

Opgave 6

In deze opgave wordt de btw buiten beschouwing gelaten.

Krantenuitgever Uw Krant

Bij krantenuitgever Uw Krant kunnen klanten kiezen tussen een abonnement voor een papieren krant voor 6 dagen in de week of een abonnement voor een digitale krant voor 6 dagen in de week. Abonnementen worden rechtstreeks afgesloten via de website van Uw Krant.

Over de eerste periode van 4 weken in 2025 is het volgende van Uw Krant gegeven:

	papieren krant in abonnement	digitale krant in abonnement	
constante kosten per krant	€ 0,75	€ 0,75	
variabele kosten per krant	€ 1,20	€ 0,10	
abonnementsprijs per 4 weken	€ 48,00	€ 25,68	
verkoopprijs per krant	€ 2,00	€ 1,07	
afzet			totaal
normale afzet (aantal kranten per dag)	36.000	24.000	60.000
verwachte afzet (aantal kranten per dag)	34.500	25.000	59.500

En verder:

- Een abonnement wordt altijd per 4 weken (24 kranten) afgesloten.
- De totale constante kosten van Uw Krant worden ongeacht het abonnementstype voor hetzelfde bedrag opgenomen in de kostprijs van een krant.
- Het kopen van een losse krant is niet mogelijk.

- 3p **27** Bereken het verwachte resultaat voor Uw Krant over de eerste periode van 4 weken in 2025. Maak hierbij gebruik van het verkoopresultaat en het bezettingsresultaat. Geef telkens aan of er sprake is van een positief of negatief resultaat.

Door middel van acties probeert Uw Krant om het aantal abonnees te verhogen. Voor nieuwe abonnees geldt in de actieperiode een abonnementsprijs van € 27,60 voor 4 weken voor de papieren krant en € 14,40 voor de digitale krant. Potentiële abonnees worden over deze actie geïnformeerd via social media.

- 2p **28** Noem twee voordelen voor Uw Krant van het inzetten van social media in plaats van traditionele media.

Het doel is het resultaat van Uw Krant te verbeteren op korte termijn.

- 2p **29** Welke abonnementsvorm heeft dan de voorkeur: papier of digitaal? Leg dit uit met behulp van een berekening van de dekkingsbijdrage per type krant in de actieperiode.

Directieleden Loek en Lisa willen graag het true-pricing-principe toepassen bij Uw Krant. In de directievergadering vertellen zij daarover:

“Bij true pricing worden de verborgen kosten van een product inzichtelijk gemaakt voor de consument. Verborgen kosten als CO2-uitstoot, ontbossing, waterverbruik en onderbetaling van arbeiders en leveranciers worden dan in de prijs van het product opgenomen. Bij true pricing betaalt de consument een hoger bedrag voor zijn product. Een deel van de verkoopprijs wordt dan besteed aan goede doelen. Deze goede doelen gebruiken het geld om de schade die is gemaakt tijdens het productieproces te herstellen of te compenseren”.

Loek en Lisa stellen dat het aantal abonnees niet hoeft af te nemen wanneer de verkoopprijs van de krant als gevolg van true pricing stijgt.

- 2p **30** Leg uit welk instrument van de marketingmix kan worden gebruikt om de abonnee goed te informeren over de achtergrond van de prijsverhoging.

Bronvermelding

Een opsomming van de in dit examen gebruikte bronnen, zoals teksten en afbeeldingen, is te vinden in het bij dit examen behorende correctievoorschrift.