

Minimumprijs voor melk: duur en ongezond

M.E. Homan en C.A. Mosselman*

Om de kleine detaillisten de kans te geven zich te wapenen tegen de afschaffing van de minimumprijs voor melk wordt de al bijna twintig jaar bestaande minimumprijsregeling nog enkele jaren gehandhaafd. De kosten van deze regeling voor de consument per arbeidsplaats zijn echter hoog. Het beschermen van de kleinschalige detailhandel via een minimumprijsregeling is viermaal zo duur als via gerichte subsidies.

In Nederland gelden op dit moment voor twee producten minimumprijzen: voor brood (sinds 1969) en voor melk (sinds 1973). De minimumprijzen zijn indertijd onder aandrang van de betrokken brancheorganisaties tot stand gekomen om de warme bakker, de ambulante melkhandel en de kleine en middelgrote levensmiddelenbedrijven te beschermen tegen de concurrentie door grootwinkelbedrijven die in het kader van de Vestingingswet Detailhandel (1971) de betreffende producten in hun assortiment mochten opnemen.

Nadat tot tweemaal toe de voorgenomen afschaffing van de minimumprijsregeling voor melk (per 1 oktober 1989 respectievelijk 1 oktober 1990) uitgesteld werd, is bij Koninklijk Besluit van 27 september 1990 vastgelegd dat de minimumprijsregeling voor verse melk per 1 oktober 1993 definitief komt te vervallen. Dit besluit is een compromis tussen de staatssecretaris van Economische Zaken en het Produktschap voor Zuivel. De zuivelindustrie heeft zich bereid verklaard fondsen beschikbaar te stellen ter versterking van de structuur van de kleinschalige melkdetailhandel en de staatssecretaris heeft tegen die achtergrond de bereidheid getoond de bevoegdheid van het Produktschap voor Zuivel tot het vaststellen van minimumprijzen met nog eens drie jaar te verlengen.

Opvallend is dat bij de besluitvorming het (economische) belang van de consument onderbelicht is gebleven. Dit artikel beoogt deze verschillende economische aspecten van de minimumprijsregeling voor verse melk te behandelen¹.

Voor- en nadelen van een minimumprijs

In oktober 1988 werden door de staatssecretaris van Economische Zaken de volgende argumenten voor het afschaffen van de minimumprijzen voor consumptiemelk genoemd²:

- minimumprijzen creëren onvoldoende prikkels tot het tegengaan van inefficiënties;
- het gevaar bestaat van een verschuiving van binnenlandse productiecapaciteit naar het buiten-

land en van hogere importen, omdat voor geïmporteerde melk de minimumprijs niet geldt;

- ook grootwinkelbedrijven profiteren van de minimumprijzen omdat die een vaste marge garanderen;
- het te lang steunen van een bedrijfstak met een kunstmatige bescherming is ongewenst;
- de minimumprijzen hebben de structurele ontwikkelingen in de distributie (gestage groei marktaandeel grootwinkelbedrijven) niet kunnen tegenhouden;
- de afhankelijkheid van de kleine detaillist van minimumprijzen voor een klein aantal producten is door een verbreding van het assortiment kleiner geworden; en
- een grote groep consumenten koopt trouw bij de kleinere detailhandel, ondanks het feit dat zij er zich van bewust zijn dat het prijsniveau daar hoger is dan bij het grootwinkelbedrijf.

Het belangrijkste argument voor handhaving van de minimumprijzen is de overweging dat melk bij uitstek de rol van lokartikel kan gaan spelen. Melk is een homogeen product met een, gezien het dagverse karakter, hoge aankoopfrequentie. Deze karakteristieken maken melk voor grootwinkelbedrijven tot het lokartikel bij uitstek. Voorstanders van minimumprijzen wijzen in dit verband op het gevaar van 'moordende' prijszetting. Over het al dan niet optreden van moordende prijszetting en de duur hiervan is overigens weinig met zekerheid te zeggen. Wel lijkt het zeker dat het vrijlaten van de prijzen tot een lagere evenwichtsprijs op de markt leidt. Omdat de

* De auteurs zijn werkzaam bij SWOKA, Instituut voor Consumentenonderzoek. Het artikel is op persoonlijke titel geschreven.

