TOETSBLOK 5

Thema 9 & 10

Werkboek





THEMA 9

Waarom kost een Spotify-abonnement geld?

Markt, ruil & welvaart

THEMA 10

De sneaker-resell markt

Werking van de markt

Leerjaar 2 kader/TL

Naam: _____ klas: _____

Versie november 2026

Inhoud

Thema 9 — Waarom kost een Spotify-abonnement geld? 3

Les 9.1 — Van cd naar stream: indirecte ruil en geld als ruilmiddel 4

Les 9.2 — Spotify als marktplaats: de platformeconomie 7

Les 9.3 — Gratis met reclame, of toch betalen? Verdienmodellen 10

Les 9.4 — Waarom ruilen zo goedkoop is geworden: transactiekosten 15

Les 9.6 — Jouw eigen abonnementen: wat betaal je eigenlijk? 18

Extra rekenopdrachten 20

Thema 10 — De sneaker-resell markt 21

Les 10.1 — Waarom kost een paar Dunks op StockX het drievoudige? 22

Les 10.2 — Vraag, aanbod en de gekkenhuis-prijzen van de resellmarkt 26

Les 10.3 — Hoe komt de prijs op StockX écht tot stand? 29

Les 10.4 — Wie wint er? Inkoop, verkoop en winst 33

Les 10.5 — Zelf een resell-analyse maken 36

Extra rekenopdrachten 38

Toetsvoorbereiding 39



THEMA 9

Waarom kost een Spotify-abonnement geld?

Markt, ruil & welvaart

Leerjaar 2 kader/TL

Les 9.1 — Van cd naar stream: indirecte ruil en geld als ruilmiddel

Leerdoel: Je legt in één zin het verschil uit tussen "toegang kopen" en "bezit kopen". Je noemt een voorbeeld met een streamingabonnement.

Theorie & uitleg

Vroeger kocht je een cd. Die was daarna van jou: je kon hem luisteren, uitlenen of verkopen. Nu betaal je ongeveer €14 per maand voor Spotify. Stop je met betalen, dan is al je muziek weg.

Ruilen met en zonder geld

- **Directe ruil** : je ruilt iets rechtstreeks tegen iets anders, zonder geld. Dat is lastig: de ander moet precies willen wat jij hebt.
- **Indirecte ruil** : je ruilt eerst tegen geld, en met dat geld koop je wat je wilt. Geld is dan een **ruilmiddel** (thema 6).

Toegang of bezit

- **Bezit** : je koopt iets en het is van jou, zoals een cd.
- **Toegang** : je mag iets gebruiken zolang je betaalt, zoals Spotify, Netflix of een sportschool-abonnement.

Burgerschap — Je mag jezelf zijn

Bij een abonnement bepaalt het bedrijf voor een deel wat je mag gebruiken, niet alleen jij.

Directe en indirecte ruil

	Directe ruil	Indirecte ruil (met geld)
Hoe?	goed tegen goed: taart tegen koptelefoon	eerst je werk of spullen voor geld, dan geld voor wat je wilt
Probleem	je moet iemand vinden die precies wil wat jij hebt	geen: iedereen accepteert geld

Bezit of toegang?

	Een cd kopen (bezit)	Een Spotify-abonnement (toegang)
Wat betaal je?	één keer, per album	elke maand (€ 13,99 sinds augustus 2026)
Wat krijg je?	één album, voor altijd van jou	bijna alle muziek, zolang je betaalt
Stop je met betalen?	je houdt de cd	al je muziek is weg
Wie bepaalt wat beschikbaar blijft?	jij	het platform

Kernbegrippen

Directe ruil

Iets ruilen tegen iets anders, zonder geld.

Indirecte ruil

Eerst ruilen tegen geld. Met dat geld koop je wat je wilt.

Geld als ruilmiddel

Met geld kun je betalen. Iedereen neemt het aan.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is het verschil tussen 'directe ruil' en 'indirecte ruil'?

2. Welke functie van geld staat centraal als je met je zakgeld muziek streamt?

3. Wat is het verschil tussen toegang kopen en bezit kopen?

4. Wat is een abonnement in economische zin?

5. Noem een voorbeeld van directe ruil uit het dagelijks leven.

Zilver: Toepassing & Rekenen

6. Geef een voorbeeld (naast muziek) waarbij "toegang" het bezit heeft vervangen.

7. Leg uit welk risico je loopt als je alleen toegang (en geen bezit) hebt tot je muziek.

8. Waarom kan een abonnementsmodel voor de consument juist duurder uitpakken dan losse aankopen?

9. Je stopt met je Spotify-abonnement. Wat gebeurt er met je muziek? En wat als je vroeger een cd had gekocht?

Les 9.2 — Spotify als marktplaats: de platformeconomie

Leerdoel: Je legt in één zin uit wat een platform is. Je noemt de vragers en aanbieders bij een platform naar keuze.

Theorie & uitleg

Spotify maakt zelf geen muziek. Toch is het een van de machtigste bedrijven in de muziekwereld. Hoe kan dat?

Platform

Een **platform** brengt vragers en aanbieders bij elkaar, zonder zelf het product te maken. Bij Spotify zijn de luisteraars de vragers, en de artiesten de aanbieders. Andere voorbeelden: Vinted, Marktplaats, Thuisbezorgd en YouTube.

