

Tartu Ülikool
Sotsiaalteaduskond
Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond

**SAKSAMAA LIIDUPANGA IMAGO PEALE SAKSAMAA
LIIDUPANGA ÜHINEMIST EUROOPA KESKPANKADE
SÜSTEEMI NING EUROOPA MAJANDUS- JA
VALUUTALIIDUGA SAKSA LIIDUVABARIIGI NOORTE SEAS**

Bakalaureusetöö

Töö autor: Marge Velbaum

Juhendaja: Aune Past MA

Kaasjuhendajad: Ragne Kõuts MA

Elke Martens MA

Tartu

2005

Käesolev töö valmis Saksa Liidupanga palvel, kus viibisin ajavahemikus 05.07.2004-28.08.2004 suhtekorralduspraktikal. Kuna viimane uuring föderaalpanga imago ning tuntuse kohta viidi läbi 1987. aastal uuringufirma Infratest Sozialforschung poolt, oli Saksamaa Liiduvabariigi keskpangal juba 2004. aasta alguses plaanis uurida pankade panga imagot peale Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ja Valuutaliiduga ühinemist, kuid antud aasta II kvartalil tabasid institutsiooni kolm suuremat kriisi, mille tõttu plaan lükkus edasi.

Suvel 2004. a. pakkus Liidupanga väliskommunikatsiooni osakonna juht J.R. Korz mulle võimalust imagouuringuga tegeleda. Kitsendasin oma juhendaja A. Pasti ning kaasjuhendaja E. Martensi soovitusel teemat ning uurisin ühte Saksa Liidupanga sihtgruppidest – noori.

Kuna käesoleva bakalaureusetöö tegemisel on kasutatud Saksa Liidupanga sisekäsituses olevaid uuringuid, paluvad antud institutsioon ning töö autor käsitatud materjalide ning tulemustega ringi käia hoolikalt.

Sisukord

Sisukord	3
Sissejuhatus.....	6
1. Töö teoreetilised ja empiirilised lähtekohad	8
1.1. Imago üldine definitsioon.....	8
1.2. Imago teoreetiline käsitlus majandus- ning sotsiaalteadustes.....	8
1.2.1. Imago käsitlus Saksa kultuuriruumis	11
1.2.1.2. Panga imago.....	14
1.3. Imago kujunemine ning muutumine	15
1.4. Millest sõltub Saksamaa Liidupanga imago?	17
2. Uurimisprobleemid ja uurimisküsimused	21
3. Uurimismetoodika ja valim.....	22
3.1. Kvalitatiivne uuring	22
3.2. Kvantitatiivne uuring	24
4. Saksa Liidupanga imago Saksa Liiduvabariigis elavate noorte seas	28
4.1. Saksa Liidupanga imagoprofiili kognitiivne dimensioon	28
4.1.1. Saksa Liidupanga tuntus Saksa Liiduvabariigis elavate noorte seas.....	28
4.1.1.1. Kas Saksa noored sooviksid Saksa Liidupanga kohta rohkem informatsiooni?	31
4.1.2. Saksa noorte informatsioonikanalid, saamaks teavet Saksa Liidupanga kohta.....	34
4.1.3. Noorte teadlikkus Saksa Liidupanga ülesannete kohta.....	37
4.1.4. Noorte teadlikkus Saksa Liidupanga presidendi ning esindajate kohta.....	40
4.1.5. Noorte teadlikkus Saksa Liidupanga ning Saksa Panga erinevusest	42
4.1.6. Saksamaa Liidupanga rahanduspoliitilise funktsiooni muutumise tajumine.....	44
4.2. Saksa Liidupanga imagoprofiili atmosfääriline-afektiivne dimensioon	50
4.2.1. Spontaansed assotsiatsioonid, mida Saksa Liiduvabariigi noored seovad Saksa Liidupangaga	50
4.2.2. Saksa Liidupanga imago noorte seas läbi semantilise diferentsiaali meetodi.....	56

4.2.3. Saksamaa Liidupanga imagote võrdlus föderaalpanga praktikantide ning üldvalimi seas.....	57
4.2.4. Saksamaa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus	58
4.2.5. Noorte üldhinnang Saksa Liidupangale	60
4.3. Saksa Liidupanga imagoprofiili intentsionaalne dimensioon	62
4.4. Milline on Saksa Liiduvabariigi elavate noorte arvates Saksa Liidupanga imago?.....	66
5. Järeldused.....	68
5.1. Imagoprofiili kognitiivne dimensioon	68
5.1.1. Kui tuntud on Saksa Liidupank Saksa Liiduvabariigi noorte seas?.....	68
5.1.2. Milliseid muutusi tõi üleminek euro rahale ning ühinemine Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ja Valuutaliiduga Saksa Liiduvabariigi noorte arvates Liidupangale kaasa?	69
5.2. Imagoprofiili afektiivse-atmosfääriline dimensioon	70
5.2.1 Milline on Saksa Liidupanga esmane assotsiatsioonidel põhinev imago Saksa Liiduvabariigi noorte seas?.....	70
5.2.2. Milline on Saksa Liidupanga imago erinevates rühmades?.....	71
5.2.3. Millised on Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote erinevused Saksa Liiduvabariigi noorte seas?.....	72
5.3. Imagoprofiili intentsionaalne dimensioon	73
5.3.1. Mis mõjutab Saksa Liidupanga imagot Saksa Liiduvabariigi noorte arvates?	73
5.4. Milline on Saksamaa Liidupanga imago Saksa Liiduvabariigi noorte seas?.....	73
6. Diskussioon.....	75
Kokkuvõte.....	77
Kasutatud kirjandus	80
Lisa 1. Saksa Liidupanga imago neidude ning noormeeste seas	82
Lisa 2. Saksa Liidupanga imago rühmiti	83
Lisa 3. Saksa Liidupanga imago üldvalimis ning praktikantide seas	84
Lisa 4. Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus.....	85
Lisa 5. Euroopa Keskpanga imago noormeeste ning neidude seas	86
Lisa 6. Euroopa Keskpanga imago rühmiti.....	87
Lisa 7. Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus noormeeste seas... ..	88
Lisa 8. Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus neidude seas	89

Lisa 9. Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus gümnaasistide seas.....	90
Lisa 10. Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus panganduskallakuga klasside seas	91
Lisa 11. Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus kutset omandavate noorte seas.....	92
Lisa 12. Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus üliõpilaste seas ..	93
Lisa 13. Süvaintervjuude üleskirjutused	94
Lisa 14. Formaliseeritud küsitlus	132
Summary	136

Sissejuhatus

Käesoleva bakalaureusetöö eesmärk on analüüsida Saksa Liidupanga imagot Saksamaa Liiduvabariigi noorte seas peale Liidupanga ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ja Valuutaliiduga 1999. aastal. Uuring näitab, kui tuntud on föderaalpank¹ 16-26-aastaste Saksamaal elavate noorte seas, kuidas antud sihtgrupp tajub Liidupanga ning Euroopa Keskpanga vahelist suhet, millised on antud institutsioonide imagod, kuidas noored näevad Liidupanka tema uues funktsioonis ja millest antud mentaalne pilt on tingitud.

Bakalaureusetöö uurimisobjektiks on Saksa Liidupank. Saksamaa Liidupank on Saksamaa Liiduvabariigi Keskpank. Alates 1. jaanuarist 1999 kuulub Liidupank Euroopa Majandus- ja Valuutaliitu. Euroopa Keskpankade Süsteemiga ühinemine ning ühisraha euro sisseviimine muutsid nii Saksamaa Keskpanga funktsioone kui ka rahanduspoliitilist rolli.

Kuna viimane uuring Saksamaa Liidupanga imago ning tuntuse kohta viidi läbi 1987. aastal, mil Saksamaa Liidupank oli *Infratest Sozialforschungi* kohaselt rahvas seas väga tuntud ning antud institutsiooni imago oli eelkõige tänu tugevale saksa margale positiivne, ongi huvitav uurida, milliseks on kujunenud Saksamaa Liidupanga imago peale Euroopa ühisraha euro sisseviimist Saksamaal ning föderaalpanga rahanduspoliitilise funktsiooni muutumist. Flash Eurobarometer 153 uuringu kohaselt ei pooldanud 2003. aastal 67% sakslastest uut vääringut (The Euro, two years later, 2003). 38% Standard Eurobarometer uuringule vastanud sakslastest leidsid, et euro on halb (Eurobarometer, Report Nummer 58, 2003).

Kevadel 2004 tabas uurimisobjekti kolm suuremat kriisi – pangapresident Welteke hotelliskandaal, panga käsutuses oleva kinnisvara skandaal ning ringluses

¹ Termineid „föderaalpank“, „pankade pank“, „(Saksamaa) keskpank“ ja „Liidupank“ on antud töös kasutatud sünonüümidena

olevate euro-müntide vähesusest tulenev kriis. Kuna Liidupanga kriisikommunikatsioon oli passiivne, vähetransparentne ning ajakirjanike süüdistustele reageeriti liiga hilja, on huvitav läbi süvaintervjuude ning formaliseeritud otsekontaktis küsitluse uurida, kuidas ja kas on antud kriiside kriitiline meediakajastus muutnud Liidupanga imago vastanute seas või mõjutavad föderaalpanga imago pigem muud faktorid, näiteks olulised teised, kool, antud institutsiooni väliskommunikatsioonikanalid ning isiklik kontakt.

Käesolev töö koosneb kuuest osast. Esimeses osas annan ülevaate imago erinevatest definitsioonidest, antud teema teoreetilisest käsitlusest majandus- ning sotsiaalteadustes, imago tähendusest Saksa kultuuriruumis ning imago kujunemisest. Samuti defineerin panga-imago ning tutvustan Saksa Liidupanga ning Saksamaa finantsinstitutsioonide imago puudutavaid uuringuid. Töö teises osas püstitan uurimisprobleemid ning –küsimused ja kolmandas osas annan ülevaate kasutatud metoodikast ning valimi moodustamisest. Bakalaureusetöö neljandas osas tegelen Saksa Liidupanga imagoprofiili kognitiivse, atmosfäärilise-afektiivse ning intensionaalse dimensiooniga Saksamaal elavate noorte seas. Töö viiendas osas esitan antud uuringust tulenevad järeldused ning kuuendas osas järgneb töö ning meetodite kriitika ja viide uuringust väljajäänud uurimisprobleemidele ning töö võimalikule edasiarendusele.

1. Töö teoreetilised ja empiirilised lähtekohad

1.1. Imago üldine definitsioon

Imago on “inimese või inimgruppide poolt dünaamiliselt mõistetav tähendusrikas, vähem või rohkem struktureeritud tähelepanekute, tajumiste, ettekujutuste, ideede ning tunnete kogum. Imago objektiks võib olla mistahes nähtus, mille kohta inimestel saab peas tekkida pilt – näiteks persoon või sotsiaalne roll, ühiskondlik positsioon, rahvus, riik, inimgrupid, institutsioonid, organisatsioonid, kultuurid, tegevused, samuti maailm kui tervik.

Imago on subjektiivselt mõõdetav, see on psühholoogiliselt, sotsiaalselt ning kultuuriliselt levinud reaalsuse pilt, mis näitab, kuidas teatud asjaolu või objekti nähakse, hinnatakse ning milline tähendus talle antakse” (Kleining, Koschnick 1996: 447, kaudu).

Mõiste „imago“ on ambivalentne. Samas ei kirjelda ükski teine termin (skeem, pertseptsioon) nii täpselt mentaalset pilti, mis tekib inimese või inimgrupi teadvuses imago objekti kohta, seetõttu kasutan oma töös järgnevalt seda mõistet (Past 2005).

1.2. Imago teoreetiline käsitus majandus- ning sotsiaalteadustes

Sotsiaalteadustes on võimalik eristada erinevaid imago käsitlusi: sotsiaalkriitiline koolkond eesotsas Boorstini, Alvessoni ning Morganiga tegeleb imago rolli kirjeldamisega ning kritiseerib selle ületähtsustamist tänapäeva ühiskonnas. Alvesson toob oma artiklis “*Organization: From substance to image?*” (1990) välja, et imago koosneb teatud inimese või inimgrupi teadvuses tekkinud pildist organisatsiooni kohta (*the sense image*) ning muljetest (expressions), mida organisatsioon avalikkusele edastab (*the communicated image*). Alvesson leiab, et lääne ühiskonnas on kesksele kohale tõusnud imago. Seetõttu peab organisatsioon

looma tugeva ning selgepiirilise imago, selleks et eristuda teistest samas valdkonnas tegutsevatest institutsioonidest ning firmadest (van Riel 1995). Seega kapitalistlikus ühiskonnas on imago muutunud konkurentsieeliseks.

Analüütikud Poiesz, Wierenga, van Raaij, Verhallen, Beijck, Pryn, Reynolds ja Gutman uurivad seevastu, kuidas imago tekib ning kuidas seda mõõtma peaks. Nad toovad esile, et imago moodustub imago objekti poolt teatud hulga stiimulite otsese või varjatud presenteerimise tulemusel imago subjektile. Imagot defineerivad analüütikud kui reaalsuse lihtsustust ning hierarhilist tähenduste süsteemi, mis koosneb väärtus- ning tähendusahelatest (van Riel 1995).

Filosoofilis-kontekstuaalse käsitluse järgi, mille põhiesindajaks on Edmund Husserl, näitab olev ennast suhtes teise olevaga, seetõttu pole mõtet maailma lahtuda olemiseks ja näimiseks, kuigi see, mis tegelikult on, ja see, millisena see meile näib ehk mis me arvame selle olevat, on tihti erinevad. Olev eksisteerib meist sõltumata ja see oleks olemas ka siis, kui keegi ei oleks antud hetkel seda tajumas. Seega näilisus ei muuda oleva olemust. Filosoofilis-kontekstuaalse käsitluse esindajad eesotsas E. Husserliga rõhutavad, et märgi osutusest ning tähendusest tuleb eristada kujutlust. Sellest tulenevalt tekib kujutlusimago mõiste (Past 2004).

Semiootilise vaatenurga puhul kõneldakse kahe erineva ühiskondliku nähtuse suhetest, kus mõlemad märgistavad tegelikkust eri viisil oma seisukohtadest lähtuvalt. F. Saussure'i ning C. S. Peirce'i teooriatele põhineva käsitluse järgi on imago märk ja kujutluspilt ehk imago personaalne tõlgendus. Antud tõlgendusprotsessi nimetatakse märgistamiseks (Past 2004). Sellest tulenevalt esitatakse avalikkusele teatud imago objekt märgina, millel on kaks osa – esiteks info, mille annab imago objekt ning teiseks see, mille lisavad imago subjektid vastavalt oma kogemustele, teadmistele ning uskumustele (Eco 1984).

Kuna tähendus sõltub nii sõnumist, vastuvõtjast kui ka kontekstist, siis ei loe erinevad vastuvõtjad antud märki ühtemoodi. Tekivad personaalsed tõlgendused ehk toimub märgistamine. Selle tulemusena tekib imago, mis hakkab mõjutama uute kujutluspiltide teket (Paivio, van Riel 1995, kaudu). Semiootilist lähenemist on

kasutanud oma töödes Soome imagoteoreetik Erkki Karvonen, samuti ka Erving Goffman.

Massikommunikatsioonilise imagokäsitluse järgi ütleb meedia imago subjektidele, mida kellestki ning millestki arvata ning kuidas kellestki, keda nad ise ei tunne, mõelda. Seega näevad imago subjektid tegelikkust kellegi diskursusest ning meediatekstid muutuvad sillaks tegelikkuse ja tegelikkuse piltide vahel nende peas. (Lacey 1998, Past, Velbaum 2005, kaudu).

Kui meedia dikteerib, mida kellestki ning millestki arvata, võib tekkida vaikusespiraali efekt, sest inimesed kalduvad oma arvamusi mitte avaldama, kui need on vähemuses. Selle põhjuseks on asjaolu, et massimeedia on eksisteeriva arvamuskliima hindamiseks kõige kättesaadavam allikas ja kui meedias domineerib teatud seisukoht, siis selle tähtsus kasvab isikliku arvamuse kujundamise ja väljendamise protsessis veelgi (McQuail 2003). Tulenevalt ühiskonnas levinud arvamusest ning tekkinud imagost kujuneb välja ka inimeste käitumine (Loudon & Della Bitta, Vos 1992, kaudu)

Kognitiivpsühholoogilise koolkonna teoreetikute James E. Gruning ning Kenneth Bouldingi järgi on imago käsitlus, pilt, meelepilt, kujutluspilt või subjektiivne teadmiste struktuur imago objektist. Kognitiivpsühholoogia rõhutab, et imago on tunnetamise vorm ning mõtlemise komponent (Beach 1990). Imago on kõik see, mis toimub meeltes (Gleitman 1987, Topalian, van Riel 1995, kaudu, Wierenga & Van Raaij, Vos 1992, kaudu). See on subjektiivne teadmine ehk iga inimese teadmiste tagavara, mis määrab ära tema käitumise (Boulding, van Riel 1995, kaudu). Fombrun defineerib korporatiivset imagot kui pilti, mille on loonud nii sisemised kui välimised sihtgrupid ning leiab, et organisatsioonil võib olla palju erinevaid imagoid (Fombrun 1996). Seega kokkuvõtvalt võibki välja tuua, et kognitiivpsühholoogiline lähenemine on sihtgrupikeskne.

Majanduses kasutatakse terminit “imago” enamasti seoses marketingiga. Turundusliku imagokäsitluse põhiautorid defineerivad imagot kui inimese või organisatsiooni atribuuti ja teisalt mentaalset konstruktsiooni, mis tekib seeläbi, et

inimene või organisatsioon saadab välja sõnumi, mille vastuvõtja protsessib pildiks (Nimmo & Savage, Past 2004, kaudu, Schneider, Littmann 2001, kaudu).

Sellest tulenevalt on imago vastastikuse mõjutamise tulemus, sest see sõltub nii imago objekti poolt välja saadetud sõnumist (sõnumi sisu, kasutatud argumentide arv, sõnumi põhjalikkus, ühesuunalisus/kaesuunalisus, esitlusstiil, kordamine jne), kanalist (silma silma versus massimeedia, kanali võimalused) kui ka vastuvõtjast (intelligents, sugude erinevus, enesehinnang, hoiakud, vajadused, väärtussüsteem jne) (McQuail 2003). Seega võib välja tuua, et imago on personaalne (Kotler & Fox, Vos 1992, kaudu).

Kuigi antud lähenemised on nii sisult kui ka ulatuselt paljudes aspektides erinevad, seob neid see, et enamuse keskmes on sihtgrupp. Esimene suurim erinevus seevastu tuleb asjaolust, et mõningad paradigmad toovad välja, et inimesel võib olla ühest ja samast objektist üheaegselt palju erinevaid imagoid, samas kui teised teoreetikud leiavad, et korraga saab esineda üks kindel imago ning väljakujunenud imago kui pilt inimese peas on püsiv ning raskesti muudetav (Velbaum 2005).

Teine põhiline erinevus on selles, kes antud lähenemises on imago loojad. Turunduslikud lähenemised toovad välja, et imago loojateks on imago objektid ise, kuna vaid nemad saavad kujundada endast imago teiste inimeste pähe. Semiootiline lähenemine rõhutab seevastu, et kaks objekti tajuvad maailma erinevalt ning imago tekib märgistamise tulemusena; kognitiivpsühholoogiline käsitlus väidab, et imago loojad on sihtgrupid (Velbaum 2005).

1.2.1. Imago käsitlus Saksa kultuuriruumis

Saksamaa kommunikatsiooniteadlaste ning imagoloogide uurimistööde põhiprobleemistik haarab enda alla viis keskset küsimust:

- a) Kas organisatsioonil, isikul vm. imago objektil on vaid üks kindel ning väljakujunenud imago, mis on püsiv ning raskesti muutuv, või võib tal olla üheaegselt palju erinevaid imagoid?
- b) Milliste tunnuste kaudu on võimalik imagot kirjeldada?

- c) Kas terminid “imago”, “maine”, “suhtumine” (*Einstellung*) ning “reputatsioon” on kasutatavad sünonüümidena ?
- d) Kuidas imago tekib? Millised faktorid imago teket mõjutavad?
- e) Kas kõiki objekte on mõttekas vaadata läbi nende imagote? Millal tuleks kasutada termineid “kujutluspilt” ning “otsustus” (*Urteil*)? (Flögel, Littmann 2001, kaudu)

Saksa psühholoog Wolf defineeris imagot 1966. aastal järgnevalt: ”Imago on vaatlejast sõltumatult eksisteeriv ning vastupidiselt tema isiklikele kogemustele mittemuutuv kujutluspilt teatud objekti kohta” (Littmann 2001: 32). Seega tõi Wolf välja, et imago objektile saab eksisteerida samaaegselt vaid üks kindel, raskesti muutuv, püsiv imago. Ta vaatles imagot kui omadust, mis on sõltumatu vaatlejast.

Sarnaselt Wolfile nägi imagot ka kommunikatsiooniteadlane Merten, kes mõistis selle all “inimese poolt loodud konsonantset kognitiivsete ja emotsionaalsete struktuuride skeemi, mis ei ole siiski subjektiivne, vaid kujutab endast sotsiaalset konstruktsiooni, mille järgi üksikisikud orienteeruvad” (Merten & Westerbarkey, Antonoff, Littmann 2001: 32, kaudu)

Saksamaa ühe tähtsaima reklaami, müügiesitamise ning suhtekorralduse leksikoni “*Standard-Lexikon für Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit*” (1996) väljatöötaja Wolfgang J. Koschnick tõi antud teoses välja saksa imagoloogi Gerhard Kleiningi imago definitsiooni, mis vastandub eelnevatele autoritele: “Imago on dünaamiliselt mõistetav mitmetähenduslik kogum rohkem või vähem struktureeritud ettekujutustest, ideedest, tunnetest ning tajudest, mis on omased isikule või grupile teatud imago objekti kohta. Imago on subjektiivselt mõõdetav, s. t. see on psühholoogiliselt, sotsiaalselt ning kultuuriselt töödeldud hinnatav ning tõlgendatav tegelikkuse pilt.” (Kleining, Koschnick 1996:447, kaudu)

Kleining toob seega välja, et sihtrühmadel võivad üheaegselt olla mitmed imagod sama objekti kohta, sest inimesed tajuvad asju erinevalt; imago on subjektiivne ehk teatud inimesele/ grupile omane (Velbaum 2005).