1. Zie voor een uitgebreide bespreking van de problematiek M.E. Homan en C.A. Mosselman, De minimumprijsregeling voor verse melk: van tijdelijk naar te 'lang houdbaar', *SWOKAtern*, nr. 15, SWOKA, Den Haag, 1991.

2. Minimumprijzen, Tweede Kamer, 20 901 nr. 1, 1988-1989.

De markt voor consumptiemelk

Melk en melkproducten worden in Nederland voornamelijk aangeboden door vier veelal regionaal operende grote producenten, te weten Campina Melkunie (50% marktaandeel), Coberco (15%), Menken-Van Grieken (10%) en Noord-Nederland (8%). Te zamen hebben deze ondernemingen dus ongeveer 83% van de Nederlandse markt voor consumptiemelk en melkproducten in handen. Het aandeel van import uit België en in mindere mate Duitsland bedraagt ongeveer 13%.

De zuivelindustrie is in Nederland in belangrijke mate coöperatief georganiseerd. Van de vier grootste producenten is alleen Menken-Van Grieken niet op deze leest geschoeid. Hierdoor is er een grote mate van verstrengeling tussen de belangen van de leveranciers, de veehouder als aanbieder van rauwe melk, en de verwerkende industrie, de veehouder als deelnemer in de coöperatie.

De prijs die de melkindustrie haar afnemers in rekening brengt is opgebouwd uit grondstofkosten, verwerkingskosten en aan- en afvoerkosten. De grondstofkosten worden bepaald door de gemiddelde zuivelwaarde, die gelijk is aan de netto-opbrengst van de melk die door fabrieken tot boter, kaas, melkpoeder en gecondenseerde melk is verwerkt. Door de belangenverstrengeling is er weinig drang om grondstoffen tegen zo scherp mogelijke prijzen in te kopen. Ook de verwerkingskosten en de aan- en afvoerkosten worden bij de bepaling van de minimumprijs volledig omgeslagen. De minimumprijs biedt de verwerkende industrie zodoende een afgeschermde omgeving waarin zij kan produceren. Vooral de grootwinkelbedrijven weten hoge kortingen te bedingen en op deze wijze zelfs bij verkoop tegen minimumprijs nog een redelijke marge over te houden.

In de detailhandel is sprake van een veel grotere concurrentie dan in de industrie. Dit komt vooral omdat de marktmacht over veel meer partijen is verdeeld. Te onderscheiden zijn de grootschalige en de kleinschalige levensmiddelen- en zuiveldetailhandel. Onder deze laatste groep vallen anno 1989 volgens het EIM ongeveer 2.300 rijdende winkels, 800 traditionele bezorgers en 1.500 tot 2.000 vaste kleine winkels. De laatste jaren vertonen deze cijfers een dalende lijn. Zo waren er in 1982 nog 1.900 traditionele bezorgers. Ook de vaste en rijdende winkels hebben het moeilijk. Hieruit blijkt dat, ondanks de minimumprijsregeling, een sanering plaatsvindt. De algemene verwachting is dat deze sanering zich in de komende jaren zal voortzetten, al dan niet onder de beschermende paraplu van de minimumprijsregeling. De marktaandelen in huishoudelijke aankopen van melk en aanverwante producten voor het grootschalig en het kleinschalig levensmiddelenkanaal bedroegen in 1988 respectievelijk ongeveer 75% en 20%. Overige aanbieders nemen de resterende 5% voor hun rekening.

Anno 1989 wordt er in totaal voor 1.938 duizend ton melk en melkproducten geconsumeerd. 45% daarvan is verse melk. Halfvolle melk is binnen de categorie vers het belangrijkste: 65% van de verkochte melk is halfvol. Volle melk heeft een aandeel van 33% en magere melk neemt slechts 2% voor haar rekening. In totaal valt 858 duizend ton melk direct onder de minimumprijzenregeling. Van deze 858 duizend ton wordt 85% rechtstreeks aan huishoudens verkocht. Van dit totaal wordt ongeveer 70% verkocht tegen de minimumprijs.

kleine detailhandel deze prijsdaling mogelijk niet kan volgen, zou het kleinbedrijf teveel marktaandeel kunnen verliezen. Dit zou een versterkend effect hebben op de al vele jaren in gang zijnde sanering van de distributiesector.

