

Bijlage VMBO-KB
2017

tijdvak 1

Nederlands CSE KB

Tekstboekje

Lees eerst de vragen in het boekje Examen VMBO-KB. Zoek daarna de antwoorden op in de hierna volgende tekst. Je hoeft de tekst dus niet eerst door te lezen. Let op: deze tekst bestaat uit drie bladzijden!

Tekst 1

Ons favoriete broodbeleg

Test pindakaas



Het Nederlandse enthousiasme voor pindakaas als broodbeleg is ongekend. Ons favoriete smeersel gaat zelfs dikwijls mee op vakantie. De Nederlandse supermarkten bieden veel keus. We analyseerden de pindakaas en lieten een panel van 44 liefhebbers over de smaak oordelen. Opvallend genoeg vindt het panel de pindakaas die is gemaakt van 100% pinda's de minst lekkere. En ook de light-varianten scoren niet hoog op smaak. Dat 'gewone' pindakaas nogal vet is en daardoor veel calorieën bevat, zal geen nieuws zijn. Je koopt hem tenslotte niet voor de slanke lijn, maar wel dat je met de light-varianten ervan weinig calorie-winst boekt. Dan kun je beter de boterham minder dik besmeren.

Droog en plakkerig

In een potje pindakaas van 350 gram gaan al gauw 500 pinda's. Alleen de pindakaas van Horizon bestaat puur en alleen uit pinda's. Pure pindakaas heeft het probleem dat hij gaat schiften, wat resulteert in een drijvend vetlaagje. Dat ziet er niet zo aantrekkelijk uit. Een bijkomend voordeel is dat het de pindakaas beter smeerbaar maakt. Plantaardige olie – meestal zonnebloemolie – is ook een veelvoorkomend bestanddeel van pindakaas. Deze is gezonder dan de olie uit de pinda's, zonder dat de smaak eronder lijdt. Sterker nog, de smaak lijkt erop vooruit te gaan. Dus Horizon krijgt een onvoldoende voor smaak en eindigt door de ongezondere pindavetten en de matige smaak op de laatste plaats. Weinig reden dus om te kiezen voor pindakaas van 100% pinda's. Of toch wel? Het eiwit-gehalte is de troef van deze pindakaas.

Bouwstoffen

De pinda is een peulvrucht en bevat van nature veel eiwit. Horizon scoort als enige zeer goed op dit aspect. Eiwit is de bouwstof van alle cellen in ons lichaam, waaronder spiercellen. Om die reden wordt pindakaas in reclames in verband gebracht met buitengewone sportprestaties. Deels klopt dit verband. Het is niet voor

niets dat de Europese Voedselautoriteit de claim 'eiwit draagt bij aan de groei van spieren' heeft goedgekeurd. Voorwaarde is wel dat het om een aanzienlijke hoeveelheid eiwit gaat. De meeste pindakaasoorten voldoen hieraan. Calvé en Vita D'or zetten de claim ook daadwerkelijk op de verpakking. Maar Calvé slaat bij de creamy variant de plank aardig mis. Deze pindakaas bevat te weinig eiwit en de claim mag helemaal niet worden gebruikt. Calvé liet ons weten dat ze niet goed hebben opgelet. Het etiket is meteen aangepast. Nog een ander voordeel van eiwit is dat het verzadigend werkt, waardoor je sneller een vol gevoel hebt.

Hoezo light?

Pindakaas bestaat voor meer dan de helft uit vet en bevat daardoor veel calorieën. Logisch dus dat fabrikanten ook een light-pindakaas op de markt hebben gebracht. Om het light te mogen noemen, moet deze variant minimaal 30% minder vet bevatten. Dat klinkt als een goede zaak, maar helaas pindakaas: het gevolg van de bezuiniging op vet is dat er iets anders voor in de plaats komt. Deze plaatsvervanger is **glucosestroop** en die zorgt ervoor dat de smaak en smeuïgheid zo goed mogelijk behouden blijven, aldus Calvé. Het gehalte aan koolhydraten, zoals suikers, loopt hierdoor snel op. Gemiddeld bevat light-pindakaas drie keer zo veel koolhydraten en is daardoor toch niet zo light. Met light boek je gemiddeld maar 13% calorie-winst. En light-pindakaas blijkt ook nog eens minder lekker. Wil je toch light, kies dan voor Calvé Light; hierbij zijn smaak en gezonde vetten het best behouden gebleven.

