden zij soms gewasschen (sawo manilla) en daarna rijp gestookt, als ze nog niet

behoorlijk boomrijp waren. Dit kunstmatig rijpen gebeurt voornamelijk bij vruchten, die voor directe consumptie geschikt moeten worden gemaakt, zooals bij sawo, pisang, papaja en bij te jong geplukte mangga. Sawo en pisang worden in een kuil gelegd en met pisangblad en aarde toegedekt, terwijl men er rook van smeulend pisangblad in blaast (empos). Kleine partijen vruchten legt men op de balé-balé, dekt ze goed toe met bladeren en kleeren, en laat onder de balé-balé eenige droge pisangbladeren smeulen, waardoor de rook die de rijping bevordert, tusschen de vruchten kan optrekken. Mangga's worden in aarden vaten met een wijde opening gelegd (gentong). Op de opening kleeft men met klei een aarden schaal, waarop koeienmest smeult. De vruchten worden door de ontwikkelde warmte in 2 maal 24 uur rijp. Zijn ze echter te jong geplukt, dan wordt het fruit wel zacht, maar het blijft flauw zurig van smaak, terwijl de kleur ook niet mooi groen wordt. In Patjet kleurt men de djeroek keprok met acetyleen geel; ook in de omgeving van Pasar Minggoe en Poenten past men een dergelijk kleuringssysteem toe.

Midden in het seizoen echter, in den „vruchten bandjir tijd", als de aanvoeren zeer groot zijn, komt men handen te kort om de vruchten te oogsten, te verpakken en te verzenden. De opkoopers stoken dan de vruchten niet rijp, maar verkoopen alles aan de handelaren; deze accepteeren hoogstens te kleine vruchten niet, of nemen ze tegen verminderden prijs, zonder zich verder om kwaliteit, rijpheid en sorteering te bekommeren.

De verpakking geschiedt in manden en kisten van zeer verschillend model. Soms wordt er wat rijststroo of droog pisangblad in gelegd, om kneuzing van het fruit te voorkomen, doch meestal neemt men deze voorzorgen niet eens. Zelfs worden veelal vruchten, die over korten afstand moeten worden vervoerd, los gestort in het vervoermiddel; dit is bijv. het geval bij het transport van djeroeks per taxi van Poenten naar Malang, en van mangga's per tjikar van Pasoeroean naar Malang. Ramboetans en sawo's, die van Pasar Minggoe naar Bandoeng moeten worden vervoerd, worden zonder eenige verpakking in de goederenwagons geladen; dat de vruchten daarbij kneuzen doet er niet veel toe, omdat ook de slechte vruchten nog een débouché vinden, en de kosten van verpakkingsmateriaal zeer hoog zijn. Toch is ondanks deze geringe zorgen de

kwaliteit nog beter dan men zou mogen verwachten. Amerikaansche onderzoekers roemen de kwaliteit van de djeroek manis uit Malang en de pisang uit Banjoewangi is in West-Australië zeer gewild. Hij maakt er een goeden indruk, ofschoon verpakking en transport op een dermate ruwe wijze geschieden, dat men met de ervaring van andere landen voor oogen, de slechtste resultaten zou verwachten.

6. *Financiering, risicodragen en boekhouding.*

De middelen noodig om het productieproces en de verhandeling der vruchten te financieren, worden ten deele uit het bedrijf van den producent verkregen, t.w. in die gevallen, waar de producent zijn fruit oogstbaar verkoopt en den opkooper gedeeltelijk crediet geeft, d.w.z. hem toestaat de koopsom te voldoen als hij het product verkocht heeft aan den groothandel. Ten deele echter verschaft de opkooper de middelen zelf. Het komt echter zelden voor dat hij het geld contant heeft liggen; veelal moet het worden vrij gemaakt. Is het kapitaal van één persoon niet voldoende, dan vormt men een kongsi, zooals reeds boven beschreven. De herkomst van het handelskapitaal van 190 opkoopers in de omgeving van Pasoeroean werd reeds eerder door mij gepubliceerd [32]. In 73 der gevallen werden sawahs verhuurd om de middelen voor het handeldrijven te verkrijgen, of koeien verkocht of sieraden verpand. Ook werden gelden van niet bij den vruchtenhandel betrokken personen opgenomen. In 53 gevallen leende men bij de afdeelingsbanken, in 32 bij familieleden en in 11 bij de desabanken. In 20 gevallen genoot men een voorschot van groothandelaren in vruchten. Dit wil dus zeggen, dat althans in de manggastreek om Pasoeroean $^7/_8$ der opkoopers vrij staat ten opzichte van den groothandel, en dat deze laatste geen belangrijke rol in de financiering van den fruithandel speelt.

Opvallend is het, dat de desabankjes zoo weinig uitleenen. Dit is toe te schrijven aan het feit dat zij voor den vruchtenhandel te lage maxima hebben, en men geregeld elke week moet aflossen, wat veel te moeilijk is, als het geld gedurende maanden in pandjers is vastgelegd. Het kapitaal van den groothandel is meestal eigen bezit, of wordt van bloedverwanten en vrienden geleend. Banken leenen weinig of niet aan groothandelaren. In de laatste jaren wordt door

de exporteurs naar Singapore veel geld geleend van de commissiehuizen daar ter plaatse, waardoor zij eigenlijk groote agenten zijn geworden.

De belangrijkste risico's van den fruithandel zijn prijsdaling, wanbetaling en bederf (vooral bij prauwvervoer). Aangezien dekking tegen deze schaden door verzekering in dezen geheel in de inheemsche sfeer liggenden handel niet mogelijk is, wordt op andere wijze in de moeilijkheid voorzien. Of men wentelt hiertoe de schade zooveel mogelijk op anderen af, of men moet zeer ruime winstmarges nemen.

Prijsval van vruchten komt veel voor, omdat de oogst in korten tijd is afgeloopen (speciaal bij mangga's, waar het seizoen twee à drie maanden duurt) en de distributie slecht is geregeld; men zendt dus naar de voornaamste consumptiepasars te groote kwantiteiten, waarbij de inkoopers in het productiegebied zich niet kunnen storen aan verzoeken van hun lastgevers in het consumptiegebied om zendingen te verminderen of te staken, omdat de oogstwerkzaamheden reeds zijn begonnen. Komt dan nog op deze pasars een wat te groote aanvoer uit andere productiegebieden, dan is de markt overvoerd, met als gevolg een sterke daling der prijzen. Een voorbeeld hiervan is de concurrentie tusschen mangga's van Oost- en West-Java op de markt van Batavia. Een verlichting van de situatie door het tijdelijk uit de markt nemen der vruchten, is niet mogelijk, daar men in het algemeen de vruchten niet lang genoeg kan bewaren (mangga's maximaal 8 dagen).

Men redt zich evenwel op andere wijzen. Partijen die onder rembours verzonden zijn, worden dan door den ontvanger geweigerd. Meestal moet in dat geval het remboursement door den afzender verlaagd of geheel opgeheven worden, wil de geadresseerde de partij toch afnemen, hetgeen in beide gevallen veelal wil zeggen, dat de afzender niets voor zijn vruchten maakt.

Indien de geadresseerde de partij echter geheel en al weigert, dan probeert de afzender het remboursement aan een ander over te dragen. Vaak gelukt dit hem niet — en zeker niet op een overvulde markt —, en als dan de spoorwegen tot veiling overgaan, is de opbrengst bijna altijd zoo laag, dat de afzender niets ontvangt. Men neemt aan dat de kooplieden onderling afspreken op zulk

een veiling van de S.S. laag te bieden. Onafhankelijk van den prijsval kan het remboursement ook worden geweigerd, als de geadresseerde over te weinig contanten beschikt om het te kunnen betalen. Over den omvang van het weigeren van rembourszendingen is alleen bekend, dat in 1936 de handelaren die ramboetans van Tamboen bij Batavia naar Soerabaja hadden gezonden, 8% van hun omzet (in geld) moesten afschrijven wegens geweigerde remboursementen.

Ontvangen echter de groothandelaren in het productiegebied geen geld voor hun waren, dan kunnen zij hun opkoopers te laat of in het geheel niet betalen. De opkoopers, die met een gering kapitaal werken, krijgen daardoor een gebrek aan liquide middelen, en kunnen wederom hun verplichtingen tegenover de tani's niet nakomen. De opkooper verzoekt den tani dan om met een mindere betaling genoegen te nemen (ampoenan). Soms ook worden de vormen niet in acht genomen, en oogst de koopman een gedeelte der boomen op crediet en blijft vervolgens weg zonder zijn schulden te betalen. Het schijnt dat dit misbruik in de laatste jaren zoo veelvuldig is voorgekomen, dat de boombezitters in het Cheribonsche, door schade en schande wijs geworden, op contante betaling staan. De tani neemt in den regel genoegen met prijsveranderingen; de verhoudingen in de desa zijn zeer soepel, en de tani begrijpt, dat men niet kan betalen als men de middelen daartoe niet heeft. Natuurlijk komen er echter onder de opkoopers individuen voor, die van deze hulpvaardigheid van den tani misbruik maken en zonder geldige reden (overmacht) op rabat aandringen. Sommige opkoopers houden er bij hun opkoopprijzen rekening mee, dat de tani wel in vermindering zal toestemmen, en durven daarom hooger te bieden dan hun concurrenten.

De omvang van deze gebruiken en misbruiken is onbekend. Twee onderzoekers zeggen, dat ze in het Cheribonsche betrekkelijk weinig voorkomen en dat de tani er als verkooper een niet ongunstige positie inneemt. Over het algemeen worden de overeenkomsten tusschen tani en opkooper nauwgezet nageleefd, ondanks het feit dat de leveringscontracten geheel mondeling en zonder dat er getuigen bij aanwezig zijn, worden afgesloten.

Ten slotte nog iets over de boekhouding die, behalve bij de exporteurs, geheel ontbreekt. Een notitieboekje is alles wat men

bij de minder groote kooplieden vindt; de kleineren zijn veelal geheel analfabeet.

Een enkel voorbeeld moge dit illustreeren. Een exporteur kocht mangga's per gewicht, waarbij hij een bascule gebruikte, en men nam aan, dat hij zich bij het aflezen daarvan in zijn eigen voordeel vergiste. Het bleek echter niet mogelijk den opkoopers (en hun vrouwen), die hem leverden, bij te brengen hoe zij de weegschaal zelf konden aflezen.

Het verspreiden

Vrij nauwkeurige gegevens zijn bekend betreffende de distributie van het fruit in Batavia. Een groot gedeelte van de vruchtenconsumptie wordt gedekt uit de aanvoeren uit de Ommelanden van Batavia. Het fruit wordt door de venters meestal direkt uit den boomgaard of op den pasar opgekocht. Groothandelaren hebben in deze distributie geen plaats. Het fruit, dat van verren afstand komt, zooals djeroeks uit Garoet en Malang, en mangga's uit den Oosthoek en het Cheribonsche, wordt aan groothandelaren op Pasar Senen en Mr. Cornelis gezonden, waar resp. 6 en 12 van deze handelaren wonen. Deze zijn familieleden of ondergeschikten van de handelaren, die in het productiegebied gaan opkoopen. Zij verkoopen de vruchten aan venters en detailhandelaren. De mangga uit Indramajoe wordt in groote hoeveelheden per prauw aangevoerd. De verkoop geschiedt door den groothandelaar uit Indramajoe of door den kapitein van de prauw direct aan de detailhandelaren, genaamd tangkoelak keteng of pelelé. Het onderscheid tusschen deze beiden bestaat hierin, dat de tangkoelak meer ervaring heeft en kapitaalkrachtiger is, dan de pelelé, die nooit op crediet kan koopen.

In principe wordt meestal contant gekocht. De tangkoelaks krijgen bij vertrouwde relaties crediet, en betalen dan 50 % tot 75 % van de koopsom vooruit. Opmerkelijk is, dat op Mr. Cornelis gemakkelijker crediet wordt gegeven dan op Pasar Senen. De tangkoelak koopt een beperkte hoeveelheid fruit nl. een kist of mand, die hij in één dag kan verkoopen. Voor bedorven vruchten krijgt hij van den groothandel rabat. Houders van vruchtenstands op de groote pasars kunnen voor 100 % van het bedrag crediet krijgen,

omdat zij een vasten plaats in Batavia hebben. Bovendien ontvangen de standhouders regelrecht kleine partijen vruchten, bestaande uit drie à vier manden of kisten, van grootere opkoopers uit het productie-gebied.

De meeste venters komen uit de omgeving van Batavia en keeren 's avonds, als zij hun vruchten verkocht hebben, naar hun woonplaatsen terug. Andere venters blijven eenige dagen te Batavia, totdat zij genoeg hebben verdiend. Het kapitaalbezit van den tangkoelak wisselt van f 2,— tot f 5,—. De rijkere venters kunnen dure vruchten koopen, zooals mangga aroemanis en mangga golek, die, als ze versch zijn, soms f 2,50 tot f 5,— kosten per kist van 60 stuks. De prijs kan echter ook na enkele dagen tot op de helft zinken, als de markt overvoerd is, en de partijen eenigen tijd moeten worden opgeslagen. De dure vruchten vinden een vrij geregelden afzet bij meer gegoede kringen, die de geheele maand koopkrachtig zijn. Toch duurt de verkoop van een draagvracht (pikolan d.i. 70 vruchten) mangga aroemanis 1 à 2 dagen. De vruchten worden naar grootte verdeeld; de mooie gaan voor 10 à 15 cts per stuk weg, terwijl de tweede soort 5 à 10cts opbrengt. Wat na twee dagen overblijft, is al overrijp en wordt voor 5 cts of minder gevent, of weer aan minder kapitaalkrachtige venters overgedaan voor den avondverkoop bij bioscopen enz. De winst, die de tangkoelak per pikol kan maken is grooter, naarmate de vruchten duurder zijn, althans wanneer hij een goeden afzet heeft weten te vinden, hetgeen dikwijls niet het geval is. Dientengevolge worden de goedkoopere soorten (mangga gedong, m. tjengkir, m. nanas, m. bapang), waarvan de prijs f 0,80 tot f 1,80 per collo kan bedragen, door de minder kapitaalkrachtige fruitverkoopers gekocht, omdat deze het risico, verbonden aan den verkoop van de dure vruchten, niet kunnen dragen. Het debiet van de goedkoope vruchten is ruimer, want de prijs is zoo laag, dat zij door het grootste gedeelte van de inheemsche bevolking met haar geringe koopkracht, kunnen worden geconsumeerd. De verkoop zelf is ook niet zoo moeilijk als van de duurdere vruchten, waarbij de venter erf voor erf moet afloopen, en bijna overal een ruwe bejegening ondervindt. Bij deze goedkoope vruchten is een duidelijk verband merkbaar tusschen koopkracht en afzet. De afzet gaat vlotter in het begin van de maand, wan-

neer de consumenten, die per maand hun loon ontvangen, hun geld nog niet gebruikt hebben en eveneens in het begin van de week wanneer er nog een deel van het werkloon over is, dat 's Zaterdags wordt uitbetaald. Ook na den Lebaran wordt de consumptie der vruchten duidelijk minder.

De nettowinsten van de venters zijn niet groot. Met mangga aroemanis kunnen zij tot f 0,80 per dag verdienen, en met mangga bapang f 0,40 tot f 0,60 als de verkoop vlot verloopt. Deze nettowinst wordt echter geringer, als de venter eenige dagen in Batavia moet blijven, en per dag f 0,15 aan voeding en ligging moet uitgeven. De standhouders kunnen per dag f 1,— verdienen en de groothandelaren f 10,—, doch hiervan moeten nog onkosten worden afgetrokken, zooals pakhuishuur, die volgens schattingen f 2,50 bedraagt. Het is bovendien onbekend, hoe groot het bedrag der oninbare vorderingen is, en hoe groot de reducties zijn, die men den tangkoelak voor bedorven vruchten moet toestaan.

Te Singapore wordt het fruit verkocht door commissionnairs in opdracht van de exporteurs in Nederlandsch-Indië. De commissionnair verkoopt de vruchten op de veiling, die hij voor een vasten klantenkring organiseert. Elke afnemer doet een geheim bod op de vruchten met behulp van een Chineesch telraam, dat met een doek bedekt is. De commissionnair accepteert het hoogste bod, dat voor hem de minste risico's inhoudt in verband met de crediet-waardigheid en de omzetmogelijkheden van den bieder. De kooper krijgt eenige dagen crediet, maar de commissionnair maakt dadelijk na de veiling het bedrag van de koopsom, verminderd met de kosten en zijn commissieloon, naar den exporteur op Java over. Er zijn zes commissionnairs te Singapore, die min of meer geregeld Nederlandsch-Indische vruchten en groenten veilen, en daarnaast soms nog tuinbouwproducten uit China verhandelen. Er werd en wordt ten deele nog, geklaagd over de hooge onkostenrekeningen van de commissionnairs waarop sommige bedragen waarschijnlijk gefingeerd zijn. Sinds de plaatsing van een adjunct-tuinbouw-consulent te Singapore, zijn deze klachten echter aanzienlijk verminderd.

Een overzicht van den handel in vruchten zou niet volledig zijn, indien niet nagegaan kon worden, welke de kosten van dezen handel zijn. Om te onderzoeken waar de groote marges zijn en waar bezuinigingen kunnen worden aangebracht, moet de prijs, dien de consument voor het product betaalt, in de volgende onderdeelen ontleed worden, t.w.: winst der tusschenhandelaren, transportkosten, andere onkosten en hetgeen de producent ontvangt [14]. Het materiaal voor een dergelijk onderzoek is echter zeer schaarsch. Toch meen ik dat het mogelijk is, er een globaal beeld van te vormen met behulp van de pasarprijzen, die twee maal 's maands worden opgenomen door de Onderafdeeling Tuinbouw voor verschillende vruchtensoorten, en de opkoopprijzen van enkelen dier vruchten gedurende den zelfden tijd. Tevens zijn er ook eenige gegevens bij speciale onderzoekingen bekend geworden.

WATERSCHOOT [1]) liet in Juni 1936 van verschillende vruchten uit Pasar Minggoe, die te Batavia gemarkt werden, opnemen, *a.* welke prijzen de opkooper aan den producent uitbetaalde, *b.* voor welke prijzen de vruchten aan venters werden verkocht, *c.* welk bedrag de detailverkooper te Pasar Senen ontving bij aankoop der vruchten door den consument (zie tabel II).

TABEL II. Opbrengst-verdeeling van vruchten uit Pasar Minggoe, gemarkt te Batavia.

Vruchtensoort	a	b	c	a	b–a	c–b
	in cts per 100 vr.			in % van c		
sawo	7	22½	30	23	52	25
blimbing manis . .	52½	155	200	26	51	23
dj. p. wangi. . . .	317	350	650	49	5	46
dj. delima	412	445	600	69	6	25
dj. maseh.	18½	35	100	18	17	65
dj. Siem	37½	37½	100	37	0	63
dj. Banten	9	20	40	23	27	50

a = ontvangen door den producent. b = verkoopsprijs van den opkooper. b-a = bruto-winst van den opkooper. c = ontvangen door den detailverkooper van den consument. c-b = bruto-winst-marge van den detailverkooper.

[1]) Zie noot op blz. 16.

Besteedde de kooper voor f 1,— aan vruchten, dan ontving de producent daarvan 18 tot 69 cts (rekenkundig gemiddelde 35 cts), de winst van den opkooper varieerde van 0 tot 52 cts (gemiddelde 23 cts), en de winst van den kleinhandelaar wisselde van 23 tot 63 cts (gemiddelde 42 cts).

Over de bruto-winsten in 1936 gemaakt door den detailhandel te Pasar Senen, geeft WATERSCHOOT nog een reeks van cijfers, die in tabel III zijn verzameld.

TABEL III. Bruto-winsten, gemaakt door den detailhandel te Pasar Senen, uitgedrukt in procenten van den door den consument betaalden prijs.

Vruchtensoort	Jan.	Febr.	Maart	Mei	Juni	Juli
salak	27					
sawo	75		75			68
blimbing manis . . .	50			44	25	25
ramboetan njonja . .	25			25	22½	
ramboetan matjan . .	27	33				
ramboetan lebak. . .	16	20				
mangistan	28	60	40			
doerian	40	30				
doekoe	36	33	30			
dj. p. wangi.			54		46	41
dj. delima			45		25	34

Uit deze gegevens blijkt, dat er een groote variatie is in de relatieve winstmarges.

De groote winstmarges in sawo en mangistan zijn begrijpelijk, als men bedenkt, dat deze vruchten een geringe absolute waarde hebben, waarbij de venter met zijn geringen omzet een groote winst moet maken, wil hij in staat zijn van den verkoop dezer vruchten te leven. Door den band ligt de brutowinst bij 40 cts; om tot de nettowinst te komen, dient men echter de onkosten nog af te trekken (voeding, pasarbelasting, slaapgeld en bamboemandjes). Voor de distributie van mangga gedong en mangga tjengkir uit de regentschappen Indramajoe en Cheribon, in het afzetgebied Batavia, werden eenige cijfers gevonden, welke in tabel IV werden verzameld, en die een beeld geven van hetgeen de tanis en de opkoopers (bakoels) ontvangen.

TABEL IV. Opbrengst-verdeeling van mangga's uit het Cheribonsche, gemarkt te Batavia.

Vruchtensoort	tijdstip	a	b – a	c	a	b – a
		in cts per 100 vr.			in % van c	
m. tjengkir . . .	Oct. 1934	90	90			
	Nov. 1934	67	28	230	29	12
	Sept. 1935	88	32	450	19	7
	Oct. 1935	60	75	240	25	31
	Nov. 1935	66	53	250	26	21
	Oct. 1936	100	– 4	400	25	– 1
m. kidang	Nov. 1934	41	6	185	22	3
	Nov. 1935	60	2	125	45	2
m. gedong . . .	Oct. 1936	72	3	125	59	2

a = ontvangen door den producent. b–a = bruto-winst van den opkooper.
c = ontvangen door den detail-verkooper van den consument.

Uit deze gegevens blijkt, dat de tani van den gulden van den consument ongeveer 25 cts ontvangt, en de winst van den bakoel omstreeks 10 cts bedraagt. Er komen zoowel groote winsten (31%) als verliezen voor (–1%). Dit laatste cijfer vindt zijn bevestiging in de mededeeling, dat de bakoels weinig winst maken en tegenover den groothandelaar in een ongunstige positie verkeeren.

In tabel V vindt men een onkostenrekening, waarin ook gegevens betreffende het transport en de winsten der andere tusschenhandelaren zijn verwerkt. Hierbij werd aangenomen, dat de abang in het Cheribonsche en de groothandelaar te Batavia compagnons zijn, die de gemaakte brutowinst gezamenlijk deelen. Bij de beoordeeling van de volgende cijfers moet men in aanmerking nemen, dat de prijs, dien de consument betaalde, zeker in het volle seizoen lager zal zijn, dan hier werd opgegeven.

Uit deze gegevens blijkt, dat de tani 24 cts ontvangt van iederen door den consument uitgegeven gulden; de gemiddelde winst van den bakoel is omstreeks 10%, die van den groothandel ongeveer 15%. De kleinhandel maakt een winst van 20% en de transportonderneming 13%. Deze gegevens zijn natuurlijk zeer globaal, maar stemmen, voor zoover men hen vergelijken kan, overeen met de resultaten van tabel IV.

Voor mangga's uit Oost-Java, in 1936 te Batavia gemarkt, was

TABEL V. Opbrengst-verdeeling van 100 mangga tjengkir uit Indramajoe, gemarkt te Batavia in 1934, uitgedrukt in cts en in procenten van den door den consument betaalden prijs.

Omschrijving	voorseizoen		vol seizoen	
	in cts	in %	in cts	in %
ontvangst boombezitter	75	25	66	22
winst bakoel	45	15	14	5
verpakkingsmateriaal	8	3	8	3
bandar abang	36 [1])	12	53 [2])	18
transportkosten per trein	40	13	40	13
groothandel te Batavia	36 [1])	12	54 [2])	18
winst kleinhandel	60	20	65	21
consument	300	100	300	100

[1]) Halve bruto-winst van bandar abang en groothandelaar te Batavia, te zamen 72 cts.

[2]) Halve bruto-winst van idem idem, te zamen 107 cts.

het relatieve aandeel van den tani in den verkoopsprijs, zeer ongunstig (zie tabel VI).

Volgens deze gegevens ontving de tani in 1936 voor 100 golekvruchten 81 cts, en voor 100 gadoeng 89 cts. Van de vruchten, die te Soerabaja en Malang gemarkt werden, ontving de tani echter een veel grooter gedeelte van de opbrengst. De consument te Soerabaja immers betaalde gemiddeld 350 à 340 cts per 100 vruchten, het absolute aandeel van den tani in dit bedrag was hetzelfde als bij de te Batavia gemarkte vruchten, het relatieve echter resp. 23 % en 26 %. Te Malang betaalde de consument in het zelfde jaar voor de onderhavige vruchtensoorten gemiddeld 180 en 210 cts; hiervan ontving de tani dus 45 % en 24 %.

Ten slotte nog eenige gegevens over de kosten van het markten van djeroek keprok uit Garoet. In 1935 ontving de boombezitter gemiddeld 100 cts per 100 vruchten. De consumenten te Batavia en Bandoeng betaalden in het seizoen voor hetzelfde aantal gemiddeld resp. 260 en 350 cts. In dit geval kreeg de tani dus resp. 39 % en 29 % van de uiteindelijke opbrengst.

Er moet de nadruk op worden gelegd, dat deze verhoudingsgetallen gemiddelden zijn en niet gelden voor boombezitters, die

TABEL VI. Opbrengst-verdeeling van een kist mangga golek (50 vruchten) en een kist mangga gadoeng (60 vruchten) uit Oost-Java, gemarkt te Batavia in October 1936, uitgedrukt in cts en in procenten van den door den consument betaalden prijs.

Omschrijving	mangga golek		mangga gadoeng	
	in cts	in %	in cts	in %
ontvangst tani [1])	41	12	53	13
winst tebasser	25	7	25	6
verpakking	36	10	36	8
transport	58	16	58	14
winst grooth. in productiegebied	75 [2])	21	76 [3])	18
winst grooth. te Batavia	76 [2])	22	77 [3])	19
winst kleinh. te Batavia	50	14	95	22
consument	350	100	420	100

[1]) Uit steekproeven; betaling contant, zonder pandjer.

[2]) Halve bruto-winst van de groothandelaars in het productie- en consumptiegebied tezamen 152 cts.

[3]) Halve bruto-winst van idem idem, tezamen 154 cts.

uit geldnood hun vruchten op veel ongunstiger voorwaarden moeten verkoopen (ngidjoverkoop enz.).

Een beoordeeling van deze gegevens is uiterst moeilijk. Niet alleen zijn de hier vermelde cijfers slechts globaal, maar er ontbreekt bovendien een absolute waardemeter, om te bepalen, welk gedeelte van de uiteindelijke opbrengst ieder der tusschenhandelaren en den tani, toekomt.

Men bedenke verder, dat de fruitproductie hoogere opbrengsten per ha geeft dan de cultuur van gewassen op natte en droge bouwgronden; ook hier is dus geen economische aanwijzing te vinden waaruit men zou kunnen afleiden, dat de tani te laag betaald wordt voor zijn vruchten. Voorts maken noch opkoopers noch venters, zooals wij reeds eerder hebben gezien, onbehoorlijke winsten; zij verdienen immers een dagloon, dat geheel valt binnen het inheemsche loonpeil.

Er is evenwel een beperkt aantal groothandelaren, dat ruime brutowinsten maakt. Of hun nettowinsten eveneens ruim zijn, is niet met zekerheid te zeggen, omdat de omvang der risico's van prijsval, wanbetaling en bederf niet bekend zijn. In hoeverre het

mogelijk en gewenscht is, deze winsten anderen ten goede te doen komen, zal later onderzocht worden. Daarbij zal tevens moeten blijken, in hoeverre het maken van hoogere prijzen voor zijn fruit, voor den tani aanleiding zal zijn, om het product te verbeteren, en meer cultuurzorgen aan zijn boomen te besteden.

Samenvatting

Het onderzoek naar den handel in vruchten heeft de volgende resultaten opgeleverd. De geringe zorg, die de tani aan zijn boomen besteedt, uit zich ook hierin, dat hij zich met het oogsten en markten der vruchten in het algemeen weinig bemoeit. Verkoop der vruchten op het hout komt zeer veel voor, en het oogsten, verpakken en verhandelen wordt daarbij aan den handelaar overgelaten.

Het aantal groothandelaren (groote opkoopers en exporteurs) is beperkt en kan, voor zoover bekend, op 50 à 60 per streek worden gesteld. Het aantal kleinhandelaren en venters is veel grooter; het blijkt, dat de handel in vruchten een goede mogelijkheid tot het verkrijgen van bijverdiensten biedt.

De verkoop van het ooft geschiedt bij het oogsten of reeds van te voren. In het laatste geval wordt op voorstel van den opkooper een voorschot als bindsom gegeven. Deze bindsom is veelal in het belang van beide partijen, aangezien hij den tani en den opkooper resp. afzet en levering garandeert, en de boombezitter op gemakkelijke wijze een aanzienlijk voorschot op zijn oogst ontvangt.

Transacties met bindsom zijn dus in de meeste gevallen niet als schadelijk voor den tani te beschouwen. Wel schadelijk echter is voor een deel de ngidjoverkoop, en eveneens een gedeelte van de verhuurtransacties en verpandingen. Het euvel der verpandingen is het sterkst in Indramajoe; in mindere mate komt het ook voor in het Garoetsche en andere streken. De taak van den handelaar bestaat voornamelijk uit het koopen en verkoopen der vruchten, het geven van credieten, en het verpakken en vervoeren van zijn fruit.

