

Fünf Jahre Euro-Bargeld in Österreich – ein Stimmungsbarometer

Manfred Fluch,
Ernest Gnan,
Sabine Schlögl¹

Der vorliegende Beitrag untersucht auf Basis österreichischer und euroraumweiter Meinungsumfrageergebnisse, wie die österreichische Bevölkerung den Euro fünf Jahre nach Einführung des Euro-Bargelds subjektiv beurteilt. Folgende Fragen stehen dabei im Mittelpunkt: Wie kommt die österreichische Bevölkerung mittlerweile mit dem Euro zurecht? Wie sieht die Bevölkerung die mit dem Euro verbundenen Chancen? Wie haben die Oesterreichische Nationalbank (OeNB) und andere Institutionen die kommunikationspolitischen Herausforderungen im Zusammenhang mit der Euro-Einführung gemeistert? Welche Fortschritte wurden beim Geldwertgefühl für die neue Währung gemacht? Wie zufrieden ist die österreichische Bevölkerung mit dem Euro im Vergleich zur Bevölkerung der anderen Länder des Euroraums?

Die Umfrageergebnisse zeigen, dass der Euro als stabile Währung anerkannt ist; damit wird dem ausgeprägten Wunsch der österreichischen Bevölkerung nach Preisstabilität entsprochen. Die Schwierigkeiten im täglichen Umgang mit dem Euro sind deutlich weniger geworden. Die überwiegende Mehrheit ist sich der wirtschaftlichen und persönlichen Vorteile des Euro bewusst. Das Geldwertgefühl wird von Jahr zu Jahr besser. Das Bargeld erreicht eine hohe Akzeptanz. Die Aktivitäten der OeNB haben wesentlich zur positiven Stimmung gegenüber dem Euro beigetragen. Als wesentliche Herausforderung bleibt der Abbau des Vorurteils, der Euro habe zu Preisanstiegen geführt. Die weit verbreitete Wahrnehmung, dass der Euro nur eingeschränkt zu Preiskonvergenz im Euroraum geführt hat, deckt sich mit anderen empirischen Befunden.

1 Einleitung

Rund zwei Drittel der über 300 Millionen Einwohner des Euroraums vertraten im Jahr 2002 die Auffassung, dass die Verwirklichung der Währungsunion und die Einführung des Euro-Bargelds zu den größten Projekten der Europäischen Union (EU) zählen (Eurobarometer 2002). Rund 50% der Bevölkerung waren mit der Einführung des Euro-Bargelds zufrieden, 40% zeigten sich hingegen skeptisch.

Der vorliegende Beitrag nimmt die mittlerweile fünfjährige Existenz des Euro-Bargelds zum Anlass, die Einstellungen der Bevölkerung zum Euro und zu seinen Wirkungen zu analysieren. Hat der Euro in der Meinung der Bevölkerung die erwarteten Vorteile gebracht? Wie weit ist es gelungen, die mit der Euro-Einführung verbundenen Herausforderungen zu

meistern? Zur Beantwortung dieser Fragen werden bislang in der Öffentlichkeit wenig bekannte Ergebnisse von Meinungsumfragen, die im Auftrag der OeNB und der Europäischen Kommission im Lauf der Jahre durchgeführt wurden, ausgewertet.

Kapitel 2 fasst die mit dem Euro verbundenen Chancen und Herausforderungen, wie sie in der ökonomischen Literatur, Wirtschaftspolitik und Öffentlichkeit vor der Euro-Einführung diskutiert wurden, zusammen und leitet daraus Fragestellungen für die weiteren Teile der Studie ab. Kapitel 3 stellt jene Maßnahmen dar, die die OeNB und andere Institutionen zur Unterstützung der österreichischen Bevölkerung bei der Euro-Einführung gesetzt haben. Kapitel 4 untersucht auf Basis von Meinungsumfragen, wie die österreichische Bevölkerung fünf Jahre nach Einfüh-

Wissenschaftliche
Begutachtung:
Erich Kirchler, Institut für
Wirtschaftspsychologie,
Bildungspsychologie und
Evaluation, Universität
Wien.

¹ Die Autoren danken Erich Kirchler für wertvolle Kommentare.

rung des Euro-Bargelds die Vorteile des Euro subjektiv einschätzt und wie sie mit den praktischen Herausforderungen der Euro-Einführung zu rechtgekommen ist. Dabei wird insbesondere betrachtet, wie sich diese Einschätzungen in den letzten fünf Jahren vor dem Hintergrund der umfangreichen Informationsaktivitäten der OeNB verändert haben, wie sich die Ergebnisse nach Bevölkerungsgruppen unterscheiden und wie sich die Entwicklung in Österreich im Vergleich zu anderen Ländern des Euroraums darstellt. Kapitel 5 fasst zusammen und leitet Schlussfolgerungen ab.

2 Das neue Euro-Bargeld: Chancen und Herausforderungen

Wirtschaftliche Chancen und Herausforderungen der Währungsunion wurden in der EU im Rahmen des Delors-Berichts² und der Verhandlungen zum Vertrag von Maastricht Ende der Achtziger- und Anfang der Neunzigerjahre ausführlich diskutiert. Dabei standen die Theorie optimaler Währungsräume und ordnungspolitische Argumente dahingehend, dass die Währungsunion dauerhaft stabiles Geld und – durch begleitende fiskalpolitische Regeln – solide Staatsfinanzen im gesamten Euroraum bringen sollte, im Mittelpunkt.

In Österreich wurden anlässlich des bevorstehenden Beginns der Währungsunion in den Jahren 1997 und 1998 einige Sammelpublikationen zu den Wirkungen der Wäh-

rungsunion präsentiert (z. B. Baumgartner et al., 1997; Handler, 1997; OeNB, 1997) sowie große mediale Serien gestaltet (z. B. Die Presse, 1996). Im Vorfeld der Euro-Bargeldeinführung traten in der Analyse- und Kommunikationsarbeit öffentlicher Institutionen zunehmend praktische Aspekte der Euro-Bargeldeinführung in den Mittelpunkt. Dabei dominierten zum einen logistische und rechtliche Aspekte. Zum anderen rückte vor allem für Zentralbanken und Konsumentenschutzorganisationen die Frage in den Vordergrund, welche Preiseffekte durch die Währungsumstellung zu erwarten seien und wie Preiserhöhungen möglichst vermieden werden könnten. Erst relativ spät in den Vorbereitungen wurde auch die Frage aufgeworfen, wie sich die Umstellung auf eine neue Rechen- und Zahlungseinheit auf das Preisempfinden und das Kaufverhalten auswirken könnte.

Für die Euro-Einführung wurden unter anderem folgende Argumente ins Treffen geführt:³

- Der Euro werde, gestützt durch den Vertrag von Maastricht, der ein unabhängiges Zentralbanksystem mit dem vorrangigen Ziel der Preisstabilität einrichtet, dauerhafte Preisstabilität in einem erweiterten Währungsraum gewährleisten.
- Der Euro werde Transaktionskosten einsparen (Wegfall von Währungswechsel- und Kurssicherungskosten, billigere Auslandsüberweisungen und Bargeldabhebungen im Ausland) und dadurch

² Dreistufenplan für die Errichtung einer Wirtschafts- und Währungsunion aus dem Jahr 1988/89.

³ Diese Aufstellung beschränkt sich auf die für die nachfolgenden Kapitel relevanten Aspekte, die durch Meinungsumfrageergebnisse empirisch abgedeckt sind. Für eine detaillierte ökonomische Analyse von Vor- und Nachteilen aus österreichischer Sicht siehe z. B. Baumgartner et al., 1997; Handler, 1997 sowie Dirschmid et al., 2001.

- den Handel sowie die grenzüberschreitende Wirtschaftstätigkeit im Allgemeinen erleichtern und fördern.
- Durch erhöhte Preistransparenz werde der grenzüberschreitende Wettbewerb im Binnenmarkt intensiviert und die Preisentwicklung gedämpft.
- Für Länder, deren Währungen zuvor an die D-Mark gebunden waren, ergebe sich durch die Mitsprache aller Gouverneure der Nationalen Zentralbanken (NZBen) im Rat der Europäischen Zentralbank (EZB) bei geldpolitischen Entscheidungen de facto ein Zuwachs an Einfluss im Vergleich zur zuvor etwa von Österreich verfolgten Wechselkursbindung an die D-Mark.
- Die gemeinsame europäische Währung werde sich aufgrund ihrer großen Verbreitung gemeinsam mit dem US-Dollar als bedeutende internationale Währung etablieren.
- Schließlich wurde aus europapolitischer Sicht auch erhofft, dass der Euro als täglich sichtbares Zeichen der europäischen Einigung die Identifikation der Bürger mit Europa fördern könnte.

Andererseits traten mit dem Näherücken der Euro-Bargeldeinführung auch die damit verbundenen Herausforderungen zunehmend in das Bewusstsein der wirtschaftspolitischen Entscheidungsträger:⁴

- Die Bevölkerung musste den Umgang mit den neuen Banknoten und Münzen lernen (Stückelungen, Sicherheitsmerkmale) und sich mit dem neuen Geld identifizieren.

- Die Wirtschaftspsychologie thematisierte die Möglichkeit einer zwar vorübergehenden, jedoch möglicherweise länger andauernden Beeinträchtigung des Preisgefühls (Kirchler et al., 2004).
- Die Umstellung der Recheneinheit werde aufgrund von Rundungseffekten, psychologischen Preisen usw. Anpassungen des relativen Preisgefüges bewirken.
- Sektorale Preissteigerungen im Zuge der Euro-Bargeldeinführung sowie die durch die Beeinträchtigung des Preisgefühls ausgelösten subjektiven Wahrnehmungswirkungen (Fluch und Stix, 2005 und 2007) könnten auch die Bewertung und Akzeptanz des Euro beeinflussen.
- Eine Beeinträchtigung des Preisgefühls könne auch das Konsumverhalten beeinflussen.

Im Folgenden wird untersucht, inwieweit diese Vorteile und Herausforderungen in der subjektiven Einschätzung der Bevölkerung eingetreten sind und welche Änderungen dabei in den letzten fünf Jahren – vor dem Hintergrund der Informationsaktivitäten der OeNB und anderer Institutionen – erfolgt sind.

3 Das neue Euro-Bargeld: Informationsmaßnahmen

3.1 OeNB als Partner im Umstellungsprozess

Die OeNB spielte bei der Bewältigung logistischer wie auch kommunikationspolitischer Herausforderungen, die sich im Vorfeld sowie während der Euro-Bargeldeinführung im Jahr 2002 stellten, eine zentrale Rolle. Durch die Vernetzung zahlreicher Informationsmaßnahmen ver-

⁴ Diese Studie geht nicht auf die Umstellungskosten der Euro-Bargeldeinführung ein. Siehe dazu z. B. Dirschmid et al., 2001.

schiedenster Institutionen wurden Wirtschaft und Bevölkerung auf das neue Bargeld umfassend vorbereitet. Auch in den Folgejahren ergriff die OeNB zahlreiche Initiativen, um die Akzeptanz des neuen Bargelds in der Bevölkerung zu steigern. Neben einer Informationsoffensive in Printmedien sowie auf eigens eingerichteten Bereichen der OeNB-Webseite zählten Vorträge, Pressekonferenzen, TV-Medienberichte, die Einrichtung einer Euro-Hotline und Kampagnen zu den Aktivitäten der OeNB. Auftritte bei Fachmessen ermöglichten den direkten Kontakt zu Unternehmen und Konsumenten.

