

Dit bestand bestaat uit:

- 1) Actualiteitsopgaven voor het HAVO inclusief correctiemodel.
- 2) Actualiteitsopgaven voor het VWO inclusief correctiemodel.

Zie de site voor de bestelvoorwaarden.

Deze presentopgaven mogen door iedereen gratis gebruikt worden.

Uiteraard geldt dit niet voor de maandelijkse opgaven die verspreid worden aan scholen met een abonnement.

(Twee) actualiteitsopgaven voor het HAVO van ECTO Databank van januari 2015
Concept: goede tijden, slechte tijden
micro-economisch perspectief

Opgave 1

Bepaalde bedrijven maken ondanks de economische tegenwind een spectaculaire groei door. Of is het dankzij de economische tegenwind? Een voorbeeld hiervan is de Action. Dat dit de Action lukt en andere retailers niet, heeft te maken met de bedrijfsstrategie en met de wijze waarop het bedrijf geleid wordt. Dit laatste wordt **corporate governance** genoemd. En staat voor behoorlijk ondernemingsbestuur. De Engelse term voor bestuur is governance. Binnen de bedrijfskunde gebruikt men deze term voor het aanduiden van hoe een onderneming goed, efficiënt en verantwoord geleid moet worden.

Raadpleeg <http://www.action.nl/over-action/> als bron om de volgende vragen te beantwoorden.

1. Op welke manier geeft “de Action” inhoud aan corporate governance? Noem minstens twee manieren waarop het bedrijf dat doet. Leg ook uit dat dit gunstig is voor de kosten.
2. Lees onder het kopje “geschiedenis” de tekst op de website. Teken vervolgens een grafiek waarin je de groei van het aantal winkels laat zien. Teken minstens 4 punten. Let erop dat je de jaren waar geen gegevens over zijn ook tekent op de X-as.

Veel mensen hebben de indruk dat “de Action” wel goedkoop is maar niet voldoet aan de eisen van het maatschappelijk verantwoord ondernemen. Dit omdat de producten zo goedkoop zijn. Op de website zegt het bedrijf onder het kopje MVO daarover het volgende :

Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen (MVO)

Action neemt als grote internationale discounter met meer dan 500 winkels de verantwoordelijkheid om op een maatschappelijk verantwoorde manier te ondernemen. Action staat bekend om haar lage prijzen. Onze lage prijzen zijn mogelijk door slim in te kopen, een efficiënte supply chain en binnen onze organisatie scherp te letten op kosten door dingen zo eenvoudig mogelijk te houden. Hierbij zijn we voortdurend op zoek naar de juiste balans tussen bedrijfsvoering, milieu en mens.

3. Kan in zijn algemeenheid gesteld worden dat lage prijzen een teken kunnen zijn van niet maatschappelijk verantwoord ondernemen? Leg uit.
4. Waarom, denk je, staan de genoemde oorzaken van de lage prijzen onder het kopje MVO op de website, terwijl deze toch eigenlijk niets met MVO te maken hebben?



Je zult wel eens gehoord hebben van het verschil tussen variabele en constante kosten van een bedrijf.

5. Welke van onderstaande uitspraken is of zijn theoretisch juist?
 - a. De variabele kosten veranderen met de productieomvang.
 - b. De constante kosten heb je ook bij het stilleggen van de productie.
 - c. De variabele kosten per product kunnen constant zijn.
6. Behoren de lage kosten als gevolg van het slim inkopen tot de variabele of de constante kosten? Waarom?
7. Voor een efficiënte supply chain beschikt Action over een ver doorgevoerde vorm van automatisering. Behoren de hoge automatiseringskosten van de Action tot de variabele of de constante kosten? Waarom?
8. Wat is een efficiënte supply chain eigenlijk?
9. Lees nu zelf onder het kopje “maatschappelijk verantwoord ondernemen” op de website op welke manier Action hier inhoud aan geeft. Klik de items “supply chain”, “milieu” en “mens” aan noem bij elk één manier van MVO.



Opgave 2

Gebruik bij deze opgave bron 1. Lees nu eerst globaal bron 1 en ga voor jezelf na wat de redenen zijn dat de omzet van Action boven € 1 miljard zijn gekomen. Daarna doe je pas de opdracht van deze opgave.

Opdracht: In de tabel hieronder staan een aantal termen uit het examenprogramma. Schrijf in de rechterkolom hoe je deze termen terug ziet in bron 1. Term	Wat lees ik daarover in bron 1?
uitbreidingsinvesteringen	
grote schaal	
oligopolie	
stroomgrootheid	
Productdifferentiatie	
toetreding	
Reputatie (is slecht)	
Niet transparant	
Hogere prijs door hogere vraag	

Bron 1**Wouter Keuning
Amsterdam**

Afgelopen januari zei Action-ceo Ronald van der Mark op een retailcongres al dat de omzet van de discounter in 2013 de grens van €1 mrd was gepasseerd. Bij de presentatie van jaarcijfers gisteren werd het plaatje verder ingekleurd. De omzet van het bedrijf dat tegen stuntprijzen zaken verkoopt als plakband, rolmaten, pannen en lampen, steeg in 2013 met 32%. Ze kwam uit op €1,16 mrd. De operationele winst (voor belasting, rente en afschrijvingen) groeide met 29% tot €128 mln. Netto bleef €43 mln winst over, tegen €24,6 mln vorig jaar.

