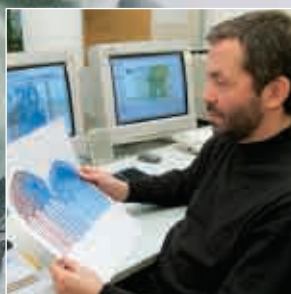




EUROPESE CENTRALE BANK

EUROSYSTEEM



HET VERHAAL
VAN DE EURO-
BANKBILJETTEN
EN
EUROMUNTEN

HOE DE EURO
ONS GELD
IS GEWORDEN



**HOE DE EURO
ONS GELD
IS GEWORDEN**

**HET VERHAAL VAN
DE EUROBANKBILJETTEN
EN EUROMUNTEN**

VOORWOORD	7	HOOFDSTUK 3	
		DE PRODUCTIE	35
HOOFDSTUK 1		De prototypes van de bankbiljetten	36
TIEN JAAR VAN		Proefbiljetten	36
VOORBEREIDINGEN	9	De drukplaten	37
Uitgeven van eurobankbiljetten en euromunten	10	‘Nulproductie’	38
De naam van de munt en het €-teken	10	Het kwaliteitssysteem	40
De coupures	12	Juridische en veiligheidskwesties rond de leveranciers	41
De invoeringsdatum van de nieuwe munt	12	De papierproductie	42
		Het drukken	44
HOOFDSTUK 2		De massaproductie van eurobankbiljetten	48
HET ONTWERP	17	Gezondheidskwesties	49
Een thema voor het biljetontwerp	18		
Gebruiksvriendelijke bankbiljetten	22	HOOFDSTUK 4	
De beoordeling van de ontwerpen	22	DE OVERGANG	51
De publieksenquête en het definitieve besluit	24	Schatting van het benodigde aantal bankbiljetten	52
De ontwerpen voor de euromunten	28	Bankbiljetten in omloop en in voorraad	54
De definitieve ontwerpen	30	Voorraadbeheer tijdens de overgang op de euro	55
Ontwerpopdracht voor een serie eurobankbiljetten	32	De verspreiding van de eerste bankbiljetten en munten	56
Bijlage: Uittreksel uit de ontwerpopdracht voor de eurobankbiljetten	33		

Frontloading en sub-frontloading	59
Vereenvoudigen van de overgang op de chartale euro voor detailhandelaren	60
In omloop brengen van de chartale euro	60
Uit omloop nemen van nationale munten en bankbiljetten	62
Aanpassen van geldautomaten en verkoopautomaten	64
Wisselen van nationale bankbiljetten tegen nominale waarde	66

HOOFDSTUK 5 VOORLICHTING

Vorbereiden van het grote publiek op de overgang	69
De Euro 2002 Informatiecampagne	70
Het partnerschapsprogramma	72
Nationale voorlichtingscampagnes	73
Campagneonderzoek	74
De campagnewebsite	76
Pers en pr	78
Massamediacampagne	79

HOOFDSTUK 6 ECHTHEIDSKENMERKEN VAN DE EUROBANKBIJETTEN

Voelen	83
Kijken	84
Kantelen	85
Controle met ultraviolet licht	86
Controle met een vergrootglas	87
Wist u dat?	87

HOOFDSTUK 7 LOPENDE EN TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGEN

89

HOE DE EURO ONS GELD IS GEWORDEN

VOORWOORD



De Europese eenheidsmunt, de euro, werd geboren op 1 januari 1999. De eerste drie jaar was de euro nog 'virtueel' en werd hij hoofdzakelijk gebruikt door banken en de financiële markten. Pas met de komst van de eurobankbiljetten en euromunten, op 1 januari 2002, werd de euro voor de meeste mensen een 'echte' munt, zichtbaar en tastbaar. Inmiddels maken de euromunten en eurobankbiljetten voor ruim driehonderd miljoen Europeanen deel uit van het dagelijks leven.

De invoering van de nieuwe munten en bankbiljetten in twaalf Europese landen was, net als de introductie van de girale euro, een historisch gebeurtenis, waaraan jaren van zorgvuldige planning en voorbereiding voorafgegaan zijn. *Hoe de euro ons geld is geworden* vertelt het verhaal van deze voorgeschiedenis: het verhaal van de lange reeks beslissingen en maatregelen die zijn genomen tussen ontwerptafel en drukkerij, tussen centrale bank en portemonnee.

Uitdagingen, problemen en risico's waren er genoeg: voor de Europese Centrale Bank (ECB), de centrale banken en regeringen van de eurolanden, de Europese Commissie, de drukkerijen van de bankbiljetten en de munthuizen, maar ook voor allerlei mensen in andere sectoren, met name banken en winkels.

Al in 1992 werd een begin gemaakt met de logistieke voorbereidingen voor de invoering van de 'chartale euro'. Toen wist nog niemand hoe de munten en bankbiljetten eruit zouden gaan zien en zelfs de naam van de nieuwe munt was nog niet bekend. Voor het ontwerp van de nieuwe bankbiljetten werd een prijsvraag uitgeschreven en in 1996 koos de voorganger van de ECB, het Europees Monetair Instituut, het winnende ontwerp. In 1998 werd een proefdruk van de biljetten gemaakt. De verspreiding van het nieuwe geld onder banken en winkels begon vier maanden voor '€-day', 1 januari 2002. In die vier maanden werden miljoenen geld- en verkoopautomaten in de eurolanden klaargemaakt voor de euro.

Ook de communicatie speelde bij de voorbereidingen een belangrijke rol. Iedereen moest weten hoe de euro eruit zou gaan zien en hoe de oude guldens, franken, marken enzovoort voor euro's konden worden ingewisseld. Informatie over de nieuwe munt werd zo breed mogelijk verspreid: via tv-spots, kranten en tijdschriften, internet en andere media. Een hoofdrol in het mediaoffensief speelde de Euro 2002 Informatiecampagne van de ECB en de twaalf nationale centrale banken van het eurogebied. Regeringen, overheidsinstellingen, maar ook commerciële en vrijwilligersorganisaties, werkten nauw samen om alle burgers over de nieuwe munt te informeren.

De invoering is uiteindelijk vlot verlopen en de nieuwe munten en biljetten zijn deel van ons dagelijks leven geworden, zowel in eigen land als daarbuiten. Ik hoop dat u met belangstelling zult lezen hoe dat in zijn werk is gegaan, hoe de euro ons geld is geworden.

Jean-Claude Trichet,
President van de Europese Centrale Bank





HOOFDSTUK I

TIEN JAAR VAN VOORBEREIDINGEN

Bijeenkomst van de Raad van Bestuur van de ECB in het Limburgse provinciehuis in Maastricht ter gelegenheid van de tiende verjaardag van het Verdrag van Maastricht, dat in 1992 werd ondertekend.

UITGEVEN VAN EUROBANK-BILJETTEN EN EUROMUNTEN

De euromunten en eurobankbiljetten zijn in 2002 in omloop gebracht, maar met de voorbereidingen daarvoor is al begin jaren negentig gestart. Op 7 februari 1992 werd in Maastricht het Verdrag betreffende de Europese Unie ondertekend. Dit verdrag regelt de bevoegdheden van de Europese Centrale Bank (ECB) en van de regeringen en centrale banken van de twaalf eurolanden met betrekking tot de uitgifte van euromunten en eurobankbiljetten. Het verdrag bepaalt dat alleen de ECB machtiging mag geven tot de uitgifte van bankbiljetten in het eurogebied, maar dat de bankbiljetten feitelijk door zowel de ECB als de nationale centrale banken (NCB's) kunnen worden uitgegeven. Maar omdat de ECB niet met chartaal geld werkt, zijn het de NCB's die de bankbiljetten in omloop brengen, innemen, verwerken en opslaan.

De bankbiljetten die op enig moment in omloop zijn, worden volgens een vaste verdeelsleutel op de balans van de ECB en de NCB's verantwoord, onafhankelijk van het land waarin zij circuleren. Het is intussen namelijk onmogelijk om nog te bepalen hoeveel biljetten er in een bepaald land in omloop zijn, omdat er binnen het eurogebied talrijke grensoverschrijdende eurotransacties plaatsvinden die nergens worden geregistreerd, bijvoorbeeld door toeristen.

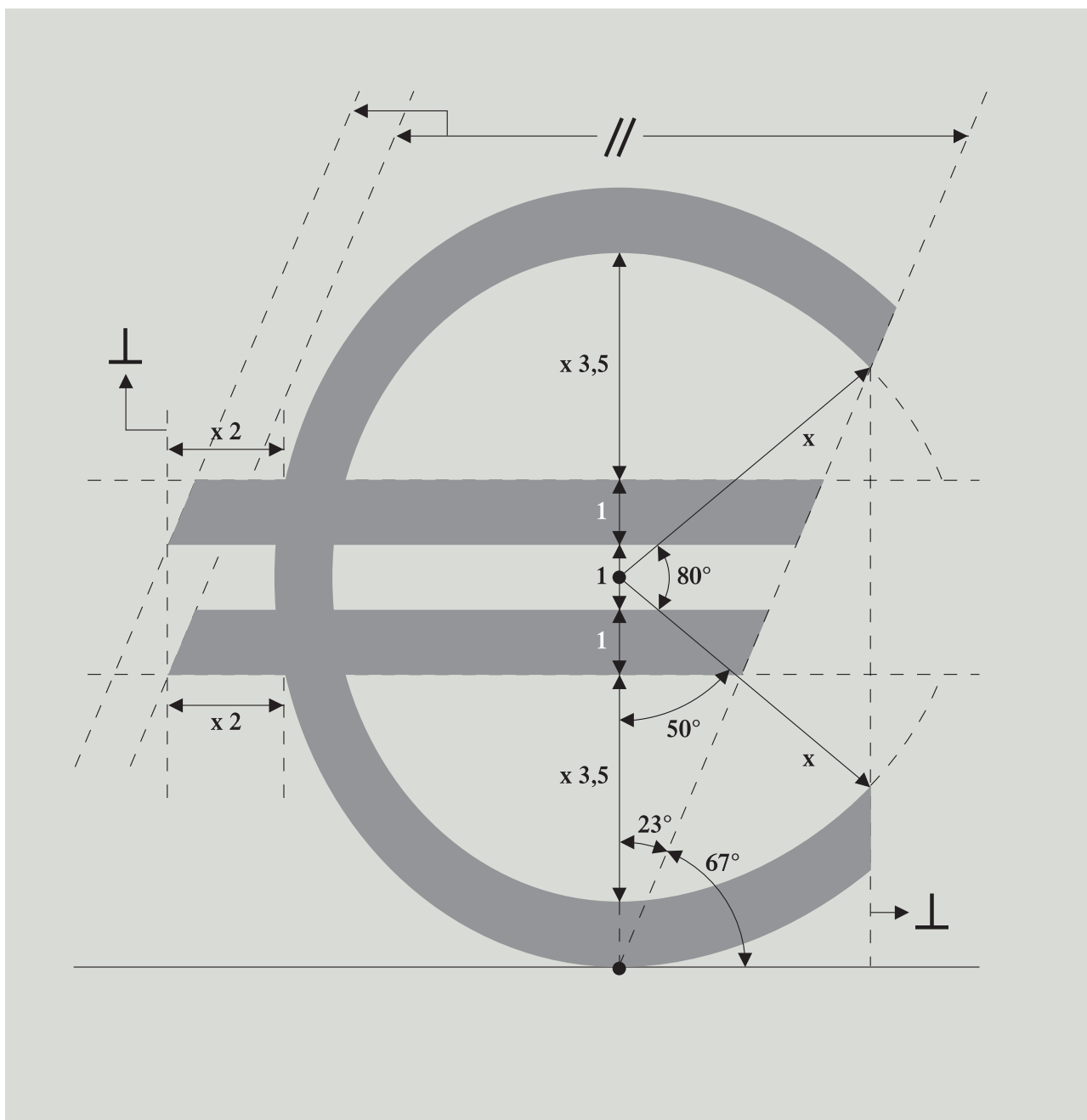
De euromunten vallen onder de verantwoordelijkheid van de nationale overheden, onder regie van de Europese Commissie in Brussel. De overheden van de eurolanden zijn de wettige uitgevers van de euromunten en als zodanig verantwoordelijk voor het ontwerp, de technische kenmerken en het slaan van de munten. Het is echter aan de ECB om elk jaar vast te stellen hoeveel euromunten er mogen worden uitgegeven; verder treedt de ECB op als onafhankelijke controleur van de kwaliteit van de geslagen munten.

DE NAAM VAN DE MUNT EN HET €-TEKEN

De nieuwe naam van de munt, de euro, is in december 1995 vastgesteld door de Europese Raad, die toen in Madrid bijeen was. Andere voorstellen, zoals dukaat, ecu, florijn of frank, werden verworpen omdat ze te sterk met een bepaald land werden geassocieerd. Ook het voorstel om het voorvoegsel 'euro-' voor bestaande muntnamen te zetten, bijvoorbeeld euromark, haalde het niet. De Raad kwam overeen dat de naam in alle officiële talen van de Europese Unie (EU) gelijk moest zijn (rekening houdend met de verschillende alfabetten). Verder moest de nieuwe naam gemakkelijk uitspreekbaar zijn en vooral eenvoudig en representatief voor Europa.

Bij de nieuwe munt hoorde natuurlijk ook een teken, en ook dat moest, net als de naam, duidelijk de associatie met Europa wekken. Verder moest het gemakkelijk te schrijven en aantrekkelijk zijn. De staf van de Europese Commissie stelde een lijst op van dertig mogelijke tekens, die vervolgens tot tien werden teruggebracht. Deze tien kandidaten werden daarna door middel van een publieksenquête terugbracht tot twee. De definitieve keuze werd gemaakt door de toenmalige voorzitter van de Europese Commissie, Jacques Santer, en de commissaris voor Economische en Financiële Zaken, Yves-Thibault de Silguy.

Het euroteken is geïnspireerd op de Griekse letter epsilon, die de wieg van de Europese beschaving symboliseert. En de E is natuurlijk de eerste letter van het woord Europa. De dubbele streep symboliseert de stabiliteit van de munt. De officiële afkorting van de euro, EUR, is geregistreerd bij de internationale normeringsorganisatie ISO.



Het euroteken volgens de ISO-norm. 
De twee parallelle lijnen symboliseren de stabiliteit van de munt.

DE COUPURES

In november 1994 heeft de Raad van het Europees Monetair Instituut (EMI), de voorloper van de ECB, besloten zeven verschillende eurobankbiljetten uit te geven met een waardeverhouding van 1:2:5: € 10 en € 100; € 20 en € 200; en € 5, € 50 en € 500. Deze verhoudingen komen niet alleen overeen met de waardeverhoudingen die bij de meeste valuta's elders op de wereld gebruikelijk zijn, maar ook met de waardeverhouding van de euromunten zoals die is vastgesteld door Ecofin, de Raad Economische en Financiële Zaken van de EU: 1 cent, 10 cent en € 1; 2 cent, 20 cent en € 2; 5 cent en 50 cent.

Na een zorgvuldige analyse is besloten om ook een biljet met een zeer hoge waarde, € 500, in te voeren. Vóór de overgang op de euro telde het eurogebied zes landen waar nationale bankbiljetten met een waarde tussen de € 200 en € 500 in omloop waren: België, Duitsland, Italië, Luxemburg, Nederland en Oostenrijk, en het gebruik van die biljetten nam toe. In 2000 was de vraag naar biljetten van DEM 1000 (= € 511) bijvoorbeeld vijftien keer zo groot als in 1975 en vertegenwoordigde dit biljet 34% van de totale waarde van de markbiljetten in omloop. Daar komt bij dat mensen in landen buiten de Europese Unie met een relatief instabiele munt, hoge inflatie en/of weinig vertrouwen in het bankwezen vaak contanten aanhouden in sterke valuta's omdat die hun waarde behouden. Vóór de invoering van de eurobankbiljetten dienden hoge coupures als het biljet van DEM 1000 dit doel.

Drie EU-landen (Griekenland, Italië en Oostenrijk) kenden vóór de overgang op de euro ook zeer lage coupures (minder dan € 2). De uitgifte van zowel zeer hoge als zeer lage coupures zou tot een serie met te veel verschillende coupures hebben geleid. Dat zou niet alleen minder gebruiksvriendelijk zijn geweest, maar ook de verwerking en opslag van de biljetten hebben bemoeilijkt. Daarom werd gekozen voor € 2 als hoogste munt en € 5 als laagste bankbiljet.

DE INVOERINGSDATUM VAN DE NIEUWE MUNT

Op de bijeenkomst van de Europese Raad in Madrid hebben de staatshoofden en regeringsleiders besloten dat de eurobankbiljetten en euromunten uiterlijk op 1 januari 2002 in omloop zouden worden gebracht, voorlopig naast de nationale munt. De precieze datum, ergens tussen 1 januari 1999 en 1 januari 2002, werd open gelaten in verband met de uiteenlopende voorkeuren van de diverse gebruikers en de lange productietijden van bankbiljetten en munten.

De datum van 1 januari 2002 had voor- en nadelen. Een nadeel was dat aan het einde van het jaar traditioneel veel bankbiljetten worden gebruikt: door de kerstdrukke en omdat winkeliers begin januari uitverkoop houden en hun voorraden inventariseren, zijn er dan zo'n 10% meer biljetten in omloop. Men heeft nog enkele andere data overwogen, maar uiteindelijk was men het erover eens dat 1 januari 2002 de handigste datum was: het begin van het kalenderjaar en de datum die de nationale overheden verwachtten. In Madrid werd tevens besloten dat de 'duale fase', de periode waarin de euro tegelijk met de nationale valuta's zou circuleren, maximaal zes maanden zou duren, al volgde daarna nog een discussie over de voor- en nadelen van een kortere overgangsperiode. Een kortere periode zou betekenen dat de banken, winkeliers en het publiek minder kosten zouden hoeven maken voor het gelijktijdig aanhouden van twee valuta's, terwijl een langere overgangsperiode meer tijd zou geven om verkoopautomaten aan te passen. Er werd een compromis bereikt en de overgangsperiode werd verkort. In november 1999 bepaalde de Ecofin dat de duale fase tussen de vier weken en twee maanden zou duren. De banken zouden daarna nationale valuta's blijven omwisselen, maar deze zouden niet langer als wettig betaalmiddel gelden.



Enkele van de nationale bankbiljetten die door de euro
zijn vervangen.

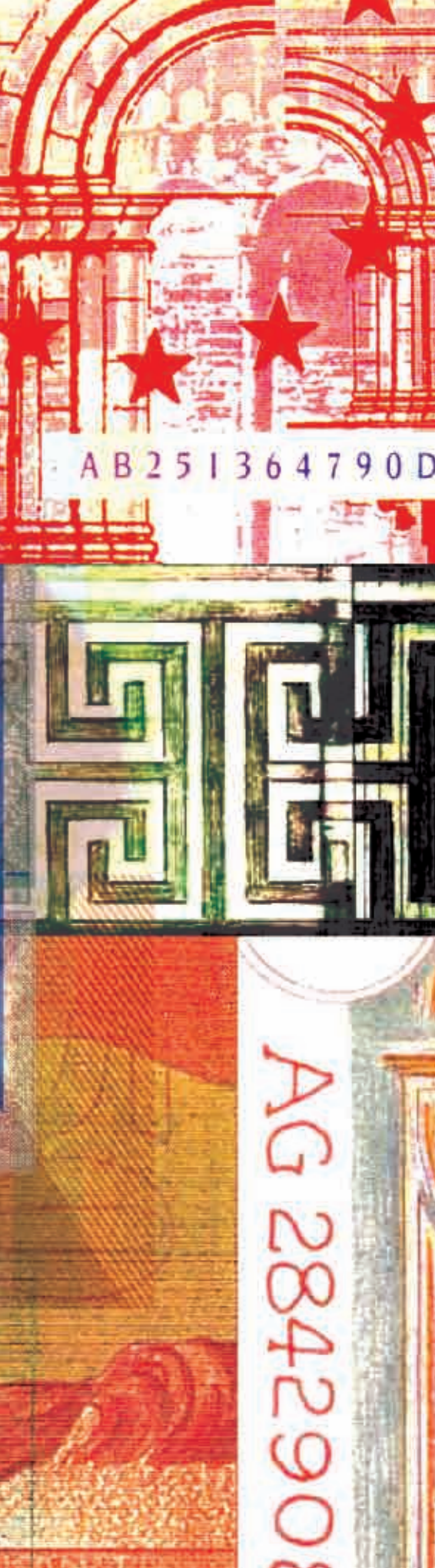


Regeringsleiders tijdens de bijeenkomst van de Europese Top in Madrid, 15-16 december 1995.



Op de bijeenkomst van de Europese Raad in Madrid: Felipe González, de toenmalige premier van Spanje en fungerend voorzitter van de Raad (links), met Jacques Santer, destijds voorzitter van de Europese Commissie.





HOOFDSTUK 2

HET ONTWERP

Een collage van inzendingen voor de
ontwerpwedstrijd van de eurobankbiljetten.

EEN THEMA VOOR HET BILJETONTWERP

Het allerbelangrijkste criterium voor het ontwerp van een bankbiljet is dat het biljet zo moeilijk mogelijk te vervalsen is. Toch is het ook van belang dat een bankbiljet er aantrekkelijk uitziet, vooral als het een serie biljetten betreft die in een grote groep landen gebruikt moet gaan worden. De eurobankbiljetten moesten voor iedereen in het eurogebied, en liefst ook daarbuiten, aanvaardbaar zijn. De biljetten zouden in verschillende landen en culturen gaan circuleren en mochten geen voorkeur voor bepaalde landen of een bepaald geslacht laten zien. Bij de keuze van het ontwerpthema werd met dit streven naar neutraliteit rekening gehouden. Verder zouden in de biljetten ook esthetisch aantrekkelijke ontwerpkenmerken opgenomen moeten kunnen worden.

In november 1994 heeft de Raad van het Europees Monetair Instituut de Werkgroep bankbiljetten gevraagd ontwerpthema's voor de serie eurobankbiljetten uit te werken. Deze werkgroep, die hoofdzakelijk bestond uit de hoofden betalingsverkeer (verantwoordelijk voor de uitgifte van bankbiljetten) van de nationale centrale banken en de directeurs van de drukkerijen van de centrale banken, werkte daarbij nauw samen met een extern adviesorgaan, de Adviesgroep themakeuze, waarin deskundigen zaten op het gebied van (kunst)geschiedenis, psychologie en vormgeving in het algemeen en van bankbiljetten in het bijzonder.

