

Bijlage VWO  
**2011**

tijdvak 2

	<b>management &amp; organisatie</b>
tevens oud programma	<b>management &amp; organisatie</b>

---

Informatieboekje

## Formuleblad

---

Voor de beantwoording van de vragen 2, 13 en 14 zijn de volgende formules beschikbaar:

$$2 \quad r_{tv} = \frac{\text{winst} + \text{interestkosten vreemd vermogen}}{\text{gemiddeld geïnvesteerd totaal vermogen}} \times 100\%$$

$$13 \quad \text{cashflow} = \text{opbrengsten} - \text{kosten (exclusief afschrijvingen)}$$

14 gebruikte symbolen:

C = contante waarde

E = eindwaarde

K = kapitaal

T = termijnbedrag

p = rentepercentage

n = aantal perioden/termijnen

i = interest

formules:

$$i = \frac{p}{100}$$

$$C = K \times (1 + i)^{-n}$$

$$C_n = T \times \frac{1 - (1 + i)^{-n}}{i}$$

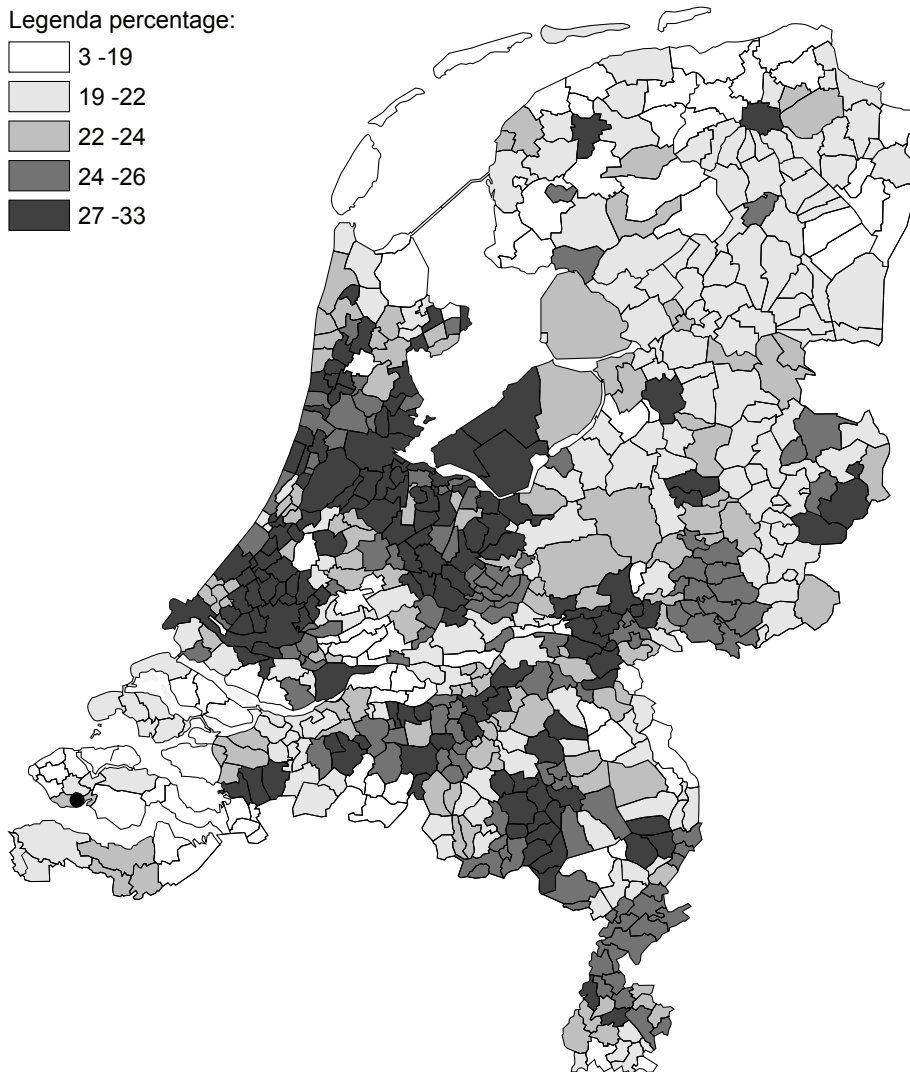
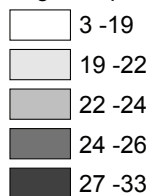
$$E = K \times (1 + i)^n$$

$$E_n = T \times \frac{(1 + i) \times \{(1 + i)^n - 1\}}{i}$$

## Huishoudens die aan fitness doen

Huishoudens waarin aan fitness wordt gedaan, per gemeente, in procenten van het totaal aantal huishoudens

Legenda percentage:



● Vlissingen

bron: [www.zorgatlas.nl](http://www.zorgatlas.nl)

### Fitnessbranche

Fitnesscentra ontwikkelen zich meer en meer tot multifunctionele bewegingscentra waarbij naast fitness ook andere sporten beoefend kunnen worden. Fitness is opgeklimmen tot de eerste sport in Nederland. De branche heeft zich in de afgelopen jaren in snel tempo geprofessionaliseerd.

