

Taalweb Amsterdam schrijfvaardigheid, 17 maart 2011

Taaleisen in vaklessen in het VO Bart van der Leeuw

SLO / Nationaal Expertisecentrum Leerplanontwikkeling

Werk samen met je buurman of buurvrouw

- Kies in overleg een leerlingtekst (2, 3 of 4).
- Lees de tekst en reconstrueer de basisstructuur:
 - probleemstelling
 - analyse
 - conclusie.
- Wissel je bevindingen uit.

De prijs van voetbal

Het Brabantse Deurne stond op zijn kop toen bleek dat de amateurvoetballers van SV Deurne tijdens de loting van de KNVB-beker gekoppeld werden aan de profvoetballers van Feyenoord. De voorzitter van SV Deurne: "Dit is een droom die uitkomt, en we spelen ook nog thuis. Gezien de verwachte vraag naar kaartjes voor deze wedstrijd moeten we zelfs uitwijken naar het stadion van sportclub Helmond Sport, het stadion verderop, want onze tribune is te klein." Het bestuur van de SV Deurne discussieert over de hoogte van de prijs per toegangkaartje, uitgaande van de verwachte vraag naar kaartjes (bijlage 1, 2 en 3). De penningmeester van de club heeft toegezegd met een voorstel te komen.

De penningmeester is van mening dat de beschikbare plekken in het stadion eigenlijk zouden moeten worden toegewezen aan de eigen fans. Gezien de betalingsbereidheid ook nog eens een stuk lucratiever. Maar ja, op welke manier is dat te regelen? Los nog even van alle bezwaren van het bestuur en de supporters van Feyenoord.

Oftewel, jij moet de penningmeester van de SV een weloverwogen advies geven zodat hij het voor elkaar krijgt de opbrengst voor de komende voetbalwedstrijd te maximaliseren.

(Toegevoegd zijn 3 bijlagen met respectievelijk de toeschouwerscapaciteit van het stadion, de betalingsbereidheid van de Deurne-supporters en de betalingsbereidheid van de Feyenoord-supporters.)

bron 1 het stadion en de invulling van de plaatsen

locatie	Helmond Sport
aantal plaatsen	6.100
waarvan gratis beschikbaar voor sponsors	200
waarvan vrij beschikbaar	5.900
- voor SV Deurne	?
- voor Feyenoord	?

bron 2 betalingsbereidheid supporters SV Deurne

De eerste 1500	50 euro
De volgende 3200	40 euro
En de volgende 2000	30 euro
De volgende 2000	20 euro
De volgende 400	10 euro

bron 3 betalingsbereidheid supporters Feyenoord

De eerste 500	30
De volgende 3200	20
De volgende 5000	15
De volgende 12000	10
De volgende 5000	5

Leerling 1

(NB gebruikt andere bron, dus andere aantallen supporters met bepaalde betalingsbereidheid. Niet op letten.)

De penningmeester wil zowel winst maken als FC Deurne fans in het stadion.

alle FC Deurne fans zijn bereid € 50 te betalen (sommigen van hen), terwijl de Feyenoordfans daar niet toe bereid zijn.

Als hij nou met een startprijs in de voorverkoop van € 50 begint zijn 500 FC Deurne fans bereid dat te betalen. Daarna laat hij zijn prijs zakken naar € 40. Nu zijn 2750 FC Deurne fans bereid dat te betalen.

Het stadion van 6100 plaatsen - 200 sponsorkaarten = 5900 kaartjes zit nog niet vol. Daarom verlaagt de penningmeester de prijs nog een snar € 30. Voor die prijs verlaging zitten er als 3250 FC Deurne fans in het stadion en Feyenoordfans.

Nu heb je dus al kaartjes verkocht aan mensen met de hoogste betalingsbereidheid en ook nog alleen aan Deurne fans. $5900 - 3250 = 2650$ kaarten nog over. Door de prijsverhoging naar € 30 strijden nu 3500 FC Deurne fans en 500 Feyenoordfans om die 2650 kaarten.

Nu heb je dus kaarten verkocht aan mensen met de hoogste betalingsbereidheid, dus hoogste omzet. Daarbij zitten er ook nog 3250 - 5900 Deurne fans in het stadion en maar 0-500 Feyenoordfans.

Leerling 2

Op het moment dat je alleen aan de SV Deurne-supporters kaarten gaat verkopen, dan mis je een groot aantal consumenten, maar als je ook aan de Feyenoord-supporters kaarten gaat verkopen, zal je prijs maximaal € 30 kunnen zijn, van boven de € 30 worden de Feyenoord supporters geen kaarten meer kopen (in tegenstelling tot de SV Deurne supporters die tot € 50 kaarten willen kopen) en dan mis je een groot aantal consumenten. Maar verlaag je je prijs tot maximaal € 30 mis je extra winst.

Mijn advies is: prijsdiscriminatie.

Als men aan prijsdiscriminatie gaat doen vraagt men aan verschillende mensen verschillende prijzen voor hetzelfde product.