Samuti pole imago ühtne ka ühe inimese piires – see on mitmetähenduslik, mitmestruktuuriline paljude kognitiivsete protsesside tulemusel tekkinud kogum (Velbaum 2005).

Sarnaselt Kleiningule defineerivad imagot ka pankade imago ning finantsinstitutsioonide suhtekorralduse uurimisega tegelenud saksa majandusteadlane Annette Littmann ning sotsiaalpsühholoog ning tarbimiskäitumise uurija Uwe Johannsen. Antud autorite järgi on imago kompleksne, mitmedimensiooniline süsteem, mis koosneb afektiivsetest, biheivioristlikest, sotsiaalsetest ning personaalsetest komponentidest, (õigetest ning valedest) ettekujutustest, hoiakutest, teadmistest, kogemustest, soovidest, tunnetest jms., mida inimesed (üksikisikud või grupid) teatud arvamuseobjektiga seovad (Littmann, Johannsen, Velbaum 2005, kaudu).

Antud autorid püüdsid ühendada imago erinevad definitsioonid. Iseloomustamaks imagot lõi Uwe Johannsen 18 teesi, tuues välja, et imago, mis on kompleksne ja mitmedimensiooniline suurte tähendusrikkuste ning plastilisuse süsteem, on indiviidi ning ühiskonna ja arvamuseobjekti kokkupõrke tulemus (Velbaum 2005).

Kui W. J. Kleining, A. Littmann ning U. Johannsen arvasid, et imago on kompleksne ning struktureeritud, siis saksa kommunikatsiooniteadlane Claudia Mast on vastupidisel seisukohal, väites, et imago on lihtsustatud ja tüpiseeritud ootuste ning väärtushinnangutega seotud ettekujutus pilt teatud asja, persooni või ettevõtte kohta (Claudia Mast, Velbaum 2005, kaudu). Antud definitsioonist tuleb välja, et imago on kui lihtsustus, tüpiseering, skeem (ka Grunig soovis imago asemel kasutada mõistet skeem (Past, Velbaum 2005, kaudu)).

Mina arvan, et imago on mitmedimensiooniline ning seda ei saa vaadata lihtsustusena nagu seda tegi eelpool tsiteeritud Claudia Mast. Kuigi imago on tihti alateadlikult eksisteeriv pilt, on see siiski mõjutatud rohketest kognitiivsetest protsessidest. Peale kognitiivse ehk tunnetusliku dimensiooni (tunnused, mis peegelduvad mälestustes ning teadmistes ettevõtte kohta) on imagol veel kaks dimensiooni:

- 1) afektiivne ehk tundmuslik – väljendab väärtushinnanguid, mida seotakse teatud ettevõtte või organisatsiooniga
- 2) konatiivne ehk kavatsuslik, tahteline – sisaldab käitumiskavatsusi,

mis tõestab veelkord, et imago on mitmesüsteemne ning subjektiivne (Wünsche, Kroeber-Riel, Littmann, Velbaum 2005, kaudu).

Mina lähtun oma bakalaureusetöös sellest, et ühel objektil võib olla üheaegselt mitu imagot, kuna imago kui kujutluspilt, kui kognitiivne ühik on, tuginedes kirjandusele, subjektiivne tähenduse mõõt, mis sõltub nii inimese väärtustest, hoiakutest antud objekti suhtes, uskumustest, arusaamadest, tähtsatest teistest, teadmistest, kogemustest, tunnetest kui ka paljudest muudest kognitiivsetest, afektiivsetest ja konatiivsetest faktoritest (Velbaum 2005).

1.2.1.2. Panga imago

Panga imagot defineerin ma kui “teadlike ja alateadlike ettekujutuste kogumit, mis tekib auditooriumi sees finantsasutuse või finantsinstitutsioonide grupi kohta” (Weiss, Littmann 2001:43, kaudu). See definitsioon haarab enda alla nii panga sisemise kui ka avaliku imago ning samas toob välja, et teatud grupid võivad imagot teadvustada ning eelistada antud finantsasutust teisele samalaadsele just seetõttu, kuna sel on parem imago kui teistel (Velbaum 2005).

Ka panga imagol on kolm dimensiooni. Panga imago atmosfääriline-afektiivne dimensioon väljendub selles, et panka pooldatakse (“See pank on hea!”) või et panka ei pooldata (“See pank on halb!”) See on seotud emotsioonide ning organisatsiooni auraga. Panga imago kognitiivne dimensioon väljendub panga sihtgruppide teadmiste ulatuses antud finantsasutuse ülesannete, kompetentside, esindajate, ajaloo, struktuuri jms. kohta. Intentsionaalne dimensioon baseerub kahele eelnevale. Selles väljenduvad inimeste valikud ning reaktsioonid. Antud dimensioon annab edasi, millised faktorid mõjutavad finantsasutuse imagot (Littmann 2001, Buss & Fink-Heuberger 2000).

Oma bakalaureusetöös tegelen panga imago esimese – afektiivse – dimensiooniga, uurides inimese suhtumist Saksamaa Liidupanka, samuti leiavad

käsitlust imago kognitiivne ning intentsionaalne dimensioon, sest meetodid, mille antud seminaritöö andmete kogumiseks valisin, võimaldavad tegelda kõigi kolme dimensiooniga.

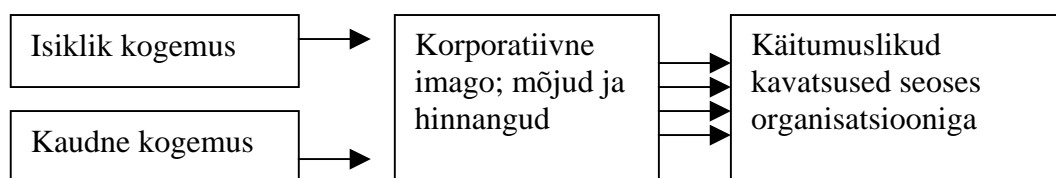
1.3. Imago kujunemine ning muutumine

Paljud autorid rõhutavad positiivse imago tähtsust. Blauw (1989) toob välja, et hea korporatiivne imago soodustab toodete ja teenuste müüki, aitab organisatsioonil palgata häid töötajaid, on tähtis finantsturul ning suurendab usaldust organisatsiooni vastu nii selle sisemistes kui ka välistes siht- ja sidusgruppides (Blauw, Vos 1992, kaudu). Kuidas imago tekib ning mil viisil saavutada positiivset imagot?

“Imago tekib läbi personaalse kontakti või vahendatud kommunikatsiooni ning võib kommunikatsiooniprotsessi käigus muutuda” (Mast 2002:60). Seega imagot ei saa luua, kuid samas on selle kujunemist võimalik läbi kahepoolse kommunikatsiooni suunata (Velbaum 2005). Mõjutada saab organisatsioon oma imagot seeläbi, et ta “sõnastab täpselt oma missiooni, visiooni, väärtused, eesmärgi, viib sihtgruppide seas läbi uuringuid. Nende põhjal tuleb luua põhisõnum ning kujundada integreeritud kommunikatsioonistrateegia” (Vahe 2003:6).

Imago kujunemist ning muutumist mõjutab ka informatsiooni hulk, mis inimese käsutuses on. Mida enam informatsiooni indiviid objekti kohta omab, seda usaldusväärsemalt ning laiemalt saab imago välja kujuneda, seda paremini saab ühtsustada psühholoogilist taju ning objekti reaalsel poolt. Mida vähem informatsiooni objekti kohta omatakse ning mida kaugem organisatsioon on, seda suurem on oht, et langetakse stereotüüpidesse ning imago on lihtne vigaderohke skeem (Mast, Velbaum 2005, kaudu).

Seega on tähtis imago objekti tuntus. Tuntust defineerib W. J. Koschnick kui teatud sihtgruppi kuuluvate inimeste teadmiste hulka reklaamlause, -vahendi või -kandja kohta. „Tuntust ei saa luua üle öö, see on pikem protsess, mis algab äramärkimisega, seejärel toimub huvi tekitamine sihtgrupis ning antud protsess kulmineerub sellega, et organisatsiooni või selle toodet mäletatakse õigel põhjusel“ (Koschnick 2003:447).



Joonis 1: Imago kujunemine (M. Vos 1996)

Marieta Vosi (1996) hinnangul on imago “kuju, inimese, asja vms representatsioon või imitatsioon; illusoorne vorm, nähtu representatsioon; vaimne pilt millestki reaalsest; teatud grupi peas olev sümbolite ja alussuhtumiste ning orientatsioonide kogum, massimeedia kirjeldatud populaarne kontseptsioon” (Vos, Vahe 2003:7, kaudu).

Sellest definitsioonist tulenevalt kujuneb imago isikliku (isiklik kokkupuude organisatsiooniga) või kaudse kogemuse (massimeedia mõjud) tulemusena (või ka mõlema), mis mõjutab (mõjutavad) inimese pilti organisatsioonist ning kujundab (kujundavad) teatud hinnanguid ning arvamusi. Antud pildist ning hinnangutest sõltuvad edaspidised käitumuslikud kavatsused seoses organisatsiooniga. Kui imago on positiivne, siis pooldatakse antud organisatsiooni, kui pilt organisatsioonist on negatiivne, siis valitakse antud valdkonnast teine organisatsioon, kui valik on võimalik (vt. joon. 1). Seega imago on ka konkurentsieelis, üks tunnustest, mis eristab antud organisatsiooni teistest samalaadsetest (Velbaum 2005).

Peale eelnimetatu mõjutavad organisatsiooni imagot veel juhtimise ning toodete kvaliteet, innovaatus, organisatsiooni majanduslik õnnestumine, võime köita, arendada ja hoida andekaid inimesi, vastutustunne keskkonna ning looduse ees ja äri sektori imago (Past 2004, Gray 1983, Vos 1992).

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et imago tekib sellest, mida organisatsioon või persoon ise enda kohta ütleb, millised on teiste inimeste kogemused ja tähelepanekud seoses sellega ning milline on kolmandatest allikatest tulev informatsioon (Past 2004, Schultz et al. 2000).

1.4. Millest sõltub Saksamaa Liidupanga imago?²

Alates 1. jaanuarist 1999. a. kuulub Saksamaa Liidupank Euroopa Majandus- ja Valuutaliitu. Euroopa Keskpankade Süsteemiga ühinemine ning ühisraha euro sisseviimine muutsid nii Saksamaa Liidupanga funktsioone kui ka rahanduspoliitilist rolli.

Kui kaheksakümnendate aastate keskel, mil Saksamaa Keskpanka seoti tugeva ning stabiilse Saksa margaga, oli antud institutsiooni imago positiivne ning vähekõikuv, Liidupanka peeti tõsiseltvõetavaks, tugevaks, kõikumatuks, usaldusväärseks, diskreetseks, täpseks, vastutustundeliseks, usaldatavaks ja edukaks, siis nüüdseks on Keskpanga tollane imago lagunened ning panga sihtgruppidel puudub terviklik pilt antud institutsioonist ning tema pädevustest (Infratest 1987, Elke Martens 2004).

Üheks põhjuseks on kindlasti Liidupanga rahanduspoliitilise funktsiooni muutumine ning sellega kaasnevad tajumisraskused. Kuna mõningad Saksamaa föderaalpanga ülesanded on üle läinud Euroopa Keskpangale ning Liidupanga tähtsus siseriiklikul tasandil on vähenened, on Saksamaa keskpanga välistel sihtrühmadel tunne, et antud institutsiooni pole Saksamaa Liiduvabariigile vaja, sest selle funktsioone oleks võimeline täitma ka Euroopa Keskpank.

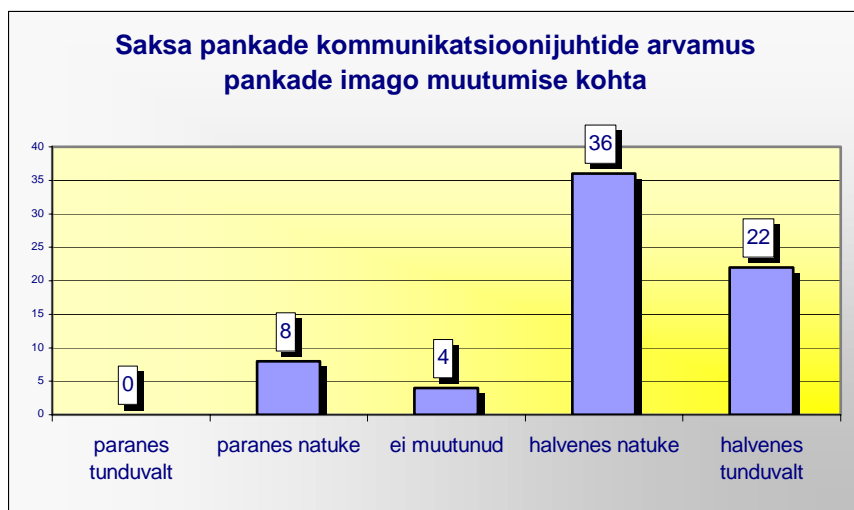
Samas pole Saksa Liidupank avalikkuses läbi viinud ka piisavat informatsioonikampaaniat, mis annaks organisatsiooni auditooriumile küllaldaselt vajalikku teavet keskpanga uute ülesannete kohta. Informatsioonivaeste sihtgruppide arvamust kujundavad meediumid, kus avaldatakse antud teema kohta enamasti kriitilisema sisuga artikleid, mis moonutavad Liidupanga imagot veelgi, väites muuhulgas, et tänu keskpanga rahanduspoliitilise rolli muutumisele on pankurite ainsaks ülesandeks jäänud veel vaid potilillede eest hoolitsemine (Tagesspiegel 2004).

Saksamaa Liidupanga imagot mõjutas ka 2003. aasta pankade struktuurikriis. *Plato Kommunikation GmbH* poolt 2003. aasta augustis läbi viidud uuring Saksamaa

² vt. Velbaum 2005

pankade kommunikatsioonijuhtide seas (standardiseeritud küsitlus, küsitluid 70) tõi välja, et antud kriisi tõttu halvenes pankade imago märgatavalt (vt. joon. 2). Pooled küsitletutest väitsid, et imago muutus oli küll väike, kuid siiski tuntav, samas kui kolmandik kommunikatsioonijuhtidest leidis, et imago halvenes tunduvalt.

Imago muutuse põhjuseks pidasid küsitletud negatiivset meediakajastust pankade kohta – kolm neljandikku kommunikatsioonijuhtidest arvas, et meedia nägemus pankadesüsteemi ümberstruktureerimise ning personali koondamiste kohta mõjus panga imagole negatiivselt; 56 vastajat nägid negatiivset mõju imagole hoopiski uudistes, kus käsitleti krediidi andmist keskseisusele ning kolm neljandikku küsitletuist arvas, et imagot halvendasid artiklid ja lood, kus käsitleti pangajuhtide palku.



Joonis 2: Saksa pankade kommunikatsioonijuhtide arvamus pankade imago muutumise kohta, arvudes, 2003 (Plato Kommunikation)

Kümnendiku kommunikatsioonijuhtide arvates pankade imago 2003. aasta keskel natuke paranes, 4 küsitletut leidis seevastu, et imago tasandil muutusi ei toimunud (Plato Kommunikation GmbH 2003).

Finantssüsteemi ümberstruktureerimisest paranenud Liidupanga imagot tabas peatselt uus löök - negatiivselt mõjusid Liidupanga imagole ka 2004. aasta 2. kvartali

kriisid – “Adloni afäär”³ (algas 01.04.04, vaibus 17.04.04 paiku), mille tulemusena astus Liidupanga president tagasi ning tema kohale asus professor A. Weber; “villade afäär” (13.06.04 – 25.06.04), mille käigus müüs Liidupank osa oma valduses olevaid kinnistuid; ning “müntide vähesus” (08.06.04 – 21.06.04), mis tingis selle, et euromünte tuli sisse tuua Austriast. Kuna väliskommunikatsiooni osakond ei suutnud kriisidele õigeaegselt reageerida, on Liidupanga imago võrreldes eelnevate aegadega madalseisus (Elke Martens 2004).

Samuti on vähenenud teadlikkus Saksamaa Liidupanga kohta (Elke Martens 2004). 1987. aastal viis instituut *Sozialforschung Infratest* läbi uuringu “*Bekanntheit und Ansehen der Deutschen Bundesbank*”. Antud uuringu käigus küsitleti 2000 inimest ning intervjueriti finantsinstitutsioonide juhte ning arvamusiidreid avalikus arvamuses.

Uuringust tulenes, et 9/10 sakslastest teadis Saksamaa Liidupanka, neist 90% oskas omakorda nimetada keskpanga tähtsamaid funktsioone, viiendik oli kuulnud, kes on Liidupanga president ning pooled küsitletutest olid teadlikud, et antud institutsioon on sõltumatu valitsusest.

Antud uuring näitas seega, et Liidupank oli 80ndate lõpus Saksamaal väga tuntud ning tema tööd tunnustati positiivselt (vaid 2% küsitletutest on vastupidisel arvamusel). Samas ei osatud toona siiski nimetada emissioonipanga konkreetseid funktsioonide ning ka teadmised organisatsiooni enda kohta olid võrdlemisi kitsad (Infratest 1987).

1987. aastal läbi viidud *Infratest* uuringu tulemusena võib Saksamaa Liidupanga imago kokku võtta järgnevalt: “*Liidupanka ma tean. Ma arvan, ta hoolitseb Saksa marga stabiilsuse eest ja paneb paika intressimäärad. Ta esindab seejuures rohkem riigi huve kui üldsuse huve*” (Ogilvy&Mather 1989:13).

³ 2001/2002 aastavahetus oli Saksamaal eriline. Nimelt vahetus koos aastaarvuga ka saksa mark euro vastu. Sellega seoses toimus Berliinis Dresdneri panga eestvedamisel konverents, kuhu oli kutsutud ka Liidupanga president E. Welteke. Härra Welteke ööbis koos perega Adloni hotellis, antud ööbimine läks riigile maksma 7661 eurot. 2. aprillil 2004 sai antud faktist anonüümsete allikate kaudu teada ajakiri Spiegel ning paisus meediaskandaal. Adloni afäärist kirjutati nii riiklikus kui ka rahvusvahelises pressis. 16. aprillil 2004 astus E. Welteke ametist tagasi. Alates 20. aprillist 2004 on Saksa Liidupanga president Dr. Prof. A. Weber

Liidupanga imago oleks pidanud aga ideaaljuhul olema järgmine: *“Loomulikult tean ma Saksa Liidupanka. Ta hoolitseb raha väärtuse stabiilsuse eest. Ka rahvusvahelisel tasandil on sellel institutsioonil tähtis roll. Ta on poliitiliselt sõltumatu ja tegutseb üldsuse huvides. Ta on edukas Keskpank.”* (Ogilvy&Mather 1989:14)

Kuna Saksa Liidupanka on eelmisel aastal tabanud mitmed kriisid, föderaalpanga sekundaarne imago on madalseisus ning rahanduspoliitiline roll on peale euro tulekut ning pankade panga astumist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus-ja Valuutaliitu muutunud, otsustasingi uurida, milline on Saksa Liidupanga imago Saksamaa noorte seas ning mis seda uuritava grupi arvates võiks mõjutada.

2. Uurimisprobleemid ning uurimisküsimused

Antud bakalaureusetöö uurimisprobleemid on:

- Milline on Saksamaa Liidupanga imago Saksa Liiduvabariigi noorte seas?
- Kuidas tajuvad Saksamaa Liiduvabariigi noored Saksamaa Liidupanka tema uues funktsioonis?

Sellest tulenevalt on uuringu kesksed küsimused imagoprofiili dimensiooniti:

Imagoprofiili kognitiivne dimensioon:

- Kui tuntud on Saksa Liidupank Saksa Liiduvabariigi noorte seas?
- Milliseid muutusi tõi üleminek euro rahale ning ühinemine Euroopa Keskpangade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ja Valuutaliiduga Saksa Liiduvabariigi noorte arvates Liidupangale kaasa?

Imagoprofiili afektiivne-atmosfääriline dimensioon:

- Milline on Saksa Liidupanga esmane assotsiatsioonidel põhinev imago Saksa Liiduvabariigi noorte seas?
- Milline on Saksa Liidupanga imago erinevates rühmades?
- Millised on Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote erinevused Saksa Liiduvabariigi noorte seas?

Imagoprofiili intentsionaalne dimensioon:

- Mis mõjutab Saksa Liidupanga imagot Saksa Liiduvabariigi noorte arvates?

3. Uurimismetoodika ja valim

Antud bakalaureusetöö empiiriline osa põhineb 2004. aasta sügisel kuue Lõuna-Brandenburgi noorega vanuses 20-26 aastat töö autori poolt läbiviidud semistruktureeritud süvaintervjuudel ning 2005. aasta märtsis teostatud formaliseeritud küsimustikul Hessenis, Reinimaa-Pfalzis, Baden-Württembergis, Baierimaal, Saksimaal, Põhja-Rein-Vestfaalis, Alam-Saksimaal, Bremenis, Berliinis ja Tüüringis. Kokku küsitleti 162 noort vanuses 16-26 aastat⁴.

