

Tekst 1) Albert Heijn

AMSTERDAM - De vader van de Nederlandse supermarkt wordt hij genoemd. Wie nog steeds denkt dat de donderdag op 83-jarige leeftijd in zijn slaap overleden tycoon A de oprichter van de gelijknamige supermarktketen is, heeft het mis. En wie nog steeds gelooft in die bescheiden, eenvoudige kruidenier die het zelf in zijn jeugd ook niet makkelijk had - een beeld dat hij graag van zichzelf schetste, vergist zich eveneens.

Zijn grootvader, die ook Albert heette, had niet alleen zestigduizend gulden van zijn vader geërfd, maar trouwde tevens met Neeltje de Ridder, dochter van een rijke dijkgraaf die zijn kinderen een forse erfenis naliet à 21 duizend gulden per kind. Dit waren in die tijd - de jaren 1880 - geen kinderachtige bedragen.

Opa Heijn liet zich na de Eerste Wereldoorlog vervoeren in een Buick met ingebouwde scheidingswand, waardoor hij uitsluitend met zijn chauffeur kon praten via een telefoontje. Hij gaf kleinzoon Albert voor Sinterklaas eens de fotoprojector waar de jongen om vroeg en kocht een pied-à-terre in Amsterdam 'voor de wintermaanden' en een vakantiehuis in Bergen aan zee.

Grootvader Heijn is de grondlegger van het huidige Ahold. Hij bouwde zijn kruidenierswinkelje in Oostzaan uit tot een keten van 75 winkels, met een omzet van 7,5 miljoen gulden (3,4 miljoen euro) en vierhonderd personeelsleden in dienst.

215 filialen

Zijn zonen Jan en Gerrit wisten de keten uit te breiden tot 215 filialen. De erfopvolgers verdubbelden de omzet naar ruim zeven miljoen euro en verdrievoudigden het personeelsbestand naar dertienhonderd mensen.

Daarna kwam 'onze' Albert in het bedrijf pas aan de beurt.

Tekst 2) Trouw 2007

hijsen – hees – gehesen : hochziehen, heben (zegen, tanken, bechern)
beteuerd :verdattert, belemmert

omgetoverd	: verzaubert
bezorgen	: liefern
zodra	: sobald
kledingroede	: Stange im Kleiderschrank
bestelwagen	: Lieferwagen
het milieu	: die Umwelt
filebestrijding	: Staubekämpfung
montagefrutsels	: Montagekleinkram
plechtig	: feierlich
legplank	: Einlegeboden
zeulen	: schleppen
het magazijn	: das Lager

De hele bedrijfsvoering van Ikea is erop gericht je naar die winkels te lokken.

door Jan Kuitenbrouwer

Het is altijd weer een wonderlijk moment om ergens ver van huis een exacte kopie aan te treffen van het Ikea-filiaal in je eigen woonplaats.

Het Ikea-filiaal zelf is ook een Ikea-product, denk ik. Het komt in een enorme platte kartonnen doos, die met een reusachtig stanleymes wordt opengesneden, dan worden de plastic zakken met montage materiaal opzij gelegd, de handleiding wordt opengeslagen en dan worden de onderdelen zelf recht op gehesen, de bekende blauwe gevelpanelen met gele opdruk. Even de pennetjes in de zijkant, verbinding aandraaien, klaar. Ikea heeft een speciaal zakje voor als er iets aan het pakket ontbreekt. 'Sorry dat we er niet meteen bij zaten', zegt een beteuterd kijkend inbussleuteltje. U begrijpt het al, we zijn er weer 'ns geweest. Inderdaad, er moest een kinderkamer worden omgetoverd tot tiener – eh, *space*.

