



KOMMISSION DER EUROPÄISCHEN GEMEINSCHAFTEN

Brüssel, den 18.4.2008
KOM (2008) 204 endgültig

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DEN RAT, DAS EUROPÄISCHE
PARLAMENT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND
SOZIALAUSSCHUSS, DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN UND DIE
EUROPÄISCHE ZENTRALBANK**

Einführung des Euro in Zypern und Malta

**MITTEILUNG DER KOMMISSION AN DEN RAT, DAS EUROPÄISCHE
PARLAMENT, DEN EUROPÄISCHEN WIRTSCHAFTS- UND
SOZIALAUSSCHUSS, DEN AUSSCHUSS DER REGIONEN UND DIE
EUROPÄISCHE ZENTRALBANK**

Einführung des Euro in Zypern und Malta

1. EINLEITUNG

Am 10. Juli 2007 hatte der Rat per Beschluss die für Zypern und Malta hinsichtlich der Einführung der einheitlichen Währung geltende Ausnahmeregelung mit Wirkung ab 1. Januar 2008 aufgehoben.

Die in beiden Ländern erfolgreich verlaufene Umstellung machte nochmals deutlich, dass bei einer minutiös geplanten Vorbereitung ein vierwöchiger Parallelumlauf selbst bei Ländern mit sehr hohem Bargeldumlauf ausreicht¹. Eine große Mehrheit der Zyprer (95 %) und der Malteser (90 %) empfand die Umstellung in ihren Ländern als reibungslos oder ziemlich reibungslos und effizient.

Diese Mitteilung befasst sich mit den wichtigsten Aspekten der Umstellung und geht dabei im Einzelnen auf den Bargeldumtausch, die Umstellung des Verwaltungs- und Finanzsystems, die tatsächlichen und subjektiv empfundenen Auswirkungen der Euro-Einführung auf die Preise sowie auf die öffentliche Meinung zu den Informations- und Kommunikationskampagnen ein. Auch werden Schlussfolgerungen gezogen, die für künftige Umstellungen von Nutzen sein können.

2. DER BARGELDUMTAUSCH

Der Bargeldumtausch ist der sichtbarste Teil der Währungsumstellung, da quasi alle Finanzinstitute, Unternehmen und Bürger davon betroffen sind. Der Erfolg dieser Operation hängt davon ab, ob es gelingt, alle Beteiligten rechtzeitig mit Euro-Bargeld zu versorgen und den Rückfluss der alten Währungen gut vorzubereiten.

2.1. Ausstattung mit Euro-Bargeld vor dem Stichtag der Euro-Einführung

A) Zypern

Die Geschäftsbanken wurden von der Zentralbank Zyperns vorab am 22. Oktober 2007 mit Euro-Münzen und am 19. November 2007 mit Euro-Banknoten ausgestattet. Vor dem Stichtag der Euro-Einführung erhielt der Bankensektor wertmäßig rund 80 % der Euro-Banknoten (im Wert von 950 Mio. €) und wertmäßig etwa 64 % der Euro-Münzen (im Wert von 64 Mio. €). In die Vorabausstattung mit dem Euro waren alle Bankfilialen in Zypern (etwa 900) einbezogen.

Gleichzeitig erhielten die Einzelhändler Euro-Bargeld vorab. Obwohl die Zentralbank sich aktiv daran beteiligte, Unternehmen, die Bargeldgeschäfte tätigten, zu erklären, warum

¹ Zypern und Malta legten in ihren Umstellungsplänen das so genannte „Big Bang“-Szenarium mit einer Parallelumlaufphase von einem Monat fest. Die Länder der ersten Umstellungswelle gingen nach dem „Madrid“-Szenarium vor, das eine dreijährige Übergangsfrist (ein Jahr im Falle von Griechenland) beinhaltete. Slowenien war das erste Land, das nach dem „Big Bang“-Szenarium verfuhr. Die Euro-Banknoten und -Münzen wurden mit dem Stichtag der Euro-Einführung gesetzliches Zahlungsmittel (1. Januar 2007).

sie sich vorab mit Bargeld ausstatten müssten, blieben die Euro-Bargeldbestellungen weit hinter den Erwartungen zurück. Viele kleine Unternehmen empfanden es als schwierig und kostenaufwändig, alle Auflagen für die Vorabausstattung zu erfüllen. Daher gestatteten es die Banken im Einvernehmen mit der Zentralbank den Unternehmen, sich am 31. Dezember im Wege eines vereinfachten Verfahrens vorab mit Bargeld auszustatten. Fast 58 % der insgesamt 1 377 Unternehmen nutzten dieses vereinfachte Verfahren für die Vorabausstattung und erhielten die Summe von 3,3 Mio. € (statt 11,1 Mio. € nach dem Standardverfahren).

Darüber hinaus begannen einige Banken bereits am 1. November damit, ihren Kunden den gebührenfreien Umtausch von Zypern-Pfund in Euro-Banknoten zum Umrechnungskurs anzubieten, so dass Unternehmen, denen der Aufwand der Vorabausstattung zu hoch war, Euro-Bargeld im Voraus kaufen konnten.

Auch wurden den Unternehmen etwa 40 000 abgepackte Münzsets (Starter-Kits) im Wert von je 172 € angeboten, von denen jedoch nur 22 000 verkauft wurden. Da diese Starter-Kits Münzrollen enthielten, konnten die übrigen Sets nach dem Stichtag der Euro-Einführung von den Banken problemlos verwendet werden.

Weitere 250 000 Mini-Kits im Wert von je 10 CYP (17,09 €) wurden der Öffentlichkeit ab dem 3. Dezember 2007 angeboten. Etwa 189 000 Mini-Kits wurden verkauft. Einer Eurobarometer-Umfrage² zufolge haben über 70 % der Bürgerinnen und Bürger ein Mini-Kit gekauft und auch nach der Umstellung verwendet, während etwa 20 % die Kits unangetastet ließen.

