

Opgave 2

*Bij deze opgave horen de informatiebronnen 1 tot en met 3
In deze opgave blijven de belastingen buiten beschouwing.*

The Merchandisor bv is een onderneming die merchandiseproducten van games aan detaillisten in Noord-Europa verkoopt. De oprichter, Stefan Heuft, is de enige aandeelhouder. Merchandiseproducten van games zijn producten als posters, sleutelhangers, handdoeken, glazen, kleding en petjes, waar logo's en afbeeldingen van games op gedrukt zijn.



The Merchandisor koopt licenties van de producenten van de games. (zie informatiebron 1).

- 1p **5** Onder welke groep vaste activa op de balans van The Merchandisor worden de aangeschafte licenties opgenomen?

Organisaties kunnen in hun B2B- en B2C-marketingstrategie een pull- of een pushstrategie toepassen. Hieronder staan vier mogelijke combinaties (a, b, c en d) van pull- en pushstrategie en B2B en B2C-marketing.

	B2B-marketing	B2C-marketing
pullstrategie	a	b
pushstrategie	c	d

- 2p **6** Noteer de letter van de juiste combinatie die op de situatie van The Merchandisor van toepassing is (zie informatiebron 1). Licht het antwoord toe.

Stefan Heuft maakt op de golfclub kennis met John de Groot die in loondienst is bij een muziekproducent van R&B en hiphop. Stefan Heuft krijgt hierdoor interesse om ook merchandiseproducten horende bij R&B en hiphop te gaan verkopen. Hij kan hierbij dan gebruikmaken van de kwaliteiten en ervaring van John de Groot.

In deze aanpak van Stefan Heuft ligt een kenmerk van effectuation.

- 1p 7 Geef één kenmerk in de aanpak van Stefan Heuft dat onder effectuation valt.

Stefan Heuft zal R&B- en hiphop-merchandiseproducten gaan verkopen, als aan twee voorwaarden wordt voldaan:



Voorwaarde 1:

- uit een SWOT-analyse van het verkopen van R&B- en hiphop-merchandiseproducten bij The Merchandisor moet een positief beeld komen.

Voorwaarde 2:

- als gevolg van het produceren en verkopen van R&B- en hiphop-merchandiseproducten moet de marktwaarde van de The Merchandisor met minimaal € 4.500.000 stijgen.

Voorwaarde 1: SWOT

Stefan Heuft heeft samen met John de Groot in een marketingplan een SWOT-analyse opgesteld van het ontwerpen en verkopen van R&B- en

hiphop-merchandiseproducten door The Merchandisor (zie informatiebron 2).

- 5p **8** Geef in de uitwerkbijlage bij deze vraag aan welk item bij welk onderdeel uit de SWOT analyse past.
Elk item hoeft maar een keer te worden genoemd. Vul hiervoor de uitwerkbijlage horende bij deze vraag in.

Naar aanleiding van de SWOT-analyse is Stefan Heuft overtuigd van het verkopen van R&B- en hiphop-merchandiseproducten door The Merchandisor.

Voorwaarde 2: marktwaarde

De marktwaarde van The Merchandisor wordt bepaald door de contante waarde van het resultaat van de komende 10 jaar.

Om het verwachte extra resultaat van The Merchandisor, die wordt veroorzaakt door de verkoop van R&B- en hiphop-merchandiseproducten te berekenen, is marktinformatie verzameld (zie informatiebron 3).

Voor het beantwoorden van vraag 9, 10 en 11 kan informatiebron 3 worden gebruikt.

- 2p **9** Bereken de totale marktomzet van R&B- en hiphop-merchandiseproducten in Noord-Europa in 2018.

Het verwachte marktaandeel in omzet van The Merchandisor in Noord-Europa van de R&B- en hiphop-merchandiseproducten is 7,5% in 2020.

- 2p **10** Bereken de verwachte extra omzet van The Merchandisor over 2020, veroorzaakt door de verkoop van R&B- en hiphop-merchandiseproducten. Rond de antwoorden af op duizendtallen.

De inkoopwaarde van de omzet is steeds 50% van de omzet.

- 1p **11** Bereken de extra inkoopwaarde van de omzet van The Merchandisor over 2020, veroorzaakt door de verkoop van R&B- en hiphop-merchandiseproducten.

