

Opgave 1

Onderneming Mikel, die handelt in trendgevoelige kleding, wenst bij de verkoop een brutowinst te behalen van 200% van de inkoopprijs exclusief BTW. De BTW voor kleding is bij inkoop en verkoop 19%.

Begin 2006 koopt Mikel een partij van 750 gelijke winterjassen in, voor € 90.000,- exclusief BTW.

- 2p 1 Bereken de verkoopprijs inclusief BTW van één winterjas.

Op 1 december 2006 heeft Mikel van deze partij winterjassen 220 stuks nog niet verkocht. In de uitverkoop van december 2006 verlaagt Mikel de eerder vastgestelde verkoopprijs van deze winterjassen met 50%. Mikel heeft in tegenstelling tot andere kledingzaken de uitverkooptijd beperkt tot twee weken.

Op 18 december verkoopt Mikel de 60 winterjassen, die na de uitverkoop nog niet verkocht zijn, aan een opkoper voor € 5.355,- inclusief 19% BTW.

- 2p 2 Noem twee redenen waarom Mikel de uitverkooptijd beperkt.

De eigenaar van Mikel vraagt zich af welk gemiddeld brutowinstpercentage hij op de inkoopprijs van de gehele partij winterjassen behaald heeft.

- 3p 3 Bereken het gemiddeld brutowinstpercentage dat Mikel op de gehele partij winterjassen behaald heeft.

Opgave 2

Bij deze opgave horen de informatiebronnen 1 tot en met 4. Informatiebron 1 geeft een korte beschrijving van de hoofdactiviteiten van Eureka B.V. In informatiebron 2 is de winst- en verliesrekening over 2004 en 2005 van Eureka B.V. opgenomen. In informatiebron 3 zijn gegevens opgenomen over de markten waarop Eureka B.V. actief is. In informatiebron 4 staat het voorstel van de afdeling marketing van Eureka B.V. voor het vaststellen van de promotiebudgetten.

Eureka B.V. is een groothandelsonderneming met een jaarlijkse omzet van meer dan één miljard euro. In Nederland is zij een belangrijke speler op de markten waarop ze opereert. Uit informatiebron 1 blijkt dat Eureka B.V. zich richt op vier productgroepen.

- 1p 4 Noem naast het prijsvoordeel een ander voordeel uit informatiebron 1, dat een detaillist kan hebben door de samenwerking met Eureka B.V.

De directie van Eureka B.V. stelt voor elk van haar productgroepen het jaarlijkse promotiebudget vast door een bepaald percentage te nemen van de omzet van die productgroep van het afgelopen jaar. Daarbij is het percentage voor alle productgroepen gelijk, voor 2006 is dit percentage vastgesteld op 3% van de omzet van 2005.

- 1p 5 Bereken met behulp van informatiebron 2 het totale promotiebudget van Eureka B.V. voor 2006 zoals door de directie is vastgesteld.

- 2p 6 Noem twee bezwaren tegen de manier waarop de directie het promotiebudget voor de productgroepen vaststelt.

De afdeling marketing van Eureka B.V. heeft kritiek op de manier waarop de directie het jaarlijks promotiebudget voor de productgroepen vaststelt. Zij stelt voor om bij de toewijzing van de promotiebudgetten rekening te houden met:

- a* de verwachte gemiddelde jaarlijkse marktgroei van de productgroep;
- b* het relatieve marktaandeel van de productgroep.

Voor het berekenen van het relatieve marktaandeel wordt de omzet van de onderneming vergeleken met de omzet van de grootste concurrent (*zie formuleblad bij vraag 9*).

De afdeling marketing is van mening dat de productgroep met de hoogste marktgroei en het hoogste relatieve marktaandeel, het hoogste promotiebudget moet ontvangen. De afdeling marketing wil bij het toekennen van het promotiebudget dat de verwachte marktgroei en het relatieve marktaandeel even zwaar meetellen.

- 2p **7** Leg uit waarom de afdeling marketing de productgroep met een hoge verwachte marktgroei relatief een hoger promotiebudget wil toekennen dan een productgroep met een lage verwachte gemiddelde marktgroei.