Nach der Umstellung dienten die unverkauften Mini-Kits dazu, der Nachfrage von Münzsammlern im Ausland nachzukommen. So wurden in den ersten drei Januarwochen zyprische Euro-Münzen im Wert von 3,5 Millionen ins Ausland verkauft.

B) Malta

Die Vorabausstattung der Geschäftsbanken war am 15. September 2007 angelaufen. Vor dem Stichtag der Euro-Einführung erhielten etwa 107 Bankfilialen Euro-Banknoten im Wert von 540 Mio. € und Euro-Münzen im Wert von 27,81 Mio. €.

Die Unternehmen konnten sich ab dem 1. Dezember 2007 vorab ausstatten, dabei erhielten 134 Unternehmen Euro-Banknoten im Wert von 3,9 Mio. € und Euro-Münzen im Wert von 1,9 Mio. €. Dass nur so wenige Unternehmen das Angebot der Vorabausstattung wahrnahmen, dürfte an den ziemlich strengen Auflagen gelegen haben.

Angesichts des sehr hohen Bargeldumlaufs forderte die Zentralbank von Malta die Öffentlichkeit auf, nicht benötigtes Bargeld ab dem 1. Dezember auf Bankkonten einzuzahlen. Gleichzeitig tauschten die Banken maltesische Lira-Banknoten und -Münzen gebührenfrei in Euro um, damit sich kleine Unternehmen vor der Umstellung mit Euro-Bargeld eindecken konnten.

Viele Unternehmen deckten sich lieber mit Starter-Kits ein, um über genügend Euro-Bargeld zu verfügen. So wurden alle 33 000 Starter-Kits für Unternehmen (im Wert von je 131 €) verkauft. Auch wurden bei den Banken Starter-Kits, die sowohl Münzen als auch Banknoten enthielten, nachgefragt sowie Starter-Kits mit einer von den Standard-Kits abweichenden Stückelung der Münzen.

Zudem gingen in Malta Großbestellungen von ausländischen Münzsammlern ein. Zwischen dem Stichtag der Euro-Einführung und dem 25. Januar wurden etwa 1 200 000 Stück jedes

² Flash Eurobarometer 223, Februar 2008.

Nennwerts von Privatbanken ins Ausland versandt. Zur gleichen Zeit verkaufte die Zentralbank von Malta etwa 32 000 Euro-Präsentationssets und tauschte etwa 10 000 Stück jedes Münz-Nennwerts mit anderen Zentralbanken des Euroraums.

Das geringe Interesse der Unternehmen an der Vorabausstattung macht deutlich, dass die strengen Sicherheits- und Informationsauflagen insbesondere für kleine Unternehmen eine große Belastung darstellten. Die Europäische Zentralbank untersucht daher zur Zeit, ob sie in Anlehnung an das in Zypern im Dezember angewandte vereinfachte Verfahren die Leitlinien für die Vorabausstattung von Unternehmen bei künftigen Umstellungen nicht vereinfachen kann.

Die Schere, die sich zwischen der Nachfrage nach Münzsets und deren Angebot auftut, zeigt, wie wichtig es ist, die Menge der zu produzierenden Münzsets sorgfältig zu planen. Die Produktion von einem Münzset je Haushalt dürfte eine vernünftige Richtschnur sein.

Angesichts der relativ großen Menge an ins Ausland verschickten Münzen ist wohl insbesondere bei kleinen Ländern die Nachfrage des Sammlermarkts einzukalkulieren. Aufträge von Sammlern können die Menge der während einer Währungsumstellung vorhandenen Münzen entscheidend beeinflussen.

2.2. Die Parallelumlaufphase

Zypern und Malta entschieden sich für eine einmonatige Parallelumlaufphase. Die reibungslose Umstellung in diesen beiden Ländern zeigte, dass vier Wochen für die Einführung der neuen Währung und für den Rückfluss eines erheblichen Teils der alten Währung ausreichten³.

2.2.1. Ausgabe der Euro-Banknoten und Euro-Münzen nach dem Stichtag der Einführung

In den ersten Tagen nach der Umstellung versorgte sich die Öffentlichkeit hauptsächlich an Geldautomaten und Bankschaltern mit Euro-Bargeld. In beiden Ländern nutzten die Menschen vor allem Einzelhandelsgeschäfte, um die alte Währung auszugeben und Euro zu erhalten.

A) Zypern

Um den Umtausch von Zypern-Pfund in Euro zu erleichtern, öffneten einige Bankfilialen am 1. Januar 2008, der normalerweise ein Feiertag für die Banken ist.

Etwa 336 000 Zyprer gingen in den ersten zehn Tagen dieses Jahres zur Bank und ließen sich über 578 € Millionen per Abhebung oder Umtausch auszahlen (dies entspricht im Durchschnitt 1 177 € je Vorgang).

Alle 550 Geldautomaten waren so eingestellt, dass sie ab 0.30h am 1. Januar nur noch Euro-Banknoten ausgaben. In den ersten Wochen nach der Umstellung gaben die Geldautomaten ausschließlich Scheine mit kleinen Nennwerten aus, damit die Einzelhändler bei

³ Die Parallelumlaufphase beginnt mit dem Stichtag der Euro-Einführung, von dem ab sowohl der Euro als auch die alte Währung als gesetzliche Zahlungsmittel gelten. Sie kann bis zu sechs Monate dauern, wengleich die Mitgliedstaaten diesen Zeitraum verkürzen können. Bei der ersten Welle der Euro-Einführung entschieden sich die meisten Länder für eine zweimonatige Parallelumlaufphase. Slowenien verkürzte diese Phase auf 14 Tage.

Barzahlungen möglichst wenig Wechselgeld herausgeben mussten. Die Zyprioten hoben in den ersten zehn Tagen nach der Umstellung bei etwa 251 000 Vorgängen über 32 Mio. € ab. Damit wurden im Durchschnitt 127 € je Vorgang abgehoben.