De adviesgroep kreeg het verzoek om eerst thema's te bedenken die eenheid zouden scheppen in de zeven coupures, er een 'familie' van zouden maken, en daaruit vervolgens een top drie samen te stellen. Omdat de biljetten snel en gemakkelijk als Europees herkenbaar moesten zijn, zowel binnen de EU als daarbuiten, werd besloten de vlag en/of de sterren van de Europese Unie erop af te beelden. Deze symbolen worden steeds vaker gebruikt door de verschillende landen met hun verschillende geschiedenis die in dit werelddeel

- Tijdperken en stijlen van Europa
- Europees erfgoed
- Abstract en beveiliging
- Doelen, idealen en aspiraties van de Europese Unie
- Het collectieve geheugen en de culturele hoogtepunten van Europa
- Flora, fauna en de natuurlijke omgeving
- Belangrijke Europeanen in een bepaalde discipline
- Aspecten van Europa (essentiële elementen van een verenigd Europa, zoals communicatie)
- Beroemde Europese gedichten en verhalen
- Meerdere portretten op beide zijden van elke coupure
- Landschappen
- Steden die een belangrijke rol in de Europese geschiedenis hebben gespeeld, bijvoorbeeld universiteitssteden
- Monumenten
- Mythen en legenden (Scandinavisch, Germaans, Grieks, Romeins en Keltisch)
- Europese geschriften en geschreven werken
- Kaarten van Europa door de eeuwen heen
- De grondleggers van de Europese Unie
- Kosmologie

samenleven en samenwerken. In eerste instantie werden achttien thema's gekozen, maar veel ervan hadden toch een te sterk nationaal bepaalde invalshoek. De adviesgroep stelde uiteindelijk de volgende top drie voor.

- Tijdperken en stijlen van Europa: aan één zijde van het bankbiljet zouden portretten worden afgebeeld van gewone mannen en vrouwen, zoals die te zien zijn op Europees schilderijen, tekeningen en schetsen uit verschillende tijdperken, aan de andere zijde architectuurstijlen. Het idee was een thema te kiezen dat het gemeenschappelijke culturele erfgoed van Europa weerspiegelde en voor de rest van de wereld een duidelijk Europese uitstraling zou hebben. De beroemde gebouwen en monumenten van Europa zijn tenslotte bekender dan zijn leiders.

- Europees erfgoed: aan één zijde van het bankbiljet moesten beroemde mannen en vrouwen uit het verleden worden afgebeeld, aan de andere zijde hoogtepunten uit de muziek, schilderkunst, wetenschap, bouwkunst, literatuur, geneeskunde en het onderwijs. Om eenheid te brengen in de serie zou een kaart van Europa zonder grenzen de achtergrond van alle zeven biljetten vormen. Dit thema was breder dan tijdperken en stijlen, omdat zeven verschillende disciplines konden worden afgebeeld. Het zou waarschijnlijk echter lastig zijn een goed evenwicht te vinden tussen de landen en in de verhouding mannen/vrouwen.
- Abstract en beveiliging, later abstract en modern genoemd. Bij dit thema ging het om geometrische figuren en non-figuratieve vormgevingselementen. Dit thema bood de ontwerper veel vrijheid en maakte het bovendien gemakkelijk veel verschillende echtheidskenmerken, zoals hologrammen en inkt met een kleuromslag, in het ontwerp te verwerken. Het thema leende zich verder voor de meest uiteenlopende benaderingen, waardoor het gemakkelijker was neutrale biljetten te ontwerpen.

In juni 1995 ging de Raad van het EMI akkoord met twee van de drie voorstellen: tijdperken en stijlen van Europa en abstract en modern. Verder besloot het EMI dat er geen andere woorden op de bankbiljetten mochten voorkomen dan de naam van de munt en de afkorting van de naam van de Europese Centrale Bank in de verschillende talen. Een Adviesgroep kenmerkkeuze kreeg de opdracht de perioden en bijbehorende architectuurstijlen voor het thema tijdperken en stijlen van Europa te bepalen:

Periode
Stijl

Achtste eeuw v. Chr. t/m vierde eeuw na Chr.
Klassiek (Grieks en Romeins)

Elfde en twaalfde eeuw
Romaans

Dertiende en veertiende eeuw
Gotisch

Vijftiende en zestiende eeuw
Renaissance

1600 tot 1750
Barok en rococo

1850 tot 1914
Ijzer- en glasarchitectuur

Vanaf 1930
Moderne 20ste-eeuwse architectuur

Verder selecteerde de groep voor elke stijl typerende ontwerpmotieven die de ontwerpers desgewenst zouden kunnen gebruiken. De meeste leden van de werkgroep kwamen tot de conclusie dat het vrijwel onmogelijk was om, in het geval van een portret, volledig anonieme motieven te vinden die én aantrekkelijk waren én een evenwichtige verhouding tussen de landen en de geslachten zouden waarborgen. Om die reden grepen veel conceptontwerpen terug op sculpturen, zoals het hoofd van een atleet (klassieke periode, bestemd voor het biljet van € 5) of een gebeeldhouwd hoofd in de kathedraal van Parma door Benedetto Antelami (Romaanse periode, voor het biljet van € 10).

Op dat moment was er nog steeds sprake van dat de bankbiljetten zouden worden voorzien van specifiek nationale kenmerken, waaraan kon worden afgelezen welk land het biljet had uitgegeven. Zo zou een vijfde van de achterzijde worden gereserveerd voor een nationaal kenmerk, bijvoorbeeld het portret van de vorst. Verder zouden de bankbiljetten identiek zijn.

Er werden specificaties opgesteld waaraan de ontwerpers zich moesten houden. De bankbiljetten moesten niet alleen aantrekkelijk, goed herkenbaar en moeilijk te vervalsen zijn, maar ook op vast omschreven plaatsen van echtheidskenmerken zijn voorzien en zijn uitgevoerd in bepaalde kleuren, met duidelijk contrasterende waardecijfers. De specificaties beliepen dertig pagina's met merendeels technische beschrijvingen van de echtheidskenmerken. Enkele uittreksels uit de ontwerpspecificaties voor het thema tijdperken en stijlen van Europa zijn overgenomen op pagina 32 en 33.



Versillende ontwerpers gebruikten de Efebe van Antikythera (een standbeeld uit de Griekse oudheid) als motief in hun ontwerp voor de eurobankbiljetten.



De ontwerpen van de eurobankbiljetten zijn gebaseerd op het thema
tijdperken en stijlen van Europa.

GEBRUIKSVRIENDELIJKE BANKBILJETTEN

Veranderingen in zoiets fundamenteels als bankbiljetten en muntgeld gaan iedereen aan, niet het minst de ruim zeven miljoen visueel gehandicapten in het eurogebied. Het Europees Monetair Instituut heeft vanaf 1995 nauw samengewerkt met de Europese Blindenunie aan zowel het ontwerp als de afmetingen van de bankbiljetten. Het behoeft geen toelichting dat ook de leden van deze kwetsbare groep de biljetten gemakkelijk moesten kunnen gebruiken; en als zij dat konden, kon de rest van de bevolking het zeker.

Elk bankbiljet, dat van € 5 maar ook dat van € 500, moest gemakkelijk herkenbaar zijn voor blinden en slechtzienden. Daarom is er bijvoorbeeld een groot verschil in de breedtes van de lage, meer gangbare coupures. De biljetten van € 100, € 200 en € 500 zijn weliswaar even breed geworden – dan kunnen ze gemakkelijker automatisch worden verwerkt – maar om ze te kunnen onderscheiden, zijn op de bankbiljetten van € 200 en € 500 terugkerende reliëfpatronen aangebracht.

Alle coupures van de serie werden aan beide zijden en op steeds dezelfde plaats voorzien van grote, vet gedrukte cijfers in sterk contrasterende kleuren. De kleuren werden hoofdzakelijk gebaseerd op het kleurenwiel van de Zwitserse schilder en kunstdocent Johannes Itten (1888-1967). Voor opeenvolgende coupures werden steeds kleuren uit een tegenoverliggend segment van het kleurenwiel gebruikt, waardoor deze kleuren sterk met elkaar contrasteren. Hetzelfde geldt voor coupures die cijfers met elkaar gemeen hebben, zoals het rode biljet van € 10 en het groene biljet van € 100.

DE BEOORDELING VAN DE ONTWERPEN

Alle centrale banken van de Europese Unie (met uitzondering van de Deense) droegen ontwerpers voor, met een maximum van drie per land. Alle geselecteerde ontwerpers hadden al eerder bankbiljetten ontworpen en wisten dus hoe moeilijk het was om een aantrekkelijk ontwerp te combineren met doeltreffende echtheidskenmerken. Zij kregen zeven maanden de tijd om op basis van een of beide thema's conceptontwerpen in te leveren voor alle zeven coupures. Elk concept diende in kleur aan de Raad van het EMI te worden gepresenteerd, maar er waren geen productietechnieken voorgeschreven. Het gevolg was dat sommige ontwerpers tekeningen of handgeschilderd werk inleverden en anderen op de computer gemaakte ontwerpen.

Op de sluitingsdatum van de ontwerpwedstrijd, 13 september 1996, hadden in totaal 29 ontwerpers en ontwerpteam 27 concepten met een traditioneel en 17 met een modern thema ingeleverd. Elke serie ontwerpen werd geanonimiseerd door middel van een willekeurige code van drie cijfers en onder deze code naar het EMI gestuurd. Gedurende de gehele selectieprocedure bleven de concepten alleen bekend onder hun codenummer. Deze werkwijze garandeerde dat de Raad van het EMI en de adviesgroepen de ingezonden concepten objectief zouden beoordelen en niet zouden worden beïnvloed door het land of de herkomst van de ontwerpen.

Eind september kwam een jury van onafhankelijke deskundigen op het gebied van marketing, vormgeving en kunstgeschiedenis onder voorzitterschap van het EMI bijeen om voor elk thema de vijf beste ontwerpen te kiezen. De ontwerpen werden vooral beoordeeld op criteria als creativiteit, esthetiek, stijl, functionaliteit en de vermoedelijke perceptie en ontvangst bij het publiek.

De jury was het erover eens dat een Europese 'look' voor de bankbiljetten van het grootste belang was. Dat verklaart meteen waarom er maar weinig portretten voorkwamen in de ontwerpen die de jury uitkoos: zelfs een geringe gelijkenis met een bestaande persoon zou kunnen worden uitgelegd als een voorkeur voor een bepaald land. De jury werd aangemoedigd om tijdens het selectieproces ook commentaar te geven op details van de ontwerpen, voor het geval een serie algemeen positief werd beoordeeld maar moest worden aangepast.

De beoordelingsprocedure kende drie fasen. Ontwerpen die niet de steun van een minimumaantal juryleden kregen, vielen af. Het ontwerp van Robert Kalina – dat twee maanden later door de Raad van het EMI zou worden uitgekozen – kwam op de tweede plaats in de categorie tijdperken en stijlen van Europa. De jury oordeelde dat '[...] het duidelijk Europees geld is. Hoewel het ontwerp is gebaseerd op slechts één centraal idee, munt het uit door de interessante en betekenisvolle selectie van architectonische kenmerken. [...] De coupures kunnen duidelijk worden onderscheiden dankzij het geslaagde kleurgebruik en de krachtige cijfers.' In eerste instantie werd de serie om conceptuele en niet om esthetische redenen uitgekozen. Toen het oordeel van de jury vervolgens werd gecombineerd met de uitkomsten van een opiniepeiling onder het publiek, kwam het ontwerp van Kalina als beste uit de bus.

De beste ontwerpen volgens de jury waren:

Abstract en modern:

1. Klaus Michel and Sanne Jünger
2. Roger Pfund
3. Robert Kalina (Oesterreichische Nationalbank)
4. Maryke Degryse (Banque Nationale de Belgique/
Nationale Bank van België)
5. Terry Thorn (Harrisons & Sons)

Tijdperken en stijlen van Europa

1. Yves Zimmermann
2. Robert Kalina (Oesterreichische Nationalbank)
3. Ernst en Lorli Jünger
4. Inge Madlé (Joh. Enschedé)
5. Daniel en Johanna Bruun

DE PUBLIEKSENQUÊTE EN HET DEFINITIEVE BESLUIT

De tien series die door de jury waren uitgekozen, zijn in oktober 1996 voorgelegd aan een doorsnede van het publiek in de landen die waarschijnlijk deel zouden gaan uitmaken van het eurogebied. Een marktonderzoeksbureau heeft in een week tijd 1896 mensen over de ontwerpen bevroegd. De respondenten waren tussen de 15 en 86 jaar oud, met een gemiddelde leeftijd van 43 jaar. 787 van hen zeiden in hun dagelijks werk met grote aantallen bankbiljetten te maken te hebben.

Hoewel een hoger percentage van de respondenten de voorkeur gaf aan de abstracte en moderne ontwerpen van Maryke Degryse (35%) boven de traditionele ontwerpen van Robert Kalina (23%), vonden de meeste respondenten (76%) dat in de bankbiljetten van Kalina de idee van Europa beter tot uiting kwam; slechts enkele respondenten gaven aan dat zijn biljetten hen deden denken aan een bepaalde regio of een bepaald land. Zijn traditionele serie wekte volgens 60% vertrouwen. Het is interessant dat uit onderzoek blijkt dat een bankbiljet in het algemeen meer vertrouwen inboezemt naarmate het aantrekkelijker wordt gevonden.

De respondenten kregen onder de kopjes perceptie, emotie en acceptatie zo'n dertig vragen voorgelegd. Alle ontwerpen, uitgezonderd de serie van Roger Pfund en de moderne serie van het team-Jünger, werden op het eerste gezicht herkend als bankbiljetten. Deze twee series, plus die van Terry Thorn, deden de respondenten meer aan kunstwerken dan aan betaalmiddelen denken.

Uit de publieksenquête kwam naar voren dat het ontwerp van Robert Kalina:

- de getekende bouwwerken als belangrijkste blikvanger heeft, al gaven de respondenten aan dat ze snel zagen dat Europa een belangrijk element was;
- een Europese identiteit verbeeldt die meervoudig, uniek en dynamisch is en die het verleden en de toekomst van het werelddeel combineert.

De conceptontwerpen werden niet alleen door het publiek, maar ook door de Werkgroep bankbiljetten van het EMI beoordeeld, en wel op basis van de volgende criteria:

- productie: kan het ontwerp productieproblemen veroorzaken en daardoor leiden tot extra verspilling, afval en/of een sterke stijging van de productiekosten?
- beveiliging: zijn de echtheidskenmerken correct in het ontwerp verwerkt? Is het überhaupt mogelijk de echtheidskenmerken in het ontwerp te verwerken?
- acceptatie door de burger: zijn de diverse coupures gemakkelijk herkenbaar, ook door visueel gehandicapten?

De eerste conceptversies van nieuwe bankbiljetten worden doorgaans aangepast om aan de druktechnische eisen te voldoen. Het definitieve ontwerp wijkt daarom af van de eerdere versies. De Werkgroep bankbiljetten kwam tot de conclusie dat, met enige aanpassingen, alle tien geselecteerde ontwerpen geschikt waren om als bankbiljetten te dienen.

In december 1996 werden alle 44 ontwerpen in de vorm van geanonimiseerde kleurenkopieën aan de Raad van het EMI gepresenteerd op panelen van donker karton. De Raad kreeg informatie over de jurybeoordeling, de uitkomsten van de publieksenquête en het technisch commentaar van de Werkgroep bankbiljetten. De Raad had zijn keuze voor de traditionele serie van Robert Kalina snel gemaakt; de meeste leden zetten Kalina zelfs op de eerste plaats, vanwege zijn kernachtige boodschap. Het besluit werd op 16 december 1996 bekendgemaakt op twee gelijktijdig gehouden persconferenties: bij het EMI in Frankfurt door de president van het EMI, Alexandre Lamfalussy, en op de bijeenkomst van de Europese Raad in Dublin door de president van De Nederlandsche Bank, Wim Duisenberg (die was aangewezen als opvolger van Lamfalussy bij het EMI en later de eerste president van de ECB zou worden).



Een deskundige jury heeft in 1996 de 44 series conceptontwerpen beoordeeld.



Enkele van de vijf genomineerde ontwerpen met het thema abstract en modern: € 5 door Klaus Michel en Sanne Jünger; € 10 door Roger Pfund; € 20 door Robert Kalina; € 50 door Maryke Degryse; € 100 door Terry Thorn; € 200 door Klaus Michel en Sanne Jünger; € 500 door Terry Thorn.



Enkele van de vijf genomineerde ontwerpen met het thema tijdperken en stijlen van Europa: € 5 door Yves Zimmermann; € 10 door Robert Kalina; € 20 door Ernst en Lorli Jünger; € 50 door Inge Madlé; € 100 door Daniel en Johanna Bruun; € 200 door Ernst en Lorli Jünger; € 500 door Inge Madlé.

DE ONTWERPEN VOOR DE EUROMUNTEN

De ontwerpen voor de euromunten werden tegelijk met die voor de bankbiljetten gekozen. Het keuzeproces werd gecoördineerd door de Europese Commissie en elke munt zou een gemeenschappelijke en een nationale zijde krijgen. Voor de gemeenschappelijke, Europese zijde moesten de ontwerpers een volledige set munten op basis van één van de onderstaande drie thema's inleveren:

- architectonische en ornamentale stijlen
- doelen en idealen van de Europese Unie
- Europese persoonlijkheden.

Onder voorzitterschap van de secretaris-generaal van de Europese Commissie heeft een Europees comité samengesteld uit onafhankelijke deskundigen op allerlei gebied (waaronder kunst, vormgeving en numismatiek), waarin ook consumentenvertegenwoordigers zitting hadden, in maart 1997 uit 36 inzendingen negen sets munten gekozen. De directeurs van de Europese munthuizen werden geraadpleegd over de mogelijkheid de voorgestelde ontwerpen in grote aantallen te slaan. In juni 1997 werd op de bijeenkomst van de Europese Raad in Amsterdam de winnende serie gekozen: de ontwerpen van Luc Luyckx van de Koninklijke Munt van België. Zijn ontwerp had ook de voorkeur van een meerderheid van de respondenten (64%) in een opinieonderzoek dat voorafgaand aan de definitieve keuze onder het Europese publiek was gehouden.

De ontwerpen voor de gemeenschappelijke zijde van de munten laten Europa op verschillende manieren zien en moeten de eenheid van de Europese Unie symboliseren. Eilanden zijn alleen afgebeeld als ze een bepaalde grootte hebben: meer dan 2500 km² voor afzonderlijke eilanden en meer dan 5000 km² voor eilandengroepen.

Elk land volgde een eigen selectieprocedure voor het ontwerp van de nationale zijde. De enige gemeenschappelijke elementen waren het jaar van muntslag en de twaalf sterren van de EU.

In monarchieën wordt om historische, en vaak ook grondwettelijke, redenen de regerende vorst op de munt afgebeeld; muntontwerpen in republieken vertonen vaak een grotere continuïteit. Zo is aan het motief van de Keltische harp op de Ierse euromunt geen ontwerpwedstrijd te pas gekomen.

De drie onafhankelijke staten Monaco, San Marino en Vaticaanstad hebben geen eigen munt: zij gebruiken eurobankbiljetten en euromunten. Door speciale afspraken te maken met Frankrijk en Italië, die hierbij namens de EU optraden, konden ook deze landen hun eigen euromunten uitgeven, geheel volgens de gemeenschappelijke specificaties.



Luc Luyckx van de Koninklijke Munt van België, de ontwerper van de Europese zijde van de euromunten, aan het werk in Brussel.



Genomineerde ontwerpen voor de Europese zijde van de munt.

DE DEFINITIEVE ONTWERPEN

De Werkgroep bankbiljetten heeft bekeken of de conceptontwerpen voor de biljetten gedrukt zouden kunnen worden en stelde tevens enkele wijzigingen voor. Die hadden vooral technische redenen en hingen samen met de plaatsing van de echtheidskenmerken. Zo was de veiligheidsdraad oorspronkelijk in de verticale middellijn verwerkt, maar dat is ook de belangrijkste vouwlijn van het biljet. Omdat het biljet iets minder slijtvast is op de plaats waar de draad in het papier is verwerkt, moest de draad worden verplaatst om de kans op beschadiging bij het vouwen tot een minimum te beperken.

Behalve dergelijke technische aanpassingen stelde de Werkgroep bankbiljetten ook enkele aanpassingen van de oorspronkelijke ontwerpen voor, hoofdzakelijk om ze aanvaardbaarder voor het publiek te maken. Deze wijzigingen hadden betrekking op de afgebeelde bouwwerken, de kaart van Europa en de vlag van de EU. Met name de bruggen, ramen en poorten moesten worden aangepast om te voorkomen dat ze te veel zouden lijken op bestaande bouwwerken, wat weer tot kritiek over nationale voorkeuren zou kunnen leiden. Toch moesten de afbeeldingen typische voorbeelden van het desbetreffende tijdperk zijn en bovendien bouwkundig correct. Een op een bankbiljet afgebeelde brug zou bijvoorbeeld sterk genoeg moeten zijn om het gewicht van het verkeer te dragen, als hij echt zou worden gebouwd.

Het idee om een kaart van Europa af te beelden werd door de Raad van het Europees Monetair Instituut warm ontvangen. Over de precieze uitwerking van het idee liepen de meningen echter sterk uiteen; vooral over de te gebruiken kaartprojectie was men het niet eens. Een eerste mogelijkheid was om kaarten uit verschillende tijdperken te gebruiken, maar deze waren soms moeilijk te herkennen als afbeeldingen van Europa en zouden bovendien als benadrukking van het verleden in plaats van de toekomst van Europa kunnen worden uitgelegd. Daarom werd besloten afbeeldingen op basis van satellietfoto's te gebruiken.

Nadat de duidelijkheid en drukbaarheid van de kaart op enkele punten waren verbeterd, ging de aandacht uit naar het precieze geografische gebied dat moest worden afgebeeld en de mate van detail. Er werd besloten uit te gaan van het geografische Europa, waarbij alleen gebieden en eilanden groter dan 400 km² afgebeeld zouden worden. Deze beperking hing samen met het feit dat het bij grootschalige offsetdruk niet mogelijk is consistent de contourlijnen te drukken van een gebied kleiner dan 400 km². Omdat de eurobankbiljetten ook zouden circuleren in territoria nabij en buiten het geografische gebied van Europa, moest de kaart zo geplaatst worden dat die erop pasten. Noord-Afrika werd afgebeeld vanwege de Spaanse bezittingen Ceuta en Melilla en de Canarische Eilanden. De Franse overzeese departementen Frans-Guyana, Guadeloupe, Martinique en Réunion werden in aparte vakjes opgenomen.