Netwerkeffect

Een **netwerkeffect** betekent: hoe meer mensen iets gebruiken, hoe meer waard het wordt. WhatsApp is handiger als al je vrienden het hebben. En hoe meer luisteraars Spotify heeft, hoe meer artiesten er hun muziek op zetten. Daardoor worden grote platforms steeds groter.

Veel macht

Een heel groot platform heeft veel **marktmacht** : het kan zelf regels en prijzen bepalen. Artiesten kunnen moeilijk weg, want hun luisteraars zitten op dat platform.

Marktvormen

Niet elke markt is hetzelfde. Het hangt ervan af hoeveel bedrijven hetzelfde verkopen, en of hun producten verschillen. Er zijn vier marktvormen:

Marktvorm	Aanbieders	Product	Voorbeeld
Volkomen concurrentie	heel veel	(bijna) hetzelfde	boeren die tarwe verkopen
Monopolistische concurrentie	veel	verschilt (merk, stijl, service)	kappers, kledingwinkels, snackbars
Oligopolie	een paar grote	gelijk of verschillend	muziekstreaming, mobiele netwerken
Monopolie	één	geen alternatief	NS op het hoofdrailnet

Hoe minder aanbieders, hoe meer **marktmacht** één bedrijf heeft. Door netwerkeffecten kan een platformmarkt veranderen in een oligopolie. In Nederland let de **Autoriteit Consument & Markt (ACM)** erop dat bedrijven eerlijk concurreren.

Het netwerkeffect van Spotify

1. Meer luisteraars
2. Aantrekkelijker voor artiesten
3. Meer muziek op het platform
4. Aantrekkelijker voor luisteraars

-> en daarna begint het weer bij stap 1.

Kernbegrippen

Platform
Een bedrijf dat kopers en verkopers bij elkaar brengt. Het maakt zelf niets.

Netwerkeffect
Hoe meer mensen iets gebruiken, hoe meer het waard wordt.

Marktmacht
Een heel groot bedrijf kan zelf de prijs en de regels bepalen.

Marktvorm
De soort markt. Je kijkt hoeveel bedrijven hetzelfde verkopen.

Monopolistische concurrentie
Marktvorm met veel aanbieders die elk een (iets) ander product verkopen, zoals kappers of kledingwinkels.

Oligopolie
Marktvorm met een paar grote aanbieders.

Monopolie
Marktvorm met maar één aanbieder; kopers hebben geen alternatief.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is een platform in economische zin?

2. Wie zijn bij Spotify de vragers, en wie zijn de aanbieders?

3. Wat is een netwerkeffect?

4. Noem een voorbeeld van een platform naast Spotify.

5. Wat is het verschil tussen een monopolie en een oligopolie?

6. Bij welke marktvorm hoort een straat met tien verschillende kappers? Leg uit.

Zilver: Toepassing & Rekenen

7. Geef een voorbeeld van een platform (niet zijnde Spotify) en benoem de twee kanten van de markt.

8. Leg uit waarom het voor een nieuw muziekplatform zo moeilijk is om Spotify te beconcurreren.

9. Leg uit waarom netwerkeffecten het voor een nieuw platform lastig maken om te groeien.

10. Waarom kan het voor consumenten voordelig zijn dat er netwerkeffecten bestaan?

11. Leg uit waarom meer luisteraars op Spotify ook meer artiesten aantrekken.

12. Leg uit waarom netwerkeffecten een platformmarkt kunnen veranderen in een oligopolie.

13. Waarom is het voor jou als consument meestal beter als er veel aanbieders zijn dan als er één aanbieder is?

Les 9.3 — Gratis met reclame, of toch betalen? Verdienmodellen

Leerdoel: Je legt in één zin het verschil uit tussen betalen voor een abonnement en een gratis app met reclame. Je noemt waarmee je "betaalt" als een app gratis is.

Theorie & uitleg

Bij Spotify kun je kiezen: gratis luisteren met reclame, of betalen voor Premium zonder reclame. Zo verdient Spotify op twee manieren geld.

Verdienmodel

Een **verdienmodel** is de manier waarop een bedrijf geld verdient.

- **Abonnementsmodel** : je betaalt elke maand een vast bedrag.
- **Reclamemodel** : de app is gratis. Adverteerders betalen het bedrijf voor jouw aandacht.
- **Freemium** : de basis is gratis, voor extra's betaal je.

Gratis? Je betaalt toch

Bij een gratis app met reclame betaal je geen geld. Maar je betaalt wel met je **tijd en aandacht** (je kijkt naar reclame) en vaak ook met je **gegevens** : de app houdt bij wat je doet. De wet (de AVG) bepaalt wat bedrijven met jouw gegevens mogen doen.

Niet iedereen betaalt hetzelfde

Studenten krijgen korting en een gezin betaalt minder per persoon. Verschillende prijzen voor verschillende groepen klanten heet **prijsdifferentiatie** .