Ähnlich wie in Slowenien und in einigen Ländern, die den Euro 2002 einführten (z. B. Deutschland und Spanien) ließen sich viele Bürgerinnen und Bürger die neue Währung eher am Bankschalter als am Geldautomaten auszahlen. Ein Vergleich der Zahlen für die gesamte Parallelumlaufphase (Januar 2008) mit den Zahlen vom Januar 2007 ergibt einen wertmäßigen Anstieg der Abhebungen und der Umtauschgeschäfte von 55 %, wobei die Zahl der Schaltergeschäfte um 61 % stieg, während die Zahl der Transaktionen am Geldautomaten nur um 23 % zunahm⁴.

Der in Zypern bei Schaltergeschäften im Durchschnitt festzustellende relativ hohe Wert je Umtausch oder Abhebung (1 177 €) lässt darauf schließen, dass die Menschen hohe Bargeldbeträge gehortet hatten, was trotz der außerordentlichen Öffnung der Banken am 1. Januar in den ersten Tagen nach der Umstellung zu langen Wartezeiten führte. Die Situation in den Banken normalisierte sich jedoch schnell wieder.

B) Malta

In Malta wurden vom 1. bis zum 10. Januar am Schalter fast 230 000 Umtauschgeschäfte im Gesamtwert von rund 165 Mio. € abgewickelt. Im Durchschnitt wurden etwa 720 € umgetauscht. Zwar wurden in Malta mehr Abhebungen an Geldautomaten als an Bankschaltern getätigt, doch waren die Schalterabhebungen wertmäßig viermal so hoch.

Etwa 90 % aller insgesamt 154 Geldautomaten in Malta gaben ab Mitternacht des 1. Januar nur noch Euro-Banknoten aus, die restlichen Geldautomaten wurden in den darauf folgenden Stunden umgerüstet. In Malta wurden bis einschließlich 10. Januar etwa 316 000 Schalterabhebungen im Gesamtwert von rund 40 Mio. € getätigt. Ähnlich wie in Zypern wurden je Vorgang etwa 126 € abgehoben.

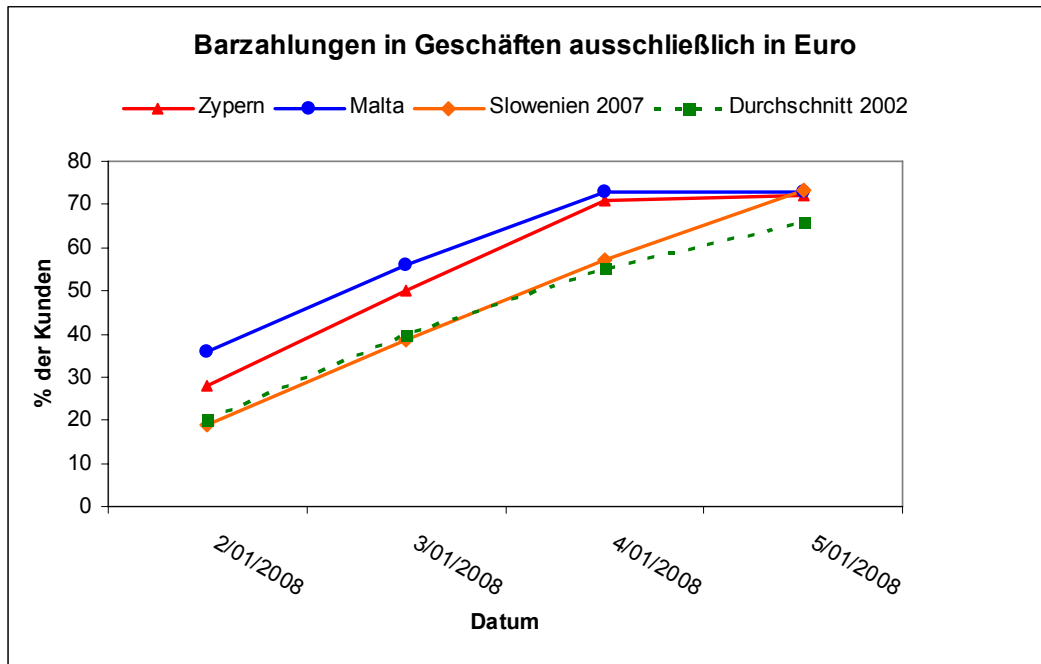
Da die Menschen es offenbar kaum erwarten konnten, ihr Bargeldvermögen in Euro umzutauschen und Euro-Bargeld abzuheben, bildeten sich bei einigen Bankfilialen lange Schlangen. Mehrere Banken hatten Schalter eigens für Unternehmen geöffnet, um die Wartezeiten zu verkürzen. Dass jedoch nicht immer alles wie geplant verlief, war daran zu erkennen, dass sich sogar noch eine Woche nach der Umstellung lange Schlangen bildeten. Die Banken waren trotz des Einsatzes von 600 Kassierern nur unzureichend auf einen solchen Ansturm vorbereitet.

2.2.2. Entwicklung der Barzahlungen

Die Zahlen zeigen, dass sowohl in Malta als auch in Zypern der Euro schnell das gängige Zahlungsmittel für Barzahlungen wurde. Sein Einsatz nahm in den ersten drei Tagen schneller zu als bei der ersten Euro-Einführungswelle (siehe Schaubild 1). Bereits am 4. Januar wurden in beiden Ländern schon 70 % aller Barzahlungen in den Geschäften in Euro getätigt, während bei der Umstellung 2002 der Anteil der Barzahlungen in Euro bis zum 6. Januar nicht über 70 % hinauskam. Über 90 % der Einzelhändler gaben ab dem 2. Januar 2008 nur noch Euro als Wechselgeld heraus.

