

# Verian | Zusammenfassung des Berichts über die Präferenzen der Öffentlichkeit hinsichtlich der Themen für die neuen Euro-Banknoten

29. November 2023



# Zusammenfassung

Im Rahmen des Prozesses zur Neugestaltung der Euro-Banknoten wollte die Europäische Zentralbank (EZB) von den Menschen im Euroraum wissen, welche der Themen, die der EZB-Rat vorgeschlagen hatte, ihnen am besten gefallen: „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“, „Europäische Kultur“, „Europäische Werte im Spiegel der Natur“, „Ihnen gehört die Zukunft“, „Hände: Gemeinsam bauen wir Europa“, „Unser Europa, wir selbst“ oder „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“.

Die EZB beauftragte das unabhängige Marktforschungsinstitut Kantar Public<sup>1</sup> mit der Durchführung einer Umfrage, um das Feedback von Menschen aus dem gesamten Euroraum sowie aller Altersgruppen und Geschlechter einzuholen. Hierfür wurde vom 20. Juni bis zum 7. August 2023 eine repräsentative Stichprobe bestehend aus 23 377 Personen in den 20 Euro-Ländern sowie Bulgarien (das voraussichtlich als nächstes Land den Euro einführen wird) befragt.

Um allen Menschen in Europa die Möglichkeit zur Beteiligung an diesem Prozess zu geben, fand parallel zur Umfrage von Kantar Public eine EZB-Onlineumfrage mit demselben Fragenkatalog statt. Dabei gingen vom 10. Juli und bis zum 31. August 2023 rund 376 000 gültige Antworten bei der EZB ein. Die Ergebnisse der EZB-Onlineumfrage sind jedoch nicht repräsentativ für die Bevölkerung des Euroraums. So war z. B. der Teilnehmerkreis in einigen Ländern deutlich größer, und es beantworteten deutlich mehr junge, gebildete Männer die Fragen als andere Bevölkerungsgruppen. Das Ergebnis der Onlineumfrage wurde um einen Teil dieser Verzerrungen bereinigt. Dennoch lässt es sich nicht zuverlässig als repräsentativ für die Ansichten der Menschen im Euroraum interpretieren. Allerdings ist die Onlineumfrage der EZB eine aufschlussreiche Ergänzung und liefert weitere Erkenntnisse zu den Präferenzen der Öffentlichkeit. Zudem bot sie die Gelegenheit zur Einbeziehung der Menschen in Europa und hat deren Bewusstsein für den Neugestaltungsprozess spürbar geschärft.

## Wichtigste Ergebnisse der Umfrage von Kantar Public

Laut der Umfrage von Kantar Public erfreuten sich die drei folgenden Themen der größten Beliebtheit:

- „Europäische Kultur“ (21 % der Menschen im Euroraum)
- „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ (18 % der Menschen im Euroraum)
- „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ (17 % der Menschen im Euroraum)

Die vier anderen Themen waren deutlich weniger beliebt. Nur 13 % hatten eine Präferenz für das Thema „Europäische Werte im Spiegel der Natur“ und 12 % für das Thema „Hände: Gemeinsam bauen wir Europa“. Die Themen „Ihnen gehört die Zukunft“ und „Unser Europa, wir selbst“ belegten mit 10 % bzw. 9 % die hinteren Plätze.

In 12 von 20 Euro-Ländern und in Bulgarien ist „Europäische Kultur“ das beliebteste Thema. In sechs Ländern belegte es allein den ersten Platz, in den sechs übrigen Ländern teilte es

---

<sup>1</sup> Kantar Public wurde am 9. November 2023 in Verian umbenannt. Die Umfrage im Auftrag der EZB fand im Sommer 2023 statt. Zu dieser Zeit hieß Verian noch Kantar Public. Daher beziehen sich alle Verweise auf die Umfrage von Kantar Public in diesem Dokument auf die Umfrage von Verian.

sich den Spitzenplatz mit einem anderen Thema – entweder „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ oder „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“.

Aus der Umfrage von Kantar Public geht hervor, dass die soziodemografischen Merkmale Alter und Geschlecht kaum Einfluss auf die Präferenzen haben. „Europäische Kultur“ ist unabhängig von Geschlecht und Alter das beliebteste Thema. Bei Männern fällt die Präferenz mit 21 % etwas stärker aus als bei Frauen (20 %). Das Thema „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ ist bei Frauen (19 %) wiederum etwas beliebter als bei Männern (18 %). Und für das Thema „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ scheinen sich die Frauen (19 %) deutlich mehr begeistern zu können als Männer (16 %).