We kochten een kast en een bed en een bureau en van de kast zou één onderdeel pas een paar dagen later weer op voorraad zijn. Omdat het zo veel was wilden we de boel laten bezorgen, dus we stelden voor om zodra dat onderdeel binnenkwam de order compleet te maken en de zaak op transport te zetten. Dit bleek onmogelijk. Nee, als die kledingroede weer voorradig was moesten wij naar Ikea komen, hem aanschaffen, afrekenen, en dan zouden ze hem komen brengen. Veertig kilometer met de auto op en neer voor één kledingroede, terwijl de Ikea-bestelwagen dezelfde rit maakt. In twee weekends en de tussenliggende week waren wij vijf keer bij Ikea, één keer voor de aanschaf van wat we nodig hadden, vier keer om dingen te ruilen, terug te brengen of aan te vullen. Tweehonderd autokilometers. Goed voor het milieu. In deze tijd van *e-merce*, *online shopping* en filebestrijding doet dit merkwaardig aan. Bij de klantenservice gebeurde iets dergelijks: de ontbrekende montagefrutsels kregen we plechtig overhandigd (het sorry-zakje), maar de verkeerde legplank konden ze niet ruilen voor de juiste. Dat moesten we zelf gaan doen, in de winkel. Die hele kruisgang nog eens, voor één plankje. Het lijkt wel alsof de hele bedrijfsvoering van Ikea erop gericht is je fysiek naar die winkels te lokken. Ze hebben een enorm uitgebreid programma voor garderobekasten, die je zelf samenstelt uit duizend verschillende onderdelen. Echt iets voor een internetmodule, waar je al muisklikkend zo'n kast samenstelt. Klaar? Bestellen maar! Nee, bij Ikea is het: Klaar? Boodschappenlijstje printen! In de auto stappen! Boedschappenlijstje voorlezen aan blauwgele werkstudent! Alles opnieuw invoeren! Hopelijk foutloos! Dat weer printen! Naar beneden! Zelf zeulen in het magazijn! En dan naar de 'goederenuitgifte'! Wachten! Slepen! Inladen! Thuis weer uitladen! Ikea begint, in al z'n modernheid, een beetje ouderwets te worden.

Tekst 3) Onderzoek naar praktische inkoopoplossingen

De inkoopfunctie in een bedrijf is belangrijk, vooral in economisch moeilijke tijden. De Hanzehogeschool Groningen stelt daarom een onderzoek in naar inkoop binnen het MKB.

Binnen het MKB kan het veel beter als het om inkoop gaat. Om het midden- en kleinbedrijf te helpen met concrete verbeteringen, voert de Groningse onderwijsinstelling in samenwerking met Hogeschool Utrecht het onderzoeksprogramma Innovatieve Inkoop- en Supply Management uit. Gert Walhof, lector inkoopmanagement Hanzehogeschool Groningen:

'Onderzoek toont aan dat het bedrijfsresultaat verbetert als de inkoopfunctie binnen bedrijven volwassener wordt. Een professionele inkoopfunctie draagt namelijk direct bij aan concurrentiekracht door aandacht te hebben voor kwaliteit, kosten en innovatie' 'Het onderzoeksprogramma Innovatieve Inkoop- en Supply Management doet onderzoek naar aanpak en hulpmiddelen met als doel het MKB te ondersteunen bij het professionaliseren van haar inkoopfunctie.

Effect professionalisering

Het Lectoraat Inkoopmanagement van de Hanzehogeschool Groningen wil in dit deelproject van het onderzoeksprogramma het effect van professionalisering in de praktijk onderzoeken. De inventarisatie richt zich op MKB-bedrijven in de branches bouw, installatietechniek en metaal. Walhof: 'Per branche is er ruimte voor vijf deelnemende bedrijven. Het onderzoek wordt uitgevoerd door een ervaren docent-onderzoeker als begeleider en twee studenten. Zij zijn gedurende tien weken beschikbaar zijn om het verbetervoorstel binnen de betreffende organisatie te maken en één van de mogelijkheden te implementeren.'