De lagere evenwichtsprijs kan voor de consument dus twee tegengestelde effecten hebben. Enerzijds heeft de consument het voordeel van lagere prijzen, maar anderzijds het nadeel van een vermindering van het aantal verkooppunten. Voor de werkgelegenheid in de kleine detailhandel (thans 7.000 tot 9.000 arbeidsplaatsen) zou de lagere evenwichtsprijs een directe bedreiging vormen.

Een argument van andere aard betreft de volksgezondheid. De Nederlandse melk is een kwalitatief hoogwaardig produkt en vanuit voedingsoogpunt een essentiële basisbehoefte. Doordat de marges onder druk komen te staan zou er gevaar bestaan voor het binnen de richtlijnen produceren van kwalitatief iets mindere melk en/of substitutie van dagverse melk door lang houdbare melk omdat bij deze laatste soort melk de distributiekosten aanzienlijk lager zijn.

Gevolgen voor de detailhandel

Het Economisch Instituut voor het Midden- en Kleinbedrijf (EIM) heeft vorig jaar in opdracht van het Produktschap voor Zuivel onderzoek verricht naar de effecten van afschaffing van de minimumprijs van melk³. De bevindingen van deze studie vormden de onderbouwing van het door het Produktschap voor Zuivel (aanvankelijk) ingenomen standpunt tegen de afschaffing van de minimumprijzenregeling.

Het EIM verwacht een daling van de consumentenprijs op lange termijn van ongeveer 6 cent per liter als de minimumprijs van melk wordt afgeschaft. De waarschijnlijkheid van een prijsdaling op lange termijn lijkt onzes inziens voldoende beargumenteerd te kunnen worden met verwijzing naar de normale praktijk van prijszetting van het grootwinkelbedrijf op het niveau van de geldende minimumprijs. De minimumprijs functioneert kennelijk als een effectieve bodemprijs in een concurrerende markt.

Het EIM heeft geprobeerd in te schatten hoe de consument, die koopt bij de kleine detailhandel, reageert als halfvolle melk tijdelijk voor een stuntsprijs 20 cent onder de minimumprijs zou worden aangeboden. Deze prijsdaling heeft tot gevolg dat 70% de kleine detailhandel trouw blijft. Van de resterende 30% zegt 13% minder melk en 14% geen verse melk meer te kopen bij de kleine detaillist. Hierbij is uitgegaan van de veronderstelling dat de kleinschalige detailhandel niet mee gaat met deze prijsverlagingen omdat de marges dit niet toelaten, en omdat de reclamecampagne van het grootwinkelbedrijf zoveel aandacht trekt dat een eigen noodzakelijkerwijs bescheiden campagne toch niet wordt opgemerkt. Bijna 60% van de consumenten die min of meer de kleine zelfstandige de rug toekeren geeft te kennen dan ook andere producten in de supermarkt te zul-

Bron: *De melk- en zuivelbandel*, EIM, Zoetermeer, 1990 en A.J. van de Velden, *De effecten van afschaffing van minimumprijs van melk*, EIM, Zoetermeer, 1990.

3. A.J. van de Velden, *De effecten van afschaffing van minimumprijs van melk*, EIM, Zoetermeer, 1990.

4. Zie het *Advies van de Bestuurscommissie inzake consumptiemelkprijzen inzake het voortbestaan van de minimumprijzenregeling*, Produktschap voor Zuivel, april 1990.

len kopen. Dit betekent per saldo dat ongeveer 15% van de consumenten op korte termijn elders gaat kopen.

Op lange termijn, zo stelt het EIM, is het grootwinkelbedrijf niet in staat de prijs zo laag te houden gezien het belangrijke aandeel van melk en melkproducten in de totale omzet. Volgens inschatting zal na twee tot vier weken het stunten met melk ophouden en het prijspeil zal weer gaan stijgen tot ongeveer 6 à 7 cent onder de voorheen geldende minimumprijs. Uit het consumentenonderzoek blijkt dat ongeveer tweederde deel van de consumenten die gedurende de stuntperiode de kleine zelfstandige de rug hadden toegekeerd weer terugkeert, zodat per saldo 5% van de oorspronkelijke kopers bij de kleine detailhandel dit kanaal definitief verlaat. Op de lange termijn moet de kleine detaillist dus rekenen met een verlies aan omzet van 5%, er gemakshalve van uitgaande dat 5% minder klanten ook 5% minder omzet betekent⁵.

