

THEMA 10

De sneaker-resell markt

Werking van de markt

Werkboek — naam: _____ klas: _____

Les 10.1 — Waarom kost een paar Dunks op StockX het drievoudige?

Leerdoel: Je legt uit wat schaarste en betalingsbereidheid zijn, en wat het verschil is tussen schaarste en een tekort. Je past deze begrippen toe op de sneaker-resell markt. Je legt uit waarom een winkelprijs onder de evenwichtsprijs leidt tot een tekort en een resellmarkt.

Theorie & uitleg

10:00 uur 's ochtends. Je zit al twintig minuten te wachten in de Nike SNKRS-app, duim boven de "Notify me"-knop. De drop gaat live. Je tikt. "Sorry, deze bestelling is niet gelukt." Binnen negentig seconden is de hele voorraad uitverkocht. Een uur later staat exact hetzelfde paar, in exact jouw maat, gewoon te koop op StockX. Voor **€400** . De winkelprijs was **€130** . Hoe kan dat?

Het antwoord begint bij een economisch basisbegrip dat je misschien al kent: **schaarste** . Maar schaarste alleen verklaart nog niet waarom de prijs zó hoog oploopt. Daarvoor heb je een tweede begrip nodig: **betalingsbereidheid** .

Definitie: schaarste

Schaarste betekent dat er niet genoeg middelen zijn om aan alle behoeften te voldoen, waardoor keuzes gemaakt moeten worden (dezelfde definitie als in thema 3 en 7). Bij een gelimiteerde sneakerdrop is die schaarste extreem: Nike maakt bewust maar een beperkt aantal paren, soms een paar duizend wereldwijd, terwijl er honderdduizenden mensen zijn die het paar willen hebben.

Let op het verschil met een **tekort** : bij een tekort willen, bij de prijs die op dat moment geldt , meer mensen een product kopen dan er beschikbaar is. Daarover gaat de volgende box.

Waarom ontstaat er een resellmarkt? De winkelprijs ligt te laag

Nike verkoopt het paar voor een vaste **winkelprijs** van €130. Maar er zijn zo veel kopers die €300 of €400 willen betalen, dat de **evenwichtsprijs** (de prijs waarbij vraag en aanbod gelijk zijn) veel hoger ligt. Omdat de winkelprijs ónder de evenwichtsprijs ligt, willen bij €130 veel meer mensen een paar dan er zijn: er ontstaat een **tekort** .

Wie het paar dan krijgt, bepaalt de prijs niet meer: dat wordt geluk (een loting), snelheid of zelfs sneakerbots. Wie een paar voor €130 bemachtigt, kan het doorverkopen voor de veel hogere prijs die kopers er echt voor over hebben. Zo ontstaat de **resellmarkt** : daar vormt de prijs zich wél vrij, tot ongeveer de evenwichtsprijs.

Herken je dit? Het is hetzelfde mechanisme als bij de sociale huurmarkt in thema 7 (les 7.1): daar ligt de huur door een maximumhuur ook onder het evenwicht, en ontstaat een tekort met lange wachtlijsten. En het is precies waar het debat over een prijsplafond voor koopwoningen (les 7.4) over ging.

Definitie: betalingsbereidheid

Betalingsbereidheid is het maximale bedrag dat iemand bereid is te betalen voor een product. Niet iedere sneakerfan heeft dezelfde betalingsbereidheid: de een stopt bij €150, de ander is bereid €500 neer te leggen voor precies datzelfde paar, bijvoorbeeld omdat het zijn of haar absolute grail is, of omdat diegene het met winst wil doorverkopen. Bij een schaars product bepalen uiteindelijk de kopers met de hóógste betalingsbereidheid wie het product daadwerkelijk bemachtigt.

Niet elke sneaker stijgt in waarde

Een veelgemaakte denkfout: "duur bij release = duur op de resellmarkt". In werkelijkheid hangt de resellprijs vooral af van de verhouding tussen vraag en aanbod, niet van de winkelprijs op zich. Bekijk de voorbeelden hieronder:

Model	Winkelprijs	Resellprijs	Verschil
Nike Dunk Low "Panda"	€110	€60 - €100	vaak onder de winkelprijs
Nike SB Dunk-collab (beperkte drop)	€130	€260 - €400	100% - 200% erbovenop
Air Jordan 1 (gemiddeld)	€180	€320	ca. 80% erbovenop
Travis Scott x Jordan-collab	€180	€900+	vijf keer de winkelprijs of meer

Indicatieve, afgeronde voorbeeldprijzen. Resellprijzen veranderen per dag en per maat; kijk zelf op een resellplatform wat een paar nu kost.

Een breed beschikbare colorway zoals de "Panda" Dunk wordt regelmatig herdrukt: het aanbod is uiteindelijk groter dan de vraag, waardoor de resellprijs zelfs onder de winkelprijs kan zakken. Een echt gelimiteerde collab doet precies het tegenovergestelde.

Definitie: kunstmatige schaarste

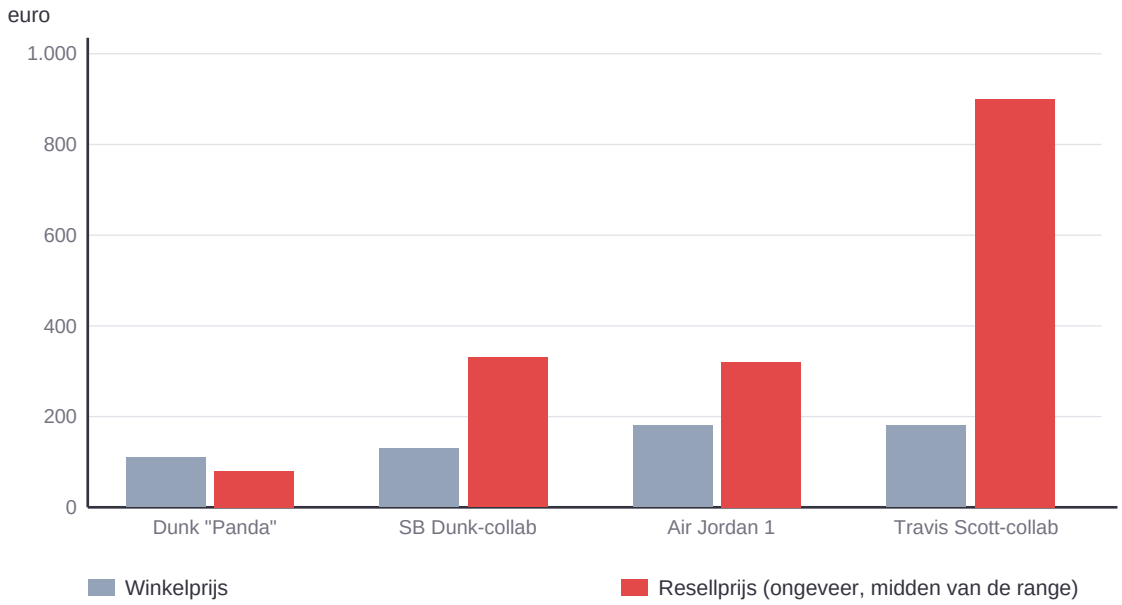
Schaarste ontstaat niet altijd toevallig. Nike kiest er bewust voor om van populaire colorways en collabs maar een beperkt aantal paren te maken, óók als het bedrijf de productie makkelijk zou kunnen opschalen. Dit heet **kunstmatige schaarste** : schaarste die een bedrijf zelf creëert om exclusiviteit, hype en merkwaarde te behouden. Zou Nike onbeperkt bijproduceren zodra de vraag groot is, dan zou elke drop uiteindelijk net zo gewoon worden als een "Panda" Dunk, en zou de aantrekkingskracht van het merk als "exclusief" verdwijnen.

Let op het verschil met **nep-schaarste** uit thema 1: bij kunstmatige schaarste is het tekort écht (er zijn daadwerkelijk maar een paar duizend paar gemaakt). Bij nep-schaarste, zoals een webshop-teller die telkens "nog maar 2 over!" toont, bestaat het tekort niet echt en is het puur een nudging-trucje om je onder tijdsdruk te zetten.

Burgerschap — Je mag jezelf zijn

Hype en kunstmatige schaarste zijn gemaakt om je het gevoel te geven dat je iets nú moet hebben. Je mag daar altijd voor kiezen, maar je mag er net zo goed voor kiezen om je er niet door te laten opjagen.

Winkelprijs en resellprijs (de tabel als grafiek)



Bij de veel herdrukte "Panda" is het aanbod groot: de resellprijs ligt zelfs onder de winkelprijs.

Doordenker: Wie krijgt het paar?

Voor wie verder wil denken · geen toetsstof

Er zijn 2 paren van een gelimiteerde sneaker. Nike verkoopt ze voor €130. Vijf fans willen het paar, met deze betalingsbereidheid: Ayla €400, Bram €320, Chris €250, Dewi €180 en Emre €140.