Drie verdienmodellen vergeleken

Verdienmodel	Wie betaalt?	Waarmee betaal jij?	Voorbeeld
Abonnement	de gebruiker	een vast bedrag per maand	Spotify Premium, Netflix
Freemium	alleen wie extra’s wil	niets, of geld voor extra functies	gratis Spotify met de optie om te upgraden
Reclame	de adverteerder	je tijd, aandacht en gegevens	YouTube, gratis apps

Jouw gegevens, jouw rechten: de AVG

Een gratis app betaal je vaak met je gegevens. De privacywet, de AVG, geeft jou rechten:

- **Recht op inzage** : je mag vragen welke gegevens een bedrijf over jou heeft. Het bedrijf moet in principe binnen een maand antwoorden.
- **Recht op verwijdering** : je kunt in veel gevallen vragen of een bedrijf je gegevens wist.
- **Toestemming** : ben je jonger dan 16, dan moet een ouder of voogd in Nederland toestemming geven als een app je gegevens op basis van toestemming wil gebruiken.

Houdt een bedrijf zich niet aan de regels? Dan kan de Autoriteit Persoonsgegevens een boete geven.

Opdracht voor thuis (niet verplicht, alleen samen met een ouder): veel apps hebben in de instellingen een knop als "Je gegevens downloaden". Vraag je gegevens op bij één app die je gebruikt en kijk wat er allemaal is bewaard. Deel de inhoud niet met anderen.

Kernbegrippen

Verdienmodel
De manier waarop een bedrijf geld verdient.

Abonnementsmodel
Je betaalt elke maand een vast bedrag.

Freemium-model
De basis is gratis. Voor extra's betaal je.

Reclamemodel
De app is gratis. Adverteerders betalen het bedrijf voor jouw aandacht.

Prijsdifferentiatie
Verschillende prijzen voor verschillende groepen klanten. Bijvoorbeeld studentenkorting.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is een verdienmodel?

2. Noem het verschil tussen een abonnementsmodel en een freemium-model.

3. Waarmee "betaal" je als je gratis, met reclame, naar Spotify luistert?

4. Wat is de AVG?

5. Noem een voorbeeld van prijsdifferentiatie.

Informatiebron — e-mail aan abonnees

Belangrijke update: jouw abonnementsprijs verandert

Vanaf volgende maand kost het Premium-abonnement € 12,99 per maand, een stijging van € 2,- ten opzichte van de huidige prijs. Volgens het bedrijf is dit nodig vanwege hogere kosten voor artiestenvergoedingen.

6. Gebruik de bron. Bereken met hoeveel procent het abonnement stijgt (ga uit van een oude prijs van € 10,99).

Zilver: Toepassing & Rekenen

7. Leg uit waarom een bedrijf zowel een gratis als een betaalde versie van dezelfde dienst kan aanbieden.

8. Wat is prijsdifferentiatie, en geef een voorbeeld uit deze les.

9. Leg uit wat de AVG regelt in relatie tot gratis, reclame-gefinancierde diensten.

10. Waarom is een vast, terugkerend abonnementsinkomen aantrekkelijk voor een bedrijf?

11. Leg uit waarom een freemium-model voor een bedrijf een slimme manier kan zijn om nieuwe klanten te werven.

Reactie van een abonnee op sociale media

> “Alweer duurder! Ik stap over op de gratis versie met reclame, dan maar af en toe een advertentie.”
> — Gebruiker op sociale media

12. Leg uit wat deze gebruiker eigenlijk doet in economische termen, gebruikmakend van wat je in dit thema leerde over verdienmodellen.

Rekenopdrachten

1. Een los nummer kost €1,29 in de downloadwinkel. Een Spotify-abonnement kost €13,99 per maand (prijs sinds augustus 2026). Vanaf hoeveel gekochte nummers per maand is het abonnement goedkoper dan losse nummers kopen?

Antwoord (nummers): _____

2. Een cd met 12 nummers kost €14,50. Wat is de gemiddelde prijs per nummer op deze cd (afgerond op 2 decimalen)?

Antwoord (€): _____

3. Je betaalt 12 maanden lang €13,99 per maand aan Spotify. Hoeveel betaal je in totaal per jaar?

Antwoord (€): _____

4. Een familie-abonnement van Spotify kost €23,99 per maand voor maximaal 6 personen. Hoeveel kost dit per persoon per maand (afgerond op 2 decimalen), als alle 6 plekken gebruikt worden?

Antwoord (€): _____

5. Een individueel Spotify-abonnement kost €13,99 per maand. Bij een familie-abonnement van €23,99 (6 personen) betaal je €4,00 per persoon. Hoeveel euro bespaart één gezinslid per maand ten opzichte van een individueel abonnement (afgerond op 2 decimalen)?

Antwoord (€): _____

6. Spotify keert gemiddeld ongeveer €0,003 per stream uit aan rechthebbenden. Hoeveel euro is dat bij 2.000 streams van één nummer?

Antwoord (€): _____

7. Een adverteerder betaalt Spotify €8 per 1.000 keer dat een reclamespot wordt afgespeeld (kosten per duizend, CPM). Hoeveel euro betaalt de adverteerder bij 25.000 afspeelbeurten?

Antwoord (€): _____

8. Je luistert gratis (met reclame) 5 uur per week naar Spotify en ziet gemiddeld 6 reclames per uur. Hoeveel reclames zie je in 4 weken?

Antwoord (reclames): _____

9. In augustus 2026 verhoogde Spotify de prijs van een individueel abonnement van €12,99 naar €13,99 per maand. Per jaar is dat van €155,88 naar €167,88. Met hoeveel procent steeg de prijs (afgerond op 1 decimaal)?

Antwoord (%): _____

10. Een student betaalt met studentenkorting €6,99 per maand in plaats van €13,99. Hoeveel procent korting krijgt de student (afgerond op 1 decimaal)?