In tabel 1 is een overzicht gegeven van de gevolgen voor de winst van de kleine detailhandel. Daartoe zijn een drietal varianten doorgerekend. De eerste variant betreft het hierboven beschreven model van het EIM. In de twee andere varianten is bekeken wat de gevolgen zijn als de kleine detailhandel de prijsdaling gedeeltelijk (variant 2) en geheel (variant 3) volgt. De gedachte achter de twee laatste varianten is, dat als de kleine detailhandel het prijsverschil met het grootwinkelbedrijf gedeeltelijk of geheel onveranderd laat, de consumenten niet of in beperkte mate naar het grootwinkelbedrijf overstappen.

Op basis van de wekelijkse verkoop van volle en halfvolle melk wordt het verlies aan winst berekend als de kleine handelaar de prijs in de stuntperiode met 20 cent en in de periode daarna met 3 respectievelijk 7 cent verlaagt.

De veronderstelling dat de kleine detaillist het stunten met de melkprijs niet volgt is essentieel voor de uitkomsten van het EIM (variant 1). Deze veronderstelling is onzes inziens niet erg realistisch. Uit de tabel blijkt dat het vooral voor de vaste verkooppunten verstandig is de prijsdaling te volgen om aldus de band met de klanten te behouden. Ook voor de rijdende winkel is het voordeliger de prijsdalingen te volgen. Zelfs voor de traditionele bezorgers die voor een belangrijk deel hun omzet door de verkoop van melk halen is het over het algemeen gunstig de prijsdaling te volgen, hoewel de voordelen voor deze groep betrekkelijk gering zijn.

Het EIM schat dat door het vrijlaten van de prijzen 10 to 15%, ofwel 230 tot 350 rijdende winkels (350 à 525 arbeidsplaatsen) hun bedrijfsvoering zullen beëindigen⁶. Het EIM doet geen kwantitatieve uitspraken over de gevolgen voor de beide andere kleinschalige afzetkanalen, te weten de traditionele bezorger en de vaste winkel. Het Produktschap voor Zuivel meent te kunnen stellen, in zijn commentaar op de studie van het EIM, dat bij de drie kleinschalige afzetkanalen te zamen 650 verkooppunten wegvallen als direct gevolg van de afschaffing van de minimumprijs. Hiermee zou een verlies van ongeveer 1.000 arbeidsplaatsen gemoeid zijn. Bij deze bevindingen van onderzoek c.q. verwachte ontwikkelingen kunnen onzes inziens de nodige kanttekeningen worden geplaatst. Gewezen is reeds op de betrekkelijke waarde van het door het EIM ge-

	Variant 1		Variant 2		Variant 3	
	(1)	(2)	(1)	(2)	(1)	(2)
Rijdende winkels	240	80	130	20	130	45
Trad. bezorgers	170	60	165	25	165	55
Vaste winkels	345	115	70	10	70	25

Variant 1: kleine detailhandel volgt niet (EIM-variant).

Variant 2: kleine detailhandel volgt gedeeltelijk.

Variant 3: kleine detailhandel volgt geheel.

(1) verlies aan omzet tijdens stuntperiode.

(2) verlies aan winst op lange termijn bij nieuw evenwicht.

houden consumentenonderzoek. Voorts hebben we de veronderstelde passieve reactie van de kleinschalige detailhandel ter discussie gesteld. Als de kleine detaillist de prijsdaling bij het grootwinkelbedrijf op korte en lange termijn geheel of gedeeltelijk volgt, zijn de kansen op overleving van de kleinschalige detailhandel – gegeven de structurele ontwikkelingen die blijven wijzen op daling van het aantal verkooppunten ook onder het regime van de minimumprijsregeling – beslist groter.

De consument

Ten einde de gevolgen voor de consument van de geldende minimumprijsregeling te kwantificeren, maken wij gebruik van de berekeningswijze die bekend staat als de methode van het consumentensurplus. In het kort komt de methode op het volgende neer. Over het algemeen geldt dat de uitkomst van het marktproces in een gereguleerde markt afwijkt van de uitkomst in een volledig vrije markt. Door de verschillende verhandelde hoeveelheden met de daarbij behorende prijzen met elkaar te vergelijken kunnen de effecten van de maatregel, in casu het hanteren van een minimumprijs voor melk, worden gekwantificeerd.