Schaubild 1

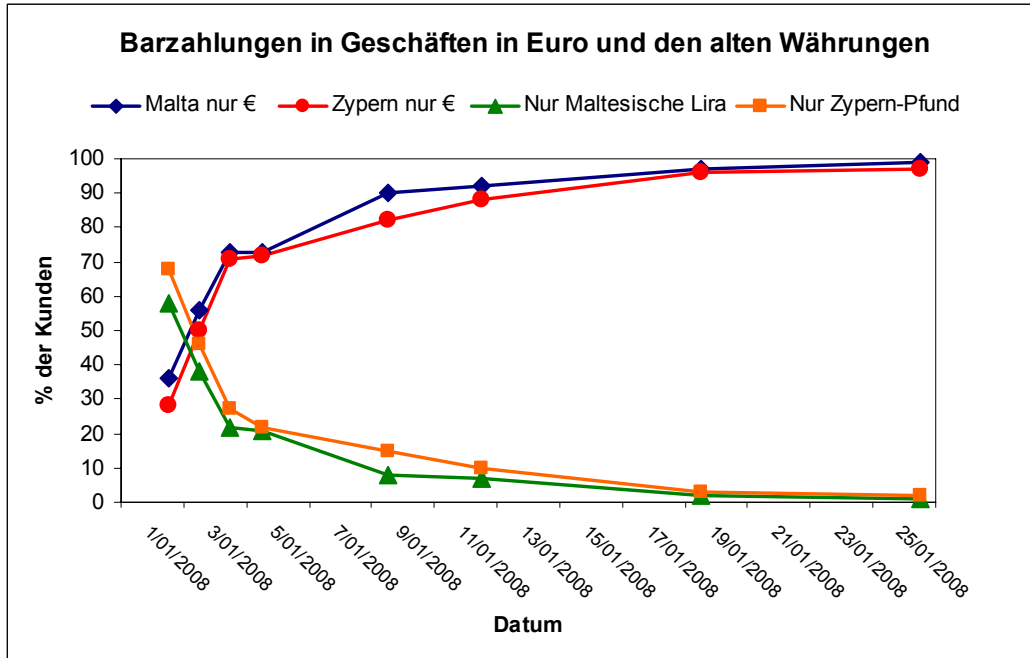
⁴ Der Wert der Transaktionen an Geldautomaten stieg nur um 15 %, was vor allem darauf zurückzuführen ist, dass im Januar 2008 am Geldautomaten ausschließlich kleine Banknoten-Stückelungen ausgegeben wurden.



Quelle: Kommissionsdienststellen

Damit gingen die Zahlungen in den alten Währungen vom 29. Dezember 2007 (100 %) rapide zurück und lagen am 12. Januar 2008 nur noch bei 7-10 % aller Barzahlungen. Am 20. Januar 2008 (d. h. zehn Tage vor Ablauf der Parallelumlaufphase) wurden nur noch 3 % aller Zahlungen in den Geschäften in den alten Währungen getätigt (siehe Schaubild 2).

Schaubild 2



Quelle: Kommissionsdienststellen

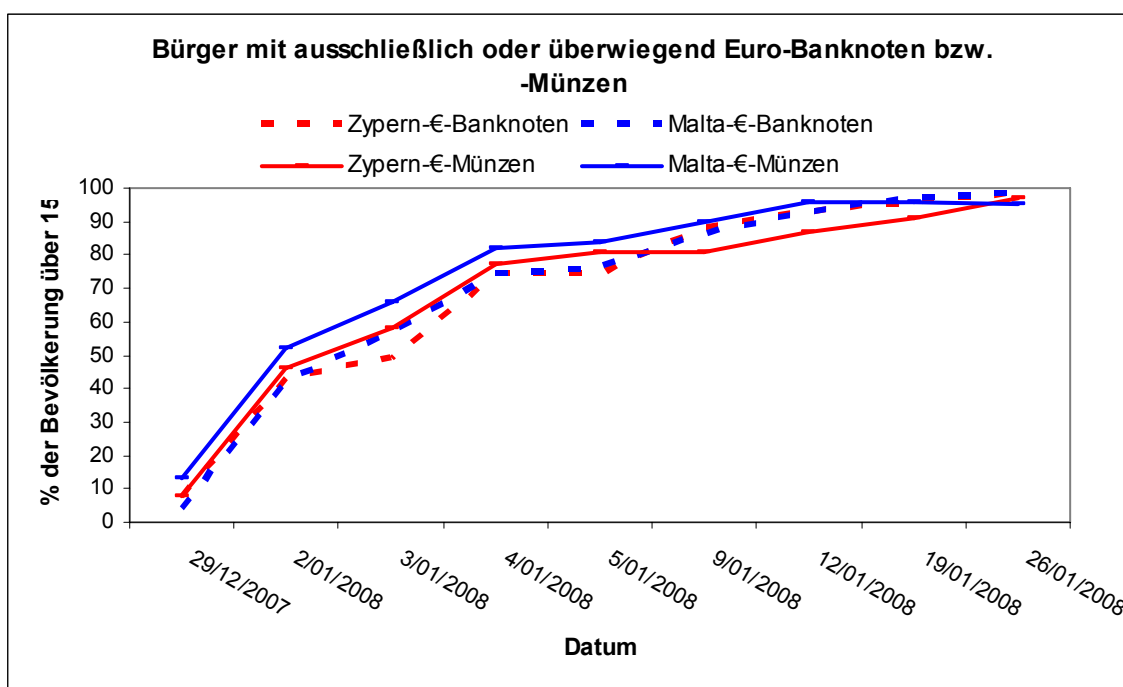
Einige Einzelhändler hatten in den ersten Tagen zu wenig Bargeld, da viele Bürgerinnen und Bürger, abgeschreckt von den langen Schlangen in den Banken, versuchten, ihre alten Währungen in den Geschäften auszugeben. Dies führte dazu, dass an den Kassen mehr Euro-

Münzen mit hohem Nennwert und mehr Euro-Banknoten mit niedrigem Nennwert benötigt wurden als ursprünglich angenommen.

Einige Einzelhändler und Dienstleistungsanbieter in Malta (wie etwa Busfahrer) konnten nicht mehr auf den Cent genau herausgeben, da ihnen 1- und 2-Euro-Cent-Stücke fehlten. Da die Aufrundung der Preise gesetzlich verboten war, war die Nachfrage nach einigen Stückelungen unerwartet hoch, so dass zusätzliche Bestellungen bei der Zentralbank von Malta eingingen.