Aan de verbetering van de kwaliteit van het product wordt weinig zorg besteed. In het begin van het seizoen worden vruchten rijp gestookt, en worden de weinige onrijpe met de rijpe vruchten

samen verpakt. Sorteering naar grootte komt niet voor, hoogstens worden zeer kleine exemplaren uitgeschoten. Men zorgt er voor een goed gemengde partij te verzenden, omdat sorteering der vruchten naar grootte en kwaliteit tot nu toe noch voor de groothandelaren in het productiegebied, noch voor de distributeurs in het consumptiegebied voordeelig is gebleken. Dit hangt samen met het feit, dat het gros der consumenten een goedkoope vrucht verlangt, en niet bereid is voor kwaliteitsfruit zooveel meer te betalen, dat uitsorteeren loonend wordt.

Uit de gegevens omtrent de kosten der distributie bleek, dat van den gulden, dien de consument voor vruchten uitgeeft, de tani ongeveer 25 cts ontvangt. De opkooper krijgt 10 cts, de beide groothandelaren ieder 16 cts en de venter 20 cts. De verdiensten van den tusschenhandel behalve de groothandel, bedragen ongeveer 50 cts per dag. De groothandelaren ontvangen aanzienlijk meer. De gerechtvaardigheid dezer inkomsten en de mogelijkheid deze anders te verdeelen, en wel zoo, dat de tani's meer zouden ontvangen, zullen in een volgend hoofdstuk worden besproken.

HOOFDSTUK III

COÖPERATIEVE VERKOOPORGANISATIES VOOR OOFT BUITEN NEDERLANDSCH-INDIË

PROBLEMEN VAN DEN VRUCHTENHANDEL IN HET BUITENLAND

In den loop der laatste honderd jaren heeft in den goederenhandel een reeks van veranderingen plaats gevonden, die volgens HIRSCH (22) samen hangen met de ontwikkeling der handels- en industriegebieden. Daar concentreerde zich een zeer groote menschenmassa, die alles, wat zij voor levensonderhoud noodig had, moest koopen. De bevolking dezer gebieden steeg niet alleen in aantal, maar ook haar koopkracht werd tot den wereldoorlog steeds grooter. Om aan deze massaconsumptie te voldoen moest het product in groote kwantiteiten worden geproduceerd en aangevoerd. Door de sterke specialisatie in de voortbrenging, werden de goederen meer en meer dáár geproduceerd, waar dit het best en goedkoopst kon geschieden. De afstand tusschen de plaats van productie en van consumptie als remmende factor, speelt hierbij meer en meer een ondergeschikte rol door het versnellen van het transport en het in dienst stellen van koelschepen en koelwagons, waardoor de goederen over de langste afstanden zonder te bederven kunnen worden vervoerd.

Dientengevolge komen producent en consument verder van elkaar te wonen en zoo zegt HIRSCH „legt zwischen sie erst Provinzen, dann Länder, zuletzt Erdteile und Weltmeere". De band tusschen producent en consument wordt hierdoor steeds losser. Hetzelfde geldt voor de verhouding tusschen winkelier en klant. Terwijl men vroeger zijn vaste leveranciers had en tusschen klant en winkelier een zeer persoonlijke relatie bestond, welke een garantie vormde tegen het leveren van slechte waar, wisselt men

tegenwoordig gemakkelijk van leverancier. Door het verdwijnen van deze persoonlijke relatie werd echter het leveren van slechte kwaliteit in de hand gewerkt; steeds meer werd de kwaliteit der goederen slechter, nam het aantal vervalschingen toe. Hiertegen ontstond echter een reactie, en wel in den vorm van de levering van het merkartikel, d.w.z. het artikel van constante goede kwaliteit in een gestandaardiseerde verpakking, herkenbaar aan het merk van producent of verpakker. De capabele producent of handelaar heeft de gelegenheid, zijn waar te doen onderscheiden van het product van slechte kwaliteit van zijn concurrenten, door zijn merk op de verpakking aan te brengen. Tevens kan het publiek door het koopen van bepaalde merkartikelen, zich verzekeren van goederen van goede kwaliteit. Het merkartikel wordt op deze wijze een beveiliging van den kooper tegen bedrog, en daarom veroveren de merkartikelen hoe langer hoe meer de markt. Bij het toenemen van den verkoop van artikelen van één soort onder merk, wordt het des te belangrijker voor den individueelen producent, om zijn merk onder de aandacht van de koopers te brengen. Dit doet hij door middel van reclame, die voortdurend intensiever en dus ook duurder moet worden.

Als tweede oorzaak, die het ontstaan van het merkartikel in de hand zou werken, noemt HIRSCH het feit, dat de smaak van de consumenten, zooveel eenvoudiger is geworden. Variatie in soort en kwaliteit der aangeboden goederen wordt steeds minder vereischt, waardoor het gestandaardiseerde product gemakkelijk ingang kan vinden.

De standaardisatie

Dezelfde tendenz tot het leveren van merkartikelen is eveneens duidelijk waar te nemen in den vruchtenhandel; daar treden naast het op traditioneele wijze markten der vruchten, nieuwe vormen naar voren. Dit hangt eveneens samen met de grooter wordende vraag naar vruchten, waardoor steeds verder verwijderde productiegebieden voor de vruchtenvoorziening worden ingeschakeld. Oorspronkelijk werd voor de markt het fruit geteeld in boomgaarden in de omgeving van het consumptiegebied; deze waren weinig gespecialiseerd en bestonden uit een groot aantal variëteiten. Aan

cultuurzorgen werd geringe aandacht besteed, omdat de ooftteelt slechts een bijcultuur was, en de boer voor zijn bestaan in hoofdzaak op inkomsten uit andere culturen was aangewezen. Deze toestand bestond veelvuldig in Europa en in mindere mate in de fruitgebieden van het Oosten der Vereenigde Staten. Het fruit werd met zeer weinig zorg gemarkt; de teler liet het oogsten, verpakken en het zoeken van een markt, zooveel mogelijk aan den handelaar over. De handelaar (en de teler) verpakten groote en kleine, gezonde en zieke vruchten tezamen in één fust. Het verpakkingsmateriaal vertoonde in aard en inhoud veel variaties. Men gebruikte teenen en spanen manden, zakken, kisten, vaten enz. Uit een in 1921 gehouden onderzoek in Engeland [69] bleek, dat men voor 2, 3, 4, 5 en 6 lb. inhoudende manden, 22 typen had met een groote variatie van inhoud; de groote 3 lb. mand kon meer fruit bevatten dan de kleinste 4 lb. mand. Het kwam vaak voor, dat de mooiste vruchten zoodanig gerangschikt werden, dat een kooper bij een oppervlakkige inspectie omtrent de werkelijke kwaliteit misleid werd. Bovengeciteerd rapport geeft een sprekend voorbeeld van een dergelijk ongestandaardiseerd product. Een mand Victoriapruimen die 24 lb. rijpe vruchten moest inhouden, bleek bij inspectie slechts $22^3/_4$ lb. te bevatten. Van den inhoud was iets meer dan de helft rijp of bijna rijp, $^1/_3$ was geheel onrijp (hard groen), terwijl de rest ziek, misvormd of beschadigd was. Traden deze misstanden veelvuldig op, dan moesten de handelaren die geen tijd hadden voor een nauwkeurig onderzoek, een ruime winstmarge nemen ten einde zich tegen dergelijke schadeposten te dekken.

De steeds grooter wordende vraag naar vruchten had niet alleen tot gevolg, dat de productie der dichtbij gelegen gebieden zich uitbreidde, maar vooral, dat steeds verder gelegen fruitcentra deel gingen nemen in de fruitvoorziening, zooals het Oosten der Vereenigde Staten, Zuid-Afrika, Australië, Brazilië, Nieuw-Zeeland. Eenige voorbeelden kunnen hierbij dienen. Volgens het rapport over het fruit, uitgebracht door het Imperial Economic Committee [74], produceerde Engeland in de jaren 1900–1904 gemiddeld 2.4 millioen cwts appels (1 cwt = 50.4 kg) en het importeerde 2 millioen cwts. In 1924 was de Engelsche productie hetzelfde gebleven, doch de import van appels bedroeg 7.2 millioen cwts. In

deze 10 jaren was de invoer uit Canada en de Vereenigde Staten verdubbeld en die uit Australië vervijfvoudigd. Terwijl tot 1914 nog geen vruchten uit Nieuw-Zeeland werden geïmporteerd, beliep die import in 1924 reeds 80.000 cwts.

In deze veraf gelegen streken, in het bizonder in de Vereenigde Staten, is de fruitteelt voor de producenten veelal een hoofdteelt geworden. De aanleg der boomgaarden is daardoor rationeeler dan in Europa; men vindt er een veel beperkter aantal vruchtboom-variëteiten. Vooral de typen, die vruchten leveren, die slecht bestand zijn tegen transport over langen afstand, worden niet meer aangeplant. Aan de bestrijding van plantenziekten wordt groote aandacht besteed en evenzoo aan het sorteeren en verpakken en het markten der vruchten. Het langdurige transport der vruchten, maakte het nemen van bizondere maatregelen noodzakelijk. Aan het verpakkingsmateriaal moesten hoogere eischen van uniformiteit worden gesteld, teneinde het opstapelen in koelwagens en scheepsruimten te vergemakkelijken. Aan deze eischen kon gemakkelijk worden voldaan, omdat men groote partijen fruit moest verpakken en het verpakkingsmateriaal in het groot kon inslaan.

Voor een goede verpakking was het van het grootste belang, dat de vruchten althans eenigszins naar grootte werden gesorteerd, waardoor ook de inhoud der kisten uniformer werd. Het fruit, dat van verre op de consumptiemarkten werd aangevoerd, waarop hooge verpakkings- en transportkosten drukten, moest dus hoogere prijzen opbrengen dan de concurreerende vruchten uit meer nabij gelegen streken. Ten einde dit te bereiken was het noodzakelijk minderwaardige variëteiten in de veraf gelegen streken uit te schakelen en de kwaliteit van het ooft op te voeren. Het volgende citaat geeft den toestand in het kort weer (41):

„Taken as a whole the apple industry of the boxed-apples states (Washington, Oregon etc.) may be said to be more specialised than that of the barreled-apples states (New-York, Virginia etc.). There is more intensive cultivation of fewer varieties, closer attention and adherence to grading and packing standards, and a greater tendency toward cooperative effort. In view of their distance from the larger and foreign markets and the competition faced from those producers nearer to important consuming centres, the specialisation of the boxed-apples States becomes as

much a matter of necessity as of choice." Eenige cijfers kunnen deze situatie nog duidelijker maken. De „barreled-apples" werden in 1921 gemiddeld over 400 mijlen vervoerd en de transportkosten maakten 12% van den groothandelprijs uit, terwijl voor „boxed-apples" deze getallen waren 2800 mijlen en 36% [8]. In sommige opzichten kon gemakkelijk en zonder veel extra onkosten aan deze eischen van kwaliteit worden voldaan, omdat de productievoorwaarden in de nieuwe streken aanzienlijk gunstiger waren dan in de oudere fruitgebieden. Het uniforme en droge klimaat van Washington en Oregon bevordert de kleuring der appels aanmerkelijk, bovendien kan men bij een zich uitbreidende teelt gemakkelijk met de nieuwste resultaten van onderzoek rekening houden. In streken met een lang gevestigde cultuur kan men daarentegen niet snel tot het rooien en omenten van minder goede soorten overgaan. Immers, dit brengt een kapitaalsvernietiging met zich, die men wil vermijden. Bovendien blijkt, dat ook de mindere kwaliteiten vaak met winst in het nabij gelegen afzetgebied kunnen worden gesleten. Al deze factoren droegen er dus toe bij, dat uit deze nieuwe gebieden vruchten werden geleverd in uniforme kistverpakking, waarop het merk van den teler, de coöperatie, of den handelaar was aangebracht, terwijl in een kist of vat nog slechts vruchten van gelijke grootte en kwaliteit werden verpakt (standaardiseeren).

Essentiëel is dus daarbij, dat het ooft wordt gesorteerd en de slechtste vruchten (culls) worden uitgeschoten. De goede vruchten worden onderverdeeld in kwaliteitsklassen (grades) en gesorteerd op grootte. Dit standaardiseeren maakte een ontwikkeling door; oorspronkelijk immers geschiedde de sorteering volgens regels, die van teler tot teler wisselden en niet ieder jaar dezelfde waren, doch langzamerhand werden zij van jaar tot jaar en van kweeker tot kweeker gelijk. In dit proces heeft de overheid veelal een werkzaam aandeel gehad.

Zoo werden in 1911 reeds door den Staat Washington uniforme maten vastgesteld voor de kisten, waarin de appels werden verpakt. Een tweede stap in deze richting werd gezet, toen na den oorlog de eischen voor de eerste, tweede en derde kwaliteit appels, welke werden aangeduid met Extra Fancy, Fancy en C grades, in dien Staat werden genormaliseerd. Alle appels, die onder deze

kwaliteitsaanduidingen worden verkocht, moeten voldoen aan de gestelde eischen, die gelden voor het geheele productiegebied en van jaar tot jaar gelijk zijn. Het zijn echter minimum eischen, zoodat verschillende coöperaties gelegenheid hebben strenger te sorteeren en zich daardoor een voorkeur bij de koopers kunnen verschaffen, doordat zij een betere kwaliteit leveren dan vereischt is.

Als voorbeeld van de eischen, opgesteld door de Staat Washington, geef ik hier de voorwaarden, waaraan eerste kwaliteit Winesap-appelen moeten voldoen, om te mogen worden bestempeld als Extra Fancy. De kist, waarin zij volgens bepaalde regels worden verpakt, moet de volgende binnenwerksche afmetingen hebben: 18 × 11½ × 10½ inch. Zijn de appels model gesorteerd en verpakt, dan kunnen daarin naar gelang van de grootte der vruchten, 88, 100, 113, 125, 138, 150, 163, 180, 198, 216, 234 appels worden geplaatst. Het gewicht van de gevulde kist blijft dientengevolge steeds ongeveer 44 lbs. Verder is vereischt, dat de vruchten alle van dezelfde soort zijn, met de hand geplukt en ieder afzonderlijk in papier gewikkeld; deksel en bodem moeten eenigszins bol staan, teneinde den inhoud op zijn plaats te houden. Verder moeten de vruchten schoon, goed gevormd, vrij van bederf en beschadiging zijn. Ook moet het oppervlak der schil voor minstens drie kwart rood gekleurd zijn. Op zijn hoogst mogen totaal 10% der vruchten op de een of andere wijze onder de norm blijven, doch van rotte vruchten mogen er slechts $^1/_{10}$% in de zending voorkomen. De eischen voor tweede kwaliteit vruchten (Fancy) zijn minder streng. De Winesap-appels behoeven slechts voor $^1/_4$ gekleurd te zijn, terwijl de vorm der vruchten van den norm eenigszins mag afwijken *(41)*.

Door deze eischen van kwaliteitsaanduiding zijn de producten uit die streek tot een merkartikel geworden. De kooper weet nu, dat, ongeacht van welken producent het fruit afkomstig is, de appels in kisten uit den Staat Washington uniform van kwaliteit, gewicht en grootte zijn. De „Amerikaansche" appel is een standaard begrip geworden zooals Edammer kaas en Ford automobielen.

Dergelijke eischen zijn ook verplicht gesteld voor den export van vruchten uit Canada en Zuid-Afrika, ten einde te voorkomen dat de goede naam, dien deze genieten, bedorven zou kunnen worden door exporteerende knoeiers.

Het standaardiseeren van appels, verpakt in vaten, is niet dwingend voorgeschreven. De federale regeering heeft eischen van kwaliteitsaanduiding voor dit ooft opgesteld, op basis waarvan de regeering op verzoek van exporteurs, partijen appels laat inspecteeren om te bepalen of de vruchten model zijn verpakt en of de inhoud der kisten voldoet aan de federale of staatseischen voor de kwaliteitsaanduiding, die op de kisten voorkomt. Voldoet de partij aan de gestelde normen, dan wordt daarvan een verklaring afgegeven, welke verklaring voor den exporteur van belang is in geval er bederf in de zending is opgetreden en hij moet kunnen bewijzen dat de vruchten in goede conditie door hem zijn afgeleverd. Doch deze eischen behoeven niet altijd te worden gesteld door de regeering. Het standaardiseeren van den sinaasappel in Californië is het werk geweest van de groote coöperatie The California Fruit Growers Exchange, die haar eerste kwaliteit product onder het merk „Sunkist" en haar tweede kwaliteit onder „Red Ball" markt (38).

Nog moet worden vermeld, dat men in Engeland de standaardisatie tracht te bevorderen door van regeeringswege voorschriften te geven voor het standaardiseeren van verschillende vruchtensoorten. Iedereen die een voldoende hoeveelheid fruit produceert of verhandelt, en zijn vruchten verpakt volgens deze eischen en nog aan eenige andere minder belangrijke voorwaarden voldoet, mag op zijn kisten het nationale merk voor kwaliteitsfruit voeren.

Voordeelen van standaardisatie

Het verhandelen van gestandaardiseerd fruit in gestandaardiseerde verpakking biedt een reeks voordeelen, welke in hoofdzaak tot uiting komen in een vereenvoudiging van de distributie, die ten deele daardoor en ten deele onafhankelijk daarvan, goedkooper kan geschieden dan de distributie van het niet gestandaardiseerde product.

Een tweede belangrijk voordeel is dat het maken van reclame op grooten schaal voor een bepaalde ooftsoort eerst mogelijk wordt, wanneer men over gestandaardiseerd fruit beschikt.

De vereenvoudiging van de distributie komt tot stand, doordat bij verhandeling van gestandaardiseerd ooft de kooper reeds dat-

gene kent, wat hem geleverd zal worden, aan het merk of aan de kwaliteitsaanduiding; hij behoeft dus de waar niet van te voren te inspecteeren en kan haar op beschrijving, d.w.z. op kwaliteitsaanduiding met keuringscertificaat koopen, terwijl de betaling zonder nadere inspectie kan geschieden tegen overgave van de documenten. Daardoor kunnen kooper en verkooper de diensten ontberen van den commissionnair, die ten doel hadden den kooper gelegenheid te geven in verband met de variabiliteit van het fruit, vóór den koop het product te inspecteeren en de waarde te bepalen. Om deze inspectie te kunnen doen plaats vinden moest de commissionnair over de noodige opslagruimten beschikken. Tot bovenbedoelde diensten behoorde ook het innen van de koopsom door den commissionnair ten behoeve van zijn opdrachtgever. Aangezien de commissionnair den kooper eenigen tijd crediet moest geven en den opdrachtgever contant moest betalen, bracht dit risico's mede, die natuurlijk de kosten der distributie verzwaarden.

Bij den verkoop van gestandaardiseerd fruit gaat alles, zooals gezegd, veel eenvoudiger. Men roept de hulp van een makelaar in, die slechts kooper en verkooper tot elkaar behoeft te brengen, doch geen faciliteiten van opslag en crediet verleent en dus goedkooper kan werken dan de commissionnair.

De verkoop zonder inspectie heeft bovendien het voordeel, dat men de vruchten elk moment op bestelling kan verkoopen b.v. terwijl zij nog aan den boom hangen, f.o.b. plaats van productie, en rollende. Dit vergemakkelijkt den verkoop op langen afstand met zijn ruime afzetmogelijkheden, omdat men gedurende het geheele seizoen orders kan verkrijgen en niet behoeft te wachten tot het oogenblik, dat het verpakte product op de consumptiemarkt is aangekomen. Men vermijdt hiermede overvoering van markten met daaruit voortvloeiende kostbare herconsignaties.

Doordat de kooper bij het gestandaardiseerde fruit zeker is van gewicht en kwaliteit der waar, vermindert zijn risico, met het gevolg, dat zijn winstmarge kleiner kan zijn. Bovendien kan hij snel en zeker die partijen fruit krijgen, die het best geschikt zijn voor zijn specialen kring van meer of minder eischende klanten. Bij ongestandaardiseerd fruit kan de winkelier immers dikwijls een gedeelte van een partij niet gebruiken, omdat het of te goed of te slecht is voor zijn klantenkring.

Door vele onderzoekers wordt als groot voordeel van het standaardiseeren beschouwd, dat de slechte vruchten niet op de markt komen. Deze vruchten zouden minder opbrengen dan de kosten van transport e.d., zoodat elimineering dezer vruchten een directe besparing zou beteekenen. Zooals nog nader zal worden uiteengezet is deze opvatting echter niet steeds juist.

Een niet direct in geld uit te drukken voordeel van standaardisatie is verder de mogelijkheid, dat zij een betere vergelijking van marktprijzen toelaat, waardoor men gemakkelijker prijsverschillen op de diverse markten leert kennen en tot een betere distributie kan geraken.

Ook het reclame maken wordt, zooals reeds boven aangeduid, eerst mogelijk wanneer men een product heeft van constante kwaliteit en constant uiterlijk; het koopende publiek kan zich dan een voorstelling vormen van de producten waar het om gaat bij de propaganda voor een bepaald merk. Immers, alleen reclame voor een merk waaronder millioenen kisten worden verhandeld, blijft in de gedacht van het publiek hangen en kan succes hebben. Een onderzoek naar de bekendheid van appelmerken wees uit, dat slechts $^1/_5$ van de koopers een appelmerk kende en dan nog alleen maar dat van zeer groote coöperaties (55).

Grenzen der standaardisatie

Nu vraagt men zich wellicht af, waarom dan niet iedere producent tot standaardiseering van zijn product overgaat. De meeste onderzoekers meenen, dat het antwoord op deze vraag te vinden is in de onwetendheid en gemakzucht van den boer, die liever bij het oude blijft, ook al brengt hem dat geen voordeel. Ten einde deze mentaliteit te veranderen is betere voorlichting gewenscht en men meent, dat alleen het maken van een voortdurende propaganda voor beter verpakken en sorteeren van fruit, onder uiteenzetting van de voordeelen, welke deze standaardiseering biedt, in staat zal zijn den boer tot een betere verzorging van zijn oogst te brengen.

De literatuur over dit onderwerp is dan ook rijk aan uiteenzettingen van de voordeelen van standaardiseeren. Sommigen staven hun reeds eerder vermelde beweringen met getallen en

voorbeelden, waarvan de meesten niet aan de praktijk zijn ontleend. Anderen doen het op zuiver theoretische overwegingen. Doch steeds is de eindconclusie, dat de productie van kwaliteitsfruit gewenscht en gerechtvaardigd is. BOYLE gaat zelfs zoo ver, dat hij het feit, dat gesorteerde partijen fruit meer opbrengen dan dezelfde partijen ongesorteerd, bijna tot een economische wet verheft. Het is echter merkwaardig dat in deze literatuur over de voordeelen van beter sorteeren en verpakken, ook feiten worden genoemd, waaruit men kan afleiden, dat standaardiseeren boven een bepaalde grens juist niet loonend is.

Ten onrechte wordt naar mijn meening aan deze feiten niet die principiëele beteekenis toegekend, die zij verdienen. Men ziet ze als voorbijgaande nadeelen in plaats van aanwijzingen, dat ook op het gebied van sorteering en verpakking, evenals op andere gebieden den landbouw betreffend, de wet van de verminderde meeropbrengsten van toepassing is, en dat dus steeds een grens zal worden bereikt, waarbij scherper sorteeren en beter verpakken niet meer rendabel zijn. Twee groepen factoren zijn, afgezien van de kosten van verpakken en sorteeren, van groot belang, nl. 1e de prijsdepreciatie, die het uitschot t.o.v. de ongesorteerde partij, en de prijsappreciatie die de eerste kwaliteit t.o.v. de ongesorteerde partij ondergaat; 2e de verhouding van het uitschot en van de eerste kwaliteit in de ongesorteerde partij.

De eerste groep van factoren hangt weer ten nauwste samen met het vermogen van het publiek om betere kwaliteit te appreciëeren en deze appreciatie in geld uit te drukken, d.w.z. de koopkracht van het publiek. Statistische gegevens ontbreken echter om deze verschijnselen in een juist verband te kunnen plaatsen en om nauwkeurig te kunnen bepalen onder welke omstandigheden de factoren koopkracht van het publiek, appreciatievermogen voor eerste klas fruit, enz. enz. de rentabiliteitsgrens hebben bereikt. Men kan dan ook slechts conclusies trekken uit meer of minder nauwkeurige beschrijvingen van de resultaten van het standaardiseeren. Dan blijkt dat de ervaring leert, dat goed sorteeren veel resultaat geeft. Men neemt in de Vereenigde Staten algemeen aan, dat de grens der rentabiliteit vrij hoog ligt, omdat men meent op een ruim publiek te mogen rekenen, dat steeds mooier fruit voldoende zal appreciëeren. Teekenend is in dat verband, hetgeen BOYLE zegt

om de rentabiliteit van het steeds beter sorteeren te verdedigen: „Yet in actual marketing practice if the customer must make het choice between quality and cheapness, he puts quality first, cheapness is secundary."

Toch is het naar mijn meening onjuist om zelfs al voor de Vereenigde Staten aan te nemen, dat de grens van het rendabel zijn van sorteeren buitengewoon hoog ligt. Duidelijk blijkt uit de verschillende beschrijvingen van den handel in appels — exacte rentabiliteitsberekeningen zijn mij niet bekend — dat sorteering in de Vereenigde Staten niet meer loonde als een grens werd bereikt, waarbij het publiek voor de betere kwaliteit weinig meer betaalde, en de uitgeschoten vruchten aanzienlijk minder opbrachten door het ontbreken van de mooie vruchten. Zoo wordt door STOKDIJK (55), vermeld, dat in 1930 in Californië bleek, dat het instellen van een eliteklasse van extra mooi gestreepte vruchten voor Gravesteinappels, niet mogelijk was, omdat de prijs, dien het publiek voor deze superieure vruchten wilde betalen niet voldoende was, om het prijsverlies op de overgeblevenen van mindere kwaliteit uit de partij goed te maken.

Zou men nu nog kunnen aanvoeren dat het boven geciteerde geval een scherper sorteeren betrof, dat uitging boven de geijkte wijze van standaardiseeren, dan wijzen toch de volgende feiten erop, dat ook de normale sorteering slechts reden van bestaan heeft voor zoover het erom gaat, het beter gesitueerde publiek dat voor eerste klas fruit veel geld over heeft, te voorzien van vruchten die van verre zijn aangebracht. De afzet van „Extra Fancy" appels van de variëteit „Delicious", welke variëteit zeer duur is, gaat veel minder gemakkelijk dan die van de derde kwaliteit, die beter binnen het bereik van de massa ligt. Naar deze derde kwaliteit, de C grade, is een groote vraag, hoewel zij niet mooi gekleurd is en weinig aroma bezit; omdat zij echter goedkoop is en behoort tot een goed bekend staande soort, wordt zij toch graag gekocht. Een onderzoek naar den afzet van verschillende appelsoorten in Californië wees bijv. ook uit, dat Gravesteinappels, hoewel erkend als een „high-quality dessert apple", toch op vele markten niet konden concurreeren tegen het goedkoopere locale product (18).

Opmerkelijk is tevens dat gestandaardiseerde appels, die, verpakt in kisten, uit de staten aan den Stillen Oceaan in New York

en Boston worden aangevoerd, in deze steden eerst met succes kunnen concurreeren, wanneer het goedkoope fruit, dat uit de naaste omgeving (± 80 km afstand) wordt aangebracht, uit de markt is. De aanvoer van dit goedkoope ongesorteerde fruit van slechte kwaliteit, wordt zeer bevorderd door den truckman-merchant, d.i. de vrachtauto-bezitter, die ladingen fruit koopt, en het met zijn wagen naar de stad brengt om het daar te verkoopen. Door zijn lage exploitatiekosten en het ontbreken van de noodzaak van overladen, kan hij het product gemakkelijk verkoopen en toch hooge prijzen betalen bij het inkoopen. „At times, zegt CONVERSE, they (dat zijn de truckmen-merchants) pay as much, for full ripe or No. 2, products as the railshippers pay for No. 1, produce." Hieruit blijkt dus, dat slechte kwaliteit vruchten dikwijls ook zeer gezocht zijn en gelijke prijzen opbrengen als het betere fruit.

Men gaat dan ook in de Vereenigde Staten niet graag tot het scherp standaardiseeren van de verpakking over en steeds weer treft men uitspraken aan, die er op wijzen dat men ertoe werd gedwongen, om concurrentie het hoofd te bieden en dat men dan van den nood een deugd maakte.

De appelproducenten in het Westen der Vereenigde Staten voeren de kwaliteit hunner producten op, ten einde in het Oosten te kunnen mededingen. Ondanks den verren afstand waarover zij vervoerd moeten worden, verdrijven de goede kwaliteiten de slechtere en goedkoopere locale soorten. Dit is echter alleen het geval bij het koopkrachtige publiek; bij de minder koopkrachtige consumenten houden de goedkoopere soorten stand, omdat zij geschikt zijn voor de consumptie der massa, die slechts weinig voor haar vruchten kan betalen.

Nog duidelijker teekent de beperkte toepassingsmogelijkheid der standaardisatie uit het gezichtspunt der rentabiliteit, zich af bij een betere sorteering van vruchten (eveneens voornamelijk appels) in de landen van West-Europa. Men wordt in deze gebieden in hoofdzaak gedwongen tot de invoering van een goede sorteering van fruit door de concurrentie van de geïmporteerde Amerikaansche appels. Daarbij moet echter de vraag onder het oog worden gezien, hoever men met de invoering dezer standaardisatie moet gaan. Tot het stelllen van deze vraag is alle aanleiding.

In Engeland wordt groote propaganda gemaakt voor de productie van fruit in standaardverpakking onder het nationale merk. Toch klagen de kweekers dat het sorteeren van de vruchten niet loonend is, omdat de uitgesorteerde slechte vruchten zoo weinig opbrengen. Ten einde deze moeilijkheden op te lossen, stelt men voor naar middelen te zoeken om dit afvalfruit tot hoogwaardige bijproducten te verwerken (Report on Fruit Marketing in England and Wales).

