



EUROPÄISCHE ZENTRALBANK

4. November 1999

***Sperrfrist:***

***Donnerstag, 4. November 1999, 14.45 Uhr EZB-Zeit (MEZ)***

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **INFORMATIONSKAMPAGNE ZUR EINFÜHRUNG DES EURO-BARGELDS**

#### **AUSWAHL DER AGENTUR**

Der Rat der Europäischen Zentralbank (EZB) hat die Agentur Publicis für die Mitarbeit bei der Durchführung der Informationskampagne zur Vorbereitung der Bargeldeinführung am 1. Januar 2002 ausgewählt.

Die Hauptziele der EURO-2002-Kampagne liegen darin:

- die Öffentlichkeit schrittweise auf die Einführung der Euro-Banknoten und -Münzen vorzubereiten, um die Akzeptanz des neuen Bargelds zu erhöhen,
- die Öffentlichkeit in die Lage zu versetzen, die Euro-Banknoten und -Münzen zu erkennen (Informationen über die Sicherheitsmerkmale), sowie
- die Kassierer in Geschäften und Banken darüber zu informieren, wie die Echtheit der Euro-Banknoten schnell und sicher überprüft werden kann.

Diese Kampagne wird in enger Zusammenarbeit mit der Europäischen Kommission und den Mitgliedstaaten des Euro-Währungsgebiets durchgeführt.

Die EZB veröffentlichte am 12. Februar 1999 im Amtsblatt der Europäischen Gemeinschaften eine Ausschreibung zur Vergabe eines Vertrags über die Vorbereitung und Durchführung einer europaweiten Informationskampagne zur Einführung der Euro-Banknoten und -Münzen am

1. Januar 2002. Anhand der 40 eingegangenen Bewerbungen wurden neun Unternehmen eingeladen, ihr Konzept bei der EZB vorzustellen.

Wie bereits in einer früheren Pressemitteilung angekündigt, gelangten im Mai drei Agenturen in die Endauswahl für die Vergabe des Vertrags zur EURO-2002-Kampagne. Nachdem jede der drei Agenturen ein detailliertes Konzept für die Kampagne vorgelegt hat, soll nun mit Publicis über den Vertrag verhandelt werden.

**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**