Je begint dan met de prijs op € 50 voor de SV Deurne supporters, dan wacht je tot de verkoop stagneert en dan verlaag je de prijs met steeds € 10, waardoor de verkoop weer doorgaat. Als je dan op een prijs van € 30 zit ga je de kaarten ook bij Feyenoord aanbieden, want daar zijn dan inmiddels ook mensen bereid kaarten te kopen en weer wacht je tot de verkoop stagneert voor je de prijs verlaagt en de verkoop weer doorgaat.

Ga je na de € 20 nog verder omlaag, dan verlaag je steeds maar met € 5, want zou je doorgaan met verlagen met € 10 per keer, dan mis je extra winst, afkomstig van de Feyenoord supporters die ook € 15 willen betalen wat hoger is dan € 10.

Op deze manier pak je alle klanten met hun bijbehorende betalingsbereidheid en omdat je begint met een zeer hoge prijs en dan gaat verlagen (o.g.v. eerst een lage prijs en dan verhogen) vang je de meeste winst, want iedereen is bereid een lage prijs te betalen, maar een pas mensen zijn ook bereid een hoge prijs te betalen en die mensen pak je op deze manier dus mee.

Leerling 3

Geachte penningmeester van SV Deurne,

U kampt momenteel met het probleem dat u zoveel mogelijk winst wil maken op de kaartverkoop, maar u wil ook niet met een leeg stadion blijven zitten. Hierbij moet u rekening houden met uw eigen fans en bestuur, maar ook met de fans en het bestuur van Feyenoord.

De fans en het bestuur van Feyenoord zouden graag goedkope kaartjes willen, dit zorgt voor meer Feyenoordse fans. De fans van SV Deurne willen ook graag goedkope kaartjes maar zijn wel bereid meer te betalen, want hoe vaak SV Deurne tegen Feyenoord?

U zelf wil natuurlijk veel winst maken. De belangen van Feyenoord (bestuur & fans) komt dus overeen met de belangen van de fans voor SV Deurne.

Van belang is de informatie over de hoeveelheid plaatsen die beschikbaar zijn voor de fans (5900 plaatsen), De betalingsbereidheid van beide fans is ook belangrijk.

Ik denk dat u het best prijsdiscriminatie kan toepassen, dit houdt in dat u de kaartjes eerst gaat aanbieden voor € 50, nadat de 1500 plaatsen zijn verkocht, biedt je de kaartjes voor € 40, als ook hier alle mensen de kaartjes gekocht hebben gaat u verder op de verkoop van kaartjes voor € 30, dan is het gewoon wie het er als eerste bij is koopt een kaartje.

Zo maakt u optimale winst ($15.00 \times 50 + 3200 \times 40 + 1200 \times 30 = 23900$).

Dit heeft echter wel als probleem dat er veel meer SV Deurne fans in het stadion zitten, maar hun betalingsbereidheid is hoger dus zullen zij er vast ook meer van kopen.

Leerling 4

Ik heb begrepen dat u enkele twijfels hebt over de distributie van de kaartjes voor de aankomende voetbalwedstrijd tussen Deurne en Feyenoord. Daarbij lijkt het me logisch dat u, als verkopende en prijsbepalende partij zoveel mogelijk opbrengt. De supporters zullen echter zo goedkoop mogelijk van de wedstrijd genieten. Deze belangen staan dus tegenover elkaar.

Aangezien u de betalingsbereidheid van de supporter tot uw beschikking heeft kunt berekenen wanneer de opbrengst het grootst is.

Wanneer u de prijs op € 50 per kaartje zet zullen er 1500 supporters komen, wat 75000 oplevert. Aangezien het stadion dan nog lang niet vol zit (5900 zitplaatsen aanwezig) kan de prijs wellicht op € 40 worden gezet. Door een stijging van het aantal supporters met een betalingsbereidheid hebben van maximaal € 40, zullen er $(1500 + 3200 = 4700)$ kaartjes worden verkocht voor € 40. dit levert € 18800 op.

Er zijn dan nog plekken over, een prijs van € 30 levert echter maar 5900 (max. aantal plekken) $\times 30 = 17700$ op. Dus lijkt een prijs van € 40 het best, hoewel het stadion niet vol is.

Maar wanneer u prijsdiscriminatie toepast en eerst de prijs op € 50 stelt, later op € 40 en de laatste 1200 plekken op € 30 (na $3200 + 1500 = 4700$) plekken rest nog $5900 - 4700 = 1200$ plekken) Het toepassen van deze prijsdiscriminatie levert $1500 \times 50 + 3200 \times 40 + 1200 \times 30 = 239000$ op, de maximale winst voor uw vereniging.

Het feit dat het stadion dan bijna helemaal vol zit met Deurne fans is vast en zeker goed voor de prestaties. Zorg er wel voor dat de supporters er niet achter komen, want dan zullen ze wachten op de lagere prijs!