3.1. Kvalitatiivne uuring

2004. aasta sügisel viisin Lõuna-Brandenburgis läbi kuus semistruktureeritud süvaintervjuud noortega vanuses 20-26. aastat. Süvaintervjuu kestus oli ligikaudu 50 minutit. Intervjuus ei olnud enamasti vastusevariante ette antud ja küsimused olid lahtised nii sisuliselt kui retooriliselt.

Meetodi valikul lähtusin sellest, et semistruktureeritud süvaintervjuud on piisavalt paindlikud, läbi viimaks süstemaatilist analüüsi. Samuti oli antud meetodi kaudu võimalik teada saada, millistes kategooriates noored Liidupangast mõtlevad. Antud teadmine oli vajalik selleks, et luua hiljem noortele jõukohane ning samas imago erinevaid aspekte hõlmav formaliseeritud küsimustik (Velbaum 2005).

Intervjuude analüüsimisel tõin välja arvamuste variatsioonid, üritades leida põhjuslikke seoseid, asjaolusid, mis võiksid viia antud arvamuse kujunemisele⁵ (Velbaum 2005).

⁴ Enne bakalaureusetöös kasutatud süvaintervjuude läbiviimist korraldasin prooviintervjuu. Samuti eelnes formaliseeritud küsimustiku teostamisele prooviküsitlus

⁵ õpin Tartu Ülikoolis kõrvalerialana saksa keelt ning kirjandust ning oman *Sprachdiplom Stufe II der Kultusministerkonferenz* diplomit (kõrgtase). Seega võimaldab omandatud keele tase mul süvaintervjuusid adekvaatselt läbi viia ning tõlgendada.

Intervjuu koosnes neljast suuremast osast: Intervjuu esimeses osas uurisin, kust vastaja saab informatsiooni Saksa Liidupanga kohta, et teada saada, millised faktorid mõjutavad vastaja arvamuse ning pildi kujunemist Liidupangast. Samas uurisin, kui teadlikud ollakse erinevatest Saksa Liidupanga väliskommunikatsiooni kanalitest ning milliseid neist kasutatakse või on kasutatud (Velbaum 2005).

Intervjuu teises osas tegelesin Saksa Liidupanga sotsiaalse rolli muutumise ja selle tajumise uurimisega. Eesmärgiks oli teada saada, kui teadlikud on vastajad Liidupanga uutest ning ka vanadest ülesannetest ning Liidupanga ning Euroopa Keskpanga vahelistest seostest (Velbaum 2005).

Intervjuu kolmandas osas uurisin, kuidas vastajad tajuvad Liidupanka kui institutsiooni ennast – millised on spontaanset assotsiatsioonid, kuidas pank nähakse, iseloomustatakse (Velbaum 2005).

Intervjuu neljandas osas tegelesin Liidupanga tuntusega ning selle kriisidega ja uurisin föderaalpanga seoseid Saksamaa ühiskonnaga, valitsusega ja võimustusüsteemidega. Antud osa eesmärgiks oli kujundada üldine pilt selle kohta, kuidas vastajad Saksa Liidupanka Saksa Liiduvabariigis tajuvad ning milline roll pangal on (Velbaum 2005).

Süvaintervjuus kasutan nii kogemus-käitumisküsimusi (*Experience/Behavior Questions*), arvamuse-väärtuse küsimusi (*Opinion/Values Questions*) kui ka tunde (*Feeling Questions*) ja teadmiste küsimusi (*Knowledge Questions*) (Patton 1990, Velbaum 2005).

Intervjuudest tegin audiolindistuse põhjal üleskirjutused. Intervjuude transkriptsioonid on toodud lisas. Tekstide analüüsimisel kasutasin manifest-analüüsi, st. võtsin arvesse vastajate otseteksti, kusjuures tsitaati töö uurimisosas välja tuues lisasin iga mõtteterviku juurde vastaja soo, vanuse, ameti ning ka elukoha (N: mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus). Vastajate otseteksti tõlkisin eesti keelde, tõlke leiata *footnote* 'ist. Tõlget otsustasin analüüsiossa seetõttu otse mitte lisada, et mitte muuta vastajate kõneviisi ning vältida tõlkest tulenevat mõningast subjektiivsust (Velbaum 2005).

Süvaintervjuudeks valimi moodustamisel lähtusin pangapoolse eksperdi Elke Martensi soovituselt ning seega on valimiks kuus Lõuna-Brandenburgi noort vanuses 20-26. Kõik intervjuud on läbi viidud 16. oktoobril 2004 Elsterwerda linnas noortekeskuses Elsterdom. Seega valimisse kuuluvaid noori ühendab see, et nad olid antud päeval selles noortekeskuses (Velbaum 2005). Kuna enamus Elsterdomi külasthanud noortest olid meessoost, siis süvaintervjuude valimisse kuulub vaid üks neiu.

Küsitletavate leidmisel kasutasin kahte filterküsimust:

- 1) Kas Te teate sellist institutsiooni nagu Saksa Liidupank?
- 2) Kas Teie arvates on peale ühisrahale euro ning Valuutakomiteesüsteemile üleminekut panga rahanduspoliitiline roll muutunud?

Saadest mõlemale küsimusele jaatava vastuse, jätkasin süvaintervjuu läbiviimisega. Seega oligi süvaintervjuude eeldusteks, et vastajad teavad Liidupanka ning leiavad, et selle rahanduspoliitiline funktsioon on muutunud (Velbaum 2005).

Sellest tulenevalt oli süvaintervjuude valim järgmine:

Sugu	Vanus	Amet	Elukoht
Mees	26	Muusikaõpetaja	Cottbus
Mees	21	Üliõpilane	Cottbus
Mees	24	Sõjaväelane	Elsterwerda
Mees	24	Bürootöölane	Finstefelde
Mees	21	Kaitseväelane	Elsterwerda
Naine	23	Üliõpilane	Elsterwerda/ Dresden

Joonis 3: Bakalaureusetöök läbi viidud süvaintervjuude valim

3.2. Kvantitatiivne uuring

Süvaintervjuude tulemusi sidusin otsekontaktis formaliseeritud küsimustiku omadega, mille viisin läbi nii Hessenis, Reinimaa-Pfalzis, Baden-Württembergis,

Baierimaal, Saksimaal, Põhja-Rein-Vestfaalis, Alam-Saksimaal, Bremenis, Berliinis kui ka Tüüringis.

Saksa Liidupanga imago uurimiseks kasutasin korporatiivse imago mõõtmise mudelit (vt. Wierenga & van Raay 1987, Vos 1992). Tegelesin Saksa Liidupanga imagoprofiili atmosfäärilise-afektiivse, kognitiivse ning intentsionaalse dimensiooniga (Buss & Fink-Heuberger 2000)

Esimese dimensiooni uurimiseks kasutasin nii vabu küsimusi, selleks et teada saada, millised assotsiatsioonid ning tunded tekivad noortel, kui nad kuulevad sõnapaari “Saksa Liidupank”, kui ka semantilist diferentsiaali, andes vastajatele ette 15 paari bipolaarseid omadussõnu ning küsides, mil määral need seostuvad nende arvates föderaalpangaga. Samasuguse meetodiga uurisin ka Euroopa Keskpanga imagot.

Osgoodi poolt väljatöötatud semantiline diferentsiaal mõõdab märki parameetrist tähendust ning annab ülevaate sellest, milline on sõnastamata imago erinevates inimgruppides või sihtrühmades (Osgood, Rikberg 2002, kaudu).

Antud meetodi aluseks on psühholoogiline järjepidevus, millest kasvab mingisugune tunnus ja millega me seostame kõige erinevamaid mõisteid. Sellist skaalat, mille tegemiseks kasutatakse bipolaarseid sõnu nagu soe ja külm, avatud ja suletud jne., on hea jagada võrdseteks intervallideks ning selle keskpunkt on indifferentsuse punkt. Mõiste asukoht skaalal näitab seega mõiste tähenduse intensiivsust antud tunnuse järgi (Past, Rikberg 2002, kaudu).

Semantilise diferentsiaali eeliseks imago mõõtmisel on tulemuste võrreldavus, mõõtmist on kerge verifitseerida, uuringu protseduur on standardiseeritud (Rikberg 2002).

Saksa Liidupanga imagoprofiili kognitiivset ning intentsionaalset dimensiooni uurisin läbi lahtiste ning faktiküsimuste, tehes selgeks, kui tuntud föderaalpank noorte seas on, milliste informatsioonikanalite kaudu teavet antud institutsiooni kohta

saadakse, milliseid ülesandeid ning persoone sellega seostatakse ning millest teabe hulk ning Liidupanga imago sõltuvad.

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et kasutasin formaliseeritud küsimustikus nii semantilist diferentsiaali kui ka erinevaid küsimustüüpe (lahtised ja kinnised küsimused, filterküsimused, kontrollküsimused jne).

Saadud tulemusi analüüsin programmiga Microsoft Excel. Peale statistilise andmestiku sisestamist vaatasin, kas selles esineb arvutisse sisestamise, ülesmärkimise vm. vigu ning erindeid, mis võiksid tulemusi oluliselt mõjutada. Tühikute puudumisel tegin selgeks, kas on tegemist puuduva informatsiooniga või sisulise vastusega. Peale andmete kontrollimist, rühmitasin neid, kasutades nii lihtkui ka rühmkokkuvõtet. Enamasti opereerisin oma töös ainult ühe rühmitamistunnusega, st. jagasin üldvalimi neljaks – gümnaasistid, kutsekoolis õppivad noored, pangandusklassis õppijad ning üliõpilased. Samuti kasutasin binaarset jaotust – noormehed ja neid.

Andmete analüüsimisel tõin välja erinevate rühmade protsentuaalsed osatähtsused ning üldvalimi tulemused. Grupi “üliõpilased” puhul ma protsente välja ei arvutanud, kuna antud rühma valim ei olnud üldvalimi suhtes representatiivne.

Formaliseeritud küsimustiku valimi moodustasid 162 Hesseni, Reinimaa-Pfalzi, Baden-Württembergi, Saksimaa, Põhja-Rein-Vestfaali, Alam-Saksimaa, Bremeni, Berliini, Tüüringi ning Baierimaa noort vanuses 16-26. Neist 82 olid meessoost ning 80 naissoost. Küsitletuist 2 olid 16-aastased, 66 vanuses 17 kuni 18 aastat, 50 19- kuni 20-aastased, 14 vanuses 21 kuni 22 ning 28 vanuses 23-26 aastat. Vastanuist 86 olid õpilased (neist 28 õppisid panganduskallakuga klassis ning 58 gümnaasiumis), 23 üliõpilased, 10 töötavad ning 43 omandasid kutseharidust. Valimi moodustasin lihtsa juhusliku valiku teel, selleks et tagada selle representatiivsus. Seega oli igal üldkogumi punktil võrdne võimalus valimisse sattuda.

Peale selle viisin 20 Saksa Liidupanga praktikandi seas läbi lühiküsimustiku. Antud küsimustiksu kasutasin semantilise diferentsiaali meetodit ning see hõlmas

samu bipolaarseid omadussõnu, mida ka formaliseeritud küsimustik. Seega on antud küsimuse tulemused omavahel võrreldavad.

Siiski ei ole antud töö põhjal võimalik teha kaugeleulatuvaid, kogu Saksa Liiduvabariigi rahvastikule ülekantavaid järeldusi, “sest imago sõltub sihtgrupi imago tähendusest, millest tulenevalt võib erinevatel sihtgruppidel olla erinevast mõtlemisest, tundmisest, teadmistest tulenevalt ettevõttest erinev imago” (Buss, Fink-Heuberger 2000:201).

Juhul, kui ma oleksin viinud süvaintervjuid ning formaliseeritud küsimustiku läbi teise sihtgrupi hulgas, oleksid võinud töö tulemused olla erinevad hetke tulemustest. Minu töö tulemusena on võimalik saada pilt selle kohta, milline on Saksa Liidupanga imago Saksamaa Liiduvabariigis elavate õpilaste, üliõpilaste ning töötavate noorte seas.

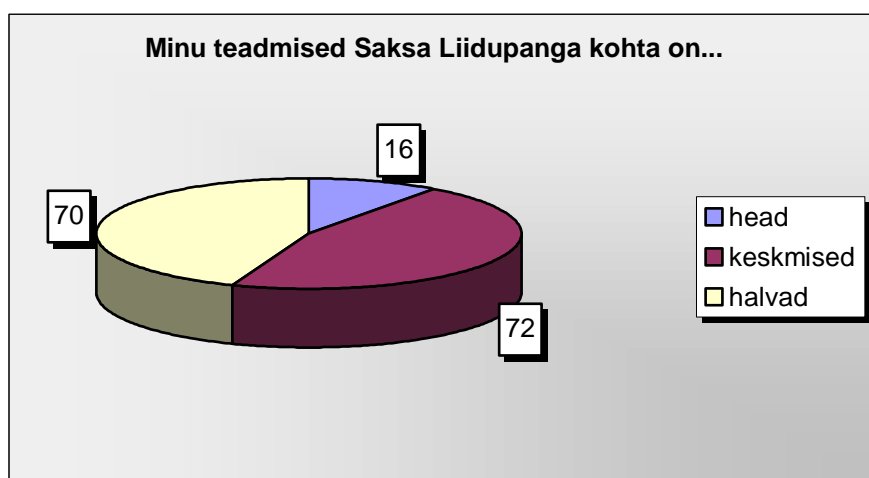
Järgnevalt tegelengi Saksa Liidupanga imagoprofiili atmosfäärilise-afektiivse, kognitiivse ning intensionaalse dimensiooniga saksa noorte seas.

4. Saksamaa Liidupanga imago Saksa Liiduvabariigis elavate noorte seas

4.1. Saksa Liidupanga imagoprofiili kognitiivne dimensioon

4.1.1. Saksa Liidupanga tuntus Saksa Liiduvabariigis elavate noorte seas

Kuigi 85% küsitletutest tunneb Saksa Liidupanga ning selle funktsioone, hindab vaid 10% oma informeerituse taset antud institutsiooni ülesannete, esindajate, eesmärkide ning struktuuri kohta heaks. Samas enamus vastajatest peavad oma teadmisi pigem keskmisteks (44%) või halvadeks (43%) (vt. joon. 4).



Joonis 4: Saksa Liiduvabariigi noorte teadmised Saksa Liidupanga kohta, arvudes

Tütarlapsed hindavad oma informeerituse taset madalamaks ning sellest tulenevalt on 50% antud rühmast arvamusel, et nende teadmised Saksa Liidupanga kohta on halvad, samas kui noormehed peavad neid keskmisteks kuni headeks. Samuti vastavad poisid vabadele küsimustele pikemalt ning põhjalikumalt ning oskavad Liidupangaga seostada spontaanselt rohkem ülesandeid, omadusi ning isikuid. Nii

andsid 83% noormeestest vabadele küsimustele vastuse, samas kui neidudest vastas neile vaid 63%.

14% küsitletud noortest teavad Saksa Liidupanga olemasolust, kuid ei tea, millega antud institutsioon tegeleb. Seega hindavad nad ka oma teadmisi föderaalpanga kohta pigem halbadeks. See võib tuleneda asjaolust, et 44% antud rühmast ei tunne Liidupanga poolt välja antavaid infobrošüüre ega õpilasmeediat, samuti pole nad tutvunud antud institutsiooni koduleheküljega ega külastanud rahamuuseumi ning messe, kus föderaalpank osalenud on. Hoolimata sellest suutis 44% antud rühmast vastata vabadele küsimustele, kahel juhul aeti Saksa Liidupank (*Deutsche Bundesbank*) segamini kommertspangaga Saksa Pank (*Deutsche Bank*).

Gümnaasiumis õppivatest noortest teab Saksa Liidupanka 88%. Samuti teavad institutsiooni enamus üliõpilastest (21). Kutsekoolide õpilastest 2% Saksamaa keskpanga ei tea ning 26% on antud organisatsioonist kuulnud, kuid neil puudub laiem arusaam selle struktuuri, ülesannete, juhtkonna ning eesmärkide kohta, kuigi nad kasutavad samu informatsioonikanaleid nagu eespool nimetatud rühmad. Sellest tulenevalt hindab 40% kutsekoolis õppivatest noortest oma teadmisi Saksa Liidupanga kohta keskmisteks ning 54% koguni halbadeks, samas kui gümnaasiumi noorte puhul on antud näitajad 48% ning 37%. 9% gümnaasistidest hindab oma informeerituse taset koguni heaks.

Kui võrrelda nende vastuseid, kes peavad oma teadmisi headeks, nende küsitletute omadega, kes peavad oma informeerituse taset halvaks, võib märgata, et esimene rühm hindab oma teadmisi liiga kõrgelt ning nende informeeritus on mitmetes aspektides pigem võrdne teiste gruppide omadega või isegi halvem.

Nii arvab 50% antud rühmast, et Saksa Liidupank on Euroopa Keskpanga filiaal, 13% on kindel, et antud institutsioon ei ole Saksamaa Liiduvabariigi Keskpank, 13% leiab, et föderaalpank ei tegele pankade järevalvega. Nende vastajate seas, kes hindavad oma teadmisi halbadeks, on antud näitajad vastavalt 27%, 6% ning 10%. Seega nende teadmised on antud aspektides paremad kui eelnimetatud rühma puhul.

Samas annab antud grupp rohkesti “ei tea” vastuseid, mis näitab, et nende informeeritus föderaalpanga ülesannete, eesmärkide, juhtkonna ning struktuuri kohta on pigem väike. See tuleneb asjaolust, et 33% antud vastajatest ei ole kasutanud ühtegi Saksa Liidupanga väliskommunikatsioonikanalit ning 41% tunneb vaid ühte antud meediumitest. Enamasti on selleks informatsioonibrošüürid või kodulehekülg.

9% vastajaist toob välja, et keskmised ning halvad üldteadmised Saksamaa Liidupanga kohta tulenevad antud institutsiooni halvast informatsioonipoliitikast ning ebaefektiivsest suhtekorraldustööst. Keskpang peaks vastajate arvates läbi viima rohkem informatsiooniüritusi noortele, et antud sihtgrupil oleks võimalik tutvuda institutsiooni tegevuseesmärkidega, ülesannetega, esindajatega ning struktuuriga. Antud asjaolu tuli välja ka Lõuna-Brandenburgi noortega läbi viidud süvaintervjuudest.

Ja... Ich denke, dass das liegt daran [an die Öffentlichkeitsarbeit]. Bestimmt [müssen sie mehr Informationsveranstaltungen machen]. Die machen zu wenig Werbung und so weiß man auch nicht, worunter Bundesbank sich steckt. Und man weiß auch nicht ganz genau, womit sie sich beschäftigen. Und nach der Euro-Durchführung weiß man darüber noch weniger. Ja, bestimmt müsste [sie sich mehr um die Öffentlichkeitsarbeit und Informationspolitik kümmern] (mees, 24, sõjaväelane, Elsterwerda).⁶

Ich glaube, dass im allermeisten das, dass ich so wenig weiß. Deshalb stört mich die Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Bundesbank (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁷

Ich würde sagen, Deutsche Bundesbank muss erstmal ein bisschen mehr Werbung für sich selbst machen. Weil ich meine... Jeder kann sich mit dem Begriff „Deutsche Bundesbank“ etwas anfangen, hat das irgendwann, irgendwo gehört, und weiß in welcher Zusammenhang das steht, aber womit es sich beschäftigt, weiß eigentlich kaum jemand. Die Öffentlichkeitsarbeit der Deutschen Bundesbank müsste wesentlich besser sein (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁸

⁶ Jah... Ma arvan, et selle põhjus on selles [suhtekorralduses]. Kindlasti peavad nad tegema rohkem informatsiooniüritusi. Nad teevad liiga vähe reklaami ja samas ei tea ka, mille taga Liidupank on. Ja samas ei tea ka, millega ta täpselt tegeleb. Ja peale euro sisseviimist teatakse sellest veel vähem. Kindlasti peaks [muutma suhtekorraldust ja informatsioonipoliitikat].

⁷ Ma arvan, et [mind segab] kõige rohkem see, et ma nii vähe tean. Seetõttu häirib mind Saksa Liidupanga suhtekorraldustöö.

⁸ Ma ütleksin, et Liidupank peaks kõigepealt endale rohkem reklaami tegema. Sest ma arvan... Kõik oskavad midagi mõistega “Liidupank” peale hakata, on seda kunagi kusagil kuulnud, ja teavad, millises seoses see [teiste institutsioonidega] seisab, aga millega see tegeleb, ei tea täpselt keegi. Saksa Liidupanga suhtekorraldus peaks oluliselt parem olema.

Ich glaube, alles, auch diese Assoziationen kommen davon, das man zu wenig weiß. Wenn ich mehr wüsste, dann würde ich eine andere, detaillierte und andere Meinung haben. Man hat doch Vorurteile, wenn man so wenig darüber gehört hat oder [damit] zu tun hat (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁹

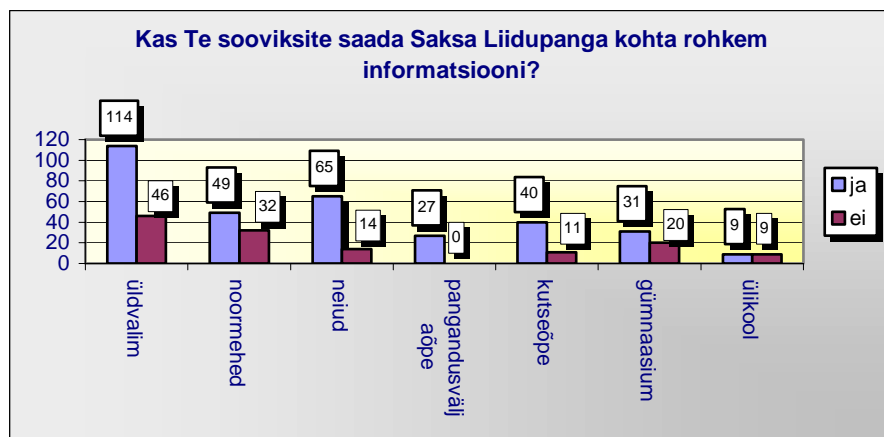
Seega peaks Saksa Liidupank oma informatsioonipoliitikat ning suhtekorraldustegevust parandama, sest imago kujunemist ning muutumist mõjutab ka informatsiooni hulk, mis inimese käsutuses on. Mida enam informatsiooni indiviid objekti kohta omab ning mida paremad ta teadmised selle kohta on, seda usaldusväärsemalt ning laiemalt saab imago välja kujuneda, seda paremini saab ühtsustada psühholoogilist taju ning objekti reaalselt poolt. Mida vähem informatsiooni objekti kohta omatakse ning mida kaugem organisatsioon on, seda suurem on oht, et langetakse stereotüüpidesse ning imago on lihtne vigaderohke skeem (Mast, Velbaum 2005, kaudu).