1. Hoeveel fans willen bij €130 een paar kopen? Hoe groot is het tekort?
2. Tussen welke prijzen ligt de evenwichtsprijs (waarbij precies 2 fans een paar willen)?
3. Bij een loting winnen Dewi en Emre. Wat gaan zij waarschijnlijk doen, en bij wie komen de paren uiteindelijk terecht?
4. Dewi verkoopt haar paar voor €300 aan Bram. Hoeveel winst maakt Dewi (zonder kosten), en hoe groot is het consumentensurplus van Bram (les 10.4)?

Kernbegrippen

Schaarste (herhaling thema 1)

Er zijn niet genoeg middelen om aan alle behoeften te voldoen, waardoor keuzes gemaakt moeten worden (dezelfde definitie als in thema 3 en 7).

Tekort (herhaling thema 7)

De situatie waarin bij de prijs die op dat moment geldt, meer mensen een product willen kopen dan er beschikbaar is. Bij een gelimiteerde drop ontstaat een tekort omdat de winkelprijs van Nike ver onder de evenwichtsprijs ligt.

Betalingsbereidheid

Het maximale bedrag dat iemand bereid is te betalen voor een product.

Kunstmatige schaarste

Schaarste die een bedrijf zelf creëert (bijvoorbeeld door beperkte oplages te maken) om exclusiviteit, hype en merkwaarde te behouden. Het tekort is hier écht, in tegenstelling tot nep-schaarste (zie thema 1), waarbij een webshop slechts doet alsof een product bijna op is.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Leg uit wat 'schaarste' betekent, in je eigen woorden.

2. Wat betekent 'betalingsbereidheid'?

3. Noem één voorbeeld van een sneaker of drop die veel duurder wordt doorverkocht dan de winkelprijs.

4. Wat is kunstmatige schaarste?

5. Wat is de resellmarkt?

Zilver: Toepassing & Rekenen

6. Leg uit waarom Nike er zelf voor kiest om maar een beperkt aantal paren van een populaire colorway te maken, in plaats van er zoveel te maken als de vraag groot is.

7. Waarom zijn niet alle sneakers die duur zijn bij release ook duur op de resellmarkt?

8. Twee leerlingen willen allebei hetzelfde paar Jordans. Leerling A heeft een betalingsbereidheid van €180, leerling B van €320. Wat betekent dit voor wie het paar op een veiling zal bemachtigen als de prijs oploopt?

9. Geef een voorbeeld van schaarste buiten de sneakerwereld.

10. Leg uit waarom een hoge betalingsbereidheid alleen niet genoeg is om een hoge resellprijs te verklaren.

11. Waarom kan een merk als Nike ervoor kiezen om juist niet aan alle vraag te voldoen, ook al zou het meer kunnen verkopen?

Goud: Analyse & Evaluatie – de uitdaging

12. Beoordeel: is de hoge resellprijs van een gelimiteerde sneaker vooral het gevolg van schaarste, van betalingsbereidheid, of van allebei samen? Onderbouw je antwoord.

13. Leg uit waarom kunstmatige schaarste een bewuste strategie kan zijn voor een merk als Nike, en niet alleen een gevolg van productiebeperkingen.

14. Bedenk één maatregel die Nike zou kunnen nemen om de resellmarkt (en de hoge doorverkoopprijzen) te verkleinen, en leg uit via welk mechanisme dit zou werken.

Les 10.2 — Vraag, aanbod en de gekkenhuis-prijzen van de resellmarkt

Leerdoel: Je legt uit hoe vraag en aanbod de prijs van sneakers op de resellmarkt bepalen. Je herkent het effect van schaarste in prijsstijgingen én -dalingen.

Theorie & uitleg

In les 10.1 zag je dat schaarste en betalingsbereidheid samen zorgen voor hoge resellprijzen. Maar hoe komt die prijs nu precies tot stand? Het antwoord is hetzelfde economische mechanisme dat de prijs van bijna elk product bepaalt, van een brood bij de bakker tot een huis op Funda: **de werking van de markt** .

Definitie: werking van de markt

De **werking van de markt** is het proces waarbij vraag en aanbod samen de prijs van een product bepalen, zonder dat een centrale instantie die prijs vaststelt. Is de vraag naar een sneaker veel groter dan het aanbod (zoals bij een gelimiteerde drop), dan stijgt de prijs op de resellmarkt fors. Is het aanbod juist groter dan de vraag (zoals bij een veelvoorkomende colorway met meerdere restocks), dan daalt de prijs, soms zelfs tot onder de winkelprijs.

Herken je dit plaatje nog van de woningmarkt in thema 7? Het is precies hetzelfde mechanisme, nu toegepast op sneakers in plaats van huizen.

Definitie: resellmarkt

De **resellmarkt** (of doorverkoopmarkt) is de markt waarop producten die al eerder zijn gekocht, opnieuw worden verkocht: bij sneakers gebeurt dit via platforms als StockX en GOAT.In tegenstelling tot de winkelprijs, die door Nike wordt vastgesteld en vaststaat, komt de resellprijs volledig tot stand door vraag en aanbod tussen individuele kopers en verkopers.

Hype als aanjager van de vraag

De vraag naar een sneaker is niet statisch: die kan binnen enkele uren omhoogschieten door hype. Draagt een bekende artiest of influencer een bepaald paar op Instagram of TikTok, dan kan de vraag ineens fors stijgen terwijl het aanbod (het aantal gemaakte paren) gelijk blijft. Het gevolg: de resellprijs schiet omhoog, puur door een verschuiving in de vraag.

Definitie: de vraag- en aanbodcurve

In een grafiek met prijs op de verticale as en hoeveelheid op de horizontale as, teken je de vraag als een dalende lijn (hoe hoger de prijs, hoe minder mensen bereid en in staat zijn te kopen) en het aanbod als een stijgende lijn (hoe hoger de prijs, hoe meer verkopers bereid zijn te verkopen). Het **snijpunt** van beide lijnen is de **evenwichtsprijs** (les 10.3). Bij een gelimiteerde drop is het aanbod vrijwel volledig vast (Nike maakt geen extra paren meer bij), terwijl de vraaglijn door hype ver naar rechts kan opschuiven. Het snijpunt verschuift daardoor fors omhoog.

Doordenker: Hype en restock tegelijk

Voor wie verder wil denken · geen toetsstof

Van een sneaker zijn 1.000 paren op de markt; dat aantal verandert niet, welke prijs er ook geboden wordt. De tabel laat zien hoeveel kopers er bij elke prijs zijn, vóór en na een virale TikTok-video. Verzonnen, afgeronde getallen.

Prijs	Kopers vóór de video	Kopers na de video
€250	1.500	2.300
€300	1.000	1.800
€350	500	1.300
€380	200	1.000
€400	0	800

Het aanbod is 1.000 paren (verticale aanbodlijn).

1. Wat is de evenwichtsprijs vóór de video?
2. Wat is de evenwichtsprijs na de video? Met hoeveel procent is die gestegen? Rond af op een heel getal.
3. Nike doet daarna een restock van 300 paren. Wat is nu de evenwichtsprijs?
4. Leg uit waarom de video de vraaglijn laat verschuiven, terwijl de restock de aanbodlijn laat verschuiven.

Kernbegrippen

Vraag (herhaling thema 7)
De hoeveelheid van een product die mensen willen en kunnen kopen.

Aanbod (herhaling thema 7)
De hoeveelheid van een product die te koop wordt aangeboden.

Werking van de markt
Het proces waarbij vraag en aanbod samen de prijs van een product bepalen, zonder centrale prijsvaststelling.

Resellmarkt
De markt waarop producten die al eerder zijn gekocht, opnieuw worden verkocht, bijvoorbeeld via StockX of GOAT.

Vraag- en aanbodcurve
Grafische weergave van vraag (dalende lijn) en aanbod (stijgende lijn) bij verschillende prijzen; het snijpunt is de evenwichtsprijs. Bij een gelimiteerde drop is de aanbodlijn verticaal: er komen geen paren bij, hoe hoog de prijs ook wordt.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is vraag, en wat is aanbod?

2. Wat gebeurt er met de prijs van een sneaker als de vraag veel groter is dan het aanbod?

3. Noem één platform waarop sneakers worden doorverkocht.

4. Wat gebeurt er met de prijs als het aanbod van een sneaker veel groter is dan de vraag?

5. Wat is de winkelprijs (retailprijs)?

Informatiebron — resellprijs van een hype-sneaker op StockX

Moment	Resellprijs
Releasedag	€ 450
Na 1 week	€ 320
Na 1 maand	€ 210
Winkelprijs (origineel)	€ 150

6. Gebruik de tabel. Beschrijf wat er met de resellprijs gebeurt in de maand na de release, en geef een mogelijke verklaring.

