



***EURO UND  
ÖSTERREICHER:  
ZWANGSEHE, ABER NICHT DIE  
GROSSE LIEBE***

10/03

# **EURO UND ÖSTERREICHER: ZWANGSEHE, ABER NICHT DIE GROSSE LIEBE**

**Die Österreicher tun sich noch immer sehr schwer, EURO-Preise dahingehend einzustufen, ob etwas teuer, preisgünstig oder gar ein echter Preishammer ist. Trotzdem freundet man sich mehr und mehr mit der neuen Währung an. Dass es sich dabei aber eher um ein „zwangsweises“ Arrangieren mit der Gemeinschaftswährung handelt, lässt sich aus dem beträchtlichen Trennungsschmerz folgern, den der Abschied vom Schilling nach wie vor verursacht. Ein Faktum ist auch das subjektive Empfinden, sich mit dem EURO einen TEURO eingehandelt zu haben.**

Wie fügt sich der EURO eineinhalb Jahre nach seiner Einführung in das alltägliche Leben von Herr und Frau Österreicher ein? Zeit für SPECTRA, sich dieses Themas wieder einmal anzunehmen.

Vor dem Hintergrund der vorliegenden Befunde ist zunächst zu konstatieren, dass die Entwicklung eines adäquaten Preisgefühls in den Köpfen der Konsumenten nur schleppend vorangeht. Auch wenn im Vergleich zum Jänner dieses Jahres ein leichter Aufwärtstrend des Preisgefühls zu bemerken ist (+5%), bleibt eines evident: **Die überwiegende Mehrheit (75%) der Österreicher kann mit dem EURO noch immer schlechter umgehen als mit dem Schilling.**

In das Bild passt auch, dass die Wehmut, den Schilling verloren zu haben, so groß wie nie zuvor ist. 47% geben an, sich vom Schilling sehr schwer bzw. schwer getrennt zu haben.

Trotzdem: Was das Anfreunden mit der neuen Währung betrifft, so haben sich

mittlerweile immerhin fast zwei Drittel (62%) der Bevölkerung sehr gut oder gut mit dem Euro arrangiert. Das sind um 9%-Punkte mehr als noch im Jänner dieses Jahres.

**Es drängt sich die Schlussfolgerung auf, dass die Beziehung zum Euro eine Art „Zwangsehe“ darstellt. Es bleibt den Menschen nichts anderes übrig, als sich mit dem EURO abzufinden. Wirklich lieben tun sie ihn nicht.**

Die Liebe hält sich nicht zuletzt deshalb in Grenzen, als die Gleichung „EURO = TEURO“ noch immer in den Köpfen der Leute verankert ist. Das schlechte Preisgefühl lässt bei den Konsumenten sehr schnell (stellenweise auch fälschlicherweise) den Schluss aufkommen, die Preise wären gestiegen. So entsteht die Diskrepanz zwischen subjektivem „TEURO“-Gefühl und tatsächlichen, offiziellen Teuerungsdaten, die nur „normale“, geringfügige Preissteigerungen ausweisen.