Praktijk

Walhof verwacht met dit onderzoek praktische oplossingen te vinden voor de problemen binnen het betreffende bedrijf. 'We weten dat de theorieën die we hebben op papier kloppen. Nu willen we weten of we die theorie ook in praktijk kunnen brengen, met praktische oplossingen die vervolgens weer snelle resultaten opleveren.' Tijdens het onderzoek krijgt het meewerkende bedrijf inzicht in de kwaliteit en prestaties van de inkoopfunctie. Daarbij stellen de begeleider en studenten een plan op met een aantal opties voor professionalisering van de inkoopfunctie. Vervolgens zorgen zij voor een implementatie van één van de verbeteropties die door het bedrijf is goedgekeurd.

Auteur: Marion van Hooren Datum: 29-09-2010

Tekst 4)

Tevredenheidsonderzoeken

Zowel klanten, relaties als medewerkers worden steeds kritischer, en zij geven dan ook steeds vaker hun mening over de ervaringen die zij met organisaties, producten en diensten hebben. Deze meningen zijn belangrijk voor het continue verbeteren van kwaliteit, het zorgen dat klanten en medewerkers tevreden zijn en blijven, en dat hun verwachtingen worden overtroffen. Om op te hoogte te blijven van deze belangrijke opinies, adviseert Mystery Guest B.V. tevredenheidsonderzoek dat op continue basis (al dan niet via internet) wordt uitgevoerd. Dit kunnen naast de Mystery Shop onderzoeken bijvoorbeeld ook de extern georiënteerde klanttevredenheidsonderzoeken (KTO) of de intern georiënteerde medewerkertevredenheidsonderzoeken (MTO) zijn, die eventueel met een vooraf opgestelde benchmark vergeleken worden.

Benchmark

Om de resultaten van het tevredenheidsonderzoek in perspectief te zetten, kan Mystery Guest B.V. de organisatie helpen een benchmark op te stellen. Dit kan een interne of een externe benchmark zijn. De interne benchmark kan gerealiseerd worden door de onderzoeksvragen voor te leggen aan de eigen medewerkers van de organisatie. Via het intranet kan dit uiterst eenvoudig gerealiseerd worden. Mystery Guest B.V. kan daarnaast een externe benchmark realiseren door middel van een Multi Cliënt ServiceScan. Ook voor het ontwikkelen van een passende onderzoeksopzet en vragenlijsten biedt Mystery Guest B.V. de benodigde knowhow.

Het platform

Mystery Guest BV biedt in samenwerking met partner Tevreden BV de mogelijkheid om een eigen bedrijfsplatform op te zetten, door middel van het toonaangevende systeem Evaluation-RMS. Eventuele specifieke functies, koppelingen met andere systemen en ander maatwerk kan op bestelling gerealiseerd worden, waardoor het systeem flexibel en modulair ingezet kan worden om perfect aan te sluiten bij de specifieke doelstellingen en wensen van de opdrachtgever. Zo is er altijd sprake van maatoplossingen en is iedere onderzoeksopzet met Evaluation-RMS te ondersteunen.

De voordelen van Evaluation:

- Het evaluatieproces kan geïntegreerd worden in de normale bedrijfsprocessen waardoor er sprake is van een continue meting;
- Stimulering van actieve betrokkenheid bij de medewerkers en/ of respondenten;
- Directe terugkoppeling van resultaten, benchmarks, response rates en andere statistieken;
- Mogelijkheid om direct actie te laten volgen op bepaalde resultaten;
- Duidelijke uitleg over onderzoeksdoelstellingen en verbeterintentie naar medewerkers en respondenten;
- Moderne, hoogwaardige en professionele opzet en uitvoering van onderzoek;
- Onderzoekscombinaties (internet, post, telefonisch, panel en interviews) naadloos te realiseren;

<http://www.mysteryguest.nl/tevredenheidsonderzoek/>

Tekst 5)