Zilver: Toepassing & Rekenen

7. Leg uit hoe marktwerking ervoor zorgt dat een sneaker van €130 op de resellmarkt voor €400 verkocht kan worden.

8. Waarom kan een "Panda"-Dunk (een veelvoorkomende, vaak herdrukte colorway) juist onder de winkelprijs verkocht worden op de resellmarkt?

9. Leg het verschil uit tussen de winkelprijs (retailprijs) en de resellprijs.

10. Leg uit waarom een restock (extra oplage) van een populaire sneaker de resellprijs kan laten dalen.

11. Waarom zeggen economen dat de prijs op de resellmarkt "door de markt bepaald" wordt, in tegenstelling tot de winkelprijs?

Informatiebron — resellprijs van een hype-sneaker op StockX

Moment	Resellprijs
Releasedag	€ 450
Na 1 week	€ 320
Na 1 maand	€ 210
Winkelprijs (origineel)	€ 150

12. Gebruik dezelfde tabel. Bereken hoeveel procent winst iemand die op de releasedag verkocht, extra had ten opzichte van iemand die pas na een maand verkocht (beiden kochten voor de winkelprijs van €150).

Goud: Analyse & Evaluatie – de uitdaging

13. Beoordeel: leidt marktwerking op de resellmarkt tot een "eerlijke" prijs? Onderbouw je antwoord met het begrip betalingsbereidheid.

14. Vergelijk de resellmarkt voor sneakers met de woningmarkt (thema 7): welke overeenkomst zie je in hoe schaarste de prijs beïnvloedt?

15. Bedenk een reden waarom de resellprijs van eenzelfde sneakermodel per maat kan verschillen, en verklaar dit met vraag en aanbod.

Les 10.3 — Hoe komt de prijs op StockX écht tot stand?

Leerdoel: Je legt uit wat marktevenwicht is. Je legt uit hoe het bied- en aanbodsysteem van resellplatforms zoals StockX werkt. Je rekent met resellprijzen, prijsstijgingen en platformkosten.

Theorie & uitleg

Open de StockX-app en je ziet bij elke sneaker twee getallen naast elkaar: de **"Lowest Ask"** en de **"Highest Bid"** . Dit is geen toeval, maar het hart van hoe de resellprijs van een sneaker écht tot stand komt: niet door één verkoper die een prijs verzint, maar door duizenden kopers en verkopers die tegelijk hun eigen prijs doorgeven.

Definitie: marktevenwicht en evenwichtsprijs

Marktevenwicht is de situatie waarin de gevraagde hoeveelheid en de aangeboden hoeveelheid van een product precies gelijk zijn. De **evenwichtsprijs** is de prijs waarbij dit gebeurt: het punt waarop de vraag- en aanbodcurve elkaar snijden. Op de resellmarkt verschuift dit evenwicht voortdurend, omdat vraag en aanbod continu veranderen.

Definitie: ask en bid

De **ask** is de prijs waarvoor een verkoper zijn sneaker te koop aanbiedt; de **bid** is het bedrag dat een koper bereid is te betalen. Zodra een koper een bid plaatst die gelijk is aan (of hoger dan) de laagste ask, komt er direct een verkoop tot stand tegen die prijs. Zo ontstaat de marktprijs steeds opnieuw, zonder dat StockX zelf de prijs bepaalt: het platform faciliteert alleen de "ontmoeting" tussen vraag en aanbod.

Juridisch: verificatie en platformkosten

Om te garanderen dat een sneaker écht is en niet nagemaakt, laat StockX elk verkocht paar eerst controleren door een verificatieteam, voordat het naar de koper gaat. Deze controle kost geld: verkopers betalen een **transactiefee** die afhangt van hun verkopersniveau (van 9% voor nieuwe verkopers tot 7% voor verkopers die heel veel verkopen), plus **verwerkingskosten** van 3% van de verkoopprijs, met een minimum van €5. Bij een verkoop van €300 gaat er dus €30 tot €36 aan platformkosten af, nog vóór de verzendkosten.

Verschuivende vraag- en aanbodcurves

Stel je de vraag- en aanbodcurve van een specifieke sneaker voor. Een viral TikTok-video zorgt voor een plotselinge hausse aan interesse: de **vraagcurve schuift naar rechts** (bij elke prijs willen nu meer mensen kopen), waardoor de evenwichtsprijs stijgt. Komt er daarentegen een onverwachte restock van hetzelfde model, dan **schuift de aanbodcurve naar rechts** (bij elke prijs is er nu meer te koop), waardoor de evenwichtsprijs juist daalt. Beide verschuivingen kunnen ook tegelijk optreden, met een minder voorspelbaar netto-effect op de uiteindelijke prijs.

Zo komt een verkoop op StockX tot stand

1. Verkoper zet een ask: de prijs waarvoor hij wil verkopen ->
2. Koper zet een bid: wat hij wil betalen ->
3. Bid >= laagste ask: verkoop tegen die prijs ->

4. Verificatie: StockX controleert of het paar echt is ->
5. Verzending naar de koper

Verkoop van € 300 door een nieuwe verkoper: waar gaat het geld heen?



Verzendkosten komen daar nog bij.

Doordenker: Het orderboek van StockX

Voor wie verder wil denken · geen toetsstof

Bij één sneaker in maat 43 staan op StockX deze asks (verkopers) en bids (kopers). Verzonnen getallen.

Asks (verkopers)	Bids (kopers)
€290 (2 paren)	€280 (3 kopers)
€300 (3 paren)	€270 (5 kopers)
€320 (4 paren)	€250 (8 kopers)

1. Wordt er op dit moment een paar verkocht? Leg uit.
2. Een nieuwe koper wil meteen kopen en biedt de laagste ask. Voor welke prijs koopt hij, en hoeveel paren voor die prijs blijven er daarna over?
3. Het verschil tussen de laagste ask en de hoogste bid heet de spread. Hoe groot is de spread hier? Wat gebeurt er met de spread als er veel meer kopers en verkopers op het platform komen?
4. De verkoper met de ask van €290 is een nieuwe verkoper (9% transactiefee plus 3% verwerkingskosten). Hoeveel houdt hij netto over? Rond af op centen.

Kernbegrippen

Marktevenwicht

De situatie waarin de gevraagde hoeveelheid en de aangeboden hoeveelheid van een product precies gelijk zijn.

Evenwichtsprijs (herhaling thema 7)

De prijs waarbij de hoeveelheid die mensen willen kopen precies gelijk is aan de hoeveelheid die te koop is. Er is dan geen tekort en geen overschot.

Ask

De prijs waarvoor een verkoper zijn product op een platform als StockX te koop aanbiedt.

Bid

Het bedrag dat een koper op een platform als StockX bereid is te betalen voor een product.

Spread (Doordenker)

Het verschil tussen de laagste ask en de hoogste bid op een platform als StockX. Hoe meer kopers en verkopers, hoe kleiner de spread meestal is.

Verschuiving van de vraag- of aanbodcurve (Doordenker)

Het proces waarbij de hele vraag- of aanbodlijn naar links of rechts opschuift, bijvoorbeeld door hype of een restock, waardoor de evenwichtsprijs verandert.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is marktevenwicht?

2. Wat is het verschil tussen 'ask' en 'bid' op StockX?

3. Waarom rekent StockX kosten voor de verificatie (authenticatie) van elke verkochte sneaker?

4. Wat is de evenwichtsprijs?

5. Wat is een authenticatiefee?

Zilver: Toepassing & Rekenen

6. Leg uit hoe het "laagste ask, hoogste bid"-systeem van StockX zorgt voor een marktprijs, zonder dat een centrale instantie de prijs vaststelt.

7. Wat gebeurt er met de evenwichtsprijs als er plotseling veel meer verkopers hun paar te koop aanbieden, terwijl de vraag gelijk blijft?

8. Leg uit waarom de verificatiekosten van StockX relatief zwaarder wegen bij een goedkope sneaker dan bij een dure.

9. Waarom kan de verkoopprijs van een sneaker op een gegeven moment sterk fluctueren, ook al verandert het model zelf niet?

10. Leg uit wat er gebeurt als de bid van een koper gelijk wordt aan de laagste ask op StockX.

11. Waarom kan een sneaker die net gedragen is door een bekende artiest plotseling een hogere evenwichtsprijs krijgen?

Goud: Analyse & Evaluatie – de uitdaging

12. Beoordeel: is het 'ask/bid'-systeem van StockX eerlijker dan een vaste doorverkoopprijs die de verkoper zelf kiest, zoals op Marktplaats? Onderbouw je antwoord.

13. Leg uit hoe het verificatieproces van StockX het vertrouwen van kopers, en daarmee indirect de prijs die zij bereid zijn te betalen, kan beïnvloeden.