Regelmäßige Befragungen zum Euro und zu verwandten Themen wurden im Auftrag der OeNB bereits lange vor der Euro-Bargeldeinführung durchgeführt, um die Stimmungslage in der Bevölkerung zu testen. Im Jahr 1996 wurde bereits – entsprechend dem Kommunikationskonzept der OeNB „Eine neue Währung für Europa“ – eine qualitative Studie des Instituts für Motivforschung erstellt (Karmasin, 1996). In die vom Institut für Empirische Sozialforschung (IFES) durchgeführte OeNB-Barometerumfrage werden seit dem Jahr 1998 „Euro-Fragen“ einbezogen. Die OeNB gab eine Studie zum Thema „Euro-Wertverständnis“ beim Marktforschungsinstitut FESSEL-GfK in Zusammenarbeit mit der Universität Wien in Auftrag (FESSEL-GfK und Universität Wien, 2001 und 2002). Die Studie untersuchte die Einschätzung von Preisen, den Umgang mit der Doppelpreisauszeichnung und Erwartungen im Zuge des neuen Bargelds. Die OeNB verfolgte und wertete regelmäßig die Medienberichterstattung zum Themenkreis „Euro“ aus.

Im Jahr 2000 wurden Informationskampagnen sowie ein Multiplikatorenprogramm vorbereitet. Letzteres wandte sich gezielt an Geschäftsbanken und Schulen, um eine „Informationswelle“ über möglichst viele Ebenen des jeweiligen Netzwerks („Multiplikatoren“), wie etwa Lehrer, Schüler und Eltern, auszulösen. Kooperationen mit der Wirtschaftskammer Österreich (WKO), dem Verein für Konsumenteninformation und verschiedenen Bundesministerien ermöglichten der OeNB den Zugang zu wichtigen Zielgruppen. Die an die allgemeine Öffentlichkeit gerichteten Maßnahmen wurden behutsam gestartet und schrittweise intensiviert, denn der Beginn von Informationskampagnen in einem zu frühen Stadium hätte das Risiko von Desinteresse und einer möglichen Ablehnung des neuen Bargelds erhöht. Die OeNB schaltete daher anfangs nur wenige, gezielte Inserate und sprach ausgewählte „Multiplikatoren“ an, um der Bevölkerung die nahende Bargeldeinführung allmählich ins Bewusstsein zu rufen. Die heiße Phase der breit gefächerten Informationsoffensive startete Mitte 2001 mit der Hauptkampagne „Mit der Nationalbank zum Euro“, die unter Zuhilfenahme von Sujetschaltungen in Printmedien und TV-Spots eines der Kernelemente der vertrauensbildenden Maßnahmen darstellte.

Neben ihrer aktiven Kommunikation war die OeNB auch Anlaufstelle für Rückfragen aus Wirtschaft und Bevölkerung. Die Auskünfte reichten von einfachen Umrechnungsanfragen bis zu komplexen logistischen, technischen und rechtlichen Aspekten der Bargeldeinführung. In den letzten sieben Monaten vor der Bargeldeinführung verzeichnete das Callcenter der OeNB mehr als 9.000 Anrufe.

3.2 Zielgruppenspezifische Kommunikation

Das Kommunikationsziel einer möglichst breiten und tiefen Aufklärung aller Bevölkerungsgruppen zum neuen Bargeld erreichte die OeNB durch eine Palette an auf verschiedene Zielgruppen zugeschnittenen Informationsprodukten. Dazu zählten etwa Poster mit Abbildungen des Euro-Bargelds, die in einer Auflage von mehr als 4 Millionen Stück produziert und besonders an Schulen, Kreditinstitute und andere Unternehmen verteilt wurden. Eine Serie von Minifaltfoldern mit verkleinerten Darstellungen der Banknoten und Münzen in einer Auflage von 7 Millionen Stück diente den Konsumenten als Unterstützung beim täglichen Einkauf. Ein weiterer Folder bildete die Vorder- und Rückseiten aller Euro-Münzen in den jeweiligen Euro-Mitgliedstaaten ab. Insgesamt wurden mehr als 30 Millionen Printprodukte in Kreditinstituten, Ämtern und Betrieben aufgelegt. Für Kassenschalter wurden spezielle Kuverts mit Darstellungen der Euro-Banknoten zur Verfügung gestellt.

TV- und Hörfunkspots wurden als Informationsmedien ebenfalls verwendet. Im zweiten Halbjahr 2001 tourte der „Eurotrain“, ein Informations- und Beratungszug der OeNB (in Kooperation mit WKO und den Österreichischen Bundesbahnen – ÖBB) quer durch 60 Städte Österreichs. Darüber hinaus wurde eine Vielzahl an Pressekonferenzen, Pressesaussendungen, Vorträgen und Reden zur Informationsweitergabe genutzt.

Allem voran stand die Präsentation der neuen Banknoten: Die hohen Sicherheitsanforderungen der neuen Scheine erlaubten keine allzu frühe Bekanntgabe des endgültigen Aussehens der Banknoten und standen

damit im Konflikt zum Informationsbedarf der Bevölkerung, die sich mit den Sicherheitsmerkmalen möglichst gut vertraut machen sollte. Vor diesem Hintergrund wählte die EZB den 30. August 2001 als Präsentationstermin. Am 31. August 2001 stellte die OeNB erstmals die Euro-Banknoten in Österreich vor.

3.3 OeNB-Kooperation mit anderen Institutionen

Die OeNB erreichte insbesondere durch die Zusammenarbeit mit nationalen und internationalen Institutionen verschiedene Zielgruppen. Auf europäischer Ebene war vor allem die EZB an gemeinsamen Informationsaktivitäten beteiligt. So wurde z. B. die Aktion „Euro Superstar“ ins Leben gerufen, um Acht- bis Zehnjährige spielend auf das neue Bargeld in Form eines Gewinnspiels vorzubereiten. Gemeinsam mit dem Österreichischen Gesellschafts- und Wirtschaftsmuseum informierte die OeNB Jugendliche zwischen 10 und 18 Jahren in Vorträgen und Diskussionen über das Euro-Bargeld.

Diese Informationstour diente als Ergänzung zu den OeNB-eigenen Produkten wie dem Schulpaket „Geld und Währung“ oder diversen Videos. Auch die ORF-Kindersendung des Österreichischen Rundfunks (ORF) „Confetti TV“ wurde mehrfach als Transportmedium genutzt. Als Organisator und Veranstalter hielt die OeNB an den Euro-Informationstagen gemeinsam mit der Euro-Initiative der Bundesregierung Informationsveranstaltungen in den Landeshauptstädten ab. Die Teilnahme am österreichweit eingesetzten Euro-mobil sowie an diversen Pressekonferenzen der WKO wurden ebenfalls zur Kontaktaufnahme genutzt. In Kooperation mit der Studiengesellschaft

für Zusammenarbeit im Zahlungsverkehr G.m.b.H. (STUZZA), der WKO, der Euro-Initiative der Bundesregierung und den Geschäftsbanken erstellte die OeNB die Broschüre „Der Euro – unser neues Bargeld“ und ließ sie in mehrere Sprachen übersetzen. In Zusammenarbeit mit dem Österreichischen Blindenverband wurde ein Euro-Banknoten- und -Münzschieber verteilt, der es Sehbehinderten ermöglicht, schnell und exakt den Wert von Banknoten und Münzen festzustellen.

Darüber hinaus bot die Euro-Initiative der Bundesregierung Broschüren und Bücher für Konsumenten, Unternehmer, Bürgermeister, Ärzte und Senioren an. Das Ministerium für Inneres verteilte an Volksschüler spezielle Stofftiere, um Schüler spielerisch auf das neue Bargeld vorzubereiten. Ausgehend vom Bildungsministerium wurden Wettbewerbe für Schulen initiiert. Zum Informationsangebot der WKO gehörten Gewinnspiele, die Einrichtung von Callcentern sowie die Beratung von Klein- und Mittelbetrieben (KMUs). Die Bundesarbeitskammer war an der Erarbeitung des Euro-Währungsangabengesetzes beteiligt, in dem die doppelte Preisauszeichnung gesetzlich geregelt wurde. Die österreichischen Bundesländer setzten mit Seminaren, Vorträgen und sonstigen Veranstaltungen sowohl interne (Mitarbeiter der öffentlichen Verwaltung) als auch externe Informationsaktivitäten. Der ORF vermittelte in zahlreichen Sendungen Informationen zum Euro.

4 Das neue Euro-Bargeld: ein Meinungsbild der österreichischen Bevölkerung

Inwieweit wurden die in den Euro gesetzten Erwartungen aus Sicht der österreichischen Bevölkerung erfüllt, und wie wurden die mit der Euro-Bargeldeinführung verbundenen Herausforderungen gemeistert? Die vorliegenden Umfragedaten ermöglichen die Analyse von Entwicklungen im Verlauf der letzten fünf Jahre, eine Differenzierung nach sozioökonomischen Merkmalen sowie Vergleiche der österreichischen Entwicklung mit jener im Euroraum.

4.1 Preisstabilität für die österreichische Bevölkerung von hoher Bedeutung

Nach dem Vertrag von Maastricht ist die Geldpolitik dem vorrangigen Ziel, die Preisstabilität des Euro zu gewährleisten, verpflichtet. Diese Zielsetzung deckt sich mit dem Bedürfnis der österreichischen Bevölkerung nach Preisstabilität. Gemäß den Umfrageergebnissen sind 94% der Bevölkerung der Meinung, dass eine niedrige Inflationsrate wichtig ist und weiterhin aufrechterhalten werden soll.

Dieser Konsens erstreckt sich auf alle Bevölkerungsschichten (Grafik 1). Interessant ist, dass junge Menschen, die keine Phase höherer Inflation mehr erlebt haben, eine niedrigere Inflation für etwas weniger wichtig erachten als der Durchschnitt der Bevölkerung. Ältere Menschen, die Perioden höherer Preissteigerungen schon erlebt haben, legen hingegen größeren Wert auf die Beibehaltung der aktuell niedrigen Inflation.

Verwendete Umfragedaten zum Stimmungsbild über den Euro

Die Analyse über das Meinungsbild der Bevölkerung zum Euro stützt sich insbesondere auf folgende Umfragedaten.

Die von IFES seit dem Jahr 1996 quartalsweise durchgeführte OeNB-Barometerumfrage befragt stichprobenartig rund 2.000 Männer und Frauen ab 15 Jahren zu einem umfangreichen Themenkreis. Die Daten des OeNB-Barometers erlauben auch eine Auswertung nach soziodemografischen Merkmalen, auf die punktuell, soweit es der Platz in dieser Studie erlaubt, eingegangen wird. Im Mittelpunkt stehen die Akzeptanz des Euro-Bargelds sowie die Einschätzung der Währungsstabilität durch die Bevölkerung.

Umfragedaten aus den „Flash Eurobarometerstudien“ der Europäischen Kommission fließen ebenfalls in die Untersuchung ein. Im Rahmen dieser von Gallup Europe durchgeführten Befragung zu speziell den Euro betreffenden Themen werden mittels Telefoninterviews stichprobenartig rund 12.000 Personen über 15 Jahre aus den „ursprünglichen“ zwölf Euro-Mitgliedstaaten befragt. Die seit dem Jahr 2002 jährlich durchgeführte Umfrage spiegelt die öffentliche Meinung zum Euro innerhalb der Währungsunion wider.

Daneben fließen auch Ergebnisse der Umfragen des regelmäßigen Eurobarometers der Europäischen Kommission ein.

Schließlich führte das Marktforschungsinstitut FESSEL-GfK im Jahr 2004 für die OeNB eine repräsentative Studie zum Thema „Euro – Täglicher Einkauf und gefühlte Inflation“ mit 2.000 Personen durch. Männer und Frauen ab 15 Jahren gaben Interviews zur Preiswahrnehmung im Zuge der Euro-Bargeldeinführung. Dabei wurde insbesondere die Diskrepanz zwischen objektiver und gefühlter Inflation sowie der tägliche Umgang mit der neuen Währung untersucht.