Tenslotte moest aan de voorzijde van de biljetten een correcte afbeelding van de EU-vlag komen, blauw met gele sterren.

In juli 1997 werden de herziene ontwerpen gepubliceerd, maar de details van de echtheidskenmerken werden pas eind augustus 2001 bekendgemaakt om te voorkomen dat vervalsers de echtheidskenmerken zouden kunnen namaken voordat de bankbiljetten in omloop waren gebracht. Daarom werden dummyontwerpen gepubliceerd waarop sommige ontwerp motieven en echtheidskenmerken waren veranderd. De hologrammen waren bijvoorbeeld vervangen door guilloches (een versiering van dooreengevlochten lijnen) en de EU-vlag aan de achterzijde van de biljetten was grijs met wit.

Uiteindelijk werd voor de eurobankbiljetten afgezien van nationale kenmerken: die hadden de acceptatie in het eigen land weliswaar kunnen vergemakkelijken, maar in andere landen misschien juist het tegenovergestelde effect gehad. Bovendien is één identiek bankbiljet veiliger, want gemakkelijker te controleren.



Robert Kalina, ontwerper van de eurobankbiljetten, aan het werk in de Oesterreichische Zentralbank in Wenen.



Europa is afgebeeld aan de achterzijde van de biljetten. De Franse overzeese departementen zijn in kleine vakjes onderaan opgenomen.

ONTWERPOPDRAKT VOOR EEN SERIE EUROBANKBIJETTEN

– Tijdperken en stijlen van Europa –

Het Europees Monetair Instituut heeft een ontwerpwedstrijd uitgeschreven voor een serie bankbiljetten met als thema het Europees cultureel erfgoed.

1 Doel van de ontwerpopdracht

De uitdaging van deze ontwerpopdracht ligt in een ingenieuze combinatie van echtheidskenmerken en artistieke inbreng. Bij het ontwerpen van eurobankbiljetten zijn dezelfde criteria van toepassing als bij de ontwikkeling en productie van nationale bankbiljetten.

De bankbiljetten moeten

- gemakkelijk te herkennen zijn,
- beveiligd zijn tegen vervalsing, en
- er aantrekkelijk uitzien.

Deze randvoorwaarden beïnvloeden en beperken de creatieve vrijheid van een bankbiljettenontwerper.

De bankbiljetten moeten duidelijk als Europees geïdentificeerd kunnen worden en culturele en politieke associaties oproepen die voor de burgers van Europa onmiddellijk aanvaardbaar zijn.

[...]

3 Overzicht van het productieproces

De bankbiljetten worden gemaakt van katoenvezels. Bij de druk wordt gebruik gemaakt van offset, plaatdruk (alleen aan de voorzijde van de biljetten), zeefdruk (alleen aan de achterzijde van de biljetten) en boekdruk (alleen de waardecijfers aan de achterzijde van de biljetten). Daarnaast wordt aan de voorzijde van het biljet een hologram aangebracht.

4 Ontwerpkenmerken van de bankbiljetten [...]

Bij de ontwerpen moet het evenwicht tussen mannen en vrouwen en tussen de lidstaten worden gegarandeerd.

[...]

Eventuele portretten moeten aan de voorzijde (A) van het bankbiljet worden geplaatst en zullen in plaatdruk worden gedrukt. Op alle portretten moeten beide ogen zichtbaar zijn. Architectonische afbeeldingen moeten aan de achterzijde (B) van het bankbiljet worden geplaatst.

De echtheidskenmerken moeten op alle bankbiljetten dezelfde of een overeenkomende plaats en afmetingen hebben (zie Bijlage 3 voor een beschrijving van de echtheidskenmerken). De echtheidskenmerken voor het grote publiek mogen niet alle in hetzelfde deel van het biljet worden geplaatst, maar moeten evenwichtig over het biljet worden gespreid. Ze moeten in het ontwerp worden geïntegreerd en gemakkelijk te herkennen zijn.

In het offsetontwerp aan de achterzijde van de bankbiljetten moet een Europees motief zijn opgenomen dat niet meer dan 20% van de oppervlakte van deze zijde beslaat en eventueel door een (lokaal ontworpen) nationaal motief kan worden vervangen.

Het EU-symbool van de twaalf sterren moet aan de voorzijde van het bankbiljetontwerp worden opgenomen en kan eventueel ook aan de achterzijde worden gebruikt (zie Bijlage 4 voor een beschrijving van de twaalf sterren).

[...]

5 Hoofdkleuren

De bankbiljetten hebben elk een eigen hoofdkleur, die in Bijlage 3 is gespecificeerd.

6 Plaats en afmetingen van tekst en cijfers

Aan elke zijde van de bankbiljetten wordt de naam van de gemeenschappelijke munt eenmaal weergegeven, in zowel het Latijnse als het Griekse alfabet (EURO en ΕΥΡΩ).

De waarde van de coupure moet aan elke zijde ten minste tweemaal in cijfers worden aangegeven. De cijfers moeten duidelijk afsteken en goed leesbaar zijn. Daarvoor moeten ze tegen een contrasterende (lichte) achtergrond worden geplaatst. De ruimte rond de cijfers moet zodanig benut worden, dat het niet mogelijk is de waarde van het biljet te verhogen door een of meer nullen toe te voegen, en zo bijvoorbeeld van een biljet van € 5 een biljet van € 500 te maken. De cijfers moeten op alle coupures, zowel aan de voor- als aan de achterzijde, een standaardlocatie hebben om het invoeren van de bankbiljetten in machines te vereenvoudigen.
[...]

7 »Technische specificaties en echtheidskenmerken

[...]«

Bijlage: uittreksel uit de ontwerpopdracht voor de eurobankbiljetten

Europees Monetair Instituut,
12 februari 1996





HOOFDSTUK 3

DE PRODUCTIE

Het schoonmaken van een diepdrukplaat. Aan het drukken van bankbiljetten worden zeer hoge eisen gesteld.

DE PROTOTYPES VAN DE BANKBIJETTEN

De meeste drukkerijen van bankbiljetten in de Europese Unie hebben meegewerkt aan de productie van de eurobankbiljetten; vele van hen hebben alle zeven coupures gedrukt. Er was namelijk een enorme drukcapaciteit nodig om de datum voor de overgang op de chartale euro te halen. De meeste drukkerijen hebben zelfs in twee- of drieploegendiensten gewerkt.

Alle bankbiljetten met dezelfde waarde moesten identiek zijn. Om dat voor elkaar te krijgen, waren zeer strikte specificaties nodig. De nationale bankbiljetten werden altijd op één of twee locaties gedrukt, waardoor het vrij gemakkelijk was uniform uitziende biljetten te drukken met echtheidskenmerken waarop machines op dezelfde manier zouden reageren. Om dit bij vijftien drukkerijen (plus negen papierfabrieken en zo'n twintig leveranciers van andere grondstoffen) voor elkaar te krijgen, waren proefdrukken onmisbaar. Er werden twee proefseries van de bankbiljetten voorbereid: de 'proefbiljetten' (of prototypes) en de 'nulproductie'.

PROEFBIJETTEN

Met de proefbiljetten wilde men vaststellen of het mogelijk was bankbiljetten te drukken die voldoende uniform waren. Om eventuele problemen zo vroeg mogelijk op het spoor te komen, werd al begin 1997 met het drukken van de proefbiljetten begonnen. Bij de proefbiljetten werden alle productietechnieken toegepast die later ook bij de productie van de euro zouden worden gebruikt. Ook alle echtheidskenmerken werden meegenomen, maar de ontwerpen waren anders (de proefbiljetten waren al in 1996 ontworpen, nog vóór de sluiting van de ontwerpwedstrijd). Het EMI stelde een werkgroep in met deskundigen van diverse NCB's en drukkerijen die het testmateriaal voor de proefdrukken samenstelden.

De hoofdkleur van de proefbiljetten was bruin en de afmetingen waren vergelijkbaar met die van het

€ 50-biljet (140 x 77 mm). Om mogelijke verwarring met het definitieve ontwerp uit te sluiten, werd als waarde aanduiding 00 gekozen. Het hoofdmotief was een portret dat terugkwam in het watermerk. Er werden twee basisprototypes vervaardigd: één dat de lage coupures moest voorstellen, met een glanzende band en een streephologram; een tweede met een vierkant hologram met daarin het woord 'TEST' en van kleur veranderende inkt voor de waarde cijfers 00 aan de achterzijde.

Tien drukkerijen en acht papierfabrieken waren betrokken bij het drukken van de proefbiljetten. Voor sommige drukkerijen was het de eerste keer dat zij voor bankbiljetten zowel zeefdruktechnieken met van kleur veranderende inkt als warmdruktechnieken voor hologrammen toepasten.

Van alle proefbiljetten werden de zichtbare en de met de machine leesbare kenmerken in een laboratorium uitvoerig gecontroleerd. Zo werd de slijtvastheid van de bankbiljetten bepaald door hun chemische en fysische weerstand te testen, waarbij de biljetten werden besmeurd en fysiek vervormd (bijvoorbeeld door ze te vouwen). Verder werden diverse bundels proefbiljetten getest in de snelle sorteermachines van de sorteercentra van de nationale centrale banken (NCB's). Deze worden door de chartaal geld verwerkende afdelingen en filialen van de NCB's gebruikt om te controleren of door commerciële banken aangeboden bankbiljetten echt zijn en gaaf genoeg om opnieuw in omloop te worden gebracht, en of elke bundel het juiste aantal biljetten bevat. Per seconde kunnen maximaal veertig bankbiljetten worden verwerkt. Om storingen bij het sorteren te voorkomen, werden de machines van tevoren getest en de sensoren ingesteld op de proefbiljetten.

De deskundigen constateerden minder verschillen tussen de proefbiljetten die op verschillende plaatsen waren gedrukt dan verwacht. Het aantal verschillen werd verder verkleind door de technische specificaties aan te passen en de productieapparatuur op de drukkerijen anders af te stellen.

De proefbiljetten werden ook beoordeeld door burgers. Mensen in verschillende Europese landen werd gevraagd of zij verschil zagen tussen proefbiljetten die door verschillende drukkerijen waren gemaakt. Hun oordeel was dat de biljetten er precies hetzelfde uitzagen.

Na afloop van het project met de proefbiljetten wisten alle drukkerijen wat er met de apparatuur waarover zij beschikten mogelijk was en wat nog nodig was om echte eurobankbiljetten te kunnen drukken. Op basis van de ervaringen met dit project en de details van het definitieve ontwerp, dat inmiddels bekend was, werden de voorlopige algemene specificaties voor de bankbiljetten vastgesteld. De definitieve versie hiervan beliep tachtig pagina's. Toch werden de specificaties naar aanleiding van de resultaten van de twee proefseries nog diverse keren aangepast, en zelfs tijdens de daadwerkelijke massaproductie vonden nog kleine bijstellingen plaats.

DE DRUKPLATEN

Bij bankbiljetten worden met prepresswerkzaamheden twee zaken bedoeld: de voorbereidingen voor de productie van hoogwaardige afbeeldingen en de transformatie van ontwerpen in productiemiddelen, zoals drukvormen en drukplaten voor de verschillende productiefasen. De drukkerijen hebben deze drukvormen en drukplaten gemaakt op basis van de voorlopige algemene specificaties voor de eurobankbiljetten. Deze specificaties hadden betrekking op het ontwerp, de eigenschappen en het uiterlijk van de echtheidskenmerken.

Door het project met de proefbiljetten werden de partijen zich eens te meer bewust van het belang van strikte en duidelijke procedures voor de ontwikkeling van prepressmateriaal en vooral

voor de goedkeuring van leveringen door de verschillende betrokkenen en voor de uitwisseling van goedgekeurd prepressmateriaal (bijvoorbeeld drukplaten) tussen de drukkerijen. Voor de meeste drukkerijen, die tot dan toe uitsluitend prepressmateriaal voor de nationale bankbiljetten hadden geproduceerd, was dit een nieuwe en ook lastigere manier van werken.

In februari 1998 heeft de Raad van het EMI de algemene specificaties voor de eurobankbiljetten goedgekeurd. Op basis daarvan moesten de prepresswerkzaamheden voor de zeven coupures van de nieuwe munt binnen een half jaar worden afgerond. Dat was een veeleisend tijdschema, niet alleen vanwege het vele (druk)technische werk, maar ook vanwege de noodzakelijke coördinatie tussen de drukkerijen, elk met hun eigen cultuur en werkwijze. De meeste coupures werden door twee verschillende drukkerijen vervaardigd: één deed de voorzijde, de ander de achterzijde van het biljet.

Tien drukkerijen waren bereid aan het project mee te werken. De biljetontwerpen werden vertaald in een set originele digitale bestanden, films en platen die zouden worden gebruikt voor een proefdruk. Deze set originelen werd gedupliceerd om de drukplaten voor het productieproces te maken. Uiteraard werd bij al deze werkzaamheden intensief overlegd met de ontwerper. Het bleek onverwacht moeilijk precieze normen vast te stellen voor de uitwisseling van digitale informatie voor het maken van de drukplaten. Dat kwam vooral doordat de bestaande internationale normen niets bepaalden over de mate van nauwkeurigheid die voor het drukken van bankbiljetten nodig is. Toch slaagde men erin alle afgesproken documenten en materialen tijdig, in augustus 1998, te leveren, en na een grondige evaluatie werden de diverse coupures tenslotte halverwege december 1998 goedgekeurd door de Raad van Bestuur van de ECB. Daarmee was de weg vrij voor massaproductie.

‘NULPRODUCTIE’

Voor de tweede proefserie werd een klein aantal bankbiljetten geproduceerd volgens het volledige ontwerp en met alle echtheidskenmerken zoals die in de algemene specificaties waren omschreven. Vanaf september 1998 werden alle zeven denominaties in ten minste twee drukkerijen op standaardpersen geproduceerd. Het biljet van € 20, dat naar verwachting een van de meest gebruikte zou zijn, werd in negen drukkerijen gedrukt.

Deze ‘nulproductie’ had vier doelen:

- I. controleren of het resultaat van de prepresswerkzaamheden aan de algemene specificaties voldeed;
- I.2. deze specificaties aanpassen;
- I.3. een gezamenlijke goedkeuringsprocedure vaststellen;
- I.4. controleren of het kwaliteitsbeheersysteem een uniforme productie waarborgde.

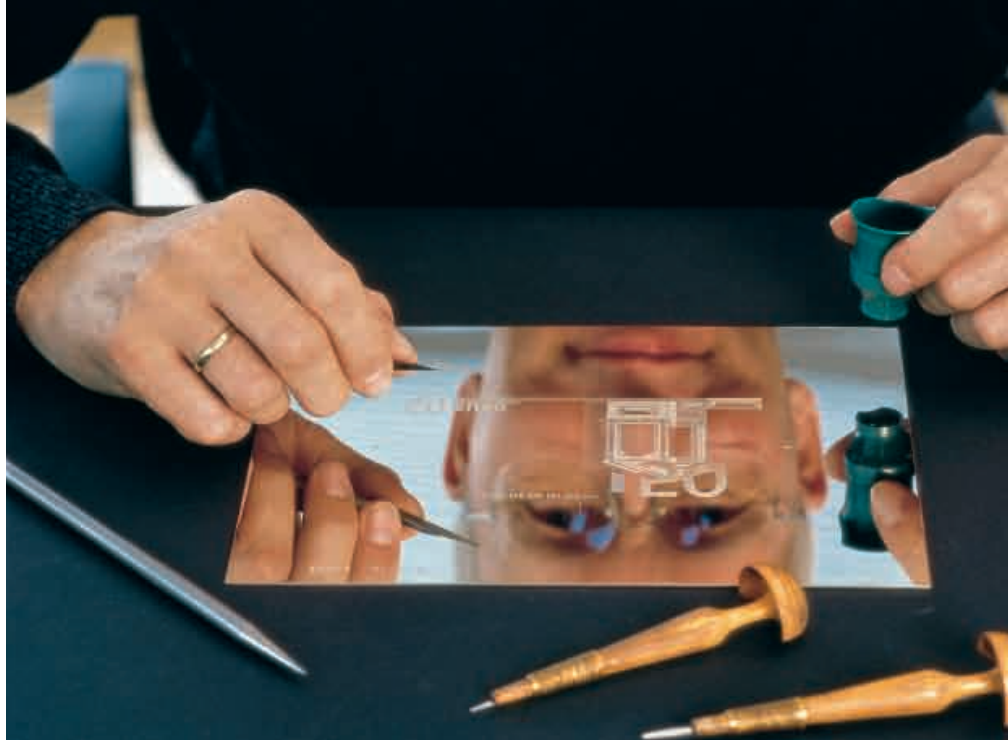
In december 1998 was ook deze tweede proefserie voor de meeste coupures afgerond. In de drie maanden daarna hebben de deelnemende NCB's en de ECB de bankbiljetten intensief gecontroleerd. Ze werden met het blote oog en door een loep bekeken om vast te stellen of ze niet te veel afweken: voor elk element van het biljet waren namelijk maximaal toegestane afwijkingen vastgesteld. Verder werden ze onderworpen aan laboratoriumproeven en snelsorteertests.

Nadat de diverse drukkerijen de ‘nulproducten’ uitvoerig hadden gecontroleerd, werden ze ook nog eens beoordeeld door laboratoria en cashafdelingen van andere NCB's. Elf laboratoria beoordeelden de eigenschappen van 150.000 bankbiljetten van elke denominatie en van elke drukkerij.

Hieruit bleek dat in beginsel alle deelnemende drukkerijen in staat waren eurobankbiljetten te produceren die aan de normen voldeden. Wel moesten de specificaties nog op enkele punten worden aangepast, bijvoorbeeld de toegestane afwijkingen van zichtbare en onzichtbare echtheidskenmerken. Ook moest de veiligheidsdraad worden versmald, zodat alle papierfabrieken deze op de juiste wijze in het papier konden verwerken. En nu de productieprocessen onder realistische omstandigheden waren beproefd, bleken ook deze in sommige gevallen aangepast te moeten worden.

Voor elke coupure werden ‘referentievellen’ geproduceerd, die vervolgens als de norm voor de massaproductie golden. Verder werd voor de drukkerijen bij wijze van naslagwerk een catalogus met wel en niet toelaatbare bankbiljetten samengesteld (voorbeelden van afgekeurde biljetten en randgevallen), met van elk de specifieke kenmerken.

Vóór de start van de massaproductie in 1999 werden de algemene specificaties uitgewerkt tot technische specificaties: een 200 pagina's dik document voor elk van de zeven coupures met gegevens, diagrammen en tekeningen, inclusief ‘nulproductie’ en groepen chemische en fysische tests om de bestendigheid van de biljetten tegen bijvoorbeeld zonlicht en waspoeder, maar ook tegen scheuren, vouwen, verfrommelen enzovoort te controleren.



De originele diepdrukplaat wordt met de hand
gegraveerd. De productie van bankbiljetten is
een combinatie van ambachtelijke vaardigheden
en geavanceerde techniek.



Proefbiljetten met de echtheidskenmerken van de eurobankbiljetten.



Laatste keuring van vellen
bankbiljetten in Griekenland.

HET KWALITEITSSYSTEEM

De 'nulproductie' had als bijkomend doel het gemeenschappelijk kwaliteitssysteem handen en voeten te geven. Dat was nodig omdat de productie van eurobankbiljetten hogere eisen stelde dan die van de nationale bankbiljetten, vanwege het grote aantal drukkerijen en grondstoffenleveranciers en de vele verschillende machines, technieken en processen die door de drukkerijen werden gebruikt.

De volgende fase was het bereiken van een acceptabele productiekwaliteit; dat betekende dat een kwaliteitsborgingssysteem voor de goedkeuring van de eurobankbiljetten moest worden opgezet: gedetailleerde procedures dus voor het productietoezicht in de drukkerijen. Alle drukkerijen hielden zich aan deze procedures, die waren gebaseerd op internationale normen voor kwaliteitsbeheer en statistische keuring van de productie. Op deze manier konden de bankbiljetten die niet op alle punten aan de specificaties voldeden, eruit worden gehaald.

Het kwaliteitssysteem werd vervolgens tot in detail gedocumenteerd op basis van deze ISO-normen (International Organization for Standardization). Alle producenten kregen de opdracht eigen kwaliteitshandboeken samen te stellen die aan deze (minimum)eisen voldeden. Daarom behandelden de kwaliteitshandboeken niet alleen de eindproducten, maar ook de goedkeuringsprocedure voor elke productiefase. Voor de statistische inspecties werd een structuur in het leven geroepen waarbij de drukkerijen rapporteerden aan de NCB's en de ECB.

Om de consistentie in de verschillende productiefasen te waarborgen, voerde de ECB bovendien voor alle coupures een visuele controle uit door de zogenoemde controlevellen (de eerst geproduceerde vellen aan het begin van de drukgang) van elke drukkerij te vergelijken met de referentievellen en uiteindelijk goed te keuren. Toen de ECB meende dat de productie aan de eisen voldeed, werd het groene licht gegeven voor het drukken. Deze procedure wordt overigens nog steeds gevolgd.

JURIDISCHE EN VEILIGHEIDSKWESTIES ROND DE LEVERANCIERS

Bij de productie van de bankbiljetten waren zo'n veertig bedrijven betrokken, waaronder leveranciers van veiligheidsgevoelige grondstoffen als het papier voor de bankbiljetten, speciale soorten drukinkt en de hologrammen. Er werd onder andere rekening gehouden met octrooien en exclusieve leveringsrechten.

Om er zeker van te zijn dat de drukkerijen de grondstoffen zouden kunnen gebruiken zonder inbreuk te maken op bestaande octrooien, werden vóór de start van de productie overeenkomsten gesloten. Deze contracten garandeerden tevens continuïteit van levering: als één enkele leverancier verantwoordelijk was voor een bepaald product, werden voor geval van nood gegarandeerde hoeveelheden en maximumprijzen afgesproken.

Doorgaans sloot de ECB met de betrokken bedrijven raamovereenkomsten voor licentie en levering. Die werden door de NCB's vervolgens als basis gebruikt voor hun eigen leveringscontracten.