14. Bedenk een situatie waarin het aanbod van een sneaker plotseling sterk daalt, en beschrijf in twee stappen wat dit doet met de evenwichtsprijs.

Rekenopdrachten

1. Een sneaker heeft een winkelprijs van €130 en wordt op StockX doorverkocht voor €364. Met hoeveel procent is de prijs gestegen?

Antwoord (%): _____

2. Je verkoopt een paar sneakers op StockX voor €300. De transactiefee is 9% en de verwerkingskosten (processing fee) zijn 3% van het verkoopbedrag. Hoeveel euro fees betaal je in totaal?

Antwoord (€): _____

3. Bij de vorige opgave: hoeveel euro houd je netto over (vóór verzendkosten)?

Antwoord (€): _____

4. Een sneaker met winkelprijs €110 wordt doorverkocht met een premie van 145%. Wat is de verkoopprijs?

Antwoord (€): _____

5. Van de 40 paren die bij een drop beschikbaar zijn, willen 260 mensen een paar kopen. Hoeveel mensen vissen achter het net?

Antwoord: _____

6. Bij de vorige opgave: hoeveel gegadigden zijn er gemiddeld per beschikbaar paar (afgerond op één decimaal)?

Antwoord: _____

7. Een reseller koopt een paar voor de winkelprijs van €120 en verkoopt het voor €300, waarna 12% van de verkoopprijs aan platformkosten afgaat. Wat is de netto winst van de reseller?

Antwoord (€): _____

8. Een sneaker verkoopt gemiddeld 60% boven de winkelprijs. De winkelprijs is €140. Wat is de gemiddelde resellprijs?

Antwoord (€): _____

9. Een populaire maat (maat 42) is verantwoordelijk voor 25% van alle 400 verkochte paren van een model. Hoeveel paren in maat 42 zijn er verkocht?

Antwoord: _____

10. De resellprijs van een sneaker daalt van €380 naar €266. Met hoeveel procent is de prijs gedaald?

Antwoord (%): _____

31. Een reseller wil na aftrek van 12% platformkosten precies €220 overhouden. Voor welke prijs (ask) moet hij het paar minimaal verkopen?

Antwoord (€): _____

32. Een nieuwe verkoper betaalt 9% transactiefee, een grote verkoper 7%. Beiden betalen daarnaast 3% verwerkingskosten. Hoeveel euro betaalt de nieuwe verkoper meer aan kosten als beiden 50 paren verkopen voor €200 per paar?

Antwoord (€): _____

33. Een reseller koopt 4 paren voor €130 per paar. Hij verkoopt er 3 voor €280 per paar, maar de vierde raakt hij pas kwijt voor €110. Over elke verkoop betaalt hij 12% platformkosten. Wat is zijn totale winst?

Antwoord (€): _____

Les 10.4 — Wie wint er? Consumenten- en producentensurplus

Leerdoel: Je legt uit wat consumentensurplus en producentensurplus zijn. Je beoordeelt wie in de sneaker-resell markt het meeste voordeel behaalt. Je neemt in de Debathal een onderbouwd standpunt in over resellers, bots en eerlijke prijzen.

Theorie & uitleg

Je hebt nu gezien hoe schaarste, betalingsbereidheid, vraag en aanbod samen zorgen voor de gekke prijzen op de resellmarkt. Maar één belangrijke vraag is nog niet beantwoord: wie profiteert er eigenlijk het meest van dit hele systeem? Nike, die de sneaker ontwerpt en maakt? De reseller, die het paar doorverkoopt? Of jij, de consument? Om dat te beantwoorden, heb je twee nieuwe begrippen nodig: **consumentensurplus** en **producentensurplus** .

Definitie: consumentensurplus

Consumentensurplus is het voordeel dat een koper heeft doordat die minder betaalt dan zijn of haar maximale betalingsbereidheid. Scoor jij een paar Dunks bij release voor de winkelprijs van €130, terwijl je eigenlijk bereid was €250 te betalen, dan is jouw consumentensurplus €120.

Definitie: producentensurplus

Producentensurplus is het voordeel dat een verkoper heeft doordat die meer ontvangt dan het minimumbedrag waarvoor hij of zij bereid was te verkopen. Koopt een reseller een paar in voor €130 en was die bereid het al vanaf €150 te verkopen, maar verkoopt die het uiteindelijk voor €400, dan is het producentensurplus van die reseller €250.

Wie pakt de winst in de resellmarkt?

In de sneaker-resell markt verschuift het surplus vaak sterk in het voordeel van de reseller. Nike verkoopt tegen een vaste, relatief lage winkelprijs, ongeacht hoe hoog de vraag is: Nike houdt dus een beperkt producentensurplus over. De reseller die het paar wist te bemachtigen, koopt tegen diezelfde lage winkelprijs in en verkoopt tegen de veel hogere marktprijs: bij die reseller landt het grootste deel van de winst. De consument die uiteindelijk via de resellmarkt koopt, betaalt een veel hogere prijs en houdt dus minder consumentensurplus over dan bij de winkelprijs. Alleen kopers met een hogere betalingsbereidheid dan de marktprijs houden nog wat over; wie precies evenveel wilde betalen als de marktprijs, heeft geen surplus meer.

Loopt Nike dan alles mis? Niet helemaal. Nike kiest bewust voor een lage winkelprijs en een kleine oplage. De hype en de exclusiviteit die daardoor ontstaan, maken het merk waardevoller. Daardoor verkoopt Nike meer van zijn gewone modellen en kan het daar hogere prijzen voor vragen. Een deel van het surplus haalt Nike dus via een omweg alsnog binnen.

Surplus in de vraag- en aanbodgrafiek

In de vraag- en aanbodgrafiek uit les 10.2 is het consumentensurplus het gebied tussen de vraaglijn en de prijs die kopers betalen, en het producentensurplus het gebied tussen die prijs en de aanbodlijn. Bij een gelimiteerde drop staat de aanbodlijn verticaal: er komen geen paren bij, hoe hoog de prijs ook wordt.

Nike verkoopt voor €130, ver onder de evenwichtsprijs. Het verschil tussen €130 en de evenwichtsprijs, maal het aantal paren, is een groot "surplusblok" dat niet bij Nike terechtkomt. Wie krijgt het? Degene die een paar voor €130 bemachtigt: een gelukkige fan (als consumentensurplus) of een reseller (als producentensurplus bij doorverkoop). Neemt de vraag door hype nog verder toe, dan wordt dat blok alleen maar groter: het totale surplus groeit, maar het gaat naar wie het paar in handen heeft, niet naar de maker.

Wie verdient wat aan één paar dat voor € 400 wordt doorverkocht? (voorbeeld uit de les)



Producentensurplus van de reseller: hij wilde al verkopen vanaf € 150, dus € 400 - € 150 = € 250. Een fan die bij release € 130 betaalt terwijl hij € 250 over had, heeft € 120 consumentensurplus. (De reseller houdt dus € 270 bruto over; zijn producentensurplus is € 250 omdat hij al vanaf € 150 wilde verkopen.)

Doordenker: Wat als Nike gaat veilen?

Voor wie verder wil denken · geen toetsstof

Nike heeft 3 paren. Vijf fans hebben deze betalingsbereidheid: Ayla €400, Bram €320, Chris €250, Dewi €180 en Emre €140. Nike overweegt een veiling waarbij alle 3 de paren dezelfde prijs krijgen: de hoogste prijs waarbij nog precies 3 fans willen kopen.

1. Welke prijs vraagt Nike bij de veiling, en hoeveel ontvangt Nike in totaal? Hoeveel is dat meer dan bij de winkelprijs van €130?
2. Bereken het totale consumentensurplus van de 3 kopers bij de veiling.
3. Stel dat Nike voor €130 verkoopt en de paren toevallig bij Ayla, Bram en Chris terechtkomen. Hoe groot is hun totale consumentensurplus dan?
4. Wie wint en wie verliest bij een veiling? Geef één reden waarom Nike tóch kiest voor een lage winkelprijs.

Kernbegrippen

Consumentensurplus

Het voordeel dat een koper heeft doordat die minder betaalt dan zijn of haar maximale betalingsbereidheid.

Producentensurplus

Het voordeel dat een verkoper heeft doordat die meer ontvangt dan het minimumbedrag waarvoor hij of zij bereid was te verkopen.

Surplusverdeling bij een winkelprijs onder de evenwichtsprijs (Doordenker)

Verkoopt de maker (Nike) onder de evenwichtsprijs, dan gaat het verschil tussen de winkelprijs en de evenwichtsprijs niet naar de maker, maar naar wie het product bemachtigt: een gelukkige koper (consumentensurplus) of een reseller (producentensurplus bij doorverkoop).

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is consumentensurplus?