Kansen en bedreigingen:

- De toenemende aandacht voor overgewicht, gezondheid, gezonde voeding en vitaliteit.
- Zorgverzekeraars maken meer gebruik van en sluiten meer contracten met ketens van fitnesscentra.
- Door vergrijzing is er toenemende aandacht voor fitness als ziektepreventie.
- De toenemende vraag naar persoonlijke begeleiding in plaats van groepsfitness.
- Fitnesscentra worden groter.
- Ketens zijn in opkomst.
- De toename van ketens en de toename van centra voor speciale doelgroepen leiden tot een verdringingsmarkt.
- Gekwalificeerd personeel is schaars.
- Het verloop onder de leden is hoog. Werving van nieuwe leden en behoud van bestaande leden vragen een actief marketingbeleid en een groot marketingbudget.
- Fitness is een dure sport. Door het hanteren van lagere abonnementsstarieven is er groei mogelijk voor (budget) fitnesscentra.

### Ketens

Pas na het jaar 2000 kwamen de eerste grote internationale ketens in Nederland. Inmiddels telt Nederland ruim 30 ketens. Momenteel maakt circa 15% van de fitnesscentra deel uit van een keten, wat neerkomt op ruim 250 fitnesscentra. De vestigingen van de fitnessketens zijn voornamelijk terug te vinden in sterk tot zeer sterk verstedelijkte gebieden (gemiddeld 20% van alle fitnesscentra).



Met 50 vestigingen, verspreid over heel Nederland, is HealthCity de op één na grootste fitnessketen in ons land. Internationaal telt HealthCity ruim 100 vestigingen verspreid over Nederland, België en Duitsland. In de provincies Friesland, Utrecht en Zeeland heeft HealthCity nog geen vestigingen. De wil om verder te groeien is nog niet over, want HealthCity International wil in Nederland en België naar een landelijke dekking toe. HealthCity heeft deluxe vestigingen met vele faciliteiten en een groot aanbod van instructeurs en programma's. Daarnaast heeft HealthCity ook basic vestigingen met een aanbod dat meer is toegesneden op de prijsbewuste consument.

*bron: HealthCity*

HealthCity hanteert bij overname van zelfstandige fitnesscentra de volgende zes criteria:

- a Gelegen in gebieden waar HealthCity zelf weinig centra of geen centrum heeft en waar voldoende groeipotentieel aanwezig is, dus daar waar in minder dan 25% van de huishoudens aan fitness wordt gedaan.
- b De omzet per € 1,- loonkosten (inclusief arbeidsbeloning van de eigenaren) moet minimaal € 1,50 bedragen.
- c Het bedrijfsresultaat (na aftrek van de arbeidsbeloning voor de eigenaren) in procenten van de omzet mag maximaal 15% lager liggen dan het gemiddelde van de fitnessbranche.
- d De solvabiliteit (eigen vermogen als percentage van het vreemd vermogen) moet op de overnamebalans minimaal 55% zijn.
- e De current ratio moet op de overnamebalans minimaal 0,25 zijn.

HealthCity gaat tot overname over als:

- aan criterium a is voldaan én
- aan 3 van de criteria b t/m e is voldaan.

## Informatiebron 4

---

### Kengetallen van de fitnessbranche 2010

	<b>kleinbedrijf</b>	<b>middenbedrijf</b>
aantal fte's	≤ 8 fte	> 8 fte - < 100 fte
omzet per fte (× € 1.000)	79	67
inkoopwaarde in % omzet	5,1%	4,6%
loonkosten in % omzet <sup>1)</sup>	24,7%	41,0%
afschrijvingskosten in % omzet	14,4%	14,0%
overige huisvestingskosten in % omzet	16,4%	11,9%
verkoopkosten in % omzet	2,6%	3,7%
interestkosten in % omzet	5,0%	4,9%
overige kosten in % omzet	14,3%	10,6%

noot 1 inclusief arbeidsbeloning voor de eigenaren

## Informatiebron 5

### Financiële gegevens van Sanalux

<b>Debet</b>	<b>Balans SANALUX per 1 januari 2011</b>		<b>Credit</b>
Bedrijfspand	473.070	Eigen vermogen	274.537
Apparatuur	243.624	Rabo hypothecaire lening	283.688
Horeca-inventaris	35.400	Lening Lievens senior	75.000
Vorraden	14.654	Vooruitontvangen contributies	167.512
Liquide middelen	54.347	Crediteuren	17.658
		Rabo rekening-courant	<u>2.700</u>
	€ <u>821.095</u>		€ <u>821.095</u>