Antwoord (%): _____

Les 9.4 — Waarom ruilen zo goedkoop is geworden: transactiekosten

Leerdoel: Je legt in één zin uit wat transactiekosten zijn. Je noemt één voorbeeld van hoe digitalisering het kopen van iets makkelijker heeft gemaakt.

Theorie & uitleg

Vroeger ging je naar de stad om een cd te zoeken. Dat kostte tijd en moeite. Nu tik je een naam in en luister je binnen drie seconden.

Transactiekosten

Transactiekosten zijn alle moeite en kosten om iets te kopen, naast de prijs zelf. Bijvoorbeeld:

- **zoeken** : de tijd om het goede product te vinden;
- **onderhandelen** : de moeite om het eens te worden over de prijs;
- **controleren** : checken of je krijgt wat is afgesproken.

Internet maakt kopen makkelijker

Met internet zijn transactiekosten veel lager geworden. Je zoekt iets in een paar seconden, de prijs staat er gewoon bij, je betaalt met één klik, en reviews laten zien of een verkoper te vertrouwen is. Daardoor kopen en luisteren mensen nu veel meer verschillende dingen dan vroeger.

Transactiekosten bij muziek: vroeger en nu

Soort transactiekosten	Vroeger (platenzaak)	Nu (streamen)
Zoekkosten	naar de stad, bakken met cd's doorzoeken	naam intikken of het algoritme laten kiezen
Onderhandelkosten	naar de kassa, pinnen of contant	vaste prijs, betalen met één klik
Controlekosten	tegenvallende cd kon je vaak niet terugbrengen	gewoon een ander nummer kiezen; reviews en garanties

Kernbegrippen

Transactiekosten
Alle moeite en kosten om iets te kopen, naast de prijs.

Zoekkosten
De tijd en moeite om het goede product te vinden.

Onderhandelkosten
De moeite om het eens te worden over de prijs.

Controlekosten
De moeite om te checken of je krijgt wat is afgesproken.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat zijn transactiekosten?

2. Noem de drie soorten transactiekosten die in de les worden genoemd.

3. Geef een voorbeeld van zoekkosten bij het kopen van muziek vroeger.

4. Wat zijn controlekosten?

5. Geef een voorbeeld van onderhandelkosten.

Zilver: Toepassing & Rekenen

6. Leg uit hoe reviews en sterrenbeoordelingen de controlekosten van een online aankoop verlagen.

7. Waarom kost onderhandelen bij een online aankoop met vaste prijs (zoals via iDeal) meestal (bijna) niets?

8. Geef een voorbeeld van een aankoop waarbij de transactiekosten ook vandaag de dag nog relatief hoog zijn.

9. Leg uit hoe reviews online zowel zoekkosten als controlekosten kunnen verlagen.

Les 9.6 — Jouw eigen abonnementen: wat betaal je eigenlijk?

Leerdoel: Je inventariseert de eigen (gezins)abonnementen en berekent de totale jaarlijkse kosten.

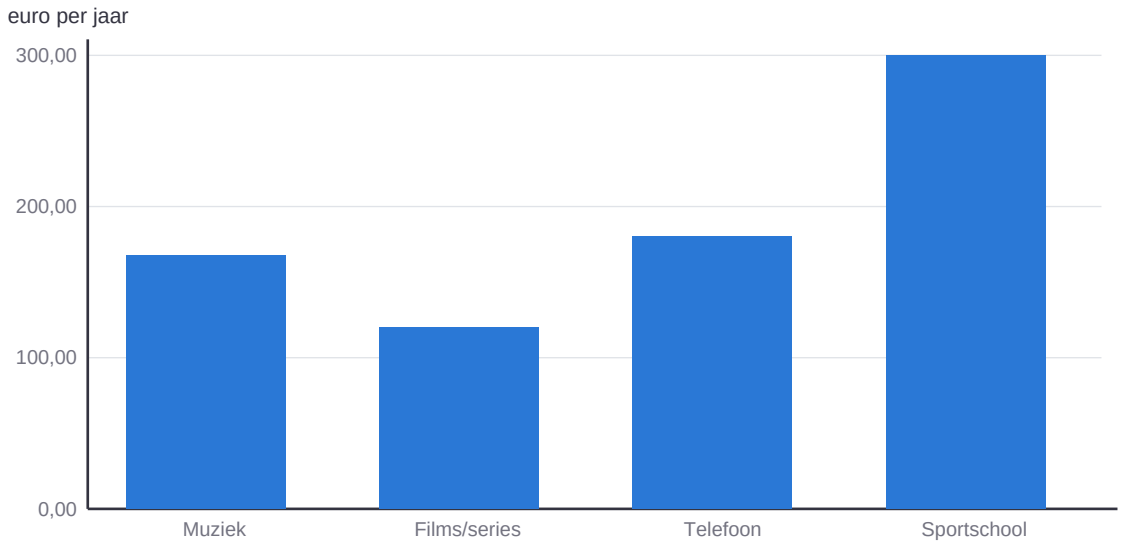
Theorie & uitleg

Je leerde in dit thema over verdienmodellen zoals abonnementen. Nu ga je in kaart brengen welke abonnementen er in jouw huishouden lopen — vaak meer dan je in eerste instantie denkt.