De afdeling marketing van Eureka B.V. heeft vastgesteld dat het relatieve marktaandeel voor de productgroep mode 0,81 is, voor de productgroep wonen 1,32 en voor tweewielers 1,20. Eureka B.V. is marktleider in de productgroep sport.

- 2p **8** Bereken met behulp van de informatiebronnen 2 en 3 de omzet in 2005 van concurrent Sportshop.
- 1p **9** Bereken voor 2005 het relatieve marktaandeel van Eureka B.V. voor de productgroep sport (*zie formuleblad*).
- 2p **10** Is Eureka B.V. voor de productgroep mode in 2005 marktleider? Motiveer het antwoord.
- 2p **11** Bereken met behulp van de informatiebronnen 3 en 4 de totale score voor 2006 van de vier afzonderlijke productgroepen van Eureka B.V. Maak daarbij gebruik van de uitwerkbijlage die bij deze vraag hoort.

De directie zal de uitgangspunten van het voorstel van de afdeling marketing ondersteunen als het voorstel niet leidt tot een hoger promotiebudget in 2006 dan het door de directie eerder vastgestelde promotiebudget van 3% van de omzet van 2005.

- 2p **12** Stel met behulp van een berekening vast dat het voorstel van de afdeling marketing leidt tot een lager promotiebudget dan het door de directie vastgestelde budget.

De directie heeft meegedeeld dat zij niet akkoord kan gaan met één van de percentages (6%, 4%, 2% en 0%) die de marketingafdeling gebruikt om het promotiebudget aan de productgroepen toe te wijzen.

- 2p **13** Tegen welk percentage zal de directie bezwaar maken? Motiveer het antwoord.

Eindexamen m&o havo 2006-I

havovwo.nl

Uitwerkbijlage bij vraag 11

Vraag 11

productgroep	marktgroei 2006		relatieve marktaandeel 2005		totaalscore
		score A		score B	A + B
mode			0,81		
wonen			1,32		
tweewielers			1,20		
sport					

Opgave 3

In deze opgave blijft de BTW buiten beschouwing.

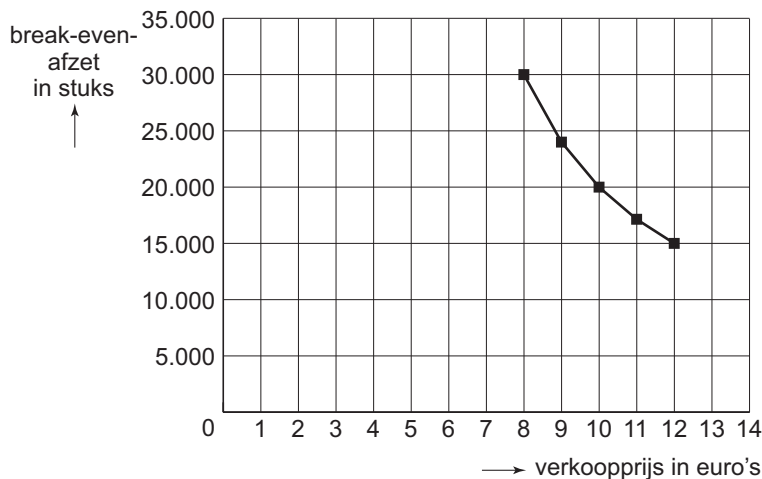
Bass Toys Imports (Bass) verkoopt uitsluitend het kinderzandbakje Sandy. De variabele kosten van Sandy bedragen € 4,- per stuk. De grootste en belangrijkste afnemer van Bass is de winkelketen Ysbrandt.

Begin 2006 wordt Bass door Ysbrandt onder druk gezet om haar verkoopprijs van Sandy te verlagen van € 10,- naar € 8,-. Ysbrandt belooft dan om in 2006 36.000 stuks Sandy, dat is de gehele import van Bass, af te zullen nemen.

- 2p **14** Leg uit waarom winkelketen Ysbrandt onderneming Bass succesvol onder druk kan zetten om haar verkoopprijs te verlagen.

In het kader van de prijsonderhandelingen heeft Bass onderstaande grafiek laten maken. Hierin wordt het verband tussen de verkoopprijs van kinderzandbakje Sandy en de break-even-afzet voor 2006 grafisch weergegeven.