2. Wat is producentensurplus?

3. Wie profiteert er in de sneaker-resell markt het meest: Nike, de reseller, of de consument?

4. Wat betekent het als een consument een groot consumentensurplus heeft?

5. Wie koopt vaak tegen de lage winkelprijs in en verkoopt door tegen een veel hogere prijs?

Zilver: Toepassing & Rekenen

6. Leg uit waarom een consument die een sneaker via een reseller koopt vaak een kleiner consumentensurplus heeft dan iemand die dezelfde sneaker bij release zelf scoorde.

7. Leg uit waarom Nike zelf relatief weinig producentensurplus overhoudt aan een populaire drop, vergeleken met de reseller.

8. Wat gebeurt er met het totale consumentensurplus als de resellprijs van een populaire sneaker stijgt, terwijl het aantal beschikbare paren gelijk blijft?

9. Noem één manier waarop sneakerbots (geautomatiseerde koopprogramma's) het consumentensurplus van gewone kopers verkleinen.

10. Leg uit waarom sneakerbots het producentensurplus van Nike niet direct veranderen, ook al beïnvloeden ze het consumentensurplus wel.

11. Wat zou er gebeuren met het consumentensurplus als Nike besluit om veel meer paren van een populaire sneaker te produceren?

Goud: Analyse & Evaluatie – de uitdaging

12. Beoordeel: is het gebruik van sneakerbots door resellers economisch "efficiënt", ook al voelt het voor veel sneakerfans oneerlijk?

13. Leg uit hoe Nike zelf een deel van het producentensurplus zou kunnen terugwinnen dat nu bij resellers terechtkomt, zonder de winkelprijs te verhogen.

14. Vergelijk het surplus-mechanisme van de sneaker-resell markt met de woningmarkt (thema 7): wie neemt in beide markten de rol van "reseller" over, en wat is het gevolg voor het consumentensurplus van starters?

Extra rekenopdrachten

Niveau 2F

1. [2F] Een sneaker heeft een winkelprijs van €140 en wordt doorverkocht voor €217. Met hoeveel procent is de prijs gestegen?

Antwoord (%): _____

2. [2F] Je verkoopt een paar sneakers voor €250. De platformkosten zijn 12% van de verkoopprijs. Hoeveel euro kosten zijn dat?

Antwoord (€): _____

3. [2F] Een sneaker met winkelprijs €120 wordt verkocht met een premie van 125%. Wat is de verkoopprijs?

Antwoord (€): _____

4. [2F] Bij een drop zijn 25 paren beschikbaar en melden zich 175 gegadigden. Hoeveel gegadigden zijn er per beschikbaar paar?

Antwoord: _____

5. [2F] Van de 40 leerlingen in een klas draagt 30% weleens sneakers die duurder waren dan de winkelprijs. Hoeveel leerlingen zijn dat?

Antwoord: _____

6. [2F] Een reseller koopt een paar in voor €130 en verkoopt het voor €260. Hoeveel euro winst maakt de reseller vóór aftrek van platformkosten?

Antwoord (€): _____

7. [2F] Een sneaker is getaxeerd op een marktwaarde van €300. De winkelprijs was €150. Hoeveel procent van de winkelprijs is de marktwaarde?

Antwoord (%): _____

8. [2F] De resellprijs van een sneaker daalt van €400 naar €340. Met hoeveel procent is de prijs gedaald?

Antwoord (%): _____

Niveau 3F

1. [3F] Een sneaker met winkelprijs €150 stijgt eerst met 80%, en het jaar daarna nog eens met 20% van het nieuwe bedrag. Wat is de uiteindelijke resellprijs?

Antwoord (€): _____

2. [3F] Een reseller verkoopt een paar voor €320. De transactiefee is 8,5% en de verwerkingskosten zijn 3% van de verkoopprijs. Hoeveel euro fees betaalt de reseller in totaal?

Antwoord (€): _____

3. [3F] Bij de vorige opgave: de reseller kocht het paar in voor €140. Wat is de netto winst (na aftrek van fees, vóór verzendkosten)?

Antwoord (€): _____

4. [3F] Een totale voorraad van 500 paren wordt verdeeld over drie maten in de verhouding 2 : 5 : 3 (klein : gemiddeld : groot). Hoeveel paren zijn er in de maat "gemiddeld"?

Antwoord: _____

5. [3F] Bij een drop zijn 500 paren beschikbaar en melden zich 4.000 gegadigden. Na een virale video verdubbelt het aantal gegadigden, maar Nike doet ook een restock van 300 paren. Hoeveel gegadigden zijn er nu per beschikbaar paar?

Antwoord: _____

6. [3F] De resellprijs van een sneaker is €280. Door hype stijgt die eerst met 15%; na een restock daalt de nieuwe prijs met 10%. Wat is de uiteindelijke resellprijs?

Antwoord (€): _____

7. [3F] Je koopt een paar voor €130 en verkoopt het na een jaar voor €310, waarna je 12% platformkosten betaalt. Wat is je nettowinst als percentage van de aankoopprijs (afgerond op één decimaal)?

Antwoord (%): _____

8. [3F] Bij 5 gegadigden per paar is de gemiddelde resellprijs van een model €260. Bij 15 gegadigden per paar stijgt de resellprijs met 40% ten opzichte van die €260. Wat is de nieuwe resellprijs?

Antwoord (€): _____

Eindquiz

1. Wat is betalingsbereidheid?

A. De prijs die een reseller voor een sneaker vraagt

B. Het bedrag dat een winkel volgens de wet moet vragen

C. Het hoogste bedrag dat iemand wil betalen voor een product

D. Het bedrag dat je gemiddeld per maand aan kleding uitgeeft

2. Nike brengt bewust maar weinig paren van een sneaker uit. Hoe heet dit?

A. Een overschot

B. Marktevenwicht

C. Nep-schaarste (thema 1)

D. Kunstmatige schaarste

3. Wat is het verschil tussen kunstmatige schaarste en nep-schaarste (thema 1)?

A. Bij kunstmatige schaarste is het tekort echt, bij nep-schaarste wordt alleen gedaan alsof

B. Kunstmatige schaarste gaat over sneakers, nep-schaarste alleen over games

C. Bij nep-schaarste is het tekort echt, bij kunstmatige schaarste wordt alleen gedaan alsof

D. Er is geen verschil: het zijn twee woorden voor hetzelfde

4. Waarom ontstaat er bij een gelimiteerde drop een tekort?

A. Nike maakt juist heel veel paren, zodat iedereen er een kan kopen

B. De winkelprijs ligt ver onder de evenwichtsprijs, dus veel meer mensen willen een paar

C. Resellers mogen van de wet geen sneakers onder de winkelprijs verkopen

D. De winkelprijs ligt ver boven de evenwichtsprijs, dus bijna niemand wil een paar kopen

5. Welke markt uit thema 7 lijkt op de sneakermarkt, omdat de prijs daar ook onder het evenwicht ligt?

A. De markt voor bouwgrond, waar gemeenten grond verkopen

B. De markt voor hypotheken, waar de ECB de rente bepaalt

C. De sociale huurmarkt, met een maximumhuur en wachtlijsten

D. De koopmarkt, waar kopers tegen elkaar opbieden en overbieden

6. Waarom kan een veelvoorkomende sneaker op de resellmarkt juist ónder de winkelprijs worden verkocht?

A. Nike verbiedt resellers om meer te vragen dan de winkelprijs

B. StockX verlaagt de prijs van elke sneaker automatisch met 10%

C. De vraag is groter dan het aanbod, dus kopers bieden daar steeds tegen elkaar op

D. Het aanbod is groter dan de vraag, dus verkopers moeten de prijs verlagen

7. Wat bepaalt de prijs op de resellmarkt?

A. Vraag en aanbod: hoeveel mensen een paar willen, en hoeveel er te koop zijn

B. De winkelprijs die Nike bij de lancering van de sneaker heeft gekozen

C. De overheid, die een maximumprijs voor tweedehands kleding vaststelt

D. Een vaste prijslijst die StockX elk jaar voor alle sneakers opstelt

8. Een reseller koopt een paar voor €130 en verkoopt het voor €300. StockX rekent 10% kosten over de verkoopprijs. Wat houdt de reseller over?