Toen het ontwerp van de biljetten steeds vastere vorm begon aan te nemen en de echtheidskenmerken waren vastgesteld, werd het tijd voor praktische maatregelen om voortijdig uitlekken van de gedetailleerde ontwerpen en verlies of diefstal van de echtheidskenmerken te voorkomen. Dat zou misdadigers namelijk in staat stellen eurobankbiljetten te vervalsen voordat het publiek er kennis mee gemaakt had, wat het vertrouwen in de nieuwe munt zou ondermijnen.

Om de ontwerpinformatie en de echtheidskenmerken tijdens hun ontwikkeling, productie en transport te beschermen, werden praktische beveiligingsmaatregelen genomen op basis van de beste beveiligingsmaatregelen die de NCB's voor hun eigen bankbiljetten gebruikten. Daarbij moest rekening worden gehouden met de risico's die de invoering van de gemeenschappelijke munt voor elk land met zich meebracht. Om het simpel te zeggen: net als de euro doen criminelen niet aan landsgrenzen.

Er werd een inspectiesysteem opgezet om te garanderen dat de fabrikanten van de echtheidskenmerken allemaal beschikten over fysieke beveiliging en interne procescontroles die aan de veiligheidseisen voldeden. De inspecties werden (en worden) regelmatig gehouden, om te zorgen dat de beveiligingsmaatregelen gelijke tred blijven houden met de veranderende risico's.



Het papier voor de eurobankbiljetten wordt gemaakt van katoenafval uit de textielindustrie.

DE PAPIERPRODUCTIE

Het papier van de eurobankbiljetten wordt gemaakt van pure katoenvezels van de hoogste kwaliteit. Daardoor heeft het een grotere fysieke en mechanische weerstand dan gewoon papier, wat natuurlijk essentieel is voor een voorwerp dat door talloze handen gaat en daarbij niet altijd even zachtzinnig wordt behandeld.

De eerste stap bij het maken van papier voor bankbiljetten is het bij hoge temperatuur en hoge druk bleken van de katoenvezels in water waarin natriumhydroxide en waterstofperoxide zijn opgelost. Om milieuredenen wordt voor het bleken geen chloor gebruikt. Na het bleken van de vezels worden verfstoffen aan de pulp toegevoegd om het papier de gespecificeerde kleur te geven.

De tweede stap is het 'raffineren' van de vezels door deze te snijden en te 'rafelen'. Dat geeft het uiteindelijke papier betere mechanische en fysieke eigenschappen. Daarbij moet het evenwicht tussen het korter maken en het rafelen van de vezels zorgvuldig in het oog worden gehouden. Zeer korte vezels leveren papier op met een hoog specifiek volume, goede doorschijnendheid en een duidelijk watermerk, maar met zwakke mechanische eigenschappen. Sterk gerafelde

vezels leveren daarentegen sterk papier op met lage doorschijnendheid en een minder goed watermerk.

De derde stap vindt plaats in de papiermachine. Machines voor bankbiljettenpapier wijken af van gewone papiermachines omdat ze gebruik maken van een uniek rondzeefproces, waarbij een met een zeef bespannen trommel in een kuip met de geraffineerde pulp ronddraait. Doordat de trommel in het water drukt, vloeit het water door de zeef naar de binnenkant van de trommel en vormt zich een vezelmat op de buitenkant van de trommel. Nadat het water binnenin is verwijderd, draait de trommel verder boven het wateroppervlak en ontwatert het papier nog verder. De aldus verkregen vezelmat bestaat uit ongeveer 5% vaste stof (vezels en toevoegingen) in 95% water. Het papier wordt vervolgens geperst, gedroogd, verdikt met chemische lijm, krijgt nog een laatste droog- en persronde en wordt dan gerold op rollen met een gewicht tot zo'n 2,5 ton. Het aandeel water in het papier is nu 5%, tegenover 95% vaste stof. Om aan de strenge fysieke en chemische specificaties voor de bankbiljetten te voldoen, ondergaat het papier tijdens de productie een oppervlaktebehandeling met verschillende chemische stoffen.

De laatste stap in het proces is het tot vellen snijden van de rollen papier. De vellen papier voor de eurobankbiljetten worden verpakt per riem (500 vel), in de door de drukkerij gewenste afmetingen. Uit een vel gaan 24 tot 60 bankbiljetten. Het papier weegt 85 gram per vierkante meter en het gewicht van een riem papier ligt tussen de tien en twintig kilo, afhankelijk van de afmetingen.

Omdat bankbiljettenpapier technisch zeer geavanceerd is, worden tijdens de productie uiterst strenge kwaliteitscontroles uitgevoerd op zowel het product als het proces. De modernste geautomatiseerde productie- en inspectiesystemen worden ingezet om ervoor te zorgen dat aan de kwaliteitsnormen wordt voldaan.

Een ander wezenlijk element van het eurobankbiljettenpapier zijn de echtheidskenmerken. Watermerken, veiligheidsvezels, veiligheidsdraden en speciale inktsoorten zijn enkele van de echtheidskenmerken die in het papier zijn verwerkt om vervalsing van de biljetten zo veel mogelijk tegen te gaan. Watermerken zijn de schaduwachtige afbeeldingen in het papier die te zien zijn wanneer een biljet tegen het licht wordt gehouden. Ze worden gemaakt door in een regelmatig patroon reliëf afbeeldingen aan te brengen in de zeef die bij het rondzeven wordt gebruikt. Het reliëf zorgt ervoor dat de vezelmat op die plekken vaster wordt ingedrukt. Wanneer het papier opdroogt, blijft dit verschil in dikte in het papier zichtbaar als watermerk.

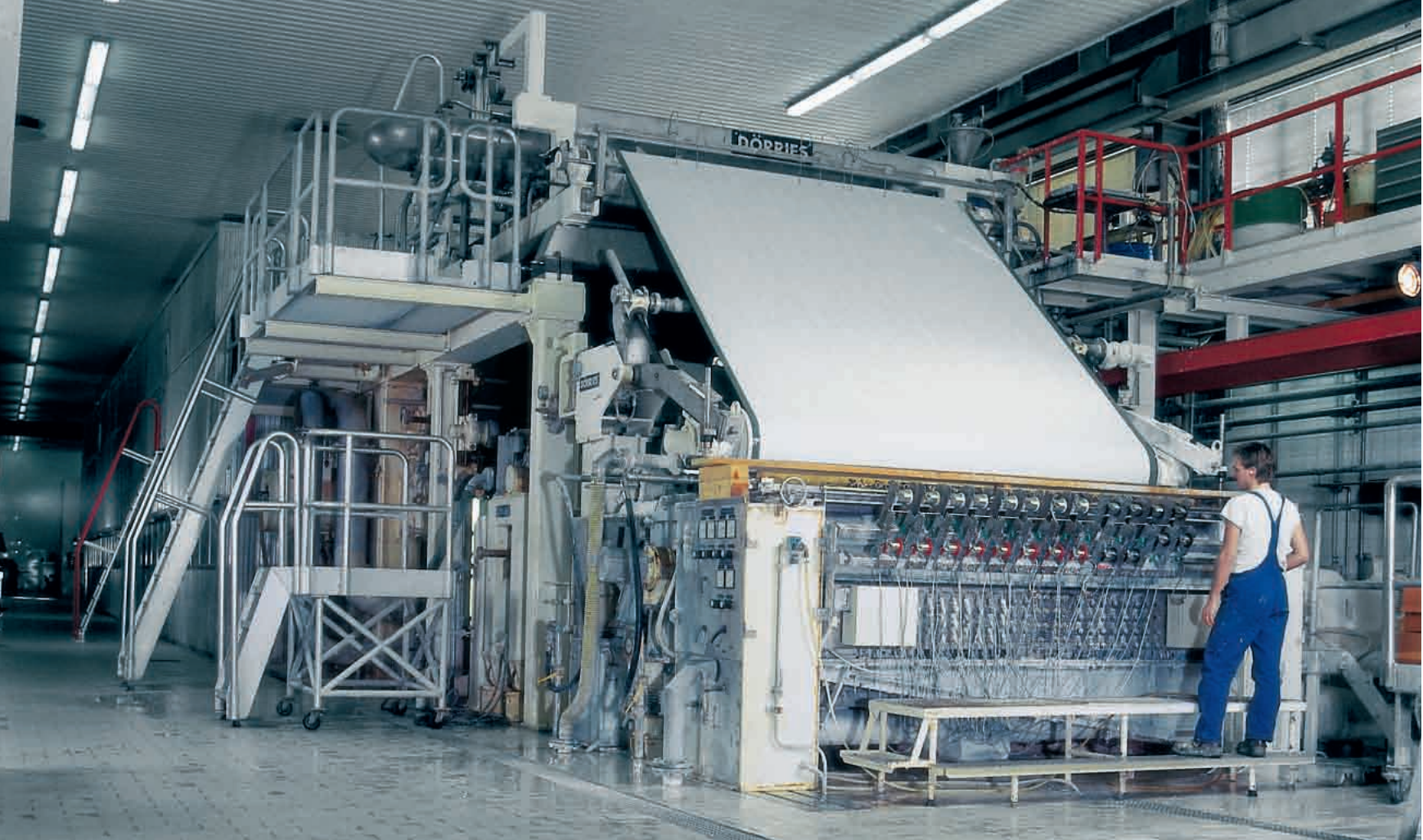
De eurobankbiljetten kennen twee verschillende soorten watermerken voor het publiek. Het eerste is 'driedimensionaal', uitgevoerd in meerdere tinten en stelt het hoofdmotief van het biljet voor. Vlak daaronder staat een tweede watermerk dat



Katoenvezels na het bleken.

het waardecijfer van het biljet weergeeft. Dit is duidelijk te zien wanneer het bankbiljet tegen het licht wordt gehouden. Het ontwerpen en ontwikkelen van watermerken is een creatief proces dat een impuls heeft gekregen door de vele nieuwe computertechnieken voor ontwerp en productie.

Doorgaans worden tijdens de fabricage van het papier voor de lagere coupures nog twee andere echtheidskenmerken aangebracht: een streephologram en, aan de achterzijde, een glanzende band. Hoewel het aanbrengen van deze echtheidskenmerken niet specifiek is voor papierfabricage, wordt deze taak meestal aan de papierproducenten overgelaten omdat het efficiënter is dit te doen voordat de rollen in vellen worden gesneden. Het streephologram wordt op het papier gedrukt met behulp van warmdruktechnieken, terwijl voor de glanzende band meestal zeefdruktechnieken worden gebruikt.



© Deutsche Bundesbank

Een rondzeefmachine produceert een vezelmat.

HET DRUKKEN

Voor eurobankbiljetten worden vier druktechnieken gebruikt: offset, plaatdruk, zeefdruk en boekdruk. Bij deze technieken worden verschillende soorten drukplaten en drukvormen toegepast.

Het drukken van de hoge coupures begint meestal met het aanbrengen van de grafische achtergrond in offsetdruk. Offsetdruk is een indirecte druktechniek. De inkt wordt niet direct van de drukplaten op het papier gebracht, maar eerst van vier drukplaten (die stuk voor stuk om een cilinder zijn gespannen) op een rubberen drukdoek overgezet. Van het doek wordt de inkt dan op het papier overgebracht. Door een speciale opstelling van de offsetpersen kunnen de voor- en achterzijde van de eurobankbiljetten gelijktijdig worden gedrukt, wat het mogelijk maakt de afbeeldingen op de voor- en achterkant zeer nauwkeurig ten opzichte van elkaar te plaatsen.

Dat kan iedereen controleren met behulp van het doorzichtcijfer (de onvolledige cijfers aan beide zijden die samen het waardecijfer van het biljet vormen als dit tegen het licht wordt gehouden). Plaatdruk maakt dat bankbiljetten als bankbiljetten aanvoelen. De afkorting ECB in de vijf taalkundige varianten, de waardecijfers en de ramen en poorten zijn voelbaar met de vingertoppen. Deze beeldelementen worden in de drukplaat gegraveerd, vandaar de term plaatdruk. Op basis van een originele plaat, meestal van koper, worden met behulp van een galvanisch bad de drukplaten gemaakt. Als de drukplaat wordt geïnt, vult de inkt de gegraveerde afbeelding. Het oppervlak van de drukplaat wordt vervolgens schoongeveegd door een in tegengestelde richting draaiende rol (tegendrukcilinder).

Rondzeef voor de productie van het papier voor het
€ 5-biljet: het reliëf voor de watermerken is zichtbaar.

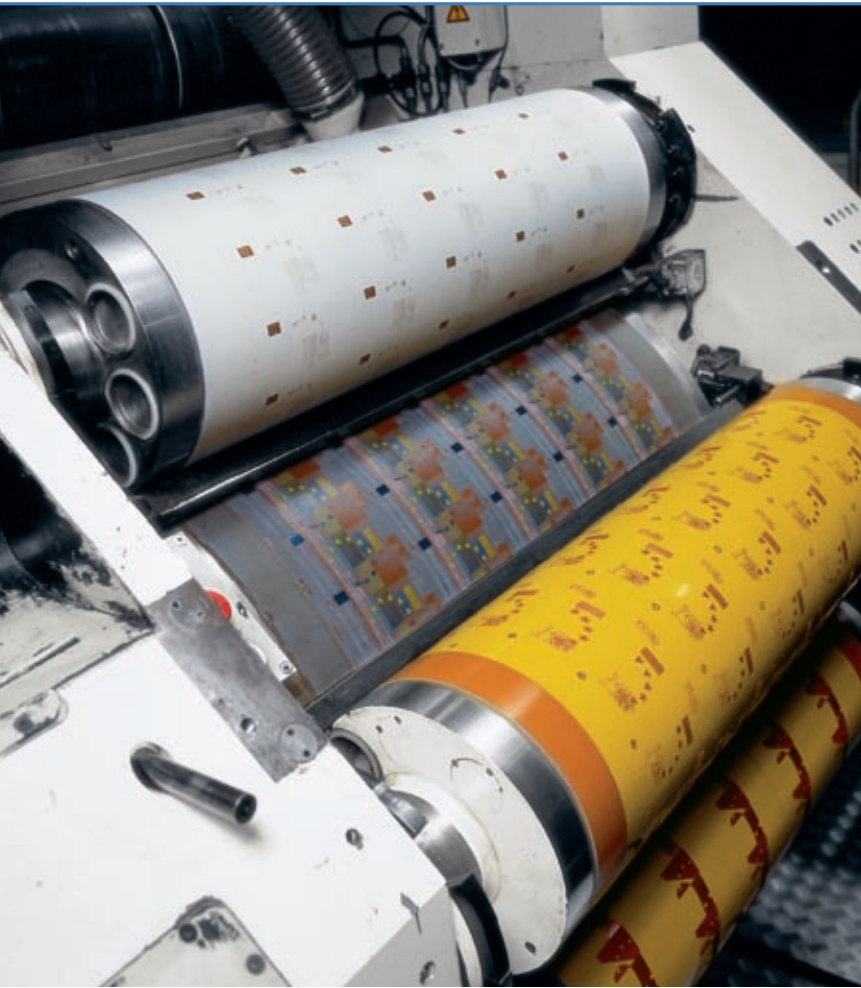


De resterende inkt wordt van de cilinder verwijderd met oplosmiddelen en een rakel. Bij het drukken wordt de inkt van de plaat (die om een drukcilinder is gespannen) op het papier overgebracht. Tijdens dit proces wordt het papier in de met inkt gevulde uitsparingen geperst, zodat op de plaatsen waar de inkt op het bankbiljet wordt aangebracht, reliëf in het papier ontstaat. Om het gewenste reliëf te krijgen, is een enorme druk nodig, wel zo'n dertig ton.

Na de plaatdruk wordt aan de achterzijde van het biljet een volgend echtheidskenmerk aangebracht: de van kleur veranderende inkt. Deze vormt het waardecijfer op de hoge coupures (op de lage coupures wordt met behulp van dezelfde druktechniek al in de papierfabriek de glanzende band aangebracht). Voor beide inktsoorten wordt de zeefdruktechniek gebruikt, omdat deze techniek de dikke inktlagen mogelijk maakt die nodig zijn om de optische effecten van de echtheidskenmerken volledig tot hun recht te laten komen. Het vierkante hologram wordt daarna met behulp van warmdruktechnieken op het papier aangebracht (op de lage coupures wordt via een soortgelijk procédé een doorlopend streephologram aangebracht). Voor het drukken van het vierkante hologram worden machines gebruikt die druksnelheden van 8000 vellen per uur kunnen bereiken.

De vellen worden vervolgens genummerd met behulp van een techniek die bekend staat als boekdruk. De vellen worden in een nummerpers geplaatst. Deze is voorzien van twee verschillende nummereenheden die aan de achterzijde van de bankbiljetten de biljetnummers aanbrengen. Na de nummering worden de vellen automatisch tot biljetten versneden en verpakt. De vellen worden in de lengte en de breedte gesneden en per honderd biljetten gebundeld en van een wikkel voorzien. Deze bundels worden per tien in doorzichtig plastic krimpfolie verpakt.

De vellen en de druk kwaliteit worden op verschillende momenten tijdens het drukken gecontroleerd. Deze controles gebeuren ofwel online (tijdens de productie) of offline (uit de productie wordt een monster genomen), maar ook steekproefsgewijs of op basis van een honderdprocentscontrole, afhankelijk van de kenmerken die gecontroleerd worden. Zo hebben de drukkerijen aan het einde van het drukproces een automatische laatste kwaliteitscontrole van de bankbiljetten op supersnelle machines ingebouwd. Gebrekkige bankbiljetten worden ofwel automatisch verwijderd en daarna vernietigd of al meteen in de machine versnipperd.



Drukcilinders voor het drukken van de € 50-biljetten en een rubberen drukdoek in een offsetpers.



Drukcilinder voor het drukken van € 50-biljetten in een plaatdrukpers.



Een zeefdrukmachine voor het aanbrengen van de van kleur veranderende inkt op bankbiljetten van € 50.



Een nummerpers. Elk bankbiljet is voorzien van een uniek serienummer.

DE MASSAPRODUCTIE VAN EUROBANKBIJETTEN

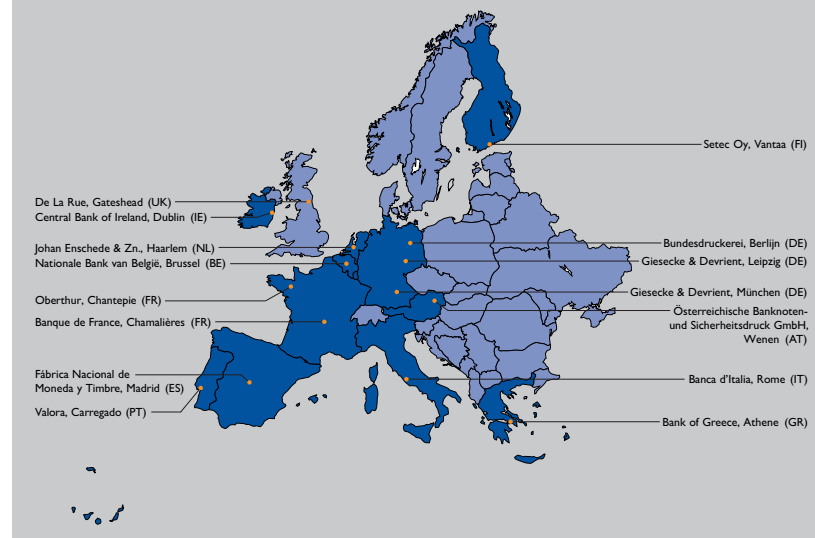
In 1996 heeft de Raad van het EMI besloten dat alle drukkerijen in de Europese Unie die nationale bankbiljetten drukten, betrokken moesten worden bij het drukken van de eerste voorraad eurobankbiljetten. Er waren namelijk enorme aantallen biljetten nodig en het tijdschema was krap: enkele maanden voor de invoering van de chartale euro op 1 januari 2002 moesten de 500 filialen van de NCB's voldoende voorraad hebben om de eurobankbiljetten op tijd te kunnen uitleveren aan de commerciële banken. Twee productiescenario's werden overwogen:

- 'non-pooling', waarbij elke NCB haar eigen bankbiljetten zou laten drukken. Dit kwam erop neer dat alle coupures door alle NCB's zouden worden geproduceerd;
- 'pooling', waarbij elke NCB slechts een beperkt aantal coupures voor haar rekening zou nemen, maar dan wel ten behoeve van het gehele eurogebied.

Pooling was efficiënter. Als slechts vier in plaats van vijftien drukkerijen de biljetten van bijvoorbeeld € 50 zouden produceren, dan leverde dat uniformere biljetten op en was minder coördinatie nodig. Maar deze voordelen moesten worden afgezet tegen de kosten en het werk dat kwam kijken bij de distributie van de enorme aantallen bankbiljetten die voor de invoering nodig waren.

HET DRUKKEN VAN BANKBIJETTEN

Locaties van de drukkerijen die de eurobankbiljetten produceren



Kaart van de productielocaties waar de eerste voorraad bankbiljetten is gedrukt.

Pooling bracht het probleem met zich mee dat het systeem pas opgezet kon worden wanneer alle aan de euro deelnemende landen bekend waren. Maar de drukkerijen moesten alvast bepaalde apparatuur bestellen voordat die beslissing zou worden genomen. Gelukkig was uit de projecten met de proefbiljetten en de 'nulserie' gebleken dat er geen dwingende technische redenen voor pooling bestonden. Men besloot daarom de eerste voorraad volgens het non-poolingscenario te drukken.

Dat betekende natuurlijk niet dat de nationale centrale banken onderling geen afspraken over pooling konden maken. Dat was vooral nuttig bij de productie van relatief kleine aantallen hoge coupures als € 200 en € 500. Met name voor enkele kleinere landen bleek het efficiënter deze hoge coupures niet zelf te drukken, maar een deel van de productie van een groter land te bestellen en zo te profiteren van de schaalvoordelen.

Hoewel de coördinatie van het gehele project de taak van de ECB was, waren de afzonderlijke nationale centrale banken verantwoordelijk voor de aanschaf van hun eigen bankbiljetten bij de door hen uitgekozen drukker. Er was dus geen centraal georganiseerde productie. In plaats daarvan was er bij de productie van de bankbiljetten in 2001 uiteindelijk sprake van niet minder dan zeventig combinaties van centrale banken, drukkerijen en coupures.