Kernbegrippen

Abonnement : een terugkerende betaling voor doorlopende toegang tot een product of dienst.

Wat kosten abonnementen per jaar? (voorbeeldbedragen)



Per maand: muziek € 13,99, films en series € 10, telefoon € 15, sportschool € 25. Per jaar = 12 × het bedrag per maand. Samen is dit € 767,88 per jaar.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is een abonnement?

2. Noem twee voorbeelden van een abonnement.

3. Een abonnement kost €10,- per maand. Bereken de kosten per jaar.

Zilver: Toepassing & Rekenen

4. Waarom kunnen losse, kleine abonnementen samen toch een groot bedrag per jaar worden?

5. Je hebt drie abonnementen van €6,-, €10,- en €14,- per maand. Bereken de totale jaarlijkse kosten.

Extra rekenopdrachten

Niveau 2F

1. [2F] Een los nummer kost €1,29. Je koopt 8 nummers. Hoeveel betaal je in totaal?

Antwoord (€): _____

2. [2F] Een streamingabonnement kost €9,99 per maand. Hoeveel betaal je in een half jaar?

Antwoord (€): _____

3. [2F] Een adverteerder betaalt €6 per 1.000 vertoningen (CPM). Hoeveel euro betaalt de adverteerder bij 10.000 vertoningen?

Antwoord (€): _____

4. [2F] Een familie-abonnement kost €17,99 per maand voor 5 personen. Hoeveel is dat per persoon (afgerond op 2 decimalen)?

Antwoord (€): _____

5. [2F] Van de 25 leerlingen in een klas heeft 80% een streamingabonnement. Hoeveel leerlingen zijn dat?

Antwoord: _____

6. [2F] Een cd met 10 nummers kost €12,90. Wat is de gemiddelde prijs per nummer (afgerond op 2 decimalen)?

Antwoord (€): _____

7. [2F] Een streamingdienst verhoogt de maandprijs van €9,99 naar €11,99. Met hoeveel euro stijgt de prijs?

Antwoord (€): _____

8. [2F] Een streamingabonnement kost €12,- per maand. Met studentenkorting betaal je 5% minder. Hoeveel betaal je dan per maand?

Antwoord (€): _____



THEMA 10

De sneaker-resell markt

Werking van de markt

Leerjaar 2 kader/TL

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

Leerdoel: Je legt in één zin uit wat schaarste is. Je legt in één zin uit wat betalingsbereidheid is.

Theorie & uitleg

De drop in de Nike SNKRS-app gaat live. Binnen negentig seconden is alles uitverkocht. Een uur later staat hetzelfde paar op StockX. Voor €400. De winkelprijs was €130. Hoe kan dat?

Schaarste

Schaarste betekent: er is minder van iets dan mensen willen hebben. Daarom moet je kiezen. Nike maakt van sommige sneakers maar een paar duizend paar. Veel meer mensen willen ze hebben.

Betalingsbereidheid

Betalingsbereidheid is het hoogste bedrag dat iemand voor iets wil betalen. De een stopt bij €150, de ander wil wel €500 betalen voor precies hetzelfde paar.

Waarom ontstaat een resellmarkt?

Nike verkoopt het paar voor €130. Maar veel mensen willen er €300 of €400 voor betalen. Wie het paar voor €130 krijgt, kan het dus duurder doorverkopen. Zo ontstaat de **resellmarkt** . Sommige resellers gebruiken **sneakerbots** : computerprogramma's die sneakers in een paar seconden kopen. Dat gaat sneller dan een mens.

Niet elke sneaker wordt duurder

Veel mensen denken: een dure sneaker wordt later nog duurder. Dat klopt niet altijd. De resellprijs hangt af van vraag en aanbod. Niet van de winkelprijs. Bekijk de voorbeelden:

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

Afgeronde voorbeeldprijzen. Resellprijzen veranderen elke dag.

Van de "Panda" Dunk worden steeds nieuwe paren gemaakt. Dan is het aanbod groter dan de vraag. De resellprijs kan dan zelfs onder de winkelprijs komen. Bij een echt beperkte collab gebeurt het omgekeerde.