Extra smeüig

Ook in de 'gewone' pindakaas zit regelmatig een extra schepje suiker. 'Extra' omdat pinda's van nature ook wat suikers bevatten. Er wordt tot negen suikerklontjes per pot (350 gram) toegevoegd, zoals bij de pindakaas van Albert Heijn en de Jumbo Europindakaas. Onze testgegevens lijken te wijzen op een verband tussen de toevoeging van suiker en de smeuïgheid van de pindakaas. Fabrikanten spreken dit tegen. Plus geeft aan dat suiker de pindakaas niet smeüiger, maar 'iets ronder en evenwichtiger' maakt. Calvé is het hiermee eens. Het is niet zo vreemd dat fabrikanten streven naar een smeüig product. Dat wordt namelijk gewaardeerd door de pindakaaseters. Het kan niet smeüig genoeg zijn, hebben Calvé, Aldi en Skippy waarschijnlijk gedacht. Vandaar varianten die 'creamy' of 'extra smeüig' op de pot hebben staan. Calvé Creamy doet zijn naam wel eer aan door als smeüigste uit de bus te komen. Maar het is een gedeelde eerste plek met de Jumbo Europindakaas, die helemaal niet over smeuïgheid rept.

Controle op schimmeligif

Ter controle onderzochten we de vijftien merken pindakaas op de aanwezige hoeveelheid aflatoxine. Dat is een gif gemaakt door een schimmel die onder andere voorkomt op noten, granen en peulvruchten. Het gevaar schuilt in een warme en vochtige opslag van deze grondstoffen, zoals vaak in tropische landen met pinda's gebeurt. Aflatoxine kan leiden tot ernstige leveraandoeningen. We hebben bij de geteste pindakaas geen noemenswaardige hoeveelheid gevonden. In

ons land is een instantie die zich bezighoudt met het controleren van voedsel. De Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit ziet er op toe dat

er geen gevaarlijke hoeveelheid van het gif in ons voedsel zit en onderzoekt steekproefsgewijs ingevoerde partijen pinda's.

Test pindakaas

		merk & type	richtprijs in €	testoordeel	prijs per 100 g in €	smaak	vet	eiwit	zout	etiket	hoeveelheid pinda's (%)	Kcal per portie (15 g)	toegevoegde suikers en koolhydraten	smeuigheid
weging voor testoordeel						50%	25%	10%	10%	5%				
■	1	Calvé	1,75	8,1	0,50	++	++	□	+	++	85	100		••
■	2	Calvé Creamy	2,20	8,0	0,63	++	++	-	+	+	74	100	√	••••
▶	3	Lidl Vita D'or	1,50	7,8	0,30	++	+	+	+	++	85	100		••
	4	Jumbo	1,45	7,5	0,41	+	+	□	+	++	85	100		••
	5	AH	1,50	7,5	0,43	++	+	□	+	++	76	95	√	•••
	6	Calvé Light	1,95	7,5	0,56	+	+	□	+	++	77	90	√	••
	7	Jumbo Euro	1,10	7,4	0,22	+	+	-	+	++	51	100	√	••••
	8	Aldi Helaes	1,50	7,2	0,30	+	□	□	+	++	85	105		•••
	9	Plus	1,50	7,1	0,43	+	+	□	+	++	80	100	√	•••
	10	PCD	0,90	6,3	0,26	+	□	+	□	++	90	100	√	••
	11	AH Light	1,65	6,3	0,47	□	+	□	+	++	70	85	√	•
	12	Skippy Creamy	3,00	6,2	0,65	+	□	+	□	□	90	95	√	•••
	13	Markant Light	1,60	6,1	0,46	□	□	□	+	++	70	85	√	•
	14	Jumbo Light	1,70	5,5	0,49	□	□	□	+	++	70	85	√	•
	15	Horizon	2,75	5,4	0,79	-	-	++	++	□	100	95		•

■ beste uit de test ▶ beste koop ++ zeer goed + goed □ redelijk - matig

Hoe meer bolletjes hoe meer koolhydraten en hoe smeüiger.