4.2 Stabilitätssicherung des Euro: gute Noten für OeNB und Eurosystem

60% der befragten Österreicher meinten im Jahr 2006, die OeNB habe sehr gut oder gut für die Sicherung der Stabilität gesorgt. Für das Eurosystem/Europäisches System der Zentralbanken (ESZB) vertraten etwas über 50% diese Ansicht. Seit der Einführung des Euro-Bargelds haben sich die Einschätzungen (bei Betrachtung der Durchschnittsnoten) für beide Institutionen verbessert (Tabelle 1). Die Beurteilung der Aufgabenerfüllung und der Grad der Informiertheit über die Aufgaben der jeweiligen Institution sind korreliert: Je besser man über sie Bescheid weiß, desto positiver fällt die Beurteilung der Aktivitäten aus.

Laut IFES (2006) besteht in der österreichischen Bevölkerung auch breiter Konsens (71% aller Befragten)

darüber, dass die OeNB eine wichtige Währungsinstitution ist und sehr hohes Vertrauen in der Bevölkerung genießt. Im Jahr 2001 – unmittelbar vor der Euro-Bargeldeinführung – lag der Anteil mit etwa 50% der Befragten deutlich niedriger; dies mag im Zusammenhang mit Meldungen, einige Agenden der OeNB gingen auf die EZB über, gestanden sein. Die deutliche Änderung des Meinungsbilds seither deutet darauf hin, dass es der OeNB gelungen ist, ihre Aufgaben und ihre Rolle im ESZB zu erklären. Heute erkennt eine große Mehrheit der Bevölkerung, dass die geldpolitischen Entscheidungen im Euro-Raum unter Mitwirkung der OeNB getroffen werden.

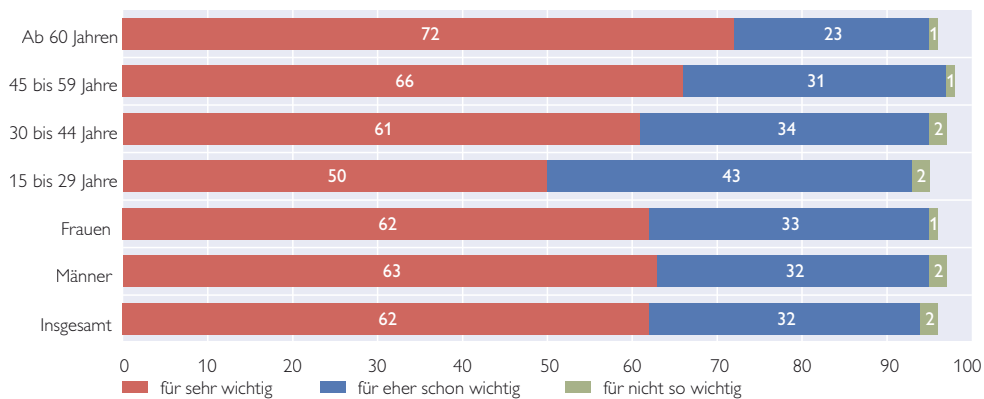
Das hohe Vertrauen der österreichischen Bevölkerung in das Eurosystem und die OeNB findet sich auch in der Einschätzung zur aktuellen Preisstabilität des Euro wieder. Über die

Grafik 1

Für wie wichtig halten Sie es, dass in Österreich die Inflationsrate gering bleibt?

Stand 4. Quartal 2006

in % der Bevölkerung



Quelle: OeNB-Barometer.

Tabelle 1

Wie gut sorgen Eurosystem/ESZB bzw. OeNB

für die Stabilität des Euro?

	Durchschnittsnote in %	sehr gut (1)	gut (2)	zufriedenstellend (3)	schlecht (4)	sehr schlecht (5)
Eurosystem/ESZB¹						
2002	2,50	7	42	36	6	1
2006	2,30	8	45	27	3	0
OeNB²						
2002	2,12	17	40	18	3	1
2006	2,01	17	43	13	2	1

Quelle: IFES: OeNB-Barometer 2002 (4. Quartal) und 2006 (4. Quartal).

Anmerkung: Stichprobe n = 2000. Bei der Verteilung wurden die Auskunft gebenden als 100% gesetzt.

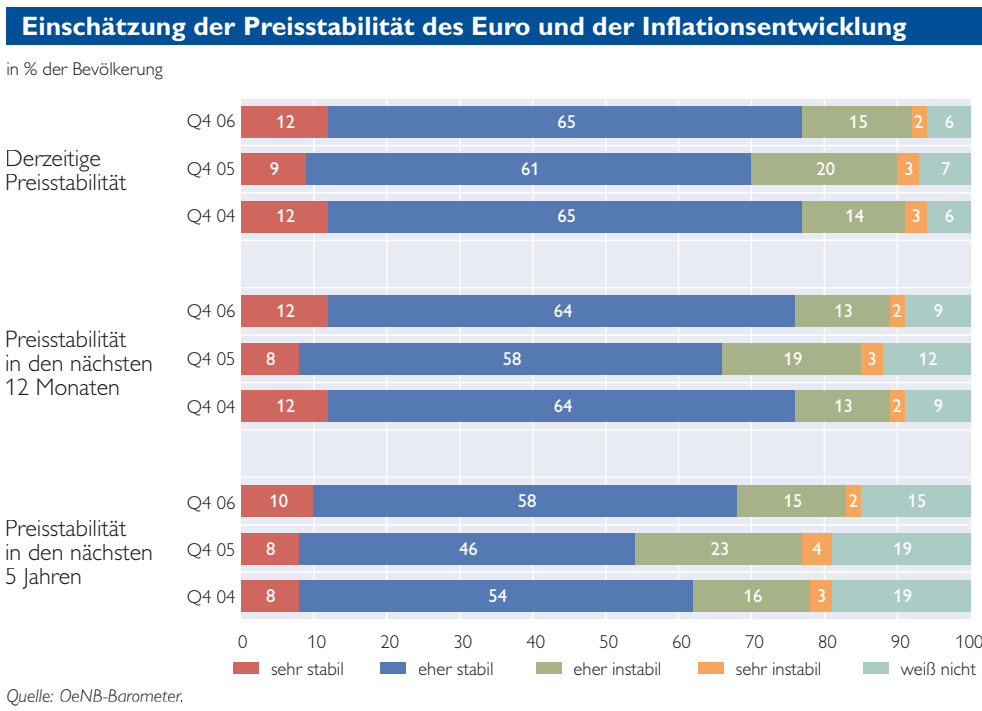
¹ Die Frage lautet: Welchen Eindruck haben Sie aus heutiger Sicht, wie gut kommt das ESZB der Aufgabe nach, für die Stabilität des Euro zu sorgen?

² Die Frage lautet: Wie gut erfüllt die OeNB die Aufgabe der Sicherung der Währungsstabilität, sodass keine Geldwertverluste auftreten?

Jahre nahezu unverändert ist jeder Zehnte der Überzeugung, der Euro sei eine sehr stabile Währung (Grafik 2). Fast zwei Drittel charakterisieren ihn als eine eher stabile Währung. Ein schwaches Sechstel äußert sich skeptisch; für sie ist der Euro eher instabil. Die Wahrnehmung ausgeprägter Instabilität ist hingegen sehr gering.

Befragt man die österreichische Bevölkerung nach ihren kurz- und

mittelfristigen Erwartungen zur Preisstabilität des Euro, bestätigt sich dieses Bild. Im vierten Quartal 2006 sahen 76% der Befragten für die kommenden zwölf Monate preisstabilen Zeiten entgegen. Fast 70 % erwarten, dass der Euro auch in den kommenden fünf Jahren stabil sein wird, lediglich ein schwaches Fünftel zeigte sich in Bezug auf die langfristige Preisentwicklung stärker besorgt.



4.3 Euro bringt österreichischer Bevölkerung und Wirtschaft viele Vorteile

4.3.1 Österreicher sehen durch den Euro mehr Vorteile als die Bevölkerung des Euroraums

„Der Euro ist gut für uns, er stärkt uns für die Zukunft“. Diese Meinung vertreten 2006 laut Flash Eurobarometer 62% der Bevölkerung (Grafik 4 und Tabelle 2). Für 24% hat der Euro mehr Nachteile, sie meinen „er schwächt das Land eher“. Für 8% trifft weder das eine noch das andere zu, 6% haben keine Meinung. Diese Relationen haben sich seit der Euro-Bargeldeinführung deutlich in Richtung einer positiven Grundstimmung verschoben.

Während im Euroraum insgesamt und in den meisten Ländern des Euroraums der Enthusiasmus für den Euro etwas oder teilweise sogar stark nachgelassen hat, ist der Anteil jener Österreicher, die Vorteile sehen, seit 2002 von 52% auf 62% gestiegen. Im Euro-

raum-Durchschnitt sahen dies im Jahr 2006 hingegen nur 48%, da in großen Ländern wie Deutschland und Italien die Anteile jener, die Nachteile spüren, recht hoch sind. Dennoch weist die Mehrheit der Länder des Euroraums bei den Vorteilen für den Euro höhere Bevölkerungsanteile als bei den Nachteilen auf (Tabelle 2).

4.3.2 Wirtschaftliche Erleichterungen durch den Euro

Knapp über 50% der Bevölkerung sind heute überzeugt, dass die Euro-Einführung positive Auswirkungen auf Österreichs Wirtschaft hat (sehr positiv: 10%, eher positiv: 42%). Als wesentliche Effekte dafür werden Erleichterungen für Unternehmen infolge vereinfachter Geschäftsabwicklungen angeführt. Darüber hinaus betrachtete mehr als die Hälfte der Bevölkerung im Jahr 2006 den Euro als Stabilisator für den europäischen Wirtschaftsraum. Sieben von zehn Befragten sahen und sehen durch den

Tabelle 2

Vor- und Nachteile der Euro-Einführung

in % der Bevölkerung

	Jahr	Belgien	Deutschland	Griechenland	Spanien	Frankreich	Irland	Italien	Luxemburg	Niederlande	Österreich	Portugal	Finnland	Euro-raum
Euro-Einführung ist														
vorteilhaft, stärkt uns	2002	72	39	46	62	65	73	57	72	42	52	57	65	54
	2006	58	46	38	55	51	75	41	64	38	62	43	65	48
nachteilig, schwächt uns	2002	16	52	24	18	23	19	29	14	41	25	22	11	32
	2006	20	44	46	26	31	21	48	18	43	24	34	16	38
Vorteilhaft:														
Einfacher und günstiger reisen	2006	61	47	25	52	37	63	43	72	34	57	66	58	46
Leichter Preise vergleichen	2006	52	33	17	17	16	48	39	60	29	52	53	39	30
Stärkt Europa in der Welt	2006	23	17	30	25	28	17	53	22	18	17	26	10	27
Stabilere Preise	2006	14	10	18	9	6	22	19	14	7	13	18	7	11
Nachteilig:														
Hat zu Preisanstiegen beigetragen	2002	66	88	88	81	79	80	91	62	94	84	74	63	84
	2006	88	90	97	97	96	71	96	90	91	88	86	91	93
Erschwert tägliches Leben	2006	22	9	15	16	13	12	37	23	7	15	39	9	19
Mehr Arbeitslosigkeit, weniger Wachstum	2006	13	4	6	3	5	58	11	11	4	12	22	2	7

Quelle: Flash Eurobarometer.

Euro eine Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit Europas (Grafik 3).

Der Zusammenhang zwischen Euro und Arbeitsmarkt wird – bedingt durch steigende Arbeitslosenquoten in den Jahren 2003 bis 2005 – heute etwas pessimistischer gesehen als noch 2002. Die jüngste Verbesserung der Arbeitsmarktlage (2006 ging die Arbeitslosenquote in Österreich zurück) spiegelt sich auch in einer wieder weniger pessimistischen Einschätzung der Arbeitsmarktwirkungen des Euro wider: Waren Ende des Jahres 2005 noch vier von zehn Umfrageteilnehmern der Meinung, dass sich der Euro eher negativ bzw. sehr negativ auf die Beschäftigung auswirkt, sieht derzeit etwas mehr als ein Viertel der Befragten negative Auswirkungen des Euro auf die

Arbeitsmarktsituation. Ein schwaches Viertel ist vom Gegenteil überzeugt. Werden für die qualitativen Bewertungen (sehr positiv bis sehr negativ) Zahlen von +2 bis -2 vergeben, ergibt sich über die Effekte des Euro auf den Arbeitsmarkt eine weitgehend neutrale bis schwach negative Beurteilung (Tabelle 3).