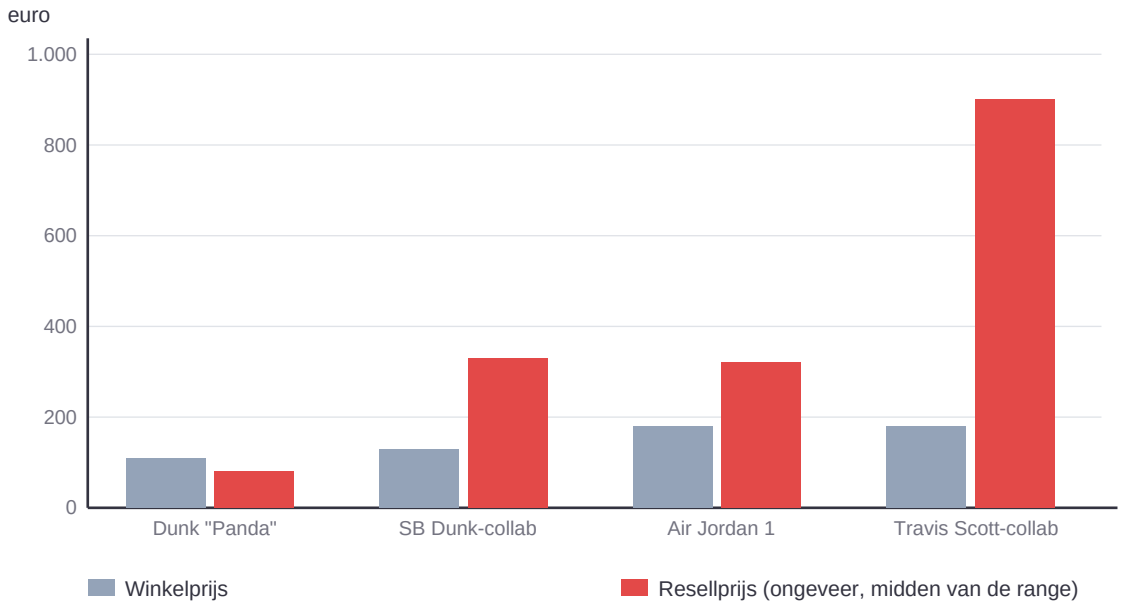
Kunstmatige schaarste

Nike zou meer paren kunnen maken, maar doet dat bewust niet. Zo blijft de sneaker bijzonder en wil iedereen hem hebben. Schaarste die een bedrijf zelf maakt, heet **kunstmatige schaarste** .

Burgerschap — Je mag jezelf zijn

Hype laat het lijken alsof je iets nú moet hebben. Jij bepaalt zelf of je daarin meegaat.

Winkelprijs en resellprijs (de tabel als grafiek)



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

Kernbegrippen

Schaarste

Er is minder van iets dan mensen willen hebben. Daarom moet je kiezen.

Tekort

Meer mensen willen iets kopen dan er te koop is. Bijvoorbeeld bij een sneakerdrop.

Betalingsbereidheid

Het hoogste bedrag dat iemand voor iets wil betalen.

Kunstmatige schaarste

Schaarste die een bedrijf zelf maakt. Het maakt bewust minder dan mensen willen.

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

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

Leerdoel: Je legt in één zin uit dat vraag en aanbod samen de prijs op de resellmarkt bepalen.

Theorie & uitleg

Waarom kost een sneaker op StockX zoveel meer dan in de winkel? Dat komt door vraag en aanbod, net als bij de huizen in thema 7.

De werking van de markt

Bij de **werking van de markt** bepalen vraag en aanbod samen de prijs.

- Willen veel meer mensen een sneaker dan er zijn? Dan stijgt de prijs.
- Zijn er meer sneakers dan kopers? Dan daalt de prijs, soms tot onder de winkelprijs.

Resellmarkt

Op de **resellmarkt** verkopen mensen sneakers door die ze al eerder hebben gekocht, bijvoorbeeld via StockX. De winkelprijs bepaalt Nike. De resellprijs ontstaat door vraag en aanbod.

Hype

Draagt een bekende artiest een sneaker op TikTok? Dan willen ineens veel meer mensen hem hebben. De vraag stijgt, het aantal paren blijft gelijk. De resellprijs schiet omhoog.

Kernbegrippen

Vraag
Hoeveel mensen iets willen en kunnen kopen.

Aanbod
Hoeveel er te koop is.

Werking van de markt
Vraag en aanbod bepalen samen de prijs.

Resellmarkt
De markt waar mensen spullen doorverkopen. Bijvoorbeeld sneakers op StockX.

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?

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

Leerdoel: Je legt in één zin uit wat "ask" en "bid" betekenen. Met een stappenplan reken je een eenvoudig platformkosten-bedrag uit.

Theorie & uitleg

In de StockX-app zie je bij elke sneaker twee prijzen: de "Lowest Ask" en de "Highest Bid". Daarmee komt de prijs tot stand.

Ask en bid

- **Ask** : de prijs waarvoor een verkoper zijn sneaker wil verkopen.
- **Bid** : het bedrag dat een koper wil betalen.

Is een bid even hoog als de laagste ask? Dan is de sneaker verkocht. StockX bepaalt de prijs dus niet zelf: kopers en verkopers doen dat samen.

De evenwichtsprijs

De **evenwichtsprijs** is de prijs waarbij er evenveel kopers als verkopers zijn. Op StockX verandert die prijs steeds.

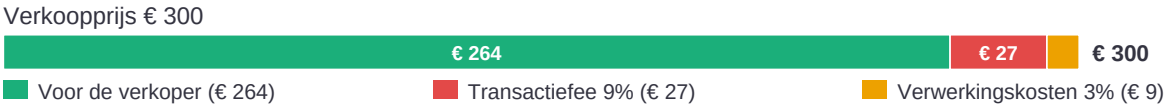
Platformkosten

StockX controleert of een sneaker echt is en niet nep. Daarvoor betaalt de verkoper platformkosten: ongeveer 12% van de verkoopprijs. Verkoop je een paar voor €300? Dan gaat er ongeveer €36 af.

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.

Kernbegrippen

Evenwichtsprijs

De prijs waarbij er evenveel kopers als verkopers zijn.

Ask

De prijs waarvoor een verkoper wil verkopen.