Naar een artikel in de Consumentengids, oktober 2013

E-bike voor scholieren

(1) Jongeren rijden geen elektrische fiets, jongeren rijden e-bike! De woorden 'elektrische fiets' doen te veel denken aan oma's of mensen met een beperking die moeilijk zonder trapondersteuning vooruit komen. De e-bike is een sportieve, kleurige, robuuste transportfiets met brede banden en een drager voorop. Met motor en accu, maar daar is niks mis mee.

(2) Gebruikers van de elektrische fiets worden steeds jonger. Eerst reden alleen 70-plussers erop, daarna overwonnen de 60- en 50-plussers hun weerstand en nu vliegen forenzen op fietssnelwegen op hun e-bike naar het werk. Karel van Nunen houdt zich bezig met de manier waarop mensen gebruik maken van verschillende vervoersmiddelen. Langzaam komt er een nieuwe groep die de overstap naar de e-bike maakt. Hij ziet de dertigers die in hartje Amsterdam wonen, steeds vaker gebruik maken van de e-bike.

(3) Volgens hem gaat een nóg jongere groep gebruikers ook langzaam overstag. Dat is echt een heel nieuwe doelgroep: de scholier op het platteland die een heel eind, soms wel 25 kilometer, naar school moet fietsen. Vaak door de vlakke polder met veel wind. Wat opvalt, is dat vooral meisjes in het bezit van een e-bike zijn. De scholieren zetten een trend met hun oerdegelijke e-bikes van Nederlandse makelij. Je ziet ze al wel, jongeren die met een e-bike naar school komen. Maar nog veel te

weinig. Dat komt misschien ook omdat ze best duur zijn. En dus betaald door de ouders, want die willen het beste voor hun kind.

(4) De regio Groningen-Assen doet erg zijn best om meer scholieren op de elektrische fiets te krijgen. Of beter gezegd: om hen uit het openbaar vervoer te halen, want dat is de belangrijkste reden waarom de regio de e-bike promoot. Kees Anker van de regio Groningen-Assen legt uit waarom dat noodzakelijk is: "Elke ochtend in de spits zitten de bussen en treinen naar de stad Groningen, waar de scholen geconcentreerd zijn, vol scholieren en studenten. Ze bezetten niet alleen alle zitplaatsen, maar overheersen ook de sfeer." Volgens hem kan dat erg vervelend zijn voor andere reizigers.

(5) "Op sommige dagen is het zo druk in de trein", aldus Anker, "dat mensen op de perrons achterblijven omdat de trein al overvol is. Zet een passer op de stad Groningen en trek die tot 20 kilometer rond en je hebt het gebied waar de meeste scholieren en studenten vandaan komen. Juist voor zulke afstanden is de e-bike een prima alternatief." De elektrische fiets haalt maximaal 25 kilometer per uur en je hoeft geen helm op. Dat is voor jongeren ook een voordeel. "Jongeren willen er natuurlijk te allen tijde hip en trendy uitzien. Een helm past niet bij een jeugdige outfit! Het mes snijdt aan twee kanten", zegt Anker. "De jongeren bewegen meer en dat is goed voor ze. Dat is toch wel het

belangrijkste voordeel voor de jongeren zelf. Daarnaast is het milieu er misschien ook bij gebaat. Want als er meer plek overblijft in het openbaar vervoer, laten forensen hopelijk vaker hun auto staan.” Meerdere scholen in de stad Groningen werken mee aan het proefproject. En aan rijwielhandelaren is gevraagd e-bikes beschikbaar te stellen die jongeren een maand lang gratis kunnen uitproberen.