<i>Lediglich, nur</i>	slechts
<i>Reichlich, gut, etwas mehr als</i>	ruim
<i>Wie, wie etwa (vergleichend)</i>	zoals
<i>Im Durchschnitt, durchschnittlich</i>	gemiddeld
<i>Jeweils, jeweilig, beziehungsweise</i>	respectievelijk
<i>Vor allem, insbesondere, hauptsächlich</i>	vooral
<i>Beträchtlich, erheblich, bedeutend</i>	aanzienlijk
<i>Häufiger, öfter</i>	vaker
<i>Im Allgemeinen</i>	over het algemeen

Economisch Woordenschat:

het bijstandsniveau	<i>das Sozialhilfeniveau</i>
de alleenstaande	
de uitkering	<i>die Sozialhilfe, Rente, Beihilfe</i>
de inkomst	
het eigen vermogen	
de werkende vrouw	
de financiële tegenslag	<i>der finanzielle Misserfolg, Rückschlag</i>
een pensioen opbouwen	
de arbeidsongeschiktheidsuitkering	<i>die Erwerbsunfähigkeitsrente</i>
de financiële informatie	
de financiële kennis en vaardigheden	<i>Wissen und Geschick in finanziellen Dingen</i>
gemotiveerd	
iemand bij financiële zaken betrekken	<i>jem. bei Finanzangelegenheiten einbeziehen</i>
betaald werk verrichten	
in zijn eigen levensonderhoud voorzien	<i>seinen eigenen Unterhalt bestreiten</i>
economisch zelfstandig	

Vul de informatie aan:

in ons land wonen 3 miljoen vrouwen.....
Op 40- tot 45-jarige leeftijd hebben vrouwen minder dan de helft
ruim 1 miljoen vrouwen
Van de werkende vrouwen is 31 procent
Slechts 46 procent
64 procent van de Nederlandse vrouwen
vrouwen gaan bij een echtscheiding gemiddeld 23 procent.....
dit is voor mannen respectievelijk procent

Originele tekst: “Weinig vrouwen economisch zelfstandig”

Minder dan de helft van de Nederlandse vrouwen is economisch zelfstandig. Slechts 46 procent van de Nederlandse vrouwen tussen de 15 en 65 jaar verdient meer dan het bijstandsniveau van een alleenstaande.

Dat blijkt uit een onderzoek van kenniscentrum E-Quality in opdracht van de Delta Lloyd Group Foundation dat gisteren werd gepubliceerd.

Hoewel 64 procent van de Nederlandse vrouwen betaald werk verricht, wonen in ons land 3 miljoen vrouwen die niet in hun eigen levensonderhoud kunnen voorzien. Voor ruim 1 miljoen vrouwen houdt dat in, dat ze afhankelijk zijn van een uitkering. De overige vrouwen zijn afhankelijk van de inkomsten van een ander – zoals een partner – of van een eigen vermogen. Van de werkende vrouwen is 31 procent niet economisch zelfstandig.

Het onderzoek laat zien dat de vrouwen in Nederland kwetsbaar zijn voor financiële tegenslagen en andere ingrijpende gebeurtenissen. Zo gaan vrouwen er bij een echtscheiding gemiddeld 23 procent op achteruit en bij het overlijden van hun partner 27 procent. Voor mannen is dit respectievelijk 7 en 13 procent.

De Nederlandse vrouwen hebben vooral de opbouw van hun pensioen nog niet goed op orde. Vanaf hun dertigste bouwen vrouwen aanzienlijk minder pensioen op dan mannen. Op 40- tot 45-jarige leeftijd hebben vrouwen minder dan de helft van het pensioen van mannen opgebouwd.

Naast leeftijd speelt de etnische achtergrond een rol. Niet-westerse vrouwen zijn gemiddeld op jongere leeftijd afhankelijk van een arbeidsongeschiktheidsuitkering en weten minder goed hoe ze aan financiële informatie moeten komen dan autochtone vrouwen.

Vrouwen hebben over het algemeen minder financiële kennis en vaardigheden en zijn minder gemotiveerd om die op te doen dan mannen. De onderzoekers vinden dat er meer moet worden gedaan om vrouwen bij financiële zaken te betrekken en ze daarvoor voor te lichten.

