



Frankfurt, 1. März 2001

PRESSEMITTEILUNG

Die Europäische Zentralbank stellt ihre Euro-2002-Informationskampagne zu den Euro-Banknoten und -Münzen vor.

Frankfurt, 1. März 2001 – Die Europäische Zentralbank hat heute die Kernpunkte der Euro-2002-Informationskampagne präsentiert, die sie zusammen mit den 12 nationalen Zentralbanken des Euroraums entworfen hat, um die Öffentlichkeit auf die Einführung der Euro-Banknoten und -Münzen am 1. Januar 2002 vorzubereiten.

Die Euro-2002-Informationskampagne umfasst:

- das Partnerschaftsprogramm, an dem öffentliche und private Organisationen beteiligt sind, um die Vorbereitungen voranzutreiben;
- eine Werbekampagne im Herbst, die sich auf das Erscheinungsbild und die Sicherheitsmerkmale der Euro-Banknoten und -Münzen konzentriert;
- eine ausführliche Website einschließlich einer Kinderecke;
- eine über ein Jahr laufende Öffentlichkeitsarbeit, um das Interesse der Bevölkerung am Euro zu wecken, Informationen bereitzustellen und die Bereitschaft der Menschen zu fördern, das neue Geld kennen zu lernen.

“der EURO. UNSER Geld.”

Vor dem Start der Euro-2002-Informationskampagne hat eine von der Europäischen Zentralbank in Auftrag gegebene Umfrage gezeigt, dass die Bürger des Euroraums sich allmählich mit der neuen Währung identifizieren. Aufgrund dieser Erkenntnisse wurde für die Werbekampagne das Motto **“der EURO. UNSER Geld.”** gewählt. Die Werbekampagne, die im Herbst beginnen wird, soll:





- die Einzelheiten und Sicherheitsmerkmale der Euro-Banknoten und -Münzen bekannt machen;
- bis zu ihrer Einführung am Tag des Euro ("€-day") regelmäßig Informationen über die Euro-Banknoten und -Münzen bereitstellen.

Die Kampagne, die sich auf das gesamte Euro-Währungsgebiet erstreckt, wird mit Fernsehspots, Zeitungsanzeigen und eigens entwickeltem Informationsmaterial arbeiten. Das Hauptziel besteht darin, rund 300 Millionen Bürger in Europa sowie viele Menschen in anderen Ländern über das neue Geld zu informieren.

Die Anzeigen sind Teil einer integrierten Kampagne, die von der Europäischen Zentralbank und den 12 nationalen Zentralbanken des Euroraums durchgeführt wird, um sicherzustellen, dass die neuen Banknoten und Münzen in allen 12 Teilnehmerstaaten zum 1. Januar 2002 bekannt sind und akzeptiert werden.

Die direkten Veröffentlichungen im Rahmen der Euro-2002-Informationskampagne werden durch weitere Informationen ergänzt, die von öffentlichen und privaten Organisationen im Rahmen des Partnerschaftsprogramms bereitgestellt werden.

Das Programm umfasst eine Reihe eintägiger Konferenzen, die von den jeweiligen nationalen Zentralbanken in verschiedenen Ländern veranstaltet werden, um das Interesse der Öffentlichkeit für den Euro zu fördern und die Umstellungsmodalitäten bekannt zu machen. Die erste dieser Konferenzen wird von der belgischen Nationalbank am 6. März 2001 in Brüssel veranstaltet.

Bei der Vorstellung der Kampagne auf einer Pressekonferenz in Frankfurt sagte *der Präsident der Europäischen Zentralbank, Willem F. Duisenberg*: "Wie jede Initiative braucht auch die Euro-2002-Informationskampagne ein eingängiges Motto – eines, das in ganz Europa eine nachhaltige Wirkung hat und die Fantasie der im Euroraum lebenden Menschen anspricht. Umfragen haben ergeben, dass "**der EURO. UNSER Geld.**" die treffendste Formulierung ist. Dieses Motto ist sowohl für Europäer wie für Besucher aus anderen Teilen der Welt attraktiv. Ein wesentlicher



Bestandteil unserer Euro-2002-Informationskampagne ist das Partnerschaftsprogramm mit nationalen und internationalen Unternehmen. Über diese Verknüpfung zwischen gewerblichen und anderen Organisationen einerseits und der Europäischen Zentralbank und den nationalen Zentralbanken andererseits können wir noch wesentlich mehr Menschen in Europa und anderen Teilen der Welt erreichen und sie über die Euro-Banknoten und -Münzen sowie über die Umstellungsmodalitäten informieren.”

Die Europäische Zentralbank hat bereits eine spezielle Website zum Thema eingerichtet – **www.euro.ecb.int**. Diese Website enthält umfassende Informationen für die breite Öffentlichkeit sowie einen Bereich für die nationalen und internationalen Partner, in dem die offiziellen Euro-Partner nach Anmeldung bei der Europäischen Zentralbank oder den nationalen Zentralbanken Kampagnenmaterial herunterladen können.