Bei den Kriterien, für die individuelle Erfahrungen eine größere Rolle spielen mögen, werden die verringerten Kosten bei Urlaubsreisen (2002 und 2006) als vorteilhaft hervorgehoben. Die Effekte des Euro auf die Sicherheit der Spareinlagen wurden zunächst neutral beurteilt, im Jahr 2006 hingegen etwas günstiger eingeschätzt. Noch besser werden im Jahr 2006 die Auswirkungen auf die österreichische Wirtschaft und auf die Währungsstabilität gesehen.

Grafik 3

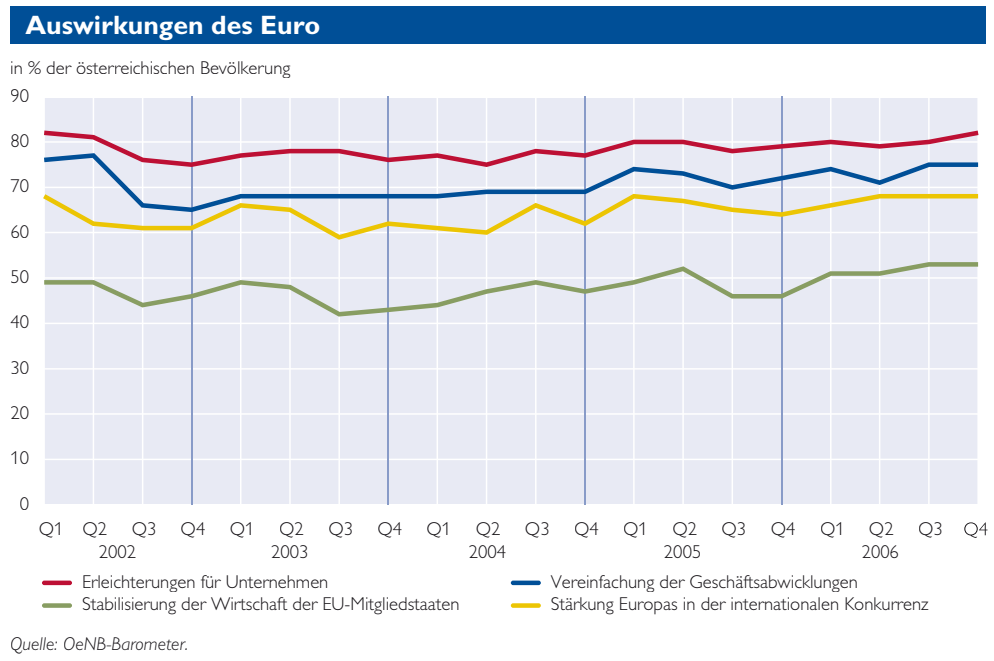


Tabelle 3

Auswirkungen des Euro auf die ...

	österreichische Wirtschaft	Währungs- stabilität	Beschäftigungs- und Arbeits- marktsituation	Kosten bei Urlaubsreisen in Europa	Sicherheit der Spareinlagen
	Mittelwert einer fünfstufigen Skala ¹				
2002	0,39	0,15	-0,02	0,28	0,02
2006	0,49	0,32	-0,06	0,28	0,15

Quelle: OeNB-Barometer.
¹ +2 = sehr positiv, +1 = eher positiv, 0 = ausgeglichen, -1 = eher negativ, -2 = sehr negativ.

4.4 Ersparnisse bei grenzüberschreitenden Zahlungen wenig bekannt

Seit der Einführung des Euro geben über den gesamten Zeitraum bis 2006 fast konstant rund 80% der Befragten an, dass der Euro Erleichterungen für die Unternehmen gebracht habe (Grafik 3). Davon sind in erster Linie Transaktionen im grenzüberschreitenden Außenhandel betroffen. Wurde

früher Österreichs Außenhandel in Schilling, D-Mark, Schweizer Franken, US-Dollar und japanischen Yen fakturiert, so werden heute rund 85% des weltweit 200 Mrd EUR umfassenden Außenhandelsvolumens Österreichs in Euro abgewickelt (Oberndorfer, 2005).

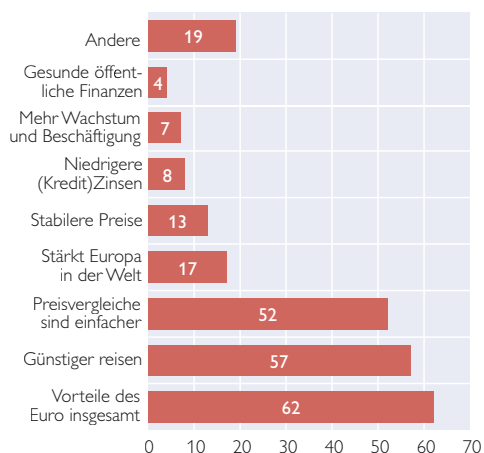
Fast 60% der österreichischen Bevölkerung spüren auch die Erleichterungen und Kostenersparnis im

Grafik 4

Vorteile des Euro in der Wahrnehmung der österreichischen Bevölkerung

Stand 2006

in %



Quelle: Flash Eurobarometer.

Reiseverkehr (Europäische Kommission, 2006; Grafik 4).⁵

Weitere Kosteneinsparungen sind bei der Bezahlung mit elektronischen Karten (Bankomat- und/oder Kreditkarten bei Bargeldbehebungen und Einkäufen), aber auch bei Banküberweisungen eingetreten. Bereits im Dezember 2001 wurde eine EU-Verordnung⁶ erlassen, die ab Juli 2002 Sondergebühren für Bargeldabhebungen oder Einkäufe in Geschäften in einem Land des Euroraums verbietet. Für Überweisungen in ein anderes Land des Euroraums kommen seit 1. Juli 2003 die gleichen Tarifbestim-

mungen wie im Inland zum Tragen. Allerdings ist das Wissen darüber noch recht gering. In Österreich verneinten im Jahr 2003 nur etwas mehr als ein Viertel richtigerweise die Frage nach allfälligen Zusatzgebühren für grenzüberschreitende Transaktionen innerhalb des Euroraums mittels elektronischer Zahlungsmittel. 27% der Befragten sagten, dass diese bei Abhebungen anfallen, die Mehrheit konnte dazu keine Auskunft geben. Auch 2006 weiß nur ein schwaches Drittel die richtige Antwort (keine Zusatzgebühren), 27% behaupten, diese seien nach wie vor zu zahlen. Ein großer Rest von 44% hat dazu keine Meinung.

Noch geringer ist das Wissen bei Banküberweisungen: Im Jahr 2006 wussten lediglich 28% der Befragten Bescheid, dass Banküberweisungen im Inland und in Länder innerhalb des Euroraums die gleichen Tarife haben. 30% sagten dezidiert, sie seien für Überweisungen in Länder innerhalb des Euroraums höher, gut 40% gaben keine Auskunft. Damit ist der Wissensstand ähnlich gering wie im gesamten Euroraum (Tabelle 4).

Während somit die geringeren Transaktionskosten bei Außenhandels- und Reiseaktivitäten deutlich wahrgenommen werden, ist das Wissen über die billigeren Zahlungs- und Geldtransaktionen innerhalb des Euroraums noch recht gering. Für die

⁵ Rund 4,1 Millionen Urlaubs- und Geschäftsreisende (rund 50% aller Auslandsreisenden im Jahr 2005; Statistik Austria, 2006) aus Österreich ersparen sich für ihren Auslandsaufenthalt innerhalb des Euroraums die früher dafür anfallenden Spesen für den Umtausch in eine andere Währung. Eine grobe Schätzung der eingesparten Wechselspesen kommt zu folgendem Ergebnis: Die durchschnittlichen Reiseausgaben betragen rund 500 EUR/Person (Statistik Austria, 2005), die als Basis für den Wechselbetrag verwendet werden können. Angenommen es fallen Wechselspesen in Höhe von 1% an, so ersparen sich die Reisenden aus Österreich durch den Euro rund 20 Mio EUR jährlich. Diese Schätzung berücksichtigt nicht die Kosten des Rücktausches von Valutenresten nach Reiseabschluss bzw. allfällige deutlich höhere Kosten bei Valutenkauf in Hotels und manchen Wechselstuben. Zusätzlich müsste auch der Zeitaufwand in Rechnung gestellt werden, der durch den Wegfall des Valuten- umtausches erspart wird.

⁶ Verordnung (EG) Nr. 2560/2001 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 19. Dezember 2001 über grenzüberschreitende Zahlungen in Euro.

**Einschätzung der Gebühren für Geld- und Banktransaktionen
innerhalb des Euroraums**

Fallen gesonderte Gebühren an?

in % der Bevölkerung

Jahr	Österreich			Euroraum		
	nein (richtige Antwort)	ja (unrichtige Antwort)	weiß nicht	nein (richtige Antwort)	ja (unrichtige Antwort)	weiß nicht
	Für die Abhebung von Geld im Euroraum					
2003	26	27	47	29	31	40
2004	27	32	41	27	37	37
2005	33	27	40	30	34	36
2006	30	27	44	23	27	51
	Für die unbare Bezahlung mit Karte (Bankomat-/Kreditkarte) im Euroraum					
2003	29	20	51	39	22	39
2004	29	26	45	38	27	35
2005	33	28	38	35	30	35
2006	30	23	48	27	21	53
	Für Banküberweisungen innerhalb des Euroraums					
2005	26	40	34	38	23	39
2006	28	30	42	25	16	59

Quelle: Flash Eurobarometer.

gesamte österreichische Wirtschaft ergeben sich durch den Übergang zum Euro dauerhaft beträchtliche Einsparungen, die von Dirschmid et al. (2001) immerhin zwischen 0,7% und 1,0% des jährlichen Bruttoinlandsprodukts (BIP) ausgewiesen wurden.

4.5 Verbessertes Geldwertgefühl und leichter Umgang mit dem Euro

Der Übergang zum Euro bedeutete für Wirtschaft und Bevölkerung in vielerlei Hinsicht Anpassungserfordernisse (Name, Stückelungen, Erscheinungsbild und Sicherheitsmerkmale). Auch den neuen Preisen in Euro wurde vielfach mit Unsicherheit und Ängsten entgegengesehen. Nach anfänglichen Schwierigkeiten bei der Einführung des Euro-Bargelds wurden in den bisherigen fünf Jahren jedoch deutliche Fortschritte im Umgang mit der neuen Währung gemacht.

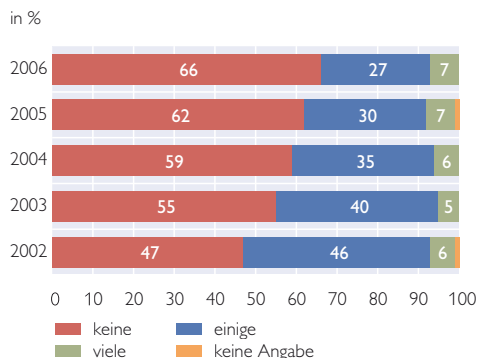
4.5.1 Deutlich weniger Schwierigkeiten mit dem Euro

Im Jahr 2006 hatten zwei Drittel der österreichischen Bevölkerung keine Schwierigkeiten im praktischen Umgang mit der Euro-Währung. Ein gutes Viertel hat noch einige und lediglich 8% viele Probleme (Grafik 5). Im Vergleich zu 2002 stiegen die Anteile jener Bevölkerungsschicht ohne Probleme deutlich, wogegen der mit leichten Schwierigkeiten abgenommen hat. Konstant blieb hingegen der Anteil der Bevölkerung, die noch größere Schwierigkeiten hat.