Eine Analyse nach Alter zeigt, dass 22 % der über 65-Jährigen und 18 % der 16- bis 24-Jährigen das Thema „Europäische Kultur“ bevorzugen. Die Prozentsätze für die mittleren Altersgruppen liegen zwischen diesen beiden Werten. „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ findet bei den über 40-Jährigen (18-20 %) etwas mehr Anklang als bei den unter 40-Jährigen (16-17 %). Ein ähnliches Bild ergibt sich für das Thema „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“, das sich bei den über 25-Jährigen mit 17-18% größerer Beliebtheit erfreut als in der jüngsten Altersgruppe (15 %).

Auch das Bildungsniveau spielt bei den Präferenzen eine Rolle. Die „Europäische Kultur“ wird von 15 % der Befragten mit Primarbildung bevorzugt, bei Personen mit Dokortitel oder vergleichbarer Ausbildung sogar von 26 %. Menschen mit höherer Bildung fühlen sich von diesem Thema stärker angesprochen, die Präferenzen von Menschen mit geringerem Bildungsniveau sind hingegen breiter gestreut. Unter den Befragten mit Primarbildung rangiert „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ mit 19 % auf Platz 1, vor „Europäische Kultur“ (15 %). Umfrageteilnehmenden mit Tertiärbildung gefallen „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ und „Europäische Kultur“ (beide 19 %) etwas besser als „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ (18 %).

In der Umfrage von Kantar Public finden die Themen „Europäische Kultur“ und „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ beide durchgängig Anklang. Die Ergebnisse für „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ sind hingegen gemischt, das Thema scheint stärker zu polarisieren. 29 % der Bevölkerung gefällt das Thema sehr gut. Somit liegt es in der Beliebtheit nur knapp hinter „Europäische Kultur“ (33 %) und „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ (30 %). In der Kategorie „gefällt mir gut“ liegt es mit 32 % allerdings nur auf Platz 5. Seine „Ablehnungsrate“ ist mit 15 % höher als jene von „Europäische Kultur“ (9 %) und „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ (11 %).

## Wichtigste Ergebnisse der Onlineumfrage der EZB

Bei beiden Umfragen waren dieselben drei Themen am beliebtesten, allerdings in unterschiedlicher Reihenfolge. Bei der EZB-Onlineumfrage haben die Befragten im Euroraum eine Präferenz für folgende Themen:

- „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ (34 %),
- „Europäische Kultur“ (23 %),
- „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ (16 %).

Die vier anderen Themen sind weitaus weniger beliebt. Nur 10 % der Befragten im Euroraum nannten „Europäische Werte im Spiegel der Natur“ als Präferenz. Ebenfalls nicht viele begeistern konnten die Themen „Ihnen gehört die Zukunft“ (8 %), „Hände: Gemeinsam bauen wir Europa“ (6 %) und „Unser Europa, wir selbst“ (5 %).

Bei der Onlineumfrage der EZB lag das Thema „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ in 16 der 20 Euro-Länder auf Platz 1. In den vier verbleibenden Euro-Ländern und in Bulgarien konnte „Europäische Kultur“ am meisten punkten.

Aus den Umfrageergebnissen geht ferner hervor, dass „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ allen Geschlechtern, Altersgruppen und Bildungsniveaus am besten gefällt. Dieses Thema sagt Frauen (36 %) mehr zu als Männern (30 %). Wie bei der Umfrage von Kantar Public sinkt die Beliebtheit des Themas mit dem Bildungsniveau der teilnehmenden Personen.

Laut der Onlineumfrage der EZB gefiel das Thema „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ mehr als der Hälfte der Bevölkerung (51 %) sehr gut. Auch die Anteile der Themen „Europäische Kultur“ (39 %) und „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ (31 %) sind beachtlich. Der Anteil jener, denen das Thema „Vögel: frei, widerstandsfähig, inspirierend“ gar nicht gefiel, war mit 9 % geringfügig höher als bei „Europäische Kultur“ und „Flüsse: Wasser des Lebens in Europa“ (jeweils 8 %). Der Anteil der Menschen in Europa, denen die übrigen Themen gar nicht gefielen, ist deutlich höher. Insgesamt gingen die Meinungen der Befragten bei der Onlineumfrage stärker auseinander als bei der Umfrage von Kantar Public.