Bij het bepalen van de contante waarde van het verwachte extra resultaat, dat veroorzaakt wordt door de verkoop van R&B- en hiphop-merchandiseproducten, wordt uitgegaan van een rekenrente van 12% per jaar. Ook wordt er eenvoudigheidshalve van uitgegaan dat het resultaat aan het einde van ieder jaar wordt gerealiseerd

3p **12** Bereken de stijging van de marktwaarde van The Merchandisor op 1 januari 2018, veroorzaakt door de verkoop van R&B- en hiphop-merchandiseproducten. *Vul hiervoor de uitwerkbijlage bij deze vraag in.*

1p **13** Toon aan dat aan voorwaarde 2 wordt voldaan.

Stefan Heuft zal dus beginnen met de verkoop van R&B- en hiphop-merchandiseproducten.

Wat nog overblijft is de positie van John de Groot.

Stefan Heuft wil niet dat John de Groot een eigen onderneming begint, want dan is er concurrentie. Daarom doet hij John de Groot een aanbod om mede-eigenaar van de The Merchandisor te worden.

Stefan Heuft zal John de Groot nog wel moeten overhalen. In een gesprek met John de Groot. beweert Stefan Heuft dat John de Groot beter mede-eigenaar van The Merchandisor kan worden, omdat dit minder risico oplevert voor John de Groot dan wanneer hij een eigen onderneming, met als rechtspersoon de eenmanszaak, start.

2p **14** Onderbouw de bewering van Stefan Heuft met twee argumenten.

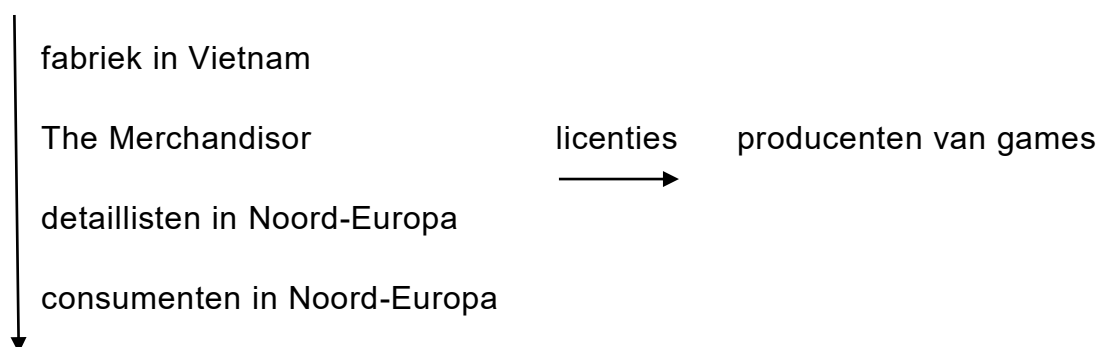
Informatiebron 1

Bedrijfsprofiel The Merchandisor

The Merchandisor koopt licenties van de producenten van games. Deze licenties geeft The Merchandisor het recht om merchandiseproducten van deze games te verkopen.

De merchandiseproducten worden door The Merchandisor ontworpen en in Vietnam door een extern bedrijf geproduceerd. The Merchandisor koopt de producten in en verkoopt deze aan detaillisten in Noord-Europa. Deze detaillisten verkopen de producten online.

In schema (productenstroom):



The Merchandisor kenmerkt zich door snel in te spelen op de ontwikkelingen in de gamingmarkt en door een korte tijd tussen het moment van bestellen van de merchandisingproducten door de detaillist en het afleveren ervan aan de detaillist.

The Merchandisor heeft veel persoonlijk contact met de detaillisten. De detaillisten worden overtuigd om de merchandiseproducten in hun assortiment op te nemen, door het mooie en originele ontwerp en de aantoonbare populariteit van de betreffende game. De detaillist kan van The Merchandisor een korting ontvangen op de inkoopprijs, als de detaillist de merchandiseproducten op een aantrekkelijke plaats in de winkel aanbiedt.

The Merchandisor maakt zelf geen reclame voor de merchandiseproducten, maar lift mee op de populariteit van de games. Wel is The Merchandisor aanwezig op diverse gamebeursen in Noord-Europa. Hier maken ze contact met diverse nieuwe en bestaande detaillisten.

