

Opgave 6 Een keur aan keurmerken

De markt voor kleding kent steeds meer keurmerken. Keurmerken zijn ontstaan om asymmetrische informatie over de kwaliteitsaspecten van kleding op te heffen. De wildgroei die vervolgens is ontstaan, zorgt weer voor meer onduidelijkheid. De diversiteit aan keurmerken maakt de markt met aanbod uit alle delen van de wereld minder transparant. De keurmerken gaan bijvoorbeeld over eerlijke handel of over mens- en milieuvriendelijke productie. Voor de klant is het lastig om al deze keurmerken met elkaar te vergelijken, en dus is het lastig om te kiezen tussen kleding met verschillende keurmerken.

Anderzijds concluderen onderzoekers dat consumenten in Nederland maar beperkt bereid zijn meer te betalen voor een beter geproduceerd kledingstuk dan voor een kledingstuk dat minder verantwoord is geproduceerd, maar in eenzelfde behoefte kan voorzien.

Gebruik bovenstaande tekst bij de volgende twee vragen.

2p **26** Leg uit dat er op de markt voor kleding met keurmerken sprake is van monopolistische concurrentie.

2p **27** Leg uit of kledingstukken met keurmerk en kledingstukken zonder keurmerk worden gezien als complementaire of als substitueerbare goederen.

Gebruik bron 1.

2p **28** Bereken hoeveel procent de consument gemiddeld meer wil betalen voor producten met een keurmerk voor milieuvriendelijke productie dan voor producten met een keurmerk voor eerlijke handel. Geef de uitkomst in hele procenten.

De onderzoekers vatten hun bevindingen samen in twee beweringen:

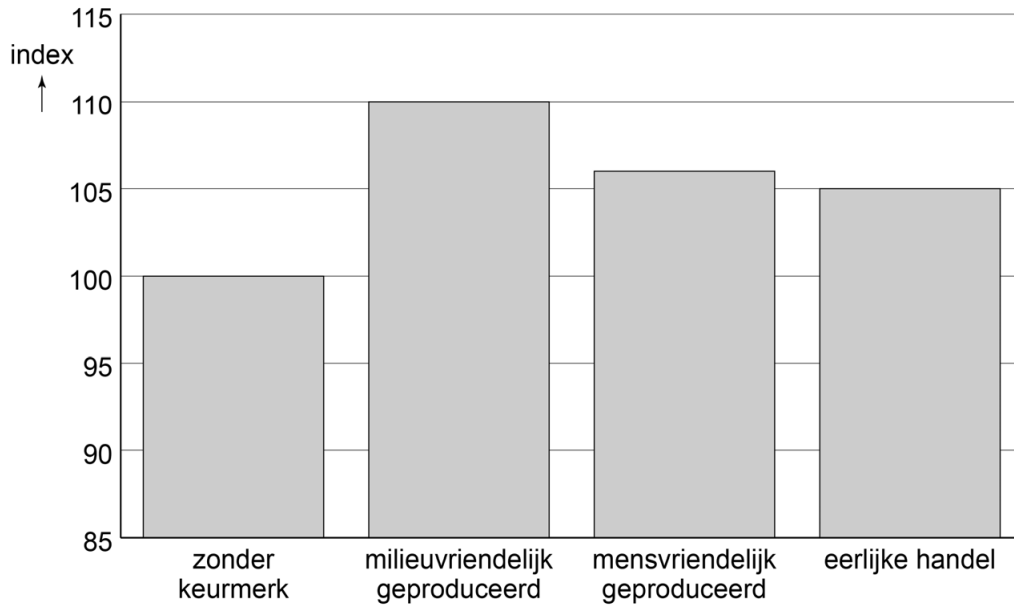
- 1 Als het gaat om milieuvriendelijk geproduceerde kleding is er sprake van informatieasymmetrie tussen de producenten en de consumenten.
- 2 Een keurmerk kan helpen de informatieasymmetrie te verminderen, maar kan ook juist de informatieasymmetrie in stand houden als er te veel keurmerken bestaan.

2p **29** Leg bewering 1 van de onderzoekers uit.

2p **30** Leg bewering 2 van de onderzoekers uit.

Opgave 6 Een keur aan keurmerken

bron 1 index¹⁾ betalingsbereidheid per type keurmerk²⁾



noot 1 prijs van een product zonder keurmerk = 100

noot 2 de index geeft aan hoeveel procent de consument gemiddeld méér/minder wil betalen voor een gelijkwaardig product met keurmerk