Die Kommission kam in ihrer Umfrage zu dem in Schaubild 3 dargestellten Ergebnis, dass bereits 12 Tage nach der Umstellung über 90 % der Malteser und Zyprer in ihren Geldbeuteln *nur noch oder überwiegend* Euro-Münzen und Euro-Banknoten hatten. Die Umstellung lief überraschend schnell vonstatten, da anders als in Slowenien sehr viel weniger Menschen vor der offiziellen Einführung über Euro-Bargeld verfügten. Überwiegend Euro-Banknoten bzw. Euro-Münzen hatten am 29. Dezember 2007 lediglich 7 % bzw. 8 % der Zyprer. Der Anteil in Malta lag bei 4 % bzw. 12 %. In Slowenien lag der Anteil im entsprechenden Zeitraum bei 20 % bei den Euro-Banknoten und bei 27 % bei den Euro-Münzen.

Schaubild 3



Quelle: Kommissionsdienststellen

Die Bürgerinnen und Bürger gewöhnten sich sehr schnell an die neue Währung. Anfang Februar 2008 waren fast 90 % der Malteser und 95 % der Zyprer der Auffassung, dass die Euro-Banknoten sehr leicht oder ziemlich leicht zu unterscheiden waren. Über die Hälfte der Bürger Maltas (53 %) rechneten bei ihren alltäglichen Einkäufen meist in Euro und 40 % sogar bei außergewöhnlichen Einkäufen. Die Zyprer rechneten bei hochwertigeren Einkäufen meist noch in Pfund, dachten jedoch eher in Euro bei den alltäglichen Einkäufen⁵.

2.2.3. Rückfluss der alten Währungen

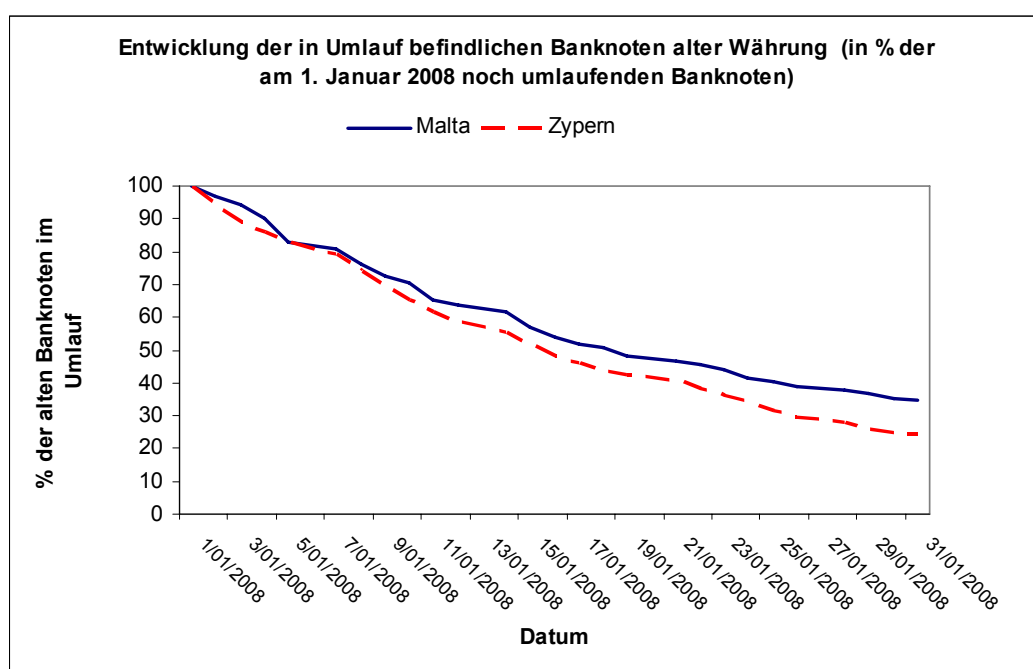
⁵ Flash-Eurobarometer 222 für Zypern und Flash Eurobarometer 223 für Malta, beide Februar 2008.

Der Rückfluss der alten Währungen begann in den letzten Monaten des Jahres 2007. Bereits am 1. Januar 2008 waren in Malta wertmäßig bereits etwa 40 % der in Umlauf befindlichen Banknoten eingezogen, in Zypern waren es etwa 10 %. Mit einem Rücklauf von mengenmäßig 5-6 % pro Tag der in Umlauf befindlichen alten Banknoten in Zypern und 3 % in Malta beschleunigte sich dieser Prozess in den ersten Januartagen.

Etwa 50 % des Werts an zyprischen Pfundnoten und maltesischen Liranoten, die am 1. Januar noch in Umlauf waren, wurden bis zum 15. bzw. 17. Januar eingezogen⁶. In beiden Ländern verlief der Rücklauf der alten Währungen schneller als 2002, als die 50 %-Marke erst am 21. Januar überschritten wurde. Etwa 25 % des zyprischen Bargelds und 35 % des maltesischen Bargelds waren Ende Januar noch in Umlauf, ein Ergebnis, das dem von 2002 vergleichbar ist⁷.

Ingesamt wurden von den Geldtransporteuren und den Banken keine Probleme bei der Einsammlung und Lagerung der alten Währung gemeldet.

Schaubild 4



Quelle: EZB

Die Bargeld-Umstellung in Zypern und Malta zeigt, dass eine kurze Parallelumlaufphase selbst bei Ländern mit sehr hohem Bargeldumlauf technisch machbar ist.

Obwohl sich die Banken auf die zusätzliche Arbeitsbelastung speziell vorbereitet hatten,

⁶ Die am 1. Januar 2008 in Umlauf befindlichen zyprischen Pfundnoten und Münzen hatten einen Gesamtwert von 994 Mio. € bzw. 66 Mio. €. Die entsprechenden Werte für Malta lagen bei 635 Mio. € bzw. 44 Mio. €.