In zehn von zwölf Staaten hat die Bevölkerung im Umgang mit dem Euro deutliche Fortschritte gemacht (Grafiken 6 und 7). Österreich weist – nach Finnland – die stärkste Zunahme des Anteils der Bevölkerung auf, der keine Probleme mit dem Euro hat. Mehr Probleme als früher haben nur die Italiener und Griechen. Am besten kommen im Jahr 2006

Schwierigkeiten der österreichischen Bevölkerung mit dem Euro

Grafik 5



Quelle: Flash Eurobarometer.

die Iren und Luxemburger zurecht. Österreich liegt im Mittelfeld.

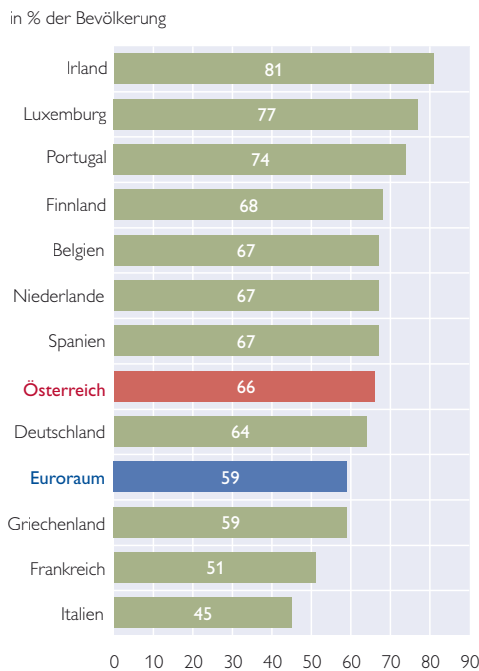
4.5.2 Guter Informationsstand bei den Sicherheitsmerkmalen

Die Euro-Informationsoffensive der OeNB schlägt sich im guten Kenntnisstand der Österreicher über die Sicherheitsmerkmale der neuen Bank-

noten nieder. Zu Jahresbeginn 2002 fühlten sich mehr als 80 % der Österreicher über die Sicherheitsmerkmale gut (47%) oder einigermaßen gut (38%) informiert. Dieses Informationsniveau hat sich über die letzten fünf Jahre hinweg zwischen 69% und 85% bewegt und lag 2006 bei 75%. Das geringste Informationsgefühl ist heute noch bei Pflichtschulabsolventen ohne weitere Ausbildung (43%) bzw. bei den über 60-Jährigen (37%) bemerkbar. Nach den Sicherheitsmerkmalen der Euro-Banknoten befragt, kennen derzeit 62% der Befragten das Wasserzeichen, gefolgt vom Sicherheitsfaden mit 53%. Annähernd 50% ist das Hologramm ein Begriff. Auffallend, aber nicht unerwartet, ist, dass vor allem ältere Personen schlechter über die Sicherheitsmerkmale Bescheid wissen. Sind es bei den bis 29-Jährigen fast 76%, so kennen bei den über 60-Jährigen nur

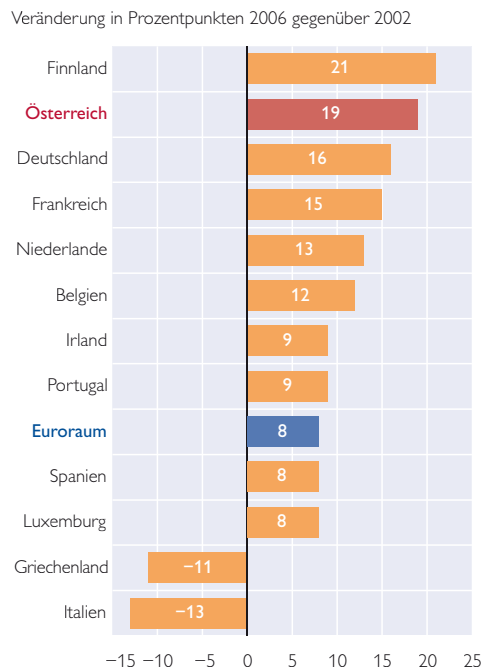
Mit dem Euro haben im Jahr 2006 keine Schwierigkeiten

Grafik 6



Quelle: Flash Eurobarometer.

Grafik 7



47% das Wasserzeichen. Ein deutlicher Unterschied hinsichtlich des Kenntnisstands des Wasserzeichens besteht auch zwischen den Berufstätigen (68%) und Nichterwerbstätigen (53%).

4.5.3 Euro-Banknoten leichter zu unterscheiden als Euro-Münzen

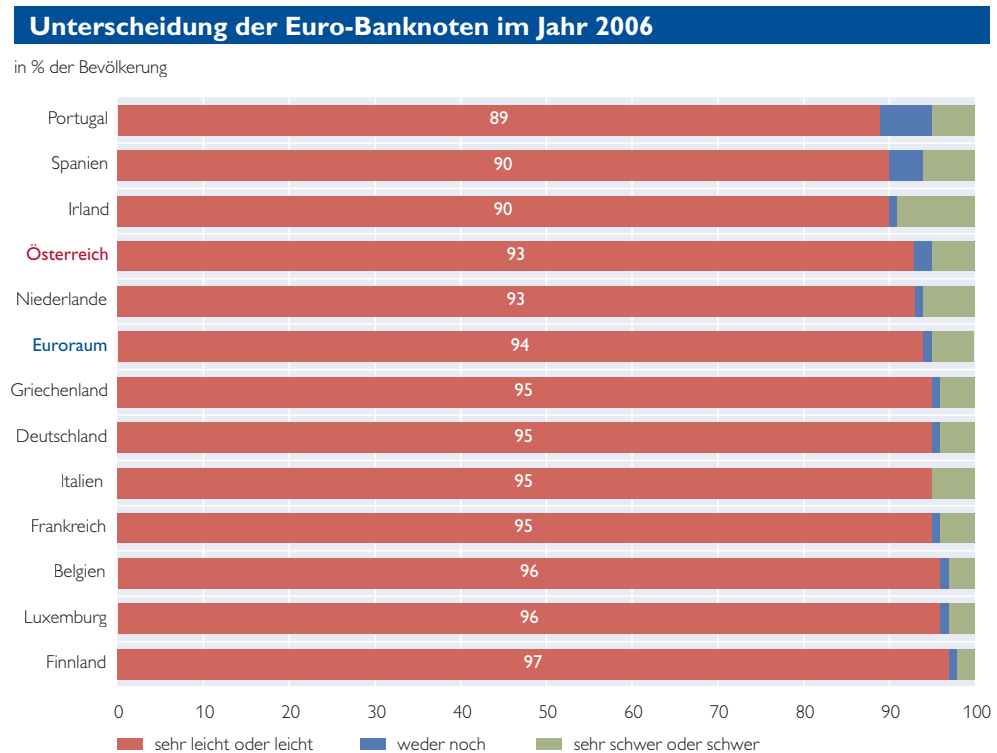
Nach den Ergebnissen der Eurobarometer-Untersuchung beherrschten nach eigener Einschätzung fast 90% der Österreicher Ende 2002 die Handhabung der neuen Banknoten und konnten diese leicht voneinander unterscheiden. Im Jahr 2006 waren es 93% (sehr leicht: 65,1%, eher leicht: 27,5%).

Im Unterschied dazu treten bei der Handhabung der Euro-Münzen teilweise Schwierigkeiten auf. Fanden zwar einerseits am Ende des ersten Jahres der Bargeldeinführung zwei

Drittel der österreichischen Bevölkerung den Umgang mit den neuen Münzen sehr leicht bzw. leicht, so erhöhten sich diese Werte in den Folgejahren leicht und lagen im Jahr 2006 bei 32% bzw. 36%. Andererseits haben 29% der Befragten derzeit noch Probleme mit den Euro-Münzen. Vor allem ältere Personen haben Schwierigkeiten in der Unterscheidung der einzelnen Münzen.

Auch im gesamten Euroraum kommt die Bevölkerung mit den verschiedenen Banknoten- und Münzdenominationen des Euro überwiegend gut zurecht. Insbesondere der Umgang mit den Euro-Banknoten fällt in allen Ländern mehr als 90% der Bevölkerung leicht oder sehr leicht (Grafik 8). Dagegen fällt die Unterscheidung der Euro-Münzen nur etwa 70% der Einwohner des Euroraums leicht (Grafik 9).

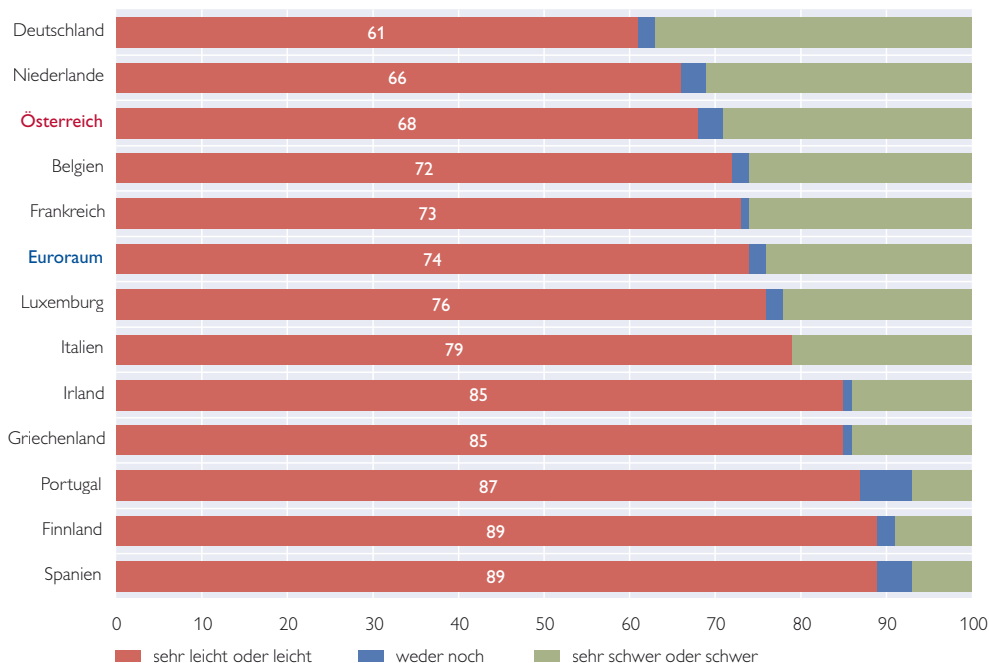
Grafik 8



Grafik 9

Unterscheidung der Euro-Münzen im Jahr 2006

in % der Bevölkerung



Quelle: Flash Eurobarometer.

4.5.4 Euro mit Preisanstiegen assoziiert

Preisanstiege sind in der Wahrnehmung der österreichischen Bevölkerung der mit Abstand gravierendste Nachteil des Euro (Grafik 10). Andere Nachteile des Euro, wie zusätzliche Erschwernisse im täglichen Leben, die Befürchtung höherer Arbeitslosigkeit, weniger Wettbewerbsfähigkeit oder eine Einschränkung der nationalen Souveränität, spielen demgegenüber nur eine untergeordnete Rolle.