Informatiebron 2

SWOT-analyse

Belangrijkste items uit de SWOT-analyse van het ontwerpen en verkopen van R&B- en hiphop-merchandiseproducten bij The Merchandisor:

- 1 De wereldwijde markt van R&B/hiphopmerchandising is de afgelopen jaren enorm gegroeid en zal in de toekomst nog meer groeien.
- 2 De fabriek in Vietnam waar The Merchandisor haar game-merchandiseproducten laat produceren, kan ook R&B- en hiphop-merchandiseproducten produceren. Deze fabriek is zeer betrouwbaar en snel.
- 3 The Merchandisor beschikt over een goede afdeling Administratie.
- 4 The Merchandisor kan geen R&B- en hiphop-merchandiseproducten aan haar bestaande klanten verkopen, omdat zij tot een andere doelgroep behoren dan klanten die R&B- en hiphop-merchandiseproducten kopen.
- 5 In de toekomst kunnen R&B- en hiphopartiesten hun merchandise-activiteiten meer in eigen beheer gaan houden.

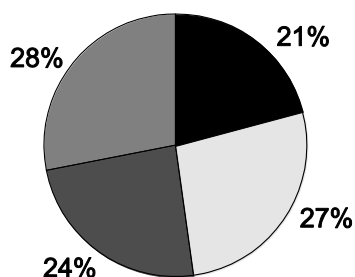
Informatiebron 3

Markt informatie

Het aantal verkochte muziekalbums wereldwijd wordt voor 2018 begroot op 550 miljoen stuks.

Van de consumenten die een bepaald album kopen (fysiek en/of digitaal), koopt 11% diverse merchandiseproducten van die band of van dat album, in hetzelfde jaar waarin ze het album hebben gekocht. Ze geven dan gemiddeld € 30 per jaar aan merchandiseproducten uit.

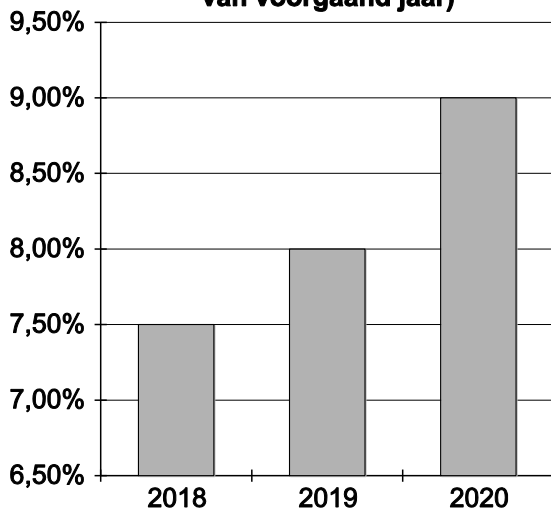
Verdeling aantal verkochte albums per werelddeel in 2018



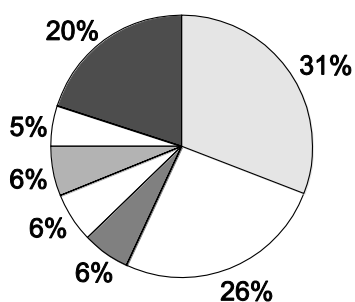
Legenda:

- Japan
- Noord-Amerika
- Noord-Europa
- overig


jaarlijkse omzetsijging van merchandiseproducten R&B/hiphop in Noord-Europa (in % ten opzichte van voorgaand jaar)



**verdeling aantal verkochte albums
in Noord-Europa in 2018**



Legenda:

-  pop
-  rock
-  country
-  dance
-  R&B
-  hiphop
-  overig

uitwerkbijlage

8

<p>Strength Itemnummer: ..</p> <p>Itemnummer: ..</p>	<p>Opportunity Itemnummer: ..</p> <p>Itemnummer: ..</p>
<p>Weakness Itemnummer: ..</p> <p>Itemnummer: ..</p>	<p>Threat Itemnummer: ..</p> <p>Itemnummer: : ..</p>

12

verandering als gevolg van verkoop R&B- en hip-hop merchandiseproducten	2018	2019	2020	2021– 2027
omzet (vraag 10)	1.198.000	2.587.000	
inkoopwaarde van de omzet (vraag 11)	599.000	1.293.500	
constante kosten	399.000	843.500	1.365.500	
resultaat	
contante waarde van het extra resultaat op 1 januari 2018	3.628.856,14