In Nederland liggen de moeilijkheden van de uitvoering van de standaardisatie zoowel bij de geringe appreciatie van het eerste kwaliteitsfruit, als bij de geringe opbrengst van het uitgeschoten tweede kwaliteitsfruit. De geringe appreciatie van goed fruit blijkt onder anderen hieruit, dat het groote publiek veelal voor eerste zoowel als tweede kwaliteits druiven één en denzelfden prijs besteedt. In een dergelijk geval is het voor de handelaren voordeeliger alleen tweede kwaliteits vruchten om te zetten, welke voor een lageren prijs kunnen worden ingekocht en daardoor een ruimere winstmarge laten dan de betere druiven. Als oorzaak van het ontbreken van een prijsdifferentiatie geeft men op, dat het publiek voor vruchten slechts een bepaald bedrag wil uitgeven en bovendien te weinig onderscheidingsvermogen heeft om eerste en tweede kwaliteit duidelijk van elkaar te onderkennen. Hetzelfde verschijnsel doet zich ook voor bij appels. De extra mooie vruchten (eliteklasse) brengen dikwijls evenveel of zelfs minder op dan de eerste kwaliteit. Deze anomalie verklaart men door er op te wijzen, dat de fruitteelt nog niet zoover ontwikkeld is, en misschien ook door klimaatsomstandigheden zich nooit zoover zal ontwikkelen, dat dit elitefruit in groote partijen geregeld kan worden aangevoerd. Door de elitekwaliteit in den kleinhandel te brengen zou men eenerzijds een vraag er naar scheppen, waaraan men niet zou kunnen voldoen, terwijl anderzijds de eerste kwaliteit in aanzien en prijs zou dalen. Om dit te voorkomen betaalt men dan voor de eliteappels op de veiling gelijke prijzen als voor de eerste kwaliteit en mengt hen voor den détailhandel dooreen. Ook hier is in de appelcultuur de moeilijkheid, dat een te groot gedeelte aan uitschot het sorteeren niet loonend maakt. Volgens mondelinge informaties is op de fruitveiling van Goes gebleken, dat sorteeren eerst rendabel wordt, wanneer de partijen meer dan 50% eerste

kwaliteitsfruit bevatten. Aanvoer van goede partijen (d.w.z. met meer dan 50 % prima vruchten) wordt veelal eerst mogelijk geacht nadat cultuurmaatregelen zijn genomen, zooals ziektebestrijding, beter snoeien, dunnen der vruchten. De cultuurmaatregelen worden evenwel eerst ingevoerd als de fruitcultuur hoofdcultuur is geworden. Dan zal tevens blijken dat de kosten van deze maatregelen worden goed gemaakt door een ruimere en regelmatigere dracht der behandelde boomen. De producent gaat echter eerst over tot intensiveering van het bedrijf indien hij door voorlichting overtuigd kan worden van de rentabiliteit der gepropageerde maatregelen.

Welke maatregelen zullen echter rendabel blijken en welke niet? Het lijdt geen twijfel, dat een sterkere bestrijding van de plantenziekten in den boomgaard vrijwel steeds rendabel zal zijn en eveneens het snoeien en verjongen van oude en verwaarloosde aanplantingen, waardoor de productie aanmerkelijk zal worden opgevoerd.

Het omenten van appelboomen met enten van hoogwaardige soorten zal in vele gevallen loonen. Voor de hoogwaardige appelsoorten (handappels) zal ook standaardisatie van verpakking noodig en rendabel zijn en wel in de eerste plaats het sorteeren op grootte der vruchten. Sorteering op kwaliteit (elite, eerste en tweede kwaliteit) zal echter zooals gezegd, eerst loonen indien in de te sorteeren partijen meer dan 50 % goede vruchten (elite en eerste kwaliteit) aanwezig is.

Of een nadere verdeeling der goede vruchten in elite en in eerste kwaliteit gewenscht is, meen ik te moeten betwijfelen. Er is niet genoeg aanvoer van elitefruit, en bovendien wordt elitefruit niet zooveel hooger geapprecieerd dan eerste klasse fruit, dat de kosten van het uitsorteeren zouden worden goedgemaakt. Zoo bleek op de veiling in Goes het prijsverschil tusschen elitevruchten en eerste kwaliteit dikwijls ongeveer f 2,— per 100 kg te bedragen (1936/'37). Uit 100 kg eerste kwaliteit vruchten konden echter slechts 10 % of 10 kg blanke elitevruchten worden uitgezocht. Door sorteeren steeg de waarde van de gemengde partij van 100 kg dus met $^1/_{10} \times$ f 2,— = f 0,20. De kosten daarvan konden evenwel op ongeveer 25 cts per 100 kg worden gesteld. Hieruit blijkt, dat het sorteeren meer kostte dan de meeropbrengst der elite-

vruchten bedroeg. Een versterking van deze meening zie ik ook in het feit dat het Centraal Bureau voor de Veilingen uniforme verpakkingseischen slechts verplichtend voor eerste en tweede kwaliteit appels voor alle veilingen heeft voorgeschreven en de invoering voor de eliteklasse facultatief heeft gelaten.

Ook de verpakking der vruchten in gesloten eenmalig kistenmateriaal schijnt niet steeds gewenscht, omdat het Hollandsche fruit zich minder goed in kisten laat persen dan het Amerikaansche waardoor de vruchten meer kneuzen en veel bederf optreedt. Dit heeft weer het gevolg, dat de koopman gesloten kisten appels, welke lang in het koelhuis werden bewaard, niet zonder inspectie kan koopen en dus de voordeelen eener standaardverpakking ten deele verloren gaan.

Voor moesappelen en tweede kwaliteit handappelen, die door de armere lagen der bevolking met graagte worden gekocht, is noch sorteering noch een bizondere verpakking noodig en loonend.

In het voorgaande heb ik getracht aannemelijk te maken, dat standaardiseeren van sorteering en verpakking eerst loonend en mogelijk is, als de vruchtencultuur op een hooge trap van ontwikkeling staat, waar ziektebestrijding e.d. tot de noodzakelijkheden van de voortbrenging behooren, en dat bovendien een groot aantal koopkrachtige consumenten aanwezig moet zijn, dat betere kwaliteiten wenscht te koopen en voor de luxe van mooie, gave vruchten en oogelijke verpakking, ook de noodzakelijke prijsvermeerdering wenscht te betalen.

Samenvatting

Samenvattend kan men constateeren, dat het eerst de verafgelegen streken, met de gunstige productievoorwaarden, tot standaardisatie overgingen, in hoofdzaak om technische redenen, en daarmee een rijker gedeelte van de markt van het consumptiegebied wisten te veroveren. Voor de vruchten uit de nabijgelegen productiegebieden is echter nog een — ten deele zelfs goed loonend — afzetgebied gebleven, bij de armere lagen der bevolking. Waar dit afzetgebied te beperkt is geworden en de consument geleerd heeft, wat goed fruit wil zeggen, zijn ook de dichtbijgelegen streken tot productie van beter fruit overgegaan.

Deze uiteenzetting is noodig geweest omdat er een nauw verband bestaat tusschen het invoeren van de standaardisatie in den fruithandel en de ontwikkeling van de coöperaties, die ten doel hadden den afzet van vruchten te bevorderen, ten einde het lot van den fruitkweeker door gezamenlijk optreden te verbeteren.

DUMMEIER (16), die de voordeelen van het coöperatief markten voor farmers uit den Staat Washington uiteenzet, zegt: „of highest importance is the historical fact that no other system of marketing has so brought farmers to see the importance of uniformly grading and standardising their products, of maintaining their grades and of selling strictly on the basis of grade as has co-operative marketing".

Ook in landen waar het fruit nog niet gestandaardiseerd wordt, verklaart men met nadruk, dat standaardisatie niet onafhankelijk van coöperatief markten kan worden ingevoerd.

BRINKMAN, die zich zeer interesseerde voor de verbetering van de kwaliteit van het in Duitschland geproduceerde fruit, zet in een lezing getiteld: „Die Standardisierung der landwirtschaftlichen Erzeugnisse als Mittel der Absatzveredlung und Qualitätsverbesserung" uiteen, dat er een nauw verband is tusschen standaardiseering en coöperatieven verkoop. Waar ook de handelaar tot den verkoop van een gestandaardiseerd product is overgegaan, is dit, naar zijn meening, geschied ten einde te kunnen concurreeren met de coöperatie. Indien er gestandaardiseerd moet worden, en daartoe wordt men gedwongen door de buitenlandsche concurrentie, kan dat alleen door de coöperatie ter hand worden genomen. Anderzijds moet de coöperatie tot standaardiseering overgaan, opdat haar leden niet in de verleiding zullen komen, producten van te slechte kwaliteit te leveren, omdat deze immers toch gezamenlijk worden verkocht.

De belangrijkste oorzaak die maakt, dat een coöperatie die voor eigen risico handel drijft, genoodzaakt is haar product te standaardiseeren, ligt in de omstandigheid, dat, zooals wij straks uitvoerig zullen toelichten, zij veelal economisch minder efficient werkt dan de koopman. Om dit nadeel te compenseeren moet de coöperatie een beter product leveren, dat een hoogeren prijs op de markt weet te bedingen dan het product van den koopman.

Er zijn drie vormen van coöperatieve verkoopvereenigingen, nl. de Amerikaansche verkooporganisaties, de Hollandsche veilingvereenigingen en de verzendvereenigingen. Deze organisaties zullen niet alleen worden beschreven uit de gezichtspunten van noodzakelijkheid tot standaardiseering en van lotsverbetering der kweekers, doch ook ter beantwoording van de vraag, welke factoren op het slagen en mislukken dezer organisaties van invloed waren.

DE AMERIKAANSCHE COÖPERATIEVE VERKOOPORGANISATIES

Definitie van coöperatief markten

Het is moeilijk een goede definitie van coöperatief markten te vinden; ook in Amerika, waar toch de coöperatieve verkoop van ooft zoo belangrijk is, ontbreekt een eenvoudige begripsbepaling in de literatuur. Twee definities die elkaar aanvullen volgen hier.

JESNESS [23] zegt in zijn boek over coöperatief markten: „A clean-cut, comprehensive definition of co-operative marketing is not easily found. Stating that „co-operative marketing means working together for mutual benefit in solving marketing problems" furnishes a general idea as to the nature and purpose of co-operative marketing."

THOMSEN & THORNE [60] trachten coöperatief markten te bepalen in vergelijking met den particulieren handel „The essential difference between a private and a co-operative market agency is that the former has been established or is operated primarily as a means of investing capital with the objective of returning dividend thereon; while the co-operative has been established and is operated primarily because of dissatisfaction with existing marketing conditions and a desire to render a better marketing service or more renumerative returns to producers."

Vatten wij de twee definities samen, dan blijkt, dat de verkoopcoöperaties vereenigingen zijn, wier leden vrijwillig samenwerken met het doel hun producten te markten. De vereeniging verricht deze diensten in het distributieproces niet om daarmede winst te behalen, zooals dat wel het geval is in den particulieren handel, doch verricht haar diensten tegen kostprijs, teneinde de leden van de coöperatie hoogere opbrengsten voor hun voortbrengselen te

verzekeren. Bij oppervlakkige beschouwing lijkt het dat de coöperatie haar diensten goedkooper zal kunnen aanbieden dan de koopman, omdat de laatste winst wil maken en de coöperatie niet.

In werkelijkheid zal deze beschouwingswijze veelal blijken onjuist te zijn, omdat men de onkosten, die de coöperatie moet betalen voor de salarissen van haar ambtenaren en voor het eigenlijke markten, onderschat en men de winsten, die de kooplieden maken en waarvan hun levensonderhoud en hun bedrijfsonkosten dienen te worden afgetrokken, overschat. In den loop van dit hoofdstuk zal nog worden aangetoond, dat de coöperaties, die voor eigen risico handelen, veelal niet goedkooper kunnen, en soms zelfs duurder moeten werken dan de koopman.

Dat zelfs onder deze omstandigheden de coöperaties haar leden soms betere inkomsten weten te verschaffen in vergelijking met de kooplieden, moet worden toegeschreven aan het feit, dat de coöperaties zich op juiste wijze weten aan te passen aan de steeds wisselende eischen van markt en consument en een beter gestandaardiseerd product weten te leveren dan de handelaren, waardoor de eersten hoogere prijzen op de markt kunnen bedingen.

De Amerikaansche onderzoekers zijn dan ook van oordeel, dat deze laatste voordeelen, die dus niet samenhangen met het feit dat de coöperatie zich niet door het winstprincipe laat leiden, van veel grooter belang zijn voor het slagen der organisatie, dan de voordeelen die ontstaan door het elimineeren van den koopman.

Een analyse van de omstandigheden, die de coöperaties tot bloei hebben gebracht, is noodzakelijk ter beoordeeling van de economische mogelijkheden van de voor eigen risico in ooft handelende coöperaties in Nederlandsch-Indië. Voor wij echter tot een dergelijke analyse kunnen overgaan moet eerst een beschrijving van de werkwijze der coöperaties in de Vereenigde Staten worden gegeven.

Voorop zij gesteld dat de taak, die deze organisaties op zich nemen op het gebied van den handel, ruim moet worden opgevat. Zij houdt in het oogsten en verpakken der vruchten, en kan zich ook uitstrekken tot den verkoop, al dan niet met uitschakeling van handelaren in het productie- en consumptiegebied.

De werkzaamheden van de coöperaties en meer in het bizonder van de kleinere plaatselijke organisaties (local units of locals), bestaan in het verpakken van fruit van haar leden volgens bepaalde kwaliteitseischen (gestandaardiseerd verpakken). Dit verpakken geschiedt in hoofdzaak in centrale inrichtingen, packing-stations genaamd, waarheen het fruit van de leden der coöperatie na het oogsten wordt gebracht. Na voorbewerkingen als wasschen, kleuren, polijsten etc., te hebben ondergaan, wordt het gesorteerd en in kisten en vaten verpakt. Dit standaardiseeren wordt door alle coöperaties verricht, en als een van hun belangrijkste werkzaamheden beschouwd. Zij belasten zich eveneens met den verkoop van het verpakte fruit, welke op twee wijzen kan geschieden:

1e De partij van iederen aanvoerder behoudt ook na het verpakken haar individualiteit en wordt als individuëele partij onder het merk van den eigenaar verkocht;

2e De partij van den fruitproducent wordt gesorteerd en verliest daarna haar individualiteit. De kisten met vruchten van één soort en één kwaliteit worden dan met die van andere aanvoerders vereenigd tot groote partijen (pool) onder het merk van de coöperatie, en worden per wagonlading verkocht. De afrekening geschiedt naar evenredigheid volgens ieders inbreng in den „pool". Het voordeel van deze wijze van verkoop bestaat hierin, dat kweekers die partijen aanvoeren, kleiner dan een wagonlading, mede kunnen profiteeren van de lagere transportkosten van het „bulk" vervoer.

Bovendien verhandelen de groothandelaren (car-lot-dealers) liever één groote partij dan vele kleine partijen, en betalen dan ook voor een car-lot (voor appels 756 kisten) meer dan voor kleinere partijen van gelijke soort en kwaliteit. Ook trekt het merk der coöperatie, waaronder duizenden kisten worden verhandeld, gemakkelijker de aandacht en leent zich dientengevolge beter voor het maken van reclame . Hierdoor genieten de leden een voordeel dat hun zou ontgaan, indien zij hun kleine partijen onder eigen merk zouden verkoopen. Waar vooral bij de appelcultuur in het Westen (boxed-apple region) wegens de intensieve teelt het kleinbedrijf (10–15 acres) overheerscht en de eigenaars slechts relatief kleine partijen ter verkoop kunnen aanbieden, zijn deze voor-

deelen der coöperatie daar in het bijzonder van belang (VAN DE PLASSCHE [47]. Zoowel voor groote als kleine producenten heeft verder het verkoopen in een „pool" het voordeel, dat het risico van groote prijsverschillen wordt vermeden. Iedere aanvoerder krijgt een evenredig aandeel in hetgeen de „pool" in zijn geheel heeft opgebracht, ook al is zijn partij op een ongunstigen dag verkocht, toen de markt overvoerd was, en al zou de partij bijna niets hebben opgebracht.

De verkoop der vruchten kan door de „local" ter hand worden genomen, of wel meerdere locals kunnen zich vereenigen tot een federatie, die dan de verkooppolitiek op zich neemt.

Er zijn enkele zeer bekende gefedereerde verkooporganisaties, t.w.: de California Fruit Growers Exchange, die 75% van de Californische Commercial Crop van citrusvruchten ter waarde van ± $ 60.000.000 onder het merk „Sunkist" markt, en de Sunmaid Raisin Growers of California, die een omzet heeft van $ 40.000.000 en uitermate belangrijk is voor den verkoop van gedroogd fruit (rozijnen). Daarnaast vindt men nog groote organisaties voor den verkoop van sinaasappels uit Florida, en appels uit Washington (Big Y), pruimen, abrikozen enz., met omzetten van 5 tot 15 millioen dollars jaarlijks [17]. Het meerendeel der organisaties zijn echter klein. In 1923 had bijna 60% van het totale aantal een omzet van maximaal $ 100.000 per jaar, terwijl de helft daarvan nog geen omzet van $ 40.000 per jaar en per organisatie kon bereiken (37). De afzet door de coöperaties geschiedt als volgt: de kleinere locals verkoopen aan handelaren ter plaatse, of trachten, al dan niet via makelaars in de consumptiecentra, direct aan carlot-dealers te verkoopen. Voorts zijn er coöperatieve en particuliere verkooporganisaties, die als agenten van de locals optreden, en voor haar den geheelen afzet van het product regelen. Vooral in tijden van dalende prijzen trachten de organisaties risico's van prijsdaling te vermijden door het verpakte fruit zoo kort mogelijk in hun bezit te houden. Zij probeeren het daarom f.o.b. pakstation te verkoopen aan handelaren. De prijs dien zij maken is dan lager, maar tevens zijn hun risico's geringer [47].

De groote organisatie „The California Fruit Growers Exchange" heeft op alle groote markten van de Vereenigde Staten haar vertegenwoordigers, die het product van haar leden met uitschakeling

van de car-lot-dealers, direct verkoopen aan jobbers (kleinere groothandelaren). Deze ontvangen het fruit in zendingen, kleiner dan een car-lot, en zij verkoopen het verder in partijen van 1 tot 5 kisten per keer aan de kleinhandelaren. Deze organisatie zorgt door middel van ondermaatschappijen tevens voor inkoop van verschillende materialen ten behoeve van haar leden, zooals hout voor kisten, pakpapier, meststoffen enz. en neemt de zorg op zich voor de verwerking van de afgekeurde sinaasappelen tot hoogwaardige bijproducten. De kleinere coöperatieven trachten eveneens dergelijke diensten, die hoofdzakelijk op het gebied van den inkoop liggen, op zich te nemen.

De aanleiding tot oprichting van coöperaties

Na dit overzicht in vogelvlucht over omvang en werkwijze der coöperatieven moeten in verband met ons onderzoek eenige vragen diepgaander worden besproken en wel: *a.* wat was de aanleiding tot oprichting van deze organisaties? *b.* wat was hun doel en door welke methoden werd het bereikt? en *c.* welke factoren van algemeenen en bijzonderen aard hebben op de resultaten invloed gehad?

Een inzicht in de *aanleiding* van de oprichting der grootste coöperatie tot het markten van fruit, The California Fruit Growers Exchange, geeft de publicatie van McKay & Mackenzie Stevens [38].

Volgens deze auteurs waren de slechte prijzen die de producenten in de jaren 1890–1893 voor hun producten ontvingen, de aanleiding tot de oprichting van de eerste succesvolle coöperatie. Sinds 1865 was de productie van sinaasappels voor den handel zeer voordeelig gebleken; bijgevolg was de teelt zoo bovenmatig uitgebreid, dat omstreeks 1890 de productie de consumptie overtrof. Daaruit resulteerden natuurlijk zeer lage prijzen voor sinaasappelen, en deze werden nog slechter door het groote bederf der vruchten tijdens het transport. De distributie der vruchten geschiedde door middel van de gewone handelskanalen zooals de opkoopers, groothandelaren enz. en zij waren niet opgewassen tegen het probleem van de overproductie.

Bovengenoemde auteurs wijzen erop, dat men in dien tijd alge-

meen aannam, dat de oorzaak van den slechten toestand te vinden was in het optreden van buyers-trusts, die trachtten het productiegebied onder elkander te verdeelen, zoodat in elk onderdeel slechts één firma als kooper optrad en bij gebrek aan concurrentie de inkoopprijzen kon dicteeren.

Zij gelooven echter niet, dat deze trusts de oorzaak der lage prijzen waren, want: „so lang as the demand for citrus fruit continued, active competition among the buyers was keen and it seems impossible that any agreement to divide the territory could have been maintained. Probably the fairest statement is that the buyers were as helpless as the growers in the face of market conditions which they could control."

De resultaten der lage prijzen waren voor de handelaren echter niet zoo noodlottig als voor de kweekers. In het bijzonder niet als de handelaren de vruchten in commissie hadden ontvangen — hetgeen veelvuldig voorkwam — en zij daarom weinig belang hadden bij goede prijzen, maar veeleer bij een grooten omzet. Immers, het commissieloon bedroeg een vast en vrij hoog percentage van de bruto-opbrengst, welke vooral van de grootte van den omzet afhankelijk is. Hierdoor werden, mits de omzet groot was, hun verdiensten minder beïnvloed door de gemaakte prijzen dan die van de kweekers; deze laatsten konden bij lage prijzen na aftrek van alle onkosten dikwijls slechts een verlies boeken. Voor den commissionnair in het productiegebied kwam het er dus minder op aan om voor het probleem der overproductie een oplossing te vinden en nieuwe markten voor de citrusvruchten te zoeken. Hij bleef de vruchten steeds naar eenige groote markten consigneeren; met hetgeen de concurrenten verzonden kon hij geen rekening houden, daar gegevens hieromtrent niet bekend waren. Men trachtte door tegen steeds lagere prijzen te verkoopen, elkaar weg te concurreeren en tevens een afzet voor de groote hoeveelheden fruit te vinden. Sommige handelaren namen, teneinde hun hoofd boven water te houden, hun toevlucht tot ongeoorloofde praktijken tegenover de sinaasappelproducenten. Dit alles werd mede verergerd, doordat het transport in koelwagens nog in de kinderschoenen stond, en tijdens het vervoer veel bederf in de vruchten optrad.

De omstandigheden, waaronder de citruscoöperaties werden geboren, komen sterk overeen met de situatie waarin de produ-

centen van „deciduous fruits" (d.w.z. appels, peren, perziken, abrikozen etc.) hebben getracht hun lot te verbeteren door coöperatieven verkoop van hun producten. Ook hier waren de lage prijzen, die de producent ontving, de aanleiding tot het oprichten der Californische organisatie, die „deciduous fruits" coöperatief markt. De voornaamste oorzaken van deze lage prijzen waren — in de volgorde, door KRAEMER & ERDMANN [28] opgegeven — volgens de producenten: 1. de hooge kosten van het gekoelde transport, 2. de hooge kosten der distributie door handelaren en commissionnairs, zoowel in California als in het Oosten der Vereenigde Staten, 3. minder faire en oneerlijke praktijken der handelaren, 4. gebrek aan activiteit van den kant der handelaren om nieuwe markten voor het product te vinden, en middelen te beramen, teneinde de kosten van het transport naar de markten in de groote consumptiecentra in het Oosten der Vereenigde Staten te verminderen, 5. desorganisatie van de markt. De auteurs zelf daarentegen zien *de belangrijkste oorzaken van de lage prijzen, in het feit, dat de productie van „deciduous fruits" de consumptie aanmerkelijk vooruit was.* Ook hier blijkt dus weer, dat de grondoorzaak van den onbevredigenden toestand was gelegen in een productie, die niet was aangepast aan de consumptie, terwijl de andere oorzaken, zooals hooge kosten van de distributie en unfaire praktijken van den tusschenhandel, van betrekkelijk secundaire beteekenis bleven.

Het doel en de bereikte resultaten der coöperaties

Met het *doel* om aan de reeds beschreven desorganisatie van den verkoop een einde te maken, besloten de citrusproducenten in California de verpakking en de distributie van hun product zelf ter hand te nemen. Door fusie van eenige reeds bestaande coöperatieve organisaties ontstond in 1893 „The Southern California Fruit Exchange", die later overging in „The California Fruit Growers Exchange". De opbouw van de organisatie was als volgt. De kweekers organiseerden zich in local units, die voor verpakking der vruchten zorgden; de units uit één district vormden tezamen een district exchange, en deze district exchanges vormden op hun beurt de central exchange, die den verkoop der vruchten regelden. Deze heeft eerst in het Oosten, en later in de geheele

Vereenigde Staten betaalde vertegenwoordigers aangesteld, die in direct contact staan met de jobbers; deze laatsten zijn handelaren, die van den groothandel koopen, en hun product verkoopen aan kleinhandelaren. Op deze wijze werden opkoopers, makelaars en car-lot dealers geheel uitgeschakeld en de distributie vereenvoudigd.

Deze maatregelen zouden echter slechts weinig resultaat hebben gehad, als men niet tevens het probleem van de wanverhouding tusschen productie (aanvoer) en consumptie had aangepakt, door te trachten een tijdelijke en permanente overvoering der markt te voorkomen. Daarom werd als tweede belangrijke wijziging in de bestaande verkoopmethoden ingevoerd, dat de Central Exchange den verkoop organiseert volgens een van te voren opgezet plan. Er wordt zorg gedragen, dat de geheele citrusproductie gelijkelijk wordt verdeeld over het afzetgebied, en dat niet alleen de groote markten, maar ook de secundaire en tertiaire markten in het plan worden betrokken. Voor elk seizoen wordt het te verwachten gebruik nauwkeurig geschat door de vertegenwoordigers in het afzetgebied. Ook de te verwachten productie wordt van te voren geraamd, waartoe de district-exchanges opgeven, hoeveel wagonladingen (1 wagonlading = 300 kisten) van welke soort en kwaliteit zij in den loop van het seizoen zullen afleveren. Op deze gegevens wordt de campagne voor het volgende seizoen gebaseerd, en worden de prijzen van het af te leveren product vastgesteld. De Central Exchange verdeelt de ingekomen orders naar rato, terwijl aan de district exchanges de beslissing blijft of de orders tegen de opgegeven prijzen al dan niet worden aangenomen [38].

Doch ook een planmatige voorziening van het afzetgebied alleen zou niet tot het gestelde doel hebben geleid, indien men zich er niet bij voortduring op had toegelegd, de consumptie van sinaasappels op te voeren. Daartoe heeft de coöperatie jaar in jaar uit een grootsch opgezette reclamecampagne gevoerd, die honderdduizenden dollars kost [34]. Deze campagne is dus als essentieel onderdeel van de verkoopmethode der coöperatie te beschouwen. Om het verbruik van de citrusvruchten verder te vermeerderen heeft de coöperatie een aparten staf van instructeurs in dienst, die den jobbers en winkeliers advies geven inzake de beste wijze van verkoopen der „Sunkist" sinaasappels. Het opvoeren der con-

sumptie is echter sinds de beperking der immigratie en bevolkingstoename in de laatste jaren steeds moeilijker geworden. De coöperatie heeft zich daardoor genoodzaakt gezien de productie te beperken. Nadat door invoering van de Agricultural Adjustment Act daarvoor de basis is geschapen, wordt sinds 1936 de aanvoer van citrusvruchten in overleg met de producenten in andere staten naar verhouding van het productievermogen gerantsoeneerd [3].

De hier beschreven organisatie is door het groote enthousiasme van haar leden de eerste moeilijke jaren te boven gekomen, daarbij geholpen door haar uitstekende leiding, den goeden opzet van haar plannen, en het feit, dat de Exchange steeds over groote kwantiteiten van het product kon beschikken (ten minste $^1/_5$ van de productie). Door deze omstandigheden is The California Fruit Growers Exchange uitgegroeid tot een machtige organisatie. De voordeelen, die zij haar leden geboden heeft, zijn in het kort de volgende: De kosten van verpakken zijn belangrijk minder (10 à 15 cts), indien dit geschiedt door de exchange in plaats van particuliere handelaren. Terwijl de laatsten ongeveer 10 % van de verkoopsom als commissie voor hun bemiddeling berekenden, verricht de coöperatie dezen dienst voor 4 % [38]. Dit alles beteekent een zeer aanmerkelijke besparing, die nog vergroot wordt door de diensten van de ondermaatschappijen (coöperaties) die voor de levering van kistenmateriaal zorg dragen en voor de verwerping van het afvalproduct. Verlaging van de transportkosten kon worden verkregen en de noodige onderzoekingen voor het bestrijden van bederf der vruchten worden door de organisatie verricht op een wijze, die de citruskweeker als enkeling zeker niet had kunnen bereiken.

Het gevolg is geweest, dat de producent in de jaren 1917/1921, 40 % ontving van den prijs, dien de consument voor de sinaasappels betaalde; de transportmaatschappij ontving 18 %, de coöperatieve 9 %, de jobber 9 % en de detailverkooper 25 % [38]. Het gekozen tijdvak was echter zeer gunstig, want van 1917–1921 waren de prijzen van farmproducten sterker gestegen dan van industrieproducten. In 1921 was de toestand omgekeerd; toen waren de prijzen van farmproducten door de heerschende crisis aanmerkelijk gedaald, en hadden een lager punt bereikt dan die der industrieproducten. De invloed dezer veranderde conjunctuur vindt men

terug in de gegevens van BOYLE over den coöperatieven verkoop van sinaasappels door dezelfde organisatie: de bovengenoemde percentages waren nu resp. 31 %, 22 %, 12 %, 8 % en 27 %.