Formuleer het thema van bovenstaande tekst:

In de tekst gaat het om

Oefening

Vul de volgende woorden in:

afhankelijk alleenstaande blijkt bouwen economisch financiële gemiddeld gemotiveerd gepubliceerd houdt inkomsten kennis leeftijd levensonderhoud onderzoekers opdracht pensioen respectievelijk uitkering verdient

Minder dan de helft van de Nederlandse vrouwen is economisch zelfstandig. Slechts 46 procent van de Nederlandse vrouwen tussen de 15 en 65 jaar _____ meer dan het bijstandsniveau van een _____. Dat _____ uit een onderzoek van kenniscentrum E-Quality in _____ van de Delta Lloyd Group Foundation dat gisteren werd

_____ . Hoewel 64 procent van de Nederlandse vrouwen betaald werk verricht, wonen in ons land 3 miljoen vrouwen die niet in hun eigen _____ kunnen voorzien. Voor ruim 1 miljoen vrouwen _____ dat in, dat ze afhankelijk zijn van een _____ . De overige vrouwen zijn afhankelijk van de _____ van een ander – zoals een partner – of van een eigen vermogen. Van de werkende vrouwen is 31 procent niet _____ zelfstandig. Het onderzoek laat zien dat de vrouwen in Nederland kwetsbaar zijn voor _____ tegenslagen en andere ingrijpende gebeurtenissen. Zo gaan vrouwen er bij een echtscheiding _____ 23 procent op achteruit en bij het overlijden van hun partner 27 procent. Voor mannen is dit _____ 7 en 13 procent. De Nederlandse vrouwen hebben vooral de opbouw van hun _____ nog niet goed op orde. Vanaf hun dertigste _____ vrouwen aanzienlijk minder pensioen op dan mannen. Op 40- tot 45-jarige _____ hebben vrouwen minder dan de helft van het pensioen van mannen opgebouwd. Naast leeftijd speelt de etnische achtergrond een rol. Niet-westerse vrouwen zijn gemiddeld op jongere leeftijd _____ van een arbeidsongeschiktheidsuitkering en weten minder goed hoe ze aan financiële informatie moeten komen dan autochtone vrouwen. Vrouwen hebben over het algemeen minder financiële _____ en vaardigheden en zijn minder _____ om die op te doen dan mannen. De _____ vinden dat er meer moet worden gedaan om vrouwen bij financiële zaken te betrekken en ze daarover voor te lichten.

Tekst 6) Thuiswerken upcoming?

9 januari 2009

Op de fiets **wind** en **regen** trotseren, urenlang in de **file** staan, in een overvolle bus of tram wachten en mijn **persoonlijke favoriet**: mijzelf irriteren aan mensen die niet begrijpen dat de **roltrap** een middel is om sneller op een andere verdieping van een (**metro**) **station** te komen en standvastig op de linkerkant blijven staan. Deze dingen kunnen tot het verleden horen want volgens de Telegraaf van gisteren zit **thuiswerken** in de lift.

Met behulp van de **hedendaagse techniek** wordt het voor werknemers makkelijker om thuis te werken. Je pakt gewoon je laptop, logt in op het intranet van je werk en je kunt aan de slag.

Maar waarom blijven werkgevers en de overheid **twijfelen over thuiswerken**? Simpele afspraken zijn niet voldoende, werkgevers willen met eigen ogen zien dat thuiswerken ook resultaat oplevert voordat ze overstag gaan.

Vooraf onder vrouwen is de vraag naar werkgevers die thuiswerken aanbieden groot. Uit een onderzoek van **thuiswerkorganisatie** Money Penny blijkt dat vrouwen **wel degelijk** meer uren willen werken. Als de mogelijkheid bestaat om (**deels**) thuis te werken, zijn ze bereid om weken van maar liefst **36 uur** te maken - in tegenstelling tot de **20 uur** die ze nu werken. Een dreigend tekort op de **arbeidsmarkt** als gevolg van de vergrijzing is hiermee in **één klap** opgelost.