Welk deel van de groei te danken is aan de opening van nieuwe winkels en welk deel autonoom werd behaald, is onbekend. Dat veruit het grootste deel het gevolg is van de opening van nieuwe filialen, staat wel vast. In 2013 openden 85 nieuwe winkels de deuren. Het winkelbestand groeide daarmee met bijna een kwart. Eind 2013 stond de teller op 406 winkels in vier landen. Met de opening van weer meer nieuwe winkels namen ook de investeringen toe: van €21 mln in 2012 tot €45 mln in 2013.

Kenners van de markt zijn onder de indruk van de groei die Action, dat in handen is van investeringsmaatschappij 3i, doormaakt. Waar veel andere retailers de afgelopen jaren hooftgedwongen de tering naar de nering moesten zetten, verdubbelde Action in minder dan vijf jaar tijd het winkelbestand en de omzet. 'Bewonderenswaardig', aldus retailexpert Paul Moers. 'Ze kopen alleen maar partijhandel en hebben hun hebzucht weten in te dammen door te kiezen voor heel lage marges. De omloopsnel-

heid van de spullen is dankzij die keuze kolossaal. Daarnaast hebben ze door de crisis natuurlijk een enorme zwieper gekregen.' In een telefonische reactie wijl ceo Van der Mark een misverstand met betrekking tot de partijhandel uit de wereld helpen: 'Slechts 10% van wat we verkopen is partijhandel.'

Branchespecialist Hans Beeftink van consultancybedrijf AG-Hart maakt de vergelijking met discountsupermarkten Lidl en Aldi. 'Toen zij naar Nederland kwamen, zeiden bestaande supermarkten dat de Nederlandse markt al verzadigd was. Met een andere prijs, een ander assortiment en andere service zijn ze toch ver gekomen.' Wat Action betreft ziet Beeftink op het gebied van flexibiliteit een grote uitdaging. 'Action kon net als Lidl en Aldi in het begin hard groeien omdat ze zo flexibel waren. Dat gold voor het assortiment, voor het personeel en dankzij hun aanvankelijke groei via tijdelijke winkelpanden op mindere plekken ook voor hun locaties. Aan die situa-

406**Eind 2013 had Action 406 winkels.**

tie kan een eind komen naarmate een bedrijf groter wordt.' Beeftink zegt verder het idee te hebben dat de groei in Nederland het punt van verzadiging bereikt.

Hoewel ook Moers zijn bewondering niet onder stoelen of banken steekt, ziet ook hij beren op de weg. 'In de eerste plaats is het management een duiventil', zegt de retaildeskundige. Hij haakt daarmee onder meer aan bij het plotselinge vertrek vorige week van financieel topman Bert Cornelese. Ceo Van der Mark, die in het verleden als financieel directeur van Maxeda verantwoordelijk was voor de verkoop van V&D en Hema, heeft diens functie overgenomen. Moers: 'Met de harde groei komen ook de cultuurverschillen boven-

drijven die er zijn tussen de oude organisatie en het nieuwe management.' Als voorbeeld noemt hij het onderwerp marketing: 'De oude club heeft zich altijd voorgestaan op groei zonder geld uit te geven aan marketing. Dat is met de huidige concurrentie van partijen als Big Bazar en Op=Op niet meer vol te houden en dat geeft spanning.'

Op het gebied van maatschappelijk verantwoord ondernemen doet Action niks, vervolgt Moers. 'Welke kinderhandjes er wel of niet aan hun producten hebben gezeten, weten ze echt niet.' Van der Mark spreekt dat met klem tegen: 'We communiceren er te weinig over wat we op dat vlak doen, dat klopt. Maar we nemen het zeer serieus.' Een laatste uitdaging is volgens Moers gelegen in de toenemende concurrentie van vergelijkbare bedrijven in heel Europa. 'Action is al lang niet meer uniek. Er zijn zo veel partijen die zich nu op die partijhandel storten, dat dat een prijsopdrijvend effect heeft. Daar moet Action vroeg of laat iets van merken.'