Het spreekt welhaast vanzelf, dat noch een planmatige voorziening van de markt, noch de reclamecampagne, noch de uitvoering van de beperking der aanvoeren in overleg met andere citrus produceerende staten van de Vereenigde Staten mogelijk zou zijn geweest, als men niet de beschikking had gehad over een gestandaardiseerd product, waarbij een kist „Sunkist" sinaasappels een welomschreven en hanteerbare rekeneenheid is.

De zoo duidelijke successen van The California Fruit Growers Exchange wettigen de verwachting, dat ook andere coöperaties op het gebied van den verkoop van ooft, dergelijke resultaten zullen hebben. Dit is inderdaad voor vele andere organisaties het geval.

Factoren, die het slagen bepalen

Te opvallender is het dan ook, dat de overheersching van den coöperatieven verkoop van ander ooft dan citrusvruchten over den verkoop door handelaren, tot nu toe is uitgebleven. Eenige cijfers kunnen dit illustreeren [17]: in 1934/'35 werd van de totale productie van citrusvruchten voor den handel in de Vereenigde Staten 66 % coöperatief gemarkt. Voor druiven, appels en pruimen waren deze cijfers resp. 17,5 %, 8,5 % en 29,4 %; dit zijn echter gemiddelden, welke voor de geheele Vereenigde Staten gelden. Voor de verschillende afzonderlijke staten varieeren deze cijfers sterk. Zoo waren voor de twee grootste productiegebieden van citrusvruchten, Californië en Florida, de getallen van den coöperatieven verkoop resp. 92,1 % en 24,5 % van den totalen verkoop [17]; in de boxed apple region en in de barreled apple region werden 17% en 7% [18,19], der vruchten coöperatief gemarkt, terwijl men in Californië 40% [55], der appels via een coöperatie verkoopt. De citrusvruchten in Californië worden dus vrijwel uitsluitend door coöperaties gemarkt; dit geldt eveneens voor walnoten en cranberries (vossebessen). In andere streken is het coöperatief markten van citrus- en veel andere vruchten van minder of geen beteekenis gebleven. Men mag dan ook aannemen, dat de coöperatieve verkoop van

vruchten in de Vereenigde Staten onder omstandigheden, die zijn vrije ontwikkeling toelaten, zijn grootsten omvang reeds voor enkele jaren heeft gehad; zoo de coöperatie niet door de overheid wordt gebruikt voor het ingrijpen in productie en distributie, zal zij slechts een beperkt gedeelte van de productie nl., $^1/_5$ deel [14], blijven afzetten. Teekenend is, dat het aantal coöperaties, dat groenten en vruchten markt, van 1386 in 1931, is afgenomen tot 1063 in 1936, terwijl het ledental van 182.000 tot 166.000 is teruggeloopen; ook de waarde van den omzet is aanzienlijk geringer geworden [66]. Ook zijn de door andere coöperaties behaalde voordeelen niet zoo groot als die, verkregen door The California Fruit Growers Exchange. Terwijl van hetgeen de consument betaalde de sinaasappelproducent in 1921, wat een crisisjaar was, nog 31 % ontving, verkreeg de appelproducent slechts 24 % [18].

Vele Amerikaansche onderzoekers op het terrein der afzetcoöperaties, hebben getracht de oorzaken op te sporen, waardoor de groei dezer organisaties beperkt is gebleven. Verschillende der factoren, die zij hebben gevonden, zijn ook voor Nederlandsch-Indië van belang, en worden daarom hier vermeld.

Zij, vonden dat, *voor de ontwikkeling van de organisaties in het algemeen noodig is, dat de coöperatie reden van bestaan heeft* in dien zin, dat zij de taak der kooplieden even goed als of beter kan verrichten dan de particuliere handel.

Om de moeilijke eerste jaren door te komen meent LLOYD, dat het noodzakelijk is, *dat den leden duidelijke en in het oog loopende bezuinigingen in de distributie worden aangeboden,* want vrijwel steeds wordt de coöperatie door haar leden beoordeeld naar de prijzen, die zij weet te maken voor hun product; zijn deze prijzen niet gunstig, dan wordt dit de coöperatie verweten en zij gaat kwijnen door gebrek aan belangstelling.

De oorzaken van lage prijzen en de mogelijkheden tot het aanbrengen van bezuinigingen hangen af van tweeërlei factoren, die zoowel van uitwendigen als inwendigen aard kunnen zijn.

1. *Uitwendige factoren.*

Van de uitwendige factoren moet in de eerste plaats *de algemeene conjunctuur worden genoemd.* De invloed van dezen factor op de ontwikkeling van de verkooporganisaties is, voor zoover mij be-

kend, niet in het bijzonder onderzocht. Enkele gegevens vond ik bij THOMSON & THORNE, die er op wijzen, dat slechte tijden, die de boer doormaakt, wel bevorderlijk zijn voor het oprichten van coöperaties, doch dat algemeene depressies (dus die ook in de industrie heerschen) voor het voortbestaan ervan niet gunstig zijn. Zij komen tot de conclusie, dat de meeste coöperaties ontstonden in tijden van depressie, zooals in de zeventiger jaren, 1893, 1907 en na den wereldoorlog. De organisaties bleken echter nooit in staat te zijn de moeilijkheden van den boer, veroorzaakt door de depressies, in belangrijke mate te verminderen. Drong dit inzicht in de beperkte mogelijkheden der coöperaties door, dan verminderde de animo aanmerkelijk om nieuwe organisaties op te richten. Deze verminderde belangstelling werd bovendien in den hand gewerkt, doordat vele van dergelijke ondernemingen onder een leiding stonden, die voor goede tijden goed genoeg zou zijn geweest, doch die onder moeilijke omstandigheden geheel faalde. Ook vielen in de depressie vele bestaande doch slecht geleide organisaties. Werd dit geschreven omstreeks 1925, ook voor de jongste depressie (na 1929) vindt men uitspraken, die in dezelfde richting wijzen. Zoo meent VAN DE PLASSCHE, dat de coöperatieve verkoop van rozijnen door The Sunmaid Raisins Corp. te veel is gebaseerd op een voortdurende uitbreiding van het wereldgebruik. Nu door de depressie de consumptie is ingeschrompeld en de productie de consumptie overtreft, is de coöperatieve afzet van dit product vastgeloopen. Moeilijkheden van gelijken aard treft de auteur aan bij andere organisaties, die hun bemoeiingen met den handel ver hebben uitgestrekt; hun onkosten werden in tijden van hooge prijzen goedgemaakt, maar drukken in tijden van depressie met dalende prijzen te zwaar.

Een tweede uitwendige factor, die blijkt een rol te spelen bij het slagen van verkooporganisaties is *de afstand van de coöperatie tot haar afzetgebied*. Bij een bestudeering van de geographische verspreiding der afzetorganisaties blijkt nl., dat zij zoowel relatief als absoluut in afgelegen streken beter is geslaagd, een aanzienlijk deel van den omzet in vruchten te verschepen in concurrentie met den particulieren handel, dan in gebieden die in de nabijheid van de markt produceeren. Zoo zijn de coöperaties in de staten aan den Stillen Oceaan de belangrijkste. Zij werken in productiegebieden,

die het verst verwijderd zijn van de groote bevolkings- en consumptiecentra van het Oosten (New-York, Philadelphia, Chicago enz.), en daardoor den exporteur groote moeilijkheden bieden bij de distributie. Deze verliest al zeer spoedig het overzicht over zijn belangrijke markten. Bovendien worden de transportkosten van zijn fruit te hoog, waardoor de concurrentie met streken, die dichter bij de consumptiecentra produceeren, zeer veel moeilijker wordt. Zooals reeds boven werd beschreven, hebben de coöperaties eerder dan de kooplieden begrepen, dat om te kunnen concurreeren, een gestandaardiseerd product moest worden geleverd. Daar de handel op dergelijke lange afstanden moeilijkheden bood, was het aantal kooplieden gering en bestond er tusschen hen weinig concurrentie; dit had tot gevolg, dat hun winstmarges te groot waren. Door het ingrijpen der coöperaties konden hier groote bezuinigingen worden verkregen.

In de dichterbij gelegen markten daarentegen kan de koopman zijn taak beter en gemakkelijker vervullen dan in de veraf gelegen streken, met het gevolg, dat in de dichtbij gelegen streken, b.v. de Staat New-York, relatief veel handelaren zijn. Hierdoor ontstaat onderling een groote concurrentie, zoodat de winstmarges der kooplieden uiterst klein zijn [12]. Het distributie-apparaat werkt daardoor goedkoop en de coöperatie kan hier dus geen groote bezuinigingen meer aanbrengen. CORBETT [13] vond, dat in de jaren 1922 en 1923 de coöperatieve packinghouses de appels met hoogere onkosten per vat verpakten dan de boer, die zijn vruchten zelf verpakte. Verder heeft het locale product reeds door zijn lageren prijs een voorsprong op het van verre aangevoerde en is dus zijn afzet ook gemakkelijker. Dientengevolge valt eveneens de noodzaak tot het voeren van reclamecampagnes weg, terwijl ook op de kwaliteit der vruchten minder behoeft te worden gelet, daar het geen vervoer over langen afstand behoeft te doorstaan. Dit laatste feit roept weer den truckman-merchant (handelaar-vrachtauto exploitant) in het leven, die nog sterker met de handelaren kan concurreeren, zoodat de marges voor de distributiekosten tot het uiterste worden beperkt.

Verder is veelal voor het slagen van een coöperatie noodzakelijk — ook al beperken haar werkzaamheden zich tot het verpakken van fruit — *dat er voldoende fruit als hoofdproduct wordt geteeld.* Eerst

als het bestaan van den producent in hooge mate van de vruchtenteelt afhangt, wordt hij gedwongen ook zijn belangstelling op den afzet van zijn product te concentreeren. Anderzijds staat een veelheid van te markten variëteiten het succes van de coöperatieve afzetorganisatie in den weg. Het slagen van de citruscoöperatie moet niet in het minste worden toegeschreven aan het feit, dat men het aantal variëteiten terug wist te brengen van 30 tot 5 (8). De coöperaties in de appelstreken zijn echter gedwongen met een zeer groot aantal variëteiten te werken (50 à 80) waarvan de meeste in hoeveelheden, die geen groepeeringen in car-lots mogelijk maken; hierdoor worden de onkosten van den verkoop verhoogd.

2. *Inwendige factoren.*

Tot de inwendige factoren, die op het slagen van een afzetcoöperatie van invloed zijn, behoort allereerst een voldoende omzet. McKay & Kuhrt, Lloyd, Thomsen & Thorne, en Harper wijzen hierop, en wijten een groot deel van het mislukken van coöperaties aan een onvoldoenden omzet. Men kan op dit probleem niet genoeg den nadruk laten vallen, aangezien het te dikwijls wordt verwaarloosd uit onwetendheid betreffende problemen van de distributie. Te veel wordt uit het oog verloren, dat de kosten van het beheer der coöperatie van gelijken aard zijn als de kosten van levensonderhoud van den koopman; zij moeten worden betaald uit het prijsverschil tusschen de opbrengst der producten en hetgeen den leden der coöperatie daarvan wordt uitbetaald. Is de omzet der coöperatie klein, dan zal dit prijsverschil per eenheid van het verhandelde product groot zijn, d.w.z. dat de leden lage prijzen ontvangen, welke soms lager zijn, dan de koopman kan uitbetalen. Stijgt de omzet echter aanzienlijk, dan drukken de vaste lasten minder zwaar, met het gevolg, dat den kweekers hoogere prijzen kunnen worden uitbetaald en er fondsen beschikbaar kunnen worden gesteld voor het maken van goede reclame, het inrichten van een marktberichtendienst, enz. Bovendien maakt een groote omzet het mogelijk, dat het transport der vruchten goedkooper wordt, omdat men partijen te leveren heeft, die groot genoeg zijn, om als car-lots verzonden te worden. In organisaties met een te kleinen omzet wordt het reclame maken relatief te duur en soms zelfs geheel onmogelijk. Ook is men niet meer in staat goed personeel aan te stel-

len, omdat men de hoogere salarissen niet kan betalen, terwijl het eveneens ondoenlijk blijkt, een goede verkooporganisatie in te richten en een nauwkeurig werkende eigen telegrafische marktberichtgeving te verkrijgen. Kortom: een kleine organisatie kan juist niet die diensten goedkoop leveren, die de groote organisaties in staat stellen met succes tegen den koopman te concurreeren.

Een tweede factor voor het slagen van verkooporganisaties vormen een goede leiding en een goede directeur. Vooral bij kleine organisaties is het verkrijgen van bekwaam personeel een moeilijk probleem, omdat men geschikte krachten niet voldoende kan salariëeren. Een directeur met groote capaciteiten geeft de voorkeur aan het werken voor eigen rekening. Daarom is het zelfs vaak ook niet gemakkelijk voor groote organisaties die wel hooge salarissen kunnen aanbieden, een flinken directeur te vinden [37].

Een derde factor, waarvan het ontbreken de ontwikkelingsmogelijkheden der organisaties bedreigt, is het aanwezig zijn van een juist inzicht bij de leiding betreffende de mogelijkheden der coöperatie in verband met de te voeren verkooppolitiek. *Het is nl. gebleken dat de verkooppolitiek, die ervan uitging, dat het mogelijk zou zijn den producent ook in tijden van dalende conjunctuur, zijn productiekosten te garandeeren, tot nog toe heeft gefaald* in een economisch bestel dat op vrije concurrentie is gebaseerd. Sommige organisaties — in het bizonder The Sunmaid Raisin Growers Inc. — hebben nl. getracht in tijden van depressie den prijs zoodanig te fixeeren dat de kweekers hun productiekosten goed gemaakt zouden krijgen en tevens een „faire" winst zouden ontvangen. Zij moesten na enkele seizoenen gereorganiseerd worden en haar verkooppolitiek grondig veranderen, daar zij door haar politiek groote onverkochte voorraden hadden overgehouden. Door de hooge prijzen die zij verlangden en den telers uitbetaalden, nam de productie toe, doch nam de vraag voortdurend af en de consument ging ten deele goedkoopere buitenlandsche rozijnen, en ten deele minder dure vervangartikelen eten [47].

Aan deze en boven behandelde factoren is hier veel aandacht besteed, omdat zij in de literatuur over de Indische coöperaties niet steeds de plaats innemen, die zij verdienen, en er over den invloed van deze factoren veel misvattingen bestaan.

Er zijn nog andere factoren die invloed hebben op de ontwikke-

ling eener coöperatie, zooals de mentaliteit van de leden, een juist democratisch beheer volgens het principe „one man one vote", de aanwezigheid van een goede credietvoorziening, enz. Hoe belangrijk deze factoren ook zijn, toch kan volstaan worden met een eenvoudige opsomming, omdat zij voor een vergelijking met Nederlandsch-Indische omstandigheden reeds te veel tot de détails der coöperatie behooren; deze kunnen in Indië slechts worden opgelost in verband met de plaatselijke omstandigheden, waarbij een vergelijking met de Vereenigde Staten niet veel kan leeren.

Zoo zal men bijv. in Nederlandsch-Indië, waar het initiatief tot de oprichting van verkooporganisaties van de Overheid uitgaat en alles nog gedaan moet worden om de belangstelling der leden op te wekken, een nauw overleg tusschen bestuur en leden niet als een levensvoorwaarde van de organisatie behoeven te beschouwen. Evenmin zal men een opbouwende critiek van de algemeene vergadering der leden mogen verwachten, wat daarentegen in de Amerikaansche coöperatie wel degelijk het geval is.

Het blijkt uit al deze gegevens, dat het slagen en uitgroeien van coöperaties van zeer veel factoren afhangt, die moeten samenwerken wil de coöperatie tot bloei komen. De oorspronkelijke gedachte, dat de coöperatie goedkooper dan de koopman zou werken, omdat de coöperatie geen winst behoeft te nemen en de koopman wel, is in vele gevallen onhoudbaar gebleken. De diensten, die de coöperatie verleent op het gebied van verpakken en verkoopen worden niet door de leden zelf verricht, maar door betaalde krachten. Het salaris van deze krachten drukt evenzeer op het product als de winst van den koopman. Slechts als de organisatie een zeer grooten jaarlijkschen omzet heeft, kan zij goedkooper dan de koopman werken en kan zij, zooals de California Fruit Growers Exchange, eenige schakels in de distributie overslaan. Hierbij komt, dat de handelaren ook niet stil hebben gezeten, en door concurrentie onderling en met de bestaande coöperaties gedwongen, steeds goedkooper zijn gaan werken, en meer diensten presteeren (b.v. het leveren van goedkoop verpakkingsmateriaal, meststoffen etc.) terwijl misbruiken in den handel minder voorkomen.

Dit geldt niet alleen voor vruchten, maar ook voor andere

landbouwproducten, zooals graan. Het nut van den coöperatieven graansilo bestaat hierin, dat hij door zijn aanwezigheid, de particuliere silo's door concurrentie dwingt dezelfde prijzen te berekenen als de coöperatieve [16]. Ook in de afgelegen productiegebieden zijn de handelaren er toe overgegaan het door hen opgekochte fruit, volgens standaard-eischen te verpakken en in groote kwantiteiten op de markt te brengen (bijv. Getsbest apples), zoodat zij ook op dat punt de goede eigenschappen van de coöperatie hebben overgenomen.

Heeft dus de coöperatieve organisatie zeer veel voor den fruitkweeker in de Vereenigde Staten gedaan, en zou het verdwijnen van deze organisaties een onherstelbaar verlies beteekenen, toch zijn door de opgesomde factoren de uitbreidingsmogelijkheden, zelfs in streken met weinig coöperatieven afzet, zeer gering. Vandaar dat de propaganda voor de coöperatie zoo moeilijk is geworden. Groote beloften worden gedaan, die tegenwoordig evenwel niet te verwezenlijken zijn. Aanzienlijke besparingen en hoogere prijzen worden in uitzicht gesteld door uitsluiting van den tusschenhandel enz. enz.

Vandaar dat men als reactie tegen deze verkeerde voorstellingen, in veel publicaties van officiëele instanties een uiteenzetting aantreft van hetgeen wel en niet in het bereik van de coöperatie ligt. Treffend is, wat THOMSON & THORNE hierover zeggen onder het hoofd: „Possibilities and limitations of cooperative marketing."

„Many persons have a belief in cooperation which amounts almost to religious faith and bitterly resent any implication that the miraculous results they expect are impossible of attainment..."

Leden die zich met dergelijke opvattingen bij een coöperatie hebben aangesloten, moeten op den duur teleurgesteld worden, hetgeen hen er toe brengt de vereeniging weer in den steek te laten. De tijd is voorbij, dat men door groote verbeteringen in de distributie aan te brengen, kon bevorderen, dat de teler hoogere prijzen voor zijn ooft ontving.

Thans moeten bezuinigingen en verbeteringen in de productie zelf worden gevonden. BOYLE zegt dan ook, dat 90 % van de problemen van het markten bestaan uit het produceeren van de door de consumptie vereischte kwaliteiten en kwantiteiten. Slechts de overige 10 % liggen op het gebied der distributie, en daarbij kan de coöperatie worden ingeschakeld, om te voorkomen, dat de

tusschenhandel unfaire winsten rekent voor zijn diensten. „To limit cooperative marketing to the middlemans aspect of the problem is merely to trifle with the whole question of marketing."

Samenvatting

Het voorgaande resumeerende kan men zeggen, dat de taak van de coöperatie eenerzijds bestaat in het standaardiseeren van het product, anderzijds uit het oplossen van de moeilijkheden van den verkoop dáár, waar de particuliere handel tekort schiet. De beste resultaten werden bereikt door de coöperaties in de productiegebieden, die ver van de consumptiegebieden waren gelegen, waar de dwang tot standaardiseeren het grootst was en het distributieapparaat zeer onvoldoende werkte. De verbeteringen, die de coöperatie invoerde, zijn door den particulieren handel overgenomen. Er is dus tusschen beide wijzen van verhandelen een nuttige concurrentie ontstaan, waarvan de resultaten in een betere en goedkoopere distributie tot uiting zijn gekomen, met als gevolg hoogere prijzen voor den fruitproducent. Hiermede zijn echter de dringendste oorzaken van het oprichten van nieuwe verkoopcoöperaties vervallen en wordt het voor de eventueel nieuw opgerichte organisaties steeds moeilijker om reeds in den aanvang, als zij nog hun „kinderziekten" moeten doormaken, zoo efficient te werken als haar reeds lang bestaande zusters en als de particuliere concerns, opdat concurrentie met hen mogelijk wordt.

DE VEILING

De veiling heeft haar grootsten bloei bereikt in Nederland en zij is daar tot een uiterst belangrijk en zich steeds verder ontwikkelend orgaan geworden voor den afzet van groenten en vruchten. Haar belangrijkheid brengt mede, dat een beschrijving beperkt tot enkele bladzijden, slechts aandacht kan schenken aan de hoofdzaken en dat den velen details, die bekend zijn, geen recht kan wedervaren. Dit is naar ik meen, voor het doel dat ik mij gesteld heb, nl. na te gaan of het veilen van fruit ook in Indië kan worden toegepast, geen groot bezwaar.

Bedoelde details immers behelzen in hoofdzaak aanpassingen

van het veilingssysteem aan locale Nederlandsche omstandigheden. Mocht nu blijken dat het veilen ook in Nederlandsch-Indië zijn toepassing kan vinden, dan zal toch zeker deze toepassing slechts in groote trekken kunnen geschieden, terwijl een juiste werking van het systeem eerst mogelijk zal zijn, indien een nieuwe aanpassing in verband met de specifiek Indische omstandigheden zal hebben plaats gevonden. Een slaafsch volgen van alle Nederlandsche details zal daarbij slechts storend kunnen werken.

Beschouwt men de ontwikkeling in Nederland, dan bemerkt men, dat op de eerste veilingen in hoofdzaak groenten werden aangevoerd en dat het veilen van fruit als hoofdproduct pas van latere jaren dateert. Een beschrijving van de vruchtenveiling moet dus bij de groentenveiling beginnen. De eerste veilingen, met name die in Broek op Langendijk en in het Westland, zijn ontstaan op het einde van de vorige eeuw (1887–1890), toen de toestanden in den groentenhandel veel te wenschen overlieten. Sinds 1850 was de tuinbouw in het Westland tot ontwikkeling gekomen door de uitbreiding van de binnenlandsche vraag naar warmoezerijproducten. Later, omstreeks 1870, begon ook de export van tuinbouwproducten, speciaal van aardappelen naar Engeland, een grooten omvang aan te nemen.

De wijze van verhandelen maakte in dezen tijd eveneens een ontwikkeling door. Oorspronkelijk ventten de warmoezeniers, wier bedrijven in de onmiddellijke omgeving van de groote steden waren gelegen, hun producten zelf aan een vasten klantenkring in de stad. Deze methode had echter het bezwaar, dat het venten zelf veel tijd vereischte, die aan het bedrijf moest worden onttrokken, en dat men een groote verscheidenheid van producten moest verbouwen, om aan de wenschen van de klanten tegemoet te kunnen komen. Het venten door de tuinders werd echter bizonder bezwaarlijk toen men ook in verder afgelegen streken den tuinbouw ging beoefenen. Moesten deze warmoezeniers zelve hun producten in de stad verkoopen, dan moest het grootste gedeelte van hun tijd worden gebruikt voor heen- en terugreis, waardoor zij zeer veel tijd aan hun bedrijf moesten onttrekken tot schade van de teelt. Om deze moeilijkheden te ondervangen, ging de tuinder er toe over, het product op de markt te verkoopen aan kleinhandelaren. Dit gaf de noodige tijdbesparing, terwijl het leveren voor

de markt, waar een gevarieerd product uit vele streken verkrijgbaar was, het voordeel had, dat de individueele kweeker van de taak ontslagen was een verscheidenheid van producten te kweeken. Dit opende dus de mogelijkheid tot specialisatie van de teelt. Deze verkoop aan kleinhandelaren komt nu nog veel voor bij de zgn. markttuinders.

Voor zeer veel kweekers was de verkregen tijdbesparing echter niet voldoende; zij bleven daarom op hun bedrijf en gaven hun product aan schippers en andere personen mede ten verkoop op de consumptiemarkten. Vond de tuinder bovengenoemde wijze van verkoop niet loonend, dan zond hij zijn product in consignatie aan commissionnairs in de steden, of hij verkocht zijn groenten aan handelaren, die daarvoor naar het productiegebied kwamen. Het product, dat voor den zich ontwikkelenden exporthandel werd geteeld, werd aan handelaren (exporteurs) verkocht, die de producten in consignatie zonden aan commissionnairs in de groote buitenlandsche consumptiecentra (Londen e.a.).

Aan deze wijze van verkoop kleefden echter voor den kweeker groote bezwaren, doordat groenten en fruit geen wereldmarktproducten waren, waarvan de prijzen bekend zijn. Dientengevolge kon noch op de afrekeningen der schippers en commissionnairs, noch op het bod der handelaren, contrôle worden uitgeoefend. De handelaar kon betrekkelijk willekeurige prijzen bieden zonder dat de kweeker de juistheid ervan uit den markttoestand en de aanvoeren kon controleeren. De commissiehandel heeft bovendien het bezwaar, dat de commissionnair in de eerste plaats belang heeft bij een grooten omzet, waarover hij zijn commissieloon berekent. Het kan voor hem voordeelig zijn, om het in consignatie ontvangen product tegen niet te hooge prijzen te verkoopen, ten einde zoodoende een grooten omzet te bevorderen. De individuëele kweeker heeft echter alleen voordeel bij hooge prijzen, en daardoor komt zijn belang tegenover dat van den commissionnair te staan. Ook in andere opzichten zijn de belangen van den kweeker tegengesteld aan die van den commissionnair. Deze laatste immers noteerde voor een soort groenten, b.v. kool, veelal niet afzonderlijk, hoeveel de zendingen van de individuëele aanvoerders opbrachten, doch keerde een gemiddelden prijs uit, hetgeen het kweeken van kwaliteitsproducten niet aanmoedigde.

Het is interessant, er op te wijzen, dat deze bezwaren (die zijn ontleend aan het zgn. rapport MINDERHOUD, dat in 1935 werd uitgebracht) niet afwijken van hetgeen naar voren werd gebracht door een regeeringscommissie [69], die in 1921 een onderzoek instelde naar de kosten van het markten van Engelsche tuinbouwproducten op de Engelsche binnenlandsche markt. De teler achtte echter deze bezwaren niet van overwegend belang, zoo lang de vraag naar producten voor binnen- en buitenland de productie overtrof, en degenen, die bij den handel betrokken waren, nog in hun biedingen en de hoogte van hun afrekeningen moesten concurreeren om beschikking te krijgen over het product. Vooral de groote vraag op de Engelsche markt, veroorzaakte dat de handel op deze wijze toch rendabel bleef en dat men zelfs in het Westland minder op kwaliteit van de vroege aardappelen ging letten en men slechtere soorten, die echter een grooter beschot gaven, ging telen [5]. De kwaliteit van het Westlandsche product ging dus achteruit, terwijl de teelt op een laag peil bleef staan.

Op het einde van de vorige eeuw (na 1877) sloeg deze voor de tuinders gunstige conjunctuur om. De Westlandsche vroege aardappelen, het voornaamste export-product, werden langzamerhand door het naar kwaliteit en verpakking veel betere product van de Kanaal-Eilanden, van de Engelsche markt gedrongen en konden daar slechts tegen zeer lage prijzen worden verkocht. Handelaren en kweekers poogden, door nog slechtere kwaliteit en door onderwicht te leveren en door elkaar te bedriegen, de lage prijzen eenigszins te compenseeren. Kweeker en koopman kwamen hierdoor zeer scherp tegenover elkaar te staan en waar door den aard van den commissiehandel de kweekers het meest den last der slechte tijden voelden, kwamen de laatsten er ten slotte toe om door vereend op te treden hun lot te verbeteren.

Een analyse van den toestand deed hen naar een middel zoeken, dat in de distributie het leveren van slechte kwaliteiten en het knoeien moest voorkomen, en tevens een einde maken aan de voor den kweeker zoo ongunstige risico's van den commissiehandel.

In de Vereenigde Staten heeft men een oplossing voor moeilijkheden van gelijken aard gevonden door coöperaties de taak van den handel te doen overnemen, en den laatsten zooveel mogelijk uit te schakelen. In Engeland heeft men getracht aan de bezwaren

tegemoet te komen, door een betere contrôle op de handelingen van de commissionnairs in het leven te roepen. In Nederland heeft men nog een anderen weg ingeslagen.

Uitgaande van het principe, dat de teler steeds bij zijn bedrijf aanwezig moet zijn, en geen tijd voor het handeldrijven kan missen en er ook geen verstand van heeft, is de distributie geheel in handen gelaten van particuliere kooplieden.

De werkwijze der veiling

Om de verbetering van den afzet te bereiken, heeft men coöperatieve veilingvereenigingen in de productiegebieden opgericht, waar de kweeker op een centrale verkoopplaats zijn product aan den koopman bij afslag verkoopt. De veiling heeft tot taak, zoowel den teler als den koopman tegen bedrog te beschermen en te zorgen dat de teler den besten prijs maakt, die in verband met aanbod en kwaliteit is te verkrijgen. De teler is daarbij verplicht, zijn product voor de veiling zoodanig te verpakken, dat de koopman niet wordt misleid aangaande aard en inhoud van het fust. Daartoe moet het zichtbare buitenste gedeelte van het verpakte product, in kwaliteit overeenstemmen met het onzichtbare binnenste deel. Dit wordt kernachtig aangeduid met de woorden: „onder als boven". Tevens moet de teler het juiste gewicht opgeven van hetgeen hij op de veiling ten verkoop aanbiedt. Hierdoor wordt eenerzijds onder de leus „100 voor 100", het leveren van onderwicht voorkomen. De koopman betaalt volgens dit opgegeven gewicht, waardoor anderzijds het voor den kweeker onvoordeelige en ongemotiveerde geven van „toetallen" = toegiften, werd afgeschaft.