In dem eigens für die Medien eingerichteten Bereich „Nachrichten & Veranstaltungen“ können sich Journalisten registrieren lassen, um Pressemitteilungen zu abonnieren und das grafische Material mit dem Motto **“der EURO. UNSER Geld.”** herunterzuladen. Die Website erscheint in den 11 Amtssprachen der Gemeinschaft. Sie umfasst 200 Seiten mit Informationen über die neue Währung und die Umstellungsmodalitäten sowie eine „Kinderecke“ mit Spielen.

Die zentralen Elemente der Euro-2002-Informationskampagne sind im Anhang beschrieben.

EUROPÄISCHE ZENTRALBANK

Presseabteilung

Kaiserstraße 29, 60311 Frankfurt am Main, Deutschland

Tel.: + 49 69 1344 7455

Fax: + 49 69 1344 7404

Internet: www.ecb.int und www.euro.ecb.int

Nachdruck nur mit Quellenangabe gestattet.



Frankfurt, 1. März 2001

Die Euro-2002-Informationskampagne

Die Euro-2002-Informationskampagne gewährleistet, dass die Bürger mit den neuen Euro-Banknoten und -Münzen vertraut sind, wenn diese in Umlauf kommen. Ferner soll sie andere Informationskampagnen zur Einführung der Euro-Banknoten und -Münzen, insbesondere die der nationalen Regierungen, ergänzen. Die Kampagne konzentriert sich auf vier Aspekte:

- das Erscheinungsbild der Euro-Banknoten und -Münzen mit den verschiedenen Farben und Größen;
- die Sicherheitsmerkmale, an denen sich echte Banknoten und Münzen erkennen lassen (sie werden der Öffentlichkeit im September 2001 vorgestellt);
- die Stückelungen, die – in einigen Ländern – wesentlich von denen der bisherigen nationalen Banknoten und Münzen abweichen; und
- die allgemeinen Umstellungsmodalitäten.

Es sind besondere Maßnahmen vorgesehen, um auch blinde, sehbehinderte, hörgeschädigte und ältere Menschen gezielt zu informieren.

Die Kampagne wird über vier Kommunikationskanäle laufen.

1. Die Werbekampagne in den Massenmedien

Um das Fälschungsrisiko zu verringern, werden die endgültige Gestaltung und die Sicherheitsmerkmale der Euro-Banknoten erst im September 2001 öffentlich bekannt gegeben. Gleichzeitig wird eine Werbekampagne gestartet, um die Menschen mit dem Aussehen und den Echtheitsmerkmalen der Euro-Banknoten vertraut zu machen. Anzeigen und Spots mit dem Motto "**der EURO. UNSER Geld.**" werden in allen Ländern des Euroraums in den Zeitungen und im Fernsehen erscheinen. Hinzu kommt Informationsmaterial (Handzettel, Poster etc.), das über andere Organisationen im Rahmen des Partnerschaftsprogramms verteilt wird.



2. Öffentlichkeitsarbeit

Die Kampagne wird das Interesse der Bevölkerung an den Euro-Banknoten und -Münzen verstärken und sicherstellen, dass die Medien durch geeignete Maßnahmen mit präzisen Informationen versorgt werden. Diese Öffentlichkeitsarbeit wird die Menschen auf die Umstellungsmodalitäten vorbereiten und sie positiv auf die neuen Euro-Banknoten und -Münzen einstimmen.

Von den nationalen Zentralbanken veranstaltete Konferenzen über die neuen Euro-Banknoten und -Münzen, die Logistik und die Umstellungsmodalitäten werden die Vorbereitungen begleiten. Diese Konferenzen bieten ein Forum für den regelmäßigen Austausch über die Umstellung und über geeignete Beispiele aus der Praxis.

Die erste Konferenz wird am 6. März 2001 von der belgischen Nationalbank in Brüssel veranstaltet. Weitere Informationen erhalten Sie von

Herrn Nabil Jijakli

Nationale Bank van België/Banque Nationale de Belgique

de Berlaimontlaan 14/boulevard de Berlaimont 14

1000 BRUSSEL/1000 BRUXELLES

Tel.: + 32 2 221 2546

Fax: + 32 2 221 3153

3. Website

Ende Januar 2001 hat die Europäische Zentralbank eine spezielle Website – **www.euro.ecb.int** – zur Euro-Einführung eingerichtet. Sie spielt eine Schlüsselrolle bei der Bereitstellung umfassender Informationen über die Euro-Banknoten und -Münzen. Hier kann sich jeder umfassend über das Euro-Bargeld informieren. Die Inhalte stehen in den 11 Amtssprachen der Gemeinschaft zur Verfügung (Dänisch, Deutsch, Griechisch, Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch, Niederländisch, Portugiesisch, Finnisch und Schwedisch). Journalisten können sich online registrieren lassen, um aktuelle Pressemitteilungen zugestellt zu bekommen.