Bid

Het bedrag dat een koper wil betalen.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

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

2. Waarom rekent StockX een verificatiekosten (authenticatiefee) voor elke verkochte sneaker?

3. Wat is de evenwichtsprijs?

4. Een koper biedt €250 (bid). De laagste ask is €260. Wordt de sneaker verkocht? Leg uit.

Zilver: Toepassing & Rekenen

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

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

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

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

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

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

Antwoord: _____

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

Antwoord: _____

6. 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 (€): _____

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

Antwoord (€): _____

8. 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: _____

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

Antwoord (%): _____

10. Een sneaker heeft een winkelprijs van €100. Op StockX wordt hij 50% duurder verkocht. Wat is de resellprijs?

Antwoord (€): _____

Les 10.4 — Wie wint er? Inkoop, verkoop en winst

Leerdoel: Je legt in je eigen woorden uit wat inkoopprijs, verkoopprijs, kosten en winst zijn. Met een stappenplan bereken je de winst van een reseller.

Theorie & uitleg

Een reseller koopt een paar voor €130 en verkoopt het voor €400. Houdt hij dan €270 over? Niet helemaal: hij heeft ook kosten. Wat hij echt overhoudt, heet winst. Daarvoor heb je een paar begrippen nodig.

Inkoopprijs en verkoopprijs

De **inkoopprijs** is wat de verkoper betaalt om het product te krijgen. De **verkoopprijs** is wat hij ervoor terugkrijgt van de koper.

Kosten

Kosten zijn wat de verkoper moet betalen om te kunnen verkopen. Bijvoorbeeld verzendkosten en platformkosten: het percentage dat een platform zoals StockX van de verkoopprijs houdt.

Winst

Winst = verkoopprijs - inkoopprijs - kosten.

Voorbeeld: verkoopprijs €400, inkoopprijs €130. Het platform houdt 12% van €400 = €48. De verzending kost €12. De kosten zijn samen €60. Winst: €400 - €130 - €60 = €210.

Is de uitkomst negatief? Dan heeft de verkoper **verlies** .

Btw

Btw is een belasting die in de prijs van veel producten zit. Zo ook in de winkelprijs van sneakers. De winkel geeft de btw door aan de Belastingdienst. Verkoop je af en toe een paar uit je eigen kast, dan ben je geen bedrijf. Handel je regelmatig om winst te maken, dan kun je als ondernemer gezien worden en moet je btw en belasting afdragen.

Wie wint er?

Vaak de reseller: hij koopt voor de lage winkelprijs en verkoopt voor de hoge resellprijs. Wie via de resellmarkt koopt, betaalt veel meer. Nike verdient op een andere manier: door de hype wordt het merk waardevoller, en verkoopt Nike meer van zijn gewone sneakers.

Wat houdt de reseller over? (voorbeeld)

	Bedrag
Verkoopprijs op de resellmarkt	€ 400
Inkoopprijs (winkelprijs bij Nike)	- € 130
Kosten (platform € 48 + verzending € 12)	- € 60
Winst	€ 210

Winst = verkoopprijs - inkoopprijs - kosten.

Kernbegrippen

Inkoopprijs
De prijs die de verkoper betaalt om het product te krijgen.

Verkoopprijs
De prijs die de verkoper van de koper krijgt.

Kosten
Wat de verkoper moet betalen om te kunnen verkopen, zoals verzendkosten en platformkosten.

Winst
Verkoopprijs min inkoopprijs min kosten. Is de uitkomst negatief, dan heb je verlies.

Btw
Een belasting die in de prijs van veel producten zit. De winkel geeft die door aan de Belastingdienst.

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is winst?

2. Wat is de inkoopprijs?

3. Wat zijn kosten bij het doorverkopen van sneakers?

Zilver: Toepassing & Rekenen

4. Een reseller koopt een paar voor €130 en verkoopt het voor €400. De kosten zijn €60. Hoeveel winst maakt hij?

5. Een reseller verkoopt een paar voor €200. Het platform houdt 10% van de verkoopprijs. Hoeveel euro is dat?

6. Een reseller koopt voor €150 en verkoopt voor €140. Hij heeft geen kosten. Is er winst of verlies?

7. Waarom is de winst van de reseller lager dan het verschil tussen verkoopprijs en inkoopprijs?

8. Wat is btw?

Goud: Analyse & Evaluatie – de uitdaging

9. Is het eerlijk dat resellers veel winst maken? Geef één argument voor en één tegen.

Les 10.5 — Zelf een resell-analyse maken

Leerdoel: Je kiest zelf een ander hype-product en past vraag en aanbod toe om de resellprijs te verklaren.

Theorie & uitleg

Je zag in dit thema hoe vraag en aanbod de prijs op de sneaker-resellmarkt bepalen. Nu ga je op zoek naar een ander product dat vaak duurder wordt doorverkocht dan de winkelprijs.

Kernbegrippen

Resellmarkt : een markt waarop mensen producten doorverkopen, vaak duurder dan de winkelprijs.

Hoe ontstaat een resellmarkt? (werkt voor sneakers én concertkaartjes)

1. Weinig aanbod: beperkte oplage of zaalcapaciteit ->
2. Veel vraag: hype, populaire artiest ->
3. Winkelprijs te laag: onder de evenwichtsprijs ->
4. Tekort: niet iedereen kan kopen ->
5. Doorverkoop: voor een hogere prijs

Oefeningen & rekenopdrachten

Brons: Kennis & Begrip

1. Wat is de resellmarkt?

2. Noem één product (naast sneakers) dat vaak duurder wordt doorverkocht.

3. Wat gebeurt er met de resellprijs als heel veel mensen hetzelfde product willen hebben, en er maar weinig van is?

Zilver: Toepassing & Rekenen

4. Waarom kan de resellprijs van een populair product dalen zodra het weer volop verkrijgbaar is in de winkel?

5. Wat is een risico voor iemand die op de resellmarkt koopt, dat niet geldt bij de officiële winkel?

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

Antwoord: _____

4. [2F] Van de 40 leerlingen in een klas draagt 30% weleens sneakers die duurder waren dan de winkelprijs. Hoeveel leerlingen zijn dat?