De verkoop geschiedt zoodanig dat de telers in een bepaalde, van dag tot dag wisselende volgorde, hun producten voor de in de veilingzaal verzamelde koopers brengen. Van de aangeboden partij wordt een kist als monster genomen en rond getoond, en aan de hand van dit monster bepaalt de koopman zijn prijs. Met een automatisch afmijntoestel wordt het product „afgeslagen" en de koopman, die het eerst op den knop drukt, d.w.z. die den hoogsten prijs biedt, kan tegen dien prijs zooveel kisten van de partij koopen als hij noodig heeft. Worden tegen den geboden prijs groote hoeveelheden uit de markt genomen, dan zullen andere kooplieden,

teneinde zich van voldoende kwantiteiten te verzekeren, hoogere prijzen moeten bieden door eerder op den knop te drukken. Op deze wijze worden de kooplieden gedwongen tegen elkaar op te bieden en worden zij tegen elkaar uitgespeeld.

De opbrengst van zijn producten wordt den tuinder na afloop der veiling contant uitbetaald, onder aftrek van een bepaald percentage van de koopsommen, ter bestrijding van de kosten der veiling. In principe moet de koopman contant betalen, maar hij kan enkele dagen crediet verkrijgen, indien hij goed bekend staat en zakelijke zekerheid kan stellen. De contante betaling voorkomt, dat de tuinders, zooals vroeger het geval was, zeer lang op de afrekeningen moesten wachten en dan gedwongen waren een voorschot bij de handelaren op te nemen. Mochten zij tegenwoordig nog credieten noodig hebben, bijv. in den stillen tijd, dan kunnen zij daartoe bij de coöperatieve boerenleenbanken en soms bij de veilingvereenigingen zelf, terecht. De koopman is als credietgever geheel uitgeschakeld, waardoor de teler geheel vrij tegenover hem is komen te staan.

Mocht den koopman bij levering blijken, dat de kwaliteit van de partij, die hij gekocht heeft, slechter is dan het getoonde monster, of dat hij onderwicht heeft ontvangen, dan gaat hij met zijn klacht naar den keurmeester, d.i. een ambtenaar van de veiling, aangesteld om te zorgen voor een goede naleving van de principes „onder als boven" en „100 voor 100". Deze onderzoekt de klacht en kan bij gegrondheid ervan, den betrokken kweeker dwingen een schadevergoeding aan den koopman uit te betalen.

Het is duidelijk, dat het voldoen aan de twee door de veiling gestelde eischen van kwaliteit, t.w. „onder als boven" en „100 voor 100", reeds een begin van standaardisatie inhield, aangezien ook hier het doel van standaardisatie, nl. voorkomen van bedrog bij levering, reeds werd bereikt.

In den loop der jaren werd deze standaardisatie scherper, doordat de veiling den kweeker verpakkingsmateriaal van uniform model (veilingskist en pootjesbak) ging leveren. Bovendien werden voor belangrijke exportproducten (komkommers en tomaten), zij het zeer eenvoudige, van veiling tot veiling wisselende, eischen betreffende sorteering naar grootte en kwaliteit ingevoerd. Het verst doorgevoerd is deze standaardisatie van kwaliteit en verpak-

king voor de producten, die naar het buitenland worden uitgevoerd en daar moeten concurreeren met groenten en vruchten van goede kwaliteit van andere herkomst.

De instantie, die dit heeft bevorderd, is het Uitvoer Contrôle Bureau (U.C.B.), dat in 1924 werd opgericht door het Centraal Bureau van de Veilingen in Nederland, de Nederlandsche Vereeniging van groentenexporteurs en de Rotterdamsche Vereeniging van Fruit en Groenten Exporteurs. „Het doel van het U.C.B. is den buitenlandschen kooper een waarborg te geven met betrekking tot de hoedanigheid der sorteering, de verpakking, de maat en het gewicht van een aantal land- en tuinbouwproducten" (70). Deze waarborgen zijn vastgelegd in een reeks van minimum eischen, waaraan het product moet voldoen, en de bij het U.C.B. aangesloten exporteurs en veilingen, die groenten en producten veilen en/of exporteeren, welke volgens deze eischen zijn verpakt en gesorteerd, mogen het merk van het U.C.B. op hun fust laten aanbrengen. Dit merk is een etiket waarop een staande leeuw met een Nederlandsche vlag in zijn klauw. Op het etiket is tevens het nummer van het lid dat exporteert, aangebracht, waardoor dadelijk kan worden nagegaan, indien onregelmatigheden worden ontdekt, wie deze heeft gepleegd.

Het U.C.B. geeft ook op verzoek na onderzoek certificaten af, waarbij wordt verklaard, dat partijen op het moment van verzending voldeden aan de U.C.B. minimum eischen. Sinds het begin van 1938 is van Regeeringswege voorgeschreven dat *alle* tuinbouwproducten die worden geëxporteerd, moeten voldoen aan deze minimum eischen van het U.C.B. Deze laatste maatregel is weer genomen, omdat op de buitenlandsche markt een direct gevaar dreigde, dat ons product zou worden verdrongen door het betere product uit andere landen, met name Italië, Bulgarije etc.

Op de Nederlandsche binnenlandsche markt, waar geen concurrentie van buitenlandsche waar (groenten) te vreezen is en door de korte afstanden de distributie dus eenvoudig is, wordt echter zonder strenge standaardisatie gewerkt. Men volstaat hier dus met het nakomen van de twee eenvoudige regels der veilingen, betreffende de kwaliteit en het gewicht.

Oorzaken van het succes der veiling.

De voordeelen van de veiling zijn voor den tuinder aanzienlijk. Doordat de producten op de veiling worden geconcentreerd en de veiling als verkoopster optreedt, wordt de concurrentie tusschen de tuinders verminderd, hetgeen hun positie versterkt; anderzijds wordt door de mededinging tusschen de koopers de positie van de laatsten verzwakt. Reeds in het begin der veilingen bleek hieruit financieel voordeel voor de tuinders te ontstaan, in vergelijking met den vóórverkoop van producten aan handelaren. Het veilingsysteem heeft daardoor groote uitbreiding gekregen. Ofschoon de veiling oorspronkelijk opgezet was wegens de moeilijkheden met den uitvoer, was het resultaat zoo goed, dat men ook tot het veilen van tuinbouwproducten voor den binnenlandschen handel is overgegaan. Het resultaat is daar zoo mogelijk nog gunstiger geweest.

De binnenlandsche consignatiehandel verdween vrijwel geheel en al. De commissionnairs zagen zich gedwongen voor eigen risico handel te gaan drijven en het product op de veilingen in het productiegebied op te koopen. Het risico van den teler is dan ook zeer verminderd, omdat de ontoelaatbare praktijken zijn verdwenen en hij voor zijn product zooveel maakt als hem toekomt in verband met de kwaliteit. Bovendien is de veiling voor hem een prikkel geworden om beter te gaan produceeren. Op de veiling kan hij zijn product vergelijken met dat van zijn vakgenooten, terwijl steeds uit den prijs blijkt hoe de kwaliteit van zijn werk wordt beoordeeld.

Ondanks deze voordeelen, heeft het toch zeer veel moeite gekost de kweekers er toe te brengen al hun producten over de veiling te verhandelen. Velen onder hen, die over goede koopmanseigenschappen beschikten, probeerden liever hun waar — althans de goede kwaliteiten — aan de kooplieden, buiten de veiling om, af te zetten en beschouwden de veiling meer als de plaats waar de mindere kwaliteiten konden worden verkocht. De nadeelen, die voor de tuinders als groep, uit het buiten de veiling verkoopen ontstonden, lagen niet zoo zeer in een verandering van de verhouding tusschen vraag en aanbod — zooals wel eens wordt opgegeven — maar meer in het feit dat de kooplieden vaak reeds groote partijen hadden kunnen verkrijgen buiten de veiling en dus minder gehaast waren om het hun ontbrekende in te slaan, minder hoog

in hun biedingen gingen en prijsafspraken konden maken. Dit werd nog vergemakkelijkt, indien sommige potentieele koopers reeds zooveel hadden gekocht dat zij de veiling in 't geheel niet meer noodig hadden. Toch heeft de praktijk geleerd, dat prijsafspraken nooit lang stand hielden, aangezien de kooplieden slechts zelden lang loyaal deze overeenkomsten naleefden.

De voordeelen van de veiling voor den koopman zijn minder duidelijk. Weliswaar loopt hij minder risico's van bedrog bij het inkoopen, maar aan den anderen kant is het tegen zijn belang, om op de veiling ten bate van den kweeker tegen zijn concurrenten te moeten opbieden, om zijn benoodigde hoeveelheden te verkrijgen. Desondanks kwamen de veilingen tot bloei en bleven de kooplieden onder voor hun prijsbepaling ongunstige voorwaarden, koopen. Dit moet worden toegeschreven aan het feit, dat tot enkele jaren na den oorlog er in binnen- en buitenland een voortdurend toenemende vraag naar tuinbouwproducten bestond (TRAUGOTT RAHN).

Deze werd veroorzaakt door bevolkingstoename, en veranderde menu-gewoonten, waarbij een beter inzicht in de waarde van groenten en vruchten voor de gezondheid een groote rol speelde. In Amsterdam werden — om eenige zeer sprekende cijfers te noemen — in 1920 114 ton tomaten en 552 ton druiven op de markt aangevoerd; in 1933 waren deze cijfers resp. 929 ton en 1891 ton *(72)*. De groote vraag had tot gevolg, dat de kooplieden groote orders hadden uit te voeren. Zij hadden veel plaatselijke kennis noodig en het bracht moeite en tijdverlies mede, om van tuinder tot tuinder te gaan en overal uiteraard kleine partijtjes op te koopen, totdat zij voldoende hadden verzameld voor de verzending van eenige wagonladingen. Voordat de veilingen bestonden, waren slechts enkele handelaren in staat de hoeveelheden benoodigd voor den export bijeen te brengen, hetgeen tot gevolg had, dat het aantal exporteurs zeer beperkt was, en zij door hun monopoliepositie in staat waren de prijzen eenigszins te dicteeren. De concentratie van de tuinbouwproducten op de veiling, maakte het den koopman veel gemakkelijker om het product in groote partijen te koopen. Het gevolg van deze vereenvoudiging was, dat velen zich op den handel in groenten en vruchten gingen toeleggen; al deze koopers waren voor hun inkoop op de veiling aangewezen.

TRAUGOTT RAHN schrijft in zijn zeer interessante verhandeling over het Nederlandsche veilingwezen:

„Der Absatzmarkt zeigte, abgesehen von den anormalen Inflationsjahren in Deutschland 1919–1923, durch die im Laufe der Jahrzehnte gestiegenen Kaufkraft der Nachfrage und durch die Tatsache, dass sich die Nachfrage durch das Angebot weitgehend beeinflussen liess, eine konstante Aufnahmefähigkeit; um diese Nachfrage zu befriedigen, benötigt der Handel dem Umfang des Marktes entsprechend, fortlaufend grosse Mengen."

Het werd voor de veilingen een levenskwestie om een zoo groot mogelijken aanvoer te krijgen. Hierdoor immers werden de kooplieden aangelokt, en door hun onderlinge concurrentie konden de prijzen stijgen. Vandaar ook de strijd der veilingen om in te voeren dat de leden verplicht zouden zijn al hun producten te veilen. Het goede functionneeren van de veiling is echter geheel afhankelijk van een ruime vraag naar tuinbouwproducten, welke vraag tot 1930 voortdurend aanwezig was. Dit groote verbruik had ook ten gevolge dat op vele der voornaamste veilingen alleen nog maar de groote exporteurs mochten bieden, die van één product duizenden kilo's tegelijk kochten, en de kleinere kooplieden uitgeschakeld werden, om de snelheid van den verkoop op te voeren. Op kleinere veilingen waar soms geen voldoende vraag naar producten was, zag het veilingbestuur zich gedwongen om in het belang van een goede prijsvorming, zelf mede te bieden en tot export over te gaan.

Moeilijkheden der veiling

Sinds echter de vraag naar tuinbouwproducten zooveel verminderd is door invoerbeperkingen van en tariefverhoogingen op het Nederlandsche product in het buitenland, functionneert ook de veiling niet meer normaal. Nu komen ook de minder sterke zijden van het veilingwezen aan het licht. Het voordeel, dat de kweeker zich niet met den afzet van zijn producten behoeft bezig te houden, heeft het nadeel gekregen, dat hij op de distributie van zijn product geen invloed kan uitoefenen. De tuinder voelt dit nadeel juist tegenwoordig zoo sterk door de regelingen voor den handel op Duitschland. Voor den import wordt door de Duitsche regeering slechts een beperkte hoeveelheid betaalmiddelen ter be-

schikking gesteld en omdat de prijzen daar te lande hoog zijn, behoeven voor de beschikbaar gestelde deviezen slechts geringe kwantiteiten te worden geleverd, die de Nederlandsche exporteurs op de veilingen voor lage prijzen (de gegarandeerde minimumprijzen) in kunnen slaan. Hun winstmarge is daardoor zeer hoog, zoodat de kooplieden geen neiging voelen nieuwe exportmarkten te gaan zoeken, terwijl de tuinbouwproducten in Nederland door overproductie zeer weinig opbrengen. Om aan dezen ongewenschten toestand een einde te maken, zijn de exporteurs tegenwoordig door de commissie, die de steunmaatregelen der Regeering voor den tuinbouw regelt, gedwongen, openbaarheid te geven aan hun transacties. Men hoopt aan de hand van deze gegevens hen er toe te kunnen brengen de prijzen, die zij voor de tuinbouwproducten bieden, te verhoogen.

Een tweede fout in het veilingsysteem ziet men in de specialisatie van de groote veilingen, waar alleen nog maar exporteurs mogen koopen, hetgeen in slechte tijden het nadeel heeft, dat zij overeenkomsten kunnen maken om de producten niet boven de door de Regeering gegarandeerde minimumprijzen te koopen.

De crisis heeft door het gebrek aan vraag naar tuinbouwproducten een einde gemaakt aan de vrije ontwikkeling van de veilingen. Toch is de invloed der veilingorganisaties bij voortduring grooter geworden, omdat zij bij uitstek geschikt zijn om dienst te doen bij de juiste toepassing van de steunmaatregelen voor den tuinbouw en voor de teeltbeperking. De invoering van het verplichte veilen van alle tuinbouwproducten is teekenend voor den omvang van het werk dezer organisaties.

Het hierboven beschrevene heeft betrekking op de veilingen in het productiegebied, welke onder een meer variabele vraag naar producten hebben te lijden dan de veilingen in de groote steden, waar de tuinders uit de omgeving hun product zelf heen brengen en verkoopen aan venters en groentenwinkeliers.

Ondanks dat de veilingen een algemeene vereenvoudiging van den handel hebben teweeg gebracht en ondanks de geringe afstanden waarover de tuinbouwproducten worden vervoerd, is het gedeelte, dat de teler ontvangt van hetgeen de consument besteedt, gering; het varieert van 20 % tot 50 % van de winkelprijzen.

Het veilen van groot fruit (appels en peren) is in tegenstelling

tot dat van groenten en kleinfruit (bessen) eerst laat en slechts in bepaalde streken, tot ontwikkeling gekomen. De oorzaak hiervan was, dat het fruit veelal als bijproduct werd geteeld, met name in Limburg en de Betuwe. Daar werden de oogsten van jaar tot jaar op het hout vóórverkocht (bijv. reeds in Februari, dus nog voor den bloei), al of niet op inschrijving bij den notaris.

Zoo lang men nog niet wist, dat men de rentabiliteit kon opvoeren door betere cultuurmaatregelen en verkoopmethoden, voldeed de oude manier van produceeren en verkoopen zeer goed, aangezien de eigenaren zoo geheel vrij waren van teeltrisico's (bijv. stormschade) en prijsrisico's, en men noch de arbeidskrachten noch het laddermateriaal behoefde te bezitten voor het oogsten der vruchten. Daar onder invloed van de groote plaats, die vruchten in het menu zijn gaan innemen, de vraag er naar is toegenomen, zijn in Nederland zeer veel kleine bedrijven ontstaan, waar de fruitteelt een zeer belangrijke tak van productie is geworden (Zeeland, Gelderland). In deze bedrijven is het probleem van den afzet veel dringender geworden, en is men tot verkoop over de veiling overgegaan, daar zij door hun geringen omvang dikwijls niet in staat zijn, voldoende groote partijen te leveren om koopers buiten de veiling te lokken.

In de laatste jaren is het vraagstuk van de standaardisatie in Nederland voor appels en peren acuut geworden, aangezien hier een steeds grooter wordende hoeveelheid Amerikaansch fruit in kisten werd ingevoerd. De kwaliteit van dat fruit was beter dan van het Hollandsche, niet alleen wat uiterlijk betreft, maar ook wat smaak en handzamen vorm aangaat; vooral echter waren de prijzen er van laag. De vruchten werden hier nl. alleen verkocht ter ontlasting van de Amerikaansche markt (dumping), en konden dus goedkoop worden geleverd. Ten einde hiertegen te kunnen concurreeren, werd eenerzijds een invoerrecht op Amerikaansch fruit geheven (importmonopolierecht), anderzijds begonnen de kweekers hun fruit beter te verzorgen en te verpakken. Op verschillende groote fruitveilingen (Goes, Gronsveld, Elst, Geldermalsen) heeft men nu bij de veiling ook nog een pakstation, vaak annex koelhuis, gekregen; men vindt hier dus langzamerhand een overgang naar de Amerikaansche local unit. De veiling verhandelt het product echter niet zelf en dat zal zeker in den binnenlandschen handel ook zoo

blijven, aangezien het zelf handel drijven voor de veilingen risico's met zich medebrengt. Deze risico's zijn zeer aanzienlijk, gezien het groote aantal dergenen die in dezen handel hun kapitaal verspelen, doordat zij geen goed handelsinzicht hadden. Zelfs is het de vraag of het coöperatief verpakken, dat zeker financiëele voordeelen biedt, overal kan worden doorgevoerd in verband met de (plaatselijke) ongeschiktheid van het fruit om in gesloten kisten te worden verpakt.

Het standaardiseeren heeft ook hier met moeilijkheden te kampen, omdat het zonder cultuurverbeteringen niet loonend is, en de kweekers niet gemakkelijk inzien dat zij de extra onkosten van cultuurverbetering moeten accepteeren, om zoodoende grootere verliezen in de toekomst te vermijden. Deze immers zouden het gevolg zijn van het feit, dat het Nederlandsche fruit geheel van de eigen markt zou worden verdrongen,

Ook de ontwikkeling van de fruitveilingen wordt, evenals de groentenveilingen in de laatste jaren steeds meer beheerscht door het ingrijpen van de regeering. De reeds eerder beschreven maatregelen betreffende den invoer, zijn gevolgd door de van regeeringswege gedwongen invoering van het verplicht veilen van fruit. Dit verplicht veilen is een administratieve noodzakelijkheid, omdat anders geen overzicht kan worden verkregen over de binnenlandsche fruitproductie. Het heeft echter zijn nadeelen. In streken, waar weinig fruit wordt geteeld en weinig handelaren wonen, heeft veilen geen zin, omdat de handelaar, die waarschijnlijk bij den kweeker aan huis zou hebben gekocht, de eenige is, die nu op de veiling koopt, en er dus geen concurrentie is, die de prijzen omhoog jaagt. De boer moet bovendien zijn product zelf oogsten, waarvoor hij de noodige ladders moet aanschaffen, en het ooft ter veiling brengen, welke werkzaamheden zijn belangstelling niet hebben en ten deele met andere werkzaamheden van zijn hoofdbedrijf in strijd komen. Bij verkoop buiten de veiling laat hij dit aan den handelaar over en spaart de kosten van het veilen.

Deze bezwaren gelden in hoofdzaak voor de grootbedrijven, waar de fruitteelt bijzaak is. In kleine bedrijven, waar de boer van ouds gewoon is zelf zijn vruchten te oogsten en te verkoopen, gelden de bezwaren van verplicht veilen minder.

Samenvattend kan men zeggen dat de fouten in den handel in verband met de betrekkelijk kleine afstanden waarover het product werd vervoerd, slechts eenvoudige maatregelen ter verbetering vereischten. Verkoop op de veiling, waar een slechts weinig gestandaardiseerd product werd verhandeld, en de koopman zooveel mogelijk bleef ingeschakeld, was reeds voldoende. *Voor het tot stand komen en goed functionneeren van de veiling is noodig een groot aantal koopers, een voldoende aanvoer van het product, en vooral een groote vraag naar het product.*

DE VERZENDVEREENIGING

Naast verkoop op de veiling heeft men in Nederland getracht verzendvereenigingen in het leven te roepen. Dit zijn coöperatieve vereenigingen, die tot doel hebben, het product der leden voor gezamenlijke rekening en met uitschakeling van den tusschenhandelaar, te verkoopen door het ooft te consigneeren naar groote buitenlandsche consumptiecentra. Zij zijn dus in wezen gelijk aan de Amerikaansche verkooporganisaties, met dit verschil evenwel, dat de Europeesche organisaties in mindere mate hun product hebben gestandaardiseerd en hun verkoopsysteem minder gedifferentieerd is.

Deze vereenigingen hebben in Nederland geen succes gehad. Hun bestaan wordt hier echter vermeld, omdat de oorzaken van hun mislukking in groote trekken gelijk waren aan de factoren, die in de Vereenigde Staten afzetorganisaties deden mislukken. Tevens maakt deze overeenkomst het waarschijnlijk, dat hetgeen in de Vereenigde Staten werd gevonden meer dan plaatselijke geldigheid bezit en ook op de Indische coöperaties van toepassing kan zijn.

Als oorzaken van de mislukking der Nederlandsche verzendvereenigingen wordt opgegeven, dat het beheer der vereenigingen faalde. De personen, die men aanstelde om voor den verkoop der producten zorg te dragen, hadden hetzij geen goede koopmanscapaciteiten of zij konden niet op juiste wijze de belangen der coöperatie behartigen. Het feit, dat men een ambtenaar moest aan-

stellen voor den verkoop, had bovendien het bezwaar, dat de winst, die men verkreeg door het uitschakelen van den exporteur, verdween.

Verder liep de organisatie in tijden van dalende prijzen een veel grooter risico dan de exporteur. Onder dergelijke omstandigheden kan de koopman zijn risico verminderen door voorzichtig en slechts in kleine kwantiteiten in te koopen. Juist in deze tijden wendt echter de producent zich tot zijn organisatie om zijn groenten en vruchten, die hij elders niet kwijt kan, te verkoopen, waardoor de vereeniging in een ongunstiger positie wordt gedrongen. Om zich tegen dit extra risico te dekken was de verzendvereeniging gedwongen, in goede tijden een gedeelte van de opbrengst der producten niet uit te betalen, ten einde op deze wijze een reservefonds te vormen. De leden ontvingen daardoor soms lagere prijzen, dan zij via den particulieren handel zouden hebben gekregen, hetgeen natuurlijk niet bevorderlijk was voor den groei der vereeniging.

Verder was er een voortdurende strijd tusschen de kooplieden en de veilingen eenerzijds, en de verzendvereeniging anderzijds, waarbij de eerstgenoemde partij steeds trachtte door tijdelijk hoogere prijzen te bieden dan de vereeniging kon uitkeeren, haar leden afvallig te maken.

Tenslotte waren de vereenigingen, die vaste salarissen hadden te betalen, minder goed in staat zoo noodig hun onkosten te verminderen dan de kooplieden die gemakkelijker de tering naar de nering konden zetten.

Eén verzendvereeniging heeft langen tijd succes gehad en is blijven bestaan tot de maatregelen der Regeering, waarbij het veilen van tuinbouwproducten bestemd voor den export, verplichtend werd gesteld, tot opheffing dwongen.

In België heeft de verzendvereeniging wat meer succes gehad en heeft zich bij den export van enkele producten, zooals witlof en jonge aardappelen, kunnen staande houden. Ongeveer een vijfde van de productie van genoemde artikelen wordt door middel der coöperaties verkocht. Volgens bekomen inlichtingen zou de verkoop van witlof langs den weg der verzendvereenigingen kunnen geschieden, omdat het product afkomstig is van een intensieve cultuur en het in een gestandaardiseerde verpakking en in goede

kwaliteit wordt geleverd. Het wordt vrijwel uitsluitend naar Parijs geëxporteerd, waar het wegens zijn goede kwaliteit een gereeden afzet vindt. Vraagt men, waarom de verzendvereenigingen slechts een klein deel van de productie omzetten, dan is een verklaring, zoo zeide men mij, te vinden in het feit, dat de coöperaties haar leden vrijwel geen financieel voordeel brengen; zij zijn alleen van belang als nuttige concurrenten van den particulieren handel, waardoor de winstmarges der tusschenhandelaren binnen „redelijke" grenzen worden gehouden. Ook behoeft de afzet weinig verbetering, omdat de tuinder zijn product veelal gemakkelijk aan handelaren en venters in het consumptiegebied kan slijten, waardoor de distributie reeds zeer goedkoop geschiedt. België is immers dicht bevolkt, zoodat de kweeker overal in de nabijheid van zijn bedrijf markten vindt, waar hij zijn product gemakkelijk van de hand kan doen. Al zou het markten via de coöperatie hem kleine voordeelen brengen, dan zou de kweeker deze gelegenheid waarschijnlijk niet uitbuiten, omdat het ter markt brengen der producten voor hem veel aantrekkelijks heeft (steedsche genoegens), waarom hij er niet graag afstand van zou doen.

Uit het voorgaande blijkt, dat in overeenstemming met hetgeen voor de Vereenigde Staten werd gevonden, ook in België het coöperatief verhandelen van producten over korten afstand geen grooten opgang kan maken en standaardisatie van het product overbodig wordt.

In de crisisjaren hebben de Belgische verzendvereenigingen groote moeilijkheden van de steeds dalende prijzen ondervonden, waardoor de animo om langs dezen weg groenten van de hand te doen, aanmerkelijk is geslonken. De leden der vereeniging verwachtten — geheel ten onrechte overigens — dat de coöperatie in staat zou zijn de prijsdaling der producten te remmen en zij werden in deze verwachting natuurlijk bedrogen.

Op het oogenblik tracht men in België in die streken, waar de tuinbouw in opkomst is, veilingen in te voeren omdat dit tot nog toe de beste weg wordt geacht om kleine en gevariëerde partijen tuinbouwvoortbrengselen coöperatief te verhandelen.

HOOFDSTUK IV

COÖPERATIEVE VERKOOPORGANISATIES VOOR OOFT IN NEDERLANDSCH-INDIË

DOEL VAN HET COÖPEREEREN IN HET ALGEMEEN

Terwijl in de landen van het Westen de coöperatie een betrekkelijk beperkte taak heeft, en in de eerste plaats gericht is op het bevorderen van het stoffelijk welzijn van haar leden, wordt in het Oosten de taak van de coöperatie veel ruimer gezien.

Ter illustratie van de veelzijdige doeleinden op sociaal-economisch, staatkundig, geestelijk en zedelijk terrein, die de coöperatie nastreeft, kan ik niet beter doen dan een tweetal citaten te laten volgen uit het standaardwerk van DE KAT ANGELINO „Staatkundig Beleid en Bestuurszorg in Nederlandsch-Indië" (27), handelend over deze organisaties.

„Het Europeesche en Amerikaansche platteland is dank zij de coöperatie gedynamiseerd op een wijze, als vroeger niemand zou hebben kunnen vermoeden; het geldt thans dien zegen aan het gansche Oosten mede te deelen. Wat de coöperatie reeds voor den Japanschen landman heeft gedaan, werd vroeger aangestipt; er bestaat geen grond tot twijfel, dat ook de koloniale wereld met groote schreden voorwaarts zal kunnen gaan, zoodra zij dezen hefboom van den vooruitgang zal weten te hanteeren."

„De Coöperatie is voor het geheele Oosten van oneindig veel grooter beteekenis dan zij voor het Westen is geweest. Zij zal niet alleen den stalen ring vermogen te breken van woekercrediet en schandelijke voorschottentactiek, zij zal niet alleen redelijke prijzen voor verbruiksartikelen en eigen product weten af te dwingen, desnoods door zelf tot de wereldmarkt te gaan, zij zal niet alleen de qualiteit en de standaardiseering harer productie kunnen instellen,

op de wereldvraag, maar wat van niet minder belang is, in de netten der coöperatie en der ontluikende lagere autonome rechtsgemeenschappen zal zij alle elementen die losraken uit het oude afbrokkelende adatverband, opvangen. Zoo nauw zal men zelfs menigmaal de nieuwe coöperatie kunnen doen aansluiten aan oeroud hulpbetoon en samenwerking, dat zij in het overgangstijdperk beter dan eenig ander middel geëigend is om de disintegratie van het oude verband te *verlangzamen* en toch dat verband te *oriënteeren* in *dynamische richting*".

De auteur verwacht, dat de opvoeding van de inheemsche bevolking tot coöpereeren, wederom tot resultaat zal hebben dat zij uit de ervaringen met het beheer van deze coöperaties verkregen, zal leeren van onderaf haar eigen lot te bestieren. Andere auteurs (KRAFFT [31], V. D. KOLFF [29]) gaan minder ver, en zien in de coöperatie in hoofdzaak een middel, om het economisch welzijn der inheemschen te bevorderen en hen in te passen in de kapitalistische wereldorde. Daarnaast, zoo meent KRAFFT, zal van de coöperatie zeer veel paedagogische invloed uitgaan en zal men door middel van coöperatie de bevolking kunnen opvoeden tot een beter en hygiënischer leven, tot het toepassen van betere landbouwmethoden enz. Kernachtig formuleert KRAFFT dit als volgt: „Het is belangrijk om wel te begrijpen, dat coöperatie niet enkel een stelsel is om goedkoop crediet te krijgen of om den economischen toestand der leden te verbeteren, maar dat het ook een machtige factor van volksopvoeding is."