Verband verkoopprijs Sandy en break-even-afzet van Bass



- 1p **15** Bereken met behulp van de grafiek de break-even-omzet van Bass in 2006 bij een verkoopprijs van Sandy van € 8,-.
- 2p **16** Bereken de constante kosten van Bass over 2006 (zie formuleblad).
- 2p **17** Bereken de winst die Bass zal behalen als zij 36.000 Sandy's zal verkopen aan Ysbrandt tegen € 8,-.

■ Opgave 4

Vanaf het jaar 2002 is de aanbieder van een financieel product verplicht een financiële bijsluiter bij dat product te leveren. Het doel van de bijsluiter is de consument zakelijke informatie te leveren over dat product.

Rorento is een beleggingsfonds dat wereldwijd belegt in obligaties. Een gedeelte van de financiële bijsluiter van Rorento is hieronder weergegeven.

Waarde van de belegging bij een eenmalige inleg van € 1.000 indien met de belegging een rendement behaald wordt van 4% per jaar

aan het einde van jaar	waarde belegging afgerond op gehele euro's
1	995
3	1.063
5	1.136
10	1.342
15	1.584
20	1.870

- Bij een rendement van de belegging van 4% per jaar bedraagt de opbrengst voor de belegger na 20 jaar 3,18% per jaar.
- De opbrengst voor de belegger is na aftrek van alle kosten van Rorento. De kosten bestaan uit beheerskosten en overige kosten.
- De opbrengst van beleggingen kan fluctueren. In het verleden behaalde resultaten bieden geen garantie voor de toekomst.

bron: de financiële bijsluiter van Rorento (27 februari 2004, gewijzigd)

- 1p **18** Leg uit waarom een belegger bij een belegging in obligaties in het algemeen genoeg neemt met een verwacht lager rendement dan bij een belegging in aandelen.
- 2p **19** Bereken de waarde van een kapitaal van € 1.000,- dat 20 jaar heeft uitgestaan tegen 4% per jaar op basis van samengestelde interest.
- 2p **20** Bereken de totale kosten die Rorento de belegger in rekening zal brengen bij een belegging van € 1.000,- gedurende 20 jaar.

Opgave 5

Bij deze opgave horen de informatiebronnen 5 tot en met 8. Informatiebron 5 is een gedeelte uit een interview met de president-directeur van Spyker Cars N.V. Informatiebron 6 gaat over de beurskoersen van Spyker Cars N.V. en de koersen van de midkap op de effectenbeurs van Amsterdam. In informatiebron 7 zijn enkele kerncijfers en de balansen per 31 december 2003 en 30 juni 2004 opgenomen. Informatiebron 8 is een krantenartikel over Spyker Cars N.V.

Spyker Cars N.V. is een Nederlandse onderneming die in 2000 is opgericht. De onderneming bouwt handgemaakte, dure sportauto's voor welgestelde afnemers over de hele wereld. Spyker Cars N.V. maakt gebruik van de merknaam van een in 1925 failliet verklaarde Nederlandse autofabriek.

In mei 2004 kreeg Spyker Cars N.V., in verband met de uitgifte van nieuwe aandelen, een beursnotering aan Euro NM, de markt voor startende ondernemingen van de effectenbeurs Euronext.

Na een bezoek aan de autobeurs in China, overweegt de jonge ondernemer Wen Hu zich aan te bieden om de tweede dealer van Spyker Cars N.V. in China te worden. Door het geven van een uitstekende service en garantie heeft Wen Hu met zijn ondernemingen in China een zeer goede naam opgebouwd. Het geven van een goede garantie is alleen mogelijk als de fabrieksgarantie in orde is. Daarvoor is de continuïteit (het voortbestaan) van de fabrikant van het grootste belang. Wen Hu heeft zoveel mogelijk informatie over Spyker Cars N.V. verzameld om met behulp daarvan te beslissen of hij zich zal aanmelden als dealer voor Spyker Cars N.V. in China.

Spyker Cars N.V. had de nieuwe aandelen ook buiten de effectenbeurs om kunnen plaatsen bij grote beleggers.

- 1p **21** Noem de reden voor de beursnotering volgens informatiebron 5.