(6) Andere regio’s volgen het Groningse project met belangstelling. Volgens marktonderzoeksbureau TNS Nipo verjongt de markt voor e-bikes ‘nog niet spectaculair’. Woordvoerder Tim de Beer: “Het gaat minder hard dan wij verwacht hadden. Het is een markt die steeds groter is geworden, dus dan is het normaal dat het doorwerkt naar andere leeftijden. Maar je ziet vergeleken met vorig jaar nauwelijks verschillen in het bezit van e-bikes naar leeftijd. Bij jongeren van 18 tot 24 jaar steeg de interesse in e-bikes van 1 naar 2 procent.”

(7) Michael van Ligten van rijwielhandel Profile Van den Driest in Middelburg beaamt dat dat inderdaad niet veel is. “Rijwielfabrikant Batavus heeft twee jaar terug met een trendy model geprobeerd jongeren over de streep te trekken, maar dat flopte.

Maar je weet het niet. De fietsfabrikant heeft echt niet stil gezeten wat de ontwikkeling van e-bikes betreft en heeft goed gekeken naar de trends in fietsenland. Zo komt Sparta nu met een heel leuke elektrische fiets, het model omafiets, met zo’n hoog stuur. Het kan natuurlijk zomaar op gang komen. We zien het wel”, zegt Van Ligten voorzichtig. Hij wacht af. “Maar”, zegt hij, “we blijven de ontwikkelingen uiteraard wel volgen.”

(8) Zijn collega Jos Martens van Wesselink Profile in Winterswijk: “Mijn dochter gaat toevallig met een e-bike naar school. Ze doet het voor het gemak; het scheelt haar niet eens veel tijd. Veel jongeren nemen de trein. Ik denk dat een e-bike populairder is in regio’s met slecht openbaar vervoer. Zeker als je een tweedehands e-bike neemt van 600 tot 1.500 euro, kan het financieel interessant zijn. De trein kost immers ook geld.”

(9) De rijwielhandelaar wacht rustig af, al houdt hij de ontwikkeling van e-bikes nauwlettend in de gaten. Hij kan hiervoor advies vragen bij zijn dochter. Wie weet kan zij een voortrekkersrol op haar school gaan spelen en andere kinderen warm maken voor het aanschaffen van zo’n snelle fiets. Zij beleeft in ieder geval al veel plezier aan haar e-bike.

Naar een artikel van Wilma de Cort, de Gelderlander, 26 augustus 2014

Kleine goede doelen



Honderden kleine goede doelen geven honderd- duizenden de kans om aan de armoede te ontsnappen

Dat bewijzen de talloze Nederlandse burgers die hun eigen stichting in ontwikkelingssamenwerking hebben opgericht, hun donateurs en hun vrijwilligers. De kleine goede doelen van Nederland werken in armoedegebieden overal ter wereld. Hun projecten geven vaak nét het zetje dat mensen nodig hebben om zelf hun situatie te kunnen verbeteren.

De verhalen van de kleine goede doelen getuigen van een hartverwarmend doorzettingsvermogen. De medewerkers van alle kleine goede doelen zetten vooral in op een betere kwaliteit van leven voor de mensen in armoedegebieden. Dat proberen ze te bereiken door samen te werken met alle betrokken partijen. Lees de verhalen op kleinegoededoelen.nl

Naar een advertentie in NRC-charity-award

Veilig dicht op elkaar

(1) Zelfrijdende auto's zijn er klaar voor om ook echt de weg op te gaan. Ze zijn veiliger, zorgen voor minder files en rijden zuiniger: de introductie van de zelfrijdende auto is een kwestie van tijd. Een beetje wennen is het wel, voor de inzittenden van de semi-zelfrijdende auto's van de Technische Universiteit (TU) Eindhoven. In colonne draaien drie aangepaste Toyota's de A270 richting Helmond op. De chauffeur van de voorste auto voert de snelheid op tot 100 kilometer per uur. De bestuurders van de twee achterliggende auto's raken de pedalen niet aan, hun auto's versnellen automatisch mee.