Deze functies van de coöperatie, die dus uitgaan boven het directe streven naar materiëele voordeelen, worden ook door de overheid erkend. In de Regeling op de Coöperatieve Vereenigingen van Inlanders wordt uitdrukkelijk mogelijk gemaakt, dat het nastreven van geestelijke en zedelijke, d.w.z. buiten het stoffelijke welvaartsstreven liggende doeleinden, het wezen van de coöperatieve vereenigingen niet aantast [29]. De wetgeving draagt daardoor een sociaal-politiek karakter, aangezien de bevordering van de coöperatiegedachte niet alleen geschiedt om de materiëele welvaart te vermeerderen, maar ook omdat men de coöperatie wil inschakelen bij de sociaal-cultureele opheffing der bevolking.

Zou men de coöperatieve beweging zien enkel en alleen uit een economischen gezichtshoek, dan zou men haar groot onrecht doen.

Haar groote beteekenis ligt juist in haar tweeledige functie, nl. dat zij eenerzijds naar buiten is gericht op het Westersch-economische leven om de bevolking bij haar strijd om het bestaan te helpen, en anderzijds naar binnen is gericht en traditie en adat der dorpsgemeenschap kan helpen uitbouwen.

De moeilijkheden die men daarbij moet overwinnen zijn groot. Zij liggen volgens de reeds geciteerde auteurs voornamelijk bij de weerstanden, die bij de leden der dorpsgemeenschappen, welke zeer conservatief zijn, ontstaan tegen het nieuwe van het coöpereeren en tegen de *zelf gewilde* samenwerking (zelfwerkzaamheid) die noodig is voor het slagen der coöperatie. Ook het gebrek aan schoolsche kennis, wereldwijsheid en handelservaringen, met het daaruit voortspruitende gemis van inzicht in de noodzakelijkheid van trouw aan de coöperatie, zullen even zooveel hinderpalen voor de ontwikkeling van de organisatie blijken te zijn.

Teneinde deze tegenwerkende factoren zooveel mogelijk hun kracht te ontnemen, is eenerzijds opvoeding en propaganda noodzakelijk en anderzijds een groote aanpassing van de nieuw op te richten coöperaties aan de bestaande normen en usances, opdat het absorbeeren van het nieuwe zoo geleidelijk en onopgemerkt mogelijk kan geschieden.

Binnen het bovengeschetste streven van de coöperatie in het algemeen, hebben de verschillende schrijvers den verkooporganisaties een groote taak toebedeeld ter bereiking van het gestelde doel.

KRAFFT schetst uitvoerig de voordeelen, die de bevolking met gemeenschappelijken verkoop der producten en door uitschakeling van den tusschenhandel, zal kunnen behalen, welke voordeelen kunnen worden vergroot, indien de producten beter worden gesorteerd en de tani voldoende credieten ter beschikking kan krijgen. KRAFFT meent, dat de Javaansche landbouwer alleen door middel van de coöperatie met voordeel zijn kleine partijen zal kunnen markten, omdat deze organisatie voor de kleinste hoeveelheden goede prijzen kan maken. Ook DE KAT ANGELINO is van meening, dat de coöperatie op landbouwgebied onnoemelijk veel zal kunnen bereiken en hij wijst op enkele belangrijke punten, die als doel van coöperatieve organisaties in aanmerking komen, zooals aankoop van kunstmest, zaad, arbeidsbesparende werktuigen; voorts

standaardiseering van het product, bouw van opslagplaatsen en bedrijfjes voor voorloopige bewerking, tegengaan van akkerversnippering e.d. Hierbij treden coöperatieve verkoopvereenigingen als bekroning van het werk op den voorgrond. Toch is hij minder zeker dan KRAFFT, dat de coöperatieve afzet van producten den tusschenhandel zal kunnen uitschakelen. In analogie met hetgeen bij de inkoopcoöperaties werd waargenomen, meent hij, dat als de te verkoopen partijen klein zijn, zooals op Java te verwachten is, de verkoopcoöperaties slechts weinige tusschenpersonen vermogen uit te schakelen. Daardoor zal de winst, die de coöperatieve afzet kan brengen, slechts gering zijn. Iets anders zou het zijn, wanneer — als in Japan — een aantal dorpen hun product standaardiseeren en tot groote partijen kunnen vereenigen en een geschikten agent voor den verkoop aanstellen. Beide schrijvers zien een rem op de ontwikkeling van de coöperatie in de mentaliteit van de Inheemschen, hun gering zakeninzicht en hun te verwachten gebrek aan trouw aan de organisatie.

Ook het praeadvies, uitgebracht op het tweede congres van de Persatoean Bangsa Indonesia te Solo in 1931, betreffende de reorganisatie van den handel in landbouwproducten (w.o. mangga's en ander fruit) ten bate van den tani, acht de uitschakeling van den tusschenhandel geboden en wil tot een coöperatieven afzet van vruchten komen door een organisatie, die het fruit van den tani (met pandjer) opkoopt en verkoopt, en de gemaakte winst jaarlijks pondspondsgewijs verdeelt over de tani's, die aan de vereeniging hebben geleverd. Aangezien de tani voorloopig niet in staat wordt geacht, zelf het beheer dezer vereeniging te voeren, moet het bestuur uit den inheemschen intellectueelen stand worden gerecruteerd.

In alle voorgaande beschouwingen komen de volgende punten naar voren, die men zonder bewijs als juist heeft aanvaard:

1. dat de tani recht heeft op hoogere prijzen dan hij tot nog toe ontvangt;
2. dat bezuinigingen zullen worden verkregen door uitschakeling van den particulieren handel, die den tani ten goede kunnen komen;
3. dat in Nederlandsch-Indië de coöperatieve vereenigingen alleen moeilijkheden ondervinden door interne oorzaken, welke

voortspruiten uit de geringe ontwikkeling der Inheemschen (afkeer van het nieuwe, gebrek aan medewerking, ongeschiktheid der leden om te coöpereeren en de organisatie te beheeren).

Zijn deze moeilijkheden evenwel door een juiste opvoeding der Inlanders overwonnen, dan bestaan er volgens hen geen economische (uitwendige) factoren, die de doorvoering van coöperatieven verkoop belemmeren. Men vindt in dit laatste dezelfde opvattingen omtrent de onbegrensde mogelijkheden van de coöperaties terug, waarmede in de Vereenigde Staten zooveel propaganda werd gemaakt en waarvan in dat gedeelte der wereld is gebleken, dat zij in het algemeen niet voldoende gefundeerd waren.

Het zal dan ook interessant zijn te onderzoeken, in hoeverre deze verwachtingen in Nederlandsch-Indië in vervulling kunnen gaan. Hiertoe zal een beschrijving van bestaande organisaties en van eenige mislukte veilingen het materiaal kunnen leveren. Het materiaal is echter beperkt, zoodat de conclusies daaruit getrokken, met eenig voorbehoud worden gegeven.

DE BESTAANDE VERKOOPCOÖPERATIES

De bestaande coöperaties, die zich met den handel in fruit bezig houden, zijn, behalve een verzendvereeniging van djeroeks te Poenten, voor zoover mij bekend alleen schuldbevrijdingscoöperaties.

Tot het in leven roepen dezer instellingen is men meestal niet overgegaan op grond van de voordeelen die men van de verkoopcoöperaties in de praktijk verwachtte, doch op grond van de noodzaak om den grondbezitter te bevrijden van de schulden, waarin hij tengevolge van de achter ons liggende crisis was geraakt. Men komt hiermede op het terrein van den schuldbevrijdingsarbeid, noodzakelijk geworden, omdat uit onderzoekingen in verschillende streken was gebleken, dat de schulden, waaronder de grondbezitters geleidelijk aan waren bedolven, zoo groot waren, dat dit tot verlies van hun bezit reeds had geleid of dreigde te leiden en dat zij zich uit eigen kracht niet van deze schulden zouden kunnen bevrijden.

In verband hiermede overwoog de Regeering om de Algemeene Volkscredietbank bij dezen arbeid in te schakelen en de mogelijk-

heid te openen om de uitgifte der voor dit doel te verstrekken credieten onder billijker voorwaarden dan de gebruikelijke te doen geschieden. Daartoe werd uit de welvaartsbijdrage van Nederland een bedrag van f 750.000,— afgezonderd, te verdeelen over 3 jaren; van dit bedrag zou f 600.000,— als garantie dienen voor te verstrekken leeningen. Hierdoor werd de Algemeene Volkscredietbank in staat gesteld, om individueele leeningen voor dit doel uit te geven instede van tegen 12% tegen een rentevoet van 6%, terwijl aangenomen werd, dat een garantie tot 20% van het uit te zetten bedrag voldoende was. Op deze wijze kwam f 3.000.000,— voor schuldbevrijdingsdoeleinden beschikbaar. Bij Gouvernementsbesluit van 12 Mei 1937 No. 38, werd een Schuldbevrijdingscommissie ingesteld, waarin de Directeur van Economische Zaken, de Directeur van Binnenlandsch Bestuur en de President-Directeur der Algemeene Volkscrediet bank zitting hadden; deze commissie heeft de algemeene leiding bij dezen arbeid en heeft een aan de verschillende sociale verhoudingen in de verschillende streken aansluitend, werkplan vastgesteld.

Niet alleen terwille van de noodzaak van deze aanpassing, doch ook teneinde een zoo groot mogelijke ervaring in den kortst mogelijken tijd te verkrijgen, loopen deze werkplannen uiteen.

In streken, waar men kon verwachten dat de bevolking de uitgezette gelden uit eigen inkomsten en zonder dwang van bovenaf zou terugbetalen, werden de credieten zonder meer uitgezet; in andere armere streken, waar een bevolking met minder betalingsdiscipline woonde, werden schuldbevrijdingscoöperaties ingeschakeld.

De Algemeene Volkscredietbank verstrekt de credieten individueel, echter onder voorwaarde, dat de leeners zich aansluiten bij een coöperatie, die de boomen volgens adatrecht in pand neemt. Dit beteekent, dat de bezitter zijn recht op de opbrengst der boomen aan de coöperatie afstaat. De schuldenaar kan dus niet opnieuw tegen afgifte in onderpand van zijn bezittingen, schulden met derden maken, terwijl de coöperatie de vruchten moet verkoopen en de opbrengst volgens een bepaalden maatstaf verdeelen tusschen bank en lid.

De oprichting geschiedt van bovenaf; leiding en toezicht zijn stringent, maar alle aandacht wordt geschonken aan de vraag, op

welke wijze de belangstelling en medewerking van de leden voor *hun* coöperatie kan worden gewekt. Getracht wordt dan ook om de coöperatie geheel de plaats te doen innemen van den vroegeren geldschieter. Om dit te verwerkelijken, worden ook naar behoefte kleine credieten verstrekt; tevens wordt door een zoo intensief mogelijke hulpverleening getracht de coöperatie populair te maken. Is zij eenmaal populair, dan ontwaken belangstelling en medewerking geleidelijk. Voorts tracht deze coöperatie het tuinonderhoud en de verbetering van de kwaliteit der vruchten en de verbetering der prijzen te bevorderen.

Deze werkwijze vindt toepassing bij de schuldbevrijding van de djeroekboombezitters in het regentschap Garoet, van de klapperboombezitters in de residentie Bantam en van de manggaboombezitters in het regentschap Indramajoe. Aangezien het werk in Indramajoe reeds in 1934 is begonnen zal hierbij uitvoeriger worden stilgestaan.

De credietverstrekking in Indramajoe geschiedt geheel coöperatief; dit is mogelijk, doordat de som van de activa der primaire credietcoöperaties (dorpscredietinstellingen) ten behoeve van den schuldbevrijdingsarbeid nuttig kan worden aangewend. Het afkoopen van de schulden geschiedt tegen 35 % van de oorspronkelijke leensom. Door den op hen uitgeoefenden drang stemmen de schuldeischers hierin in het algemeen wel toe, in vele gevallen hebben zij het uitgeleende bedrag der oorspronkelijke schuld al een of meerdere malen terugontvangen uit de opbrengst der door hen in pand genomen boomen. Oorspronkelijk werden credieten verstrekt uit de desakassen en de regentschapskas, en bedroeg wegens het ontbreken van garantie de rente 10 %.

Het nut van deze organisatie is dus overduidelijk; zij stelt den tani in staat gelden op te nemen om zijn bezit in te lossen tegen zeer aannemelijke voorwaarden, die hij als eenling niet zou kunnen verkrijgen.

De geholpen tani's zijn zeer tevreden over de geheele regeling want zij ontvangen nu weer vrij ruime inkomsten uit hun boomen, waarvan zij sinds jaren geen of weinig genot hadden, maar waarvan zij wel de lasten moesten betalen. Het gevolg is dan ook, dat men aan de ingeloste boomen, die jaren lang verwaarloosd waren, weer meer belangstelling en cultuurzorg besteedt.

De verkoop der vruchten door de organisaties echter biedt eigenaardige moeilijkheden. Hierbij zijn de ervaringen, verkregen bij de organisaties in Indramajoe, die twee jaar vroeger zijn gaan werken dan die in het Garoetsche, zeer leerzaam: De coöperatie nam niet alleen den verkoop ter hand, om op gemakkelijke wijze van de opbrengst der vruchten de noodige gelden ter aflossing der schulden af te kunnen houden, maar ook omdat men meende, dat men door coöperatieven verkoop voor de mangga's betere prijzen zou kunnen maken dan bij verkoop aan bakoels. Dit voordeel zou de leden aanlokken lid te blijven van de organisatie, ook nadat hun schuld aan de organisatie zou zijn terugbetaald. Bleef op deze wijze de coöperatie bestaan, dan zou men door credietverstrekking, e.d. kunnen voorkomen, dat het boombezit opnieuw zou worden verpand en zou langzamerhand de belangstelling der leden voor cultuur, boomonderhoud, oogst en verkoop weer worden gewonnen. Ten einde bovengeschetst doel te bereiken liet de organisatie in het eerste jaar (1935–1936) de mangga's van haar leden per prauw naar Batavia brengen en daar verkoopen.

De vruchten, hoofdzakelijk mangga tjengkir, werden gesorteerd en brachten na aftrek der kosten 62 cts per 100 stuks op [75]. Over dit resultaat was men tevreden. Jammer genoeg werd niet opgegeven wat de gemiddelde opkoopprijs was der vruchten van niet aan gesloten tani's, die door de bakoels door middel van pandjers waren opgekocht. Daardoor was geen vergelijking mogelijk en konden de voordeelen van zelfverkoop niet zoo duidelijk in het oog springen. Men was tot dezen verkoop op Batavia overgegaan, ofschoon men zeer wel overtuigd was van het groote risico van bederf, dat men daarbij moest dragen. Men vond het echter opwegen tegen het gevaar van tegenwerking, dat men liep bij verkoop aan bandars en abangs.

Het volgende jaar (1936–1937) was een jaar met sterken westmoesson, waardoor het vervoer der mangga's per prauw zeer riskant werd; daarom ging men er toe over, den oogst der boomen te veilen (lelang). Hiertoe bracht men een groepje bakoels bij elkaar en ging de ambtenaar van de coöperatie, of de bestuursleden, met hen van boom tot boom om ieder een bod te laten doen. Het systeem is in de manggastreken geslaagd, omdat veilen geen nieuw begrip was, want het komt overeen met de reeds bekende

wijze van verkoop der boomen bij opbod (lelang). Het zooveel mogelijk aanpassen van de coöperatie aan de plaatselijke omstandigheden, dat tegenwoordig een leidend beginsel is, heeft ook hier weer zijn groote nuttigheid getoond. In den aanvang kwamen echter moeilijkheden voor, doordat men de bakoels er niet toe kon brengen tegen elkaar op te bieden. De redenen hiervan liggen voor de hand. Uit de onderzoekingen naar den handel in mangga's in deze omgeving, was immers gebleken, dat de bakoel voor zijn diensten slechts weinig betaald krijgt, omdat het aantal groothandelaren dat van hem koopt zeer gering is en deze laatsten onderling prijsafspraken maken, waardoor de opkoopprijzen, die zij aan de bakoels betalen, eenzijdig worden vastgesteld. Ook de positie van den bakoel is dus ongunstig en wel in zulk een mate, dat de Coöperatiedienst, geheel los van schuldbevrijdingsacties, ernstig heeft overwogen, de bakoels te organiseeren, ten einde de door hen opgekochte producten coöperatief te markten ter verbetering van hun economische positie. De veilingen komen dus in conflict met de belangen van de bakoels, omdat zij daar individueeel moeten koopen en hun groepsvorming juist voorkomen dient te worden, daar zij dan niet tegen elkaar opbieden. Om deze moeilijkheid van het niet opbieden voor den tani echter op te lossen en om tegen de bakoels te concurreeren, mogen nu, in 1937, de leden en de bestuursleden mee bieden om den oogst der boomen op te koopen. Het op deze wijze gekochte fruit verkoopen zij weer aan abangs en hun agenten. Het resultaat van deze nieuwe methode is zeer goed, omdat de bakoels nu wel gedwongen zijn hooger te gaan met hun biedingen [77].

Om een juist beeld te kunnen vormen van den omvang van het reeds bestaande schuldbevrijdingswerk volgen hier eenige statistische gegevens. In 1937 werkten in de omgeving van Indramajoe en Cheribon 11 vereenigingen met 564 leden. Deze hadden een gezamenlijk boombezit van bijna 3700 manggaboomen, ongeveer 1 % van den totalen mangga-aanplant. (Hierbij wordt de mangga-aanplant in Indramajoe op 180.000 en in Cheribon op 190.000 boomen gesteld.) Op dit bezit rustte een schuld van f 12.500,— aan de vereenigingen, waarop in 1937 10 % werd afbetaald. De opbrengst van de 3.700 boomen bedroeg iets meer dan f 3.700,—. Aan bakoels werd 56 % verkocht, aan leden 27 % en aan het be-

stuur der vereenigingen 17%. De betaling geschiedt in hoofdzaak contant; bij hoogere bedragen (± 25 gulden) wordt crediet toegestaan. Wanbetaling vond in 1937 niet plaats, terwijl met de verkeerde gewoonten van het toestaan van rabatten (ampoen) volledig kon worden gebroken (77).

Het slagen van deze wijze van verkoopen is eenerzijds te danken aan het overwinnen van interne moeilijkheden, doordat men het nieuwe verkoopsysteem wist aan te passen aan de bestaande toestanden. Men wist geleidelijk het nieuwe in te voeren en wist daarbij de sluimerende krachten van den boombezitter te wekken door middel van coöperatie. Anderzijds bleek dat het goede resultaat eveneens in zeer groote mate afhankelijk was van den uitwendigen factor: vraag naar het product. Mits er voldoende vraag is en daardoor concurrentie tusschen de koopers ontstaat, kunnen gunstige resultaten worden verkregen. Bestaat deze concurrentie om een of andere reden niet (gering aantal koopers, weinig kooplust) dan faalt de veiling. Reeds in 1916 mislukte een djeroekveiling te Batoe omdat de koopers niet wenschten te bieden. Een zelfde oorzaak van het mislukken van een dergelijke organisatie vermeldt CRINCE-LE-ROY (15).

Het ging daarbij om aardappelveilingen, die in den Tengger in 1921 op aandrang van het Binnenlandsch Bestuur waren georganiseerd. Volgens bekomen inlichtingen wenschten de handelaren op de veilingen niet te bieden. Er was ook geen groote vraag naar aardappelen, hetgeen ik meen te mogen concludeeren uit de door CRINCE-LE-ROY genoemde omstandigheid, dat opkoopers van aardappelen in den Tengger credieten genoten van de producenten, zulks in tegenstelling met het gebruik in den handel met andere producten. Een feit van gelijken aard nam ik in 1932 waar in Pasar Minggoe. Daar wilde een venduhouder de verschillende vruchtensoorten, die op den pasar werden aangevoerd, laten veilen op een door hem georganiseerde veiling. Ofschoon er sawo's en ramboetans werden aangevoerd, weigerden de handelaren daar ter plaatse te koopen. De venduhouder was gedwongen zelf het aangevoerde fruit op te koopen en te verzenden naar Bandoeng. Doch daar stagneerde de verkoop, omdat de kleinhandelaren, die voor hun vruchtenvoorziening ten deele waren aangewezen op relaties met de kooplieden, die de veiling te Pasar Minggoe hadden

geboycot, de waar die over de veiling was verhandeld, niet durfden te koopen. Zij vreesden, dat de kooplieden hun wegens het tegenwerken van den boycot later niet meer zouden willen leveren.

Bleek uit het bovenstaande dat de coöperaties in het Indramajoesche van het handeldrijven voor eigen risico waren teruggekomen, in Garoet zijn de producentenorganisaties niet eens tot zelfstandigen handel gekomen, ofschoon zij oorspronkelijk waren opgericht met het doel, den afzet van den djeroek keprok te verbeteren door coöperatief te verkoopen met uitschakeling van den opkooper. Doch dit doel is ten opzichte van de coöperatieve inlossing van het verpande boombezit geheel op den achtergrond geraakt. Men heeft ingezien dat men de bevolking, die nog moet worden opgevoed tot samenwerking, slechts een eenvoudig doel moet stellen, nl. het afbetalen van de ter schuldbevrijding verstrekte credieten en het besteden van meer zorg aan de boomen (53).

Zou men hier evenwel tot coöperatieven afzet van vruchten overgaan, dan zou dat een bedreiging inhouden voor de opkoopers (tangkoelaks). Deze laatsten begrepen dit zeer wel en voerden daarom oppositie tegen de organisatie bij haar oprichting. Men heeft hun tegenstand weten te bezweren, door er op te wijzen, dat zij mede door deze schuldbevrijdingsactie gebaat werden, daar zij zelf veelal een groot boombezit hebben. De verkoop der djeroekvruchten geschiedt nu eenvoudig aan de tangkoelaks, zooals men tot nog toe gewend was, doch onder toezicht van de organisatie. Men is dus in beide streken er toe gekomen om bij den coöperatieven afzet van vruchten toch de gewone handelskanalen te volgen.

De ervaring met de producentencoöperaties heeft dus wel getoond, dat het tot nog toe niet mogelijk en zelfs niet wenschelijk is, den tusschenhandel bij den fruitverkoop uit te schakelen. Tot deze conclusie kwam ook het toenmalig hoofd van den Coöperatieven dienst, de tegenwoordige Directeur van Economische Zaken, de heer H. J. VAN MOOK, in zijn artikel in het Maandblad „Warta Coöperatie", van Mei 1937, waarin hij uiteenzet, dat de coöperatie in 't algemeen er niet op gericht is, de handelaren uit te schakelen en dat zij op zijn hoogst enkele beperkte functies van hen zou overnemen, die dan het voordeel zouden hebben, de risico's van den tusschenhandel te verminderen (40).

De taak van de afzetcoöperatie wordt door hem voorloopig aanmerkelijk beperkter opgevat dan door de „theoretici" van de Indische coöperatie. Van overnemen van de taak van den tusschenhandel is in dit stadium van ontwikkeling nauwelijks meer sprake. Dit wil natuurlijk niet zeggen, dat in de toekomst de Coöperatiedienst niet toch langs coöperatieven weg tot een ingrijpen in den tusschenhandel zal overgaan, indien misstanden hiertoe nopen, of dat coöperatieve verzendvereenigingen zullen worden opgericht, indien mocht blijken dat deze organisaties bij uitstek gunstig sociaal-paedagogisch kunnen werken.

Niet altijd echter zijn coöperatieve verzendvereenigingen van tuinbouwproducten onmogelijk gebleken, en het is daarom van belang te vermelden, dat er een verzendvereeniging van kool bestaat in Oost-Java, die met groot succes werkzaam is. Deze organisatie zendt het product der leden naar Singapore in consignatie, met uitsluiting van opkoopers en groothandelaren in het productiegebied. Ter vergemakkelijking van den verkoop, zorgt de vereeniging voor een goede en regelmatige verdeeling van den aanvoer gedurende het geheele koolseizoen, waartoe men de kool volgens een weloverwogen schema aanplant. Het resultaat van haar bemoeiingen is zeer bevredigend. De vereeniging kan een ietwat hoogeren prijs betalen dan de handelaren en heeft dientengevolge verkregen, dat ook de laatsten hoogere prijzen voor het product in den vrijen handel moesten gaan bieden. Tot het succes van deze organisatie heeft bijgedragen, dat het hier om een product ging, dat voor die streek betrekkelijk nieuw was, en dus in goede kwaliteit kon worden geproduceerd en behoorlijk gesorteerd en verpakt kon worden. Tevens kon men reeds dadelijk met een limiteering van den aanplant beginnen, om overvoering van de markt te voorkomen en laat het product een planmatigen verkoop toe. In Singapore wordt kool van goede kwaliteit uit China aangevoerd, zoodat men daar, in tegenstelling met Java, goede kwaliteit op prijs stelt. Bovendien is het beheer in handen van den Landbouwvoorlichtingsdienst, waardoor de kosten van de leiding niet geheel op het product drukken.

De hoogere prijs, dien het coöperatief verkochte product opbrengt, zou m.i. voldoende zijn, om de totale kosten te dragen van het tot nu toe door den Landbouwvoorlichtingsdienst waar-

genomen beheer. Doch dan zou natuurlijk de aan den tani uit te betalen prijs weer aanmerkelijk dalen en niet veel uitkomen boven de prijzen die de kooplieden geven. De inmenging van dezen dienst is echter zoo intensief geweest, dat het voor de coöperatie, eenmaal gewend aan deze uitstekende contrôle, niet mogelijk is uit haar leden een gelijkwaardige leiding aan te stellen. Ook hier blijkt dus weer, dat de zwakke plek van dergelijke organisaties, zooals ook in de verzendvereenigingen in Nederland is gebleken, te vinden is in de moeilijkheid om een geschikt beheer te verkrijgen.

RAAT heeft in „Volkscredietwezen" van September 1936 een uitvoerige beschrijving van de organisatie gegeven, waaraan het bovenstaande is ontleend. Hij merkt daarbij op, dat nog steeds een gedeelte van het product door den particulieren handel wordt gemarkt, omdat de handelaren op de vereeniging voor hebben, dat zij contant betalen, terwijl de vereeniging in het algemeen slechts beperkte voorschotten kan geven. De eerste zendingen van het seizoen worden n.l. zoodra de remises zijn ontvangen (na twee weken) geheel afgerekend. De volgende zendingen kunnen in verband met de grootere prijsfluctuaties in het midden van het seizoen op de markt te Singapore, eerst aan het einde van den kooltijd worden afgerekend, om te voorkomen dat over sommige zendingen waarop verlies is geleden, de telers geld zouden moeten terugbetalen. Evenals in Nederland brengt deze wijze van afrekenen moeilijkheden voor de armere kweekers mede, die dikwijls uit geldverlegenheid zijn gedwongen, reeds in den aanvang van het seizoen hun product tegen een voorschot aan opkoopers te verkoopen. Bovendien kan het dikwijls voorkomen, dat door de groote prijsfluctuaties, de opkoopers op een bepaald moment hoogere prijzen kunnen betalen dan de coöperatie, waardoor zij steeds weer de zwakkere broeders onder de coöperatieleden weten weg te lokken. Door deze moeilijkheden is de organisatie nog niet geconsolideerd en daarom tracht men in Oost-Java coöperaties met rijstbouw als basis te stichten. Men is hiertoe overgegaan omdat men aanneemt, dat dergelijke nieuwe organisaties een breederen grondslag hebben en gemakkelijker zullen wortel schieten bij de bevolking en hen daardoor eerder tot zelfwerkzaamheid zullen brengen dan de „kool"-coöperaties.

Alvorens over te gaan tot een toetsing van de coöperatieve vereenigingen tot verkoop van vruchten aan de in het buitenland verkregen ervaringen, moet eerst worden nagegaan, of de veronderstelling van vele onderzoekers, dat de tani door den koopman wordt benadeeld, welke benadeeling het uitschakelen der tusschenhandelaren zou motiveeren, juist is.

Onderzoek naar de rechtvaardigheid en de wenschelijkheid der uitschakeling der handelaren

Een uitschakeling van den tusschenhandel wordt veelal gerechtvaardigd, door er op te wijzen, dat de tani voor zijn product (dus in dit geval ooft) slechts een klein gedeelte ontvangt van hetgeen de consument er voor betaalt. Het verschil wordt geacht te zijn de winst van den koopman, die op deze wijze zich verrijkt ten koste van den producent. Zonder nu het recht van bestaan van den koopman te willen betwisten, acht men toch een rechtvaardiger verdeeling gewenscht, waardoor de tani meer voor zijn producten zal ontvangen. De moeilijkheid is echter het bepalen, wàt den tani ten rechte toekomt. Het vinden van een oplossing van dit probleem zal hiervan afhangen of een maat kan worden opgesteld, om te bepalen, wat den tani naar redelijkheid moet worden betaald. Een dergelijke maat, die de billijkheid benadert, is, dat de boer een zoodanige opbrengst voor zijn product ontvangt, dat hij de kosten van de productie kan bestrijden benevens een „faire" winst voor zijn moeiten zal ontvangen. Deze eisch vindt men veelal opgesteld door de Amerikaansche farmers in tijden dat de prijzen van landbouwproducten dalen, en zooals reeds in een vorig hoofdstuk werd gezegd, werden dan coöperatieve verkoopvereenigingen opgericht, met het doel dezen eisch te verwerkelijken. Dat deze norm in tijden van dalende prijzen onhoudbaar bleek te zijn, leerde ons reeds de ervaring van de coöperatie der Sunmaid Raisin producenten. Nemen wij echter de juistheid van deze norm even aan, om de situatie van de ooftproducenten in Nederlandsch-Indië daaraan te toetsen, dan blijkt, dat zij in vergelijking met de producten, verkregen van sawah en tegalan, zeer geringe hoeveelheden arbeidskracht en kapitaal hebben geïnvesteerd in de fruit-

teelt, die meer dan goed worden gemaakt uit de inkomsten van die teelt. OCHSE & TERRA vonden immers voor de exploitatie uitgaven per ha sawah, erf en tegalan in 1933 resp. f 66,—, f 9,— en f 32,— terwijl de inkomsten bedroegen resp. f 80,—, f 52,— en f 40,—. En de cijfers omtrent de netto-opbrengsten der ooftboomen binnen de erfcultuur wijzen uit, dat deze gunstige cijfers ook op de fruitproductie van toepassing zijn. Aan den minimumeisch is dus voldaan en uit dat oogpunt behoeft men niet tot een betere verdeeling van de bedragen, die de consument voor het fruit betaalt, te komen.