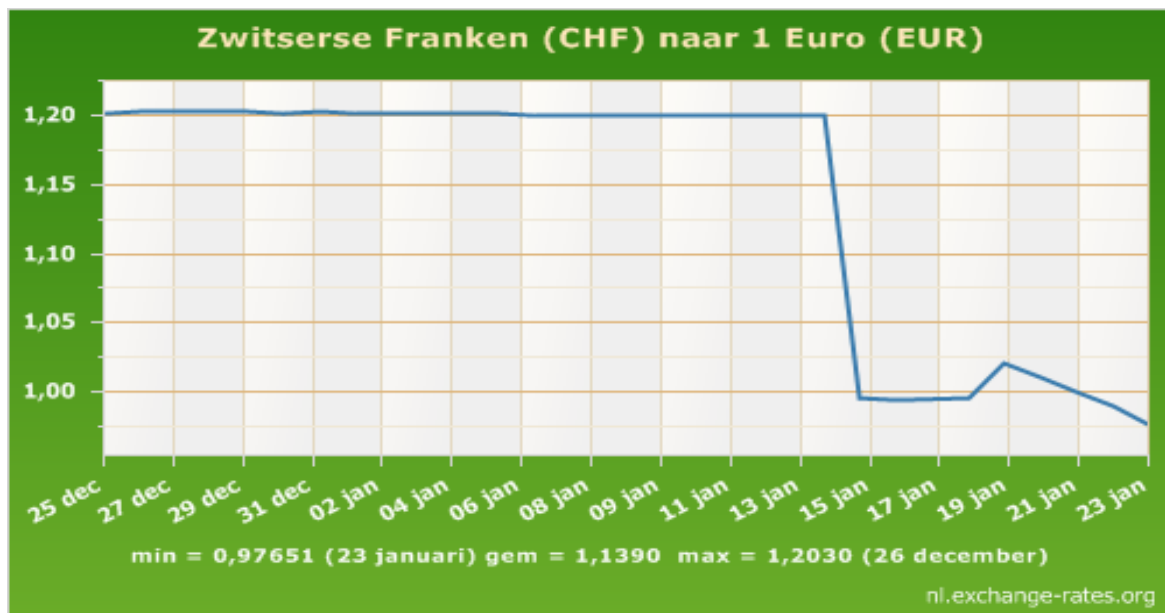
Omzet Action ruim boven € 1 mrd

(Twee) actualiteitsopgaven voor het VWO van ECTO Databank van maart 2015
Domein: goede tijden, slechte tijden
macro-economisch perspectief

Opgave 1

De koersontwikkeling van de euro ten opzichte van de Zwitserse frank laat een forse breuk zien in het verloop. Dit blijkt uit figuur 1. Zoals je ziet, is er een enorme val van de euro ten opzichte van de frank op 15 januari 2015. De reden is dat Zwitserland op die dag de koppeling met de euro losliet. Zwitserland doet niet mee aan de euro en heeft een eigen valuta. Daarmee kan de Zwitserse Centrale Bank onafhankelijk blijven van het monetaire beleid van Europa. Vanwege allerlei redenen was dit toch eigenlijk ook weer niet handig. Daarom koppelde de Zwitserse Centrale Bank de valuta aan de euro. Tot 15 januari 2015 dus. Wat er allemaal aan de hand is, onderzoeken we in deze opgave.

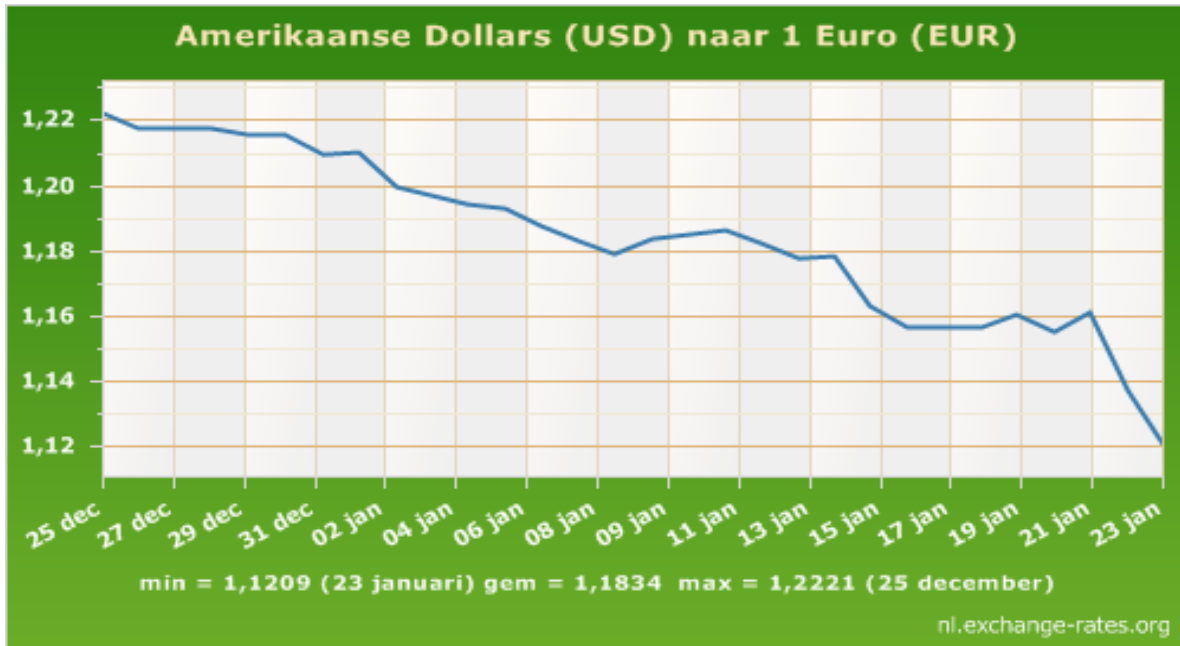
Eerst bestuderen we de grafiek van de valutamarkt van de Zwitserse frank (CHF) naar één euro.



Figuur 1

- a. Bereken de koers van de CHF in euro's tijdens de koppeling. Rond af op 3 decimalen.
- b. Bereken de koers van de CHF in euro's op 23 januari 2015. Rond af op 3 decimalen.

Tegelijkertijd met de ontwikkeling van de Zwitserse frank is er de ontwikkeling van de Amerikaanse dollar.