(2) Voor het gevoel van de chauffeurs rijden de auto's veel te dicht op elkaar. Het ministerie van Infrastructuur adviseert automobilisten op de snelweg 2 seconden afstand te houden. Bij een snelheid van 100 kilometer per uur komt dat neer op een afstand van 55 meter. De testwagens van de universiteit houden niet meer dan 0,3 seconden afstand, oftewel 8 meter van bumper tot bumper.

(3) Die geringe afstand zou normaal gesproken garant staan voor een forse boete wegens bumperkleven. Voor bekeuringen hoeven de testrijders niet te vrezen. Hun universiteit heeft een ontheffing om het zogenaamde coöperatieve rijden op de openbare weg te testen. Voor kettingsbotsingen lijken de inzittenden evenmin bang te hoeven zijn. Als de chauffeur van de voorste auto

onverwacht en stevig op de rem trapt, remmen de volgauto's automatisch af. De inzittenden krijgen niet eens de kans om te schrikken.

(4) "Om dicht op elkaar te kunnen rijden, moet je precies weten wat je voorligger van plan is", zegt onderzoeker Jeroen Ploeg van de TU Eindhoven. Hij heeft een systeem voor coöperatief rijden ontwikkeld. Ploeg verbindt auto's met elkaar via een draadloze verbinding. Alle wagens zijn op elkaar afgestemd en de technologie is eenvoudig. De gas- en rempedalen van de voorste auto bedienen indirect ook de motoren en remmen van de volgauto's.

(5) De communicatie tussen de auto's van Ploeg is een belangrijk verschil met de zelfrijdende auto van technologiebedrijf Google. De auto's van het Amerikaanse concern zijn uitsluitend uitgerust met camera's en sensoren, waarmee ze net als menselijke chauffeurs reageren op manoeuvres van hun medeweggebruikers. Ze kunnen niet met elkaar 'praten' en treintjes vormen.

(6) In de bebouwde kom zorgen de autotreintjes ervoor dat het verkeer sneller doorstroomt. Daarbuiten kunnen ze een belangrijke bijdrage leveren aan het bestrijden van files. Bestuurders hebben de neiging van schrik harder te remmen dan hun voorganger, waardoor een onverwachte manoeuvre van een enkele automobilist op een drukke weg al een file kan veroorzaken. Coöperatief rijdende auto's zijn

ongevoelig voor dit fenomeen.
Bovendien groeit de capaciteit van
het wegennet als auto's dichter op
85 elkaar kunnen rijden.

(7) “Over vijf jaar zal een aanzienlijk
deel van de vrachtwagens coöpera-
tief rijden”, zegt hoogleraar Dynamics
& Control Henk Nijmeijer van de TU
90 Eindhoven. Brandstof is een enorme
kostenpost voor transportbedrijven
en als vrachtwagens dichter op
elkaar rijden, kunnen ze in elkaars
slipstream gemiddeld 10 procent aan
95 brandstofkosten besparen.

(8) Nijmeijer schetst het beeld van
een lange colonne vrachtwagens van
de Maasvlakte tot diep in Duitsland.
Voor chauffeurs zal het werk
100 veranderen. Eenmaal ingevoegd in
de colonne zitten ze vooral in hun
cabine, omdat er van de wet nu
eenmaal een chauffeur in de cabine
moet zitten. Ze kunnen niet veel
105 doen. Als vrachtwagens dicht achter
elkaar rijden, hebben de chauffeurs
vrijwel geen zicht meer op de weg.
De wagens zullen in de snelweg-
treinen automatisch moeten sturen.
110 Als de wet wordt gewijzigd, kan het
bijna niet anders of coöperatief rijden
zal banen van vrachtwagenchauf-
feurs vernietigen. Nijmeijer vreest die
ontwikkeling niet: “Het besturen van
115 een vrachtwagen is vanwege al het
gehobbel in de cabine zo belastend,
dat de helft van de chauffeurs hun

pensioen niet haalt. Deze banen
zullen dan ook verdwijnen.”