Is de eisch van een behoorlijke vergoeding der kosten plus een „faire" winst, reeds weinig precies (want het begrip „fair" is moeilijk te bepalen), nog vager geformuleerd is de norm waarbij geëischt wordt, dat het aandeel van den producent in den gulden van den consument zoo groot mogelijk zij. Voor de ooftteelt in Nederlandsch-Indië, kan deze eisch uit billijkheidsoverwegingen niet worden gesteld, want de moeite en zorg, die de producent zich getroost, zijn zeer gering. Deze voortbrengselen worden allesbehalve verkregen met hard zwoegen, en de moeiten en kosten, die de handelaar zich voor het verhandelen moet getroosten, zijn veelal aanzienlijk grooter.

Vergelijkt men bovendien de aandeelen, die de Indische producent en de Amerikaansche producent van „den gulden van den consument" ontvangen, dan loopen deze bedragen niet sterk uit elkaar. Zoo krijgt de tani, die mangga golek verkoopt, op Malang 33 % en op Soerabaja 25 %. Hetzelfde deel ontvangt de tani, die mangga tjengkir voor Bataviasche consumptie produceert. De cijfers golden voor degenen die hun vruchten eerst laat in het seizoen verkochten en geen behoefte aan voorschotten hadden, en men mag aannemen dat deze gunstige situatie bij de meerderheid der producenten voorkomt (vgl. het bijschrift van de redactie van „Volkscredietwezen" bij het reeds geciteerde artikel van DE VRIES [63] waarin wordt uiteengezet dat in deze slechte tijden het geven van oogstcredieten aan den tani aanmerkelijk zal zijn verminderd). Ook in de Vereenigde Staten is een variatie in hetgeen de fruitproducenten voor hun ooft ontvangen; krijgt de sinaasappelproducent tusschen 30 % en 40 %, de appelkweeker ontvangt slechts 23 %. In Nederland wisselt hetgeen de producent ontvangt

eveneens van 25 tot 35 %. Waar van deze bedragen nog aanzienlijke productiekosten dienen te worden afgetrokken, terwijl de tani geen productiekosten heeft, is de toestand van den laatste in het algemeen niet ongunstig. Dit laatste kan worden toegelicht met enkele andere gegevens, welke zijn verzameld in bijgaande tabel:

landen	Nederland	Ned.-Indië
producent ontvangt voor 1 kg fruit bruto	12½ cts appels [1])	2¼ cts mangga [1])
producent ontvangt voor 1 kg fruit netto	3 cts [1])	2 cts [1])
belastingvrij inkomen *(76, 79)*	f 800,— en lager	f 120,— en lager
gemiddeld inkomen van den belastingbetaler *(76, 79)*	f 2.000,— p.j. [2])	f 500,— p.j. [3])
aantal belastingbetalers in % van de bevolking *(76, 79)*	18 [2])	4,5 [3])

[1]) geschat. [2]) 1934/'35. [3]) 1934.

Uit de tabel blijkt, dat in Nederland de producent voor vruchten zooals appels ongeveer 12½ cts per kg ontvangt (zonder aftrek van onkosten), terwijl in Nederlandsch-Indië de producent ongeveer 2¼ cts ontvangt of in Nederland iets minder dan 6 maal zooveel. Rekent men echter, dat het inkomen van den consument in Nederland ongeveer 4 maal zoo groot is als in den Archipel en dat van dat inkomen minder personen moeten worden onderhouden, dan is men gerechtvaardigd aan te nemen, dat bij den bestaanden toestand reeds de tani voor zijn fruit een relatief gelijk, zoo niet grooter gedeelte van het inkomen per hoofd der bevolking ontvangt als zijn Nederlandsche collega; en dat ten opzichte van de netto-ontvangsten per kg geleverd fruit de Inlandsche fruitproducent zeker relatief in gunstiger positie verkeert, ondanks het feit, dat hij niet beschikt over veilingen en andere coöperatieve vereenigingen. Ook in de streken waar de vruchtboomen zijn verpand, wijkt hetgeen de feitelijke boombezitter, dus de pandhouder, ontvangt niet af van hetgeen boven werd beschreven. Het is wel de moeite waard om er nog eens op te wijzen, dat de slechte toestand van den tàni in streken zooals Indramajoe, waar $^3/_4$ van alle manggaboomen zijn verpand, niet voortkomt uit fouten inhaerent aan den vruchtenhandel, maar daarentegen wel uit de weinig clemente natuur, die een intensief gebruik van de voor Java ruime grondoppervlakte per hoofd

der bevolking onmogelijk maakt. De bevolking is daardoor reeds arm en de tani's uit die streek werden daardoor in tijden van misoogst en van depressie gedwongen, hun bezit te verpanden aan geldschieters, welke laatsten in vele gevallen niet direct bij den vruchtenhandel waren betrokken.

Uit het voorgaande blijkt dus wel, dat de tani geen *recht* kan laten gelden op betere prijzen.

Nu de overwegingen van rechtvaardigheid niet zeer klemmend zijn gebleken, moet nog worden onderzocht of er andere motieven bestaan, die een vergrooting van het aandeel van den tani in den „gulden van den consument", en daarmee de oprichting van coöperatieve verkooporganisaties, kunnen verdedigen.

Het lijdt geen twijfel, dat er omstandigheden zijn waar hulp moet worden geboden en de inkomsten van den inheemschen landbouwer moeten worden verhoogd; dit is bijv. het geval in Indramajoe, waar de tani's diep in de schulden steken en dreigen los te raken van den bodem. Een verbeterde vruchtenteelt en de coöperatieve verkoop van vruchten zullen daarbij het hunne dienen bij te dragen. Ook van een algemeener gezichtspunt beschouwd, nl. terwille van de sociaal-paedagogische waarde van de coöperatie, is het van groot belang om, waar mogelijk, de oprichting van verkoopcoöperaties te bevorderen.

Het is dan echter noodzakelijk, dat aan twee voorwaarden wordt voldaan, en wel 1e dat de oprichting van dergelijke organisaties doeltreffend zij: de dorpsgemeenschap, waar zij wordt opgericht, moet er nut van ondervinden, d.w.z. dat de coöperatie er zich niet toe mag beperken geld van het ééne lid dier gemeenschap te brengen in de zakken van het andere, maar inderdaad de inkomsten van het geheel te vergrooten.

Niet zonder grond wordt hier op deze voorwaarde de nadruk gelegd. De pogingen om de vruchten der verpande boomen in Indramajoe te veilen, hebben in den vorm, waarin dit tot nu toe is gedaan, er in hoofdzaak toe geleid, dat de inkomsten van den tani werden verhoogd ten koste van den opkooper (bakoel), wiens winst tevoren reeds een minimum bedroeg. Daar het, gezien hun zwakke positie in den vruchtenhandel, niet is aan te nemen, dat de opkoopers van de groothandelaren evenredig hoogere prijzen kunnen verkrijgen, heeft dus het op zichzelf bevredigende resultaat der

hoogere prijzen voor de tani's, het gevolg, dat de vruchtenhandel die door de bakoels wordt gedreven, nauwelijks meer loonend blijft. Dit is zeker een bezwaar, omdat in Nederlandsch-Indië de kleinhandel in het algemeen (DE VRIES & COHEN) en de fruithandel in het bijzonder, velen energieken tani's de zoo noodige mogelijkheid biedt tot het verkrijgen van bijverdiensten door als bakoels vruchten te gaan verkoopen. Deze met handelen verkregen verdiensten zijn van zeer groot belang als aanvulling van hun te karige inkomsten.

Het bestaan van den kleinhandelaar-fruitopkooper is, zooals boven reeds werd vermeld, zoo weinig ruim, dat de Coöperatiedienst reeds plannen heeft, om ook hen in coöperaties te organiseeren. Bovendien komen onder de huidige omstandigheden de inkomsten van den bakoel, die in de desa woont, weer in de desa terecht, zoodat de dorpsgemeenschap in haar geheel niet armer wordt door de inkomsten van deze groep van tusschenhandelaren.

De eenigen, die waarschijnlijk ruime winsten maken, zijn de groothandelaren in fruit, waar tegenover staat, dat zij grootere risico's moeten dragen. Waar deze handelaren ten deele van elders komen, en ten deele wel in de desa wonen, maar hun geld in het buitenland verteren (Mekkagang), zou het voor een verhooging van de inkomsten der dorpsgemeenschap gewenscht zijn, dat eventueel op te richten verkoopcoöperaties zouden trachten, een gedeelte van de winsten van den groothandel aan de desa ten goede te doen komen. Dit heeft echter weer het bezwaar, dat de groothandelaren, tegen wie deze maatregelen gericht zouden zijn, een gedeelte vormen van den inheemschen middenstand, welke door velen een uiterst belangrijk bestanddeel van de inheemsche maatschappij wordt geacht.

Men mag uit de instelling van de Middenstandscommissie en de ten uitvoerlegging van haar aanbevelingen ter versterking van deze sociaal-economische groep der bevolking, met recht opmaken, dat het de bedoeling is van het Indische gouvernement, den inheemschen middenstand tot ontwikkeling te brengen. Het is dan ook duidelijk, dat een streven om den oofttelenden tani coöperatief te organiseeren en op deze wijze zijn lot, eventueel ten koste van den groothandelaar, te verbeteren, in strijd zou komen met het streven van het tot ontwikkeling brengen van den inheemschen middenstand.

Dit bezwaar kan echter niet doorslaggevend zijn, als men bedenkt, dat door het oprichten der coöperaties de belangen van de zooveel grootere groep der tani's worden gediend, terwijl het de belangen van de verreweg kleinste groep zijn, die worden geschaad.

Voor een volledige doeltreffendheid is het echter noodig een 2e voorwaarde te stellen, en wel die der financieele zelfstandigheid, zoodat niet jaarlijks aanzienlijke bedragen behoeven te worden besteed, om de coöperaties tegen de concurrentie van den particulieren handel in stand te houden.

Deze eisch moet om twee redenen worden gesteld. Eenerzijds, omdat het sociaal-paedagogische doel eerst kan worden bereikt, als de organisaties op den duur zelfstandig kunnen worden; immers, voortdurende financieele afhankelijkheid van het Gouvernement kan geen initiatief en zelfwerkzaamheid der bevolking kweeken en schiet haar doel voorbij.

Anderzijds, omdat de gelden, die door de Overheid worden uitgetrokken, wellicht nuttiger kunnen worden besteed ten behoeve van den tani, door het beschikbaar stellen van goedkoopere meststoffen, geselecteerd zaaizaad, voor verlaging der spoorvrachten, of voor kolonisatie, zonder dat daarbij aan andere sociaal-economische groepen der bevolking schade behoeft te worden gedaan.

Ons rest dus nog, na te gaan in hoeverre de coöperaties, die den verkoop van vruchten ten doel hebben, onder deze voorwaarden kunnen slagen.

Mogelijkheden van de coöperatieven op het gebied van den vruchtenhandel

1. *De verzendvereeniging.*

In het volgende zal dus getoetst worden aan hetgeen wij reeds in het buitenland vonden, in hoeverre de verkooporganisaties kans van slagen hebben. Voorop zij gesteld dat wij geen te hooge verwachtingen mogen koesteren.

Zooals reeds bij de Amerikaansche coöperaties en de Europeesche verzendvereenigingen is uiteengezet, was slechts in bizondere gevallen en daar waar het product over zeer grooten afstand werd verhandeld, uitschakeling van één of uiterst zelden meer per-

sonen in het distributie-proces mogelijk. Groote bezuinigingen konden op den weg van coöperatieven afzet niet worden verkregen, omdat een groot gedeelte van de brutowinst van den koopman noodig was voor salarissen van de employés der coöperatie. Slechts als de organisatie een voldoende grooten omzet had, kon zij goedkooper werken dan de kooplieden.

Ook de ervaringen met de koolcoöperatie in Nederlandsch-Indië wezen uit, dat de beheerkosten van de coöperatie vrijwel net zoo hoog waren als de winst van den uitgeschakelden koopman.

Verder zagen wij dat voor het tot stand komen van de Amerikaansche coöperaties een zeer intensieve cultuur noodig was, waarbij de nieuwe, sterk gespecialiseerde en verafgelegen productiegebieden met oudere dichtbij gelegen streken een concurrentie-strijd moesten voeren over de verdeeling van de markt. Deze strijd werd door de afgelegen gebieden gestreden met een duur doch gestandaardiseerd kwaliteitsproduct als wapen. De dichtbij gelegen streken stelden daar tegenover een goedkoop product van mindere kwaliteit. Het resultaat was een verdeeling van het afzetgebied. Het mooie, maar duurdere fruit werd door de beter gesitueerden met onderscheidingsvermogen gekocht, doch de mindere kwaliteiten, dus o.a. het ooft van de om de consumptiecentra gelegen streken, werd vooral afgezet aan de armere lagen der bevolking. In dezen strijd bleek, althans in het begin, de particuliere handel in de afgelegen streken te kort te schieten bij de zoo noodzakelijke invoering van de standaardisatie en van goedkoopere en betere verkoopmethoden. Dit werd de aanleiding tot de oprichting van de coöperatieve verkoopvereenigingen, die door levering van het betere product en door het invoeren van bezuinigingen in de distributie, de bedrijven der fruittelers op een winstgevende basis wisten te plaatsen.

Nemen wij nu ter vergelijking de verschillende omstandigheden in Nederlandsch-Indië in beschouwing.

Ook daar zijn verschillende productiecentra voor den handel welke deels voor dichtbij, deels voor verafgelegen streken produceeren. De ooftteelt is echter voor den tani een nevenbedrijf en is nergens gespecialiseerd, hoe belangrijk het bedrijf voor zijn geldhuishouding ook moge wezen. De tani produceert slechts geringe kwantiteiten fruit, die hij veelal niet zelf oogst, doch waarvan hij

het oogsten overlaat aan handelaren. Dat deze handelaren bij het verhandelen van ooft over lange afstanden tusschen Oost- en West-Java en van Java naar Singapore de distributie niet steeds beheerschen, waardoor de markten worden overvoerd, bleek reeds (hoofdstuk II). Evenals in de Vereenigde Staten zou hier een verzendvereeniging nuttig werk kunnen verrichten, mits een gestandaardiseerd product kan worden afgezet.

Nu maken reeds de omstandigheden, dat de tani slechts dwergpartijen ooft kan leveren en dat hij deze vruchten niet zelf oogst, het standaardiseeren van het product door een coöperatieve organisatie van tani's technisch reeds zeer moeilijk; het lijkt mij echter mogelijk, deze moeilijkheden te overwinnen, vooral indien er voor de tani's groote financieele voordeelen mee zijn te behalen.

Uit de ervaringen van het buitenland bleek echter, dat standaardiseeren, wegens de kosten daaraan verbonden, gepaard moest gaan met verbeteringen in de productie, waardoor men op goedkoopere wijze beter ooft kon voortbrengen. De verbeterde cultuurwijzen hadden een verhooging van de totale exploitatiekosten van den boomgaard ten gevolge en tevens een verhoogde productie der betere kwaliteiten. Het hing van de vraag naar, en de prijzen van de betere kwaliteiten af, of verhoogde exploitatiekosten zouden worden goedgemaakt. Intensiveering hield dus risico's en financieringsmoeilijkheden in, die men veelal eerst op zich nam, indien de concurrentie hiertoe drong.

Hier moet worden herinnerd aan het feit dat de verzendvereenigingen in Nederland (vóór 1916) en België zijn geslaagd voor zoover de producten, die gezamenlijk werden verkocht, afkomstig waren van een gespecialiseerde teelt en gemarkt werden op markten (voornamelijk Londen en Parijs) die goede kwaliteit op prijs stellen.

Invoering van coöperatieve organisaties in Nederlandsch-Indië wier bemoeiingen zoo nauw verbonden zijn met het standaardiseeren van het ooft, zal dus eerst gewettigd zijn indien de gunstige voorwaarden van productie en consumptie aanwezig zijn. De vereischte voorwaarde betreffende de productie is een intensieve fruitcultuur, waarbij de ooftteelt het hoofdbestanddeel van het bedrijf uitmaakt. De voorwaarde betreffende de consumptie is een een ruime en koopkrachtige markt benevens een publiek met onderscheidingsvermogen voor eerste kwaliteit fruit en dat bereid

is voor goed gesorteerd fruit een hoogeren prijs te betalen, die de productie ervan loonend maakt.

De situatie in Nederlandsch-Indië is evenwel zoo, dat een intensieve fruitcultuur als hoofdbedrijf, zoo goed als niet aanwezig is, de sinaasappelcultuur in Batoe en de ananascultuur in Palembang — hoe belangrijk ook voor die streken — buiten beschouwing gelaten. In hoofdstuk I werd reeds aangetoond, dat het fruit door de tani's in zeer kleine hoeveelheden wordt voortgebracht. Het is dus te verwachten, dat de verzendorganisatie een groot aantal leden moet omvatten, wil zij economisch kunnen werken, hetgeen wil zeggen, dat zij, ofschoon de kosten van het beheer op het product drukken, desondanks de taak van den tusschenhandel kan overnemen met gelijke of nog liever met minder kosten. Het groote aantal leden met succes te leiden zal moeilijk zijn, doch dit lijkt mij geen onoverkomelijk bezwaar. Wel moet worden toegegeven, dat het vinden van een geschikten leider voor een dergelijke vereeniging groote moeilijkheden zal opleveren. Hier moge verwezen worden naar hetgeen dienaangaande werd opgemerkt betreffende de verzendvereeniging van kool te Djember. Ten slotte spreekt ook tegen de verzendvereeniging, dat de organisatie een groot handelsrisico zal moeten dragen, en daarom kapitaalkrachtig zal moeten zijn. Schiet het beheer te kort en de kans daarop is groot omdat reeds zooveel particuliere handelaren wier bestaan van hun inzicht en handelsrisico's afhankelijk is, tekort schoten, dan gaat bij de vereeniging het eigen kapitaal verloren. Afgezien van deze financieele schade zal zij dan ook het vertrouwen van haar leden inboeten.

Bovendien houdt de noodzaak tot het vinden van een afzet voor het geselecteerde fruit groote moeilijkheden in, getuige het feit, dat de handelaren (zooals in hoofdstuk II werd uiteengezet) tot nog toe geweigerd hebben hun fruit te sorteeren. Als reden hiervan gaven zij op, dat het sorteeren niet loonend was, d.w.z. dat de afzet ervan niet loonde. De oorzaken hiervan zijn gemakkelijk te vinden. In de eerste plaats is in vergelijking met de Vereenigde Staten en West-Europa, in den Archipel de stedelijke bevolking, die geheel op aankoop van haar levensbehoeften is aangewezen, reeds zeer gering. Bovendien zijn de bovenste welstandsgroepen numeriek zeer klein. Bijgevolg is de markt voor eerste

kwaliteit product beperkt. Het koopkrachtige publiek, in het bijzonder de Europeanen, is bovendien niet kieskeurig, wat bijv. blijkt uit het feit, dat het ooft het minst verzorgde gedeelte van het menu der eerste klasse hotels uitmaakt.

Is dus bij het koopkrachtige publiek de duidelijke vraag naar eerste kwaliteit fruit gering, de massaconsument verlangt in de eerste plaats goedkoop fruit. Vandaar dat op kwaliteit niet of nauwelijks wordt gelet, en bijv. ook te jonge mangga's een afzet vinden en zoo noodig met „roedjak" worden verorberd. In verband met de geringe koopkracht der bevolking is de vraag naar de ordinaire manggasoorten, hoewel een bepaald verloop vertoonend, steeds zeer aanzienlijk. Van een opvoeding van het publiek tot een betere appreciatie van het goede fruit is nog geen sprake. Behalve van sinaasappels en mandarijnen wordt geen vergelijkingsmateriaal ingevoerd; men accepteert het inheemsche fruit, zooals het is, en tracht het tegen een zoo laag mogelijken prijs te verkrijgen, hetgeen evenmin kan leiden tot de productie van kwaliteitsfruit. De bestaande toestand is dus weinig bevorderlijk voor standaardisatie van fruit en zoodoende valt een belangrijke taak voor verkoopcoöperaties weg. Zelfs het ingevoerde fruit, zooals de geïmporteerde sinaasappels en de mandarijnen, scheppen, ofschoon zij veel mooier zijn dan het gelijksoortige Indische ooft, geen behoefte aan beter inheemsch fruit. De sinaasappel valt immers in een geheel andere prijsklasse (10 à 15 cts per stuk) dan de djeroek Malang (5 cts per stuk).

Kwaliteitsverbetering in het algemeen van dit inheemsche soort fruit is wel gewenscht, doch tot standaardisatie wordt men nog niet gedwongen. Zagen wij dat in West-Europa de concurrentie van het gestandaardiseerde fruit uit de Vereenigde Staten op de inheemsche markt, zoowel als op de exportmarkt tot standaardisatie van het eigen product drong, zoo blijkt uit het voorgaande, dat althans in den Archipel zelf vrijwel nog geen gestandaardiseerd importfruit dwingt om over te gaan tot een betere sorteering en verpakking der ontelbare fruitsoorten, waarvan mangga, ramboetan, djeroeksoorten, sawo en pisang de voornaamste zijn.

Een dergelijke situatie treft men op de belangrijkste buitenlandsche markt van Indisch fruit aan, t.w. Singapore. Ook daar is op het oogenblik nog geen beter gestandaardiseerd product van andere

herkomst in eenigszins aanzienlijke hoeveelheden in concurrentie getreden met het uit Nederlandsch-Indië geïmporteerde ooft, zooals mangga's en djeroeks. Echter vermelden de wekelijksche marktberichten, dat te Singapore kleine partijen beter gesorteerd en verpakt fruit uit China en Siam wordt aangebracht. Daaruit kan in de toekomst een gevaar voor Nederlandsch-Indië ontstaan, dat tot een intensiveering van de fruitcultuur en tot export van goed verpakt fruit zal dwingen. Dergelijke uitheemsche markten zullen dan in de toekomst mogelijkheden van coöperatieven export bieden.

Resumeerende kan men dus zeggen, dat in de eerste jaren in het algemeen geen groote vraag naar mooi ooft zal bestaan. De Amerikaansche organisatievorm kan daarom niet gebruikt worden voor den coöperatieven verkoop op groote schaal van fruit in Nederlandsch-Indië.

Dit houdt natuurlijk niet in, dat een enkele verzendvereeniging op bescheiden schaal niet zou kunnen bloeien, als er een basis gevonden kan worden in een markt met eenige vraag naar mooi fruit en men zich van een goede leiding kan verzekeren. Te meer, omdat op het oogenblik wel duidelijk is, dat hoewel de basis zeer smal is, men niet weet of er niet een ruime potentiëele vraag naar prima ooft sluimert, die slechts wacht op een doelbewuste reclamecampagne om te worden opgewekt. Men moet deze beperkte mogelijkheden toch trachten uit te buiten, omdat wellicht reeds van een enkele verzendvereeniging een stimuleering van de prijzen die de particuliere handel biedt, kan uitgaan. Misschien zullen dan ook door deze opgedrongen concurrentie de kooplieden worden geprikkeld tot meerdere inspanning en zullen zij voor de vermeerderde fruitproductie (als resultaat van de vergroote belangstelling der tani's voor hun ooftboomen) nieuwe markten weten te vinden.

De opvatting dat coöperatieve verkooporganisaties afhankelijk zijn van het bestaan van markten met een koopkrachtig publiek wordt bevestigd door de ervaring met de verzendvereeniging van kool in Djember, die zeer goed kan werken in Singapore, waar de welgestelden geneigd zijn voor haar gestandaardiseerd product zooveel meer te betalen, dat export goed loonend wordt. Dat ook daar echter de vraag naar goede kool beperkt is, blijkt wel uit het feit, dat de aanplant in het Djembersche steeds gelimiteerd is geweest

en dat men nu reeds bevreesd is voor een débacle in de koolprijzen, nu ook andere koolstreken op Java hun product naar Singapore gaan zenden.

Gelijke ervaringen werden verkregen in Japan en Britsch-Indië, welke landen dikwijls als voorbeeld worden genomen voor Nederlandsch-Indië.

In eerstgenoemd land wordt vrijwel alleen zijde coöperatief gemarkt. Opmerkelijk is daarbij dat dit product een uiterst belangrijk uitvoerproduct is, dat voornamelijk wordt gemarkt in de Vereenigde Staten (dus een zeer koopkrachtige markt) en dat er van dit product bovendien zeer veel kwaliteiten bestaan zoodat de coöperatieven op de beste kwaliteiten kunnen werken. In Britsch-Indië met zijn vele coöperaties, is de coöperatieve verkoop van producten nog weinig ontwikkeld. De paar organisaties die BOEKE noemt, houden zich bovendien bezig met exportproducten (katoen, jute) welke eveneens groote kwaliteitsverschillen kennen en welke voor de wereldmarkt en niet voor locale consumptie worden geproduceerd.

2. *De veiling.*

De Nederlandsche vorm van coöperatieven verkoop, de veiling, bleek voor haar slagen minder samenwerkende factoren noodig te hebben dan de Amerikaansche. Hoofdzaak voor succes was een actieve vraag naar producten, zoodat de kooplieden op de veiling wilden koopen ondanks de bezwaren van het tegen elkaar bieden. Noodzakelijk was eveneens een voldoende aantal opkoopers, die onderling concurreeren, waardoor het maken van prijsafspraken en koopersstakingen kon worden voorkomen. De veilingen hebben als verkoopvorm veel vóór boven de verzendvereenigingen: 1e standaardiseering van het product is niet noodig, 2e ook kleine kwantiteiten kunnen gemakkelijk worden geveild, 3e aan de leiding behoeven geen hooge eischen van koopmanschap te worden gesteld, 4e de contante betaling door de kooplieden voorkomt moeilijkheden van financiering, die bijv. wel bij de verzendvereeniging optraden.

Zouden de voordeelen, die de veiling biedt boven de verzendvereeniging, eerstgenoemde organisatie bij uitstek geschikt maken voor de omstandigheden in Nederlandsch-Indië, de ervaring

heeft geleerd, dat het probleem van voldoende concurrentie tusschen de koopers ook in Nederlandsch-Indië dikwijls een struikelblok voor de veiling is. Het is niet met zekerheid te zeggen in hoeverre de onvoldoende concurrentie het gevolg was van in het begin gemaakte fouten, die, zooals bij de manggaveilingen, betrekkelijk gemakkelijk konden worden verholpen, of dat er een diepere oorzaak voor was. Deze zou dan gezocht moeten worden in een gebrek aan vraag, hetzij tengevolge van ongunstige conjunctuur of tengevolge van een nog minder te beïnvloeden factor, nl. de afwezigheid van een koopkrachtige industriëele bevolking zooals in Nederland en Duitschland. Uit de wijze van prijsbepaling door de agenten der groothandelaren (bandar abangs) in de omgeving van Indramajoe, blijkt, dat zij zich in 1936 zeer den tijd namen bij het inkoopen der producten. Dit wijst er m.i. op, dat de opgetreden moeilijkheden van de veilingen niet alleen kunnen worden begrepen onder de verklaring „kinderziekten", maar veeleer op een fundamenteel gebrek aan vraag duiden, die echter in tijden van stijgende conjunctuur, zooals in 1937, niet duidelijk tot uiting komt. In dezelfde richting wijst ook het feit, dat in 1936, toen de mangga-oogst kleiner was dan het vorige jaar, de prijzen niet zijn gestegen. Ook is teekenend, dat de exporteurs in Cheribon die mangga's naar Singapore verzenden, in 1936 overeenkwamen de kwantiteiten, die zij uitvoerden, te beperken. Vandaar ook, dat van den kant dezer groothandelaren een duidelijke belangstelling bestaat voor de pogingen om, door het openen van Hongkong als markt voor Indisch fruit, den afzet van ooft te verruimen.

Ik ben daarom van meening, dat de fruitveilingen op Java slechts, beperkte mogelijkheden zullen hebben, ondanks hun vele goede eigenschappen, waardoor zij gemakkelijk in te passen zouden zijn in den inheemschen fruithandel. Hoe groot deze mogelijkheden zullen zijn, zal ook afhangen van de vraag in hoeverre men er in zal slagen deze verkoopwijze dáár aan te wenden, waar zij het meest noodig is, nl. bij den verkoop door bakoels aan groothandelaren. Bij ontwikkeling van het bestaande systeem, waar de bakoel op de veiling van den tani moet koopen, wordt eerstgenoemde doodgedrukt tusschen tani en groothandelaar, want hij moet den tani hooge prijzen bieden en is bij verkoop overgeleverd aan den groothandelaar. Zonder de mogelijkheid om het product van den bakoel

te veilen aan groothandelaars, zullen vermoedelijk de kleinere bakoels eenerzijds worden weg-geconcurreerd en van zelfstandige kooplieden worden teruggebracht tot koelies, terwijl anderzijds de kapitaalkrachtigen onder hen zelf zullen gaan handeldrijven op Batavia; voor dit laatste waren in 1937 reeds aanwijzingen te vinden. Deze situatie zou echter onbevredigend zijn, omdat daarmede voor den tani de mogelijkheid tot het verkrijgen van bijverdiensten zeer zou verminderen. Teneinde dit te voorkomen, zou men veilingen voor de bakoels moeten organiseeren en de groothandelaren dwingen, daar te koopen. Deze dwang zal men kunnen uitoefenen — in analogie met Nederland — doordat verzendvereenigingen van bakoels, waarvan er nu reeds een is opgericht, in sterke concurrentie treden met de groothandelaren en een bedreiging voor hun bestaan gaan inhouden. Deze bedreiging kan, indien met tact aangewend, tot het gewenschte resultaat voeren. De mogelijkheid van het oprichten van veilingen zonder dat daaraan tevens een verzendvereeniging behoeft te worden verbonden, zie ik daar, waar kooplieden koopen, die slechts voor korten tijd in het productiegebied verblijven en er belang bij hebben zich in den kortst mogelijken tijd van vruchten te voorzien en voor wie de veiling een oplossing kan bieden om snel vruchten in te slaan.

