

### Paragraaf 1.1 Waar kies je voor?

Behoeften = wensen

- Primaire behoeften / basisbehoeften = behoeften die helpen om in leven te blijven (voeding, woonruimte, kleding & veiligheid)
- Secundaire behoeften / luxe behoeften = alle andere behoeften

Middelen

- Geld
- Bezittingen
- Tijd

Prioriteiten = behoeften op volgorde van belangrijkheid zetten

Producten

- Goederen = materieel / stoffelijk (aan te raken)
- Diensten = immaterieel / onstoffelijk (niet aan te raken)

Welvaart = de mate waarin mensen met de beschikbare middelen in hun behoefte kunnen voorzien

Schaars = beperkte beschikbaarheid, als je middelen moet opofferen om een product te bemachtigen

Vrije goederen = als je geen middelen moet opofferen om een product te bemachtigen

Consumenten = kopen om in de behoeften te voorzien

Producers = maken om in de behoeften te voorzien

Zelfvoorziening = zelf produceren om in je eigen behoefte te voorzien

Consumentengedrag

- Wat koopt de consument (bestedingspatroon)
- Hoeveel geld geeft de consument uit
- Waardoor wordt deze keuze beïnvloed

Marktonderzoek = een onderzoek naar consumentengedrag, uitgevoerd in opdracht van een producent met als doel om meer te kunnen verkopen

Doelgroep = een groep consumenten waarop een producent zich richt

Marketing = verkoopkunde, alles wat een bedrijf onderneemt om te verkopen

Marketinginstrumenten/mix:

- Productbeleid = product eigenschappen, assortiment & verpakking
- Prijsbeleid = prijs segment (prijsvechter of exclusief)
- Plaatsbeleid = waar is het product te koop (locatie, schap, internet etc.)
- Promotiebeleid = het onder de aandacht brengen van de consument (reclame, acties etc.)

Reclame = het onder de aandacht brengen van ....

- Commerciële reclame = reclame gericht op verkoop
- Ideële reclame = reclame gericht op gedragsverandering

Reclame Code Commissie = controleert reclame op misleiding (verkeerde veronderstelling van zaken) van consumenten

Internet verwijzing:

[www.sire.nl](http://www.sire.nl)

[www.reclamecode.nl](http://www.reclamecode.nl)

### Paragraaf 1.2 Sta je samen sterker?

Consumentenorganisaties = onafhankelijke organisatie die opkomt voor de belangen van de Consument

Taken van een consumentenorganisatie

- Voorlichting geven
- Vergelijkend warenonderzoek
- Juridisch advies

Voorbeelden van consumentenorganisaties

- Consumentenbond = algemeen
- Vereniging Eigenhuis = huizenbezitters
- ANWB = weggebruiker
- ROVER = reiziger openbaarvervoer

#### Internet verwijzing:

[www.consumentenbond.nl](http://www.consumentenbond.nl)

[www.veh.nl](http://www.veh.nl)

[www.anwb.nl](http://www.anwb.nl)

[www.rover.nl](http://www.rover.nl)

[www.consuwijzer.nl](http://www.consuwijzer.nl)

Vergelijkend warenonderzoek = soortgelijke producten vergelijken op prijs en kwaliteit

Consumer power = consumentenkracht, door samen te werken kunnen consumenten meer invloed uitoefenen op de bedrijven en/of overheid

Consumentenrecht = wetten en regels die de consument beschermen bij de aankoop van een product bij een bedrijf (niet bij een particulier)

- Wet consumentenkoop = consument heeft recht op een deugdelijk product
- Warenwet = verbiedt verkoop van levensmiddelen en andere producten die een gevaar vormen voor de gezondheid of veiligheid
- Wet Productaansprakelijkheid = als een gebrekkig product schade veroorzaakt aan andere zaken of aan een persoon, dan is de fabrikant aansprakelijk voor de gevolgschade
- Colportagewet = verkopen aan de deur of verkoopdemonstraties thuis of tijdens bus- of bootreis kunnen binnen acht dagen schriftelijk ongedaan worden gemaakt als het aankoopbedrag meer is dan €34,-
- Koop op afstand = bij aankoop via internet, telefoon of met een bestelbon uit een catalogus. Er is een bedenktijd van zeven werkdagen nadat je het product thuis hebt ontvangen. Uitgezonderd zijn vakanties via internet geboekt en producten die bederfelijk zijn.