<b>Resultatenrekening SANALUX over 2010</b>		
Omzet fitness	605.432	
Omzet horeca	<u>24.180</u>	
<b>Totale omzet</b>		<b>629.612</b>
Inkoopwaarde	26.185	
Loonkosten <sup>1)</sup>	363.248	
Afschrijvingskosten pand	27.505	
Afschrijvingskosten overig	33.920	
Overige huisvestingskosten	9.347	
Verkoopkosten	14.126	
Interestkosten	30.021	
Overige kosten	<u>46.125</u>	
<b>Totale kosten</b>		<b><u>550.477</u></b>
<b>Bedrijfsresultaat</b>		<b>€ <u>79.135</u></b>

noot 1 exclusief de arbeidsbeloning voor de eigenaren. Deze arbeidsbeloning wordt per eigenaar die fulltime in zijn eigen bedrijf werkt gelijkgesteld aan € 42.000,- per jaar.

## Informatiebron 6

---

### Auto-S.O.S. gereedschap 4-in-1

Met dit gereedschap kunnen levens worden gered. Het is geschikt voor het inslaan van autoruiten om anderen of uzelf uit een verongelukte auto te bevrijden. Het biedt bovendien een superfelle LED-zaklamp, gordelsnijder en knipperende noodhulplamp. Een bevestigingsclip op het apparaat zorgt ervoor dat deze in geval van nood altijd snel bij de hand is. De behuizing is waterdicht en eenvoudig zonder gereedschap te installeren. Levensduur LED 100.000 uur. Voeding door middel van 2 penlitebatterijen.



*bron: [www.reclameartikel](http://www.reclameartikel.com) / Stockton*



## Informatiebron 7

---

### Gegevens over de inkoop van veiligheidshamers door Carparts

*Alle genoemde bedragen zijn exclusief btw*

#### Gegevens over inkoopprijs:

Inkoopprijs per veiligheidshamer € 2,92

#### Gegevens over de inkoopkosten:

- \* Met betrekking tot het aantal benodigde zeecontainers
  - aantal verpakte veiligheidshamers per m<sup>3</sup>: 3.000 stuks
  - inhoud van een standaard zeecontainer: 67 m<sup>3</sup>
  - Het aantal benodigde containers wordt op hele containers afgerond.
  
- \* Transportkosten van Pasir Panyan Terminal Singapore naar Container Terminal Rotterdam zijn US \$ 1.744,- per zeecontainer. De koers van de US dollar in euro bedraagt 1 US \$ = 0,625 €
  
- \* Afhandeling, douane en transport van Container Terminal Rotterdam naar Breda. De kosten zijn € 310,- per zeecontainer.
  
- \* Verzekeringskosten zijn 2,5 % van de verzekerde waarde. De hamers zijn volledig verzekerd voor de inkoopprijs.

## Informatiebron 8

*Alle genoemde bedragen zijn exclusief btw (tenzij anders vermeld).*

### Gegevens over de verkoop van de veiligheidshamer

#### Reclame (getallen in euro's)

- advertentie Autokampioen oktober, november en december 2010, per nummer 6.000,-
- 50 tv-commercials in de avond, per stuk 7.500,-
- 10 tv-commercials direct na de Postbus 51 spot van de overheid over de verplichte invoering van de veiligheidshamer, per stuk 12.500,-
- overige reclamekosten 82.000,-

#### Verkoop

De verkoop gebeurt door levering aan de detailhandel én door directe levering aan consumenten via internet. Hiervoor gelden de volgende gegevens:

verkoop via de detailhandel		verkoop via internet	
variabele verkoopkosten voor Carparts	€ 0,40 per stuk	variabele verkoopkosten	€ 2 per stuk
winstmarge voor de detailhandel	25% van de detailhandelsinkoopprijs		
		extra constante kosten website en administratie	€ 29.000

Verwacht wordt dat 60% van de verkopen via de detailhandel zal gaan. Marktonderzoek heeft geleid tot de beslissing dat bij beide verkoopkanalen een consumentenprijs van € 11,90 inclusief 19% btw aangehouden zal worden.