## **Erhebungscharakteristik**

**Stichprobe:** n= 500 Personen, repräsentativ für die österreichische Bevölkerung ab 15 Jahre

**Methodik:** Telefonische Interviews

**Umfrage:** M-2562

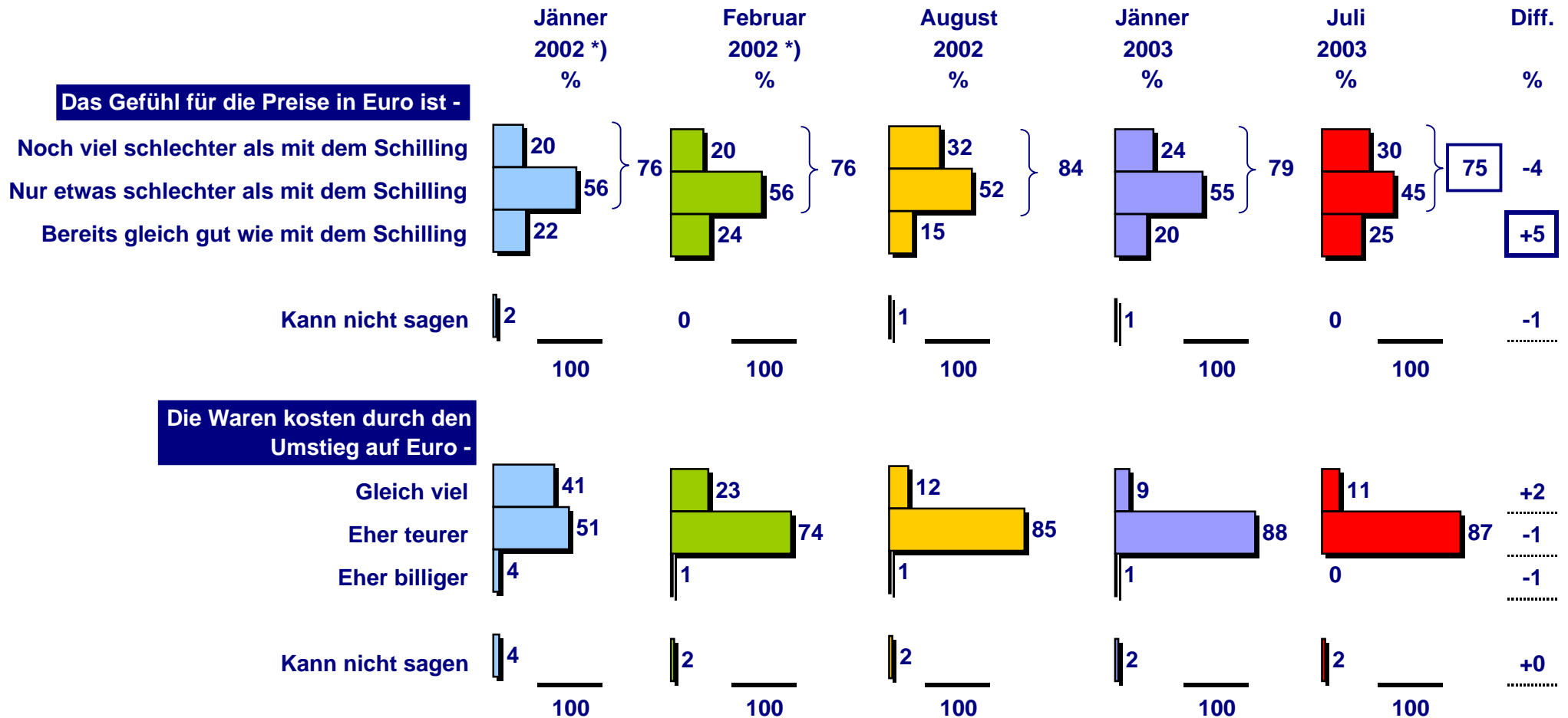
**Feldzeit:** Juli 2003

Die maximale Fehlerspanne bei 500 Befragten beträgt +/- 4,48%

# Das Preisgefühl für den Euro (Trend)

FRAGE: Wenn Sie mit dem EURO bezahlen, wie ist da Ihr Gefühl für die Preise von Waren in EURO?

FRAGE: Kosten die Waren des alltäglichen Bedarfes durch den Umstieg vom Schilling auf den EURO gleich viel wie bisher, sind sie eher teurer geworden oder sind sie eher billiger geworden?