Wen Hu vindt dat aan een beursnotering ook risico's verbonden zijn. Zo kan een daling van de beurskoers, promotioneel gezien, nadelig zijn. Daarom vergelijkt Wen Hu de beurskoersontwikkeling van Spyker Cars N.V. met de ontwikkeling van de AMX index.

- 2p **22** Wijkt de koersontwikkeling van Spyker Cars N.V., tussen 1 juni 2004 en 1 november 2004, gunstig of ongunstig af ten opzichte van de ontwikkeling van de AMX index? Motiveer het antwoord met behulp van informatiebron 6.

Wen Hu maakt zich zorgen over de koersontwikkeling van Spyker Cars N.V. Hij heeft het idee dat als Spyker Cars N.V. de continuïteit wil waarborgen, zij in de naaste toekomst weer vermogen moet aantrekken om de noodzakelijke investeringen te financieren. Daarom doet hij onderzoek naar de financiële situatie van Spyker Cars N.V. Hij gebruikt daarvoor het verslag over de eerste helft van 2004 (zie informatiebron 7).

Wen Hu probeert aan de hand van de balansgegevens af te leiden hoe Spyker Cars N.V. de opbrengst van de aandelenemissie besteed heeft.

- 2p **23** Waaraan heeft Spyker Cars N.V. volgens de balansgegevens de opbrengst van de aandelenemissie van mei 2004 grotendeels besteed? Motiveer het antwoord.
- 2p **24** Waardoor is de balanspost "Reserves" tussen 31 december 2003 en 30 juni 2004 veranderd?

Spyker Cars N.V. wil volgens informatiebron 8 de productielocaties in Zeewolde en Coventry uitbreiden. Voor deze uitbreiding zal Spyker Cars N.V. volgens Wen Hu nieuw vermogen moeten aantrekken.

Voor de verstrekkers van vreemd vermogen speelt de solvabiliteit (*zie formuleblad*) een belangrijke rol.

- 2p **25** Leg uit waarom voor een verschaffer van vreemd vermogen de solvabiliteit een belangrijke rol speelt.
- 2p **26** Zal het voor Spyker Cars N.V. door de emissie van de aandelen, moeilijker of makkelijker worden om voor de uitbreiding in Zeewolde en Coventry vreemd vermogen aan te trekken? Motiveer het antwoord.

De mogelijkheid voor Spyker Cars N.V. om het eigen vermogen in de naaste toekomst te vergroten zal volgens Wen Hu vooral afhangen van de winstontwikkeling.

- 2p **27** Toon met behulp van een berekening aan of het resultaat van Spyker Cars N.V. in de eerste helft van 2004 verbeterd of verslechterd is ten opzichte van de *tweede helft* van 2003.

Wen Hu gaat ervan uit dat de uitbreidingen in Zeewolde en in Coventry noodzakelijk zijn voor de continuïteit van de onderneming.

- 2p **28** Noem ten aanzien van de continuïteit van Spyker Cars N.V. één positieve ontwikkeling en één negatieve ontwikkeling die Wen Hu geconstateerd kan hebben. Licht de antwoorden toe met behulp van de gegevens uit deze opgave.

Opgave 6

DTS is een kleine uitgeverij die een jeugdblad uitgeeft. Het jeugdblad verschijnt wekelijks. Een van de voorwaarden van het abonnement is dat de abonnee het abonnementsgeld bij vooruitbetaling moet voldoen aan het begin van elk kwartaal. De abonnee ontvangt daarvoor tijdig een acceptgiro.

Op de balans van DTS van 1 januari 2005 komt aan de debetzijde de post ‘Abonnementen jeugdblad’ voor.

- 2p **29** Leg uit of de balanspost ‘Abonnementen jeugdblad’ betrekking heeft op:
- vooruit ontvangen abonnementsgeld over 2005 of
 - nog te ontvangen abonnementsgeld over 2004.

DTS is in 2005 gestopt met het verzenden van acceptgiro's en overgestapt op automatische incasso van de abonnementsgelden. Door de automatische incasso zijn alle abonnementsgelden van het derde en vierde kwartaal van 2005 op tijd ontvangen.