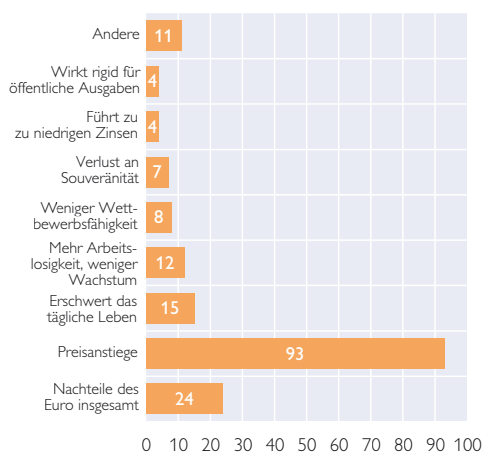
Obwohl eine Reihe gesetzlicher und institutioneller Maßnahmen (BMF, 1997; Dirschmid et al., 2001) gegen Preisanstiege in Österreich im Zuge der Euro-Bargeldeinführung vorbeugen sollten, hegten alle Bevölkerungsgruppen schon deutlich vor der Umstellung die ausgeprägte Erwartung, dass der Euro zu einem Preisanstieg führen würde (siehe

Quartalsergebnisse des Eurobarometers der Europäischen Kommission und OeNB-Barometer etwa ab 1997). Dieses Bild verfestigte sich noch mit

Grafik 10

Nachteile des Euro in der Wahrnehmung der österreichischen Bevölkerung Stand 2006

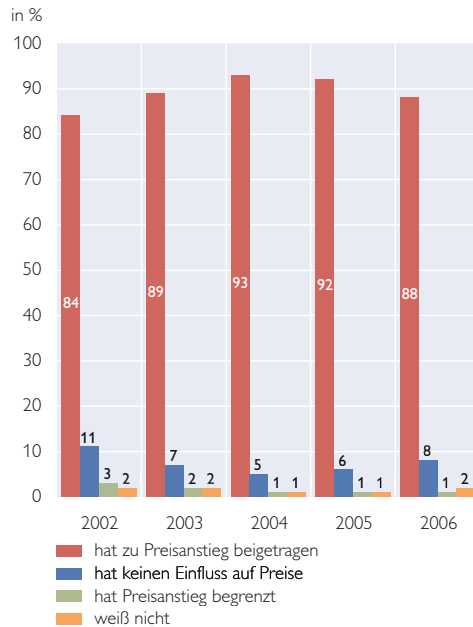
in %



Quelle: Flash Eurobarometer.

Grafik 11

Einfluss des Euro auf die Preisentwicklung in der Wahrnehmung der österreichischen Bevölkerung



Quelle: Flash Eurobarometer.

der tatsächlichen Einführung des Euro-Bargelds. Meinten im Jahr 2002 84% der Befragten, der Euro habe zum Preisanstieg beigetragen, waren es im Jahr 2004 93% (Grafik 11).

Die vorgefasste Meinung hinsichtlich steigender Preise durch den Euro

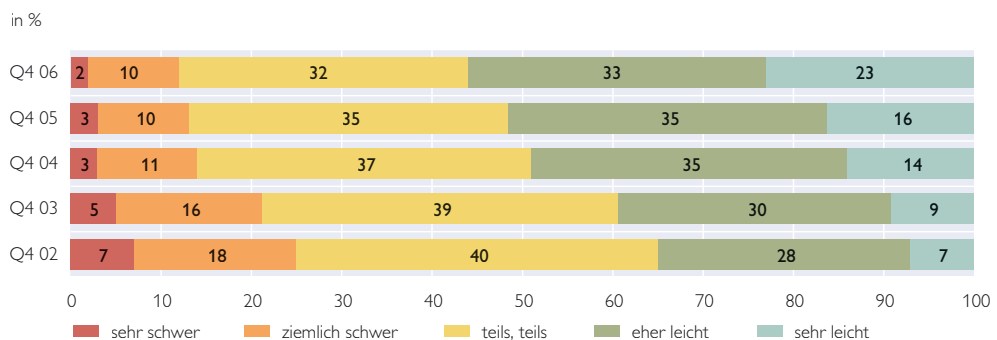
konnten selbst sinkende Energiepreise zwischen 2001 und 2003 nicht lindern. Auch die monatlich durch Statistik Austria publizierten und zu meist unter 2% liegenden gesamtwirtschaftlichen Inflationsraten änderten das Meinungsbild nicht.⁷ Erst in den Jahren 2005 und 2006 ist ein Stimmungsumschwung erkennbar; der Anteil jener, die den Euro für Preisanstiege verantwortlich machen, ging insbesondere im Jahr 2006 zurück (Grafik 11). Es wird vermutlich aber noch Jahre dauern, bis die Bevölkerung den Euro nicht mehr automatisch mit steigenden Preisen assoziiert.

4.5.5 Euro-Wertgefühl deutlich verbessert

Das Euro-Wertgefühl der Österreicher hat sich über die Jahre stark verbessert. Im Alltag werden Umrechnungen auf Schilling, insbesondere beim täglichen Einkauf, immer seltener. 55% der Bevölkerung empfanden es im Jahr 2006 als leicht, die Höhe der Preise bzw. den Wert von Euro-Beträgen abzuschätzen. Nur noch 12% hatten mit der Euro-Werteskala größere Probleme, dies betraf primär

Grafik 12

Geldwertgefühl der Österreicher: Einschätzung der Preise bzw. Euro-Beträge



Quelle: OeNB-Barometer.

⁷ Zur Problematik und Diskrepanz von Inflationswahrnehmung und gemessener Preisentwicklung und ihre Ursachen siehe Fluch und Stix (2005, 2007).

ältere Menschen, bei denen der Anteil fast doppelt so hoch war. Zwar lässt der Vergleich mit 2002 auch erkennen, dass ein ausgeprägtes Geldwertgefühl nicht sehr rasch entwickelt wird. Immerhin hat sich aber der Anteil derer, die sich mit dem Euro-Wertmaßstab schwer tun, mehr als halbiert (Grafik 12).

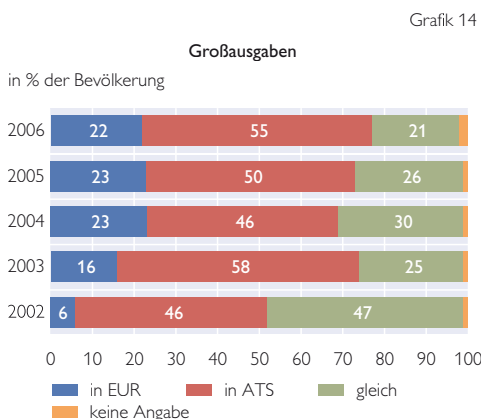
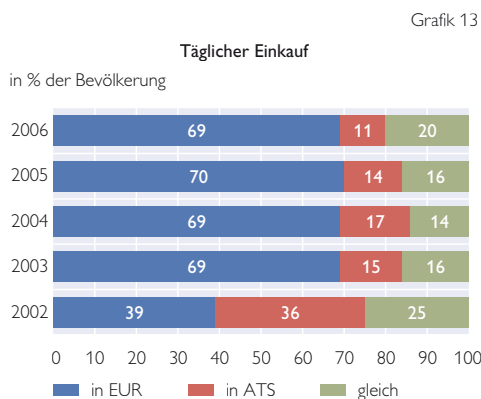
Die Strategien zur Entwicklung des Geldwertgefühls sind individuell verschieden. Dabei spielt die Orientierung an (früheren) Schilling-Preisen eine wichtige Rolle, ebenso die Art der Einkäufe und Höhe des Betrags (täglich kleiner Einkauf oder Einkauf von teureren Gütern). Die individuell verschiedenen Techniken (Kirchler, 2002; FESSEL-GfK, 2004; Kamleitner et al., 2006) zur Heranbildung eines Euro-Preisgefühls waren bei Kleinbeträgen erfolgreich. Hingegen wird bei Großbeträgen noch häufig in Schilling gerechnet.

Im Jahr 2006 dachten bereits rund 70 % der Bevölkerung bei täglichen Besorgungen in Euro (Grafik 13). Jeder Fünfte denkt gleichzeitig in Euro und Schilling, wogegen ein Neuntel noch immer nur in Schilling rechnet. Im Jahr 2002 waren die Relationen mit 39 % (nur Euro) zu

25 % (beide Währungen) und 36 % (nur Schilling) noch deutlich ungünstiger. Die allmähliche Gewöhnung an das Euro-Preisgefüge sowie das wieder häufigere Vorkommen von psychologischen Schwellen- oder Signalpreisen, die insbesondere im Jahr 2002, aber auch im Jahr 2003 – bedingt durch die direkte Umrechnung und die doppelte Preisauszeichnung – in Euro deutlich weniger oft vorkamen (Glatzer und Rumler, 2007), unterstützte diese Entwicklung.

Anders sieht das Bild bei Großausgaben aus (Grafik 14). Diese werden wesentlich seltener getätigt und häufiger unbar abgewickelt. Die Wert einschätzung großer Beträge in Euro ist daher bei weitem noch nicht so ausgeprägt wie bei kleineren Nominalbeträgen. Als Orientierungshilfe wird daher häufig noch der Schilling als Referenz verwendet. Nach anfänglichen Fortschritten war seit 2004 kaum eine Änderung zu einem verstärkten Wertgefühl bei Großbeträgen festzustellen. Im Jahr 2006 orientierte sich lediglich ein gutes Fünftel der Bevölkerung bei Großanschaffungen ausschließlich am Euro-Wert. Ein weiteres Fünftel dachte in beiden Währungen, und über die Hälfte

In welcher Währung denken Sie?



Quelle: Flash Eurobarometer.

rechnet ausschließlich in Schilling. Bei mittlerweile fünf Jahre alten Referenzpreisen ist dies ein wesentlicher Grund, warum in der subjektiven Erinnerung verankerte Preise von den aktuellen Preisen (in Euro) abweichen (Fluch und Stix, 2005 und 2007) können. Das Geldwertgefühl für große Beträge ist somit noch schwach ausgeprägt, und es wird vermutlich noch einige Jahre dauern, bis sich auch für Großbeträge bzw. hohe Preise ein besseres Euro-Wertgefühl etabliert hat.

Im Vergleich zu den anderen Ländern des Euroraums rangiert Österreich hinsichtlich der Entwicklung des Euro-Wertgefühls beim täglichen Einkauf auf Platz 4 (Grafik 15); weist aber den größten Anteilsgewinn von allen Ländern des Euroraums auf. Bei Großanschaffungen rechnen die Österreicher im europäischen Ver-

gleich noch auffällig häufig in der alten nationalen Währung – hinter Österreich liegen nur noch Frankreich und Belgien (Grafik 16). Im Jahr 2002 rangierte Österreich noch am Ende der Länder des Euroraums.

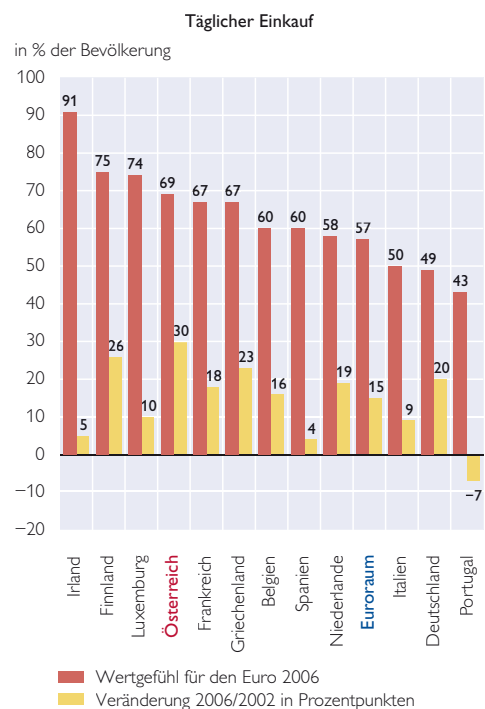
4.5.6 Einfluss des Euro auf das Einkaufsverhalten

Ein Viertel der Österreicher hat im Jahr 2002 bedingt durch die Euro-Bargeldeinführung angegeben, aus Vorsicht weniger Geld auszugeben. Demgegenüber gaben 18% ihrer Meinung nach ungewollt mehr aus, da sie noch Schwierigkeiten mit der neuen Währung hatten. Für die Mehrheit hat der Euro aber kaum Einfluss auf das Konsumverhalten der Österreicher genommen. Interessanterweise hat sich fünf Jahre nach der Euro-Bargeldeinführung der Anteil jener, die mehr ausgeben als geplant,

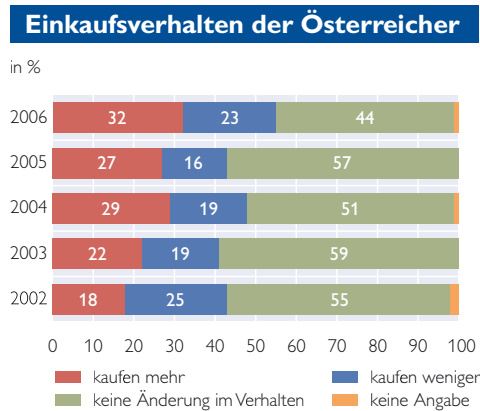
Geldwertgefühl für den Euro im internationalen Vergleich

Grafik 15

Grafik 16



Grafik 17



auf 32 % erhöht. Der Anteil jener, die vorsichtshalber weniger einkaufen, hat sich geringfügig auf 23 % verringert (Grafik 17).