4.1.1.1. Kas Saksa noored sooviksid Saksa Liidupanga kohta rohkem informatsiooni?

70% noortest soovib Saksa Liidupanga kohta saada rohkem informatsiooni. Noormeestest tahaks antud institutsiooni kohta rohkem teadmisi ammutada 60%, neidudest 81% Kõige rohkem informatsiooni Saksamaa Liiduvabariigi keskpanga kohta sooviksid pangandust õppivad noored, samas kõige vähem huvituvad föderaalpangast gümnaasiumi õpilased (vt. joon. 5).

28% vastanud noortest sooviksid saada rohkem informatsiooni Saksa Liidupanga ülesannete kohta, 7% keskpanga kui tööandja kohta, 4% föderaalpanga eesmärkide ning mõju kohta peale Euroopa Keskpankade süsteemiga ühinemist ning 10% oleksid huvitatud igasugusest informatsioonist. Noored sooviksid paremini tundma õppida ka Liidupanga struktuuri, ajalugu, juhtkonda ning finantspoliitikat.

⁹ *Ma arvan, kõik, ka need assotsiatsioonid, tulevad sellest, et teatakse nii vähe. Kui ma rohkem teaksin, oleks mul teine, detailsem ning teine arvamus. Kui nii vähe teatakse ja sellega seotud ollakse, tekivad eelarvamused.*



Joonis 5: Saksa Liiduvabariigis elavate noorte hulk, kes sooviks Saksa Liidupanga kohta saada rohkem informatsiooni, vastajad arvudes

Samas 28% vastajaist ei soovi Liidupanga kohta informatsiooni saada. Sellised noored hindavad oma teadmisi föderaalpanga kohta enamasti halbadeks kuni keskmisteks. 50% antud rühma kuuluvatest noormeestest ning 53% neidudest arvavad, et föderaalpank on Euroopa Keskpanga filiaal. 25% poisse ning 40% tüdrukuid vahetavad Liidupanga ära Saksa Pangaga ning toovad välja, et tegemist on kommertspangaga. Enamus antud gruppi kuuluvatest noortest ei tea, et föderaalpanga rahanduspoliitiline funktsioon ning ülesanded on peale Euroopa Keskpankade Süsteemiga ühinemist 1999. aastal muutunud.

Hoolimata sellest vastab 53% neidudest ning 84% noormeestest lahtistele küsimustele. Kuigi enamasti vastati vaid ühe assotsiatsiooniga, tuli ette ka pikki ning põhjalikke vastuseid, milles kasutati panganduspetsiifilist sõnavara. Huvitav seejuures oli fakt, et antud noored hindasid ise oma teadmisi Saksa Liidupanga kohta halbadeks.

Die Deutsche Bundesbank war früher die Hüterin der Stabilität der deutschen Währung. Heute wird die Aufgabe durch die europäische Zentralbank übernommen. Deutsche Bundesbank hat daher an Bedeutung verloren (mees, 26, töötav, München)¹⁰

Die Deutsche Bundesbank ist für die Ausgabe der Euro Banknoten in Dutschland zuständig, nimmt die Aufgaben im Rahmen des Europäischen Systems der

¹⁰ Saksa Liidupank oli enne saksa vääringu stabiilsuse hoidja. Nüüdseks on Euroopa Keskpank selle ülesande üle võtnud ning Saksa Liidupanga tähtsus on vähenenud.

Zentralbanken wahr und ist für die Stabilität des Euro zuständig (naine, 23, üliõpilane, Münster)¹¹

Die Bundesbank war bis zur Euro-Einführung die oberste "Hüterin" der Geldpolitik in Deutschland und bis dato unabhängig. Heute beteiligt sie sich an der Geldpolitik der EWU. Außerdem ist ihr Sitz in Frankfurt am Main. Der Präsident der Bundesbank Weber ist erst seit kurzem im Amt, nachdem er zurücktreten musste (mees, 23, üliõpilane, Ludwigshafen)¹²

Noortele, kes ei soovinud Saksa Liidupanga kohta informatsiooni saada, polnud tähtis, kas föderaalpanga töö on edukas või mitte. 35% antud rühmast väitis, et neile ei ole antud institutsiooni edu oluline.

Sellest tulenevalt võib välja tuua, et noored ei soovi Liidupanga kohta informatsiooni tihti just sel põhjusel, et neil puudub antud teema vastu huvi ning motivatsioon informatsiooni hankimiseks. Antud tendents tuli välja ka Lõuna-Brandenburgi noortega läbi viidud süvaintervjuudest.

Kann auch sein, dass ich die irgendwann gelesen habe, aber ich habe die dann nicht so intensiv gelesen, weil ich mich einfach nicht dafür so viel interessiert habe (naine, 23, üliõpilane, Dresden/ Elsterwerda).¹³

Weil ich hatte damals, als ich die gelesen habe, damit nicht so viel zu tun, habe momentan auch nicht so viel zu tun, nur dann, wenn ich wirklich den Geld gewechselt habe, besonders Hardgeld, so 10-Pfennig und 50-Pfennig, weil ich einen großen Sack gefunden habe, bei mir im Keller (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).¹⁴

Samuti toovad vastajad välja, et neid ei seo Saksa Liidupangaga ükski faktor ning ka seetõttu on huvi antud institutsiooni vastu väike. Enamasti puutuvad noored kokku vaid kommertspankadega (Velbaum 2005).

Ne, da war ich noch nie, weil, so viel habe ich mit der Deutschen Bundesbank nicht zu tun (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).¹⁵

¹¹ Saksa Liidupank on euro-raha väljaandmise eest vastutav ning osaleb Euroopa Keskpanga Süsteemi töös. Samuti on ta euro-raha stabiilsuse eest vastutav.

¹² Saksa Liidupank oli kuni euro-raha sisseviimiseni rahapoliitika kõrgeim "hoidja" ning on tänaseni sõltumatu. Praegu osaleb ta Euroopa Majandusühingu töös. Peale selle asub Liidupanga peakontor Maini äärses Frankfurt. Liidupanga president Weber pole kaua ametis olnud. Ta sai presidendiks siis, kui tema eelkäia pidi tagasi astuma.

¹³ Võimalik, et ma olen sellest kunagi lugenud, aga mitte nii põhjalikult, kuna ma pole lihtsalt kunagi selle teema vastu huvi tundnud.

¹⁴ Kuna mul polnud tollal, kui ma neid [artikleid] lugesin, sellega [Liidupangaga] eriti midagi tegemist, pole ka praegu, ainult siis oli, kui ma tõesti raha vahetasin, eriti münte, nii 10ne ja 50ne sendilisi, kuna leidsin keldrist suure koti täie saksa penne.

¹⁵ Ei, seal [Liidupanga kodulehel] pole ma kunagi käinud, nii palju pole mul Liidupangaga ka pistmist.

Weil ich ja so groBartig mit der Bundesbank nicht etwas zu tun habe (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).¹⁶

Ich denke auf jeden Fall, dass es für Deutschland eine wichtige Arbeit ist, ob es auch erfolgreich ist, kann ich nicht beurteilen, weil ich nicht, weil ich wenig damit zu tun habe (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).¹⁷

Denn man regulär mit der Bundesbank nicht so viel zu tun hat. Man hat regulär mit solchen kleinen normalen Banken in der Stadt, bzw. mit den regionalen Banken und, und überregionalen Banken wie Sparkasse, mit der Bundesbank kommt eigentlich nicht viel in Kontakt. So als Privatperson zumindest (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).¹⁸

Also, ich habe keine konkrete Meinung dazu, weil so viel damit zu tun habe ich auch nicht. Man hört ja ab und zu etwas durch die Medien, aber, dass ich damit so viel zu tun hätte, mm... Kann ich nicht sagen (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).¹⁹

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et noored küll teavad Saksa Liidupanka, kuid samas hindavad oma teadmisi Saksamaa föderaalpanga kohta keskmisteks kuni halbadeks. Enamus noortest sooviks pankade panga kohta rohkem informatsiooni saada, kuid on ka võrdlemisi suur grupp, keda antud teema ei huvita ning kes ei soovi või/ ja ei vaja informatsiooni selle institutsiooni kohta.

4.1.2. Saksa noorte informatsioonikanalid, saamaks teavet Saksa Liidupanga kohta

74% vastajatest saab Saksamaa Liidupanga kohta informatsiooni läbi meedia, mida noored peavad ka föderaalpanga imagot enim mõjutavaks faktoriks. Kõige tähtsamateks meediumiteks on trükimeedia (ka ajalehtede ning ajakirjade interneti versioon) ning televisiooni ja raadio uudistesaadet. Ringhäälingu muud (majanduspoliitilised) saated on vastanute jaoks infoallikatena vähetahtsad (Velbaum 2005).

¹⁶ Kuna mul ei ole nii suuresti Liidupangaga midagi pistmist.

¹⁷ Ma arvan igatahes, et see töö [mida Liidupank teeb] on Saksamaa jaoks tähtis, kas see ka edukas on, seda ma ei oska hinnata... Ma ei tea, kuna mul pole sellega nii palju pistmist.

¹⁸ Sest regulaarselt pole [mul] Liidupangaga eriti palju tegemist. Regulaarselt on inimestel rohkem tavaliste väikeste pankadega, samuti ka regionaalsete pankadega ja üleriiklike pankadega nagu Hoiukassa, pistmist. Liidupangaga inimestel enamasti kokkupuude puudub. Erasisikutel vähemalt.

¹⁹ No, mul ei ole konkreetset arvamust, kuna mul ei ole sellega [Liidupangaga] eriti midagi pistmist. Vahest harva kuuleb midagi meediast, aga, et mul sellega tegemist oleks, mm. Seda ei saa ma öelda.

In der Zeitung [habe ich letztens über die Deutsche Bundesbank gelesen]. Ich glaube, dass war das Spiegel oder so. Ja, viel gehört. Also im Radio habe ich mehrmals etwas gehört und auch in der Zeitung gelesen aber sehr dafür interessiert habe ich mich auch nicht (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).²⁰

Durch die Medien hauptsächlich. Meistens stehen dort irgendwelche Artikeln, die ich in der Zeitung lese oder... Sonst Internet.²¹ Die Artikeln waren meistens recht ausgewogen, also es gab Artikeln, wo man gesagt wurde, die Entscheidung war nun schlecht oder so... Oder die Entscheidungen waren gut. Aber die Bundesbank selbst wurde nie dargestellt. Es waren nur bestimmte Entscheidungen (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).²²

Na... Von den Nachrichten hört man manchmal. Wenn Leitzinsen oder so was erwähnt werden. War die doch die Deutsche Bundesbank, oder? Ich glaube, dass war die Bundesbank. Aber sonst ja... Von den Nachrichten (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).²³

Das war, ich weiß nicht, in der Zeitung war das... In der Süddeutsche. Und da ging es um die Aufgaben der Bundesbank. Nach der Euro. Das war relativ früh. Also welche Aufgaben hat die Bundesbank danach und welche Gewichtung sie hat. Also, wie wichtig ist sie (mees, 21, kaitseväelane, Elsterwerda).²⁴

59% vastanud noortest teavad Saksa Liidupanka läbi kooli. Gümnaasiumi klasside kooliprogrammi kuulub õppeaine "Politischer Bildungsunterricht" (poliitiline haridusõpe), kus käsitletakse erinevate Saksa Liiduvabariigi institutsioonide üldiseid tegevuspõhimõtteid ning räägitakse nende ülesannetest ning tähtsusest Saksa riigi jaoks (Velbaum 2005). Samuti käsitletakse Saksa Liidupanka majandustundides ning 20% vastanuist on olnud klassiga föderaalpanga rahamuuseumis, mõnes filiaalis või kuulunud keskpanga poolt korraldatud rahanduspoliitilisi ettekandeid.

²⁰ Ajalehes [lugesin Liidupanga kohta viimati]. Ma arvan, et see oli Spiegel või midagi niisugust. Jah, ja palju kuulnud olen ka. S. t. raadio kaudu olen mitu korda midagi kuulnud ja ka ajalehest lugenud, aga nii väga huvi tundnud pole ma ka selle vastu.

²¹ Meedia kaudu peamiselt. Enamasti on seal mingisugused artiklid, mida ma loen või... Muidu internet.

²² Ma ei oska sulle seda tõesti öelda. Ma ei tea seda enam... Ma arvan, et eelmisel talvel lugesin ma viimati midagi Liidupanga kohta. Artiklid olid enamasti tasakaalus, s. t. oli artikleid, kus kirjutati, et otsus oli nüüd halb või nii... Või otsused olid head, aga Liidupangast endast ei räägitud kordagi. Vaid teatud otsustest.

²³ Noh... Uudiste kaudu kuuleb vahetevahel. Siis kui räägitakse intressimääradest või millestki sellisest. See oli ju Saksa Liidupank, eks? Ma arvan, et ikka oli Liidupank. Aga muidu jah.. Uudiste kaudu.

²⁴ See oli, ma ei teagi, ajalehes oli see... Süddeutsches. Seal kirjutati Liidupanga ülesannetest. Peale eurot [euroga liitumist]. See oli juba päris ammu. S. t. millised ülesanded on Liidupangal peale seda ja milline kaal tal on. S. t. kui tähtis ta on.

*Einmal durch die Schule, was wir früher hatten, politischen Bildungunterricht (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).*²⁵

*In der Schule haben wir über die Aufgaben der einzelnen Institutionen in Bundesrepublik durchgegangen und so haben wir auch die Bundesbank, so ganz grob sind wir da durchgegangen (mees, 21, kaitseväelane, Elsterwerda).*²⁶

19% noortest tunneb Saksa Liidupanka tänu olulistele teistele. Oluliste teistega räägitakse nii finantsküsimustest, pankade üldisest poliitikast, aktsiatest, Saksa Liiduvabariigi majanduslikust olukorrast kui ka raha teekonnast, samuti võrreldakse omavahel kommertspankade pakutavaid pakette majapidamistele. Tihti on olulisteks teisteks sõbrad ning tuttavad, kes on õppinud ülikoolis pangandust (Velbaum2005).

*Mein Bruder ist Bankkaufmann und dadurch habe ich ein bisschen so... Ee ... Sag mal connections zur Bank, so ein bisschen ja...Ja... Und da hört man so ein bisschen über verschiedene Banken so. Dadurch kenne ich sie [Bundesbank] eigentlich ja. Ja durch meinen Bruder.Vergleiche macht er und sagt, was besser ist bei der Bank und der Bank und berät mich ein bisschen da, ja (mees, 24, kaitseväelane, Elsterwerda).*²⁷

*Ich habe schon Interesse, fand es auch interessant, wenn ein meiner Freunde, der eine Banklehre machte, von diesen Themen, Finanzen oder Banken, erzählte. Über allgemeine Finanzpolitik. Den Weg des Geldes. Welchen Einfluss der Staat hat (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).*²⁸

Teisalt on olulisteks teisteks ka nii sugulased, kes töötavad Saksa Liidupangas, kui ka pereliikmed, kellega arutati eelkõige ühisraha euro sisseviimist ning sellest tulenevaid puudusi ning eelisi Saksa ühiskonnale.

*Und auch mit meinem Papa habe ich darüber diskutiert (naer). Thema – Euroumstellung, also, als es in Deutschland so weit war, die D-Mark auf die Euro umzustellen (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).*²⁹

²⁵ Samuti ka kooli kaudu, poliitilise haridusõppe kaudu, mis meil varem oli.

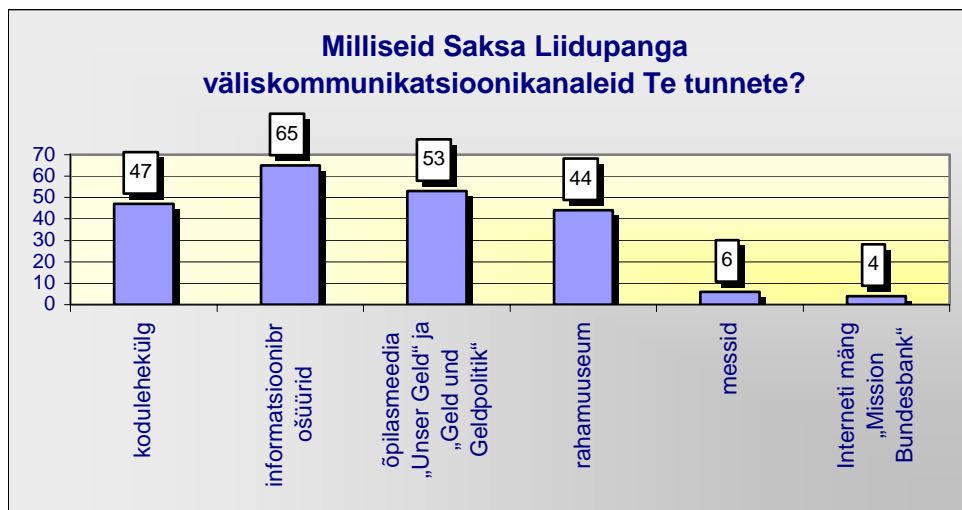
²⁶ Koolis õppisime me üksikute institutsioonide ülesandeid Liiduvabariigis ja teiste hulgas ka hästi pinnapealselt Liidupanga omi.

²⁷ Minu vend on pankur ning seetõttu on mul natuke... Ee... Ütleme, et tutvusi panganduses, no, nii natukene. Ja, ja.. Ja nii kuuleb natuke erinevatest pankadest. Seetõttu tunnegi seda [Liidupanka]. Jah, tänu vennale. Võrdlusi teeb ta ja ütleb, mis on hea pankade juures ja annab mulle natuke nõu.

²⁸ Mul on küll huvi, mulle pakkus see ka siis huvi, kui mu sõber, kes õpib pangandust, sellistest teemadel nagu finantsid ja pangandus, rääkis. Või üldiselt finantspoliitikast. Raha ringlust. Mis mõju on sellel riigile.

²⁹ Ja ka oma isaga olen ma sel teemal diskuteerinud (naer). Teema – eurole üleminek. Siis kui Saksamaa nii kaugel oli, et saksa mark vahetati euro vastu.

Peale antud informatsioonikanalite tunnevad noored Saksa Liidupanka veel tänu föderaalpanga väliskommunikatsioonikanalite. 40% vastanuist tunnevad Saksa Liiduvabariigi keskpanga informatsioonibrošüüre, 33% pankade panga poolt välja antavat õpilasmeediat ning 29% antud institutsiooni kodulehekülge (vt. joon. 6).



Joonis 6: Saksa Liiduvabariigi väliskommunikatsiooni kanalite tuntus noorte seas, vastajad arvudes

Samuti on Saksa Liidupank noorte seas tuntud läbi praktika finantssektoris (6%), ülikoolis pakutava programmi (1%), interneti, aktsiate, keskpanga aastaaruande ning praktikapakumiste (kõik 1%).

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et noored saavad Saksa Liidupanga kohta informatsiooni läbi erinevate kanalite. Kolmeks põhikanaliks, mille kaudu oleks antud institutsioonil võimalik kõige paremini noorteni jõuda, antud sihtrühma informeerida ning nende käitumiskavatsusi mõjutada, on seejuures meediumid, kool ning föderaalpanga väliskommunikatsioonikanalid.

4.1.3. Noorte teadlikkus Saksa Liidupanga ülesannete kohta

33% vastajaist oskab spontaanselt nimetada vähemalt ühte Saksa Liiduvabariigi keskpanga ülesannet. Esmase seosena tuuakse välja, et Saksa Liidupank tegeleb finantspoliitika, rahatähtede trüki, intresside määramise ning raharinglusega. Samuti

seostatakse föderaalpangaga pankade järelvalvet, hindade ning euro stabiilsuse hoidmist ning konjunkturi.

WeiB ich auch nicht, was Bundesbank direkt anbietet oder so was. Bestimmt etwas, was mit dem Geld zu tun hat und Geldanleihen, Zinsen. Genauer kann ich leider nix sagen (mees, 24, sõjaväelane, Elsterwerda).³⁰

Aufgaben halt, sie arbeitet mit der Bundesregierung zusammen. Also, sie ist das, die Bank halt, die mit der deutschen Regierung zusammen arbeitet. Em... Sie reguliert das Geld in Deutschland, genauer das Geld, das halt im Umlauf ist, das Bargeld, ja, das war dann auch schon... Zinsen reguliert sie auch... Dann hört sich aber auf (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).³¹

Nein, muss ich nun sagen. Ich weiB ja nicht viel, nur das Geldwechsel... Also muss ich sagen, dass direkte Ziele und Aufgaben weiB ich leider nicht. Geldgeschäfte, Zinsen... Bankenaufsicht vielleicht (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).³²

Aber Bundesbank beschäftigt sich hauptsächlich damit, dass z. B jetzt die Konjunktur, Zinsätze, so... Alles, was die marktregulierende Sachen sind. Und sorgt auch für die Währungsstabilität... Oder EZB³³ sollte eigentlich für die Wertstabilisierung des Euro sorgen (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).³⁴

Also, für mich ist das eine sehr schwierige Frage, aber ich denke, dass es die Steuerorgan für die Währung ist, früher denke ich mal, sehr stark an die D-Mark gewesen, mmm... Ich denke, wie ist es mit den Zinsen?... Ich denke, sie kümmert sich um die ganze Währung und wirtschaftliche, ja... Organ ist sie... Direkt weiB ich es, ehrlich gesagt, nicht (mees, 21, kaitseväelane, Elsterwerda).³⁵

Na... Ich denke, dass für Stabilität der Wertung ist sie ein bisschen verantwortlich. Ich denke auch, dass die für gewisse... Wirtschaftliche Aspekte verantwortlich ist, die mit der Finanzpolitik zusammenhängen wie z. B die Zinsen. Und ich weiB nicht, wie weit die Vergabe der Krediten für die Wirtschaft in der Staat eine Rolle spielt. Ich

³⁰ Ma ei tea ka täpselt, mida Liidupank pakub või teeb. Kindlasti midagi, mis on seotud rahaga ning laenu andmisega, intressidega. Täpselt ei oska ma kahjuks öelda.