DTS gaat ervan uit dat vanaf 2006 eerder of later betalen van de abonnementsgelden door de abonnees, niet meer voorkomt.

De automatische incasso vindt plaats in de tweede week van het betreffende kwartaal. Het abonnementsgeld is voor 2006 vastgesteld op € 96,- per jaar. Op 1 januari 2006 is het aantal abonnementen op het jeugdblad 18.000 stuks.

De financiële afdeling van uitgeverij DTS stelt elke maand een liquiditeits- en een resultatenbegroting op.

- 2p **30** Bereken het bedrag dat op de resultatenbegroting van april 2006 voorkomt onder de post ‘Opbrengsten abonnementen jeugdblad’.
- 2p **31** Bereken het bedrag dat in verband met de abonnementen van het jeugdblad voorkomt op de liquiditeitsbegroting van april 2006.

■ Opgave 7

Op de balans van supermarkt Glaster stond op 1 januari 2005 de inventaris gewaardeerd voor € 186.000,-. De aanschafprijs van deze inventaris is € 212.000,-.

In verband met een uitbreiding zijn op 1 november 2005 enkele nieuwe kassa's aangeschaft.

Op de ontvangen nota staan onderstaande bedragen vermeld:

Notabedragen

		BTW 19%	
Kassa's	€ 20.300	€ 3.857	€ 24.157
Installatie kassa's	<u>€ 3.700</u>	<u>€ 703</u>	<u>€ 4.403</u>
Totaal	€ 24.000	€ 4.560	€ 28.560

Op de inventaris wordt jaarlijks 20% van de aanschafprijs afgeschreven. Over delen van een jaar wordt naar evenredigheid afgeschreven.

- 2p **32** Bereken het bedrag dat op de resultatenrekening van 2005 bij afschrijvingskosten inventaris vermeld zal worden.
- 2p **33** Bereken de balanswaarde van de inventaris op 31 december 2005.

■ Formuleblad

Te gebruiken formules voor de beantwoording van de vragen 9, 16 en 25.

$$9 \quad \square \quad \text{het relatieve marktaandeel} = \frac{\text{omzet van de onderneming}}{\text{omzet van de grootste concurrent van de onderneming}}$$

$$16 \quad \square \quad \text{break-even-afzet} = \frac{\text{constante kosten}}{\text{verkoopprijs per product} - \text{variabele kosten per product}}$$

$$25 \quad \square \quad \text{solvabiliteit} = \frac{\text{eigen vermogen}}{\text{vreemd vermogen}}$$

Eindexamen m&o havo 2006-I

havovwo.nl

informatie-
bron 1

Eureka B.V.

Eureka B.V. richt zich op de vier volgende productgroepen. Dit zijn de productgroepen:

- mode;
- wonen;
- tweewielers;
- sport.

Eureka B.V. biedt detaillisten de mogelijkheid om op diverse manieren samen te werken. De samenwerking varieert van een los verband (financieel administratieve ondersteuning) tot complete verkoopformules (franchising) waarbij assortiment, winkelinrichting en reclame-uitingen uniform zijn.

Het centrale betalingssysteem vormt de basis voor de samenwerking met Eureka B.V. Met dit systeem biedt Eureka B.V. aangesloten ondernemers kredietfaciliteiten, een vereenvoudigde administratie en garantiefaciliteiten van leveranciers.

Daarnaast biedt Eureka B.V. adviesdiensten, onder meer op het gebied van juridische zaken, marketing- en organisatieadvies en automatisering.

Door haar grote inkoopvolume kan Eureka B.V. de aangesloten ondernemers gunstige prijsvoordelen bieden.

informatie-
bron 2

Winst- en verliesrekening Eureka B.V. (bedragen in duizenden euro's)

	2005	2004
omzet	1.068.289	1.090.361
kostprijs van de omzet	<u>948.570</u>	<u>974.519</u>
brutoresultaat	119.719	115.842
personeelskosten	56.677	52.564
afschrijvingen	7.297	7.793
overige kosten	<u>53.659</u>	<u>34.895</u>
	<u>117.633</u>	<u>95.252</u>
bedrijfsresultaat	2.086	20.590
financieringsresultaat	<u>- 561</u>	<u>388</u>
resultaat voor vennootschapbelasting	1.525	20.978
vennootschapbelasting	<u>305</u>	<u>7.342</u>
nettowinst	1.220	13.636