De massaproductie van het papier voor de bankbiljetten ging begin 1999 van start en het drukken begon die zomer in België, Duitsland, Frankrijk, Italië, Nederland en Spanje. In de maanden daarna werd de productie geleidelijk uitgebreid naar andere drukkerijen. De drukkerijen die als eerste met de productie van een bepaalde coupure begonnen, maakten de voorbeeldbiljetten. Nadat deze door de ECB waren goedgekeurd, moesten alle drukkerijen hun bankbiljetten volgens dezelfde normen drukken. Sommige drukkerijen drukten toen nog nationale bankbiljetten en begonnen pas later met de productie van eurobankbiljetten. Zo begon Griekenland pas eind 2000 met het drukken van eurobankbiljetten, omdat het pas in 2001 tot het eurogebied toetrad.

Vlak voor de invoering van de euro was een totale drukcapaciteit van 1 miljard bankbiljetten per maand nodig, ofwel 33 miljoen per dag, 1.400.000 per uur, 23.000 per minuut of zo'n 400 per seconde. Sommige fabrieken werkten dag en nacht door, in drieploegendiensten en ook op feestdagen. In totaal vijftien drukkerijen produceerden eurobankbiljetten voor de lancering van de nieuwe munt: drie in Duitsland, twee in Frankrijk en één in de overige eurolanden, met uitzondering van Luxemburg. Er was zelfs één drukkerij in het Verenigd Koninkrijk, dus buiten het eurogebied.



Een offsetpers.

GEZONDHEIDSKWESTIES

De zeven coupures en alle productiematerialen uit alle bronnen zijn op basis van ISO 10993 getest volgens de strengste Europese gezondheids- en veiligheidsvoorschriften. De tests zijn uitgevoerd in Nederland, door TNO, en de uitkomst was dat eurobankbiljetten bij normaal gebruik geen gezondheidsproblemen veroorzaken.



€-day



HOOFDSTUK 4

DE OVERGANG

SCHATTING VAN HET BENODIGDE AANTAL BANKBILJETTEN

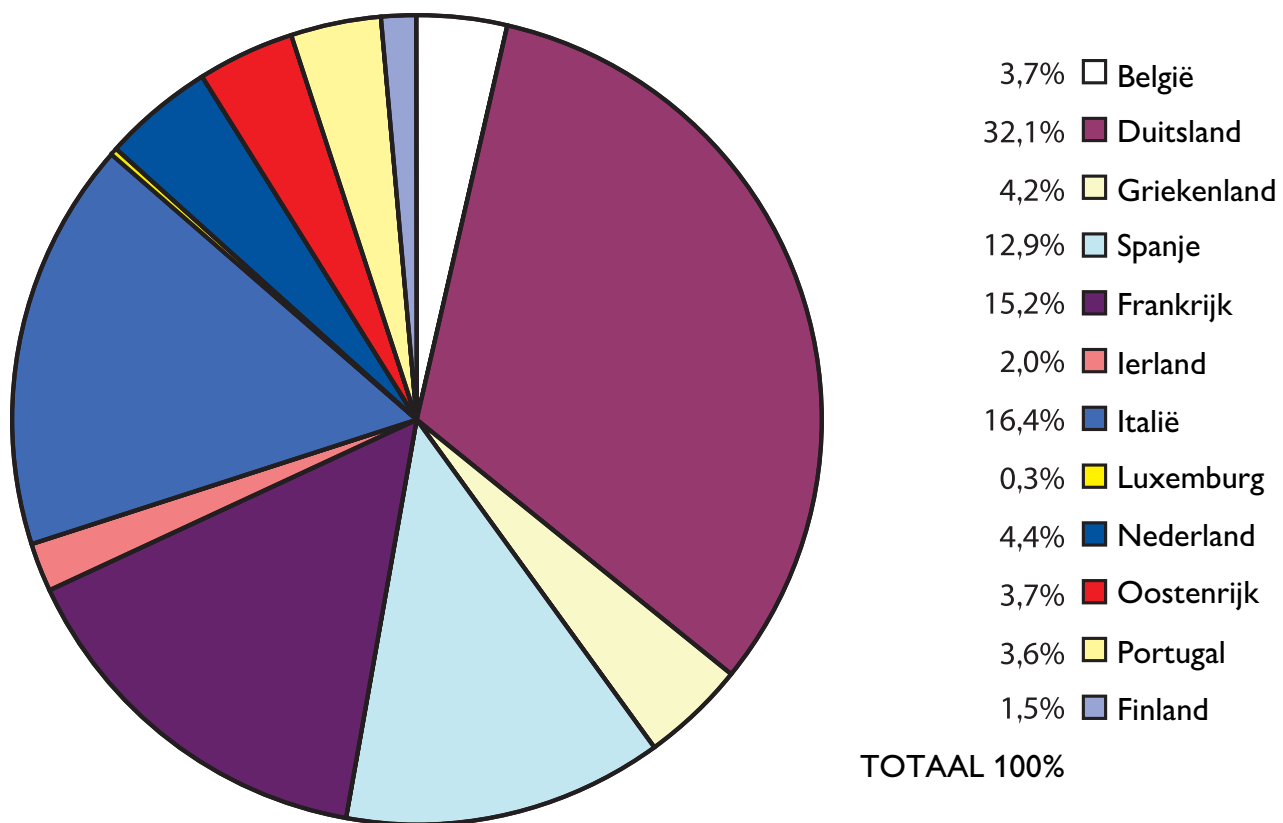
De nationale centrale banken (NCB's) moesten inschatten hoeveel eurobankbiljetten zij voor de invoering en de rest van 2002 nodig dachten te hebben. Hun eerste schattingen van de verwachte vraag dateerden al uit 1998, maar deze werden jaarlijks bijgesteld en de geplande productieomvang werd overeenkomstig aangepast. In de laatste paar maanden voor de overgang bestelden de commerciële banken meer lage coupures dan verwacht en aan die vraag moest worden voldaan.

De eerste voorraad bankbiljetten bestond uit een 'introductievoorraad', die de nationale bankbiljetten in omloop moest vervangen, en een 'logistieke voorraad', die voor een constante aanvoer van bankbiljetten gedurende het jaar moest zorgen. Een moeilijk punt voor de NCB's was dat de waarden van de nationale bankbiljetten afweken van de coupures van de euro en de vraag naar de afzonderlijke coupures dus moest worden ingeschat. Verder werden sommige nationale biljetten vervangen door euromunten en werden hoge eurocoupures ingevoerd. De mogelijke gevolgen daarvan moesten zorgvuldig worden ingeschat.

Tot slot moest er ook rekening worden gehouden met de vraag van landen buiten het eurogebied. Met name de Duitse mark werd op grote schaal buiten Duitsland gebruikt, vooral in Midden- en Oost-Europa. In termen van de waarde was naar schatting rond een derde van de markbiljetten (€ 32-45 miljard) buiten Duitsland in omloop. Het was onmogelijk in te schatten hoeveel hiervan in euro's omgewisseld zou worden en in hoeverre andere eurolanden die aan Oost-Europa grensden, deze bankbiljetten zouden omwisselen.

In 2001 werd besloten om in eerste instantie 14,9 miljard bankbiljetten te drukken (met een waarde van ruim € 633 miljard). Hiervan werden er negen à tien miljard gedrukt als introductievoorraad, ter vervanging van de nationale bankbiljetten in omloop, en zo'n vijf miljard als logistieke voorraad. De omvang van de introductievoorraad was gebaseerd op de aantallen nationale bankbiljetten in omloop (eind 2000 waren dat er 11,7 miljard), al bleken er minder nodig te zijn. Een jaar na de invoering waren er 8,2 miljard eurobankbiljetten in omloop. Eind 2006 was dat aantal gestegen tot 11,3 miljard.

De Raad van Bestuur van de ECB besloot begin 2001 om naast de introductievoorraad en de logistieke voorraad ook een centrale reservevoorraad eurobankbiljetten aan te leggen waarop men kon terugvallen bij productieproblemen, achterblijvende kwaliteit, tekorten of pieken in de vraag naar bepaalde coupures. De centrale reservevoorraad omvatte 1,9 miljard bankbiljetten (van de in het betalingsverkeer meest gebruikte coupures, namelijk € 5, € 10, € 20, € 50 en € 100) en werd grotendeels geproduceerd door een consortium van Europese drukkerijen dat nog enige capaciteit over had. De ECB bestelde en kocht de bankbiljetten. NCB's die de centrale reservevoorraad wilden aanspreken, moesten de bankbiljetten kopen van de ECB. Ongeveer 30% van de centrale reservevoorraad werd voor en tijdens de overgang gebruikt. De rest is geheel opgegaan in de strategische voorraad van het Eurosysteem.



Aandeel van de nationale centrale banken in de beginvoorraad eurobankbiljetten.



In folie verpakte eurobankbiljetten, opgeslagen bij de Banco de España in Madrid.

BANKBIJETTEN IN OMLOOP EN IN VOORRAAD

Van bankbiljetten (en munten) wordt gezegd dat ze 'in omloop' zijn wanneer ze door een nationale centrale bank (NCB) zijn uitgegeven, doorgaans aan commerciële banken. Het aantal bankbiljetten in omloop daalt wanneer biljetten naar een NCB worden teruggestuurd. 'Bankbiljetten in omloop' is dus het aantal uitgegeven min het aantal ingenomen bankbiljetten. Bankbiljetten zijn overigens ook 'in omloop' als ze niet voor betalingen worden gebruikt maar worden bewaard bij banken of in spaarpotten.

De NCB's hebben gebruikte en nieuwe bankbiljetten in voorraad. Gebruikte bankbiljetten worden getest op gaafheid en echtheid en kunnen daarna opnieuw worden uitgegeven. Beschadigde biljetten worden vernietigd; van vervalsingen wordt aangifte gedaan bij de politie. Het Eurosysteem houdt twee soorten voorraden bankbiljetten aan: logistieke en strategische.

De logistieke voorraden zijn de werkvoorraden van de NCB's. Deze voorzien onder normale omstandigheden (inclusief seizoensgebonden pieken in de vraag) in de behoefte aan bankbiljetten.

De logistieke voorraden worden aangehouden om:

- beschadigde biljetten die bij de NCB terugkomen, te vervangen;
- te voorzien in een verwachte stijging van de aantallen biljetten in omloop;
- te voldoen aan seizoensgebonden schommelingen in de vraag;
- het transport van bankbiljetten tussen de filialen van de NCB's te optimaliseren.

Hoe groter het filialennet van een NCB, hoe meer voorraad er nodig is. Elk filiaal moet immers op elk moment kunnen voldoen aan de potentiële vraag naar alle coupures.

In de loop der tijd kan 'scheefgroei' (overschotten of tekorten) optreden in de logistieke voorraden van een NCB doordat mensen naar andere landen in het eurogebied reizen en bankbiljetten meenemen. Als een NCB te weinig biljetten van een bepaalde coupure in voorraad heeft, doet zij een beroep op de strategische voorraad van het Eurosysteem, wanneer de overschotten van andere NCB's niet toereikend zijn.

Eurobankbiljetten bij de drukkerij in het Portugese Carregado krijgen een gewapende escorte.



VOORRAADBEHEER TIJDENS DE OVERGANG OP DE EURO

De productieplannen van de NCB's werden voortdurend geactualiseerd en er was een centrale reservevoorraad gevormd. Men ging er daarom van uit dat het Eurosysteem voldoende bankbiljetten op voorraad had voor de overgang op de chartale euro. In de maanden vlak voor de invoering werden er echter zo veel lage coupures aan commerciële banken geleverd, dat er twijfel ontstond of alle NCB's inderdaad voldoende voorraad hadden om begin 2002 aan de vraag te kunnen voldoen. Dat gold vooral voor de biljetten van € 5. Om regionale tekorten zo veel mogelijk te voorkomen, besloot het Eurosysteem daarom een voorraadbeheersysteem op te zetten.

Dit systeem bood NCB's met een dreigend tekort aan bankbiljetten snel toegang tot de centrale reservevoorraad. Daarnaast spraken de NCB's af elkaar te helpen door eventuele overschotten ter beschikking te stellen. Als een NCB een tekort aan een bepaalde coupure dreigde te krijgen, moest zij allereerst een beroep doen op de centrale reservevoorraad. Als deze ontoereikend was, zouden de overige NCB's eventuele overschotten in hun logistieke voorraden direct ter beschikking stellen. Daarvoor pasten de NCB's in december 2001 hun prognoses aan voor de maximumaantallen

bankbiljetten die tot eind februari 2002 nodig zouden zijn en leverden zij de ECB gedetailleerde informatie over de omvang van de voorraden die zij nodig dachten te hebben om de levering van de bankbiljetten vlot te laten verlopen. Op basis van deze informatie en de dagelijkse updates over het aantal bankbiljetten dat sinds 1 januari 2002 in omloop was gebracht, kon de ECB de vraag naar en het aanbod van eurobankbiljetten tijdens de zo belangrijke eerste dagen van de omschakeling nauwgezet volgen.

Tussen november 2001 en januari 2002 vroegen sommige NCB's meer dan vijfhonderd miljoen biljetten van € 5 en € 10 uit de centrale reservevoorraad aan. Het leeuwendeel van deze biljetten werd echter niet uitgegeven tijdens de overgangsperiode, want de aantallen die in eerste instantie aan de banken waren geleverd, bleken grotendeels voldoende en tijdens de eerste twee weken van januari 2002 betrokken de commerciële banken weinig biljetten van de NCB's. Toch heeft het voorraadbeheersysteem verstoringen helpen voorkomen en de weg gebaad voor een permanent voorraadbeheersysteem na de overgangsperiode.



Bij een Oostenrijkse supermarkt worden eind 2001 euromunten en -biljetten afgeleverd.

DE VERSPREIDING VAN DE EERSTE BANKBIJETTEN EN MUNTEN

In de laatste vier maanden van 2001, toen de nationale munten en biljetten nog in omloop waren, begonnen bedrijven in het gehele eurogebied, met name banken en winkels, voorraden eurobankbiljetten en euromunten aan te leggen. Dit gebeurde in twee fasen, die bekend staan als 'frontloading' (vroegtijdige bevoorrading) en 'subfrontloading' (doorlevering). Tijdens de eerste fase leverden de NCB's bankbiljetten en munten aan de commerciële banken, die het nieuwe geld vervolgens verspreidden onder winkels, bankfilialen enzovoort. Dit nieuwe geld was nog geen wettig betaalmiddel en het was verboden het in omloop te brengen. Frontloading en subfrontloading zorgden er echter wel voor dat de bankbiljetten en munten al enige tijd voor 1 januari 2002 op ruime schaal verspreid waren en dat geldtransportbedrijven hun 7600 vrachtwagens efficiënter konden inzetten. Hiermee werd voorkomen dat eind 2001 knelpunten in de toelevering ontstonden. Ook andere partijen profiteerden van de vroegtijdige bevoorrading:

- banken konden hun 200.000 geldautomaten met eurobankbiljetten vullen;
- winkeliers konden hun kassa's aanpassen;

- banken en beheerders van verkoopautomaten begonnen hun apparaten met euro's te vullen.

Als er begin 2002 een tekort aan eurobankbiljetten en euromunten was geweest, zou dat niet alleen ongunstige publiciteit voor de nieuwe munt hebben opgeleverd, maar ook de duale fase (de periode dat de nationale munten en de euro tegelijk in omloop waren) hebben verlengd. Voor de duale fase stond een maximum van acht weken. Alleen wanneer het nieuwe geld tijdig en in ruime hoeveelheden aangeleverd kon worden, zou de overgang vlot kunnen verlopen en het vertrouwen van zowel het publiek als de financiële markten in de nieuwe munt behouden blijven en zelfs vergroot kunnen worden. Als we naar de volumes kijken, blijkt dat een kleine 80% van de aanvankelijke vraag naar bankbiljetten en 97% van de vraag naar munten (inclusief de starterkits voor de burgers) voor de overgang eind 2001 was gedekt.

Omdat elk land anders was (qua grootte, economie, opzet van de gelddistributie en overgangsscenario) begonnen frontloading en sub-frontloading in elk land op verschillende momenten.

Een klant koopt een starterkit met euromunten bij een Parijse bank.



Voor deze operaties was een periode van maximaal vier maanden uitgetrokken, dat wil zeggen vanaf 1 september 2001. Voor een nog vroegere datum was logistiek gezien geen aanleiding. Bovendien zou een vroegere datum zowel de veiligheidsrisico's hebben vergroot als het risico dat de euromunten en eurobankbiljetten vroegtijdig in omloop werden gebracht. Voor de bankbiljetten en de munten werden vaak verschillende leveringsschema's gehanteerd. Over het algemeen werden de munten eerder geleverd: niet alleen is het transport van munten logistiek lastiger, de nominale waarde van munten is ook lager, waardoor de veiligheidsrisico's geringer waren.

Banken en winkeliers die het geld in ontvangst namen, waren wettelijk of contractueel verplicht het niet eerder dan op 1 januari 2002 aan de consument ter beschikking te stellen. Eurobankbiljetten en euromunten die voor die datum opdoken, zouden de plannen in de war hebben gestuurd en tot verwarring hebben geleid. De banken moesten zich verzekeren tegen het risico van vernietiging van het nieuwe geld, diefstal of beroving en tegen het risico van voortijdig gebruik door het publiek

van de vroegtijdig geleverde munten en biljetten. De onder de banken verspreide eurobankbiljetten bleven in elk land tot 00.00 uur op 1 januari 2002 eigendom van de nationale centrale bank. Wanneer dit eigendomsvoorbehoud niet mogelijk of volgens de nationale wetgeving niet afdwingbaar was, dan moesten de banken zekerheid stellen voor de van tevoren geleverde bankbiljetten.

Anders dan de banken, winkeliers en andere organisaties kreeg het grote publiek de euro voor 1 januari 2002 niet in handen, met één belangrijke uitzondering: in de tweede helft van december 2001 konden de burgers sets euromunten kopen bij banken of rechtstreeks bij de NCB's (Nederlanders kregen een set gratis). Deze zogenoemde starterkits bevatten een klein bedrag, variërend van € 3,88 (gelijk aan 23 Finse markka's) tot € 15,25 (gelijk aan 100 Franse franken) en waren bedoeld om de burgers aan de munten te laten wennen en de overgang te vergemakkelijken. De verwachting was dat het publiek in de eerste dagen van 2002 met deze munten zou betalen en zo de winkeliers aan extra wisselgeld zou helpen.



Onder strenge beveiliging verlaat een lading
eurogeld een filiaal van de Banca d'Italia bij Rome.

De NCB's stelden in hun voorlichtingscampagnes dat de starterkits wisselgeld en geen verzamelobject waren, maar natuurlijk wilden veel mensen hun kit liever bewaren als aandenken aan deze historische gebeurtenis dan de munten uit te geven. De starterkits werden in slechts kleine aantallen gemaakt en in sommige landen waren ze binnen 48 uur uitverkocht.

Maar waarom waren de banken bereid om lang voor de introductiedatum grote voorraden euromunten en eurobankbiljetten te vormen? Contant geld levert de banken immers geen rente op maar brengt wel liquiditeitskosten met zich mee. Deze extra kosten moesten worden gecompenseerd. Om de banken te stimuleren al in een vroeg stadium eurovoorraden op te bouwen, werd een debiteringsmodel afgesproken. Dit model:

- moest recht doen aan de extra in euro luidende contanten die de banken aanhielden;
- moest simpel en gemakkelijk uitvoerbaar zijn;
- mocht geen inbreuk maken op de relatie tussen de banken en hun klanten.

Volgens het lineaire debiteringsmodel werden de geleverde eurobankbiljetten en euromunten niet onmiddellijk ten laste gebracht van de rekening die de bank in kwestie bij de NCB aanhield, maar

werden deze rekeningen voor een derde van de nominale waarde gedebiteerd op respectievelijk 2, 23 en 30 januari 2002.

Deze data hielden rekening met de basisherfinancieringstransacties van begin 2002 waarbij de ECB liquide middelen verstrekke aan commerciële banken (deze transacties vinden overigens nog steeds plaats). De Raad van Bestuur van de ECB besloot dat het debiteringsmodel het enige instrument zou blijven om de kosten van de invoering van de chartale euro voor de betrokken partijen te compenseren, althans op het niveau van het Eurosysteem. Op nationaal niveau waren beperkte en specifieke uitzonderingen mogelijk, op voorwaarde dat de maatregelen de overgang zouden vergemakkelijken. Zo gaven sommige NCB's financiële prikkels om banken te stimuleren lage coupures in een vroeg stadium op voorraad te nemen of nationale munten en biljetten vroegtijdig te retourneren.

Omdat een groot aantal door de NCB's uitgegeven bankbiljetten buiten het eurogebied in omloop was, werd ook aan deze gebieden tevoren eurogeld geleverd, zij het met meer beperkingen. Voor de verspreiding na 1 december 2001 van bankbiljetten en munten onder commerciële banken buiten het eurogebied door banken binnen het eurogebied

Onder het toezicht van gewapende bewakers rijdt een vrachtwagen met euro's van een Griekse veerboot af.



had de ECB een richtsnoer opgesteld, waarbij banken toestemming kregen eurobankbiljetten te verspreiden onder hun vestigingen en hoofdkantoren buiten het eurogebied. Bovendien mochten de banken het geld doorgeven aan hun dochterondernemingen en aan andere banken met een hoofdkantoor en/of kantorennet buiten het eurogebied.

In een volgend ECB-richtsnoer werd de mogelijkheid vervroegd eurobankbiljetten buiten het eurogebied te leveren, uitgebreid. Banken buiten het eurogebied die gespecialiseerd waren in de grootschalige distributie van bankbiljetten, konden bankbiljetten van de nationale banken krijgen en die doorgeven aan hun cliëntenbanken buiten het eurogebied. Daarnaast konden nationale centrale banken buiten het eurogebied eurobankbiljetten krijgen en doorleveren aan banken in hun rechtsgebied. Het leveren van euromunten en -biljetten aan detailhandelaren buiten het eurogebied was echter niet toegestaan.

Pas vanaf 1 december 2001 mochten eurobankbiljetten op locaties buiten het eurogebied worden gedistribueerd. Voor een bedrag van € 4,1 miljard werden biljetten geleverd aan gespecialiseerde kredietinstellingen en nationale centrale banken buiten het eurogebied. Deutsche

Bundesbank was verantwoordelijk voor 78% van de distributie en Banque de France voor 12%. Meer dan de helft van alle buiten het eurogebied geleverde bankbiljetten ging naar Oost-Europa, met inbegrip van de westelijke Balkan en Turkije, waar aanzienlijke hoeveelheden Duitse marken in omloop waren. Daarnaast kwam ook een groot aantal in Noord-Afrika en bij internationale groothandelsbanken terecht, bijvoorbeeld in Zwitserland en het Verenigd Koninkrijk.