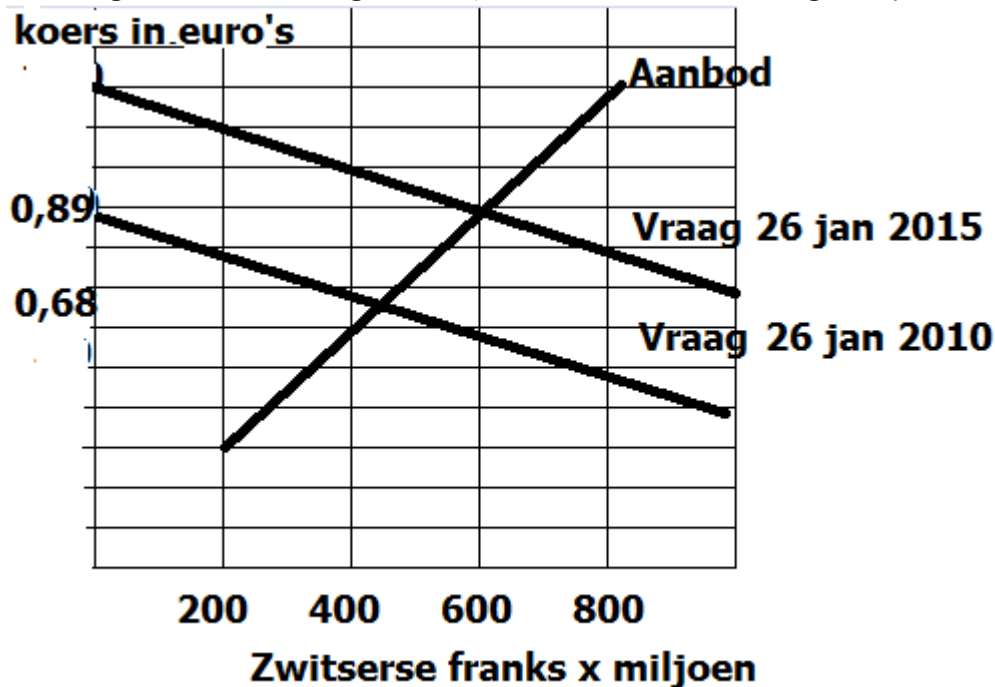
Figuur 2

- c. *Beredeneer* aan de hand van de beide grafieken of Amerikanen (voor zover ze contact hebben met de Zwitserse economie) te maken hebben met een groter of kleiner verschil in de koersontwikkeling tussen beide valuta's. Met andere woorden: merken zij veel of weinig van de loskoppeling van Zwitserse frank aan de euro.
Opmerking: Antwoord dus niet met een berekening.
- d. Bereken nu aan de hand van beide grafieken met hoeveel procent de Amerikaanse dollar in waarde veranderd is ten opzichte van de Zwitserse frank tussen 25 december 2014 (het begin van de grafiek) 23 januari 2015 (het einde van de grafiek). Gebruik figuur 1.

Opgave 2

In opgave 1 zag je in figuur 1 getekend hoeveel één euro uitgedrukt in Zwitserse franks is. In feite liet opgave 1 dus de ontwikkeling van de waarde van de euro zien. In deze opgave doen we dit precies andersom. In deze opgave laten we de waarde van de Zwitserse franks in euro's zien.

Op 26 januari 2015 was de waarde van de Zwitserse frank € 0,89. Precies vijf jaar geleden was de koers nog maar € 0,68. In figuur 3 zie je hoe de koersontwikkeling verlopen is.



Figuur 3

Opmerking bij de grafiek: Het snijpunt van de lijnen komt overeen met de werkelijke getallen. De helling van de vraag- en aanbodlijn zijn geschat (door de maker van deze opgave).

Een zekerheid is wel dat de vraaglijn naar een valuta een dalend verloop heeft. En ook dat de aanbodlijn een stijgend verloop heeft.

- Waarom heeft de vraaglijn van de Zwitserse frank een dalend verloop? Leg in je antwoord een verband met de Zwitserse export.
- Waarom heeft de aanbodlijn van de Zwitserse frank een stijgend verloop? Leg in je antwoord een verband met de Zwitserse import.

In figuur 3 zie je een koersstijging van de Zwitserse frank. De vraaglijn is naar rechts geschoven. Dit heeft te maken met de eurocrisis. Toen de eurocrisis een paar jaar geleden oplaide, begon menig Griek zich (terecht overigens!) af te vragen of Griekenland wel deel zou blijven uitmaken van de eurozone. Menig Griek, vooral de meer vermogende, zette zijn spaargeld op een rekening in het mooie Zwitserland.

Die toevlucht van kapitaal, uiteraard ook van elders, zorgde voor een ijzersterke Zwitserse frank.

- c. Waarom wilden Grieken (en ook andere mensen) beleggen in de Zwitserse frank?
- d. Leg uit welke lijn in de loop van de tijd verschoof in figuur 3 als gevolg van het feit dat er toevlucht van kapitaal ontstond in Zwitserland?



Een sterke munt was op dat moment echter bepaald geen geschenk voor het door vier eurolanden omringde Zwitserland. Het veroorzaakte een economische stagnatie.