Omzet per productgroep van Eureka B.V. (bedragen in duizenden euro's)

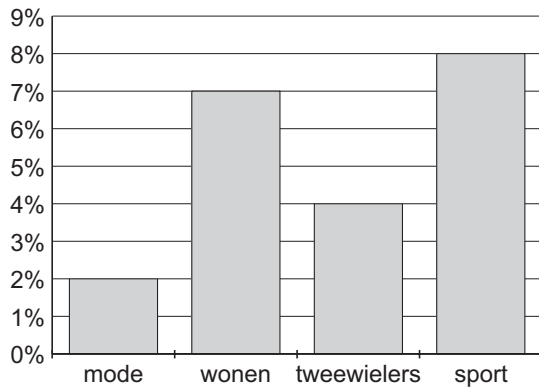
	2005	2004
mode	457.522	438.107
wonen	438.319	473.087
tweewielers	82.958	84.428
sport	<u>89.490</u>	<u>94.739</u>
totaal	1.068.289	1.090.361

informatie-
bron 3

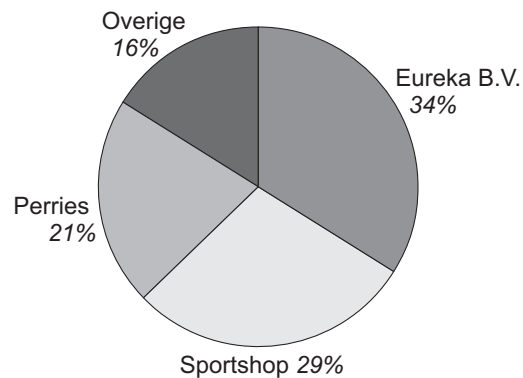
Marktgegevens productgroepen Eureka B.V.

De verwachte gemiddelde jaarlijkse marktgroei van de productgroepen van Eureka B.V. voor de jaren 2006 en volgende

Verwachte gemiddelde jaarlijkse marktgroei



Verdeling van de markt voor de productgroep sport in 2005



informatie-
bron 4

Voorstel afdeling marketing om de promotiebudgetten vast te stellen

De afdeling marketing stelt voor om het promotiebudget van de productgroepen vast te stellen volgens onderstaand schema.

Per productgroep wordt een totaalscore vastgesteld. De totaalscore is enerzijds afhankelijk van de verwachte gemiddelde jaarlijkse marktgroei (score A) en anderzijds van het relatieve marktaandeel van de productgroep (score B). De productgroep die de hoogste totaalscore heeft, krijgt het hoogste percentage toegewezen voor het vast te stellen promotiebudget.

Vaststelling score in verband met verdeling promotiebudget

productgroep	marktgroei		relatieve marktaandeel		totaalscore
		score A ¹⁾		score B ²⁾	A + B
mode			0,81		
wonen			1,32		
tweewielers			1,20		
sport					

¹⁾ De productgroep met de hoogste marktgroei krijgt 4 punten, die met de op één na hoogste 3 punten, met de op één na laagste 2 punten en met de laagste 1 punt.

²⁾ De productgroep met het hoogste relatieve marktaandeel krijgt 4 punten, die met de op één na hoogste 3 punten, met de op één na laagste 2 punten en met de laagste 1 punt.

Vaststelling van het promotiebudget per productgroep in 2006 met behulp van de behaalde totaalscore

productgroep	budget
hoogste totaalscore	6% van de omzet van de productgroep in 2005
één na hoogste totaalscore	4% van de omzet van de productgroep in 2005
één na laagste totaalscore	2% van de omzet van de productgroep in 2005
laagste totaalscore	0% van de omzet van de productgroep in 2005

informatie-
bron 5

Spyker, de emoties rond een auto en een aandeel

Commercieel noodzakelijk

"De beursgang die zijn beslag kreeg op 27 mei 2004 heeft ons precies gebracht waarvoor we primair zijn gegaan", stelt Muller. "Want het probleem bij een kleine autofabrikant die nog maar vier jaar geleden begon, is geloofwaardigheid. Hoe kun je een klant, een dealer of een toeleverancier bij benadering het gevoel geven dat je er over 10 jaar nog bent? De toetreding van Talpa, de investeringsmaatschappij van John de Mol, in 2003 was daarvoor een goed begin. Maar een beursnotering betekent internationaal nog steeds een certificaat van bekwaamheid en