³¹ Ülesanded lihtsalt, ta teeb koostööd föderaalvalitsusega. S. t. see on see, lihtsalt pank, mis teeb koostööd saksa valitsusega. Em... Ta reguleerib raha Saksamaal, täpselt seda raha, mis on ringluses, sularaha, ja, ja see oligi. Intresse reguleerib ta ka. Aga rohkem mulle pähe ei tulegi.

³² Ei [tunne ülesandeid], pean tunnistama. Ma ei tea ju palju, ainult rahavahetus... S. t. pean tunnistama, et konkreetseid eesmärgid ning ülesandeid ma ei teagi. Rahaasjad, intressid... Pankade järelvalve võibolla.

³³ Euroopa Keskpang

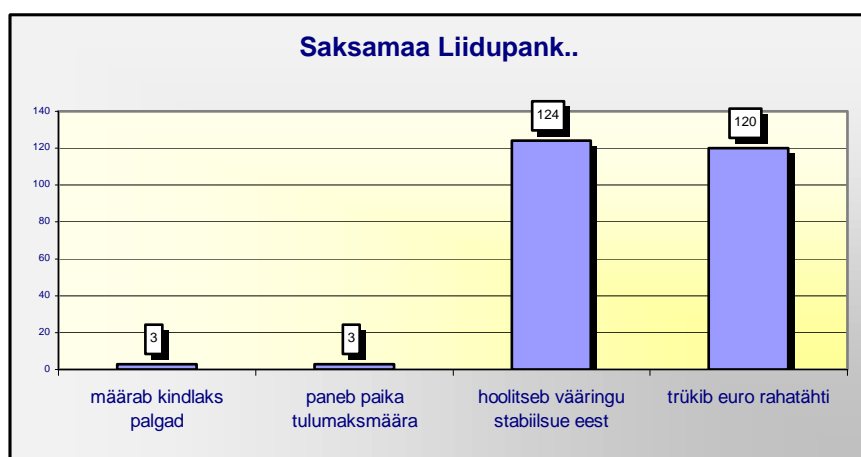
³⁴ Aga Liidupank tegeleb peamiselt sellega, et, näiteks konjunktuur, intressimäärad, nii... Kõigi nende turgu reguleerivate asjadega. Ja hoolitseb raha stabiilsuse eest. Või tegelikult peaks Euroopa Keskpang euro stabiilsuse eest hoolitsema.

³⁵ Noh, minu jaoks on see raske küsimus, aga ma arvan, et ta on raha väärtuse reguleerija, varem oli ta, ma arvan, väga tugevalt saksa margaga seotud. Mm... Ma arvan, kuidas nende intressidega oli? Ma arvan, et hoolitseb vääringu eest ja muu majandusliku.. Ja... Selline organ on see.. Kui aus olla, ega täpselt ei teagi.

*denke aber schon, dass die dafür auch zuständig sind. Und am sonsten weiß ich keine weiter (mees 26, muusikaõpetaja, Cottbus).*³⁶

Seega on noorte teadmised föderaalpanka ülesannete kohta pigem pealiskaudsed. Sügavam arusaam antud institutsiooni funktsioonidest, siseriiklikust ning rahvusvahelisest tähtsusest ja mõjust antud sihtrühmal puudub.

Kui vastajatele anda Saksa Liidupanga ülesanded ette, siis 77% oskavad nimetada, et föderaalpank on vastutav raha stabiilsuse eest ning 74% teab, et antud institutsioon tegeleb euro rahatähtede trükkimisega. Samas 2% noortest on valearvamusel, et keskpank tegeleb tulumaksumäära ning palkade paika panemisega (vt. joon. 7). Antud väär mõtlemine on eelkõige levinud noormeeste seas. 5% poistest leiab, et Liidupank võiks antud ülesannetega tegeleda.



Joonis 7: Saksa Liidupanga ülesanded, vastajad arvudes

Kui võrrelda noormeeste teadmisi neidude omadega teistes Liidupanga funktsioone käsitlevates küsimustes, on poiste teadmised neidude omadest paremad. Nii teab 89% noormeestest, et Liidupank on Saksamaa Liiduvabariigi keskpank ning 71% on kuulnud, et antud institutsioon tegeleb pankade järelvalvega. Neidude puhul on antud näitajad seevastu 83% ning 56%.

³⁶ *Njah, ma arvan, et ta on natuke vastutav raha stabiilsuse eest. Ma arvan, et ka teatud... Majanduslike aspektide eest, mis käivad rahanduspoliitikaga kokku nagu näiteks intressid. Ja ma ei tea, kui tähtsat rolli ta krediitide andmises majandusasutustele riigis mängib. Aga ma arvan, et ta on siiski ka selle eest vastutav. Aga rohkem ma ei teagi.*

Samas on noormeeste seas ka rohkem neid, kes leiavad, et Liidupank ei ole Saksamaa Liiduvabariigi keskpank (11%) ega tegele pankade järelvalvega (10%). Sellest tulenevalt võib välja tuua, et poistel on föderaalpangast kujunenud välja pigem kindel õige või vale arvamus antud institutsiooni kohta, samas kui tüdrukud on tihedamini kõhklevamal seisukohal.

Kui vaadata teadlikkust Saksa Liidupanga ülesannete kohta rühmiti, tuleb välja, et kõige paremaid teadmisi antud institutsiooni funktsioonide kohta omavad kutsekoolide õpilased. 82% antud rühmast teab, et föderaalpank on Saksamaa Liitvabariigi keskpank ning 67% on kuulnud, et Liidupank tegeleb pankade järelvalvega.

Samas kõige halvemad teadmised on pangandust õppivatel noortel. 18% antud rühma kuuluvatest vastajatest leidis, et Liidupank ei ole Saksamaa keskpank ning 14% olid arvamusel, et antud institutsioon ei tegele pankade järelvalvega. Teiste rühmade puhul olid antud näitajad oluliselt väiksemad.

4.1.4. Noorte teadlikkus Saksa Liidupanga presidendi ning esindajate kohta

Petersi 1993. aastal läbi viidud kultuuri, poliitika, spordi, majanduse, teaduse, kiriku ning muude “prominentide” tuntuse uuring näitas, et vaid 0,8% vastanuist tundis majandusjuhte, samas kui kultuuritegelaste puhul oli antud näitaja 46,2% (Peters, Buss, Fink-Heuberger 2000, kaudu).

Ka minu uuringust tulenes, et vaid 28% vastanuist oskas nimetada Saksa Liidupangaga seoses mõnda isikut, kusjuures vaid 26% välja toodud nimedest olid antud momendil föderaalpanga töötajad. 9% vastanuist tundis keskpanga presidenti Dr. Prof. A. Weberit, samuti nimetati juhtkonna liikmeid asepresident Dr. J. Starki ning Dr. Prof. H. Remspergerit. 79% neist, kes Liidupanga esindajaid tundsid, olid noormehed. Samuti oli juhtkond tuntum üliõpilaste ning pangandust õppivate noorte seas.

40% Liidupangaga seostatud nimedest olid valed. Eelkõige aeti antud institutsiooni segamini Saksa Pangaga ning seetõttu nimetati föderaalpanga

presidendina Ackermanni (14% vastanuist). 18% vastanud noortest seostas keskpangaga Saksamaa finantsministrit Eichelit ning 4% Euroopa Keskpanga endist presidenti Duisenbergi. 34% juhtudest nimetati Saksamaa Liidupanga endiseid presidente, sealhulgas 28% tundis E. Welteket.

72% vastanuist ei seostanud Saksa föderaalpangaga ühtegi isikut. 91% noortest ei tunne Liidupanga presidenti. Antud asjaolu, et kevadel ametisse asunud Dr. Prof. A. Weber on noorte jaoks pigem tundmatu, tuli välja ka Lõuna-Brandenburgi noortega läbi viidud süvaintervjuudest.

Nein... Sind die Wirtschaftsweisen oder? Es gibt doch so eine Sache wie Wirtschaftsweisen, oder wie sie sich nennen, weiß ich nicht... In Deutschland... Oder war das in Amerika? Also, ich kenne es nicht (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).³⁷

Ihn kenne ich ja, also ich habe schon mal gehört und ich weiß nicht mehr, welche Namen ich damit assoziieren müsste (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).³⁸

Mhmh, kenne ich nicht... Ist es aber peinlich (mees, 24, sõjaväelane, Elsterwerda).³⁹

Nööö... Die früheren Bundesbankpräsidenten kenne ich auch nicht, weil ich mich nie früher mit diesem Thema auseinandergesetzt habe (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/Dresden).⁴⁰

Põhjuseks, miks Liidupanga juhtkonda ning presidenti ei tunta, nimetasid vastajad asjaolu, et teema on nende jaoks pigem kauge ning sellega ei tegelda igapäevaselt. Samas võib antud faktist järeldada, et Liidupank ei jõua sümbolkommunikatsiooni kaudu noorteni – noored ei osanud süvaintervjuu käigus kirjeldada ka Saksamaa keskpanga logo ning töid välja, et nad ei teadvusta uudiseid vaadates ega kampaaniatega tutvudes, et selle taga on Saksa Liidupank. Seega jääb föderaalpank kui institutsioon tihti ise tahaplaanile, tutvustades vaid oma tegevust ning otsuseid (Velbaum 2005).

³⁷ *Ei... On nad Majandustargad? On ju olemas selline asi nagu Majandustargad või kuidas nad ennast nimetasid, ma ei tea... Saksamaal... Või oli see Ameerikas? No, ma ei tea...*

³⁸ *Teda ma tean [presidenti], s. t. ma olen temast kunagi midagi kuulnud, aga ma ei tea, millist nime ma nüüd nimetama peaksin.*

³⁹ *Mhm, Teda ma ei tunne... Päris piinlik.*

4.1.5. Noorte teadlikkus Saksa Liidupanga ning Saksa Panga erinevusest

Kuigi suur enamus vastanutest teeb vahet Saksa Liiduvabariigi keskpangal ning kasumile orienteeritud kommerts pangal Saksa Pank, pole 7% noortest antud institutsioonide erinevusest teadlik ning ajab neid segamini terve küsimustiku piires, tuues välja, et föderaalpank on kommertsbank, mis annab eraklientidele laenu.

Vabades küsimustes on Liidupanga Saksa Pangaga ära vahetanud 11% vastanuist. Antud rühm tajub föderaalpanka keskmisest negatiivsemalt. See tuleneb sellest, et pankade pangaga seostatakse koondamispoliitikat, negatiivseid uudiseid (näiteks Bank24) ning poliitiliselt orienteeritud presidenti.

15% noortest peab Saksa Liidupanka kommertsbankaks ning 9% arvab, et antud institutsioon annab eraklientidele krediiti. Kui noormeeste seas on antud näitajad 13% ning 9%, siis neidude hulgas küündivad need koguni 16% ning 9%. Samuti vastab viimane grupp sagedamini vastusevaraindiga "ei tea". 21% gümnaasiumi õpilastest arvab, et Liidupank on kommertsbank, samas kui teistes gruppides on see näitaja pea poole võrra väiksem, ning 14% kutsekoolis õppivates noortest leiab, et föderaalpank annab eraklientidele krediite. Ka antud näitaja ei ole teistes rühmades niivõrd suur.

93% noortest enamusel juhtudel siiski tunnetavad Saksa Liidupanga ning Saksa Panga erinevust. Antud asjaolu tuli välja ka läbiviidud süvaintervjuudest. Noored seletavad pankade erinevust seeläbi, et Saksa Pank on privaatpank, mis on orienteeritud kasumile, samas kui Liidupank on kõrgem organisatsioon.

Also die Deutsche Bank ist auch sehr regional vertreten in den kleineren Städten, die Bundesbank würde ich sagen, ist was Höheres (mees, 24, büroötöoline, Finsterfelde).⁴¹

Die Deutsche Bank ist doch ja eine private Bank... So wie die Dresdner Bank oder Hypovereinsbank und die Bundesbank ist eigentlich eine staatliche Organisation.

⁴⁰ Ei... varasemaid Liidupangapresidente ei tunne ma ka, sest ma pole selle teemaga varem tegeleanud.

⁴¹ No Saksa Pank on ka väga regionaalselt esindatud väikestes linnades, Liidupank, ütleksin, on siiski midagi kõrgemat.

Meiner Meinung nach. Also die Deutsche Bank ist also privat, ee... Privater und ist auch, auf Gewinnsteigerung und... jah... aus (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁴²

Samuti tuuakse välja Saksa Liidupanga ning Saksa Panga ülesannete ning eesmärkide erinevus ning sellest tulenev vastutuse määr. Kui Saksa Pank tegeleb aktsiatega ja kontode juhtimisega ning on kasumile orienteeritud, siis Liidupanga ülesanded on tsentraalsemad ning sellest tulenevalt on ka vastutus suurem kui Saksa Panga (Velbaum 2005).

Ich denke... Dass die Deutsche Bank eher so eine normale Bank ist als die anderen Banken auch... Z. B Sparkasse... Die keine zentrale Aufgaben haben. Die können auch Kredite vergeben, aber haben keine Verantwortung, wie die Zentralbank, denke ich. Die sind mehr für Privatpersonen, die in der Bank ein Konto besitzen (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁴³

Und die wichtige Ziele für die Deutsche Bank sind eigentlich ich denke, so Aktien, Gewinne, dass sie ihre Kunden haben, Kontos und Depos und solche Sachen, und ich denke, dass die Deutsche Bundesbank eher diese Aufgaben nicht hat. Privater und ist auch, auf Gewinnsteigerung und... jah... aus (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁴⁴

Saksa Panga ning Saksa Liidupanga suhet seletatakse ka läbi föderaalpanga ja Euroopa Keskpanga suhte, tuues välja, et nii nagu Saksa Liidupank on Euroopa Keskpangaga hierarhilises suhtes, on seda ka Saksa Pank pankade pangaga, kusjuures Liidupank on kõrgemal positsioonil (Velbaum 2005).

Die Deutsche Bank ist ein bisschen mehr im niedrigen Niveau... Na ja (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁴⁵

Es ist wie EZB und Bundesbank auch so eine Unterstellung, weil die Bundesbank ist so, so denke ich mindestens, für alle Banken zuständig, und die Deutsche Bank ist im Deutschland vollig vertretener Bank, die sich nicht in Deutschland regional für

⁴² Saksa Pank on ju privaatpank. Nii nagu ka Dresdneri Pank või Hypovereinbank ja Liidupank on tegelikult ju riiklik organisatsioon. Minu arvates. Seega Saksa Pank on privaatpank, ee... Rohkem privaatpank, mis on orienteeritud kasumile ja.. ja kasumi peale.

⁴³ Ma arvan, et Saksa Pank on rohkem nagu normaalne pank nagu ka teised pangad... Näiteks Hoiukassa [Sparkasse]. Millel ei ole keskseid ülesandeid. Nad võivad samuti krediiti anda, aga neil ei ole nii suurt vastutust kui keskpangal, ma arvan. Nad on rohkem tavakodanikele, kellel on pangas oma konto.

⁴⁴ Ja tähtsad eesmärgid Saksa panga jaoks on tegelikult, ma arvan, aktsiad, kasum, et neil oleks omad kunded, kontod, depood ja muud sellised asjad, ja ma arvan, et Liidupangal pigem neid ülesandeid ei ole. Privaatpank [on Saksa Pank] ja kasu peale väljas... Jah.

⁴⁵ Saksa Pank on natuke madalamal tasemel.

kleinere Regionen oder Bezirken, wie z. B Brandenburg bezieht, sondern bundesweit agiert (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁴⁶

On ka vastajad, kes antud institutsioonide vahelist erinevust ei tea, kuid seda siiski tunnetavad (Velbaum 2005). Prefiksids Zentral- ja Bundes- on saksa keeles väga selge tähendusega ning isik, kes ei tunne institutsiooni ennast, võib selle siiski hõlpsasti õigele tasandile paigutada (Köuts-Klemm 2005)

(Paus) Ee, also, es gibt einen Unterschied sicherlich, also die können ja fast gleich heiBen, aber was die Unterschied zwischen die zwei Institutionen ist, weiB ich nicht (mees, 21, kaitsevaelane, Elsterwerda).⁴⁷

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et enamus küsitatud noortest on Saksa Panga ning Saksa Liidupanga vahelisest erinevusest teadlikud.

4.1.6. Saksamaa Liidupanga rahanduspoliitilise funktsiooni muutumise tajumine

Euroopa Keskpanga teab 81% vastanud noortest, samas kui Liidupanga teab 85% küsitletutest (vt. joon. 8). Föderaalpank on tuntum kui Euroopa Keskpank neidude ning gümnaasiumi õpilaste hulgas.

Seevastu noormehed ning kutsekoolides õppivad noored tunnevad Euroopa Keskpanga paremini kui Saksa Liidupanga. Poistest 96% tunnevad Euroopa Keskpanga, samas kui Liidupanga teavad 88%. Kutsekoolide õpilaste puhul on antud näitajad vastavalt 92% ning 70%.

Kui kutset omandavad noored hindasid oma teadmisi föderaalpanga kohta madalamalt kui teised rühmad, siis Euroopa Keskpanga puhul on olukord vastupidine. Kutsekoolide õpilased on suurema teadlikkusega kui ülejäänud grupid.

⁴⁶ Nii, nagu Liidupanga ja Euroopa Keskpanga puhul on hierarhia, [on seda ka Liidupanga ning Saksa Panga puhul], kuna Liidupank, nii ma vähemalt arvan, on kõigi pankade eest vastutav ja Saksa Pank on Saksamaal täielikult esindatud pank, mis ei ole seotud vaid väikeste regioonidega või aladega nagu näiteks Brandenburg, vaid tegutseb üle Liidumaa.

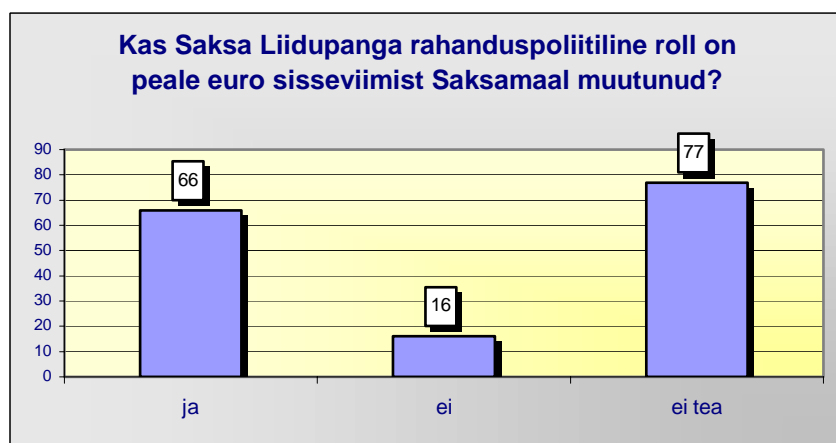
⁴⁷ (paus). Ee... Noh, kindlasti on mingi erinevus, s. t. nende nimi võib küll peaaegu samamoodi kõlada... Aga mis nende kahe institutsiooni erinevus on, seda ma ei tea.



Joonis 8: Euroopa Keskpanka tuntus Saksa Liiduvabariigi noorte seas, arvudes

41% vastanud noortest teab, et Saksamaa Liidupanga ülesanded on peale Euroopa Keskpankade Süsteemiga ühinemist muutunud ning 66% neist oskab seda ka seletada. Samas 10% arvab, et antud institutsiooni funktsioonid on samad, mis enne liitumist (vt. joon. 9).

48% noortest ei tea, kas keskpanka ülesanded on muutunud või ei ole (vt. joon. 9). Suure enamuse (56%) antud rühmast moodustavad neid. Samuti ei tea 66% kutsekoolis õppivatest noortest, kas Liidupanga töö on peale Euroopa Keskpankade Süsteemiga liitumist muutunud.



Joonis 9: Saksa Liidupanga rahanduspoliitilise funktsiooni muutumise tajumine, vastajad arvudes

43% vastanuist arvab, et Saksamaa föderaalpank on alates 1999. aastast Euroopa Keskpanka filiaal, samas kui vaid 33% leiab, et Liidupank on suveräänne institutsioon. Noormeeste puhul on antud näitajad vastavalt 45% ning 37% ning neidude puhul 40% ja 30%. Enamus gümnasiste (54%) ning kutsekoolis õppivaid noori (51%) on arvamusel, et Liidupank on alates Euroopa Keskpankade Süsteemiga ühinemisest Euroopa Keskpanka filiaal.

Sellest tulenevalt on antud rühmades levinud väärarvamused, et föderaalpanka juhib Keskpank, Liidupank töötab Keskpanka jaoks, Keskpank annab pankade pangale ülesanded, mida ta peab täitma jne. Seega võib väita, et noortel on föderaalpanka uue rahanduspoliitilise funktsiooni tajumisega raskusi ning enamus vastanuid ei suuda Saksa Liidupanka ning Euroopa Keskpanka ühtsesse süsteemi viia.