In 2003 had ongeveer een **kwart** van de bedrijven in Nederland mensen in dienst die thuiswerken. In 2007 is dat al opgelopen tot bijna de **helft** van de bedrijven. Natuurlijk wordt het wat lastig voor **verpleegkundigen** of **horecapersoneel**, maar voor veel kantoormedewerkers zou thuiswerken **geen probleem** moeten zijn. Zij zijn ervan overtuigd dat je thuis **resultaatgericht** kunt werken... nu hun **directeuren** nog.

*bedrijven bereid bestaat directeuren file horecapersoneel horen intranet
irriteren lastig lift onderzoek opgelopen opgelost oplevert resultaatgericht
slag techniek tegenstelling tekort thuiswerken verdieping voldoende vraag
wachten werkgevers*

Op de fiets wind en regen trotseren, urenlang in de _____ staan, in een overvolle bus of tram _____ en mijn persoonlijke favoriet: mijzelf _____ aan mensen die niet begrijpen dat de roltrap een middel is om sneller op een andere _____ van een (metro) station te komen en standvastig op de linkerkant blijven staan. Deze dingen kunnen tot het verleden _____ want volgens de Telegraaf van gisteren zit thuiswerken in de _____. Met behulp van de hedendaagse _____ wordt het voor werknemers makkelijker om thuis te werken. Je pakt gewoon je laptop, logt in op het

_____ van je werk en je kunt aan de _____. Maar waarom blijven _____ en de overheid twijfelen over thuiswerken? Simpele afspraken zijn niet _____, werkgevers willen met eigen ogen zien dat thuiswerken ook resultaat _____ voordat ze overstag gaan. Vooral onder vrouwen is de _____ naar werkgevers die thuiswerken aanbieden groot. Uit een _____ van thuiswerkorganisatie Moneypenny blijkt dat vrouwen wel degelijk meer uren willen werken. Als de mogelijkheid _____ om (deels) thuis te werken, zijn ze _____ om weken van maar liefst 36 uur te maken - in _____ tot de 20 uur die ze nu werken. Een dreigend _____ op de arbeidsmarkt als gevolg van de vergrijzing is hiermee in één klap _____. In 2003 had ongeveer een kwart van de _____ in Nederland mensen in dienst die thuiswerken. In 2007 is dat al _____ tot bijna de helft van de bedrijven. Natuurlijk wordt het wat _____ voor verpleegkundigen of _____, maar voor veel kantoormedewerkers zou _____ geen probleem moeten zijn. Zij zijn ervan overtuigd dat je thuis _____ kunt werken... nu hun _____ nog.

Tekst 6) Waar hangt de vraag naar een bepaald product van af?

In de meeste kranten - op de pagina's over economie - lees je over een vrije markt en privatisering. Wat houdt een vrije markt in? Op een vrije markt met concurrerende bedrijven wordt de prijs bepaald door de vraag van consumenten en het aanbod van producenten. Economen verklaren niet waarom mensen bepaalde goederen kopen, maar ze willen wel graag weten hoeveel mensen uitgeven aan bepaalde goederen.

Om de werking van die vrije markt duidelijk te maken gebruiken economen de lineaire vergelijkingen die je bij wiskunde hebt geleerd.

Anna en Marleen willen graag weten hoeveel blikjes cola er worden verkocht.

Waar hangt dat van af? Heeft de prijs van bier invloed op de vraag naar cola?

Geven mensen met een hoger inkomen meer geld uit aan cola? Hoeveel cola wil de fabrikant produceren? Welke prijs moet voor de cola betaald worden en hoe komt die prijs tot stand? Welke kosten aan gezondheidszorg (de tandarts bijvoorbeeld) brengt het drinken van cola met zich mee?