A. €153

B. €140

C. €117

D. €170

9. Je wilde maximaal €250 betalen en je koopt het paar voor €180. Wat is je consumentensurplus?

A. €180

B. €250

C. €70

D. €430

10. Een verkoper wilde minimaal €150 ontvangen en verkoopt het paar voor €220. Wat is zijn producentensurplus?

A. €370

B. €220

C. €150

D. €70

11. Wie krijgt bij een gelimiteerde drop vaak het grootste voordeel?

A. Wie een paar voor de winkelprijs bemachtigt en het duurder doorverkoopt

B. Niemand, want op een markt heeft nooit iemand voordeel

C. Nike, omdat Nike alle paren tegen de hoogste prijs verkoopt

D. De fan die het paar later op de resellmarkt koopt voor de allerhoogste prijs

12. Wat is marktevenwicht?

A. De gevraagde en de aangeboden hoeveelheid zijn precies gelijk

B. Alle sneakers kosten in elke winkel even veel

C. De winkelprijs en de resellprijs zijn precies gelijk

D. Er zijn evenveel resellers als gewone kopers

13. Op StockX is de hoogste bid €250 en de laagste ask €260. Wat gebeurt er?

A. Het paar wordt verkocht voor €255, het gemiddelde

B. Er wordt (nog) niets verkocht: de koper biedt minder dan de verkoper vraagt

C. Het paar wordt verkocht voor €250, omdat de koper altijd gelijk krijgt

D. StockX bepaalt zelf een prijs tussen €250 en €260

14. Een bekende rapper draagt een sneaker in een virale video. Het aantal paren blijft gelijk. Wat gebeurt er met de resellprijs?

A. Die daalt, omdat het aanbod groter wordt

B. Die blijft gelijk, want het aantal paren verandert niet

C. Die daalt, omdat Nike de winkelprijs verlaagt

D. Die stijgt, omdat de vraag groter wordt

15. Nike brengt een grote restock uit van een populaire sneaker. Wat gebeurt er meestal met de resellprijs?

A. Die stijgt, omdat de hype groter wordt

B. Die blijft gelijk, omdat de winkelprijs gelijk blijft

C. Die daalt, omdat het aanbod groter wordt

D. Die stijgt, omdat resellers meer kosten maken

16. Een reseller verkoopt een paar voor €200. De platformkosten zijn 12%. Hoeveel krijgt de reseller uitbetaald?

A. €176

B. €188

C. €224

D. €24

Antwoordmodel

Voor de docent: dit hoofdstuk bundelt alle antwoorden bij dit werkboek, zodat het ook als zelfstandige toets of voor zelfcontrole ingezet kan worden.

Eindquiz — antwoordsleutel

1. C
2. D
3. A
4. B
5. C
6. D
7. A
8. B
9. C
10. D
11. A
12. A
13. B
14. D
15. C
16. A

Rekenopdrachten — uitwerkingen

Les 10.3

1. Antwoord: 180% — (364 - 130) / 130 × 100% = 234 / 130 × 100% = 180%.
2. Antwoord: € 36 — 9% + 3% = 12% van 300 = €36.
3. Antwoord: € 264 — 300 - 36 = €264.
4. Antwoord: € 269,50 — 110 × (1 + 1,45) = 110 × 2,45 = €269,50.
5. Antwoord: 220 — 260 - 40 = 220 mensen krijgen geen paar via de officiële release.
6. Antwoord: 6,5 — 260 / 40 = 6,5 gegadigden per paar.
7. Antwoord: € 144 — Platformkosten: 12% van 300 = €36. Netto-opbrengst: 300 - 36 = €264. Winst: 264 - 120 = €144.
8. Antwoord: € 224 — 140 × 1,60 = €224.
9. Antwoord: 100 — 25% van 400 = 100 paren.
10. Antwoord: 30% — (380 - 266) / 380 × 100% = 114 / 380 × 100% = 30%.
31. Antwoord: € 250 — Na 12% kosten houdt hij 88% over: verkoopprijs × 0,88 = 220. Verkoopprijs = 220 / 0,88 = €250. Controle: 12% van 250 = €30, en 250 - 30 = €220.
32. Antwoord: € 200 — Het verschil zit alleen in de transactiefee: 9% - 7% = 2 procentpunt. Omzet: 50 × 200 = €10.000. Verschil: 2% van 10.000 = €200.

33. Antwoord: € 316 — Opbrengst: 3 × 280 + 110 = €950. Na 12% kosten: 950 × 0,88 = €836. Inkoop: 4 × 130 = €520. Winst: 836 - 520 = €316. Ook resellers lijden soms verlies op een paar.

Extra rekenopdrachten

Niveau 2F

1. Antwoord: 55% — (217 - 140) / 140 × 100% = 77 / 140 × 100% = 55%.
2. Antwoord: € 30 — 12% van 250 = €30.
3. Antwoord: € 270 — 120 × (1 + 1,25) = 120 × 2,25 = €270.
4. Antwoord: 7 — 175 / 25 = 7 gegadigden per paar.
5. Antwoord: 12 — 30% van 40 = 12 leerlingen.
6. Antwoord: € 130 — 260 - 130 = €130.
7. Antwoord: 200% — 300 / 150 × 100% = 200%.
8. Antwoord: 15% — (400 - 340) / 400 × 100% = 60 / 400 × 100% = 15%.

Niveau 3F

1. Antwoord: € 324 — 150 × 1,80 = €270. Daarna 270 × 1,20 = €324.
2. Antwoord: € 36,80 — 8,5% + 3% = 11,5% van 320 = €36,80.
3. Antwoord: € 143,20 — Netto-opbrengst: 320 - 36,80 = €283,20. Winst: 283,20 - 140 = €143,20.
4. Antwoord: 250 — Totaal 10 delen; één deel is 500 / 10 = 50 paren. Gemiddeld: 5 × 50 = 250 paren.
5. Antwoord: 10 — Gegadigden: 4.000 × 2 = 8.000. Paren: 500 + 300 = 800. Per paar: 8.000 / 800 = 10 (was 4.000 / 500 = 8). De vraag stijgt harder dan het aanbod.
6. Antwoord: € 289,80 — 280 × 1,15 = €322. Daarna 322 × 0,90 = €289,80. Let op: +15% en -10% is niet hetzelfde als +5%: dat zou €294 geven.
7. Antwoord: 109,8% — Netto-opbrengst: 310 × 0,88 = €272,80. Winst: 272,80 - 130 = €142,80. Percentage: 142,80 / 130 × 100% ~ 109,8%.
8. Antwoord: € 364 — 260 × 1,40 = €364.

Oefenbank — modelantwoorden

Les 10.1

1. Leg uit wat 'schaarste' betekent, in je eigen woorden.

Schaarste betekent dat er niet genoeg middelen zijn om aan alle behoeften te voldoen, waardoor je moet kiezen. Bij een gelimiteerde sneaker zijn er veel minder paren dan mensen die er een willen.

2. Wat betekent 'betalingsbereidheid'?

Betalingsbereidheid is het maximale bedrag dat iemand bereid is te betalen voor een product.

3. Noem één voorbeeld van een sneaker of drop die veel duurder wordt doorverkocht dan de winkelprijs.

Bijvoorbeeld: een gelimiteerde SB Dunk-collab of een Travis Scott x Jordan, die vaak voor twee tot vijf keer de winkelprijs wordt doorverkocht.

4. Wat is kunstmatige schaarste?

Schaarste die een bedrijf zelf bewust creëert, bijvoorbeeld door minder te produceren dan de vraag, om een product exclusief te houden.

5. Wat is de resellmarkt?

De markt waarop mensen producten (zoals sneakers) doorverkopen aan andere consumenten, vaak voor een hogere prijs dan de winkelprijs.

6. Leg uit waarom Nike er zelf voor kiest om maar een beperkt aantal paren van een populaire colorway te maken, in plaats van er zoveel te maken als de vraag groot is.

Door bewust schaarste te creëren (kunstmatige schaarste) blijft een sneaker exclusief en gewild, wat de hype en de merkwaarde van Nike vergroot. Zou Nike onbeperkt bijproduceren, dan zou de sneaker zijn exclusieve status en dus zijn hoge resellwaarde verliezen.

7. Waarom zijn niet alle sneakers die duur zijn bij release ook duur op de resellmarkt?

Een hoge winkelprijs zegt niets over schaarste: als een sneaker breed beschikbaar is (veel restocks, ruim aanbod) zal de betalingsbereidheid van de meeste kopers niet ver boven de winkelprijs uitstijgen, ook al is die winkelprijs zelf al hoog.

8. Twee leerlingen willen allebei hetzelfde paar Jordans. Leerling A heeft een betalingsbereidheid van €180, leerling B van €320. Wat betekent dit voor wie het paar op een veiling zal bemachtigen als de prijs oploopt?

Leerling B zal het paar bemachtigen, omdat die bereid is een hoger bedrag te betalen. Zodra de prijs boven €180 komt, haakt leerling A af.

9. Geef een voorbeeld van schaarste buiten de sneakerwereld.

Bijvoorbeeld: schaarste aan concerttickets voor een populaire artiest, schaarste aan stageplekken, of schaarste aan bepaalde grondstoffen zoals lithium.

10. Leg uit waarom een hoge betalingsbereidheid alleen niet genoeg is om een hoge resellprijs te verklaren.

Als er ook genoeg aanbod is (geen schaarste), kunnen alle geïnteresseerde kopers het product gewoon voor de winkelprijs kopen; pas als het aanbod beperkt is, ontstaat er concurrentie tussen kopers die de prijs opdrijft.