120 **(9)** De opmars van de zelfrijdende
auto lijkt niet meer te stoppen.
Google trekt veel aandacht met
volledig zelfrijdende testauto's, maar
ook de auto-industrie investeert fors
125 in automatische auto's. De voor-
lopers van de volledig automatische
auto's zijn al op de markt. Zelf
inparkerende auto's vinden gretig
aftrek en steeds meer luxe merken
130 rusten hun auto's uit met automa-
tische remsystemen. Zodra in de
bebouwde kom onverwacht een
voetganger of spelend kind voor de
auto opduikt, zetten deze wagens
135 zichzelf stil. De reactietijd van auto's
is aanzienlijk korter dan van de
bestuurders.

(10) Technisch lijken de zelfrijdende
auto's klaar voor hun introductie.
140 Wetgevers en verzekeringsmaat-
schappijen zijn een lastiger te nemen
obstakel. Vooralsnog moet ook in
zelfrijdende auto's altijd een
bestuurder achter het stuur zitten om
145 in noodgevallen te kunnen ingrijpen.
Verzekeraars worstelen met de vraag
wie opdraait voor de schade mocht
een zelfrijdende auto een ongeluk
veroorzaken. Traditioneel verhalen
150 ze die op de bestuurder. Bij zelf-
rijdende auto's ligt het voor de hand
de autoproducent verantwoordelijk te
stellen, maar dit is nog niet goed
geregeld.

*Naar een artikel van Sander Heijne,
de Volkskrant, 10 april 2014*



Sparen voor een tweedehandsje

(1) “Het mooiste gevoel voor mij is als het busje van de postbode komt aanrijden. De doos gaat open en dan gaan ze gelijk aan mijn voeten”, aldus sneakerfreak Mathijs (18). Sinds een paar dagen heeft hij zijn droomschoen in handen. Een jaar lang zocht hij naar de Nike Air Max Amsterdam. De sneaker, in rood, blauw en bruin, heeft een beschadiging op de hiel en de neus laat los. Toch heeft hij 700 euro voor het tweedehands paar neergeteld.

(2) Het lijkt veel geld, maar Mathijs vindt het een koopje. Een handelaar uit Turkije biedt dezelfde schoen aan voor 1.500 euro. Op de originele doos staat dat het paar tien jaar geleden maar 150 euro kostte. De sneakerverzamelaar heeft het er dubbel en dwars voor over. In de online-sneakercommunity betalen verzamelaars en handelaars tot duizenden euro's voor schoenen uit oude collecties. Beschadigd of niet, met exclusieve paren verwerf je status. Achter de verkoop van sneakers in normale winkels gaat een onlinewereld van handel in tweedehands schoenen schuil.

(3) Nike geeft niet prijs hoeveel schoenen het bedrijf gelimiteerd uitbrengt. Het bedrijf wil ook niet zeggen wat de strategie daarachter is. Volgens retaildeskundige Frank Quix is het een slimme marketing-truc. Hij weet veel over de manier waarop bedrijven hun producten aan

de man brengen. Volgens hem verdienen Nike of andere fabrikanten niet veel met de verkoop van exclusieve sneakers. “Het geld verdienen ze met de massaproductie van schoenen waar makkelijk aan te komen is. Toch loont de productie van de bijzondere schoenen. Het zorgt voor een hype rondom het merk. Mensen worden gek van een klein aantal schoenen die velen nooit in handen krijgen.”

(4) Gio Hellings, van de Tilburgse sneakerzaak Re-issue, schat dat Nike maandelijks wereldwijd tien tot vijftien series van enkele honderden paren exclusieve Nikes uitbrengt. Volgens hem zorgt de strategie ervoor dat bepaalde modellen cool blijven. Als de verkoop van een schoen op zijn hoogtepunt is, wanneer iedereen ze draagt, haalt Nike het model uit de markt. Na anderhalf jaar zet Nike ze weer gelimiteerd in de winkels. Heel langzaam, bijvoorbeeld in samenwerking met een artiest. Op die manier blijven modellen cool en kan Nike er jarenlang mee vooruit. Andere merken melken schoenen helemaal uit waardoor consumenten er na twee jaar klaar mee zijn. Bij Nike blijven schoenen cool.