66% vastanud noortest oskab seletada, kuidas Saksa Liidupanga ülesanded muutunud võiks olla., neist 30% viib föderaalpanka ning Euroopa Keskpanka vahelised suhted valesti kokku. Tihti seletatakse muutust seeläbi, et kommertsbankade funktsioonid on samuti nihkunud, seega peaks seda olema ka Liidupanga omad.

Ich kann mir vorstellen, dass eigentlich bei jeder Bank, sag ich mal, die Aufgaben irgendwo geändert haben, durch die Einführung der Euro, es ist alles ein bisschen sogar komplizierter geworden als es früher war, grad so mit den... in Deutschland... mit den... wie soll ich jetzt sagen... Kapitalmarkt alles ist es... ziemlich schwierig zur Zeit (mees, 24, sõjaväelane, Elsterwerda).⁴⁸

63% vastajatest, kes leiavad, et Liidupanga ülesanded on peale Euroopa Keskpankade Süsteemiga ühinemist muutunud, oskavad nimetada, et mõningad Saksa Liidupanga funktsioonid on üle läinud Euroopa Keskpankale ning selle tulemusena on föderaalpanka roll vähenenud ning antud institutsioon on nõrgenenud.

Ich würde sagen, dass die Einfluss von der Bundesbank verschrumpft ist. [Bundesbank ist] nicht mehr sehr stark [Sie ist] Doch wichtig, aber spielt nicht mehr so eine große Rolle wie früher (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁴⁹

⁴⁸ Ma kujutan enne, et iga panga ülesanded on mingil moel muutunud, euro sisseviimise tõttu. Kõik on isegi natuke raskemaks muutunud, kui see varem oli, eriti just... Saksamaal... Kuidas ma seda nüüd peaksin ütleva... Kapitalituruga on kõik...Päris raske praegu.

⁴⁹ Ma ütlesin, et Liidupanga mõju on vähenenud. [Liidupank] ei ole enam nii tugev. [Ta on] endiselt tähtis, aga ei mängi enam nii suurt rolli kui varem.

Ich denke, dass die Stärke der Bundesbank sich geschwächt hat, weil ee... Früher war sie verantwortlich für das Geld, in der D-Mark Zeiten, weil sie eine, eine inländische Organisation war, ist sie immer noch, und da die Währung jetzt die Euro ist, ist es so, dass es auch eine Europäische Zentralbank gibt, und das auch die Aufgaben der Bundesbank, ich glaube, dass die einzige Aufgaben auf die EZB hingefallen sind (mees, 21, kaitsevälane, Elsterwerda).⁵⁰

Wolf!!! Weil sie ja nicht so stark ist, aber doch eine bestimmte Kompetenz ausstrahlt (mees, 21, kaitsevälane, Elsterwerda).⁵¹

7% vastanuist ei tea täpselt, millised ülesanded on läinud Saksa Liidupangalt üle Euroopa Keskpangale, vaid toovad pigem välja, et mõningad föderaalpanga pädevused on üle läinud Keskpangale ning pankade pank on kaotanud ülesanded, mis sidusid teda saksa margaga. Seega on Liidupangal vähem ülesandeid, kui seda oli saksa marga ajal (Velbaum 2005).

Ich glaube, sie hat weniger Kompetenzen bekommen mit der Einführung der Euro. Weil die Kompetenzen sind irgendwie mehr bei der Europäischen Zentralbank und so hat die Deutsche Bundesbank halt weniger (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/Dresden).⁵²

Kompetenzen sind doch ein bisschen verschoben worden. Ich würde nun sagen, dass die bestimmte Verantwortung EZB praktisch übergegangen ist. Also, die bestimmte Aufgaben, die die Bundesbank hatte, sind nun bei EZB untergeordnet. Die, als wir noch eigene Währung hatten, hat diese die Deutsche Bundesbank gemacht und diese gehen nun rüber, das könnte ich mir vorstellen (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁵³

13% noortest toob välja, et Liidupangal on tänu ühisrahale euro üleminekule tekkinud rida uusi rahvusvahelisi ülesandeid ning kohustusi (Velbaum 2005).

Die DM früher war regional auf Deutschland bezogen. Die Euro ist nun ja fast Europa weit. So würde ich sagen, dass die Bundesbank damit sehr viel zu tun hat, da die Deutsche Bundesbank die Kursen und alles direkt bekommt. Dadurch... Kann man sagen, dass die Bundesbank durch die Euro mit den anderen europäischen Länder durch die Finanzpolitik sehr viel zu tun hat, das hat sie früher auch gemacht, bloß

⁵⁰ Ma arvan, et Liidupanga roll on nõrgenenud, sest ee... Varem oli ta raha eest vastutav. Saksa marga ajal, kuna ta oli siseriiklik organisatsioon, seda on ta endiselt, aga kuna euro on nüüd uus vääring, on asi nii, et olemas on ka Euroopa Keskpank ja Liidupanga ülesanded, ma arvan, et mõningad ülesanded on Euroopa Liidupangale üle läinud.

⁵¹ Hunt! Kuna ta ei ole enam nii tugev, aga omab siiski teatud kompetentsust.

⁵² Ma arvan, et tal on peale euro sisse viimist vähem kompetentsust. Kuna see on kuidagi üle läinud Euroopa Keskpangale ning Liidupangal on lihtsalt seetõttu vähem.

⁵³ Kompetentsid on natuke muutunud. Ma ütlesin, et teatud vastutus on Euroopa Keskpangale praktiliselt üle läinud. S. t. teatud ülesanded, millega Liidupank enne tegeles, on nüüd Keskpanga all. Nendega tegeles Liidupank, kui meil veel oma vääring oli, ja nüüd on need üle läinud. Seda võiks ma endale ette kujutada.

durch die Euro ist es für die einzelne Personen mehr vorgetreten (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁵⁴

13% vastanuist arvab, et Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga vahel valitseb alluvussuhe, s. t Liidupank kuulub Euroopa Keskpanga alla. Samas 4% leiab, et Liidupank on Euroopa Keskpangaga asendunud ning antud institutsiooni enam ei eksisteeri.

Na, von reihenfolge nach ist die Bundesbank der EZB unterstellt (mees, 24, bürootöoline, Finstefelde).⁵⁵

Wahrscheinlich ist Bundesbank mit EZB untergeordnet, so dass Zentralbank wichtiger ist (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁵⁶

Ich würde vermuten, dass wieder so eine EZB wieder so eine obere Organ ist (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁵⁷

Hoolimata sellest, et Liidupank kuulub vastajate arvates Euroopa Keskpanga alla, rõhutavad noored siiski, et mõlemal intitutsioonil tuleb kanda teatud tähtsaid ülesandeid ning omi tagajärgi, kusjuures teatud Saksa Liidupanga ülesanded on üle läinud Euroopa Keskpangale. Hoolimata sellest on mõlemad organisatsioonid nii Saksamaa kui ka Euroopa jaoks tähtsad (Velbaum 2005).

Die Bundesbank hat die Aufgaben und manche Aufgaben hat die EZB übernommen. Aufgaben, die den Euro in ganz Europa betreffen, z.B. Überblick über die Anzahl der ausgegeben Noten oder deren Sicherheit (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁵⁸

Aber vollständige eigene Konsequenzen tragen muss und auch trägt. In alles, was sie in Deutschland veranstaltet, kann man sagen. Also das ist ja nicht so, wie, dass Deutsche Bundesbank sagt, was gemacht wird, so, und die EZB gibt Vorschriften und Vorschläge, den die einzige Banken in den einzelnen Länder, z. B. die Bundesbank versuchen muss, umzusetzen bzw. anhalten muss (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁵⁹

⁵⁴ Saksa mark oli varem seotud Saksamaaga, see oli regionaalne. Euro on aga peaaegu üleeuroopaline. Seetõttu ütlesin, et Liidupangal on nüüd väga palju teha, kuna ta saab kursid ja kõik muu otse. Seetõttu... Võiks öelda, et Liidupangal on tänu eurole läbi finantspoliitika palju ka teiste Euroopa riikidega tegemist, seda oli tal ka varem, aga euro tõttu on see ka üksikisikutele rohkem nähtavam.

⁵⁵ No, Liidupank on hierarhiliselt Euroopa Keskpangast allpool.

⁵⁶ Arvatavasti on Liidupank hierarhiliselt Euroopa Keskpangast allpool, nii et Keskpank on tähtsam.

⁵⁷ Ma oletaksin, et Euroopa Keskpank on jälle üks kõrgem organ.

⁵⁸ Liidupangal on omad ülesanded ning mõned ülesanded läksid Euroopa Keskpangale üle. Ülesanded, mis on seotud euroga, näiteks ülevaade väljaantud rahatähtedest ja nende turvalisus.

⁵⁹ [Liidupank] peab kandma omi konsekventse ja ka kannab. Kõiges, mida ta Saksamaal teeb, võib öelda. See ei ole nii, et Saksa Liidupank ütleb, mis tuleb teha ning Euroopa Keskpank annab välja eeskirju ja teeb ettepanekuid, mida pangad teistes riikides, samuti ka Liidupank, peab riigis sisse viima.

Ich meine nicht, dass die Bundesbank überflüssig ist. Europa ist noch nicht so weit, dass, dass alles auf die EZB geschoben wird, weil jedes einzelne Land individuelle Schwäche und Stärke hat in der Wirtschaft und überhaupt und ich denke, dass man die Institutionen jedes einzelnen Land doch behalten muss. Weil die Unterschiede mit den anderen Länder sind doch relativ gewaltig (mees, 21, kaitsevälane, Elsterwerda).⁶⁰

Kokkuvõtvalt tuleks rõhutada, et noortel on Saksa Liidupanga uue rahanduspoliitilise funktsiooni tajumisega raskusi. Kuna vastanud ei suuda adekvaatselt föderaalpanka ning Euroopa Keskipank ühtsesse süsteemi paigutada, jääb antud institutsioonide suhe ning pankade panga rahanduspoliitilise funktsiooni muutus nende jaoks ebaselgeks, mis tekitab omakorda väärarvamusi ning lihtsustatud, stereotüüpiseeritud mõtlemist.

⁶⁰ *Ma ei arva, et Liidupank on üleliigne. Euroopa ei ole veel nii kaugel, et kõik võiks panna Euroopa Keskipanga õlgadele, kuna igal maal on majanduses omad nõrkused ja tugevused ja üleüldse, ma arvan, et iga maa keskipankasid tuleb alles hoida. Kuna erinevused maades on meeletud.*

4.2. Saksa Liidupanga imagoprofiili atmosfääriline-afektiivne dimensioon

4.2.1. Spontaansed assotsiatsioonid, mida Saksa Liiduvabariigi noored seovad Saksa Liidupangaga

Vastanud noortel tekkis seoses Saksa Liidupangaga kokku 243 spontaanset assotsiatsiooni, kusjuures noormehed nimetasid neist 129 ning neiud 114. Üliõpilane tõi välja keskmiselt 2,4, pangandust õppiv noor 2,2, kutsekooli õppur 1,4 ning gümnaasiast 1 sõna. 22% kõigist assotsiatsioonidest olid negatiivsed.

12% vastanud noortest tõid välja, et Saksa Liidupank on kõrgem organisatsioon kui kommertspangad. Ta on suurem, mõjuvõimsam, tuntum ning püsivam kui teised finantsinstitutsioonid. Sakslaste jaoks on üleriigilistel institutsioonidel (n: Liidupäev) eriline tähendus, mis tuli välja ka küsitletud noorte puhul. Kui kommerstpangad on seotud tavaliselt teatud liidumaaga, siis Liidupank küündib kogu riigi tasandile, seega jätab ta noortele mõjuvõimsama ning erilisema mulje kui kommertspangad, mis jäävad oma hõlmatuse poolest föderaalpangast märgatavalt alla poole (Köuts-Klemm 2005).

4% küsitletuist rõhutasid lisaks eelnimetatule, et tegemist on saksa päritolu organisatsiooniga. See võib tuleneda sellest, et globaliseerumise protsessis ning Euroopa Liidu kontekstis hakatakse toonitama rahvuslikku identiteeti ning identifitseerima ennast kogu riigiga.

Na ja, spontan würde mir einfallen, es ist ja auf jeden Fall erstens die deutsche Bank. Bundesbank klingt natürlich groß, also würde ich sagen, eine große deutsche Bank (mees, 24, sõjaväelane, Elsterwerda).⁶¹ Na ja, weil die Deutsche Bundesbank, wie schon gesagt eine große Bank ist, deutsch ist halt, sag ich mal, auf die ganze Staat

⁶¹ *No ja, spontaanselt ütlesin kõigepealt, et tegemist on igal juhul esiteks saksa pangaga. Liidupank kõlab loomulikult ka suurena, seega ütlesin, et see on suur saksa pank.*

*bezogen, groB und kräftig, so würde ich männlich sagen ja... Weil es halt groB ist (mees, 24, sõjaväelane, Elsterwerda).*⁶²

*Also größer jedenfalls als z. B Norrusbank, also quasi viel größer. Also wenn ich die Deutsche Bundebank höre, ich meine, Dresdner Bank ist auch bekannt und ist eine große Bank, aber die Deutsche Bundesbank würde ich ein Stückchen höher einordnen (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).*⁶³

Auf allen Fälle ein starkes, großes, kräftiges, Tier... Was ist dann groB und kräftig? Mm... Tiger!? (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden)⁶⁴

Ein Tier... Ist man... Vielleicht eine Löwe oder so was. Irgendwas, was Einfluss macht, irgendwas, was Höheres, was Kräftiges (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁶⁵

Wenn ich nun nachdenke und mich analysiere, dann vielleicht deshalb, weil die Bundesbank solche Eigenschaft hat wie Stärke (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁶⁶

108 korral seostati Saksa Liidupangaga raha, samuti ka euro sisseviimist ning sellega kaasnenud “Unemüntide”⁶⁷ kampaaniat. 22% noortest assotsieerisid Liidupangaga esmaselt selle ülesanded. Nii nimetati Liidupanka pangaks, mis paneb paika intressimäärad, teeb üldiseid rahanduspoliitilisi otsuseid, hoolitseb vääringu stabiilsuse ning raharingluse eest ja viib läbi finantspoliitikat Saksamaal.

Einführung der Deutschen Mark in ganzen Deutschland... Hat ja sicherlich einen großen Einfluss gehabt... Und natürlich auch die Euro dann... Und die Euro und Leit- und Zinssätze (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁶⁸

Die Schlafmünzen... Damit die nicht rumliegen und Wert verlieren oder so (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁶⁹

⁶² No ja, kuna Saksa Liidupank, nagu juba ka öeldud, suur pank on, lihtsalt saksa pank, ütleksin, et see on üleriiklik, suur ja võimas, nii ütleksin ka, et meessoost... Kuna see on lihtsalt suur.

⁶³ No igal juhul suurem kui näiteks Norrusbank, kohe kõvasti suurem. No kui ma kuulen sõna Saksa Liidupank, ma arvan, Dresdneri Pank on ka kuulus ja suur, aga Liidupanga paneks ma veel tiiki maad kõrgemale.

⁶⁴ No igal juhul tugev, suur, jõuline loom... Milline loom on suur ja jõuline? Mm... Tüger!?

⁶⁵ Loom... On... Võibolla lõvi või midagi sellist. Keegi, kellel on mõju, keegi, kes on kõrgem, jõuline.

⁶⁶ Kui ma nüüd järgi mõtlen ja analüüsin, siis võibolla sellepärast, et Liidupangal on selline omadus nagu tugevus.

⁶⁷ Saksamaa Liidupanga üheks edukaimaks kampaaniaks oli aktsioon „Her mit den Schlafmünzen“, mis koosnes kahest suuremast lainest: kampaania esimene pool sai alguse 5. mail 2001 ning lõppes 27. mail 2001; aktsiooni teine laine leidis aset aga sügisel (10. 09. 2001 – 30. 10. 2001). Kampaania eesmärgiks oli vähendada euro-paanikat rahva seas – inimesed said varakult oma hoiupörsastesse ning sukasäärde kogutud Saksa margad ning mündid pankade või hoiukassasse viia ning eurodena oma kontole kanda, et raha pangas raha teeniks. Niimoodi üritati vältida pikki järjekordi euro sisseviimise ajal (2002. aasta jaanuaris ja veebruaris). Samaaegselt tutvustati kampaania käigus ka rahvale uut euroraha, et sellega oleks võimalik varakult harjuda ning et ei tekiks vöörüstust

⁶⁸ Saksa marga sisseviimist kogu Saksamaal... Sellel oli kindlasti suur mõju... Ja loomulikult ka euro seejärel... Jah, euro ja intressimäärad.

⁶⁹ Unemündid... Et nad niisama ei vedeleks ega väärtust kaotaks või midagi sellist.

Dass sie, wie gesagt, die Zinssätze angibt, weiß ich nicht, ob die anderen Banken so... Sich auch danach zu richten haben, ich glaube, dass eigentlich nicht, aber ich denke schon, dass sie eine zentrale Funktion noch hat in Deutschland... (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).⁷⁰

Bundesbank, na... Alle Bankgeschäfte... Dass alle größere Bankgeschäfte über diese Bank laufen. Und, dass alle Geldangelegenheiten, die durch den Bund getragen werden, von dieser Bank ausgehen (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁷¹

Was ich damit gleich verbinde, hauptsächlich die Regulierung der Wirtschaftsmarktes, des Geldeinflusses. Also Leitzinssätze, und so was, das verbinde ich mit der Deutschen Bundesbank (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁷²

D-Mark, Euro, Währung, Störung der... Der Währung... Ee... Zinsen, Wirtschaft... mmm... Ja solche Sachen (mees, 21, kaitsevaelane, Elsterwerda).⁷³

48 juhul käsitleti Saksa Liidupanka kui institutsiooni. 12% noortest tõi esmase assotsiatsioonina välja, et Liidupanga peakontor asub Maini äärses Frankfurdis, 2% vastanuist seostasid föderaalpangaga Dr. Prof. Axel Weberit ning endist Liidupanga presidenti Ernst Welteket. Samuti arvati, et Saksamaa keskpank ei ole enam nii autonoomne kui varem ning et antud institutsioon on vaid üks paljude teiste avaliku sektori ametiasutuste seast. Antud juhul ei mainitud konkreetseid omadusi ega tegevusi, mis eristaksid Saksa Liidupanka näiteks Saksamaa Liidupäevast või Euroopa Keskpangast.

Dass sie halt mit der deutschen Staat zusammenarbeiten und Regulierungsbehörde ist, denk ich mal (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).⁷⁴

Das ist ja eher wie eine Behörde, also lebensnotwendig für einen Staat (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁷⁵

Ich finde es eine Art Amt, wenn ich die Deutsche Bundesbank höre. Ich finde es gar nicht so als Bank direkt, sondern das macht so ein Eindruck als amtliche Institution.

⁷⁰ Et ta, nagu juba öeldud, paneb paika intressimäärad, seda ma ei teagi, kas teised pangad nii... Neid jälgima peavad, ma arvan, et tegelikult mitte, aga ma leian siiski, et tal on Saksamaal mingi keskne roll.

⁷¹ Liidupank... Noh, kõik pangatehingud... Kõik suuremad pangatehingud käivad selle panga kaudu. Ja, et ka kõik riigi rahatehingud käivad just selle asutuse kaudu.

⁷² Mida ma koheselt sellega seon, põhiliselt majandusturu reguleerimist, rahahulga reguleerimist. Seega intressimääri jms seon ma Saksa Liidupangaga.

⁷³ Saksa marka, eurot, vääringut, selle häirimist.. Ee... Intresse, majandust... mm... Jah, selliseid asju.

⁷⁴ Ma arvan, et ta töötab lihtsalt saksa riigiga koos ja on üks regulatsiooni läbiviijaist.

⁷⁵ Ma arvan, et see on nagu ametkond, seega riigi jaoks eluliselt oluline.

So ein Art Ministerium... Nicht, aber ok, so was Gehobenes (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁷⁶

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et assotsiatsioonid, mida Saksa Liidupangaga seostatakse, on pigem positiivsed kui negatiivsed. 28 juhul kirjeldatakse föderaalpanka positiivselt ning peetakse seda tuntuks, tõsiseltvõetavaks, ratsionaalselt tegutsevaks, tähtsaks, tunnustatuks, kompetentseks, sõltumatuks, kriisikindlaks ning Saksa finantsruumis tsentraalseks organisatsiooniks.

13% vastanuist leiab, et Saksa Liidupanga poolt täidetavad ülesanded on positiivsed. Noored väärtustavad föderaalpanka funktsioone ning rõhutavad, et Saksamaa jaoks on tähtis antud institutsiooni olemasolu, sest pankade pank hoiab vääringu stabiilsust, vähendab inflatsiooni ning hoolitseb rahapoliitika eest.

6% noortest peab positiivseks, et Liidupangal on palju filiaale ning peakontor asub Saksamaa rahanduspealinnas Maini äärses Frankfurdis, samuti mainitakse rahamuuseumit, föderaalpanka positiivset imagot välismaal ning avalikkuses ja vähest mitte peale surutut reklaami. 3% vastanuist nimetab positiivse asjaoluna tasuta õpilasmeediat ning informatsioonimaterjale.

9% vastajate jaoks on Saksa Liidupanga esmane spontaansetel assotsiatsioonidel põhinev imago negatiivne, kusjuures Brandenburgis ning Berliinis elavad noored näevad Saksamaa keskpanka kriitilisemalt kui teised rühmad. See võib tuleneda sellest, et Berliini linn on n. ö pankrotis. Kuna Berliini linnavalitsuse ning sealsete pankade imago on noorte silmis pigem negatiivne, kandub see üle ka Saksa Liidupangale, kuna antud institutsioon ei suutnud Berliini linna n. ö pankrotti ära hoida.