Vor allem Personen bis 24 sowie ab 55 Jahren fallen in diese Kategorie. Es ist zu hinterfragen, inwieweit diese angegebenen Beeinflussungen des Konsums tatsächlich auf den Euro zurückzuführen sind, da dies nicht konsistent mit dem zuvor dargestellten deutlich verbesserten Euro-Wertgefühl ist. So dürfte die sehr gute Wirtschaftslage im Jahr 2006 die Ausgabenfreudigkeit erhöht haben. Die Umfragen zum Konsumentenvertrauen bestätigen diesen Eindruck: Alle erhobenen Indikatoren (z. B. finanzielle Situation, allgemeine Wirtschaftslage, günstige Zeit für Anschaffungen, Arbeitslosigkeit) signalisierten im Verlauf des Jahres 2006 eine optimistischere Stimmung der Verbraucher als in den Vorjahren.⁸

4.6 Der Euro als Symbol einer europäischen Identität

Das Flash Eurobarometer der Europäischen Kommission fragt explizit nach dem Einfluss des Euro auf die Empfindung einer europäischen Identität.

In Österreich hat der Euro das Interesse für Europa unmittelbar positiv stimuliert, im Lauf der Jahre aber spürbar an Einfluss verloren. Ein gutes Fünftel der Befragten gab im Jahr 2002 an, durch den Euro etwas mehr Europäer geworden zu sein. Für drei Viertel der Bevölkerung hat sich allerdings nichts geändert. 2006 gaben nur 15 % der Befragten an, dass sie durch den Euro mehr Interesse für Europa haben. Laut IFES (2006) glaubt andererseits ein über die Jahre stabiles Drittel der Österreicher, mit dem Ersatz des Schilling durch den Euro an nationaler Identität verloren zu haben.

Insgesamt hält sich die Wirkung des Euro auf die Entwicklung einer europäischen Identität in Grenzen, in anderen Ländern des Euroraums ist dies teilweise wesentlich deutlicher ausgeprägt, in anderen aber auch weniger (Grafik 18). Allerdings führen – deutlich vor anderen Kriterien – 52 % der befragten Österreicher beim Stichwort „EU“ den Euro an (Europäische Kommission, 2006), was darauf hinweist, dass der Euro als Symbol für Europa eine wichtige Rolle spielt.

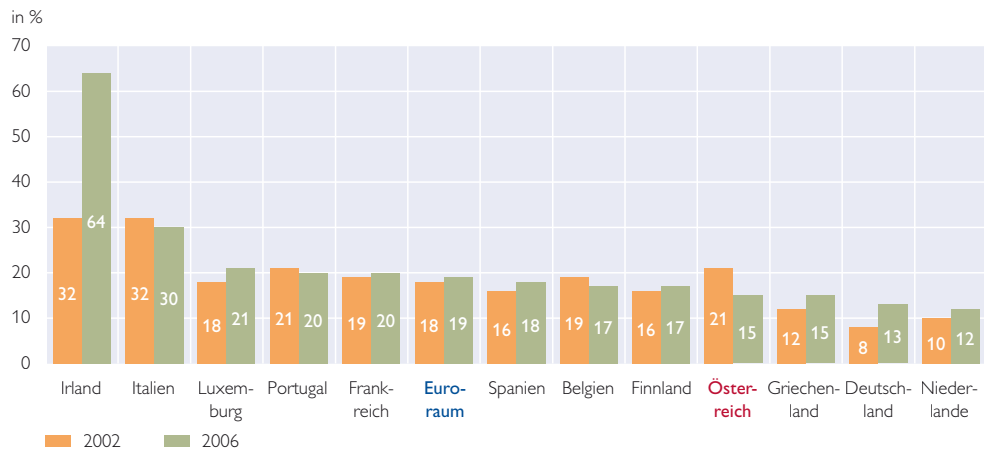
4.7 Verhaltene Meinung zu Fortschritten durch den Euro bei der Preiskonvergenz

Die Beurteilung, dass der Euro die Preiskonvergenz beschleunigt hat, fällt im Euroraum sehr vorsichtig und im Zeitverlauf etwas verbessert, in Österreich hingegen kaum verändert aus. Im Jahr 2006 meinten im Durchschnitt des Euroraums sowie in Österreich jeweils 32 % (2002: 27 % im Euroraum bzw. 31 % in Österreich), der Euro hätte die Preisunterschiede verringert (Grafik 19). 45 %

⁸ Siehe im Detail unter <http://www.oenb.at/isaweb/report.do?lang=DE&report=7.15>

Grafik 18

Anteile der Bevölkerung, die sich durch den Euro stärker als Europäer fühlen



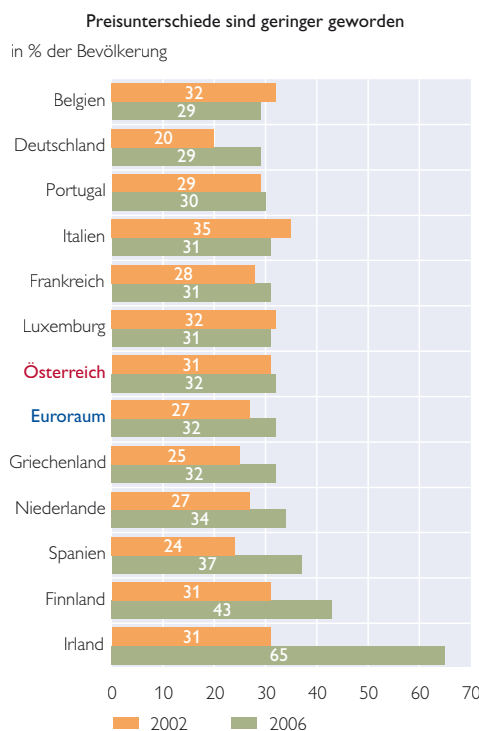
Quelle: Flash Eurobarometer.

im Euroraum und in Österreich glaubten dies im Jahr 2006 hingegen nicht (Grafik 20). Tendenziell haben in Österreich seit 2002 sowohl die Anteile der Bevölkerung, die mehr Preiskonvergenz feststellen können,

als auch jene, die dies nicht merken, leicht zugenommen. Die Erklärung ist, dass die Bevölkerung sich über die Jahre eine Meinung gebildet hat, so dass die Antwortquoten höher ausfielen. Im gesamten Euroraum werden

Preiskonvergenz durch den Euro

Grafik 19



Quelle: Flash Eurobarometer.

Grafik 20

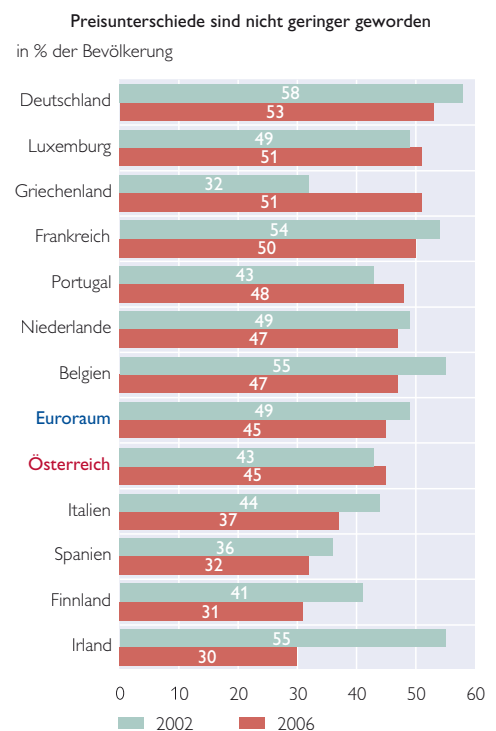


Tabelle 5

Kriterien zur Einschätzung des Euro als internationale Währung im Jahr 2006

in % der Bevölkerung

		Öster- reich	Euro- raum
Ist der Euro seit 2002 eine internationale Währung wie USD oder JPY geworden?	ja	79	74
Ist 1 EUR heute ... wert als 1 USD ¹	mehr	57	48
	weniger	18	21
	gleich	13	17
Wert des EUR gegenüber dem USD interessiert mich	ziemlich	7	9
	ein wenig	18	23
	nicht	70	61
Euro-Einführung für EU-10: kommt	ja sicher	26	26
	wahrscheinlich	54	47
	wahrscheinlich nicht	11	10
	sicher nicht	1	2
Euro-Einführung ²	ermöglicht bessere Preisvergleiche	56	59
	schwächt den Euro	32	33

Quelle: Flash Eurobarometer.

¹ Die Umfragen fanden im September 2006 statt. Der EUR/USD-Wechselkurs betrug damals: 1 EUR = 1,27 USD.

² Angaben des Flash Eurobarometer 2005.

die preisnivellierenden Effekte stärker wahrgenommen: Rückgang des Anteils, der keine Fortschritte bei der Preiskonvergenz merkt bzw. Anstieg des Anteils, der dies spürt.

4.8 Hohes Bewusstsein für den Euro als internationale Währung

Der Euroraum mit über 300 Millionen Menschen (5 % der Weltbevölkerung) erwirtschaftet rund 15 % des Welt-BIP. Der Außenhandel des Euro-raums macht mit rund 30 % einen doppelt so hohen Anteil des Weltaußenhandelsvolumens aus. Auf den internationalen Finanzmärkten spielt der Euro eine wichtige Rolle. Im Jahr 2006 wurden 25 % der globalen Währungsreserven in Euro gehalten, 40 % aller Devisengeschäfte in der Gemeinschaftswährung abgewickelt, und zahlreiche Länder außerhalb des Euro-raums verwenden den Euro als Anker- oder Reservewährung (Lieb-

scher, 2006). Der Euro hat als stabile Weltwährung seine feste Rolle in der Weltwirtschaft.

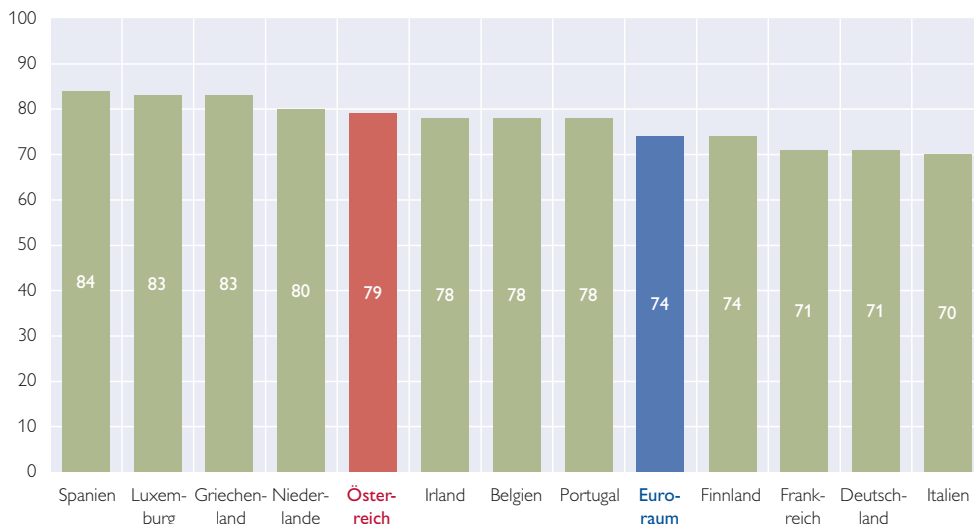
Fast 80 % der Österreicher sahen den Euro im Jahr 2006 als internationale Währung und räumten ihm einen ähnlichen Stellenwert ein wie dem US-Dollar oder japanischem Yen (Tabelle 5). Im Euroraum vertraten 74 % diese Meinung. Diese Einschätzung war bereits über alle zwölf Länder des Euro-raums gesehen im Jahr 2002 (67 %) ausgeprägt vorhanden. In den meisten Ländern hat sich diese Erkenntnis, von hohen Niveaus ausgehend, weiter verfestigt, die Bandbreite reichte 2006 von 70 % (Italien) bis 84 % (Spanien). Österreich lag im Mittelfeld (Grafik 21).