SAMENVATTING

Ons onderzoek had ten doel te bepalen in hoeverre coöperaties voor den verkoop van ooft in Nederlandsch-Indië een taak hebben te vervullen.

Wij hebben daarbij gezien, dat de productie van ooft in hoofdzaak op het erf geschiedt. Aan de cultuur wordt zeer weinig geld en arbeid besteed, ofschoon de inkomsten uit den verkoop van fruit zeer aanzienlijk zijn. Terwijl oorspronkelijk het fruit werd aangeplant, om te voorzien in eigen behoeften en men daarom op het erf een groote verscheidenheid van boomen had, is in die streken, waar tegenwoordig ook ooft voor den verkoop wordt voortgebracht, een specialisatie van de erfbeplanting waar te nemen. Het aantal variëteiten is eenigszins verminderd, doch men heeft van de meest gewilde ooftsoorten een voor het erf groot aantal boomen aangeplant. Deze specialisatie is echter niet zoo ver doorgevoerd, dat men van boomgaarden kan spreken. Uitgebreide fruittuinen vindt men zeer zelden en een ontwikkeling in deze richting is wegens het kapitaalgebrek der bevolking niet te verwachten.

Dit alles heeft tot gevolg gehad, dat de bevolking het fruit slechts in kleine partijtjes van wisselende kwaliteit kan voortbrengen.

In overeenstemming met de geringe cultuurzorgen, die aan het ooft worden besteed, wijdt de tani slechts weinig aandacht aan den afzet van zijn vruchten en daarom verkoopt hij den oogst meestal op het hout. De handelaren bekommeren zich niet om de kwaliteit van de door hen verhandelde vruchten, omdat nog steeds is gebleken, dat het uitschieten der slechte vruchten en het sorteeren op grootte niet loonde.

Verkoopt de producent zijn vruchten op het hout, dan wordt daarbij in vele gevallen een voorschot gegeven, welk voorschot

soms alleen een formeele beteekenis heeft als bindsom, maar soms ook te beschouwen is als een reëele voorziening in de credietbehoefte van den tani. Is deze behoefte zeer groot, dan gaat de producent ertoe over zijn vruchten voor een enkel seizoen, voor meer seizoenen of voor onbepaalden tijd tegen een som ineens te verkoopen. Men krijgt dan den ngidjoverkoop, het verhuren en verpanden van vruchtboomen. Vooral het verpanden geschiedt op voor den tani dermate ongunstige voorwaarden, dat het Gouvernement door middel der schuldbevrijdingscoöperaties ingrijpt, teneinde de verpande boomen op acceptabele voorwaarden weer aan de oorspronkelijke eigenaars terug te brengen.

De vruchtenhandel is van groote beteekenis voor de bevolking. Hij biedt den tani gelegenheid tot het verkrijgen van bijverdiensten, zoowel met den opkoop der vruchten in de desa's, als met het venten in de groote verbruikscentra. De verdiensten dezer handelaren zijn echter gering, vooral als de concurrentie tusschen hen groot is. In een betere positie verkeeren de groothandelaren, welke met vrij aanzienlijke kapitalen werken en wier winsten ondanks de groote handelsrisico's, waarschijnlijk belangrijk zijn. Ook de positie van den tani is in het algemeen niet ongunstig in vergelijking met de producenten in andere landen.

Wat kan de coöperatie in dezen handel ten goede uitrichten?

Uit de bespreking van de ontwikkeling van de coöperatieve vereenigingen tot den verkoop van ooft in de Vereenigde Staten en Nederland, is naar voren gekomen dat het wilsbesluit der leden om door gezamenlijken verkoop van hun producten hun lot te verbeteren, alleen niet voldoende was om dergelijke coöperaties tot bloei te brengen. In veel grootere mate was hiertoe noodzakelijk, dat de uitwendige omstandigheden gunstig waren, zoodat deze organisaties bij voortduring een taak, nl. die der distributie konden vervullen, beter dan de kooplieden en met minder kosten dan deze laatsten. Het bleek, dat in het begin van de ontwikkeling van den coöperatieven afzet in de Vereenigde Staten de kooplieden tekort waren geschoten in den handel op langen afstand en dat daar de coöperaties verbetering wisten te brengen, door het leveren van een gestandaardiseerd product. Standaardisatie was echter alleen mogelijk, indien een voldoende vraag naar prima ooft aanwezig was, welke vraag in de eerste plaats afhing van de aan-

wezigheid van een koopkrachtig publiek. Standaardisatie was echter niet het monopolie van de coöperatie en daar waar de kooplieden ook tot standaardisatie van hun product overgingen, konden de laatsten zich staande houden. Er trad een evenwichtstoestand in, waarbij de kooplieden door concurrentie met de organisaties werden gedwongen, met zeer nauwe winstmarges te werken, waardoor de producenten voor hun producten datgene ontvingen, wat onder de gegeven omstandigheden hun kon toekomen.

In de Vereenigde Staten bleek in den handel over korten afstand, verbetering van de distributie veel minder dringend te zijn en kon de zelfstandig handelende coöperatieve organisatie veel minder goed wortel schieten.

In Nederland zijn door verschillende factoren de coöperaties die voor eigen risico handelden nooit tot bloei gekomen.

De veilingen, die slechts beoogden eenvoudige misstanden in den handel te voorkomen doch daartoe geen handelaren wilden uitschakelen, hebben deze taak zeer goed vervuld en behoefden slechts een zeer eenvoudige standaardisatie in het leven te roepen; zij hebben zich bij uitzondering op het zelfstandig handelen toegelegd. Voor de ontwikkeling der veilingorganisaties is echter een levendige vraag naar producten noodzakelijk geweest.

Wij hebben verder gezien, dat de wenschelijkheid van coöpereeren en van coöperatieve bemoeiingen met den verkoop van vruchten, in Nederlandsch-Indië voortkomt uit de tweeledige functie die de coöperaties in den Archipel hebben te vervullen. Zij hebben nl. tot taak, de opheffing der bevolking te bevorderen in materieelen en in geestelijken zin. In meer concreten vorm hebben de verkooporganisaties tot opgave, daar waar de bevolking door de schuldbevrijdingsactie tot coöpereeren en tot zelfwerkzaamheid is gebracht, de belangstelling voor het coöpereeren levendig te houden, nadat de schuldbevrijdingscoöperaties hun doel van terugbetaling van schulden zullen hebben bereikt.

Wil dit doel worden bereikt dan moet de verkooporganisatie levensvatbaarheid hebben. Het blijkt echter, dat de invoering van een verkooporganisatie die op eigen risico handel drijft, zeker groote moeilijkheden inzake beheervoering zal hebben te overwinnen en de normale handelsrisico's zal hebben te dragen die zeer groot blijken te zijn. Waar haar bestaan verder mede afhankelijk is van

de vraag naar een min of meer gestandaardiseerd product en er teekenen zijn dat zelfs het eenvoudigste gestandaardiseerde ooft (waaruit alleen de slechtste vruchten zijn verwijderd) niet voldoende wordt betaald om levering loonend te maken door gebrek aan koopkrachtig publiek, zal toepassing van dit soort coöperaties slechts weinig mogelijkheden hebben en zal slechts incidenteel een vereeniging met succes werkzaam kunnen zijn.

Ook de veilingen, ofschoon veel eenvoudiger van constructie dan de verzendvereenigingen, hebben weinig toekomst, omdat zij afhankelijk zijn van een ruime vraag naar producten en er aanwijzingen zijn, dat deze vraag niet steeds aanwezig is, waardoor de kooplieden ook geen voordeelen zullen zien in het koopen op de veiling. Wellicht, dat een combinatie van verzendvereeniging en veiling, zooals men wel in sommige kleine Hollandsche veilingen aantreft, mits deze in Indië bestaanbaar is, een oplossing kan bieden om den tegenzin der kooplieden tegen het koopen op veilingen, te overwinnen. Voorloopig moet onze conclusie luiden, dat ter opheffing van den producent in geestelijken en materieelen zin de coöperatieve verkoop van vruchten diensten kan bewijzen, welke echter aanzienlijk worden beperkt door de geringe koopkracht van den consument. Wil de coöperatieve activiteit voortgang hebben, ook nadat de voor de schuldbevrijding verstrekte credieten zijn terugbetaald, dan kan men beter een ander doel van de coöperatie kiezen dan den verkoop van vruchten langs coöperatieven weg. Evenals dit reeds in Oost-Java het geval is, zou dan de rijst bouw tot grondslag van nieuw coöperatief streven kunnen dienen.

LIJST VAN PLANTENNAMEN

Ananas (*Ananas comosus* MERR.).
Aren (*Arenga pinnata* MERR.).
Asem (*Tamarindus indica* L.).
Bamboe (*Bambusa vulgaris* SCHRAD.).
Blimbing manis (*Averrhoa Carambola* L.).
Boeah nona (*Annona reticulata* L.).
Cassave (*Manihot utilissima* POHL.).
Delima (*Punica Granatum* L.).
Djamboe ajer (*Eugenia aquea* BURM.).
Djamboe bidji (*Psidium Guajava* L.).
Djamboe bol (*Eugenia malaccensis* L.).
Djamboe monjet (*Anacardium occidentale* L.).
Djeroek besar (*Citrus maxima* MERR.).
Djeroek djepoen (*Citrus nobilis* LOUR. var. *typica*).
Djeroek garoet (*Citrus nobilis* LOUR. var. *chrysocarpa* HASSK.).
Djeroek keprok m. losse schil (*Citrus nobilis* LOUR. var. *chrysocarpa* HASSK.)
Djeroek limo (*Citrus amblycarpa* OCHSE).
Djeroek manis (*Citrus Aurantium* L., *C sinensis* OSB.).
Djeroek maseh (*Citrus nobilis* LOUR.).
Djeroek nipis (*Citrus aurantifolia* SWINGLE).
Djeroek pandan (wangi) *Citrus maxi*ma MERR.).
Djeroek siem (*Citrus nobilis* LOUR. var. *microcarpa* HASSK.).
Djeroek tjinah kondeh (*Citrus nobilis* LOUR. var. *chrysocarpa*).
Doekoe (*Lansium domesticum* CORR.).
Doeren (*Durio zibethinus* MURR.).
Garoet (*Maranta arundinacea* L.).
Gembili (*Dioscorea aculeata* L.).
Gonjong (*Canna edulis* KERR.).
Kapok (*Ceiba pentandra* GAERTN.).
Kekembem (*Mangifera odorata* GRIFF.).
Kedongdong (*Spondias cytherea* SONN.).
Kesemek (*Diospyros Kaki* L.F.).
Ketjapi (*Sandoricum Koetjape* MERR.).
Klapper (*Cocos nucifera* L.).
Koffie (*Coffea* sp. div.).
Kweni (*Mangifera odorata* GRIFF.).
Lamtoro (*Leucaena glauca* BENTH.).

Lompong (*Colocasia esculenta* SCHOTT.).
Mangga (*Mangifera indica* L.).
Manggistan (*Garcinia Mangostana* L.).
Melindjo (*Gnetum Gnemon* L.).
Nangka (*Artocarpus integra* MERR.).
Papaja (*Carica Papaya* L.).
Pete (*Parkia speciosa* HASSK.).
Pinang (*Areca Catechu* L.).
Pisang (*Musa* sp.).
Pompelmoes (*Citrus maxima* MERR.).
Ramboetan (*Nephelium lappaceum* L.).
Rijst (*Oryza sativa* L.).
Salak (*Salacca edulis* REINW.).
Sinaasappel (*Citrus Aurantium* L., *C. sinensis* OSB.).
Sirih (*Piper Betle* L.).
Soekoen (*Artocarpus communis* FORST).
Tjampedak (*Artocarpus champeden* SPRENG.).
Tjermeh (*Phyllanthus acidus* SKEELS.).
Zuurzak (*Annona muricata* L.).

EENIGE STATISCHE GEGEVENS BETREFFENDE DEN HANDEL IN VRUCHTEN IN NEDERLANDSCH-INDIE

(Overgenomen uit het Economische Weekblad, 6e jrg., no 28)

Richting en omvang van het handelsverkeer van vruchten in 1935; in 1000 kg.

Aard van het vervoer	Totaal Archipel	van Java	Javafruit in % van totaal
Intergewestelijk verkeer . . .	5.393	4.501	83
Spoorwegverkeer	53.939	49.177	91
Uitvoer	7.824	5.131	75
Totaal.	67.156	58.809	87

Productie en vervoer van fruit in de Buitengewesten in 1935; in 1000 kg.

Exporteerende gewesten	Uitvoer naar Java	Naar overige Buitengew.	Naar Buitenland	Totaal	Belangrijkste uitgevoerde vruchtsoorten	Belangrijkste afscheephavens
Palembang	85	359	628	1072	ananassen, versche vruchten n.a.g. [1]	Palembang
Bali en Lombok	186	397	430	1013	gedr. tamarinde, djeroek keproksoorten	Pabean
Djambi	–	–	713	713	pisang	Toengkal
Timor en Onderh.	118	431	–	549	gedr. tamarinde	Maoemere Kalabahi Larantoeka
Riouw en Onderh.	–	–	311	311	pisangs, versche vruchten n.a.g.	Prigi-Radja, Sepat.
S.O.K.	–	–	280	280	djeroek manis, pisang, versche vr. n.a.g.	Belawan, T. Poera
Z.O. Afd. Borneo	–	–	215	215	djeroek keproksoorten	Bandjermasin
Celebes	74	89	–	163	gedr. tamarinde	Makassar

[1]) Onder den post „versche vruchten n.a.g." worden alle niet afzonderlijk genoemde vruchtensoorten samengebracht.

Productie en vervoer van vruchten in eenige productiegebieden op Java.

Gebied	Aantal vruchtboomen	Vervoer in tonnen		Vruchtensoorten	Belangr. afscheephavens	Waarde productie voor het geheele gebied	Oogsttijd
		1935	1936				
						1935	
Ommelanden van Batavia .	900.000[a]	13.251 [1])	10.260	verschillende vruchtensoorten	T. Priok	4.000.000 gld.	geheele jaar
De regentschappen Cheribon en Indramajoe . . .	370.000[b]	10.637 [2])	6.275	mangga	Cheribon	700.000 „	Aug. t/m Dec.
De streek Bangil-Sitoebondo	341.000[c]	3.375 [3])	1.875	mangga	Soerabaja Probolinggo Kraksaän	950.000 „	Juli t/m Dec.
De omgeving van Malang .	300.000	–	1.190	djeroek w.o. 70% keprok	Soerabaja	800.000 „	April t/m Aug.
Het regentschap Garoet . .	120.000[d]	1.965 [1])	2.140	$^2/_3$ dj. keprok $^2/_3$ kesemek	—	300.000 „	Mei t/m Juli
Banjoewangi	–	1.780 [4])	1.750	pisangs	Banjoewangi	31.000 „	geheele jaar
Madoera	138.000[e]	1.378 [1])	—	85.000 mangga 10.000 djeroeks	Soerabaja	—	—

a. 1928. [1]) per spoor.
b. 1926. [2]) spoor, schip en vrachtauto.
c. 1927. [3]) spoor en prauw.
d. 1930. [4]) per schip (export).
e. 1934.

1936 is een zeer slecht vruchtenjaar geweest.

LITERATUUR

1. ATMODIPOERWO, S., Verslag over cultuur en handel van djamboe monjet in de Ommelanden van Batavia. Landbouw IX, 1933/34.
2. ———, Ananascultuur- en -handel in de residentie Palembang. Landbouw X, 1934/35.
3. BAKKEN and SCHAARS, Economics of Co-operative Marketing, McGraw Hill Book Comp. New York en Londen 1937.
4. BAYER, C., Obst und Gemüse-Import Handelsbetrieb, Nicklisch Handwörterbuch der Betriebswirtschaft, 1927.
5. BERGEN, E. VAN, Jubileumboek v. d. Ver. Westland 1929.
6. BLINK, DR H., Nederland als tuinbouwland. Tijdschrift v. Econ. Geographie 1916.
7. BOEKE, J. H., Coöperatie in Britsch-Indië, verslag van een dienstreis. Weltevreden 1929.
8. BOYLE, J. E., Marketing of Agricultural Products. McGraw Hill Book Comp. New York 1925.
9. BRINKMANN, Die Standarisierung der Landwirtschaftlichen Erzeugnisse als Mittel der Absatzveredlung und Qualitätsverbesserung. Mitt. D.L.G. 1927, Stck 10.
10. BRÜCKMANN, J. H., Mededeelingen over de beteekenis der djeroekcultuur in het district Garoet. Landbouw IV, 1928/29.
11. BIJHOUWER, DR IR A. P. C., Mangga. uitg. Volkslectuur. Weltevreden 1934.
12. CORBETT, R. B., An Economic Study concerning the Operations of Fruit and Vegetables Shippers in Western New York. Cornell Univ. Agric. Exp. Station Bull. 453, Ithaca, New York 1926.
13. ———, An Economic Study of Certain Phases of Fruit-marketing in Western New York, Cornell Univ. Agric. Exp. Station Bull. 464, Ithaca, New York 1928.
14. CONVERSE, P. D., The Elements of Marketing. Prentice Hall Inc. New York 1935.
15. CRINCE-LE-ROY, A. A., Iets over de aardappelcultuur in den Tengger. Kol. Studiën IX, 1925.
16. DUMMEIER, E. F., Co-operation in Marketing Farm Products. Washington Agric. Exp. Station Bull. 194, Pullman 1925.
17. FETROW, W. W., Co-operative Marketing of Agricultural Produce. Farm Credit Administration Bull. 3. Washington D.C. 1935.
18. FISKE, G. B., Marketing of Barreled Apples. U.S. Dept. of Agric. Bull. 1416. Washington D.C. 1926.
19. FISKE, G. B., and R. R. PAILTHORP, Marketing Western Boxed Apples, U.S. Dept. of Agric. Bull. 1415. Washington D.C. 1926.

20. GROSSE-LÜMERN, H., Standardisierung Landwirtschaftlicher Erzeugnisse und ihre Anwendung für Deutschland, Inaug. Diss. Bonn 1928.
21. HARPER, F. A., Coöperative Purchasing and Marketing Organisations in New York State. Univ. Agric. Exp. Station Bull. 544. Ithaca New York 1932.
22. HIRSCH, J., Der moderne Handel, seine Organisation und Formen und die staatliche Innenhandelspolitik, 2e Aufl. Tübingen 1925.
23. JESNESS, O. B., The co-operative Marketing of Farm Products. Lippincotts Farm Manuals, J. B. Lippincott Comp. Philadelphia 1923.
24. JONG, W. H. DE, Salakcultuur en -handel in de regentschappen Malang en Pasoeroean.
25. JONG, W. H. DE, Eenige gegevens omtrent de djeroekcultuur in het district Poerworedjo (regentschap Bangil). Landbouw XI, 1935/36.
26. ———, Cultuur van djamboe monjet in de districten Gempol (res. Malang) en Modjosari (res. Soerabaja). Landbouw XI, 1935/36.
27. KAT ANGELINO, A. D. A. DE, Staatkundig Beleid en Bestuurszorg in Nederlandsch-Indië. 's-Gravenhage 1930.
28. KIOSHI OGATA, The Co-operative Movement in Japan. London 1921.
29. KOLFF, DR G. H. VAN DER, Cooperatie en Overheid. Uitgave Dep. Ec. Zaken. Batavia-C., 1936.
30. KRAEMER, E. & H. E. ERDMANN, History of Co-operation in the Marketing of California Fresh Decidious Fruits. Univ. of California, Berkeley 1933.
31. KRAFFT, A. J. C., Coöperatie in Indië een sociaal paedagogisch vraagstuk. Ac. proefschr. Amsterdam 1929.
32. LEVIE, IR E. L., Onderzoekingen naar handel in mangga's in de omgeving van Cheribon en Pasoeroean. Landbouw IX, 1933/34.
33. ——— De handel in vruchten in Ned.-Indië. Econ. Weekblad VI, 1937, no. 28.
34. LLOYD, J. W., Co-operative Marketing of Horticultural Products. Univ. of Illinois, Agric. Exp. Station circ. 244, Urbana 1920.
35. LOCKWOOD, W. W., Trade and Trade-rivalry between U.S. and Japan. Am. Counsil Institute of Pacific Relations 1936.
36. MARREWIJK, G. J. VAN, De Loosduinsche Groentenveiling. Naaldwijk. E. van Bergen & Co, 1913.
37. MCKAY, A. W. & W. KUHRT, Management Problems of Co-operative Associations marketing Fruits and Vegetables. U.S. Dept. of Agric. Bull. 1414, July 1926.
38. MCKAY, A. W. & W. MACKENZIE STEVENS, Organisation and Development of a Co-operative Citrus-fruit marketing Agency, U.S. Dept. of Agric. Bull. 1237, Washington 1927.
39. MOOK H. J. VAN, Coöperatie en Binnenlandsche Handelsvoorlichting, Handelingen van de 12e Dienstvergadering van Landbouw- en Nijverheidsconsulenten in Nederlandsch-Indië. Departement van Economische Zaken 1937.
40. ———, Een woord ter inleiding. Warta-Coöperatie I, 1937.
41. MORIARTY, D. J., Foreign Trade in Fresh Fruit. U.S. Dept. of Commerce, Washington 1930.
42. OCHSE, J. J., De vruchtencultuur in de Ommelanden van Batavia. Landbouw II, 1926/27.
43. OCHSE, J. J., De cultuur van vruchten in de Ommelanden van Batavia. Landbouw IV, 1928/29.

44. OCHSE, J. J. en IR G. J. A. TERRA, Het economisch aspect van het Koetowinangoen rapport. Landbouw XII, 1937.
45. J. J. OCHSE, IR G. J. A. TERRA, PROF. DR W. F. DONATH en PROF. DR C. D. DE LANGEN, Geld- en Producten-Huishouding, Volksvoeding en -Gezondheid in Koetowinangoen. Departement van Economische Zaken. Batavia-c. 1934, zgn. Koetowinangoen rapport.
46. OEKARDI, M., Eenige verdere gegevens omtrent de djeroekcultuur in het district Garoet. Landbouw X, 1934/35.
47. PLASSCHE, IR A. W. V. D., De fruitteelt in Amerika. 2e dr. Uitg. Mij C. Misset, Doetinchem 1932.
48. PRICE, B. M., The motortruck as a carrier of fruits and vegetables to greater New York. New Yersey, Agric. Exp. Station Bull. 1930. New Brunswick 1930.
49. RAAT, A. R., De verstrekking der koolcredieten in het Regentschap Djember. Volkscredietwezen 1936.
50. RITTER, DR KURT, Absatz und Standardisierung landwirtschaftlicher Produkte. Agrarpol. Aufs. Berlin 1926.
51. RIJN, A. F. C. VAN, Voorloopige mededeelingen omtrent de manggacultuur in het Cheribonsche. Landbouw IV, 1928/29.
52. Ir SOEBIARTO, Naschrift n.a.v. de verstrekking der koolcredieten in het regentschap Djember. Volkscredietwezen, 1936.
53. MR SOENARIO, Rapport betreffende een onderzoek naar de practische mogelijkheden eener credietverstrekking ter bestrijding van verpanding van djeroekboomen in het Regentschap Garoet. Volkscredietwezen, 1936.
54. SOEPARTO, Verpanding, huur en verkoop van den oogst van manggaboomen in de Residentie Cheribon. Volkscredietwezen 23, 1935.
55. STOKDIJK, E. A., H. E. ERDMAN, CH. H. WEST and F. W. ALLEN, Marketing California Apples. Univ. of California, Agric. Exp. Station Bull. 501. Berkeley 1930.
56. TERRA, IR G. J. A., De voeding der bevolking en de erfcultuur. Koloniale Studiën XVI, 1932, 205.
57. ———, De beteekenis der erfcultuur in het district Garoet (Residentie Priangan). Landbouw VIII, 1932/33.
58. ———, Eenige gegevens over klimaat en groei en vruchtdracht van vruchtboomen. Verslag van de 15e vergadering van de vereeniging van proefstationpersoneel.
59. ———, De stand van de cultuur van Kesemek (Diospyros Kaki L. F.) in het regentschap Garoet. Landbouw XI, 1936.
60. THOMSON, F. L., and G. B. THORNE, Co-operative Marketing for Missouri. Agric. Station Bull. 253, Columbia Miss. 1927.
61. TRAUGOTT RAHN, DR, Die Niederländische Veilingsvereenigingen für Gemüse, Obst und Kartoffelen. Ber. über Landwirtschaft, N.F. 19, Sonderheft 1930.
62. VERBRAECK, DR A. A. A., Het westland, J. B. Wolters, Groningen 1933.
63. DE VRIES, DR E., Credietvoorziening door djeroekhandelaren in een dessa bij Poenten (Malang). Volkscredietwezen 23, 1935.
64. ———, Landbouw en welvaart in het regentschap Pasoeroean. Diss. Wageningen 1930.
65. VRIES, DR E., en DRS H. COHEN, Enkele beschouwingen over den dessakleinhandel op Java en Madoera. Kol. Studiën 21/4/1937.
66. Agricultural Statistics. U.S. Dept. of Agric. Washington 1937.

67. Gedenkboek der Vereeniging Groenten- en Vruchtenveiling „Utrecht en Omstreken", Utrecht 1928.
68. Verslagen en Mededeelingen van de Directie van den Landbouw. Algemeene Landsdrukkerij 's-Gravenhage 1937.
69. Interim Report on Fruit and Vegetables, Departmental Committee on Distribution and Prices of Agricultural Produce, Ministry of Agric. and Fisheries. H.M. Stationary Office London 1925.
70. Jaarboeken van het Centraal Bureau van de Veilingen in Nederland.
71. Overzicht van de werkzaamheden van den Coöperatiedienst en den Dienst van de Binnenlandsche Handelsvoorlichting in 1935 en 1936. Departement van Economische Zaken, geroneografeerd niet gepubliceerd.
72. Rapport van de Commissie, ingesteld ingevolge besluit van de Staten der Provincie Noord-Holland van 22 Dec. 1931, no V (rapport Minderhoud), 1935.
73. Report on Fruit Marketing in England and Wales, Ministry of Agriculture and Fisheries, Econ. Ser. no 15. H.M. Stationary Office. London 1927.
74. Report of the Imperial Economic Committee on Marketing and Preparing for Markets of Foodstuffs. Third Report. H.M. Stationary Office. London 1926.
75. Schuldbevrijding van manggaboombezitters in Indramajoe met behulp van coöperaties. Departement van Economische Zaken 1936, geroneografeerd, niet gepubliceerd.
76. Statistisch Jaarboek. Centraal Bureau v. d. Statistiek. 's-Gravenhage.
77. Verslag van den Ambtenaar van den Coöperatiedienst in Indramajoe over het vierde kwartaal van 1937. Geroneografeerd, niet gepubliceerd, Departement van Economische Zaken.
78. Verslag van de Coöperatie Commissie. Weltevreden 1921.
79. Indische verslagen.

INHOUD

blz.

Inleiding 1

HOOFDSTUK I

De productie van ooft 4
De vruchtenteelt als erfcultuur 4
De productie op het erf voor den handel 5
De mogelijkheid van verdere ontwikkeling van de fruitcultuur 10

HOOFDSTUK II

De handel in ooft 12
Definitie van handel 12
De vruchtenhandel in Ned.-Indië 15
Het verzamelen 16
1. De tani 16
2. De opkooper 17
3. De groothandelaar 22
4. Koop, verkoop en crediet bij het verzamelen . 24
5. Oogst, verpakking, transport en kwaliteit der vruchten 32
6. Financiering, risicodragen en boekhouding . . 35
Het verspreiden 38
De kosten van den fruithandel 41
Samenvatting 47

HOOFDSTUK III

Coöperatieve verkooporganisaties voor ooft buiten Nederlandsch-Indië 48
Problemen van den vruchtenhandel in het buitenland . . 48

blz.
De standaardisatie 49
Voordeelen van standaardisatie 54
Grenzen der standaardisatie 56
Samenvatting 62
De Amerikaansche coöperatieve verkooporganisaties . . 64
Definitie van coöperatief markten 64
De werkwijze der coöperaties 66
De aanleiding tot oprichting der coöperaties 68
Het doel en de bereikte resultaten der coöperaties . . 70
Factoren, die het slagen bepalen 73
1. Uitwendige factoren 74
2. Inwendige factoren 77
Samenvatting 81
De veiling 81
De werkwijze der veiling 85
Oorzaken van het succes der veiling 88
Moeilijkheden der veiling 90
Samenvatting 94
De verzendvereeniging 94

HOOFDSTUK IV

Coöperatieve verkooporganisaties voor ooft in Nederlandsch-Indië 97
Doel van het coöpereeren in het algemeen 97
De bestaande verkoopcoöperaties 101
Beschouwingen 110
Onderzoek naar de rechtvaardigheid en de wenschelijkheid der uitschakeling der handelaren 110
Mogelijkheden van de coöperatieven op het gebied van den vruchtenhandel 115
1. De verzendvereeniging 115
2. De veiling 121
Samenvatting 124
Lijst van plantennamen 128
Eenige statistische gegevens betreffende den handel in vruchten in Nederlandsch-Indië 130
Literatuur 132