22 korral iseloomustatakse föderaalpanka negatiivsete omadussõnadega. 11% vastanuist leiab, et antud institutsioon on vähe tuntud, 13,6% heidab Liidupangale ette suletust, 2,5% aeglast tegutsemist, samuti peetakse keskpanka vanamoodsaks,

⁷⁶ *Mina leian, et see on teatud sorti ametiasutus. Mulle ei tundu see otseselt pangana, vaid pigem jääb mulje, et tegemist on ametliku institutsiooniga. Justkui ministeeriumi liigiga... No mitte päris, aga ok, midagi kõrgemat siiski.*

konservatiivseks, halliks, külmaks, kaugeks, poliitiliseks, sõltuvaks, kõrgiks ning raiskavaks.

Weil Elefanten sind groß, ee... Brauchen viel Essen, wo ich sagen würde, dass die Bundesbank auch sehr viel Geld braucht, und sie sind eigentlich sehr schwerfällig. Bevor sie in die Bewegung kommen, dauert es immer sehr lange (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁷⁷

Groß, viele Beamten, grau (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).⁷⁸

Meiner Meinung nach... Bundesbank ist zu fremd und weit für normalen Bürger (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁷⁹

Bestimmt fremd, weil ich darüber nicht so viel weiß. Und so ein bisschen kalt und... Grau (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).⁸⁰

7% vastanud noortest leiavad, et Saksa Liidupanga imago on peale endise presidendi Ernst Welteke hotelliskandaali ning paljude föderaalpanga töötajate koondamist negatiivne. Samuti heidetakse keskpangale ette vähe transparentset suhtekorraldustööd, halba informatsioonipoliitikat ning bürokraatiat.

7% vastajaist peavad Liidupanga töötajaid tüüpilisteks ametnikeks. Sellest tulenevalt võib väita, et föderaalpanga töötajate imago on pigem negatiivne, kuna sõnal “ametnik” on saksa kultuuriruumis negatiivne kaastähendus – ametnikud teenivad riiki privilegeeritud staatuse tõttu ning on väljas pigem isikliku kasu peale (n: korralik pension, selgelt määratletud ülesanded, pikad puhkused jne) (Köuts-Klemm, 2005). Samuti peetakse föderaalpanga töötajaid kõrkideks, vähekompetentseteks inimesteks, kes viivad oma otsused ellu aeglaselt ega mõtle neid korralikult läbi, saavad liiga palju palka ning majandavad keskpanga halvasti.

Die müssen ehrlich sein, die müssen wirklich auch etwas davon verstehen, was sie überhaupt machen, und sollten das Geld so hinein setzen, dass man der Wirtschaft und den Leuten wirklich helfen kann. Das man wirklich die Sachen, die in der deutschen Bundesgeld gibt, das man das Geld nur dort rein steckt, wo das wirklich Sinn hat, und nicht wirklich Geld ohne Weiteres aus Fenster hinaus schmeißen. Wo

⁷⁷ Kuna elevandid on suured, ee... Vajavad palju süüa, ütlesin siinkohal, et ka Liidupank vajab palju raha, ja nad on tegelikult ka pikaldased, kohmakad. Enne, kui nad end liigutama hakkavad, võtab asi palju aega.

⁷⁸ Suur, palju ametnikke, hall...

⁷⁹ Mina arvan, et Liidupank on liiga võõras ja kauge tavainimesele.

⁸⁰ Kindlasti võõras, kuna ma ei tea sellest eriti palju. Ja natuke külm ja... Hall.

man damit danach eigentlich keine Erfolg oder kein Fortschritt gemacht hat (mees, 24, bürootööline, Finsterfelde).⁸¹

Teilweise ist ja man gewöhnt, dass in solcher Ämter oder Institutionen die Beamter immer nicht so 100% Ahnung haben. Das ist doch immer mit den Ämter, dass die viele Leute haben, die etwas zu tun haben, aber viele Leute, die dort arbeiten, die sind... Nicht kompetent immer... Die haben von der Wirtschaft oft keine Ahnung. Aber ich meine nicht, dass die in Bundesbank ganz doof sind (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁸²

Viele obere Leute, die in den höheren Schichten sitzen, Bundesbank oder größere Aufsichtsräte, die sagen, ich mache das, ich mache das, setze meine Ziele durch, die ich habe, bis ich Rente kriege, dann kriege ich noch eine ordentliche Abfindung, den Rest soll noch meine Nachfolger machen. Wenn es so weiter geht, wird in der Ende nix mehr passieren. Es wird alles im Bach runtergehen (mees, 24, bürootööline, Finsterfelde).⁸³

Kui vaadata Saksa Liidupanga esmast spontaansetel assotsiatsioonidel põhinevat imagot rühmiti, võib välja tuua, et noormehed näevad föderaalpanka negatiivsemalt kui neiud. 57% assotsiatsioonidest, mida poisid seoses keskpangaga nimetasid, olid negatiivsed, samas kui tüdrukute puhul oli antud arv 45%. Ka pangandust õppivate noorte ning üliõpilaste seas on Liidupanga esmane imago pigem negatiivne. 54% assotsiatsioonidest, mida esimene grupp föderaalpangaga seostas, olid negatiivsed. Üliõpilaste puhul oli antud arv 57%. Samas gümnaasiumi ning kutsekoolide õpilased nägid pankade panka pigem positiivselt. 51% kõigist seostest olid positiivsed.

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et noored seostasid Saksa Liidupangaga 294 positiivset ning 86 negatiivset assotsiatsiooni. Seega võib väita, et föderaalpanga esmane assotsiatsioonidel põhinev imago on pigem positiivne.

⁸¹ *Nad peavad olema ausad, nad peavad tõesti sellest, mida nad teevad, ka midagi teadma, ja peavad raha sellistesse asjadesse paigutama, et nad tooksid majandusele ja inimestele kasu. Et raha paigutatakse vaid sinna, kuhu on mõtet ega visatakse seda lihtsalt ilma mõtlemata aknast välja. Ilma, et oleks tegelikult tehtud mingit edusammu või et asjal oleks edu.*

⁸² *Osaliselt ollakse sellega harjunud, et sellistes ametkondades ja institutsioonides töötavatel ametnikel ei ole alati 100% aimu. See on ju alati ametkondadega nii, et neil on palju töötajaid, kes kõik midagi teevad, aga paljud inimesed, kes seal töötavad, nad ei ole... Ei ole alati kompetentsed... Neil pole aimu majanduses toimuvast. Aga ma ei arva, et Liidupanga töötajad päris rumalad on.*

⁸³ *Paljud kõrgetel kohtadel töötavad inimesed, Liidupangas või suurtes nõukogudes, nad ütlevad, et ma teen seda, ma teen seda, surun oma eesmärgid läbi, mis mul on, kuni olen lõpuks pensionil, siis saan ka korraliku tasu, see, mis tegemata jäi, küll selle järgmine ära teeb. Kui asi nii edasi läheb, ei toimu peatselt enam midagi. Kõik läheb kolinal allamäge.*

4.2.2. Saksa Liidupanga imago noorte seas läbi semantilise diferentsiaali meetodi

Saksa noored näevad Saksa Liidupanka pigem positiivselt kui negatiivselt. Peaaegu kõik vastanuist peavad föderaalpanka tõsiseltvõetavaks organisatsiooniks. Pankade pank hinnatakse keskmiselt tuntuks, edukaks, usaldusväärseks, ratsionaalseks, kompetentseks ning eesmärgistatuks.

Samas leiavad küsitletud, et antud institutsioon on hall. See tuleneb sellest, et sõnadel “ametkond” ning “ametnik” on Saksamaal negatiivne kaastähendus – ametnikud teenivad riiki privilegeeritud staatuse tõttu ning on väljas pigem isikliku kasu peale (n: korralik pension, selgelt määratletud ülesanded, pikad puhkused jne) (Kõuts-Klemm, 2005). Samuti peetakse föderaalpanka pigem poliitiliseks kui neutraalseks institutsiooniks (vt. lisa 3, lisa 4).

Kui vaadata Saksa Liidupanga imagot rühmiti, siis kõige positiivsem on see kutsekoolis õppivate noorte seas, samas kõige negatiivsemalt näevad antud institutsiooni üliõpilased ning gümnasistid (vt. lisa 2). Enamus noori peavad föderaalpanka tuntuks, edukaks, usaldusväärseks, ratsionaalselt tegutsevaks, kompetentseks institutsiooniks.

Kui teised rühmad peavad Liidupanka progressiivseks, siis üliõpilased arvavad, et föderaalpank on pigem konservatiivne. Samuti leiavad nad, et pankade pank on pigem bürokraatlik, aeglaselt tegutsev institutsioon, samas kui ülejäänud grupid on arvamusel, et Liidupank on dünaamiline. Ainuke rühm, kes peab föderaalpanka suletud organisatsiooniks, on panganduskallakuga klassis õppivad noored. Teised peavad antud institutsiooni kuni keskmiselt avatuks (vt. lisa 2).

Kui enamuses punktides esineb rühmiti suuri erinevusi, siis kõik on ühel arvamusel, et föderaalpank on poliitiline ning hall, samas aga pigem sõltumatu, kompetentne, usaldusväärne ja tõsiseltvõetav institutsioon (vt. lisa 2).

Noormeeste ning neidude puhul niivõrd suuri erinevusi ei ole märgata. Imago joon kulgeb sama moodi, erinevused on emotsionaalsel tasandil. Nii peavad neidud

föderaalkasut natuke edukamaks, dünaamilisemaks, kompetentsemaks, tuntumaks, noormeled seevastu transparentsemaks, sõltumatumaks ja ratsionaalsemaks. Suurimad erinevused noormeeste ning neidude vahel tulevad esile skaaladel progressiivne-konservatiivne, dünaamiline-aeglane ning ratsionaalne-emotsionaalne (vt. lisa 1).

Kokkuvõtvalt võib siiski välja tuua, et neidude pilt föderaalkasut on natuke positiivsem kui noormeeste oma, kuigi mõlemad grupid on Liidupangast positiivselt meelestatud. Samuti erinevad pankade panga imagod rühmiti emotsionaalsel tasandil, olles kõige positiivsem kutsekoolis õppivate noorte seas ning negatiivsem üliõpilaste ning gümnasistide hulgas.

4.2.3. Saksamaa Liidupanga imagote võrdlus föderaalkasut praktikantide ning üldvalimi seas

Ka praktikandid näevad Saksa Liidupanka pigem positiivselt, kuid võrreldes üldvalimiga on nende nägemus föderaalkasut negatiivsem. Nii peavad praktikandid antud institutsiooni keskmisest konservatiivsemaks, emotsionaalsemaks, aegalasemaks ning vähem tõsiseltvõetavamaks. Samas on nende arvates Saksa Liidupank sõltumatum ning avatum (vt. lisa 3).

Kõige suuremad erinevused praktikantide ning üldvalimi vahel esinevad skaalal poliitiline-neutraalne. Praktikandid peavad Liidupanka pigem neutraalseks, samas kui ülejäänud noored on arvamusel, et föderaalkasut on poliitiline institutsioon. Samas leiavad mõlemad grupid, et Liidupank on hall, pigem edukas ning rahvusvaheliselt tegutsev institutsioon(vt. lisa 3).

Emotsionaalsel tasandil esinevad suuremad erinevused skaaladel tõsiseltvõetav- mitte tõsiseltvõetav ning eesmärgistatud-kindla eesmärgita. Ülejäänud skaalade punktides pole erinevused ning sarnasused märkimisväärsed.

4.2.4. Saksamaa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote võrdlus

Kui võrrelda Euroopa Keskpanga ning Saksa Liidupanga imagoid, võib täheldada, et esimesena mainitud institutsiooni imago on noorte seas positiivsem. Nii peavad küsitletud Euroopa Keskpanga tuntumaks, edukamaks, usaldusväärsemaks, progressiivsemaks, sõltumatumaks, dünaamilisemaks, transparentsemaks, eesmärgistatumaks ning tõsiseltvõetavamaks institutsiooniks kui föderaalpank seda on. Samas leiavad vastajad, et pankade pank on ratsionaalsem ning vähem poliitiline kui Euroopa Keskpank (vt. lisa 4).

Kõige suurem erinevus tuleb esile skaalal rahvusvaheliselt tegutsev – siseriiklikult tegutsev. Kuigi mõlemaid institutsioone peetakse üle riigi piiri ulatuvateks, seotakse Euroopa Keskpanga rohkem rahvusvahelise tööga. See pole ka ime, kuna Euroopa Keskpanga nõukokku kuuluvad kõigi Euroopa maade keskpankade presidendid ning antud institutsiooni juhitakse rahvusvaheliselt. Ülejäänud skaaladel erineb Euroopa Keskpanga ning Saksa Liidupanga imagote emotsionaalne tasand, kuid kõik imago näitajad jäävad kas positiivsele või negatiivsele graafiku poolele, v.a. skaalal värviline-hall.

Noormehed näevad Euroopa Keskpanga positiivsemalt kui Saksa Liidupanga. Nii peavad nad antud institutsiooni tuntumaks, edukamaks, usaldusväärsemaks, progressiivsemaks, sõltumatumaks, kompetentsemaks, dünaamilisemaks ning transparentsemaks kui seda on pankade pank. Samas arvavad nad, et föderaalpank on tõsiseltvõetavam, neutraalsem ning ratsionaalsem kui Euroopa Keskpank (vt. lisa 7).

Ka neiud näevad mõlemaid institutsioone positiivselt, mõningaid erinevusi on märgata emotsioonide tugevuse pinnal. Suurim vahe tuleb esile skaalal poliitiline neutraalne – tüdrukud hindavad Keskpanga poliitilisemaks kui föderaalpanka. Samuti leiavad nad, et pankade pank on tõsiselt võetavam (vt. lisa 8). Üldjuhul näevad neiud Euroopa Keskpanga siiski natuke positiivsemalt kui Saksa Liidupanga.

Kui vaadata Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagot gümnasistide seas, on erinevused natuke suuremad. Föderaalpanka peetakse suletuks ning siseriiklikult tegutsevaks, samas kui Euroopa Keskpank on noorte arvates avatud ning

rahvusvaheline organisatsioon. Vastajad arvavad, et pankade pank on tõsiseltvõetavam, eesmärgistatum, usaldusväärsem ning ratsionaalsem. Kokkuvõtvalt tuleb tunnistada, et noored näevad Euroopa Keskpanga positiivsemalt kui Saksa Liidupanka (vt. lisa 9).

Ka pangandus kallakuga klassis õppivad noored näevad mõlemaid institutsioone positiivselt. Erinevused esinevad emotsioonide tugevuse pinnal. Antud noored peavad Saksa Liidupanka tuntumaks, tõsiselt võetavamaks, vähem poliitiliseks, kompetentsemaks ning dünaamilisemaks kui Euroopa Keskpanga. Samuti on erinevused skaalal rahvusvaheliselt tegutsev-siseriiklikult tegutsev antud grupis väiksemad kui teiste rühmade puhul (vt. lisa 10).

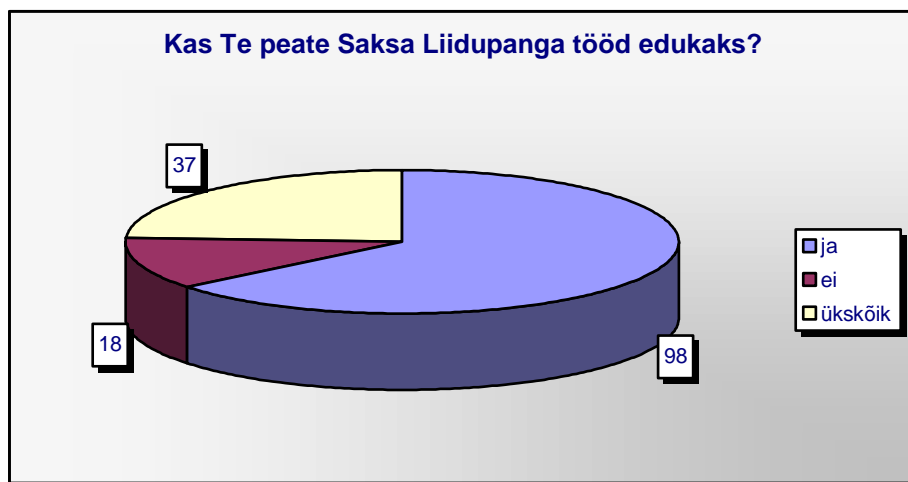
Seevastu kutsekoolis õppivate noorte seas on Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote erinevused suuremad. Föderaalpanka peetakse küll vähem poliitiliseks ja ratsionaalsemaks, kuid ülejäänud skaaladel sai Euroopa Keskpank positiivsemaid väärtusi kui pankade pank. Samuti peeti Liidupanka halliks, samas kui Keskpangaga antud omadust ei seotud (vt. lisa 11).

Ka üliõpilased näevad Euroopa Keskpanga natuke positiivsemalt kui Saksa Liidupanka, kuigi antud erinevused pole niivõrd suured kui kutsekoolis õppivate noorte puhul. Nii peavad nad esimesena mainitud institutsiooni progressiivsemaks, sõltumatumaks, kompetentsemaks ning dünaamilisemaks. Föderaalpank on antud grupi arvates aga tõsiseltvõetavam, usaldusväärsem, samas aga ka konservatiivsem, hallim ning aeglasem (vt. lisa 12).

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et Euroopa Keskpanga imago on kõigis gruppides ning ka üldvalimis positiivsem kui Saksa Liidupanga imago, kuigi ka viimase institutsiooni imago on antud sihtgrupis pigem positiivne, kaldudes vaid kahes punktis negatiivsele poolele. Suurim erinevus kõigis gruppides tuleb esile skaalas siseriiklikult tegutsev-rahvusvaheline, ülejäänud punktides erineb enamasti imago emotsionaalne tasand, kuid näitajad jäävad ühele poole, s. t. mõlemad on kas positiivsed või negatiivsed. Siiski tuleb imago analüüsimiseks antud institutsioonide puhul vaadelda ka kõiki gruppe eraldi, sest emotsionaalsuse aste ning positiivsuse-negatiivsuse skaala kõiguvad.

4.2.5. Noorte üldhinnang Saksa Liidupangale

61% noortest peavad Saksa Liidupanga tööd edukaks, samas kui 11% küsitlenuist arvab, et föderaalpank ei täida oma rahanduspoliitilisi funktsioone hästi. 23% vastanute jaoks ei ole tähtis, kuidas Saksamaa keskpang oma ülesannetega nii riiklikul kui ka rahvusvahelisel tasandil hakkama saab (vt. joon.10).



Joonis10: Saksa Liidupanga edukus Saksa Liiduvabariigis elavate noorte arvates, arvudes

Kui eelkäsitlitud küsimuste puhul olid noormehed kriitilisemad ning tõid välja Liidupanga negatiivseid aspekte, siis antud juhul pidasid nad föderaalpanga tööd edukamaks kui neid. 21% tüdrukutest olid seisukohal, et pankade pank ei täida oma rahanduspoliitilisi ülesandeid piisavalt hästi, samas kui poiste puhul oli see näitaja 13%.

Siiski hindasid enamus vastanud noortest Saksa Liidupanga edukaks finantsasutuseks.

Obwohl ich die Aufgaben nicht kenne, denke ich schon, dass die Erfolg haben (naine, 23, üliõpilane, Elsterwerda/ Dresden).⁸⁴

Ich finde es sehr gut, dass sie ihre Aufgaben gut leisten, so das alles funktioniert... Ich glaube, wenn ich ein bisschen mehr über dei Bundesbank wüsste, dann würde ich da, weil ich ein kritischer Mensch bin, etwas zum Meckern finden würden, bestimmt.

⁸⁴ Kuigi ma [Liidupanga] ülesandeid ei tunne, arvan ma siiski, et ta on edukas.

*Aber.. Ja.. Ich denke schon, dass sie ihre Arbeit gut machen (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).*⁸⁵

Samuti toovad vastajad välja, et kui Liidupanga tegevuspoliitika poleks positiivne, siis kuuleks antud institutsioonist meedias tihedamini (Velbaum 2005).

*Denk ich doch, dass die erfolgreich ist, weil wenn die nicht erfolgreich wäre, dann sag ich mal, würden, ja, weiß ich nicht, dann würde was schief gehen und dann wäre es bestimmt mehr in der Medien, wenn es nicht erfolgreich wäre. Wenn etwas schief geht, dann hört man es zuerst, wenn irgendwas klappt, dann das hört man doch nicht, das ist ja, sagt man, das ist selbstverständlich (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).*⁸⁶

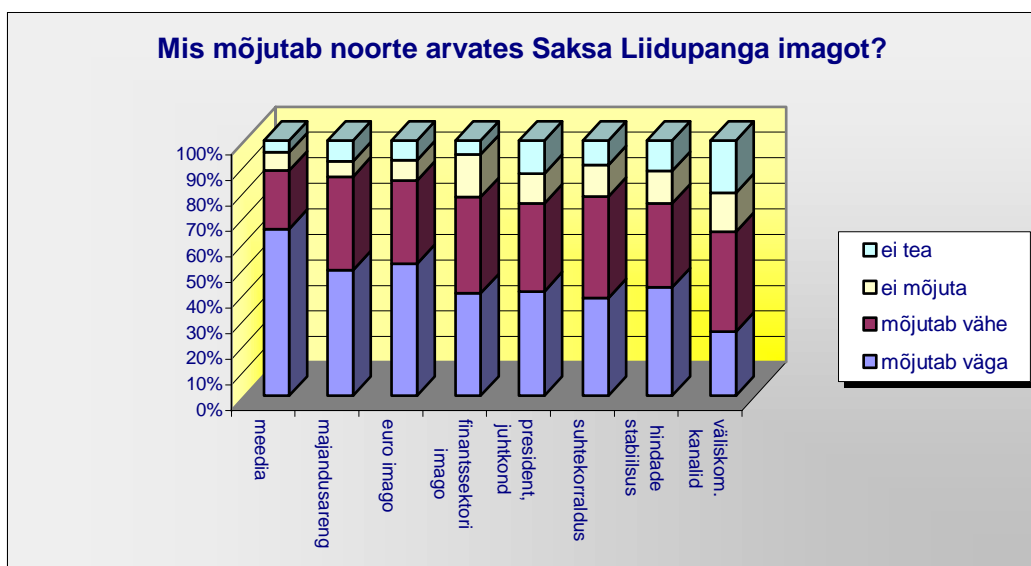
Seega enamusele vastanud noortest toob välja, et Saksa Liidupank on edukas institutsioon, kes tuleb oma rahanduspoliitiliste funktsioonidega hästi toime. Rühmiti antud punktis erinevusi ei olnud. Küll oli neidude seas rohkem neid, kes leidsid, et föderaalpanga töö on ebaedukas, kuid enamusele oli siiski vastupidisel seisukohal.