FRONTLOADING EN SUB-FRONTLOADING

'Frontloading' was de vroegtijdige bevoorrading met eurobankbiljetten en euromunten door nationale centrale banken van commerciële banken of hun vertegenwoordigers (geldtransportbedrijven) tussen 1 september en 31 december 2001. Deze vroegtijdig verstrekte bankbiljetten en munten konden vanaf 1 september 2001 aan derde partijen worden doorgeleverd, bijvoorbeeld aan winkels, restaurants, fabrikanten en eigenaren van verkoopautomaten ('sub-frontloading'). De instrumenten voor de vroegtijdige verstrekking en doorlevering van euro's, waaronder het debiteringsmodel voor de verstrekte bedragen, werden door ECB-richtsnoeren beheerst.

VEREENVOUDIGING VAN DE OVERGANG OP DE CHARTALE EURO VOOR DETAILHANDELAREN

Veel detailhandelaren waren bang dat zij begin 2002 grote hoeveelheden munten in voorraad zouden moeten houden, omdat de nieuwe munten voornamelijk via winkels zouden worden gedistribueerd (in tegenstelling tot de bankbiljetten, die via geldautomaten in omloop zouden worden gebracht). De starterkits met de munten waren bedoeld om hun angst weg te nemen. Om dezelfde reden werd banken verzocht kleinere coupures te gebruiken voor de geldautomaten. Overheidsorganen werden ook aangemoedigd om kleinere coupures te gebruiken voor uitkeringen (die vaak in contanten worden uitbetaald).

Ook het grote publiek werd te hulp geroepen. In de Euro 2002 Informatiecampagne werd de bevolking verzocht zo weinig mogelijk met gemengde valuta's (nationale valuta en euro) te betalen, zo snel mogelijk eurobankbiljetten en euromunten te gebruiken en zo veel mogelijk gepast te betalen.

IN OMLOOP BRENGEN VAN DE CHARTALE EURO

Het totale aantal bankbiljetten dat tijdens de eerste dagen van de overgang op de chartale euro in omloop was, overtrof de verwachtingen. Als we bankbiljetten die in omloop komen, vergelijken met water dat in een badkuip stroomt, werd de badkuip niet alleen voller dan verwacht, maar hij was ook eerder vol. Dat kwam door de hoge stroomsnelheid van de 'eurokraan', die wijd opengedraaid kon worden dankzij de grote hoeveelheden bankbiljetten die tevoren waren geleverd. Maar het 'afwateringskanaal' voor de nationale bankbiljetten had een beperkte capaciteit, waardoor de nationale valuta's relatief langzaam uit de omloop verdwenen.

Tijdens de overgangperiode hield de ECB het volume aan uitgegeven eurobankbiljetten en euromunten en uit omloop genomen nationale valuta's dagelijks bij. De grafiek op pagina 63 toont het totaal aantal bankbiljetten in omloop na de invoering van de chartale euro. Aangezien alle vroegtijdig verstrekte bankbiljetten werden geregistreerd als 'in omloop', bedroeg de totale waarde van de omloop op 1 januari 2002 maar liefst € 403 miljard, wat een toename is van 6% ten opzichte van hetzelfde tijdstip in 2001.

Het totale aantal bankbiljetten in omloop nam voortdurend af, omdat het volume uit de omloop genomen nationale bankbiljetten elke dag groter was dan dat van de uitgegeven eurobankbiljetten. Op 28 februari 2002 werden voor het eerst meer eurobankbiljetten uitgegeven dan nationale bankbiljetten uit de omloop genomen. Op die dag bedroeg de totale waarde van de bankbiljetten in omloop € 285,1 miljard, ongeveer een kwart minder dan op 28 februari 2001.

De vraag naar bankbiljetten van € 5 en € 10 was extreem hoog aan het begin van de overgangperiode, omdat het Eurosysteem de banken had aangespoord voornamelijk kleine coupures te distribueren. Na de eerste dagen nam de omloop van deze kleine coupures drastisch af – met meer dan 30% (€ 5) en bijna 20% (€ 10) binnen een maand. De vraag naar grotere coupures nam daarentegen voortdurend toe. Dat werd weerspiegeld in de gemiddelde waarde van een eurobankbiljet in omloop, die toenam van € 28 in januari 2002 tot € 44 tegen het einde van het jaar. In december 2006 was de gemiddelde waarde van een eurobankbiljet in omloop maar liefst € 55.

Het aandeel van contante betalingen in het totale aantal betalingen nam in de meeste landen van het eurogebied in de eerste twee weken van januari toe, omdat de nationale valuta's werden opgebruikt en de bevolking vertrouwd raakte met de euro. In de tweede helft van januari werd de situatie weer normaal. Het aandeel van de euro in de contante betalingen bedroeg op 7 januari gemiddeld 75% en halverwege januari meer dan 90%.



1 januari 2002, vlak na middernacht: in Maastricht worden een paar splinternieuwe eurobankbiljetten nauwkeurig bekeken.

UIT OMLOOP NEMEN VAN NATIONALE MUNTEN EN BANKBILJETTEN

De meeste nationale autoriteiten probeerden van tevoren de druk op banken, detailhandelaren en geldtransportbedrijven tijdens de overgang op de chartale euro te verlichten door het grote publiek aan te moedigen nationale munten ruim voor januari 2002 bij de banken af te geven. Daarnaast hielden liefdadigheidsorganisaties campagnes om de bevolking over te halen hun oude munten te doneren. De totale omloop van nationale munten nam in 2001 met 9% in waarde af: van € 17,9 miljard aan het einde van 2000 tot € 16,3 miljard 12 maanden later. Tegen het einde van 2001 waren nog 107,5 miljard nationale munten in omloop, meer dan twee keer de hoeveelheid die voor de invoering van de euro was gemunt.

Dit verschil kan worden verklaard doordat sommige gebruikers munten hamsterden. Vooral munten met een lage waarde worden vaak langere tijd vastgehouden (bijvoorbeeld in spaarpotten) en verdwijnen zo uit de omloop. Daarnaast kunnen deze munten bij verzamelaars terechtkomen. Zij hechten soms weinig belang aan de waarde van hun verzameling. Deze kleine munten worden maar beperkt voor betalingen gebruikt en wisselgeld wordt niet altijd voor andere aankopen gebruikt. Commerciële banken wisselen bovendien geen munten van terugkerende toeristen. Ook deze munten gaan dus verloren. Als gevolg van het hamsteren en uit de omloop raken van munten moeten voortdurend nieuwe munten in omloop worden gebracht, zodat het bedrag aan uitstaande munten steeds verder toeneemt.

Ongeveer een derde van de waarde van de nationale munten was aan het einde van februari 2002 uit de

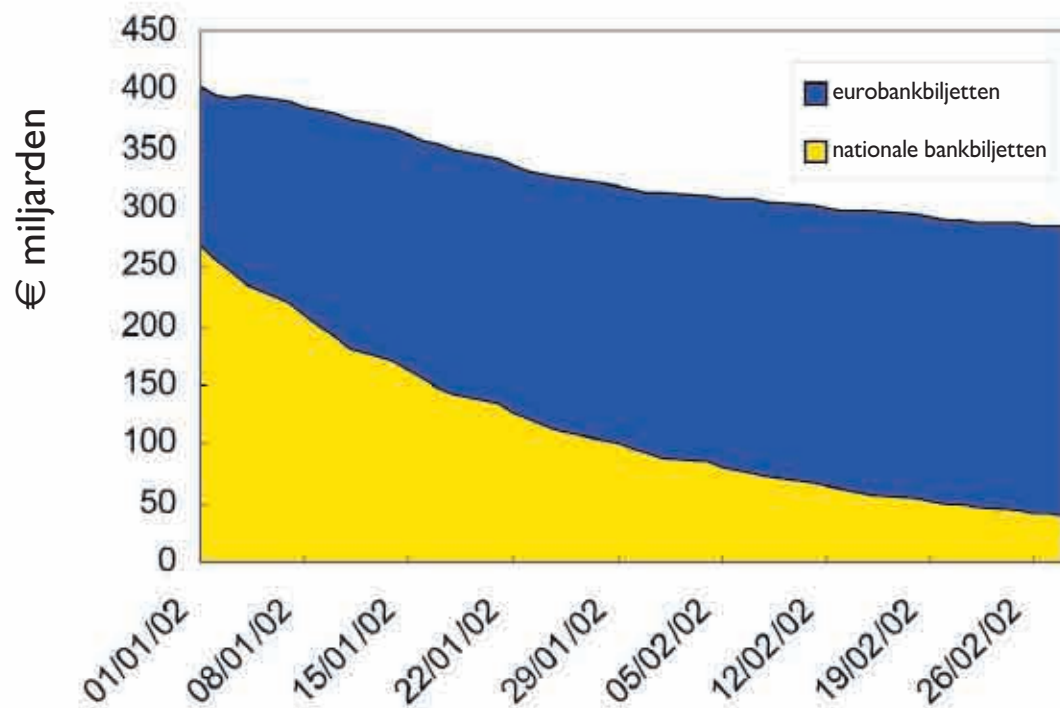
omloop genomen. Daarmee was de waarde van de munten in omloop gedaald van € 16,3 miljard tot € 11,3 miljard.

In 2001 daalde de waarde van de nationale bankbiljetten in omloop met bijna een derde naar € 270 miljard. De daling zette na 2 januari 2002 scherp door. Dagelijks werd ongeveer 4-6% van de resterende nationale bankbiljetten in omloop bij de nationale centrale banken ingeleverd. Aan het einde van februari 2002 was de waarde geslonken tot € 53,8 miljard. In termen van de waarde was aan het einde van 2002 95,1% van de nationale bankbiljetten in omloop ingeleverd.

Omdat de oude nationale bankbiljetten nog lange, in sommige gevallen onbeperkte tijd voor eurobankbiljetten kunnen worden ingewisseld bij de nationale centrale banken die ze hebben uitgegeven, zullen er restanten 'in omloop' blijven. Een deel van de nationale bankbiljetten en munten is waarschijnlijk om sentimentele redenen of als verzamelobject gehouden.

Om de kans op overvallen te verkleinen, werden nationale bankbiljetten in België, Frankrijk, Italië, Luxemburg en Spanje vanaf 1 januari 2002 systematisch gemerkt: ze werden ongeldig gemaakt door er bijvoorbeeld gaten in te ponsen of er een hoek af te knippen, zodat ze niet langer konden worden gewisseld of voor betalingen gebruikt. Daardoor konden de verzekeringspremies voor banken en postkantoren voor het vervoer van contant geld worden verlaagd en de financiële lasten verlicht.

Waarde van de in omloop zijnde bankbiljetten van 1 januari tot en met 28 februari 2002



De toename van de nieuwe en de afname van de oude bankbiljetten begin 2002 – weergegeven door
het blauwe deel dat steeds breder wordt en het gele dat steeds smaller wordt.



Een geldautomatenexpert test euromunten van verschillende munthuizen bij de Deutsche Bundesbank in Frankfurt.

AANPASSEN VAN GELDAUTOMATEN EN VERKOOPAUTOMATEN

In de regel wordt ongeveer 70% van alle bankbiljetten via geldautomaten opgenomen. Tijdens de eerste tien dagen van de overgang op de chartale euro in januari 2002 werd in de 218.000 banken en postkantoren veel vaker dan normaal geld aan het loket opgenomen of gewisseld. In sommige landen, zoals Duitsland en Spanje, waar banken op 1 januari voor het publiek geopend waren, werd zelfs in totaal vaker geld aan het loket opgenomen dan via geldautomaten.

Het Eurosysteem stimuleerde een tijdige en vlotte conversie van geldautomaten, zodat de meeste vanaf 1 januari 2002 alleen nog eurobankbiljetten (en geen nationale biljetten meer) verstrekten.

Bedrijven die hun automaten (bijvoorbeeld geldautomaten en verkoopautomaten) aan de euro moesten aanpassen, konden de nieuwe bankbiljetten al lang voor de overgang testen. Naarmate de productie van de bankbiljetten voortging, kwamen steeds meer coupures ter beschikking voor tests.

Dit gebeurde in drie fasen:

- In mei en september 2000 kregen fabrikanten twee gecentraliseerde proefseries aangeboden. In totaal 54 bedrijven uit landen in en buiten de EU (waaronder Japan en de VS) namen deel. De tests vonden plaats op beveiligde locaties van de Bundesbank, bij Frankfurt, onder toezicht van de ECB. Elk bedrijf beschikte over een kleine testcabine waarin het de bankbiljetten met zijn eigen apparatuur kon analyseren. Met behulp van een algemeen informatiepakket over de specificaties van de eurobankbiljetten, waaronder informatie over de plaatsing en de eigenschappen van de echtheidskenmerken, konden de bedrijven vaststellen welke kenmerken door hun sensoren konden worden waargenomen om te controleren of het biljet echt was.
- Vanaf maart 2001 werden deze tests gehouden in alle twaalf landen van het eurogebied en in het Verenigd Koninkrijk. Meer dan 150 organisaties namen deel aan de tests. Deze keer werden

Fabrikanten van verkoopautomaten testen eurobankbiljetten op een locatie van de Deutsche Bundesbank bij Frankfurt.



ook dienstverleners (waaronder bedrijven die geldautomaten onderhouden) en banken uitgenodigd om mee te doen.

- Vanaf 1 september 2001 voerden bedrijven op hun eigen terrein laboratoriumtests uit op vroege zendingen bankbiljetten. Om fabrikanten uit landen buiten het eurogebied – die geen eurobankbiljetten konden ontvangen – niet te benadelen, konden deze bedrijven eurobankbiljetten van de Bundesbank kopen.

Na een grondige voorbereiding door de fabrikanten en eigenaren van geldautomaten en de banken, werden deze automaten vlot aangepast in het eurogebied: op 2 januari was 90% geconverteerd en twee dagen later vrijwel 100%. Tijdens de eerste week van januari 2002 werd heel vaak geld opgenomen bij automaten, een teken dat de bevolking enthousiast was over en nieuwsgierig was naar de nieuwe valuta. In Nederland werd bijvoorbeeld in de eerste twee dagen van het jaar vijf miljoen keer geld opgenomen bij automaten.

Het aantal opnames bleef hoog tot halverwege de tweede week, toen het weer begon te dalen naar het gangbare niveau.

De conversie van verkoopautomaten verliep wat langzamer dan andere aspecten van de overgang op de euro. Gezien het grote aantal automaten was dat geen verrassing: tien miljoen muntautomaten moesten worden aangepast, waarvan een deel ook op bankbiljetten werkte, en er was maar een beperkt aantal technici beschikbaar om het werk in een relatief korte periode te doen. De bevolking in landen waar automaten nog niet op euro's werkten en waar de aanpassing langer duurde, profiteerde toch: als burgers daardoor voor bepaalde diensten niet konden betalen (bijvoorbeeld parkeren, reizen), werd geen boete opgelegd. Maar na de eerste paar weken waren alle kinderziekten overwonnen.

WISSELEN VAN NATIONALE BANKBILJETTEN TEGEN NOMINALE WAARDE

Toen de wisselkoersen van de nationale bankbiljetten en munten van de landen van het eurogebied op 1 januari 1999 onherroepelijk werden vastgesteld, werden deze bankbiljetten en munten formeel verschijningsvormen van de euro. Vanaf dat moment kon iemand in bijvoorbeeld Portugal een in euro's uitgedrukt bedrag per bankoverschrijving overmaken naar een bankrekening in Nederland. Maar hij of zij kon dat bedrag niet met eurobankbiljetten of euromunten betalen, omdat die pas in 2002 werden ingevoerd.

Om duidelijk te maken dat de wisselkoersen onherroepelijk waren vastgesteld en te zorgen dat de nationale bankbiljetten van de landen van het eurogebied tijdens deze driejarige overgangperiode ook echt uitwisselbaar waren, konden nationale bankbiljetten bij de nationale centrale banken gratis worden omgewisseld. De meeste nationale centrale banken boden deze dienst in al hun filialen aan, zodat in totaal 500 filialen bij de omwisseling betrokken waren.

Professionele cliënten – commerciële banken en wisselkantoren – konden in de meeste landen maar op één locatie nationale bankbiljetten omwisselen. Munten werden niet aanvaard, omdat de verzending ervan naar het land van uitgifte door hun gewicht en omvang te veel logistieke problemen op zou leveren. De Bundesbank verzond het grootste aantal buitenlandse bankbiljetten (661 miljoen) naar hun land van herkomst. Op de tweede en derde plaats kwamen de centrale banken van Frankrijk en Luxemburg, die respectievelijk 93 miljoen en 27 miljoen bankbiljetten terugstuurden.

Deze omwisseling van bankbiljetten tegen nominale waarde zou oorspronkelijk duren tot aan de invoering van de eurobankbiljetten en -munten op 31 december 2001. Om de overgang te vereenvoudigen, besloot de Raad van Bestuur van de ECB toe te staan dat nog tot 31 maart 2002 nationale bankbiljetten werden omgewisseld. Tegen die tijd hadden eurobankbiljetten de nationale bankbiljetten bijna geheel vervangen.





HOOFDSTUK 5

VOORLICHTING

Krantenkoppen over de nieuwe munt in Luxemburg op €-day.

VOORBEREIDEN VAN HET GROTE PUBLIEK OP DE OVERGANG

De invoering van de chartale euro was een complexe en ambitieuze onderneming, waarvoor alle direct betrokkenen – niet in het minst het grote publiek – organisatorische, logistieke, technische, financiële en administratieve inspanningen moesten leveren. De medewerking van banken, detailhandelaren, geldtransportbedrijven en de verkoopautomatensector, en een goede coördinatie van de voorbereidingen waren van essentieel belang. In veel landen werden overgangscomités opgericht met vertegenwoordigers van overheid en bedrijfsleven. Vanaf 1997 werden ook besprekingen op Europees niveau gehouden. Het EMI en zijn opvolger de ECB hielden bijvoorbeeld regelmatig bijeenkomsten met deskundigen van nationale overheden om een groot aantal knelpunten te bespreken. Daaronder vielen wetgeving, dubbele prijzen, afronden van prijzen, boekhouding, btw en andere belastingkwesties. Het EMI en de ECB overlegden met andere partijen op Europees niveau over problemen in verband met de overgang op de chartale euro.

Aanvankelijk was de ECB niet van plan het ontwerp en de echtheidskenmerken van de eurobankbiljetten bekend te maken voor 1 september 2001, het begin van de levering van euro's. Maar met het oog op het grote aantal professionele geldverwerkers dat moest worden opgeleid, bijvoorbeeld winkelbedienden en

kassapersoneel, dacht het bedrijfsleven dat vier maanden voor training niet voldoende zou zijn. De trainers zelf moesten immers ook worden opgeleid. Daarom werden al vanaf januari 2001 trainingssessies voor trainers gehouden in de filialen van de nationale centrale banken, hoewel de speciale trainingssets pas na de presentatie van de echtheidskenmerken van de bankbiljetten op 31 augustus 2001 werden gedistribueerd.

De ECB was zich ervan bewust dat blinden en slechtzienden en andere kwetsbare groepen tijdig moesten worden voorgelicht over de nieuwe munt. Te beginnen in maart 2001 verspreidde de ECB in het kader van het programma 'De gemakkelijke euro' 30.000 sets met voorbeeldbankbiljetten bedoeld als trainingsmateriaal onder blindenorganisaties. Ook aan personen met andere handicaps was gedacht.

De voorbeeldbankbiljetten voelden aan als echte eurobankbiljetten: er was bankbiljettenpapier gebruikt en ook de elementen in reliëfdruk waren opgenomen. Om te garanderen dat de voorbeeldbiljetten niet voor echte konden worden gehouden, was de achterzijde blanco gelaten en was aan de voorzijde de tekst GEEN WAARDE gedrukt. Daarvoor werden dummyontwerpen (niet de echte) gedrukt met behulp van de offsettechniek.



Op 30 augustus 2001 werden gigantische eurobankbiljetten onthuld aan de gevel van de Eurotower in Frankfurt, de hoofdvesting van de ECB.

DE INFORMATIECAMPAGNE EURO 2002

Tijdens de technische en logistieke voorbereidingen voor de overgang op de chartale euro werd duidelijk dat de bevolking moest worden voorgelicht over de nieuwe munt. Hoewel de voordelen van een monetaire unie en de wisselkoersen al veel publiciteit hadden gekregen, was er ook praktisch advies nodig over de overgang.

De ECB besloot een brede voorlichtingscampagne te houden om het grote publiek te informeren over de nieuwe bankbiljetten en munten. In november 1999 werd door middel van een openbare aanbesteding een internationaal reclamebureau geselecteerd om de ECB en de nationale centrale banken bij te staan bij een informatiecampaagne over de euro.

Speerpunten van de campagne waren:

- het uiterlijk van de eurobankbiljetten en euromunten
- de coupures en muntstukken
- de echtheidskenmerken
- de overgang.

De strategie was gericht op een geïntegreerde voorlichtingscampagne, waarin dezelfde boodschap door verschillende media werd overgebracht. Vanaf het begin werd besloten een 'megafoontactiek' toe te passen, om de beschikbare middelen zo efficiënt mogelijk in te zetten. Deze tactiek beruiste op het idee dat elke doelgroep de informatie zou doorspelen aan een volgende (bijvoorbeeld detailhandelaren zouden folders geven aan hun klanten), zodat een steeds groter publiek werd bereikt naarmate de campagne vorderde.

Het uiteindelijke doel van de informatiecampaagne was iedereen in het eurogebied te bereiken, maar voor sommige groepen werd speciaal aangepast materiaal samengesteld. Daaronder vielen nationale autoriteiten (zoals de politie), geldverwerkers (zoals winkelbedienden en bankemployés), de reis- en toerismesector, onderwijsinstellingen, de media en ook kwetsbare groepen als blinden en slechtzienden.

De campagne omvatte:

- een partnerschapsprogramma voor overheidsorganen en het bedrijfsleven
- een advertentiecampaagne in het najaar van 2001
- een uitvoerige website, met een kinderpagina
- een serie pr- en persactiviteiten gedurende het hele jaar om de aandacht op de euro te vestigen, de bevolking te informeren en deze aan te moedigen zich met het nieuwe geld vertrouwd te maken.