Uit marktonderzoek is gebleken dat de **vraag** naar cola afhangt van de volgende factoren:

De vraag naar cola hangt dus af van verschillende factoren en dat lijkt heel

ingewikkeld. Economen brengen vaak een vereenvoudiging aan en kijken dan uitsluitend naar het verband tussen de belangrijkste factor (de prijs) en de gevraagde hoeveelheid. Daarbij veronderstellen ze de overige factoren constant. (in vaktaal: *ceteris paribus*)

Het gaat dus (voorlopig) alleen maar over de vraag naar cola en de prijs van de cola. Al heel lang geleden is het economen gelukt het verband tussen vraag en prijs in een lineaire formule weer te geven. We noemen dat de **prijsvraagfunctie** of **prijsvraagvergelijking**. Kort gezegd noemen economen dit ook wel de **vraaglijn**.

Een voorbeeld voor de vraaglijn voor cola staat in het kader hiernaast, met toelichting wat de letters in deze formule voorstellen. In deze formule kun je het bouwschema $y = ax + b$ herkennen.

Als de prijs van een blikje cola in dit voorbeeld € 1 is, dan is de gevraagde hoeveelheid $-400 \times 1 + 600 = 200$ (duizend). Stijgt de prijs naar €1,25, dan is de vraag afgenomen tot $-400 \times 1,25 + 600 = 100$ (duizend).

de prijs van cola	de prijzen van andere dranken
	het inkomen van de consumenten
	de voorkeuren van de consumenten
	het aantal consumenten

De vraag naar cola hangt dus af van verschillende factoren en dat lijkt heel ingewikkeld. Economen brengen vaak een vereenvoudiging aan en kijken dan uitsluitend naar het verband tussen de belangrijkste factor (de prijs) en de gevraagde hoeveelheid. Daarbij veronderstellen ze de overige factoren constant. (in vaktaal: *ceteris paribus*)

Het gaat dus (voorlopig) alleen maar over de vraag naar cola en de prijs van de cola. Al heel lang geleden is het economen gelukt het verband tussen vraag en prijs in een lineaire formule weer te geven. We noemen dat de **prijsvraagfunctie** of **prijsvraagvergelijking**. Kort gezegd noemen economen dit ook wel de **vraaglijn**.

Setzen Sie die folgenden Wörter (bzw. Wortteile) in die Lücken im Text:
aanbod afhangt betaald concurrerende constant consumenten Economen factoren formule gelukt gezondheidszorg hoeveelheid houdt inkomen invloed kopen kranten marktonderzoek prijs prijsvraagfunctie privatisering produceren uitgeven verband vereenvoudiging vergelijkingen verkocht vraag werking

Waar hangt de vraag naar een bepaald product van af? In de meeste _____ - op de pagina's over economie - lees je over een vrije markt en _____. Wat _____ een vrije markt in? Op een vrije markt met _____ bedrijven wordt de prijs bepaald door de vraag van _____ en het _____ van producenten. _____ verklaren niet waarom mensen bepaalde goederen _____, maar ze willen wel graag weten hoeveel mensen _____ aan bepaalde goederen. Om de _____ van die vrije markt duidelijk te maken gebruiken economen de lineaire _____ die je

bij wiskunde hebt geleerd. Anna en Marleen willen graag weten hoeveel blikjes cola er worden _____ . Waar hangt dat van af? Heeft de prijs van bier _____ op de vraag naar cola? Geven mensen met een hoger _____ meer geld uit aan cola? Hoeveel cola wil de fabrikant _____ ? Welke prijs moet voor de cola _____ worden en hoe komt die _____ tot stand? Welke kosten aan _____ (de tandarts bijvoorbeeld) brengt het drinken van cola met zich mee? Uit _____ is gebleken dat de vraag naar cola _____ van de volgende factoren: De vraag naar cola hangt dus af van verschillende _____ en dat lijkt heel ingewikkeld. Economen brengen vaak een _____ aan en kijken dan uitsluitend naar het _____ tussen de belangrijkste factor (de prijs) en de gevraagde _____. Daarbij veronderstellen ze de overige factoren _____. (in vaktaal: ceteris paribus) Het gaat dus (voorlopig) alleen maar over de _____ naar cola en de prijs van de cola. Al heel lang geleden is het economen _____ het verband tussen vraag en prijs in een lineaire _____ weer te geven. We noemen dat de _____ of prijsvraagvergelijking. Kort gezegd noemen economen dit ook wel de vraaglijn.