- e. Wat waren de stagnerende gevolgen van een appreciërende (=in waarde stijgende) Zwitserse frank voor Zwitserland zelf? Illustreer je antwoord met een voorbeeld.

Koppeling Zwitserse frank aan de euro in 2011

Om de nadelen van een duurdere Zwitserse frank af te wenden besloten de Zwitsers in september 2011 hun munt dan maar min of meer te koppelen aan de euro (met een wisselkoers van 1,2 frank per euro). Bovendien werden rentes voor het aanhouden van spaargeld in Zwitserland. Door al deze maatregelen probeerde de Zwitserse Centrale Bank een ongewenste hoge wisselkoers te voorkomen.

- f. Reken om hoeveel euro één frank door de koppeling waard werd en teken in bijlage 1 ter hoogte van de koers een horizontale lijn.
- g. Arceer in bijlage 1 het ongewenste gebied. Het ongewenste gebied is dus 'waar de koers niet boven mag komen'.
- h. Moet op de opengelaten plaats verlaagd of verhoogd staan? Geef ook aan wat door deze rentemaatregel gebeurt in de grafiek van figuur 3.

Loslaten koppeling in 2015

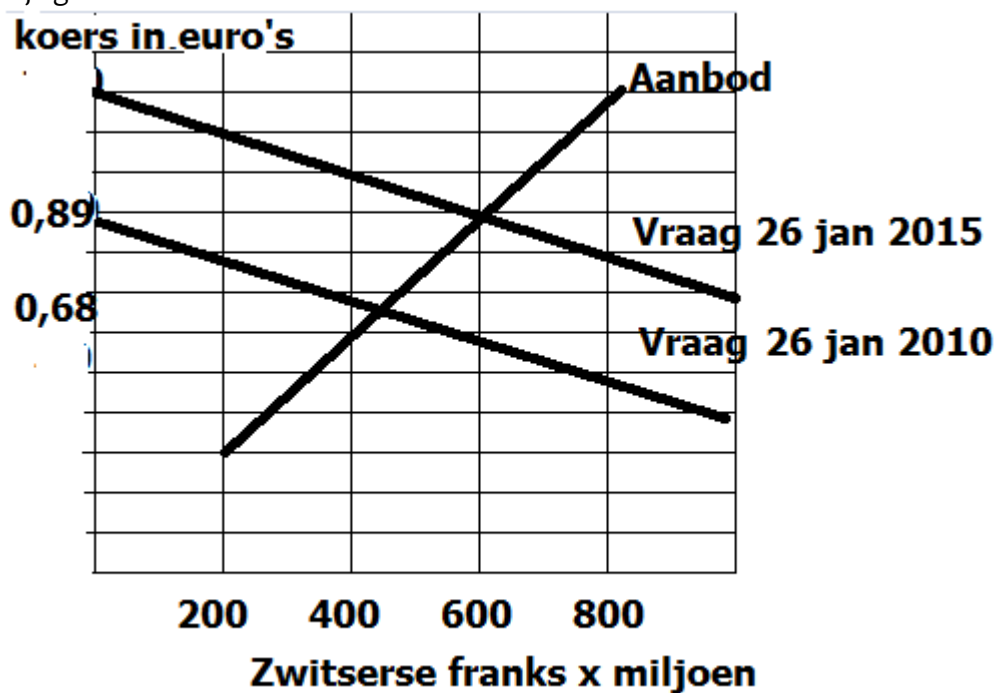
De koppeling van de Zwitserse frank aan de euro is voor de Zwitserse Centrale Bank onhoudbaar geworden. Daarom is de koppeling op 15 januari 2015 los gelaten.

Daar zijn meerdere redenen voor.

Kies uit de onderstaande mogelijkheden drie redenen. En leg per reden uit waarom deze volgens jou goed of fout is. Ga dus per reden na of deze goed of fout zijn.

- i. De Centrale Bank liet de koppeling los want
 1. de valutareserves (=voorraad vreemde valuta van de CB) nam te veel toe.
Deze reden is goed/fout.
 2. de valutareserves (=voorraad vreemde valuta van de CB) nam te veel af.
Deze reden is goed/fout.
 3. De banken in het land werden arm vanwege de steeds lagere rente.
Deze reden is goed/fout.
 4. De Zwitserse economie kwam in een stagnatie.
Deze reden is goed/fout.
 5. De Zwitsers werden door het loslaten van de koppeling rijker.
Deze reden is goed/fout.