Antwoord: _____

5. [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 (€): _____

6. [2F] Een sneaker is getaxeerd op een marktwaarde van €300. De winkelprijs was €150. Hoeveel procent van de winkelprijs is de marktwaarde?

Antwoord (%): _____

7. [2F] De resellprijs van een sneaker daalt van €400 naar €340. Met hoeveel procent is de prijs gedaald?

Antwoord (%): _____

8. [2F] Een sneaker met een winkelprijs van €150 wordt doorverkocht voor €225. Hoeveel euro duurder is hij?

Antwoord (€): _____

Toetsvoorbereiding

De toets van toetsblok 5 gaat over thema 9 (Waarom kost een Spotify-abonnement geld?) en thema 10 (De sneaker-resell markt). Werk deze pagina's door in de week vóór de toets:

1. Lees elk leerdoel en vink het vakje aan als je het echt kunt. Twijfel je? Lees die les nog eens door en maak de opdrachten opnieuw.
2. Schrijf bij elk kernbegrip in je eigen woorden op wat het betekent, zonder te spieken. Controleer daarna bij de les of je het goed had.
3. Maak de eindquiz van beide thema's online. Je ziet meteen wat je goed en fout hebt.

Eindquiz thema 9: vlaconomie.nl/thema-9/eindquiz

Eindquiz thema 10: vlaconomie.nl/thema-10/eindquiz

Leerdoelen online afvinken: vlaconomie.nl/leerjaar2/leerdoelen

Leerdoelen — kan ik dit?

Thema 9 — Waarom kost een Spotify-abonnement geld?

Les 9.1 — Van cd naar stream: indirecte ruil en geld als ruilmiddel

- ☐ Je legt in één zin het verschil uit tussen "toegang kopen" en "bezit kopen". Je noemt een voorbeeld met een streamingabonnement.

Les 9.2 — Spotify als marktplaats: de platformeconomie

- ☐ Je legt in één zin uit wat een platform is. Je noemt de vragers en aanbieders bij een platform naar keuze.

Les 9.3 — Gratis met reclame, of toch betalen? Verdienmodellen

- ☐ Je legt in één zin het verschil uit tussen betalen voor een abonnement en een gratis app met reclame. Je noemt waarmee je "betaalt" als een app gratis is.

Les 9.4 — Waarom ruilen zo goedkoop is geworden: transactiekosten

- ☐ Je legt in één zin uit wat transactiekosten zijn. Je noemt één voorbeeld van hoe digitalisering het kopen van iets makkelijker heeft gemaakt.

Les 9.6 — Jouw eigen abonnementen: wat betaal je eigenlijk?

- ☐ Je inventariseert de eigen (gezins)abonnementen en berekent de totale jaarlijkse kosten.

Thema 10 — De sneaker-resell markt

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

- ☐ Je legt in één zin uit wat schaarste is. Je legt in één zin uit wat betalingsbereidheid is.

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

- ☐ Je legt in één zin uit dat vraag en aanbod samen de prijs op de resellmarkt bepalen.

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

- ☐ Je legt in één zin uit wat "ask" en "bid" betekenen. Met een stappenplan reken je een eenvoudig platformkosten-bedrag uit.

Les 10.4 — Wie wint er? Inkoop, verkoop en winst

- ☐ Je legt in je eigen woorden uit wat inkoopprijs, verkoopprijs, kosten en winst zijn. Met een stappenplan bereken je de winst van een reseller.

Les 10.5 — Zelf een resell-analyse maken

- ☐ Je kiest zelf een ander hype-product en past vraag en aanbod toe om de resellprijs te verklaren.

Kernbegrippen — weet ik wat het betekent?

Schrijf de betekenis in je eigen woorden op. Kijk daarna bij de les of je het goed had.

Thema 9 — Waarom kost een Spotify-abonnement geld?

Directe ruil

Indirecte ruil

Geld als ruilmiddel

Platform

Netwerkeffect

Marktmacht

Marktvorm

Monopolistische concurrentie

Oligopolie

Monopolie

Verdienmodel

Abonnementsmodel

Freemium-model

Reclamemodel

Prijsdifferentiatie

Transactiekosten

Zoekkosten

Onderhandelkosten

Controlekosten

Chartaal geld

Giraal geld

Cryptovaluta

Blockchain

Central Bank Digital Currency (CBDC) / digitale euro

Thema 10 — De sneaker-resell markt

Schaarste

Tekort

Betalingsbereidheid

Kunstmatige schaarste

Vraag

Aanbod

Werking van de markt

Resellmarkt

Evenwichtsprijs

Ask

Bid

Inkoopprijs

Verkoopprijs

Kosten

Winst

Btw

Deze pagina is bewust leeg gelaten.

Deze pagina is bewust leeg gelaten.