⁷ Auf Zypern-Pfund lautende Banknoten werden von der Zentralbank bis zu zehn Jahre nach dem Umstellungstermin gebührenfrei umgetauscht, auf Zypern-Pfund lautende Münzen bis zu zwei Jahre nach dem Umstellungstermin. Bei der Zentralbank von Malta können Münzen in Maltesischer Lira noch bis zum 2. Februar 2010 und Banknoten noch bis zum 1. Februar 2018 in Euro umgetauscht werden.

reichten die Maßnahmen oft nicht aus, um in den ersten Wochen nach der Umstellung die Bildung von Schlangen zu vermeiden. Um die Umstellung noch reibungsloser zu gestalten, sollte intensiv dafür geworben werden, gehortete Bargeldbestände vor dem Stichtag der Euro-Einführung einzuzahlen, die Vorabausstattung in großem Umfang zu nutzen und den Zahlungsverkehr bargeldlos abzuwickeln.

3. DIE UMSTELLUNG VON FINANZ- UND VERWALTUNGSSYSTEMEN

Entsprechend dem von Zypern und Malta gewählten „Big Bang“-Szenarium waren für die Verwaltungs- und Finanzsysteme bis zum 31. Dezember 2007 ausschließlich die jeweils nationalen Währungen maßgebend. Am 1. Januar 2008 wurde dann auf den Euro umgestellt.

Den vorliegenden Daten nach zu urteilen, gelang es den öffentlichen Verwaltungen in Zypern und Malta, sich angemessen und rechtzeitig vorzubereiten. Experten aus beiden Mitgliedstaaten nahmen an Informations- und Schulungsmaßnahmen teil, die von der Kommission/OLAF, der EZB und Europol organisiert wurden, um die Maßnahmen zum Schutz des Euro vor Fälschung vorzustellen.

Nahezu alle Unternehmen, die sich in beiden Ländern an den im September 2007 durchgeführten Umfragen beteiligten⁸, wurden über die Umstellung informiert und bereiteten sich vor.

Von den Banken oder Einzelhändlern wurden keine nennenswerten technischen Probleme während der Umstellung gemeldet. Die Umstellung der Geldautomaten, Kartenzahlungssysteme und Bankkonten verlief ebenfalls reibungslos.

4. PREISENTWICKLUNG

4.1. Überwachung der Preise während der Umstellung

Die im September 2007 durchgeführte Eurobarometer-Meinungsumfrage zum Euro zeigte, dass über drei Viertel der zyprischen und maltesischen Bürgerinnen und Bürger befürchteten, dass es während der Umstellung zu Missbrauch und Preisbetrug kommen könnte. Um diesen Befürchtungen entgegenzutreten, ergriffen beide Länder umfassende Maßnahmenpakete.

In Zypern wurden die korrekte doppelte Preisauszeichnung⁹ von fünf Euro-Beobachtungsstellen und die Preise häufig gekaufter Güter vom Finanzministerium und von Verbraucherverbänden genau überwacht. Der von 7 579 Unternehmen unterzeichnete Kodex zur fairen Preisgestaltung führte offenbar dazu, dass es kaum zu Preisanstiegen kam, da die meisten Betrugsfälle bei den Unternehmen festgestellt wurden, die den Kodex *nicht unterzeichnet* hatten. Die Euro-Beobachtungsstellen forderten die Einzelhändler und Dienstleistungsanbieter (vor allem Friseure, Ärzte, Betreiber von Kebab-Imbissen, privaten Parkplätzen, Cafés und Kinos), deren Preise ungewöhnlich stark gestiegen waren, auf, die Preissteigerungen zu begründen und veröffentlichten im Internet die Namen derjenigen, die die Umstellung ausgenutzt hatten.

⁸ Flash-Eurobarometer 218 (September 2007) für Zypern und NECC Business Survey (September 2007) für Malta.

⁹ Die doppelte Preisauszeichnung in Zypern-Pfund und Euro ist seit dem 1. September 2007 verbindlich vorgeschrieben und muss bis zum 30. September 2008 beibehalten werden. In Malta ist die doppelte Preisauszeichnung in Maltesischen Lira und Euro seit dem 11. Juli 2007 verbindlich vorgeschrieben und muss bis zum 30. Juni 2008 beibehalten werden.

In Malta werden die Preise vom nationalen Euro-Umstellungsausschuss (National Euro Changeover Committee (NECC))¹⁰ überwacht, der ebenfalls mit über 7.900 Unternehmen einen Kodex zur fairen Preisgestaltung (FAIR-Initiative) vereinbarte.

Malta ist das erste Land, in dem die Glättung der Preise nach oben im Zuge der Umstellung auf den Euro gesetzlich¹¹ verboten wurde. Jeder Mitteilung über eine Aufrundung von Preisen, die von Bürgerinnen und Bürgern über die Euro-Hotline oder per E-Mail eingeht, wird umgehend nachgegangen. In den ersten sieben Wochen des Jahres mussten etwa 107 Geschäftsinhaber oder sonstige Geschäftstätige (darunter viele Ärzte und einige Parkhausbetreiber) ihre Preise nach unten korrigieren, nachdem sie vom NECC verwarnet worden waren, weil sie im Zuge der Umstellung auf den Euro ihre Gebühren oder Preise in unfairen Weise angehoben hatten. Während sich etwa 96 Beschwerden als unbegründet erwiesen, mussten drei Unternehmen wegen ungerechtfertigter Preiserhöhungen Bußgelder zahlen.

4.2. Preistrends

Inflationäre Entwicklungen in Zypern und Malta waren 2007 vor allem auf globale Faktoren zurückzuführen. Die relativ niedrige Inflation Anfang des Jahres lag größtenteils an den günstigen Basiseffekten der Energiepreise, was sich jedoch ab August/September 2007 umkehrte. So trieben in der zweiten Jahreshälfte 2007 ungünstige Basiseffekte der Energiepreise zusammen mit steigenden Rohstoffpreisen die Inflationsrate nach oben.