VWA = Voedsel en Waren Autoriteit, houdt toezicht op de naleving van de Warenwet

Deugdelijk product = bij normaal gebruik van een product mag je als consument er van uitgaan dat een product een bepaalde tijd meegaat

#### Internet verwijzing:

[www.vwa.nl](http://www.vwa.nl)



### Paragraaf 1.3 Kun je genoeg kopen?

Inflatie = algemene prijsstijging van producten  
Koopkracht = hoeveelheid producten die je met je inkomen kunt kopen

- Koopkracht daalt = inflatie stijgt sneller dan inkomen
- Koopkracht blijft gelijk = inflatie stijgt gelijk met inkomen
- Koopkracht stijgt = inflatie stijgt minder snel dan inkomen

Internet verwijzing:  
[www.cbs.nl](http://www.cbs.nl)

CBS = Centraal Bureau voor de Statistiek, houdt in opdracht van de overheid de ontwikkelingen van prijzen (CPI) in Nederland bij  
CPI = consumentenprijsindexcijfer, berekend door het CBS

Indexcijfer = een getal dat aangeeft hoeveel iets in een bepaalde periode is veranderd ten opzichte van het afgesproken tijdstip (basisjaar = 100)

$$\text{indexcijfer} = \frac{\text{waarde jaar } x}{\text{waarde basisjaar}} \times 100$$

Nominaal inkomen = het inkomen in euro's  
Reëel inkomen = de koopkracht van je inkomen  
Prijscompensatie = hierbij stijgen de lonen net zo veel als de prijzen (inflatie), zodat de koopkracht van je inkomen (reëel) gelijk blijft

#### Oorzaken van inflatie

- Aanbodzijde = hogere kosten worden door bedrijven doorberekend in de prijs
  - Prijscompensatie
  - Hogere grondstofprijzen
  - Hogere tarieven voor vergunningen en heffingen
  - Hogere btw tarieven
- Vraagzijde = grotere vraag naar producten leidt tot hogere prijzen

ECB = Europese Centrale Bank, moet ervoor zorgen dat de euro zijn waarde Behoudt

Rente = vergoeding om geld te mogen lenen

- ECB verhoogt rente → er wordt meer gespaard / er wordt minder geleend → er wordt minder geconsumeerd / geïnvesteerd → inflatie daalt
- ECB verlaagt rente → er wordt minder gespaard / er wordt meer geleend → er wordt meer geconsumeerd / geïnvesteerd → inflatie stijgt

Internet verwijzing:  
[www.ecb.europa.eu](http://www.ecb.europa.eu)

## Paragraaf 1.4 Spaar jij het milieu?

### Milieuschade

- Vervulling van Lucht, water bodem
- Het verbruik van energiebronnen
- Het verbruik van grondstoffen
- Het ontstaan van afval

### Oorzaken milieuschade

- Stijging welvaart = meer inkomen → meer consumenten → meer produceren → meer milieuschade
- Groei bevolking = meer consumenten → meer consumenten → meer produceren → meer milieuschade
- Verandering in consumptie gedrag = meer consumenten → meer produceren → meer milieuschade

### Wat kan je doen als consument

- Bij aankoop van goederen kiezen voor milieu- diervriendelijke producten
- Minder consumeren
- Vaker het openbaar vervoer of de fiets nemen
- Je afval scheiden (recyclen)

Keurmerken = geeft zekerheid dat het product beter is voor het milieu dan andere Producten