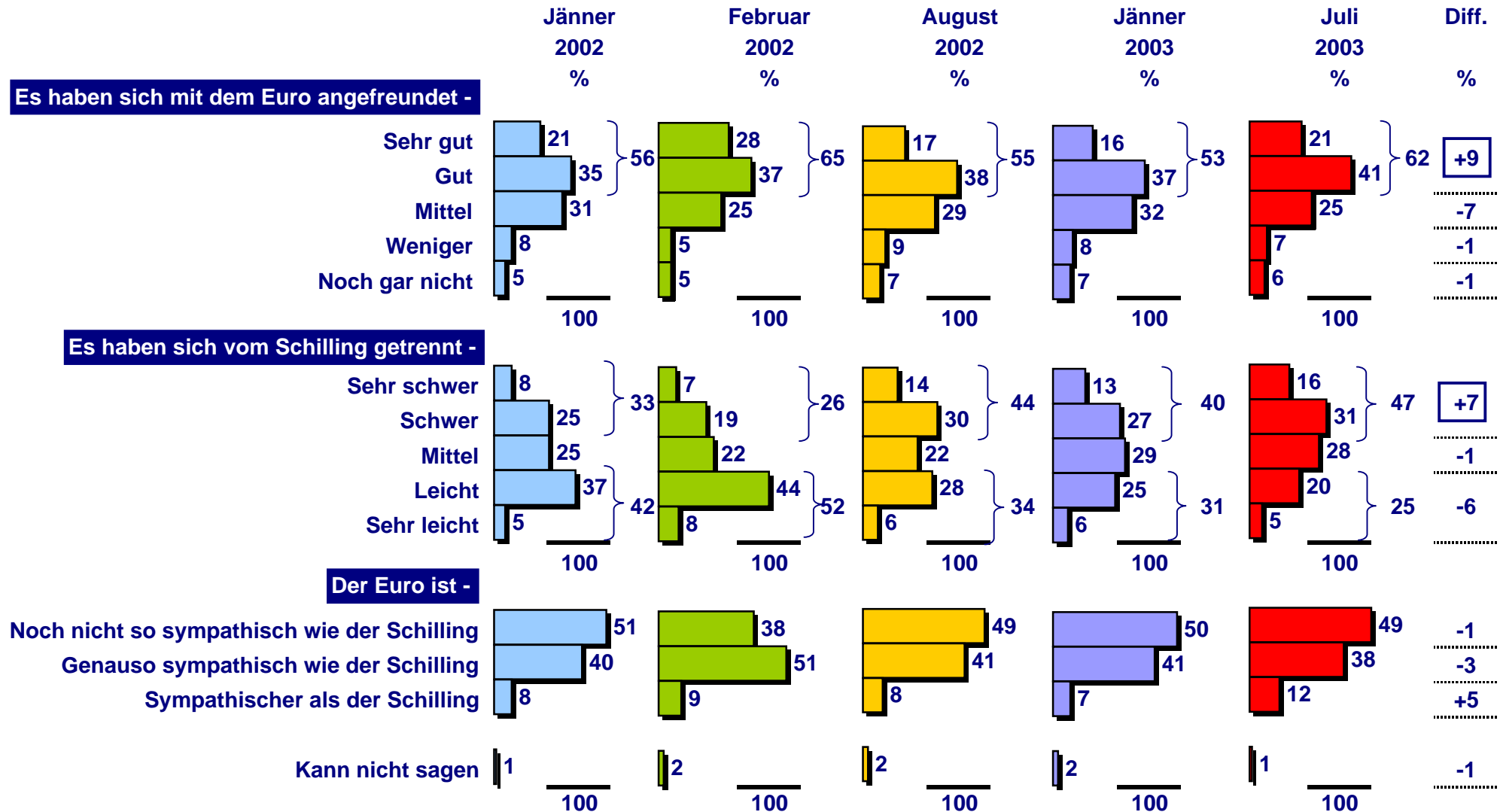


\*) **Andere Fragestellung:**

Werden die Waren des alltäglichen Bedarfs durch den Umstieg vom Schilling auf den EURO gleich viel kosten wie bisher, eher teurer werden oder eher billiger werden?

# Die Einstellung zum Euro (Trend)

FRAGE: Wie sehr haben Sie sich mit dem EURO bereits angefreundet?  
 FRAGE: Haben Sie sich eher schwer oder eher leicht vom Schilling getrennt?  
 FRAGE: Wie sympathisch ist Ihnen der EURO?



# Das Gefallen der Euro Banknoten und Münzen (Trend)