Het is dus van belang om het prijsverschil tussen de variant met en de variant zonder minimumprijsregeling te kennen. Als boven aangegeven wordt verwacht dat de nieuwe evenwichtsprijs 6 tot 7 cent lager zal zijn dan de thans geldende minimumprijs na afschaffing van de minimumprijsregeling. Gegeven de huidige minimumprijs van f 1,06 voor een liter halfvolle melk veronderstellen we een prijsdaling van 7 cent, aangezien een prijs van f 0,99 een aantrekkelijke prijsstelling lijkt. Daarnaast is het van belang te weten hoeveel melk er zal worden verkocht bij dit lagere prijsniveau. Hoewel de exacte waarde van de prijselasticiteit van melk onbekend is, zal naar algemeen wordt aangenomen deze waarde wei-

Tabel 1. Winstdaling van de kleine detailhandel (in gulden per week) na afschaffen minimumprijs; drie varianten

5. Het consumentenonderzoek is onder slechts 125 huishoudens gehouden. De vermelde percentages hebben daarom een grote statistische onbetrouwbaarheid. De uitspraak dat 5% van de huishoudens de kleine detaillist de rug toekeert, betekent zuiver gezien dat met 95 procent zekerheid dit percentage ligt tussen de 1 en de 9.

6. Het is overigens niet duidelijk of en in welke mate bij de vermelde werkgelegenheidseffecten rekening gehouden is met de structurele ontwikkelingen binnen de kleine detailhandel. Uit de brancheverkenning *De melk- en zuivelhandel* van het EIM uit 1990 blijkt dat 15% van de rijdende winkels een netto winst heeft van f 30.000 of minder. Het is de vraag welk deel hiervan nu reeds zo in de problemen zit dat een bedrijfsbeëindiging op termijn (ook bij handhaving van de minimumprijs) te verwachten valt.

	Variant 1	Variant 2	Variant 3
Prijsdaling grootwinkelbedrijf (f)	0,07	0,07	0,07
Prijsdaling kleine detailhandel (f)	0	0,03	0,07
Consumentensurplus per jaar (mln. f)	40,8	45,3	51,1
Gebaseerd op de veronderstellingen:			
Verkoop volle en halfvolle verse melk (mln. liters)	730		
Via grootwinkelbedrijf (%)	74		
Via kleine detailhandel (%)	20		
Anders (%)	6		
Minimumprijs halfvol (f)	1,06		
Minimumprijs vol	1,25		
Prijs kleine detailhandel			
- halfvol	1,33		
- vol	1,52		

Tabel 2. De kosten voor de consument van de minimumprijsregeling

nig van 0 afwijken. Dit impliceert dat de totale hoeveelheid verkochte halfvolle en volle melk ná aanschaffing van de minimumprijs niet verandert. Voor de drie bij tabel 1 besproken varianten berekenen wij in tabel 2 de kosten voor de consument die met het handhaven van de minimumprijsregeling gemoeid zijn.

Thans wordt ongeveer 20% van de melk verkocht door de kleinschalige detailhandel. Wij nemen in de eerste variant aan dat de prijs van deze hoeveelheid niet wordt verlaagd. Dit betekent dat ongeveer 80% van de 730 miljoen liter verse volle en halfvolle melk die direct aan de huishoudens wordt verkocht na afschaffing 7 cent goedkoper wordt. Een eenvoudige rekensom leert dat de Nederlandse consument in totaal 40,8 miljoen gulden per jaar teveel betaalt als direct gevolg van de geldende minimumprijs. Per bedreigde arbeidsplaats, veronderstellend dat er inderdaad 1.000 arbeidsplaatsen op het spel staan, betaalt de consument derhalve f 40.800. Gerelateerd aan de gemiddelde netto winst van de kleinschalige detaillisten van f 40.000 tot f 46.500 is dit aanzienlijk te noemen. We zouden hier met recht kunnen spreken van een aanzienlijke consumentenheffing ten behoeve van het instandhouden van arbeidsplaatsen. Daarbij moet worden bedacht dat deze consumentenheffing vooral ten goede komt aan het grootwinkelbedrijf en slechts in indirecte zin aan de kleine detaillist namelijk voor zover de geldende minimumprijs klantenverlies bij de kleinschalige detailhandel voorkomt.