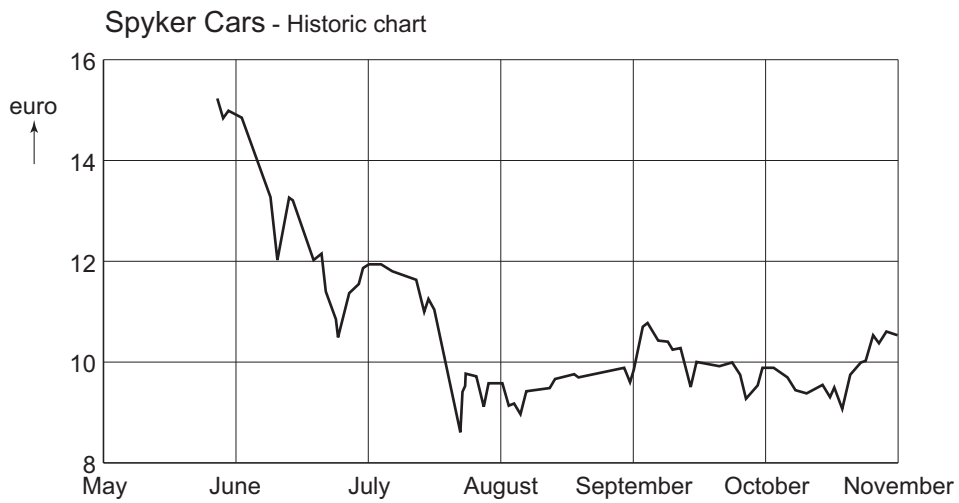
gegoedheid waarmee je in ieder geval de vragen - terechte vragen overigens - over je continuïteit de kop kunt indrukken".

"We waren met een stand op de beurs Auto China 2004. In onze stand hadden we de Spyker C8 Double 12R waarmee in 2003 de 24 uur van Le Mans is volbracht en drie andere modellen, waarvan er eentje, een auberginekleurige Spyker C8 Spyder, onmiddellijk is verkocht. Er zit ongelooflijk veel geld in China. Daarom geloof ik dat China voor Spyker de op één na grootste markt wordt, na de Verenigde Staten".

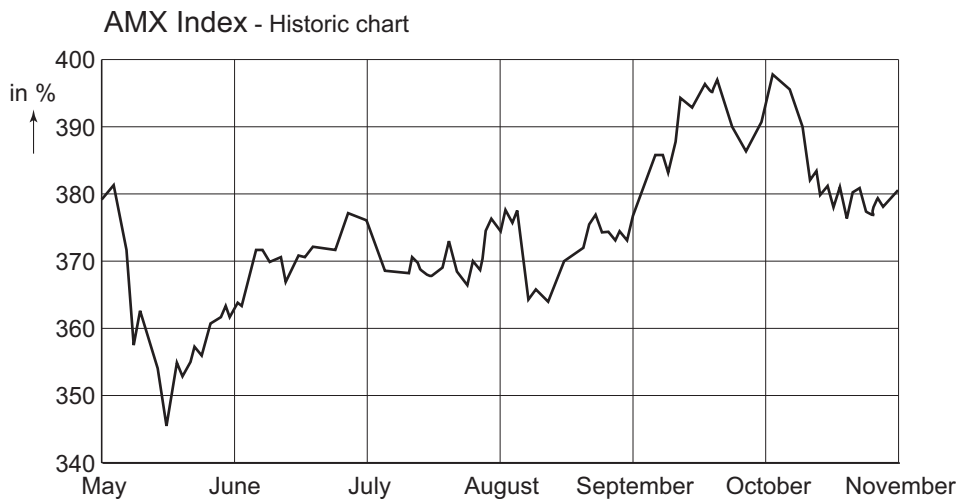
bron: Next update nummer 18, september 2004 (gedeelte uit een interview met Victor Muller president-directeur Spyker Cars N.V.)

informatie-
bron 6

Beurskoersen Spyker Cars N.V. op Euronext van eind mei 2004 tot eind oktober 2004



AMX index (midkap). De gemiddelde koers van 24 ondernemingen die qua beursomzet volgen na de AEX ondernemingen



bron: Euronext, 1 november 2004

Eindexamen m&o havo 2006-I

havovwo.nl

informatie-
bron 7

Spyker Cars N.V.