Er werd een serie uiteenlopende publicaties voor verschillende behoeften geproduceerd. Omdat de campagne in het hele eurogebied zou worden gehouden, werd besloten al het campagnemateriaal centraal te creëren en daarna voor nationaal gebruik aan te passen. Daardoor waren de boodschap en de stijl consistent. De centrale ontwikkeling betekende dat er een concept moest worden opgesteld en het materiaal vervolgens per land moest worden aangepast. In sommige gevallen hoefde alleen de tekst te worden vertaald, in andere gevallen moesten nationale aspecten, bijvoorbeeld de lengte van de overgangsperiode, in aanmerking worden genomen. Elk onderdeel van het campagnemateriaal werd geproduceerd in de (toen) elf officiële talen van de EU, maar er was ook een informatiefolder beschikbaar in 23 talen. Sommige teksten werden zelfs in nog meer talen vertaald. In Spanje werden bijvoorbeeld versies gepubliceerd in de officiële talen van de Balearen, het Baskenland, Catalonië, Galicië en Valencia; in Ierland werden sommige teksten ook in het Iers vertaald.

Aan het begin van de campagne was een aantal problemen gesignaleerd, die moesten worden opgelost. Het voornaamste punt waren de echtheidskenmerken van de eurobankbiljetten. Enerzijds moest het publiek ze kunnen herkennen, anderzijds mochten deze kenmerken niet te snel worden bekendgemaakt om valsemunten geen kans te geven.



Logo van het partnerschapsprogramma.

Daarom werden twee sets materiaal geproduceerd voor de informatiecampagne Euro 2002: sets met afbeeldingen van de eurobankbiljetten zonder echtheidskenmerken (dummyontwerpen) en sets waarin deze kenmerken wel waren opgenomen.

In totaal had de ECB voor deze campagne € 80 miljoen uitgetrokken. Uiteindelijk werden meer dan dertig verschillende publicaties ontwikkeld en gedrukt, in oplagen die varieerden van één enkel exemplaar tot meer dan zeventien miljoen exemplaren (de algemene informatiefolder) in verschillende talen, die in het hele eurogebied en daarbuiten werden verspreid.

HET PARTNERSCHAPSPROGRAMMA

Het partnerschapsprogramma, de hoeksteen van de campagne, sproot voort uit de 'megafoontactiek': het doorgeven van informatie via partners. Officiële partners hadden toegang tot informatie over de nieuwe bankbiljetten en munten die ze konden

doorgeven aan hun personeel, klanten en het grote publiek. Partners konden een keuze maken uit materiaal, en daarop hun eigen logo aanbrengen naast dat van de ECB of hun nationale centrale bank en dat van het partnerschapsprogramma.

Dat het partnerschapsprogramma, zowel nationaal als internationaal, zo'n succes was, kwam vooral doordat de partners accurate informatie uit de eerste hand op waarde wisten te schatten. Tijdens de campagne werden ze door middel van nieuwsbrieven, bijeenkomsten en trainingssessies op de hoogte gehouden van de ontwikkelingen. Partners in het internationale programma gaven alleen al tijdens de trainingssessies informatie door aan 300.000 geldverwerkers. Op een afgeschermd deel van de campagnewebsite werden aanvullende nieuwsberichten, voorbeelden van goede werkwijzen en downloadmateriaal ter beschikking gesteld. Aan het einde van de campagne waren ruim 2400 nationale en 100 internationale partners ingeschreven.

NATIONALE VOORLICHTINGSCAMPAGNES

De informatiecampagne Euro 2002 was gericht op thema's waarmee iedereen te maken zou krijgen: de coupures van de eurobankbiljetten, de euromuntstukken, hoe ze eruitzagen en de echtheidskenmerken. Er werd ook algemene informatie gegeven over de overgang, maar minder gedetailleerd.

In elk land binnen het eurogebied werden parallel aan de informatiecampagne Euro 2002 aanvullende nationale campagnes gevoerd. Met name op twee punten, die per land verschilden, moest voorlichting worden gegeven:

- de nationale regelingen voor de overgang, en
- de vaste wisselkoers van de nationale munt en de euro.

In het algemeen speelden de nationale centrale bank, het ministerie van Financiën en de regering als geheel een belangrijke rol op nationaal niveau. De kamers van koophandel, het bankwezen en de detailhandel waren ook betrokken bij de campagnes. De regelingen voor de overgang verschilden van land tot land, niet alleen omdat de levering van contant geld op verschillende manieren was geregeld, maar ook vanwege cultuurverschillen. Er waren geen geharmoniseerde data voor de vroegtijdige verstrekking van contant geld opgelegd en de landen konden zelf beslissen over de samenstelling van de starterkits. In sommige landen was de overgangsperiode heel kort of was die er zelfs helemaal niet (bijvoorbeeld in Duitsland); in andere strekte die zich uit over de maximumperiode van acht weken. Nationale munten konden bij de nationale centrale banken en de commerciële banken voor euro's worden ingewisseld. In sommige landen kan dat nog steeds.

PR- en persactiviteiten waren een belangrijk onderdeel van de communicatiemix. Ze varieerden

van persberichten en persconferenties tot informatie voor bepaalde doelgroepen, zoals banken en detailhandelaren, belangrijke kanalen voor de invoering van het nieuwe chartale geld. De voorlichting werd versterkt door speciale callcentra en websites in elk land. Ook vulden veel nationale centrale banken de grootschalige informatiecampagne Euro 2002 aan met televisiespots en advertenties in de pers.

In sommige landen was men bezorgd dat ongebruikte munten die burgers thuis bewaarden, zouden leiden tot lange rijen bij de banken tijdens de overgangsperiode. Er werden campagnes gehouden om de burgers aan te sporen hun munten tijdig terug te brengen. Tijdens de Operatie Spaarpot in België werden de Belgen op televisie, in de pers en via hun kinderen op school aangespoord Belgische franken in spaarvarkens in te wisselen voor euro's. Ook in Duitsland, Finland, Ierland en Oostenrijk werden campagnes gevoerd om gehamsterde munten los te weken.

Op 31 december 1998 waren de wisselkoersen voor 11 van de 12 landen vastgesteld. Deze waren geldig met ingang van 1 januari 1999. In sommige landen was omrekenen simpel (bijvoorbeeld in Duitsland, waar € 1 ongeveer gelijk was aan DEM 2), maar in andere landen, bijvoorbeeld Griekenland (dat op 1 januari 2001 tot het eurogebied toetrad), was het ingewikkelder: € 1 kwam overeen met GRD 340,75. Elk euroland stelde daarom eigen materiaal samen over het omrekenen van de nationale munt in euro. In Frankrijk bijvoorbeeld werden folders verspreid met de afmetingen van een creditcard en gedrukt op extra stevig, vlek vrij papier, waarin ronde bedragen in euro met het overeenkomende bedrag in Franse frank (en omgekeerd) waren vermeld. In Ierland kreeg elk huishouden een rekenmachine en een informatiefolder.



Studenten verkleed als euro's in een winkelcentrum in Dublin.

CAMPAGNEONDERZOEK

Vanaf het begin werd door middel van kwalitatief onderzoek getoetst of de informatiecampagne Euro 2002 doel trof. De resultaten werden gebruikt om de creatieve stijl van de campagne te bepalen. Door middel van kwantitatief onderzoek werden leemtes in de kennis van de burgers opgespoord en werd de houding van het publiek tegenover de overgang en de nieuwe bankbiljetten en munten gepeild. Daardoor kon de campagne beter worden afgestemd op de doelgroep. Een dergelijke omvangrijke campagne was nog niet eerder gevoerd: onderzoek was dus een wezenlijk onderdeel van de strategie. Er was immers geen tijd om de campagne opnieuw op te zetten of te lanceren, als de boodschap niet zou aankomen bij het grote publiek.

Het kwalitatieve onderzoek – het testen van ideeën die in al het campagnemateriaal zouden worden gebruikt – startte onmiddellijk. Dit materiaal zou in het hele eurogebied worden gebruikt, dus het moest mensen uit verschillende landen aanspreken, van Finland tot Portugal en van Ierland tot Griekenland. Er werd gezocht naar thema's die de aandacht van zo veel mogelijk mensen zouden trekken, zonder iemand af te stoten.

Daarvoor werd onderzoek gedaan met behulp van focusgroepen: kleine groepen volwassenen, ouderen, kinderen en managers uit het midden- en kleinbedrijf werden geïnterviewd. Uit de antwoorden van al deze groepen kwam naar voren dat de campagne pakkender moest worden. Daarnaast moest per advertentie – of het nu op televisie was of in druk – één enkele, eenvoudige boodschap worden overgebracht, om verwarring te voorkomen.

Deze resultaten werden verwerkt in het ontwikkelingsproces, waarna in november 2000 een tweede onderzoeksrunde werd gestart. Daaruit bleek dat het campagnemateriaal veel beter was geworden. Ook werd duidelijk dat er nog een

'menselijk' aanknopingspunt nodig was, met mensen die de eurobankbiljetten bekeken of gebruikten, en krachtiger visuele en auditieve signalen die een dynamischer beeld oproepen.

De definitieve versie van het creatieve materiaal bevatte een spraakballon met de campagneslogan 'de EURO. ONS geld'. Deze slogan was ook getest in het kwantitatieve campagneonderzoek. Over het algemeen werd geoordeeld dat de eenvoud ervan de boodschap overbracht dat de eurobankbiljetten en euromunten van de gewone mensen waren.

In het kwantitatieve onderzoeksprogramma werd geëvalueerd wat de burgers van het eurogebied wisten over de invoering van de chartale euro, en dan met name over de praktische kanten daarvan, en hoe ze er tegenover stonden. Tussen september 2000 en februari 2002 werd het onderzoek in vier fasen uitgevoerd. De eerste fase was bedoeld als 'aftrap' van de campagne en werd gevolgd door een evaluatie halverwege de campagne, in februari 2001. Een derde fase, in november 2001, diende voornamelijk als steekproef voor de invoering van het nieuwe chartale geld, maar ook als deelevaluatie van de campagne. In februari 2002 vond de laatste fase van het onderzoek plaats, waarin zowel de gehele campagne als de overgang werd geëvalueerd.

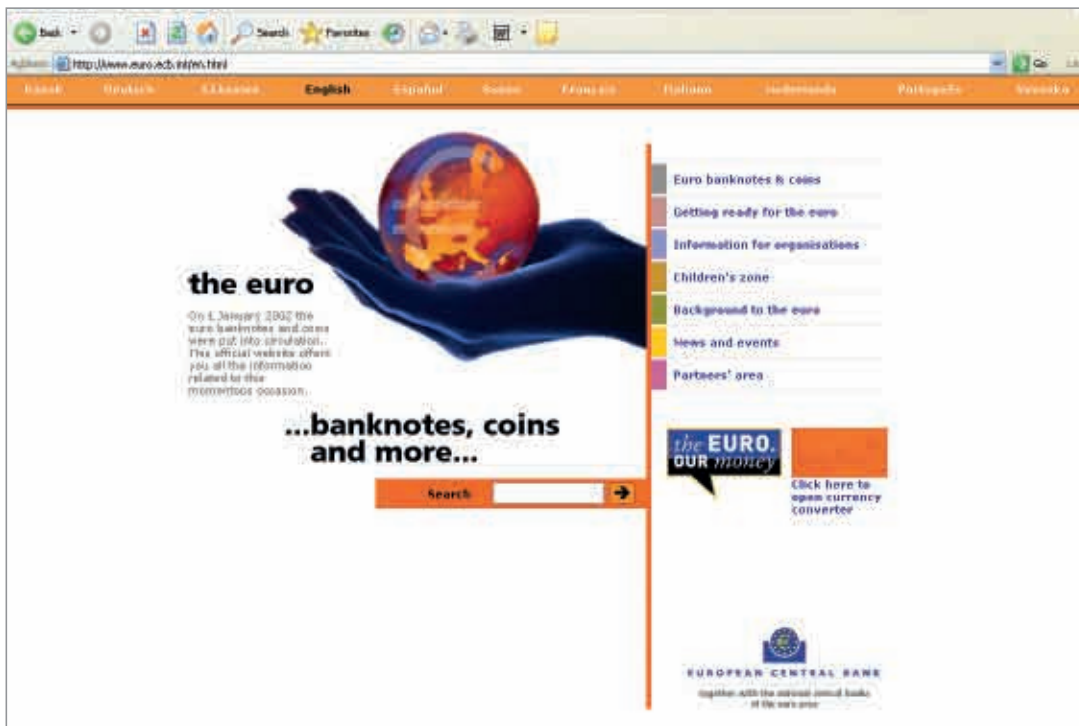
Voor elke fase werd in alle landen van het eurogebied veldwerk gedaan. Uit elk land werden 500 willekeurig gekozen burgers (onder wie volwassenen, kinderen en kassapersoneel) persoonlijk geïnterviewd. In de eerste drie onderzoeksfasen was het doel uit te vinden hoeveel de bevolking wist over de nieuwe valuta. De kennis over de echtheidskenmerken van de bankbiljetten was tegen het einde van de derde fase bijvoorbeeld met 12% toegenomen onder volwassenen en met 17% onder managers van kleine bedrijven.



De campagneslogan, die in 23 talen werd vertaald.



Deskundigen van Publicis, het reclamebureau dat door de ECB was uitgekozen voor de informatiecampaagne Euro 2002, bereiden advertenties voor.



Schermafbeelding van de website van de informatiecampaagne Euro 2002.

DE CAMPAGNEWEBSITE

De website van de informatiecampaagne Euro 2002 werd op 1 maart 2001 gelanceerd. Hij bevatte informatie over de euro en benadrukte met name de kernboodschappen van de campagne. Daarnaast bevatte de site speciale afdelingen voor de belangrijkste doelgroepen, zoals de media, leden van het partnerschapsprogramma op nationaal of internationaal niveau en kinderen. De site had zeven verschillende afdelingen in de kleuren van de zeven eurobankbiljetten. Net als het andere campagnemateriaal was de site beschikbaar in de (toen) elf officiële talen van de EU, met links naar de websites van de nationale centrale banken.

Elke afdeling had een bepaald kernthema. 'Eurobankbiljetten en euromunten' bevatte de belangrijkste informatie van de campagne: het uiterlijk, de nominale waarden en de echtheidskenmerken van het nieuwe geld. In een andere afdeling, 'Voorbereiding op de euro', draaide het om de uiteenlopende regelingen voor de overgang op de chartale euro. Een onderdeel hiervan was 'Reizen in het eurogebied'.

Drie afdelingen waren bedoeld voor speciale doelgroepen. De 'Informatie voor organisaties' hielp het bedrijfsleven personeel voor te bereiden en om te gaan met vroege leveringen van contanten, maar bood ook voorlichtingsmateriaal dat gedownload kon worden. 'Nieuws en evenementen' was hoofdzakelijk gericht op journalisten en bevatte een overzicht van de campagne, naast persberichten, informatiepakketten en contactgegevens voor de media. De kinderpagina bevatte een spel waarmee kinderen de bankbiljetten en munten konden leren kennen. Kinderen van acht tot twaalf jaar konden deelnemen aan een onlineprijsvraag, 'Word Euro SuperSter'.

De website werd in de aanloop naar de overgang goed bezocht. De meeste bezoeken (meer dan een miljoen) werden geregistreerd in december 2001 en januari 2002. De site speelde een belangrijke ondersteunende rol tijdens de campagne, met name voor het partnerschapsprogramma. Daarvoor fungeerde hij als een voordelig distributiekanaal, maar hij bevatte ook het programma voor de personen-activiteiten.

PERS EN PR

Het pr- en persprogramma, een sleutelonderdeel van de informatiecampagne Euro 2002, omvatte gecoördineerde activiteiten waarmee de aandacht van de pers en het publiek op de nieuwe bankbiljetten en munten werd gevestigd.

Er werd een 'aftelkalender' samengesteld om de media op belangrijke data van officiële informatie te voorzien. Ook werden er mediasets samengesteld voor zeven sleuteldata, te beginnen met € -365, dat wil zeggen 1 januari 2001, en eindigend op € -1, 31 december 2001. Elke set bevatte teksten en illustratiemateriaal, zoals folders en cd-roms, en werd aan ongeveer 300 nationale en internationale contactpersonen in de media verzonden, voornamelijk in het eurogebied.

In elf van de twaalf landen van het eurogebied werden ook campagneconferenties gehouden. Op elke conferentie werd de aandacht van nationale partijen gevestigd op de nationale aspecten van de overgang op de euro en op de voorbereidingen in de economische sectoren die het nauwst bij de overgang waren betrokken, waaronder de financiële wereld, de detailhandel en de reissector. De conferenties kregen behoorlijk wat aandacht in de media, onder meer dankzij een aantal bekende deelnemers. Ze bleken een doeltreffend communicatiekanaal.

Eén pr-activiteit was speciaal bedoeld voor kinderen tussen acht en twaalf jaar oud, niet alleen omdat zij de nieuwe valuta moesten leren kennen, maar ook omdat zij een belangrijke rol konden spelen bij het doorgeven van informatie aan hun ouders en andere gezinsleden. De winnaars van een prijsvraag, de 24 'Euro SuperSterren', werden door de ECB uitgenodigd voor een prijsuitreiking in Frankfurt op 31 december 2001. Ze kregen van de toenmalige President van de ECB, Wim Duisenberg, een houder van plexiglas met alle eurobankbiljetten en een laptop. Bovendien werd een musical opgevoerd met de personages uit de poster van de prijsvraag 'Word Euro SuperSter'.

Naast het Euro SuperSter-evenement, waarin ook een persconferentie aan de vooravond van de overgang was opgenomen, bood de ECB onderdak aan twee andere

evenementen. De eerste was een persconferentie op 1 maart 2001, waarin de belangrijkste thema's van de campagne werden gepresenteerd en de campagneslogan werd bekendgemaakt. Het andere evenement, ook een persconferentie, vond plaats op 30 augustus 2001 en kreeg veel aandacht in de media. De President van de ECB toonde die dag voor het eerst de echte eurobankbiljetten. Tot op dat moment waren de echtheidskenmerken een goed bewaard geheim, dus de conferentie trok veel aandacht: meer dan 500 journalisten, 39 cameraploegen en talloze televisiezoekers zonden de persconferentie in de Neue Oper in Frankfurt live uit. Twee beelden van de persconferentie werden in kranten over de hele wereld afgedrukt: een van Wim Duisenberg die een ster met de eurobankbiljetten vasthoudt, en een van rond de Eurotower opgehangen spandoeken met de bankbiljetten erop.



Poster voor de onlineprijsvragen 'Word Euro SuperSter' voor kinderen.

MASSAMEDIACAMPAGNE

Dit deel van de informatiecampagne liep het meest in het oog. Het omvatte drie hoofdelementen: onlineadvertenties, nationale en internationale mediacampagnes. Het doel was dat ten minste 80% van de bevolking van het eurogebied elke advertentie gemiddeld ten minste 2,5 keer zou zien. Extra aandacht zou uitgaan naar huisvrouwen en ouderen.

De strategie was erop gericht de kennis van de bevolking langzamerhand te vergroten door middel van een kort maar hevig 'publiciteitsoffensief', dat zou bestaan uit zeven televisiespots en acht gedrukte advertenties, die eind september 2001 voor het eerst verschenen. De laatste en afsluitende golf advertenties in de pers werd in februari 2002 gepubliceerd. Daarin stonden opnieuw de echtheidskenmerken van de bankbiljetten in het middelpunt. In totaal werden de televisiespots tussen september 2001 en februari 2002 meer dan 10.000 keer uitgezonden en werden meer dan 800 maal gedrukte advertenties geplaatst in publicaties in het hele eurogebied.

Naast de massamediacampagne in het eurogebied werd een internationale campagne gevoerd in andere Europese landen, in Azië, Noord-Amerika en Latijns-Amerika. In elke regio was het doel de bovenste 10 à 20% van de bevolking (in termen van opleidingsniveau en inkomen) en potentiële reizigers naar het eurogebied te bereiken. Daarvoor werden gedrukte advertenties geplaatst in internationale kranten en tijdschriften, zoals de *Financial Times* en *Time*. Daarnaast werden posters opgehangen op vliegvelden in het eurogebied en op London Heathrow, aangevuld met informatie tijdens vluchten in zowel elektronische als gedrukte vorm.

De campagne omvatte divers materiaal, waaronder:

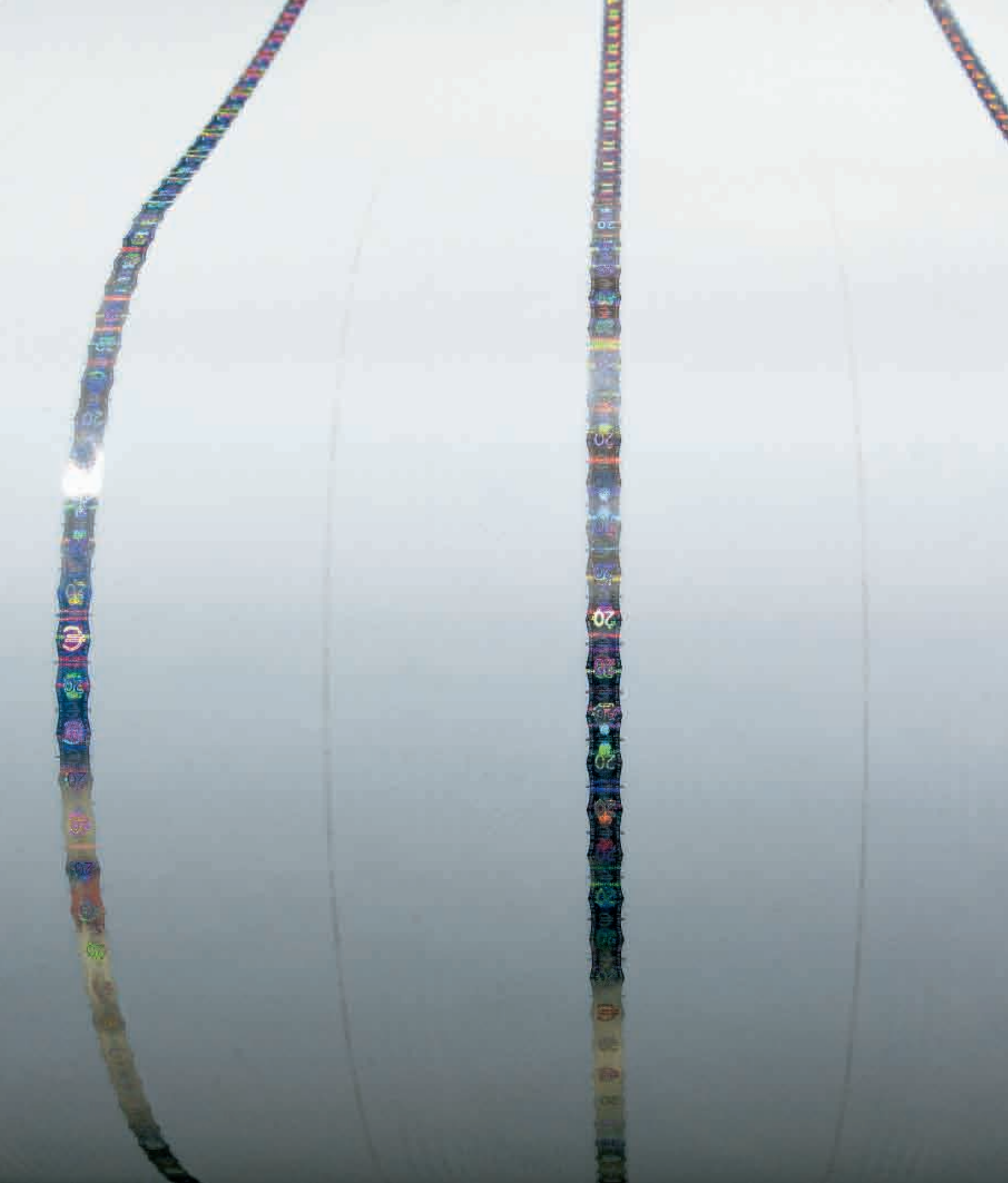
- een informatiekit over de eurobankbiljetten en euromunten voor het grote publiek, met feiten over het uiterlijk en de nominale waarden van het nieuwe geld, maar ook gegevens over de overgang;
- materiaal om kassapersoneel en winkelbedienden te trainen. Elke kit bevatte een interactieve cd-rom, een folder en een video met gedetailleerde informatie hoe echte eurobankbiljetten kunnen worden herkend;
- een serie gedrukte advertenties met informatie over de kenmerken van het hologram en het watermerk van een eurobankbiljet;
- een informatiefolder voor het grote publiek, die onder de meeste huishoudens in het eurogebied werd verspreid. 17 miljoen van deze folders werden geproduceerd in 18 verschillende versies, plus versies in 12 extra talen voor mensen buiten het eurogebied.