Tekst 7) 'Amsterdamse hotels behoren tot smerigste van Europa'

Van onze redactie – 26/01/11 VK

AMSTERDAM - 'Niet geschikt voor mensen', 'Ik verblijf nog liever in een telefooncel', 'Gratis muizen bij elke kamer!'... De kritiek van gasten op vier Amsterdamse hotels is niet mals. Vier van de tien smerigste hotels van Europa bevinden zich in de Nederlandse hoofdstad, concludeert hotelsite TripAdvisor op basis van reacties van gebruikers.

In de [jaarlijkse ranglijst](#) van TripAdvisor bezet Amsterdam de plekken 6, 7, 9 en 10. Het gaat respectievelijk om 'De Lantaerne' op de Leidsegracht, 'Y Boulevard' aan de Prins Hendrikkade, 'Manofa' aan het Damrak en 'The Globe' aan de Oudezijds Voorburgwal. Vorig jaar stond er slechts één Amsterdams hotel in de top-10, Het Dam Hotel, maar dat is dit jaar uit de lijst verdwenen.

Turkse badplaats

Londen doet het nog slechter. De Britse hoofdstad is dit jaar eveneens met vier hotels in de lijst

vertegenwoordigd, en bezet de plaatsen 3, 4, 5 en 8. Het smerigste hotel van Europa is, afgaand op de lezersrecensies, Club Aqua Gumbet in de Turkse badplaats Gumbet (bij Bodrum) concludeert TripAdvisor. 'Hotel from hell' en 'cellenblok' zijn geschikte namen, aldus bezoekers. 'Het zwembad wordt vervuild met rioolwater'.

Het smerigste hotel in Azië is volgens TripAdvisor het Goldkist Beach Resort in Singapore ('Taxichauffeurs zullen je uitlachen als je zegt dat je hier verblijft'). Van de hotels in de Verenigde Staten kreeg het Grand Resort Hotel & Convention Center in Pidgeon Forge, Tennessee de meeste slechte bezoekersrecensies ('Waarschuwing, verblijf hier niet!').

TUI: absoluut geen prijsafspraken ANP – 25/01/11

RIJSWIJK - TUI Nederland werpt beschuldigingen van prijsafspraken in de reisbranche 'ver van zich af'. Dat zei bestuursvoorzitter Steven van der Heijden van TUI Nederland dinsdag tegen het ANP.

Volgens de topman van TUI spitst het onderzoek van kartelwaakhond NMa zich toe op de vraag hoe de grote touroperators van Nederland omgaan met de reisagenten. Daarbij zou het gaan om zowel de eigen kantoren als die van derden. 'De vraag is of er zaken zijn afgestemd tussen touroperators onderling naar de reisagenten toe', aldus Van der Heijden.

Pakketreizen

Touroperators verkopen pakketreizen, via hun eigen reisbureaus maar ook via andere partijen zoals D-Reizen. Volgens Van der Heijden meent de NMa dat de touroperators prijzen voor bepaalde bestemmingen hebben afgestemd. 'Maar de NMa laat niet het achterste van de tong zien.'

TUI Nederland verleent net als de andere organisaties alle medewerking aan het onderzoek van de NMa en is overtuigd van een goede afloop. 'De reisbranche is een zeer concurrerende markt.'

Van der Heijden is behalve bestuursvoorzitter van TUI Nederland ook de voorzitter van de koepel voor de reisbranche, de ANVR. De NMa heeft daar ook een inval gedaan.