

Nr 298.

Av herr Sandberg, angående statsbidrag åt mejeriförbund och liknande sammanslutningar.

Bland de medel som böra uppmärksammas, då det gäller att främja jordbrukets utveckling och dess anpassning till tidsläget, för uppnående av ett bättre ekonomiskt resultat, är en rationell propaganda och reklam, syftande till att framhålla värdet av lantbrukets produkter och till att stegra förbrukningen av dessa, i första hand inom det egna landet.

Från alla håll inom affärslivet föreligga övertygande exempel på reklamens makt. Förbrukningen av många av jordbrukets produkter har helt visst betydligt eftersatts på grund av dels frånvaron av lämplig propaganda för dessa, och dels på grund av den effektiva reklam, som förekommer från de industriernas och affärsföretags sida, vilkas produkter och varor mer eller mindre konkurrera med jordbrukets och den inhemska odlingens. Det är nog att härvid endast erinra om t. ex. de påtagliga verkningarna av den reklam, som göres för margarinet och en del importerad frukt. Från lantbrukarnas och deras sammanslutningars sida är i jämförelse därmed reklamen för deras varor närmast ingen. Då folk t. ex. i stor utsträckning förbrukar pilsner eller kolsyrat vatten i stället för mjölk, och betalar dessa drycker med ett mångdubbelt så högt pris som den oskummade mjölken, så undrar man om icke en av orsakerna därtill är okunnighet om respektive dryckers värde eller ett tanklöst vanehandlande, vilket kunde avhjälpas och motverkas genom en förnuftig och uthållig propaganda.

Avsättningen av jordbrukets produkter, liksom drivandet av jordbruket självt, måste bli affärsmissigt i god mening, i högre grad än hittills i stort sett varit fallet. Orsakerna varför så icke skett, särskilt nu i vad det gäller propagandan och reklamen, äro flera. Icke minst torde de begränsade ekonomiska tillgångarna hava medverkat. Ett förhållande som just nu, då den här åsyftade verksamheten mer än någonsin är behövlig, gör sig än starkare än förut gällande, genom de låga priser som nu gälla för jordbruksprodukterna. Det torde dock vara oomtvistligt, att som ett viktigt och ofrånkomligt komplement till en förbättrad och nyskapad organisation på jordbruksnäringens olika områden måste komma en rationell reklam.

Ett område, där en effektiv propagandaverksamhet är särskilt påkallad, är

då det gäller avsättningen av mejerihanteringens produkter. Mejerihanteringen har, som bekant, den största ekonomiska betydelsen för vårt jordbruk, och allt, som kan bidra att förbättra dess resultat, bör därför med iver beaktas. För närvarande pågår glädjande nog ett livligt arbete för ett rationellt organiserande av mejerihanteringen inom vårt land i syfte bl. a. att förebygga den förödande inbördes konkurrensen och bättre ordna avsättningen. Åtskilliga goda resultat hava redan vunnits av det organisationsarbete, som bedrivs bl. a. med stöd av Allmänna lantbrukssällskapet och för vilket även staten lämnar bidrag. En del mejeriförbund eller liknande sammanslutningar hava bildats, men mycket återstår ännu i detta avseende att göra.

Givetvis skulle tillkomsten av de högst nödvändiga organisationerna i sin mån främjas, om det vore så, att hjälp kunde påräknas av dessa i t. ex. den viktiga uppgiften att åstadkomma en tidsenlig och effektiv propaganda. En sådan måste till och får icke uppskjutas. Men mejerisammanslutningarna komma att få vidkännas stora kostnader i sammanhang med sin tillkomst, då det gäller att koncentrera och rationalisera driften, inlösa mejerier, som måste nedläggas, o. s. v., varför det kan vara fara värt att propaganda- och reklamverksamheten måste skjutas åt sidan.

Med nuvarande ytterligt låga priser på mjölken och mejeriprodukterna torde det därför icke vara möjligt för producenterna själva att helt bekosta en nödvändig propaganda. Direkta avgifter i någon form för detta ändamål äro knappast tänkbara, indirekta pålagor äro icke tilltalande, och de dryga kostnader, som en effektiv propaganda alltid medför, kommer att, så långt de måste utgå, utgöra en belastning, som minskar den enskildes behållna inkomst. Det synes därför kunna ifrågasättas att staten bör träda hjälpande emellan, åtminstone under första tiden av här åsyftade organisationers verksamhet, just då svårigheterna för vederbörande givetvis äro som störst.

En kraftig och tacknämlig verksamhet i här förevarande avseende utföres ju, som bekant, genom "Mjolkpropagandan". Med allt erkännande däråt är det dock icke möjligt för nämnda sammanslutning att åstadkomma allt vad som härvidlag är nödvändigt. Propagandan måste också givas en mera lokal betoning. Kunde mejeriförbunden själva få möjlighet att också bedriva lämplig propaganda, så kunde den helt visst göras mest effektiv på det sättet genom anpassning efter varje ords förhållanden och behov och med utnyttjande av de medel, som i varje fall bäst passa och kunde nå den största allmänheten.

För att, som förut antytts, i viss mån stimulera organisationsarbetet på mejerihanteringens område böra bidrag av statsmedel för propagandaändamål lämnas endast till mejeriförbund eller liknande sammanslutningar, som äro för sitt ändamål med hänsyn till de rådande förhållandena lämpliga, efter prövning även av att organisationen vilar på sund ekonomisk grund.

De närmare grunder efter vilka bidrag bör utgå och storleken av det samma m. m. måste naturligtvis göras till föremål för utredning, vilken lämpligen torde kunna ske genom den pågående jordbruksutredningen.

På grund av det anförda får jag alltså yrka,

att riksdagen måtte besluta att uppdraga åt jordbruksutredningen att utreda och framlägga förslag till på vad sätt och i vilken omfattning statsbidrag bör lämnas åt mejeriförbund eller liknande sammanslutning för bedrivande av propaganda för mejeriprodukter.

Stockholm den 22 januari 1932.

O. E. Sandberg.