Informatiefolder voor het grote publiek – in het Engels en het Chinees.



Campagneposters.





HOOFDSTUK 6

ECHTHEIDSKENMERKEN VAN DE EUROBANKBILJETTEN

└ Streephologrammen worden aangebracht op het papier voor de eurobankbiljetten.

Het ontwerp van de eurobankbiljetten en euromunten was een belangrijk onderdeel van de informatiecampagne Euro 2002. Dit onderdeel kreeg veel aandacht in de media en de bevolking was al snel in staat de coupures en muntstukken in een oogopslag te herkennen. Een ander belangrijk thema van de campagne waren de echtheidskenmerken van de bankbiljetten. Zowel het grote publiek als professionele geldverwerkers moesten ze kennen om een echt van een vals bankbiljet te kunnen onderscheiden.

De bankbiljetten worden gedrukt met behulp van geavanceerde druktechnieken en dankzij de echtheidskenmerken kunnen vervalsingen gemakkelijk worden herkend. De eurobankbiljetten kunnen op verschillende manieren worden gecontroleerd. Sommige gebruikers controleren kenmerken die met het blote oog kunnen worden gezien, zoals het watermerk. Andere controleren of het papier van de bankbiljetten stevig aanvoelt en knispert, en of de reliëfelementen aanwezig zijn, met name bij het betalen met of terugkrijgen van contant geld in de supermarkt.

Kassapersoneel en winkelbedienden kunnen andere kenmerken controleren met behulp van ultraviolet licht (UV-licht). De eurobankbiljetten bevatten ook enkele niet-zichtbare kenmerken, die door sensoren in verkoopautomaten en door de snelle sorteermachines van de nationale centrale banken kunnen worden gedetecteerd. De geavanceerdste verborgen kenmerken kunnen alleen door de hightechsensoren van centrale banken worden waargenomen en zijn slechts bij enkele

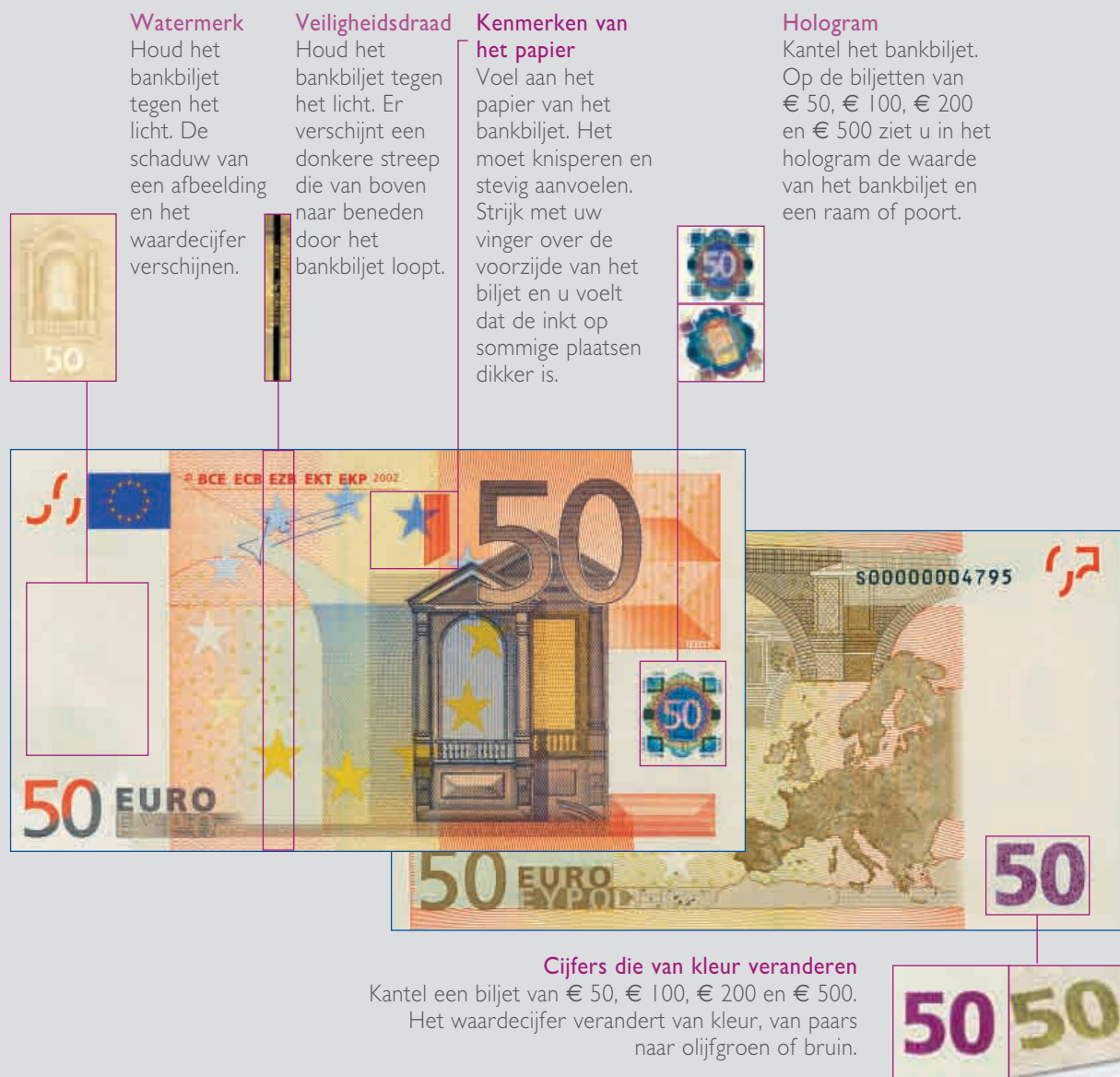
sensorfabrikanten bekend. Het is daarom zeer onwaarschijnlijk dat centrale banken vervalst geld dat zij van banken of detailhandelaren ontvangen, per ongeluk weer in omloop brengen.

De echtheidskenmerken verschillen per coupure: in de lage coupures (€ 5, € 10 en € 20) is aan de voorzijde een streephologram en aan de achterzijde een glanzende band opgenomen. De hoge coupures (€ 50, € 100, € 200 en € 500) bevatten een vierkant hologram aan de voorzijde en een van kleur veranderend waardecijfer aan de achterzijde.

Vervalsers concentreren zich meestal (met wisselend succes) op maar een paar van de kenmerken van een bankbiljet, dus gebruikers moeten altijd verschillende echtheidskenmerken controleren door te voelen, te kijken en het bankbiljet te kantelen. **VOEL** de tastbare kenmerken. **KIJK** naar de kenmerken die zichtbaar zijn als het bankbiljet tegen het licht wordt gehouden. **KANTEL** om de kenmerken te controleren die 'bewegen' of van kleur veranderen. Kassapersoneel kan met behulp van eenvoudige apparatuur nog meer kenmerken controleren. Alle bekendgemaakte echtheidskenmerken van de eurobankbiljetten worden hieronder opgesomd.

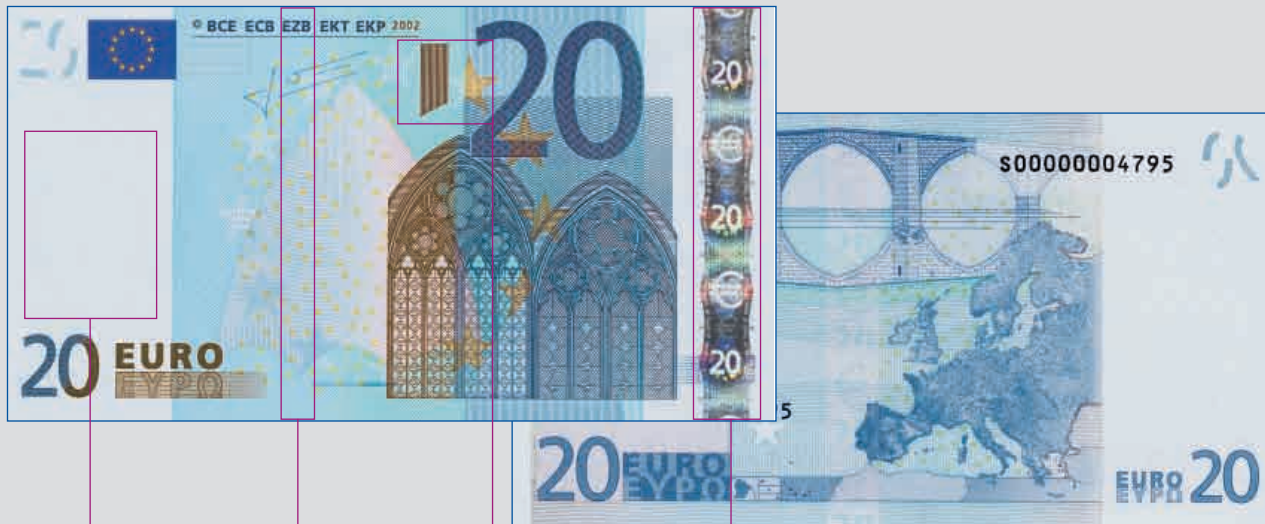
VOELEN

- *Papier*
Voel of het papier van het bankbiljet stevig aanvoelt en knispert.
- *Verhoogde druk*
Voel de verhoogde druk met uw vingernagel.



KIJKEN

- Watermerk**
Houd het bankbiljet tegen het licht. Het watermerk verschijnt. Als u het bankbiljet op een donkere ondergrond legt, worden de lichte gedeelten donkerder. Dit effect is gemakkelijk te zien in het waardewatermerk.
- Veiligheidsdraad**
Wanneer u het bankbiljet tegen het licht houdt, verschijnt de draad als een donkere streep. Op die streep zijn het woord 'EURO' en het waardecijfer gedrukt.
- Doorzichtcijfer**
Houd het bankbiljet tegen het licht. De tekens die aan beide zijden in de bovenhoek van het bankbiljet zijn gedrukt, sluiten op elkaar aan en vormen samen het waardecijfer.
- Perforaties**
Houd het bankbiljet tegen het licht. In het streephologram of het vierkante hologram ziet u dan perforaties die samen het €-teken vormen.



Watermerk

Houd het bankbiljet tegen het licht. De schaduw van een afbeelding en het waardecijfer verschijnen.



Veiligheidsdraad

Houd het bankbiljet tegen het licht. Er verschijnt een donkere streep die van boven naar beneden door het bankbiljet loopt.

Kenmerken van het papier

Voel aan het papier van het bankbiljet. Het moet knisperen en stevig aanvoelen. Strijk met uw vinger over de voorzijde van het biljet. U voelt dat de inkt op sommige plaatsen dikker is.



Hologram

Kantel het bankbiljet. Op de biljetten van € 5, € 10 en € 20 ziet u in het hologram de waarde van het bankbiljet en het euroteken (€).

KANTELEN

- **Vierkant hologram** (bankbiljetten van € 50, € 100, € 200 en € 500)
Kantel het biljet. De afbeelding in het hologram verspringt tussen de waarde en een raam of poort.
- **Streephologram** (bankbiljetten van € 5, € 10 en € 20)
Kantel het biljet. De afbeelding in het hologram verspringt tussen de waarde en het €-teken. Aan de randen is de waarde nog eens in kleine letters aangegeven.
- **Van kleur veranderend waardecijfer** (bankbiljetten van € 50, € 100, € 200 en € 500)
Kantel het bankbiljet. Het waardecijfer verandert van kleur, van paars naar olijfgroen of bruin.
- **Glanzende band** (bankbiljetten van € 5, € 10 en € 20)
Kantel het bankbiljet. Er verschijnt een goudkleurige band. Deze toont het waardecijfer en het €-teken.

CONTROLE MET ULTRAVIOLET LICHT

- *Fluorescentie bij UV-licht*
Onder UV-licht
 - *glimt het papier zelf niet*
 - *worden rode, blauwe en groene vezels in het papier zichtbaar*
 - *wordt de vlag van de Europese Unie groen met oranje sterren*
 - *wordt de handtekening van de President van de ECB groen*
 - *lichten de grote sterren en kleine cirkels aan de voorzijde op, evenals de kaart, de brug en het waardecijfer aan de achterzijde.*

CONTROLE MET EEN VERGROOTGLAS

- *Microschrift*
Op verschillende plaatsen op het bankbiljet is microdruk gebruikt. Om dit te zien heeft u een vergrootglas nodig. Het microschrift is scherp, niet vaag.

WIST U DAT?

- *Enkele kenmerken van de bankbiljetten kunnen slijten bij verkeerd gebruik. Zo kan het papier van een per ongeluk gewassen bankbiljet onder UV-licht glanzen. Gebruik de voel-kijk-kantelmethode als extra controle of het bankbiljet echt is.*
- *Op de eurobankbiljetten staat de handtekening van Willem F. Duisenberg, de eerste President van de Europese Centrale Bank, of van Jean-Claude Trichet, die hem op 1 november 2003 is opgevolgd. Bankbiljetten met beide handtekeningen zijn geldig.*





HOOFDSTUK 7

LOPENDE EN TOEKOMSTIGE ONTWIKKELINGEN

De hoeveelheid en de waarde van de eurobankbiljetten in omloop is sinds de invoering begin 2002 sterk gestegen. Er zijn aanwijzingen dat tegen het einde van 2006 een aanzienlijk deel ervan (15% van de totale waarde van eurobankbiljetten in omloop) buiten het eurogebied werd aangehouden. Een gebrek aan vertrouwen in de eurobankbiljetten onder het publiek zou hun functie als betaalmiddel ondermijnen, zodat de ECB de situatie van de chartale euro en de ontwikkelingen van de omloop in termen van volume en kwaliteit van de bankbiljetten vanaf het begin in het oog heeft gehouden. Door de voorraden van de nationale centrale banken (NCB's) te bewaken en grensoverschrijdende overdrachten van grote hoeveelheden bankbiljetten van NCB's met een overschot aan NCB's met een tekort te coördineren, heeft de ECB ervoor gezorgd dat overal en altijd, in het eurogebied en daarbuiten, doeltreffend aan de vraag naar bankbiljetten wordt voldaan.

Het Eurosysteem zorgt er niet alleen voor dat nieuwe bankbiljetten steeds van dezelfde hoge kwaliteit zijn, maar ook dat zij in goede staat blijven nadat ze de kluizen van de centrale banken hebben verlaten. Een teruglopende kwaliteit door slijtage of vervuiling tijdens de omloop kan er bijvoorbeeld toe leiden dat ze niet meer worden geaccepteerd door verkoopautomaten. Als dergelijke bankbiljetten niet uit de omloop worden genomen, wordt het ook moeilijker om vervalsingen te herkennen. Daarom zijn gemeenschappelijke minimumkwaliteitseisen vastgesteld voor het verwerken van eurobankbiljetten door de snelle sorteermachines van de nationale centrale banken. Deze kunnen in een fractie van een seconde vaststellen of een bankbiljet echt is en in welke staat het verkeert. Waar nodig hebben de NCB's maatregelen genomen om te garanderen dat bepaalde coupures vaker worden teruggezonden, zodat versleten exemplaren uit de omloop kunnen worden genomen.

Het Eurosysteem houdt nieuwe ontwikkelingen in de organisatie van de chartale cyclus op initiatief van de commerciële banken nauwlettend in de gaten. In 2002 zijn samen met de fabrikanten van cash-recycling-machines en de Europese kredietsectororganisaties gemeenschappelijke minimumreferentiewaarden vastgesteld voor de kwaliteit en de echtheidscontrole

van bankbiljetten. Cash-recycling-machines zijn op zichzelf staande, door de klant bediende apparaten die volledig geautomatiseerd bankbiljetten kunnen innemen, verwerken en uitgeven. Dankzij de referentiewaarden kan op een betrouwbare manier worden gecontroleerd of de bankbiljetten echt zijn en in goede staat verkeren. In december 2004 zijn deze referentiewaarden uitgebreid met het 'Kader voor de detectie van vervalsingen en voor de sortering op fitness door kredietinstellingen en andere professionele geldverwerkers'. Het kader bevat de vereisten waaraan banken en geldtransportbedrijven zich moeten houden bij het recirculeren van bankbiljetten die zij van hun klanten hebben ontvangen – door cash-recycling-machines of bankbiljetten verwerkende machines die door personeel worden bediend. Door het nieuwe kader wordt het risico dat banken vervalste bankbiljetten per ongeluk weer in omloop brengen, nog verder teruggedrongen. Dat kan onder andere door banken en geldtransportbedrijven alleen die cash-recycling- en verwerkingsmachines te laten gebruiken die de test van een centrale bank met succes hebben doorstaan.

De euro is volwassen geworden en het Eurosysteem heeft met de invoering van de bankbiljetten en munten en het beheren van de omloop veel ervaring opgedaan. Uit deze ervaring kunnen de nieuwe lidstaten van de Europese Unie putten wanneer zij de euro invoeren. Vanaf 2007 zal de euro geleidelijk de nationale valuta's vervangen van de twaalf landen die sinds 1 mei 2004 tot de Europese Unie zijn toegetreden: Bulgarije, Cyprus, Estland, Hongarije, Letland, Litouwen, Malta, Polen, Roemenië, Slowakije, Slovenië en Tsjechië. Het eerste van deze twaalf dat zich bij het eurogebied heeft aangesloten, was Slovenië (in januari 2007), op 1 januari 2008 gevolgd door Cyprus en Malta.

Als harde munt waarin op ruime schaal handel wordt gedreven, is de euro een aantrekkelijk doelwit voor vervalsers. Slechts een heel klein percentage van de 11 miljard eurobankbiljetten in omloop is echter een vervalsing.

Om vervalsers voort te blijven, speelt het Eurosysteem aanhoudend naar vervalsingen en volgt het de vooruitgang in druk- en reproductietechnieken op de



Jean-Claude Trichet, de President van de Europese Centrale Bank, verwelkomt in 2004 de tien nieuwe leden van de Europese Unie bij de Europese Centrale Bank.

voet. Daarnaast ontwikkelt het Eurosysteem nieuwe echtheidskenmerken en productietechnieken voor bankbiljetten.

Een echtheidskenmerk begint te verouderen zodra een serie bankbiljetten wordt uitgegeven: vervalsers leren natuurlijk steeds meer bij over de echtheidskenmerken. Daarom worden series bankbiljetten gewoonlijk aangepast, dat wil zeggen verbeterd, nadat zij enkele jaren in omloop zijn geweest.

Er wordt al gewerkt aan de planning van een nieuwe serie eurobankbiljetten. Daarin zullen nieuwe echtheidskenmerken worden verwerkt, maar in andere opzichten is het een voortzetting van de huidige serie: de coupures blijven dezelfde – van € 5 tot € 500 – en ze worden gebaseerd op hetzelfde ontwerpconcept, namelijk de tijdperken en stijlen van Europa, zodat ze onmiddellijk herkenbaar zijn als eurobankbiljetten.

De eerste stap in de ontwikkeling van de nieuwe serie was het opstellen van een lijst

met veiligheidscriteria. Daarover zijn verschillende groepen bankbiljetgebruikers geraadpleegd, zodat gebruiksvriendelijke bankbiljetten konden worden ontworpen die in winkels en daarbuiten gemakkelijk zijn te verwerken en zowel met het blote oog als met machinale sensoren gemakkelijk te herkennen zijn. Daarna komt de fase van de industriële validatie, waarin de echtheidskenmerken worden getest op slijtvastheid en andere kwaliteitsfactoren, maar ook op hun geschiktheid voor productie op grote schaal.

De ontwikkeling en productie van de nieuwe eurobankbiljetten zal enige tijd in beslag nemen en de nieuwe biljetten zullen vervolgens geleidelijk, over meerdere jaren, in omloop worden gebracht. De volgorde en het moment van uitgifte zullen afhangen van de beschikbaarheid van nieuwe echtheidskenmerken en van de situatie met betrekking tot vervalsingen. Het eerste bankbiljet van de nieuwe serie zal naar verwachting tegen het einde van dit decennium worden uitgegeven.

© Europese Centrale Bank, 2007

ADRES

Kaiserstrasse 29, 60311 Frankfurt am Main, Duitsland

POSTADRES

Postbus 16 03 19, 60066 Frankfurt am Main, Duitsland

TELEFOON

+49 69 1344 0

WEBSITE

<http://www.ecb.int>

FAX

+49 69 1344 6000

TELEX

411 144 ecb d

FOTO'S

Deutsche Bundesbank
Europese Gemeenschap
Europese Centrale Bank

ISBN: 978-92-899-0332-5 (internetversie)