Nur 25 % der befragten Österreicher informieren sich über den Euro/US-Dollar-Wechselkurs laufend oder gelegentlich. Umso erstaunlicher ist, dass 2006 57 % der Befragten (womit Österreich den

Ist der Euro seit 2002 eine Weltwährung wie USD oder JPY geworden?

Stand 2006

Ja-Antworten in % der Bevölkerung



Quelle: Flash Eurobarometer.

höchsten Anteil innerhalb der Länder des Euroraums aufweist) den Euro richtigerweise wertmäßig höher als den US-Dollar einschätzten. 18% meinten unrichtigerweise, der Euro sei weniger wert als der US-Dollar.

Die starke Rolle des Euro als Weltwährung wird nach Meinung einer großen Mehrheit auch in Zukunft weiter wachsen. In Österreich halten es 80% (Euroraum: 73%) für sicher oder wahrscheinlich, dass der Euro in den neuen EU-Mitgliedstaaten eingeführt wird (Tabelle 5); 70% in Österreich und 66% im Euroraum befürworten diesen Schritt auch. Die EU-Erweiterung bringt aus Sicht der Befragten mehr Preistransparenz. Ein Drittel befürchtet jedoch eine Schwächung des Euro. Die Erfüllung der realwirtschaftlichen und rechtlichen Konvergenz dieser Länder ist daher eine wichtige Voraussetzung für die Akzeptanz der Erweiterung des Euroraums seitens der österreichischen Bevölkerung.

5 Schlussfolgerungen: positive Effekte der Euro-Einführung überwiegen

Preisstabilität hat in der österreichischen Bevölkerung hohe Priorität: 94% der Bevölkerung halten eine niedrige Inflationsrate für sehr wichtig. Dass jüngere Menschen, die noch keine Perioden hoher Inflation erlebt haben, etwas weniger Wert auf Preisstabilität legen, unterstreicht die Bedeutung der Informationsarbeit der OeNB über die Vorteile von Preisstabilität. Drei Viertel der österreichischen Bevölkerung charakterisieren den Euro heute als stabile Währung. Annähernd so viele erwarten dies auch kurzfristig (in einem Jahr) und rund 70% auch in den kommenden fünf Jahren. Die österreichische Bevölkerung attestiert dem Eurosystem und vor allem der OeNB hohe Kompetenz bei der Sicherung der Stabilität des Euro.

Die in der vorliegenden Studie verwendeten Umfragen zeigen, dass die Bevölkerung Österreichs, aber

auch des Euroraums insgesamt, mit dem Euro heute überwiegend gut zurechtkommt. Die Bevölkerung kennt weithin die Chancen, die eine gemeinsame europäische Währung bietet, die Herausforderungen werden zudem immer besser bewältigt. Nach anfänglichen Problemen sind vor allem seit 2004 deutliche Fortschritte im Umgang mit dem Euro festzustellen. Die OeNB und ihre Partnerinstitutionen konnten dazu in Österreich wesentliche Beiträge durch ihre Informationsarbeit leisten.

Die Bevölkerung ist heute mehrheitlich der Überzeugung, dass der Euro mit Vorteilen für Österreich verbunden ist. Die Schwierigkeiten im täglichen Leben, sei es beim Einkauf oder im Umgang mit dem Euro-Bargeld und seinen Stückelungen, sind in den letzten fünf Jahren deutlich geringer geworden. Die wirtschaftlichen und praktischen Vorteile, wie Erleichterungen im Reiseverkehr, erhöhte Preistransparenz und der positive Beitrag für die Wirtschaft Europas, werden anerkannt. Das Geldwertgefühl wird besser, das Denken in Euro-Preisen ist bei täglichen Erledigungen gut verankert.

Trotz dieser insgesamt positiven Entwicklung des Meinungsbilds der österreichischen Bevölkerung zum Euro zeigt die vorliegende Untersuchung aber auch, dass der Anpassungsprozess an den Euro noch nicht abgeschlossen ist.

– Großbeträge werden nach wie vor stark mit den (früheren) Schilling-Preisen verglichen. Dies scheint zunächst verwunderlich, werden doch z. B. bei Autos oder Immobilien Preise seit längerem nur mehr in Euro angeschrieben. Andererseits zeigen Erfahrungen

aus anderen Ländern, dass es Jahrzehnte dauern kann, bis das Denken der Menschen bei solchen großen Anschaffungen auf eine neue Währung wechselt.

- Nach wie vor machen viele Menschen den Euro für Preisanstiege verantwortlich. Während sich diese Einschätzung in den ersten Jahren des Euro verfestigte, hat sie in den letzten beiden Jahren an Bedeutung verloren. Hier kann weitere Informationsarbeit der OeNB und anderer Stellen über die Ursachen der Inflation helfen, eine undifferenzierte Zuschreibung von Inflation auf den Euro zu vermeiden. A la longue kann nur eine nachhaltig auf Preisstabilität ausgerichtete Geldpolitik des Eurosystems das Vertrauen der Bevölkerung in die Werthaltigkeit des Euro – und damit seine Akzeptanz – gewährleisten.
- Die seit 2003 durch den Euro deutlich verringerten Kosten im grenzüberschreitenden bargeldlosen Zahlungsverkehr sind nur einer Minderheit bekannt. Eine Schließung bestehender Informationslücken über die Vorteile des Euro im grenzüberschreitenden Zahlungsverkehr kann durch den im Jänner 2008 startenden einheitlichen Euro-Zahlungsraum (SEPA)⁹ erwartet werden. Intensive Information wird unerlässlich sein, um dessen Vorteile wirksam zu vermitteln.
- Von der preisnivellierenden Wirkung des Euro innerhalb des Euro-raums ist die Bevölkerung nur wenig überzeugt. Diese Wahrnehmung geht mit Studien konform, die bislang tatsächlich nur geringe Preiskonvergenz ausma-

⁹ *Single European Payments Area.*

- chen konnten (Crespo Cuaresma et al., 2007). Maßnahmen zur Intensivierung des grenzüberschreitenden Wettbewerbs im Euro-Raum sollten die Preiskonvergenz beschleunigen. Die erwähnte Verringerung von Transaktionskosten durch SEPA wird dazu beitragen.
- Der Euro ist – nach eigener Einschätzung der Befragten – nur eingeschränkt in der Lage, ein „Europagefühl“ in den Bürgern zu fördern. Gleichzeitig denkt mehr als die Hälfte der Bevölkerung beim Stichwort „Europäische Union“ an den Euro. Es ist daher durchaus möglich, dass negative Assoziationen der Bevölkerung mit der EU auch auf den Euro abstrahlen. Eine wichtige Grundlage für eine Förderung der Euro-Akzeptanz wäre demnach die Entwicklung einer positiveren Einstellung zur EU insgesamt. Euro-Informationsaktivitäten sollten daher, um Erfolg zu haben, in eine umfassende Informationsarbeit zur EU und deren Vorteilen für Österreich eingebettet sein.

Literaturverzeichnis

- Baumgartner, J., F. Breuss, H. Kramer und E. Walterskirchen. 1997.** Auswirkungen der Wirtschafts- und Währungsunion. WIFO-Studie. Februar.
- BMF. 1997.** Euro-Umstellung – Aktionsplan des Bundes.
- Crespo Cuaresma J., B. Égert und M. Silgoner. 2007.** Price Level Convergence in Europe: Did the Introduction of the Euro Matter? In: Monetary Policy & the Economy Q1/07. OeNB.
- Die Presse. 1996.** Euro – Der Countdown hat begonnen. Serie der Tageszeitung „Die Presse“.
- Dirschmid, W., M. Fluch und E. Gnan. 2001.** Ökonomische Effekte der Euro bargeldumstellung in Österreich. Berichte und Studien 2/2001. OeNB. 246–269.
- Europäische Kommission. 2002 bis 2006.** The Euro, 2, 3, 4, 5 Years after the Introduction of the Banknotes and Coins. Flash Eurobarometer. Several issues 2002 to 2006.
- Europäische Kommission. 2006.** Eurobarometer 65. Nationaler Bericht – Österreich.
- FESSEL-GfK und Universität Wien. 2001 und 2002.** Eurowertverständnis, Einstellungen, Wissen und Erwartungen.
- FESSEL-GfK. 2004.** Euro – Täglicher Einkauf und gefühlte Inflation. Auftragsstudie der OeNB. Juli/August.
- Fluch, M. und H. Stix. 2005.** Wahrgenommene Inflation in Österreich – Ausmaß, Erklärungen, Auswirkungen. Geldpolitik & Wirtschaft Q3/05. OeNB. 25–54.
- Fluch, M. und H. Stix. 2007.** Entwicklung der Euro-Preise – subjektive Wahrnehmung und empirische Fakten. Geldpolitik & Wirtschaft Q1/07. OeNB.
- Glatzer, E. und F. Rumler. 2007.** Preissetzung in Österreich vor und nach der Euro-Bargeldumstellung – Was hat sich in den letzten fünf Jahren verändert? Geldpolitik & Wirtschaft Q1/07. OeNB.
- Handler, H. 1997.** Vom Schilling zum Euro – Wirtschaftspolitische Aspekte des Übergangs. Bundesministerium für wirtschaftliche Angelegenheiten.
- IFES. 2002 bis 2006.** OeNB-Barometer (quartalsweise Ausgaben).

- Kamleitner, B., E. Hofmann und E. Kirchler. 2006.** Preisverständnis und subjektive Bewertung des Euro – Überblick über empirische Befunde. *Wirtschaftspsychologie* Heft 1/2006.
- Karmasin, H. 1996.** Die Psychologie des Geldes. Institut für Motivforschung.
- Kirchler, E. 2002.** Eurowertverständnis – Einstellungen, Wissen und Erwartungen. Forschungsprojekt im Auftrag der OeNB an FESSEL-GfK, Wien und Arbeitsgruppe Wirtschaftspsychologie. Universität Wien. September.
- Kirchler, E., T. el Sehity und C. Kulich. 2004.** Preiswahrnehmung und Preisentwicklung im Eurokontext. Zur Rekonstruktion einer neuen Währung. Jubiläumsfondsprojekt Nr. 9545.
- Liebscher, K. 2006.** Österreich und der Euro. Rede bei der Slowakisch-Österreichischen Handelskammer in Bratislava am 22. November 2006.
- Oberndorfer, C. 2005.** Anteil des US-Dollar und des Euro am Außenhandel Österreichs. *Statistiken – Daten & Analysen Q4/05*. OeNB. 55–63.
- OeNB. 1997.** Die Zukunft unseres Geldes: Auf dem Weg zum Euro. Grundlagen – Strukturen – Termine. Ein Bericht der OeNB zur Europäischen Wirtschafts- und Währungsunion.
- Statistik Austria. 2005 und 2006.** Urlaubs- und Geschäftsreisen. Kalenderjahr 2004 bzw. 2005.