4. Das Partnerschaftsprogramm

Zahlreiche öffentliche und private Einrichtungen (Behörden, Banken, Handel, Reise- und Tourismusbetriebe) werden ihre Mitarbeiter, Kunden und andere Zielgruppen ebenfalls über die Bargeldumstellung informieren. Es liegt im gemeinsamen Interesse der Europäischen Zentralbank und der 12 nationalen Zentralbanken wie auch der genannten Einrichtungen, ein möglichst breites Publikum zuverlässig und präzise aufzuklären. Das Partnerschaftsprogramm bildet einen Rahmen, in dem die Europäische Zentralbank, die nationalen Zentralbanken und die beteiligten Organisationen zusammenarbeiten, um die richtigen Informationen zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort bereitzustellen. Eine separate Pressemappe zum Partnerschaftsprogramm wird den Journalisten nächste Woche, 300 Tage vor dem Tag des Euro am 1. Januar 2002, zur Verfügung gestellt.



LISTE DER ANSPRECHPARTNER

in den nationalen Zentralbanken und der Europäischen Zentralbank

Belgien

Nationale Bank van België/
Banque Nationale de Belgique:
Nabil Jijakli
Tel.: + 32 2 221 2546
Fax: + 32 2 221 3153
boulevard de Berlaimont 14
de Berlaimontlaan 14
1000 BRUXELLES
1000 BRUSSEL

Deutschland

Deutsche Bundesbank:
Johannes-Rudi Korz
Tel.: + 49 69 9566 3512 oder 3515
Fax: + 49 69 9566 3077
Abteilung Presse und Information
Postfach 10 06 02
60006 FRANKFURT AM MAIN

Griechenland

Bank of Greece:
Angeliki Boulala
Tel.: + 30 1 324 7921
Fax: + 30 1 322 6371
Secretariat and Public Relations
21 E. Venizelos Avenue
102 50 ATHENS

Spanien

Banco de España:
Ricardo Fernández & Nuria Horcajada
Tel.: + 34 91 338 53 18
Fax: + 34 91 338 52 03
Gabinete de Prensa
c/Alcalá 50
28014 MADRID

Frankreich

Banque de France:
Isabelle Rehbach
Tel.: + 33 1 42 92 39 00
Fax: + 33 1 42 92 39 81
Boîte Postale 140-01
75049 PARIS CEDEX 01

Irland

Central Bank of Ireland:
Neil Whoriskey
Tel.: + 353 1 6716 666
Fax: + 353 1 6703 776
Corporate Services Department
Dame Street
DUBLIN 2

Italien

Banca d'Italia:
Maria Luisa Mattiuzzi
Tel.: + 39 06 4792 3255
Fax: + 39 06 4792 2253
Servizio Segreteria Particolare
Via Nazionale 91
00184 ROMA

Luxemburg

Banque centrale du Luxembourg:
Marc Kongsbruck
Tel.: + 352 4774 4265
Fax: + 352 4774 4910
Département Secrétariat général
Section Communication
2, boulevard Royal
2983 LUXEMBOURG

Niederlande

De Nederlandsche Bank:
Bert Groothoff
Tel.: + 31 20 524 3411
Fax: + 31 20 524 2228
Afdeling Externe Betrekkingen en
Voorlichting
Postbus 98
1000 AB AMSTERDAM

Österreich

Oesterreichische Nationalbank:
Günther Thonabauer
Tel.: + 43 1 404 20 6601
Fax: + 43 1 404 20 6697
Sekretariat des Direktoriums
Otto-Wagner-Platz 3
1090 WIEN

Portugal

Banco de Portugal:
Nuno Jonet
Tel.: + 351 21 321 5374
Fax: + 351 21 321 5405
148 Rua do Comércio
1101 LISBOA Codex

Finnland

Suomen Pankki:
Heli-Kirsti Airisniemi
Tel.: + 358 9 183 2680
Fax: + 358 9 658 424
Tiedotusyksikkö
PL 160
00101 HELSINKI

Europäische Zentralbank

Kaiserstraße 29
60311 Frankfurt am Main
DEUTSCHLAND
Tel.: + 49 69 1344 0 (Zentrale)
Fax: + 49 69 1344 7404
Bitte beachten Sie nachstehende
Durchwahlen.

Manfred J. Körber
Direktor Externe Beziehungen
Durchwahl: 7312

João de Almeida
Projektmanager
der Euro-2002-Informationenkampagne
Durchwahl: 6397

Regina K. Schüller
Leiterin der Presseabteilung
Durchwahl: 7457

Olivier Radelet
Presseabteilung
Durchwahl: 6532

Jean Rodríguez
Presseabteilung
Durchwahl: 6826