In Zypern lag die jährliche Inflationsrate 2007 bei durchschnittlich 2,2 %, wobei sie in der ersten Jahreshälfte niedrig war und in der zweiten Jahreshälfte anstieg. Der Anstieg der HVPI-Inflation 2007 setzte sich im ersten Monat 2008 fort. So stieg die jährliche Inflationsrate von 4,1 % im Januar 2008 auf 4,7 % im Februar 2008. In Malta lag die jährliche Inflationsrate 2007 bei durchschnittlich 0,7 %, wobei die Inflation sehr volatil war: In der ersten Jahreshälfte verlangsamte sie sich, um sich dann in der zweiten Jahreshälfte zu beschleunigen. So lag die jährliche Inflationsrate im Februar bei 4,0 %, verglichen mit 3,8 % im Januar 2008.

Einer vorläufigen Einschätzung von Eurostat (Euro-Umstellung und Inflation in Zypern und Malta, April 2008) nach lag sowohl in Zypern als auch Malta der gesamte (einmalige) Effekt der Umstellung auf die gemessene Inflationsrate während und unmittelbar nach der Umstellung wahrscheinlich zwischen 0,2 und 0,3 Prozentpunkten. Diese Annahmen für Zypern und Malta entsprechen somit der Erfahrung, die mit der ersten Umstellungswelle 2002 und in Slowenien 2007 gemacht wurde. Daher geht Eurostat davon aus, dass die Effekte der Euro-Umstellung sowohl in Zypern als auch in Malta wohl zu spüren, doch nicht so groß waren, dass sie in einem der beiden Länder die gemessene Inflationsrate hätten nach oben treiben können. Eurostat wird seine Schlussfolgerungen zu den Auswirkungen der Euro-Umstellung in Zypern und Malta gegebenenfalls aktualisieren, sobald weitere Informationen vorliegen.

¹⁰ Die Preise werden noch bis Juni 2008 überwacht.

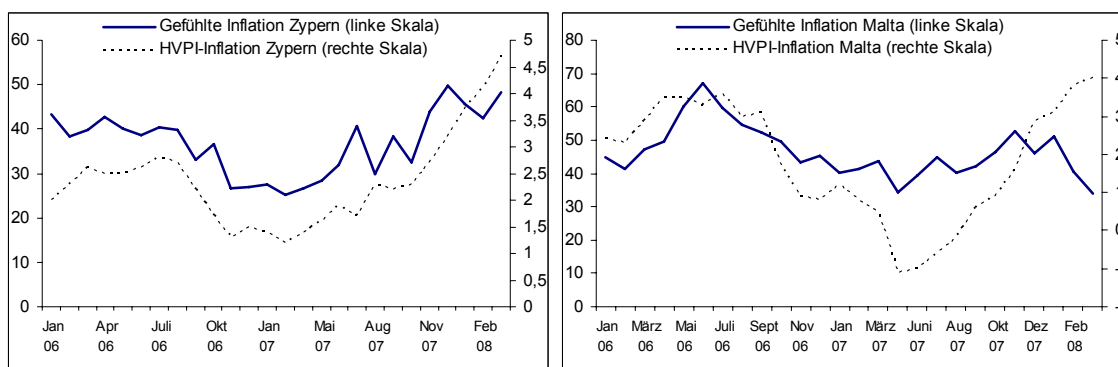
¹¹ Gemäß dem maltesischen Gesetz zur Übernahme des Euro (CAP.485) ist die Glättung von Geldbeträgen nur dann zulässig, wenn der Euro-Betrag kleiner ist als der Gegenwert in Maltesischer Lira vor der Umstellung. Sind Geldbeträge Teil einer ansteigenden Skala von Werten, die durch Schwellenwerte unterteilt ist, ist die Glättung dieser Beträge bei der Umrechnung in Euro zulässig, sofern dies notwendig ist, um die Kontinuität mit den angrenzenden Abschnitten zu wahren. Lassen außergewöhnliche Umstände aufgrund von technischen Beschränkungen keine andere Möglichkeit zu, kann bei der Euro-Beobachtungsstelle eine Ausnahmegenehmigung beantragt werden, um die Preise auf andere Weise glätten zu können und zwar zu den Bedingungen, die die Euro-Beobachtungsstelle festlegen kann.

4.3. Subjektive Wahrnehmung der Preise

Die den Kommissionsdienststellen vorliegenden Daten zeigen, dass in der Regel die gefühlte Inflation dem Trend der HVPI-Inflation in Zypern und Malta in den letzten Jahren folgte. In Zypern deckte sich die gefühlte Inflation nahezu mit der gemessenen Inflation, die beide seit Anfang 2007 anstiegen. In Malta folgte die gefühlte Inflation ebenfalls der HVPI-Inflation, jedoch mit größerem Abstand, da der starke Rückgang der HVPI-Inflation im April nicht mit einem Rückgang der gefühlten Inflation einherging.

Den seit der Euro-Umstellung vorliegenden Daten zufolge wurden zunächst keine inflationären Tendenzen wahrgenommen. Trotz der steigenden HVPI-Inflation, fiel die gefühlte Inflation in Zypern im Januar 2008 auf 42,3 Prozentpunkte von 45,7 Prozentpunkten im Dezember des Vorjahres, und die gefühlte Inflation in Malta lag im Januar 2008 bei 40,5 Prozentpunkten, verglichen mit 51,0 Prozentpunkten im Vormonat. Es scheint also, dass weder die beschleunigte HVPI-Inflation noch etwaige Folgen der Euro-Einführung auf die Preise die Inflationswahrnehmung der Verbraucher beeinflusst haben. Vielleicht hätten andere Maßnahmen, wie z.B. Informationskampagnen, die Inflationswahrnehmung in den beiden, dem Euroraum neu beigetretenen Mitgliedstaaten verringert. In Malta ist es sehr wahrscheinlich, dass dies mit dem gesetzlichen Verbot der Glättung der Preise und dessen strenger Anwendung zusammenhing.