Kerncijfers Spyker Cars N.V.

	Halfjaar eindigend op	
	30 juni 2004	30 juni 2003
Netto resultaat	€ – 2.743.000	€ – 2.038.000
Nominale waarde per aandeel	€ 0,04	€ 0,04
Emissiekoers eind mei 2004 per aandeel	€ 15,50	
Aantal geplaatste aandelen	2.391.279	708.400

Balansen Spyker Cars N.V. (bedragen × 1.000 euro)

	30 juni 2004	31 december 2003
<i>Activa</i>		
Vaste activa		
Immateriële activa	12.088	10.083
Materiële activa	3.114	3.315
Financiële vaste activa	2.382	1.440
Vlottende activa		
Voorraden en onderhanden werk	1.852	1.245
Vorderingen	3.070	1.476
Liquide middelen	691	0
Totaal	23.197	17.559
<i>Passiva</i>		
Eigen vermogen		
Geplaatst aandelenvermogen	95	28
Reserves	26.913	2.534
Verliezen vorige perioden	– 6.901	– 2.093
Verlies 2003		– 4.808
Verlies eerste halfjaar 2004	– 2.743	
	17.364	– 4.339
Vreemd vermogen		
Voorzieningen	28	10
Langlopende schulden	1.854	13.970
Kortlopende schulden	3.951	7.918
Totaal	23.197	17.559

bronnen: Verslag eerste helft 2004 Spyker Cars N.V. (aangepast) en emissieprospectus Spyker Cars N.V.

informatie-
bron 8

Auto voor mensen 'die alles al hebben'

Tussen de vele Porsches en Ferrari's wekt in Beverly Hills alleen de Spyker nog écht begeerte

Afgaande op de verkoopcijfers gaat het prima met Spyker. De autobouwer uit Zeewolde, die aanstaande donderdag een beursnotering krijgt, maakt alleen geen winst.

Van onze verslaggever

Harry Linde
AMSTERDAM

Dit jaar denkt bestuursvoorzitter Victor Muller vijftig exemplaren weg te zetten, stuksprijs 355 duizend euro. Voor de toekomst mikt Muller op een verkoop van tweehonderd stuks per jaar. Met de langverwachte beursgang, die komende donderdag eindelijk zijn beslag krijgt, wil hij de productielocaties in Zeewolde en het Engelse Coventry uitbreiden en schulden aflossen.

Spyker maakte echter nog nooit winst. Drie jaar geleden leed Spyker nog een verlies van drie euroton. Vorig jaar was dat al opgelopen tot bijna vijf miljoen euro. Tegen deze achtergrond lijkt de

komende notering aan de Euro.NM, de startersmarkt van Euronext, een keuze bij gebrek aan beter.

Toch garanderen grote beleggers de aandelenemissie. De investeringsmaatschappijen Talpa van John de Mol en Helvetia van Victor Muller schrijven voor 5,5 miljoen euro in op de aandelen. Een groep binnenlandse beleggers heeft volgens Muller beloofd voor bijna zes miljoen aandelen te kopen.

Vooral in Amerika neemt de vraag naar een auto die niemand anders heeft toe. Door het belastingvoordeel is een Spyker daar goedkoper: 215 duizend euro. Niet dat de koper zich veel van het prijskaartje zal aantrekken. Muller schetst dat vooral mensen 'die alles al hebben' een Spyker kopen. Volgens de directeur zijn dat mensen die niet zozeer een Spyker kopen om er veel in te rijden, maar vooral om erin te worden gezien. Rapper Busta Rhymes en talkshow presentator Jay Leno rijden in een Spyker.

bron: de Volkskrant van 22 mei 2004 (aangepast)