Bijlage 1

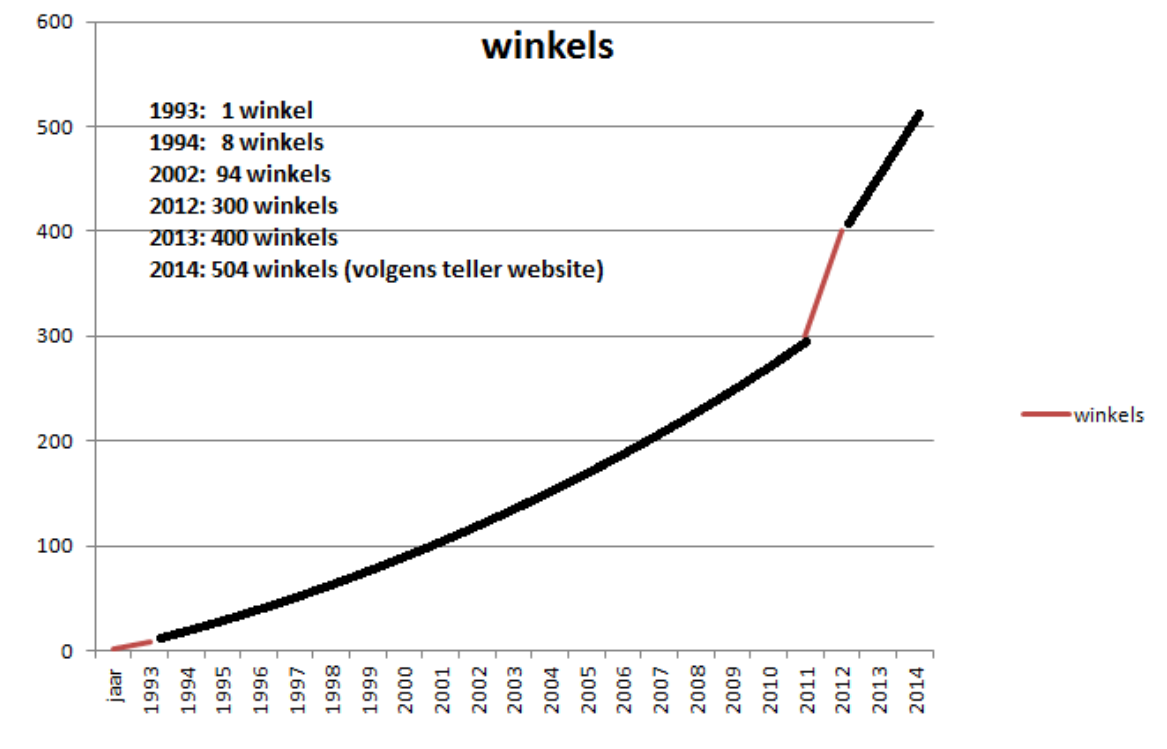


ANTWOORDMODEL HAVO-opgaven

Antwoorden van opgave 1

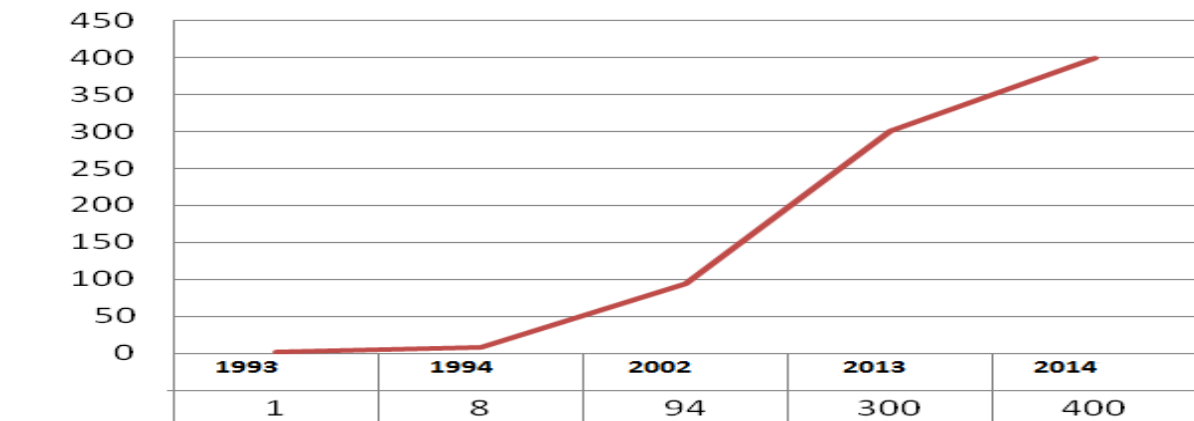
1. Voorbeelden van goede antwoorden zijn:
 - a. Een platte organisatie. → Dus zo weinig mogelijk lagen. Dus weinig kosten.
 - b. Zo weinig mogelijk overhead. → Dus er zijn zo weinig mogelijk voorzieningen die niet met het directe proces hebben te maken.

2.



Een grafiek als de volgende is fout, omdat het verloop van de jaren niet goed is. Let er dus op dat de tussenliggende jaren (waar geen cijfers van zijn) ook getekend worden. (Ook is in deze grafiek het laatste gegeven van de website vergeten).