Als vervolgens wordt verondersteld dat de kleine detaillist de prijsdaling volledig volgt en aldus klanten- omzetverlies voor een belangrijk deel voorkomt, bedraagt het consumentensurplus bij de thans geldende minimumprijzen ruim 51 miljoen gulden per jaar. Het aantal bedreigde arbeidsplaatsen is dan, zoals hiervoor uiteengezet, geringer, zodat de kosten voor de consument per bedreigde arbeidsplaats aanzienlijk hoger liggen. Als, bij wijze van voorbeeld, uitgegaan van wordt van 750 bedreigde arbeidsplaatsen, dan betaalt de consument ruim f 68.000 per jaar per bedreigde arbeidsplaats.

Ingeval de kleinschalige detailhandel de prijsdaling bij het grootwinkelbedrijf gedeeltelijk volgt, ligt het consumentensurplus tussen de hiervoor genoemde uitersten in.

Op grond van deze analyse dringt de vraag zich op of er een alternatief (was en) is voor de minimumprijsregeling. Deze vraag dient bevestigend te worden beantwoord. Het voorkomen van een verdere

vershraling van het voorzieningennetwerk van melk- en melkprodukten kan tegen aanzienlijk lagere kosten voor de consument worden gerealiseerd door ten eerste de minimumprijsregeling af te schaffen en ten tweede de kleinschalige detailhandel gericht te ondersteunen door middel van directe subsidies en/of fiscale tegemoetkomingen. Uit tabel 2 blijkt dat ongeveer 20% van de totale hoeveelheid verse halfvolle en volle melk door de kleine detailhandel aan de consument wordt verkocht. Op jaarbasis wordt door deze kanalen dus ongeveer 146 miljoen liter verse melk aan de consument geleverd. Gegeven de noodgedwongen prijsdaling van 7 cent per liter verse melk betekent dit een omzetverlies voor de gehele kleinschalige detailhandel van iets meer dan f 10 miljoen op jaarbasis. Bij gelijkblijvend volume van de omzet en bij gelijkblijvende kosten zal dit omzetverlies volledig neerslaan als een winstdaling. Zelfs in dit scenario is dit verlies slechts een gering deel van de kosten voor de consument onder het regime van de minimumprijsregeling.

Conclusies

Hoewel het afschaffen van de minimumprijzen waarschijnlijk gevolgen zal hebben voor de kleine detailhandel, is de omvang hiervan moeilijk te kwantificeren. Het door het Produktschap voor Zuivel genoemde aantal van 1.000 bedreigde arbeidsplaatsen is onzes inziens echter niet stevig onderbouwd en aan de hoge kant.

Opvallend is dat in het besluitvormingsproces betrekkelijk weinig aandacht aan de gevolgen voor de consument van de instandhouding van de minimumprijsregeling is gegeven. Het enige aspect dat in dit verband is belicht, betreft de afname van het aantal verkooppunten. Echter, de instandhouding van het kleinschalige voorzieningennetwerk door middel van het hanteren van minimumprijzen heeft ook een prijs. Wij hebben berekend dat de consument hiervoor ongeveer 40 tot 50 miljoen gulden op jaarbasis moet betalen. Als rekening gehouden wordt met een verbeterde werking van het marktmechanisme in de hele bedrijfskolom na afschaffing van de minimumprijsregeling zijn de effecten waarschijnlijk omvangrijker.

Een belangrijke tekortkoming van de minimumprijsregeling is de onvermijdelijkheid dat het consumentensurplus vooral aan de grootwinkelbedrijven toevalt. Als het instandhouden van het voorzieningenniveau van groot belang wordt geacht dan had men door middel van gerichte ondersteuning op een aanzienlijk goedkopere manier dit doel (al vele jaren geleden) kunnen bereiken.

De op 27 september 1990 afgekondigde verlenging van drie jaar van de minimumprijsregeling voor melk is bedoeld om de bedrijfstak in staat te stellen een garantiefonds op te bouwen ten behoeve van de ontwikkeling en structuurverbetering van de kleinschalige melkdetailhandel. Opvallend is hierbij dat bij het instellen van de als tijdelijk bedoelde minimumprijzen, nu alweer bijna twintig jaar geleden, dit ook een van de overwegingen is geweest. Tijdelijk blijkt soms lang houdbaar te zijn.

M.E. Homan
C.A. Mosselman