11. Waarom kan een merk als Nike ervoor kiezen om juist niet aan alle vraag te voldoen, ook al zou het meer kunnen verkopen?

Door bewust minder te produceren blijft het product exclusief en gewild, wat de merkwaarde en hype versterkt — iets wat op lange termijn waardevoller kan zijn dan de extra omzet van een grotere oplage.

12. Beoordeel: is de hoge resellprijs van een gelimiteerde sneaker vooral het gevolg van schaarste,

van betalingsbereidheid, of van allebei samen? Onderbouw je antwoord.

Allebei: schaarste (een beperkt aanbod) zorgt ervoor dat niet iedereen die het paar wil, het ook kan krijgen bij release. Tegelijk zorgt de hoge betalingsbereidheid van sommige kopers ervoor dat de prijs op de resellmarkt zo ver kan oplopen: zonder kopers die bereid zijn veel te betalen, zou schaarste alleen niet tot hoge prijzen leiden.

13. Leg uit waarom kunstmatige schaarste een bewuste strategie kan zijn voor een merk als Nike, en niet alleen een gevolg van productiebeperkingen.

Door bewust minder te produceren dan de vraag, blijft een sneaker exclusief, ontstaat er hype en "moet-hebben"-gedrag, en versterkt dit het imago van het merk. Dit kan voor Nike op lange termijn waardevoller zijn dan de kortetermijnwinst van een grotere oplage, ook al lopen consumenten hierdoor de winkelprijs mis en betalen ze de reseller in plaats van Nike.

14. Bedenk één maatregel die Nike zou kunnen nemen om de resellmarkt (en de hoge doorverkoopprijzen) te verkleinen, en leg uit via welk mechanisme dit zou werken.

Bijvoorbeeld: Nike zou meer paren van populaire colorways kunnen produceren (het aanbod vergroten), waardoor de schaarste afneemt en de resellprijs richting de winkelprijs zakt. Of: Nike zou releases exclusiever aan lidmaatschapsprogramma's kunnen koppelen om doorverkoop te ontmoedigen, al lost dit de onderliggende schaarste niet op.

Les 10.2

1. Wat is vraag, en wat is aanbod?

Vraag is de hoeveelheid van een product die mensen willen en kunnen kopen; aanbod is de hoeveelheid die te koop wordt aangeboden.

2. Wat gebeurt er met de prijs van een sneaker als de vraag veel groter is dan het aanbod?

De prijs stijgt: kopers zijn bereid meer te betalen om het schaarse paar toch te bemachtigen.

3. Noem één platform waarop sneakers worden doorverkocht.

Bijvoorbeeld StockX, GOAT, of Grailed.

4. Wat gebeurt er met de prijs als het aanbod van een sneaker veel groter is dan de vraag?

De prijs daalt: verkopers moeten concurreren om kopers te vinden en verlagen daarom hun prijs.

5. Wat is de winkelprijs (retailprijs)?

De vaste prijs die het merk zelf vraagt bij de release van een product.

6. Gebruik de tabel. Beschrijf wat er met de resellprijs gebeurt in de maand na de release, en geef een mogelijke verklaring.

De resellprijs daalt gestaag (van €450 naar €210), al blijft hij wel boven de winkelprijs. Mogelijke verklaring: direct na de release is de hype en schaarste het grootst, maar naarmate meer mensen een paar bemachtigen of het merk bijbestelt, neemt de schaarste af en daalt de prijs.

7. Leg uit hoe marktwerking ervoor zorgt dat een sneaker van €130 op de resellmarkt voor €400 verkocht kan worden.

Er zijn veel meer kopers die het paar willen (vraag) dan er paren beschikbaar zijn (aanbod). Kopers die het paar toch willen hebben, bieden tegen elkaar op, waardoor de prijs stijgt tot het punt waarop alleen de kopers met de hoogste betalingsbereidheid het paar nog kunnen bemachtigen.

8. Waarom kan een "Panda"-Dunk (een veelvoorkomende, vaak herdrukte colorway) juist onder de winkelprijs verkocht worden op de resellmarkt?

Als het aanbod (door veel restocks) uiteindelijk groter is dan de vraag, hebben verkopers weinig onderhandelingsmacht: ze moeten de prijs verlagen om hun paar toch verkocht te krijgen, soms zelfs tot onder de oorspronkelijke winkelprijs.

9. Leg het verschil uit tussen de winkelprijs (retailprijs) en de resellprijs.

De winkelprijs is de vaste prijs die Nike zelf vraagt bij release. De resellprijs komt tot stand op de doorverkoopmarkt, waar vraag en aanbod de prijs bepalen: deze kan hoger óf lager zijn dan de winkelprijs.

10. Leg uit waarom een restock (extra oplage) van een populaire sneaker de resellprijs kan laten dalen.

Een restock vergroot het aanbod, terwijl de vraag ongeveer gelijk blijft. Doordat er nu meer paren beschikbaar zijn voor dezelfde groep geïnteresseerden, hoeven kopers minder hard tegen elkaar op te bieden, wat de prijs drukt.

11. Waarom zeggen economen dat de prijs op de resellmarkt "door de markt bepaald" wordt, in tegenstelling tot de winkelprijs?

De winkelprijs wordt eenzijdig door het merk vastgesteld, terwijl de resellprijs ontstaat door het samenspel van vraag (kopers) en aanbod (verkopers) op de doorverkoopmarkt, zonder dat één partij de prijs alleen bepaalt.

12. Gebruik dezelfde tabel. Bereken hoeveel procent winst iemand die op de releasedag verkocht, extra had ten opzichte van iemand die pas na een maand verkocht (beiden kochten voor de winkelprijs van €150).

Releasedag: winst = 450 - 150 = €300, dat is 200% van de winkelprijs. Na 1 maand: winst = 210 - 150 = €60, dat is 40% van de winkelprijs. Verschil: 200% - 40% = 160 procentpunt meer winst (relatief) bij verkoop op de releasedag.

13. Beoordeel: leidt marktwerking op de resellmarkt tot een "eerlijke" prijs? Onderbouw je antwoord met het begrip betalingsbereidheid.

Marktwerking leidt tot een prijs die de betalingsbereidheid van de kopers met de hoogste bereidheid weerspiegelt, niet per se tot een prijs die door iedereen als "eerlijk" wordt ervaren. Wie minder te besteden heeft, wordt bij een schaars product simpelweg buitengesloten, ongeacht hoe graag diegene het paar wil.

14. Vergelijk de resellmarkt voor sneakers met de woningmarkt (thema 7): welke overeenkomst zie je in hoe schaarste de prijs beïnvloedt?

In beide markten zorgt een tekort aan aanbod ten opzichte van de vraag ervoor dat kopers tegen elkaar opbieden (overbieden op Funda, gegadigden op StockX), waardoor de uiteindelijke prijs (ver) boven de oorspronkelijke vraag- of winkelprijs uitkomt.

15. Bedenk een reden waarom de resellprijs van eenzelfde sneakermodel per maat kan verschillen, en verklaar dit met vraag en aanbod.

Sommige maten (vaak de "populaire" maten rond 42-44) hebben relatief meer vraag dan andere maten, terwijl het aanbod per maat vaak gelijk verdeeld is over de productie. Bij populaire maten is de vraag dus groter ten opzichte van het aanbod, wat tot hogere resellprijzen leidt dan bij zeldzamere maten.

Les 10.3

1. Wat is marktevenwicht?

Marktevenwicht is de situatie waarin de gevraagde hoeveelheid en de aangeboden hoeveelheid van een product precies aan elkaar gelijk zijn, bij de evenwichtsprijs.

2. Wat is het verschil tussen 'ask' en 'bid' op StockX?

De "ask" is de laagste prijs waarvoor een verkoper een paar te koop aanbiedt; de "bid" is het hoogste bedrag dat een koper op dat moment bereid is te bieden.

3. Waarom rekent StockX kosten voor de verificatie (authenticatie) van elke verkochte sneaker?

Om te garanderen dat de sneaker echt is en niet nep, controleert StockX elk paar voordat het naar de koper wordt verstuurd. Deze controle kost geld, en dat wordt doorberekend aan koper en verkoper.

4. Wat is de evenwichtsprijs?

De prijs waarbij de gevraagde hoeveelheid en de aangeboden hoeveelheid van een product precies gelijk zijn.

5. Wat is een authenticatiefee?

De kosten die een platform zoals StockX rekent voor het controleren of een product echt is.

6. Leg uit hoe het "laagste ask, hoogste bid"-systeem van StockX zorgt voor een marktprijs, zonder dat een centrale instantie de prijs vaststelt.

