



EUROPÄISCHE ZENTRALBANK

Frankfurt am Main, 4. April 2000

***Sperrfrist:***

***Dienstag, 4. April 2000, 15.45 Uhr EZB-Zeit (MEZ)***

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **BEGINN DER EURO-2002-INFORMATIONSKAMPAGNE**

### **UNTERZEICHNUNG DES VERTRAGS MIT PUBLICIS**

Nach der Zustimmung des EZB-Rats auf seiner letzten Sitzung am 30. März 2000 unterzeichneten der Präsident der Europäischen Zentralbank, *Willem F. Duisenberg*, und der Leiter der Agentur Publicis, *Maurice Levy*, heute den Vertrag über die Euro-2002-Informationskampagne. Wie bereits am 4. November 1999 angekündigt, wählte der EZB-Rat *Publicis* aus, die die EZB bei der zweijährigen Kampagne, für die insgesamt 80 Mio EUR vorgesehen sind, unterstützen soll.

Im Rahmen dieser europaweiten Kampagne wird die Öffentlichkeit im Euro-Währungsgebiet und in anderen Ländern mit den Euro-Banknoten und -Münzen, *unserem* Geld, vertraut gemacht. Die Hauptziele der Kampagne sind:

- die Öffentlichkeit darüber zu informieren, wie sie die Euro-Banknoten und -Münzen, und vor allem ihre Sicherheitsmerkmale, erkennen kann;
- die Öffentlichkeit mit den verschiedenen (und in etlichen Ländern neuen) Stückelungen der Euro-Banknoten und -Münzen vertraut zu machen;
- der Öffentlichkeit mitzuteilen, wie die Euro-Banknoten und -Münzen am 1. Januar 2002 eingeführt werden sollen; und
- die Öffentlichkeit über den Emittenten der Euro-Banknoten und -Münzen zu informieren.

Die Strategie der EZB-Kampagne beruht auf dem Konzept der europaweiten und nationalen Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen („Multiplikatoren“), wie zum Beispiel mit Verbänden, Banken, Einzelhändlern sowie mit Instituten des Bildungswesens und staatlichen Stellen. Die Kampagne wird in zwei Stufen durchgeführt. In der in Kürze beginnenden ersten Stufe werden die „Multiplikatoren“ angesprochen, damit diese ihre eigenen Schulungs- und Informationsmaßnahmen entsprechend abstimmen und vorbereiten können. In der zweiten Stufe, die für die zweite Jahreshälfte 2001 geplant ist, wird die Öffentlichkeit in einer breit angelegten Kampagne gezielt informiert, um den reibungslosen Übergang zu den Euro-Banknoten und -Münzen sicherzustellen. Die wichtigsten Kommunikationsmittel werden Broschüren, Werbespots im Fernsehen, Zeitungsanzeigen sowie Radiowerbung und Plakate sein.

Im Rahmen der Kampagne wird auch den besonderen Bedürfnissen benachteiligter Bevölkerungsgruppen Rechnung getragen. Eine enge Zusammenarbeit mit den Institutionen und Mitgliedstaaten der EU soll die Bereitstellung einheitlicher Informationen gewährleisten.

**Europäische Zentralbank  
Presseabteilung**

Kaiserstraße 29, D-60311 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 (69) 13 44-7455 • Fax: +49 (69) 1344-7404  
Internet: <http://www.ecb.int>

**Nachdruck nur mit Quellenangabe gestattet**