aantal winkels



3. Ja, want deze lage prijzen kunnen behaald zijn met bijvoorbeeld inkoop van producten uit landen met kinderarbeid en met productieprocessen die goedkope producten opleveren door op milieuvorzieningen te besparen.
4. Action weet dat veel mensen denken dat de lage prijzen het gevolg zijn van niet maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daarom noemt Action bewust de goede redenen van de lage prijzen. Hiermee wil het bedrijf het vooroordeel weg nemen.
5. Alle drie de uitspraken zijn juist.
6. Tot de variabele kosten. De inkoopkosten zijn per stuk. Dus als je meer inkoop, stijgen de kosten.
7. Tot de constante kosten. De automatiseringskosten zijn onafhankelijke van de verkoopomvang.
8. Het computersysteem dat er voor zorgt dat het bevoorraden van de winkels goed geregeld is. En dat dit gekoppeld is aan de inkoop. Het bedrijf hoeft hierdoor geen grote voorraden aan te houden (dus geen dure magazijnen). Producten worden snel ingekocht. Ook op grote schaal. Winkels worden snel bevoorrad. Hiermee wordt voorkomen dat onverkochte voorraden ontstaan. De winkels verkopen elk product wat ze hebben en bij ieder product wat verkocht wordt gaat er gelijk een signaal naar het computersysteem (om de voorraad aan te vullen).
Wikipedia zegt: Supply chain management wordt in de regel ondersteund met [software](#) ([Enterprise resource planning](#); [SAP](#) is hier vooral in bekend) die bedrijven met elkaar in contact laat staan en orders automatisch laat verlopen. Door middel van het toepassen en implementeren van supply chain management wordt het zogenoemde [opslingereffect](#) voorkomen of tot een minimum teruggebracht. Dit houdt in dat leveranciers te veel gaan aanvragen bij hun leveranciers, die dat dan ook weer doen zodat er uiteindelijk een teveel aan artikelen wordt geproduceerd, wat in de horeca veel kosten kan opleveren bij leveranciers, die dan weer hun

verliezen doorberekenen in volgende leveringen en zo dus de prijzen omhoog jagen. In de levensmiddelhandel wordt dit aan de kassa ondersteund door de kassatransactie door te vertalen naar de leverancier, die zonder veel tijdsvertraging het verbruik bij de verschillende winkels weet, waardoor zij snel de voorraad kunnen aanvullen.

9. Supply chain:

Indien producten uit risicolanden als India en Bangladesh komen moeten onze leveranciers en hun producenten aangesloten zijn bij BSCI (Business Social Compliance Initiative). Wij voldoen hiermee volledig aan de internationale norm van verantwoordelijke productinkoop. Van onze textielleveranciers verwachten wij tevens dat zij het Bangladesh Brand en Veiligheids Akkoord ondertekend

Milieu (lean and green):

De verpakkingsmaterialen uit onze winkels worden 100% gerecycled, we rijden met een zuinig wagenpark en in onze distributiecentra rijden we volledig elektrisch. In onze winkels bieden we onze klanten de mogelijkheid tot het inleveren van gebruikte elektrische apparaten, batterijen en spaarlampen. Nieuwe winkels die we openen, richten we in met energiezuinige verlichting.

Mens:

We zien het dan ook als onze verantwoordelijkheid om goed voor onze medewerkers te zorgen. Dit doen we op arbeidsvoorwaardelijk gebied, door ze de opleidingen aan onze Action Academy te bieden, door ze persoonlijke aandacht te geven, maar bijvoorbeeld ook door voor onze medewerkers ook zo veilig mogelijke werkomstandigheden te creëren. Wij zien het als onderdeel van goed bestuur dat we als grote werkgever ons inzetten om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt een kans op werk te bieden.

Antwoorden van opgave 2

Term	Wat lees ik daarover in bron 1?
uitbreidingsinvesteringen	Dat veruit het grootste deel van de groei te danken is aan nieuwe winkels. (uitbreiding = meer van hetzelfde)
grote schaal	Ze kopen alleen maar partijhandel. (grote hoeveelheden tegelijkertijd inkopen)
oligopolie	Concurrentie van winkels als Big Bazar en Op=Op. (er zijn enkele concurrenten op dit marktsegment) Opmerking: Lidl en Aldi is fout; dit is een ander marktsegment
stroomgrootheid	De omloopsnelheid van de spullen is dankzij lage prijzen kolossaal.
Productdifferentiatie	Action heeft een ander assortiment dan de Lidl en Action
toetreding	Er zijn nieuwe winkels die zich nu op de partijhandel storten (er komen winkels bij die lijken op Action)
Reputatie (is slecht)	Het idee dat veel mensen denken dat Action op het gebied van MVO niets doet.
Niet transparant	Action communiceert te weinig op het vlak van MVO.
Hogere prijs door hogere vraag	Er zijn zoveel partijen (=winkels) die zich nu op de partijhandel storten, dat dit een prijsopdrijvend effect heeft. (omdat niet alleen Action hoge partijen vraagt, maar ook nieuwe retailers dat doen, ontstaat bij de leveranciers een hogere vraag.

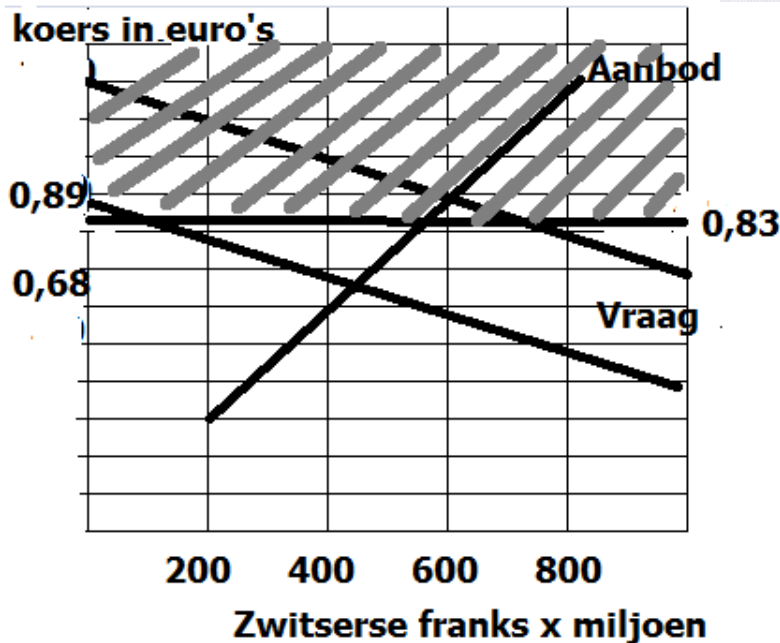
ANTWOORDMODEL VWO-opgaven

Antwoorden van opgave 1:

- a. Als $\text{€ } 1 = \text{CHF } 1,20$ dan is $\text{CHF } 1 = \text{€ } 0,83$
- b. Als $\text{€ } 1 = \text{CHF } 0,97651$ (staat als getal onder de grafiek) dan is $\text{CHF } 1 = \text{€ } 1,024$
- c. Volgens grafiek 1 wordt één euro steeds minder Zwitserse franks waard.
Volgens grafiek 2 wordt één euro steeds minder Amerikaanse dollars waard.
Dus de verhouding tussen de Zwitserse frank en de Amerikaanse dollar zal niet veel veranderen. Amerikanen merken er dus weinig van.
- d. 25 december: $\text{CHF } 1,2030 = \$ 1,2221 \rightarrow \$ 1 = \text{CHF } 0,98437$
23 januari: $\text{CHF } 0,97651 = \$ 1,1209 \rightarrow \$ 1 = \text{CHF } 0,87118$
De dollar daalt dus 11 % ten opzichte van de Zwitserse frank.

Antwoorden van opgave 2

- a. Bij een lagere koers hoef je minder euro's voor één frank te geven. Dan zijn Zwitserse producten omgerekend in euro's goedkoper. Er zal dan een hogere vraag zijn naar Zwitserse exportproducten (en daarmee dus ook een hogere vraag naar de Zwitserse frank).
- b. Bij een hogere koers krijgen mensen uit Zwitserland meer euro's bij het inwisselen van Zwitserse franks. De invoer is dan voor hun goedkoper. En dus bieden ze meer Zwitserse franks aan bij een hogere koers.
- c. Door de eurocrisis werd de euro steeds minder waard. Dus wilde men liever sparen in een valuta die sterk is. Hierdoor bereik je dat je bij opname van spaargeld (uit Zwitserland) bij een stijgende koers van de Zwitserse frank immers meer euro's terug krijgt (dan je belegd hebt).
- d. Beleggen in de Zwitserse frank betekent dat de vraaglijn van de Zwitserse frank naar rechts verschoof (en de valuta in waarde steeg).
- e. Een skivakantie in Zwitserland werd voor iedereen buiten dat land opeens wel erg duur. De sterke munt bemoeilijkte ook de export, terwijl importeren juist aantrekkelijker werd met een grotere kans op deflatie.
- f. Als $\text{€ } 1 = \text{CHF } 1,20$ dan is $\text{CHF } 1 = \text{€ } 0,83$. Zie de horizontale lijn.
- g. Zie het grijs gearceerde gebied in de grafiek.



- h. Verlagen. Spaarrentes gingen omlaag om sparen in Zwitserland minder aantrekkelijk te maken. Het gevolg daarvan zou moeten zijn dat de vraaglijn naar de Zwitserse frank naar links gaat en de koers gaat dalen.
Opmerking 1: Dit gebeurde echter niet; men bleef beleggen in Zwitserland.
Opmerking 2: Deze lagere rente in Zwitserland verlaagde de hypotheekrentes ook. Dit is één van de oorzaken dat hypotheek tegenwoordig zo goedkoop zijn.
- i. Drie van de vijf:
- de valutareserves (=voorraad vreemde valuta van de CB) nam te veel toe.
Deze is fout. Het toenemen van de voorraad vreemde valuta betekent alleen maar dat een land rijker wordt (ten opzichte van het buitenland).
Deze is goed. Het toenemen van de valutareserves van Zwitserland gaat ten koste van het afnemen van de reserves bij andere landen. (Als Zwitserland dus handelt uit solidariteit is deze reden als goed te beschouwen, maar niet als je inzoomt op het pure eigenbelang).
 - de valutareserves (=voorraad vreemde valuta van de CB) nam te veel af.
Deze is fout. Een valutareserve neemt af op het moment dat een CB steunaankopen moet doen voor de eigen valuta. Dat is alleen maar nodig bij een dalende wisselkoers. In het geval van Zwitserland steeg de koers juist.
 - De banken in het land werden arm vanwege de steeds lagere rente.
Deze is fout. De banken hadden juist minder spaarrente te vergoeden aan de beleggers (en maakten dus juist meer winst).
 - De Zwitserse economie kwam in een stagnatie.
Deze is fout: Het loslaten van de koppeling leidt juist tot stagnatie. Door de koppeling werd Zwitserland juist relatief goedkoop gehouden voor het buitenland.
 - De Zwitsers werden door het loslaten van de koppeling rijker.
Deze is juist. Tegenover één Zwitserse frank stonden plotseling meer euro's. Ze hebben dus in Europa (en wereldwijd) meer te besteden (met dezelfde hoeveelheid franks).