Verkopers zetten allemaal hun eigen vraagprijs (ask) neer, kopers hun eigen bod (bid). Zodra een bid gelijk is aan of hoger is dan de laagste ask, komt er automatisch een transactie tot stand tegen die prijs. Zo ontstaat de marktprijs steeds opnieuw uit het samenspel van alle individuele kopers en verkopers.

7. Wat gebeurt er met de evenwichtsprijs als er plotseling veel meer verkopers hun paar te koop aanbieden, terwijl de vraag gelijk blijft?

De evenwichtsprijs daalt: het aanbod is toegenomen terwijl de vraag gelijk bleef, waardoor verkopers elkaar beconcurreren met lagere asks om toch een koper te vinden.

8. Leg uit waarom de verificatiekosten van StockX relatief zwaarder wegen bij een goedkope sneaker dan bij een dure.

De kosten bestaan deels uit vaste bedragen (zoals het minimum van €5 en de verzendkosten) en deels uit een percentage van de verkoopprijs. Bij een goedkope sneaker vormt het vaste deel een relatief groter deel van de totale opbrengst, waardoor de kosten zwaarder wegen dan bij een dure sneaker.

9. Waarom kan de verkoopprijs van een sneaker op een gegeven moment sterk fluctueren, ook al verandert het model zelf niet?

Vraag en aanbod veranderen voortdurend: door hype op sociale media, een celebrity die het paar draagt, of juist een nieuwe restock kan de vraag of het aanbod snel verschuiven, waardoor de evenwichtsprijs mee beweegt.

10. Leg uit wat er gebeurt als de bid van een koper gelijk wordt aan de laagste ask op StockX.

Er komt automatisch een transactie tot stand tegen die prijs: de koper koopt het paar van de verkoper met de laagste vraagprijs.

11. Waarom kan een sneaker die net gedragen is door een bekende artiest plotseling een hogere evenwichtsprijs krijgen?

De aandacht van een bekende artiest kan de vraag naar dat model snel doen stijgen, terwijl het aanbod op korte termijn gelijk blijft, waardoor de evenwichtsprijs omhoog schiet.

12. Beoordeel: is het 'ask/bid'-systeem van StockX eerlijker dan een vaste doorverkoopprijs die de verkoper zelf kiest, zoals op Marktplaats? Onderbouw je antwoord.

Het is niet per se "eerlijker", maar wel efficiënter: het systeem zorgt er automatisch voor dat de transactie plaatsvindt tegen de prijs waarbij vraag en aanbod elkaar het snelst ontmoeten, zonder lang onderhandelen. Op Marktplaats bepaalt de verkoper zelf de prijs, wat tot langere onderhandelingen en meer prijsverschillen tussen vergelijkbare aanbiedingen kan leiden.

13. Leg uit hoe het verificatieproces van StockX het vertrouwen van kopers, en daarmee indirect de prijs die zij bereid zijn te betalen, kan beïnvloeden.

Doordat StockX elke sneaker controleert op echtheid, durven kopers met meer vertrouwen (en dus vaak een hogere betalingsbereidheid) een aankoop te doen dan op een platform zonder controle, waar het risico op een vervalsing groter is. Dit vertrouwen kan de vraag, en daarmee de evenwichtsprijs, verhogen.

14. Bedenk een situatie waarin het aanbod van een sneaker plotseling sterk daalt, en beschrijf in twee stappen wat dit doet met de evenwichtsprijs.

Bijvoorbeeld: een fabrieksbrand zorgt voor uitval van een deel van de productie. Stap 1: het aanbod op de resellmarkt neemt af terwijl de vraag gelijk blijft. Stap 2: de aanbodcurve verschuift naar links, waardoor het snijpunt met de vraagcurve (de evenwichtsprijs) omhoogschiet.

Les 10.4

1. Wat is consumentensurplus?

Consumentensurplus is het voordeel dat een koper heeft doordat die minder betaalt dan zijn of haar maximale betalingsbereidheid.

2. Wat is producentensurplus?

Producentensurplus is het voordeel dat een verkoper heeft doordat die meer ontvangt dan het minimumbedrag waarvoor hij of zij bereid was te verkopen.

3. Wie profiteert er in de sneaker-resell markt het meest: Nike, de reseller, of de consument?

Vaak de reseller: die koopt tegen de winkelprijs en verkoopt tegen de veel hogere resellprijs, waardoor het grootste deel van het prijsverschil bij de reseller terechtkomt in plaats van bij Nike of de consument.

4. Wat betekent het als een consument een groot consumentensurplus heeft?

De consument betaalde veel minder dan hij of zij maximaal bereid was te betalen, en houdt dus veel voordeel over aan de aankoop.

5. Wie koopt vaak tegen de lage winkelprijs in en verkoopt door tegen een veel hogere prijs?

De reseller.

6. Leg uit waarom een consument die een sneaker via een reseller koopt vaak een kleiner consumentensurplus heeft dan iemand die dezelfde sneaker bij release zelf scoorde.

De consument die het paar bij release scoorde, betaalde de lage winkelprijs, terwijl zijn betalingsbereidheid mogelijk veel hoger lag: hij houdt dus een groot surplus over. De consument die via de reseller koopt, betaalt bijna de volledige (of zelfs de hele) betalingsbereidheid, waardoor er weinig of geen surplus overblijft.

7. Leg uit waarom Nike zelf relatief weinig producentensurplus overhoudt aan een populaire drop, vergeleken met de reseller.

Nike verkoopt tegen de vaste winkelprijs, ongeacht hoe hoog de vraag is. De reseller koopt tegen die lage winkelprijs in en verkoopt tegen de veel hogere marktprijs die door de schaarste ontstaat, waardoor het grootste deel van de extra opbrengst bij de reseller terechtkomt in plaats van bij Nike.

8. Wat gebeurt er met het totale consumentensurplus als de resellprijs van een populaire sneaker stijgt, terwijl het aantal beschikbare paren gelijk blijft?

Het totale consumentensurplus daalt: kopers betalen een groter deel van hun betalingsbereidheid aan de verkoper, waardoor er minder voordeel voor henzelf overblijft.

9. Noem één manier waarop sneakerbots (geautomatiseerde koopprogramma's) het consumentensurplus van gewone kopers verkleinen.

Bots kopen razendsnel grote aantallen paren tegen de winkelprijs weg, waardoor gewone kopers geen kans krijgen om zelf tegen de lage winkelprijs te scoren en het paar alleen nog via een reseller (tegen een veel hogere prijs) kunnen bemachtigen.

10. Leg uit waarom sneakerbots het producentensurplus van Nike niet direct veranderen, ook al beïnvloeden ze het consumentensurplus wel.

Nike verkoopt nog steeds tegen dezelfde vaste winkelprijs, ongeacht wie het paar koopt (bot of mens); het surplus dat door de bots wordt "gestolen" van gewone consumenten, verschuift naar de reseller, niet naar Nike.

11. Wat zou er gebeuren met het consumentensurplus als Nike besluit om veel meer paren van een populaire sneaker te produceren?

Het consumentensurplus zou stijgen, omdat meer aanbod de schaarste vermindert, waardoor de resellprijs zou dalen richting de winkelprijs en kopers minder van hun betalingsbereidheid hoeven af te staan.

12. Beoordeel: is het gebruik van sneakerbots door resellers economisch "efficiënt", ook al voelt het voor veel sneakerfans oneerlijk?

Vanuit puur economisch oogpunt zorgt het ervoor dat het paar bij de kopers met de hoogste betalingsbereidheid terechtkomt (via de resellmarkt), wat op zich efficiënt kan lijken. Toch verstoort het de kans van "gewone" kopers

om tegen de winkelprijs te scoren, en verschuift het surplus vooral naar resellers in plaats van naar consumenten, wat door velen als oneerlijk wordt ervaren.

13. Leg uit hoe Nike zelf een deel van het producentensurplus zou kunnen terugwinnen dat nu bij resellers terechtkomt, zonder de winkelprijs te verhogen.

Bijvoorbeeld door zelf een raffle- of veilingsysteem te gebruiken waarbij de uiteindelijke prijs (deels) door vraag en aanbod tot stand komt, of door zelf een "gecertificeerd tweedehands"-platform op te zetten waarop Nike meebetaalt aan de doorverkooptransactie.

14. Vergelijk het surplus-mechanisme van de sneaker-resell markt met de woningmarkt (thema 7): wie neemt in beide markten de rol van "reseller" over, en wat is het gevolg voor het consumentensurplus van starters?

Op de woningmarkt nemen beleggers en doorstromers vaak een vergelijkbare rol in als resellers: zij kopen woningen op en profiteren van waardestijgingen, waardoor starters (vergelijkbaar met "gewone" sneakerkopers) een woning vaak pas tegen een veel hogere prijs kunnen bemachtigen, met een kleiner consumentensurplus tot gevolg.