Schaubild 5



Quelle: Kommissionsdienststellen

Allerdings wendete sich dieses Bild zum Teil im Februar 2008. Während in Malta die gefühlte Inflation weiter zurückging und von 40,5 Prozentpunkten im Januar 2008 auf 34,0 Prozentpunkte fiel, stieg in Zypern die gefühlte Inflation von 42,3 Prozentpunkten im Januar 2008 auf 48,2 Prozentpunkten an. Es wäre allerdings verfrüht, Rückschlüsse auf die weitere Entwicklung der gefühlten Inflation in Zypern und Malta zu ziehen.

In Zypern und Malta hat sich der Preisauftrieb seit Mitte 2007 verstärkt, was vor allem auf die weltweite Beschleunigung der Inflation in den Bereichen Energie und Lebensmittel zurückzuführen war. Gleichzeitig folgte die gefühlte Inflation allgemein dem Trend der HVPI-Inflation. Im ersten Monat nach der Euro-Einführung blieb die gefühlte Inflation verhalten, wenngleich sich die gemessene Inflation beschleunigte. Im Februar zog die gefühlte Inflation in Zypern an, während sie in Malta weiter zurückging.

5. KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE ZUR UMSTELLUNG UND SENSIBILISIERUNG DER ÖFFENTLICHKEIT

Offizieller Startschuss für die **zyprische** Euro-Kampagne und die nationale Euro-Website (www.euro.cy) war der 31. Mai 2006. Die Kampagne in den Massenmedien lief erst im Frühjahr 2007 an, was zum Teil auf Probleme bei der Ausschreibung für die Werbeagentur zurückzuführen war. Die Kampagne richtete sich vor allem an KMU, ländliche Gebiete und sensible Gruppen. Im Vordergrund standen Themen wie der Zeitpunkt der Umstellung, die Vorteile des Euro, der Umtauschkurs und die Furcht vor unlauteren Preiserhöhungen. Die wichtigsten Kommunikationskanäle waren das Radio (10 225 Spots), das Fernsehen (3 260 Spots) und die Printmedien (206 Anzeigen in Magazinen und 241 Anzeigen in Zeitungen). Auf der Insel waren Eurobusse unterwegs, um die Menschen in entlegenen Gebieten zu informieren. Angesichts des anhaltend geringen Interesses am Euro verstärkten die zyprischen Behörden ihre Kommunikationsanstrengungen in den letzten Monaten und richteten diese vor allem an sensible Gruppen. Die Europäische Kommission unterstützte einige der Aktivitäten, etwa durch die neu konzipierte Euro-Ausstellung, eine Konferenz und ein Seminar für Journalisten, einen nationalen Schulwettbewerb und die Produktion von Werbematerial.

Offenbar war die Informationskampagne sehr erfolgreich. Dem Eurobarometer vom Februar 2008 zufolge fühlten sich 9 von 10 Zypriern sehr gut oder ziemlich gut über die Umstellung informiert. Für die meisten Bürger (61 %) waren die Medien die wichtigste Informationsquelle, gefolgt von den Geschäftsbanken (16 %) und der Zentralbank Zyperns (10 %). Die Menschen zeigten sich auch sehr (49 %) oder ziemlich (44 %) zufrieden mit den von den nationalen Behörden veröffentlichten Informationen zum Euro. Acht von zehn Zypriern erhielten einen Euro-Umrechner und fanden ihn sehr nützlich. Im Februar 2008 wünschten sich etwa 80 % der Menschen, die sich an der Eurobarometer-Umfrage beteiligten, noch mehr Informationen über die faire und korrekte Preisgestaltung, über die sozialen, wirtschaftlichen und politischen Folgen und über die Sicherheitsmerkmale des Euro.

Das zunächst geringe Interesse am Euro in **Malta** stieg im Verlauf der umfassenden und mehrstufigen Kampagne an, die sich zunächst auf Sensibilisierungsmaßnahmen und die Vorteile des Euro konzentrierte und anschließend auf die praktischen Aspekte der Umstellung einging. Sie beinhaltete einen Mix verschiedener Massenmedien (4 750 TV-Spots, 20 125 Radio-Spots und 1 465 Anzeigen in Zeitungen und Magazinen) sowie Angebote für persönliche Kontakte (wie eine Euro-Hotline, Kontakte mit der Presse, Angebote von NRO, kommunalen und kirchlichen Beratungsstellen, Verbraucher- und Unternehmensverbänden, Schulen und für sensible Gruppen). Die Informationskampagnen gingen regelmäßig auf die Ängste der Menschen vor unlauteren Praktiken ein. Auf einer eigens eingerichteten Website (www.euro.gov.mt) wurden alle Maßnahmen erläutert und methodisch sämtliche relevanten Informationen aufgeführt.

Die Europäische Kommission unterstützte im Rahmen eines Partnerschaftsabkommens zwei Euro-Ausstellungen und eine Euro-Konferenz, eine Umfrage in der breiten Öffentlichkeit und zur Parallelumlaufphase sowie einen nationalen Schulwettbewerb.

Offenbar war die lange und intensive Informationskampagne sehr erfolgreich. Dem Eurobarometer vom Februar 2008 zufolge fühlten sich 9 von 10 Maltesern sehr gut oder ziemlich gut über die Umstellung informiert. Für die meisten Bürger (68 %) waren die Medien die wichtigste Informationsquelle, wobei dem Fernsehen der höchste Stellenwert eingeräumt wurde. Die TV-Spots wurden von 87 % der Malteser gesehen, von denen 90 % sie als ziemlich oder sehr nützlich empfanden. Im Februar 2008 wünschten sich etwa 56 % der Menschen, die sich an der Eurobarometer-Umfrage beteiligten, noch mehr Informationen über die faire und korrekte Preisgestaltung und über die Sicherheitsmerkmale des Euro.

In beiden Ländern wurden die Umstellung und die zugehörige Informationskampagne als reibungslos und effizient empfunden. Dies zeigt, dass eine gut geführte und umfassende Informationskampagne die Unterstützung des Euro durch die Öffentlichkeit verstärken kann. Auch zeigte die Kampagne Maltes, dass Ängsten vor Preiserhöhungen im Zusammenhang mit der Umstellung durch gezielte und intensive Informationsangebote erfolgreich begegnet werden kann.