(5) Rachael van der Stam studeerde af met een scriptie over de sneakerwereld. Ze trof een community aan waarin het verwerven van status de hoofdrol speelt. “Sneakerfreaks doen

alsof exclusiviteit ze niet veel uit-
maakt, alsof het ze erom gaat dat de
schoen zo mooi is. Maar met de
80 exclusieve paren verwerf je status.
Bovendien laat het zien hoeveel geld
je hebt. Die status verwerf je enkel
online, want op straat kom je niet
veel mensen tegen die de dure
85 sneakers op waarde kunnen schat-
ten”, zegt Van der Stam. Sneaker-
freaks sluiten hun vriendschappen op
internet en krijgen elkaar maar
zelden in real life te zien. Toch is
90 vriendschap van levensbelang in de
sneakerwereld. Als je bevriend bent
met een handelaar, krijg je een
schoen voor een net iets betere prijs.
(6) Sinds twee jaar is Mathijs bezig
95 met verzamelen en handelen. Hij
heeft nu 33 paar sneakers, voor-
namelijk Nikes en enkele Asics. Op
het hoogtepunt waren het er meer
dan 55. Hij verkocht ze en ruilde ze
100 voor andere. Het grootste deel van
de opbrengst gaat direct terug naar
zijn verzameling. Mathijs is nog maar
een kleine speler in de sneaker-
wereld. De grote jongens hebben
105 honderden schoenen in huis staan.
Ze zijn huiverig om met hun naam in
de krant te komen. Bang voor de
Belastingdienst en voor inbrekers als
ze weten hoeveel de waarde van hun
110 schoenen is.

(7) Het gaat verzamelaars om exclu-
siviteit. De Nike Air Amsterdam, die

Mathijs net in handen heeft, is naar
verluidt een van de 144 exemplaren
115 die op de wereld bestaan. “Het
Amsterdammertje is superexclusief”,
zegt hij glunderend. Het kan nog
gekker. De Nike Air Max Albert Heijn
is de heilige graal voor veel sneaker-
120 freaks. De schoen uit 2005 is ont-
worpen door de Nederlandse Piet
'Parra' Jansen. Het verhaal gaat dat
hij zijn ontwerp baseerde op de toen-
malige kleuren van de tassen van
125 Albert Heijn. Vlak voor de release
veranderde Albert Heijn de kleuren
en werd de productie stopgezet.
Parra gaf de enige 24 exemplaren
aan vrienden en familie. Inmiddels
130 levert de schoen duizenden euro's
op.

(8) Mathijs speurt dagelijks op Face-
book naar bijzondere 'paartjes' voor
een laag prijsje. Om zijn collectie te
laten zien, heeft hij de schoenen
135 uitgestald in de studeerkamer. Al zijn
sneakers zijn voorzien van een
schoenspanner. Hij haalt een paar
met tijgerprint tevoorschijn. “Gemaakt
van echt koeienhaar”, zegt hij trots.
140 Hij kocht ze voor 500 euro. Hij zou ze
nu voor 650 euro kunnen verkopen.
Hij heeft er twee paar van. Onder-
tussen is Mathijs begonnen aan de
145 zoektocht naar een nieuwe schoen.
De Grape, van Nike, moet het
worden. Negenhonderd euro, dat
mag hij maximaal kosten.

*Naar een artikel van Jurriaan Nolles,
de Volkskrant, 7 juli 2014*

De teksten die voor dit examen gebruikt zijn, zijn bewerkt om ze geschikt te maken voor het examen. Dit is gebeurd met respect voor de opvattingen van de auteur(s). Wie kennis wil nemen van de oorspronkelijke tekst(en), raadplege de vermelde bronnen. Het College voor Toetsen en Examens is verantwoordelijk voor vorm en inhoud van dit examen.