⁸⁵ Minu arvates on see väga hea, et ta oma ülesandeid hästi teeb, nii et kõik funktsioneerib... Ma arvan, et kui ma natuke rohkem Liidupangast teaks, leiaks ma kindlasti midagi, mille kallal viriseda, sest ma olen kriitiline inimene. Aga jah... Ma arvan siiski, et ta teeb edukat tööd.

⁸⁶ Ma arvan küll, et see on edukas, sest kui see edukas ei oleks, siis läheks kindlasti midagi halvasti ja meedia räägiks sellest. Kui midagi halvasti läheb, siis kuuleb sellest, kui midagi läheb hästi, siis sellest ei kuule, see on, öeldakse ju, iseenesest mõistetav.

4.3. Saksa Liidupanga imagoprofiili intentsionaalne dimensioon

Saksa Liidupanga imago mõjutavad küsitletud noorte arvates enim meedia, euro-raha imago, hindade stabiilsus, majandusareng ning finantssektori maine. Samuti on olulise tähtsusega Liidupanga suhtekorraldustöö ning föderaalpanga presidendi ning juhtkonna imago. Kõige vähem mõjutavad Saksamaa keskpanga imago antud institutsiooni poolt publitseeritavad infobrošüürid, kodulehekülg ning muud väliskommunikatsiooni kanalid (vt. joon. 11).



Joonis 11: Saksa Liidupanga imago mõjutavad faktorid, protsentides

Kolm neljandikku vastanuist leiab, et Saksa Liidupanga mõjutab antud institutsiooni poolt läbiviidava finantspoliitika usaldusväärsus. “Finantspoliitikat võib vaadata kui keskpanga ning majandussubjektide vahelist mängu, kus informatsioon on jagatud sümmeetriliselt. Majandussubjektid käituvad tulenevalt identsetest eelistustest ning samast informatsioonitasemest ratsionaalsete ootuste situatsioonis homogeenselt. Nad muudavad oma strateegiad vastavalt inflatsiooni ootustele ” (Henning 1997:17).

Keskpank hoiab inflatsiooni määra teatud tasemel. Kui inflatsiooni tegelik määr vastab majandussubjektide poolt oodatud inflatsioonimäärale, on keskpanga

finantspoliitika usaldusväärne ning see omakorda tagab Liidupangale positiivse imago. Kui föderaalpanga imago oli enne positiivne, siis imago muutust ei toimu.

Teisel juhul ootavad majandussubjektid kõrgemat inflatsioonimäära kui Liidupanga poolt ennustatav optimaalne inflatsioonimäär. Kui föderaalpank viib läbi usaldusväärset rahapoliitikat ning täidab antud ootused, on tema imago positiivne. Majandussubjektid ootavad sel juhul järgmisel korral optimaalse inflatsioonimäära täitmist ning kui Liidupank sellega toime tuleb, siis imagomuutust ei toimu.

Kolmas võimalus on see, et Liidupanga imago on juba esimesel perioodil positiivne, kuna majandussubjektide ning föderaalpanga poolt oodatav inflatsioonimäär langeb ühte. Samas tabab majandust üllatusinflatsioon ning selle tulemusena kaotab Liidupank oma positiivse imago ning teda peetakse ebausaldusväärseks.

Samuti on võimalik, et keskpanga imago on juba algusest saadik negatiivne ning kuna majandussubjektide ootusi pidevalt ei täideta, siis imago muutust ei toimu (Henning 1997, Kastner 1994).

Sellest tulenevalt võib välja tuua, et Liidupanga imagot mõjutab antud institutsiooni poolt teostatava finantspoliitika usaldusväärsus. Kuna föderaalpanga võitlus inflatsiooniga on edukas, mida rõhutavad ka 12% vastanuist, on pankade panga finantspoliitika pigem usaldusväärne ning sellest tulenevalt ka Liidupanga imago positiivne.

Kui võrrelda Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga finantspoliitika usaldusväärst noorte seas, tuleneb, et viimati mainitud institutsioon on usaldusväärsem kui föderaalpank. Euroopa Keskpanga näitaja on 1,8 ning Liidupanga oma 1,6 (maksimaalne punktide arv skaalal on 3, minimaalne -3). Seega erinevad antud näitajad 0,2 punkti võrra. Samuti peetakse Euroopa Keskpanga tööpoliitikat edukamaks kui Liidupanga oma.

71% vastanuist arvab, et Saksamaa majandusareng mõjutab Saksa Liidupanga imagot ning leiab, et kui Saksamaa Liitvabariigi majanduslik olukord on hea, on ka

föderaalkanga imago positiivne ning muutusi selle töökorralduses ning –poliitikas ei soovita.

Verändern würde ich eigentlich nichts, zur Zeit. Weil ich glaube, dass Wirtschaft zur Zeit ein bisschen so aufgeblüht ist, und so wie es jetzt ist, ist eigentlich gar nicht schlecht, weil die Euro ist stabil, und die Wirtschaft beruht sich grad (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁸⁷

Ich würde eigentlich gar nix verändern. Im Augenblick, weil die Zeit, in der wir leben, so eine... Man weiß nie, ob man vorgeht oder zurück... Das ist so eine Stoppzeit in Deutschland, und weil die Weltwirtschaft sich auch ein bisschen verbessert und besser wird, denke ich es ist eine Sache vom Abwarten (mees, 21, kaitseväelane, Elsterwerda).⁸⁸

83% vastanuist on arvamusel, et Saksa Liidupanga imagot mõjutab meedia. Kuigi föderaalkanga tabas 2004. aasta kevadel kolm suuremat kriisi – Welteke hotelliskandaal, villade äfaar ning euro-müntide vähesusest tulenenud kriis – pole kriitiline meediakajastus pankade panga imagot kuigivõrd kahjustanud, mis annab tunnistust selle kohta, et Liidupangal on hea ning tugev sokkelimago⁸⁹. Vaid 7% vastanuist oli teadlik Ernst Welteke hotelliskandaalist. Ülejäänud kriisid olid noortele tundmatud.

Ne, kenne ich keine (mees, 21, üliõpilane, Cottbus).⁹⁰

Krisen von der Deutschen Bundesbank? Na, weiß ich keine (mees, 26, muusikaõpetaja, Cottbus).⁹¹

Bundesbank... Krisen der Bundesbank. Ich würde die Bundesbank mit den Krisen eigentlich nicht verbinden (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁹²

Direkt speziell von der Deutsche Bundesbank kenne ich jetzt keine (mees, 24, bürootöoline, Finsterfelde).⁹³

⁸⁷ Ma ei muudaks tegelikult mitte midagi, hetkel. Kuna ma arvan, et majandus on pead tõstmas ja see olukord, mis praegu valitseb, pole üldsegi paha, sest euro on stabiilne ning majandus puhkab eelnevast.

⁸⁸ Ma ei muudaks tegelikult mitte midagi, hetkel. Kuna aeg, kus me elame, on selline... Kunagi ei tea, kas toimub edasimineku või tagasimineku... See on selline stopp-aeg Saksamaal, ja kuna ka maailma majanduse seis on paranenud ja paranemas, arvan, et tuleb vaid oodata ja vaadata, mis tuleb.

⁸⁹ Sokkelimago on imago stabiilne, võrdlemisi raskesti muudetav dimensioon, mis on seotud brändi sümbolväärtustega ning väljendub võrdlemisi madalas reaktsioonis aktuaalsetele sündmustele (Buss, Fink-Heuberger 2000).

⁹⁰ Ei, ma ei tunne ühtegi.

⁹¹ Saksa Liidupanga kriisid? Noh, ma ei tea ühtegi.

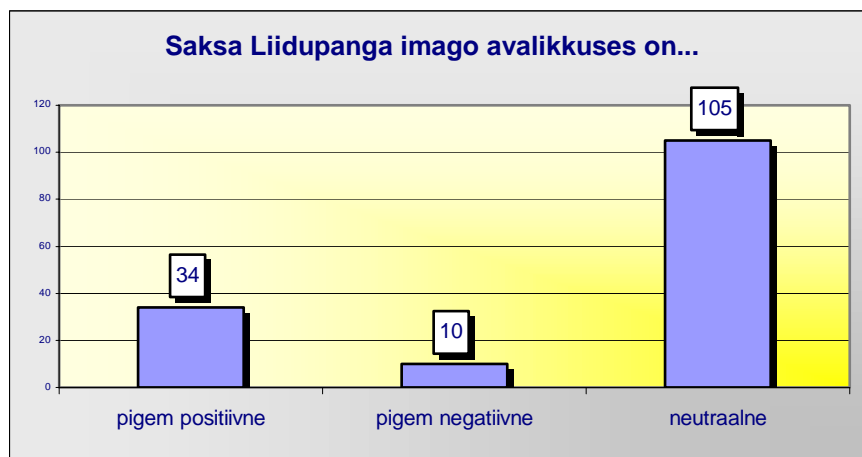
⁹² Liidupank... Saksa Liidupanga kriisid. Ma ei seoks tegelikult Saksa Liidupanga kriisidega.

Kuna meedia on põhiline kanal, mille kaudu vastajad Saksa Liidupanga kohta informatsiooni saavad ning samuti mõjutab ta enim föderaalpanga imago antud sihtgrupi seas, peaks Liidupank suunama noortele mõeldud informatsiooni just sellesse allikasse ning juhtima oma mainet eelkõige trükimeedia, raadio või televisiooni läbi. See eeldab pidevat meediamonitoringu ning sihtgrupianalüüside tegemist. Samuti ei tohiks alahinnata muid imago mõjutavaid tegureid.

⁹³ *Otse spetsiaalselt Liidupangaga seoses ei tea ma küll ühtegi.*

4.4. Milline on Saksa Liiduvabariigis elavate noorte arvates Saksa Liidupanga imago?

65% vastanutest hindab Saksa Liidupanga imagot avalikkuses neutraalseks, 21% noortest leiab, et see on pigem positiivne ning 6% on arvamusel, et föderaalpanga maine on pigem negatiivne (vt. joon. 12).



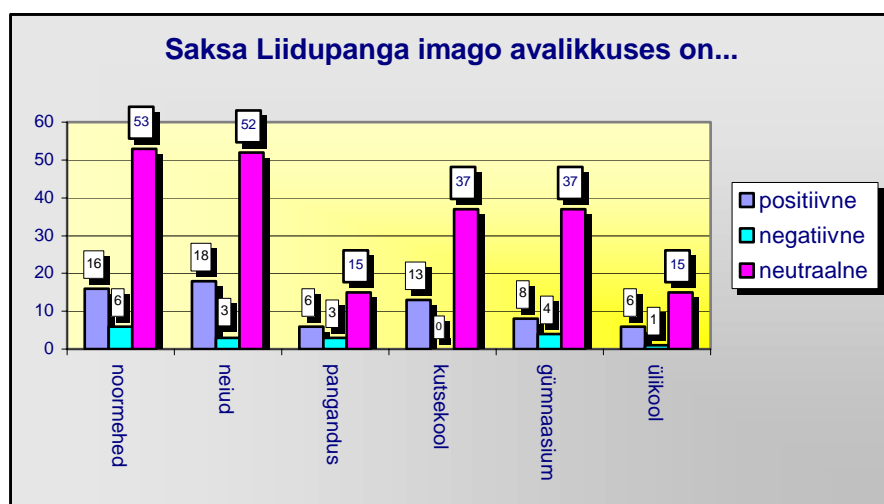
Joonis 12: Saksa Liidupanga imago Saksamaal elavate noorte arvates, arvudes

Noortest, kes arvavad, et Liidupanga imago on negatiivne, seostavad 62% antud institutsiooniga spontaanselt negatiivseid assotsiatsioone⁹⁴. Enim heidetakse föderaalpangale ette bürokratlikkust, vähe transparentset suhtekorraldustööd, Welteke skandaali, koondamisi ning halba finantspoliitikat. 70% antud rühmast leiab, et Saksa Liidupank peaks oma imago eest rohkem hoolitsema, kuigi 40% hindab föderaalpanga tööd edukaks ning vaid 10% leiab, et see seda ei ole.

Vastajaist, kes peavad Saksa Liidupanga imagot positiivseks, seostavad 56% föderaalpangaga negatiivseid assotsiatsioone. Antud grupi puhul heidetakse enim keskpangale ette vähest transparentsust ning halba informatsioonipoliitikat. Samas 35% antud rühmast leiab, et Liidupank ei peaks oma imagoga rohkem tegelema ning

35% on vastupidisel seisukohal. Enamus (77%) hindab föderaalpanga tegevust edukaks. Suure tõenäosusega peetakse seetõttu ka Liidupanga imagot positiivseks.

Seega võib välja tuua, et Saksa föderaalpanga imago on noorte arvates neutraalne kuni positiivne. Positiivsemalt näevad Liidupanka neid ning kutsekoolis õppivad noored, samas kui noormehed ning pangandust õppivad noored on natuke kriitilisemad. Samuti arvavad 51% poistest, et föderaalpank peaks rohkem tegelema mainejuhtimisega, samas kui naiste seas on antud protsent 40. Neid on antud küsimuses pigem kõhkleva seisukohal – 33% antud rühmast ei oska öelda, kas pankade pank peaks oma imago eest rohkem hoolitsema. Ka enamus kutsekoolis ning gümnaasiumis õppivaid noori on seisukohal, et Liidupank peaks oma imagot oskuslikumalt juhtima (vt. joon. 13).



Joonis 13: Saksa Liidupanga imago Saksamaal elavate noorte seas rühmiti, arvudes

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et kuigi enamus noori peab föderaalpanga imagot neutraalseks kuni positiivseks, arvab 46% vastanuist, et antud institutsioon peaks oma maine juhtimisega rohkem tegelema. Vaid natuke üle 20% leiab, et keskpanga imago on hea ning maine ei vaja juhtimist.

⁹⁴ Ühte või enamast

5. Järeldused

Oma bakalaureusetöös uurisin Saksa Liidupanga imagot peale föderaalpanga ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ning Valuutaliiduga Saksa Liiduvabariigi noorte seas. Tegelesin pankade panga imagoprofiili kognitiivse, atmosfäärilise-afektiivse ning intentsionaalse dimensiooniga.

5.1. Imagoprofiili kognitiivne dimensioon

5.1.1. Kui tuntud on Saksa Liidupank Saksa Liiduvabariigi noorte seas?

Saksa Liidupank on noorte seas väga tuntud. Hoolimata antud asjaolust hindab enamus vastajatest oma teadmisi föderaalpanga kohta keskmistest kuni halbadeks, seejuures on Liidupank vähem tuntud neidude seas, kes peavad ka oma informeerituse taset pankade panga ülesannete, struktuuri, esindajate ning eesmärkide kohta halvemaks kui noormehed, ning kutsekoolis õppivate noorte seas, kellest üle poole hindavad oma teadmisi antud institutsiooni kohta halbadeks..

Sellest tulenevalt võib välja tuua, et enamus noori on Saksa Liidupanga olemasolust meedia, kooli, oluliste teiste ning föderaalpanga väliskommunikatsiooni kanalite kaudu kuulnud, kuid nende teadmised antud institutsiooni kohta on pinnapealsed ning nad sooviksid võimaluse korral antud institutsiooni kohta rohkem informatsiooni.

Antud suure enamuse kõrval on väiksem grupp, kes ei vaja ja /või ei sooviga pankade panga kohta teavet saada, kuigi enamus neist ei tunne Liidupanga esindajaid, ülesandeid ega tea, kas föderaalpanga rahanduspoliitiline funktsioon on peale pankade panga ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus-ja Valuutaliiduga muutunud. Samuti pole neile oluline Liidupanga edukus.

Kümnendik noortest leiab, et halvad üldteadmised föderaalpanga kohta on tingitud antud institutsiooni ebaefektiivsest informatsioonipoliitikast ning vähe transparentsest suhtekorraldustööst.

Kuna noorte teadmised Saksa Liidupanga kohta ning informatsiooni hulk, mida nad pankade panga kohta omavad, on pigem väiksed, mis tuli välja nii faktiküsimustest kui ka lahtistest küsimustest, on antud sihtgrupil raske ühtsustada psühholoogilist taju ning objekti reaalsust poolt, millest tingituna on ka võrdlemisi suur hulk noori, kes ei taju Saksa Liidupanga ning Saksa Panga erinevust ning leiavad, et föderaalpank on Euroopa Keskpanka filiaal.

Samuti on oluline grupp, kes küll teab Saksa Liidupanga olemasolust, kuid ei tea, millega antud institutsioon tegeleb. See võib tuleneda asjaolust, et pea pooled antud rühmast ei tunne Liidupanga poolt välja antavaid informatsioonibrošüüre ega õpilasmeediat, nad pole tutvunud antud institutsiooni koduleheküljega ega külastanud rahamuuseumi ning messe, kus föderaalpank osalenud on.

Seega esimese uurimisküsimuse puhul võib välja tuua, et Saksa Liidupank kui institutsioon on küll Saksa noorte seas väga tuntud, kuid samas vastanute teadmised föderaalpanga kohta on pigem pealiskaudsed ning küsitletud tunnevad institutsiooni vaid nimepidi, kuid neid puudub sügavam arusaam selle ülesannetest, eesmärkidest ning struktuurist. Samuti ei tunta pankade panga esindajaid. Kuna informatsioonihulk ning teadmiste tase on madalad, on noortel raske föderaalpanka kindlasse konteksti panna ning sellest tulenevalt ajab osa noori Saksa Liidupanka segamini Saksa Pangaga. Samuti on noortel raske tajuda föderaalpanga ning Euroopa Keskpanka vahelist suhet ning pankade panga uut rahanduspoliitilist funktsiooni.

5.1.2. Milliseid muutusi tõi üleminek euro rahale ning ühinemine Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ja Valuutaliiduga Saksa Liiduvabariigi noorte arvates Liidupangale kaasa?

Üle poole noortest ei tea, kas Saksa Liidupanga ülesanded on peale antud institutsiooni ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ning Valuutaliiduga muutunud või leiavad, et föderaalpanga rahanduspoliitiline roll

on peale saksa marga vahetust euro vastu samaks jäänud. Suure enamuse antud rühmast moodustavad neiud ning kutsekoolis õppivad noored. Samuti arvavad pea pooled, et Saksa Liidupank on Euroopa Keskpanga filiaal. See arvamus on levinud eelkõige gümnasistide ning kutsekooli õppurite seas.

Need noored, kes leiavad, et Saksa Liidupanga ülesanded on peale euro sisseviimist muutunud, toovad enamasti välja, et föderaalpanga roll ning mõju on nõrgenenud, mõningad ülesanded üle läinud Keskpangale ja Liidupank kaotanud need funktsioonid, mis sidusid teda saksa margaga. Samas enamus ei oska seletada, kuidas föderaalpanga rahanduspoliitiline roll täpselt muutunud on ning millised Liidupanga ülesanded on üle läinud Euroopa Keskpangale. Samuti viib kolmandik noortest föderaalpanga ning Euroopa Keskpanga vahelisi suhteid valesti kokku.

Seega noortel on Saksa Liidupanga uue rahanduspoliitilise funktsiooni tajumisega raskusi. Kuna vastanud ei suuda adekvaatselt föderaalpanka ning Euroopa Keskpanga ühtsesse süsteemi paigutada, jääb antud institutsioonide suhe ning pankade panga rahanduspoliitilise funktsiooni muutus nende jaoks ebaselgeks, mis tekitab omakorda väärarvamusi ning lihtsustatud, stereotüpiseeritud mõtlemist.

5.2. Imagoprofiili afektiivne-atmosfääriline dimensioon

5.2.1. Milline on Saksa Liidupanga esmane assotsiatsioonidel põhinev imago Saksa Liiduvabariigi noorte seas?

Hoolimata sellest, et Saksamaa noortel on raskusi Saksa Liidupanga uue rahanduspoliitilise funktsiooni tajumisega ning vastanute teadmised ja informatsioonihulk, mis on nende käsutuses antud institutsiooni kohta, on võrdlemisi väikesed, on föderaalpanga esmane assotsiatsioonidel põhinev imago noorte seas pigem positiivne.

Küsitletud toovad välja, et Liidupank on kõrgem, suurem, mõjuvõimsam ning tuntum institutsioon kui kommertspangad, samuti rõhutatakse saksa päritolu ning tegelemist riiklikult tähtsate ülesannetega, keskpanga peetakse tuntuks, tõsiseltvõetavaks, ratsionaalselt tegutsevaks, tähtsaks, tunnustatuks, kompetentseks,

sõltumatuks, kriisikindlaks, edukaks ning Saksa finantsruumis tsentraalseks organisatsiooniks.

Kümnendiku vastajate, eelkõige noormeeste, üliõpilaste ning pangandust õppivate noorte arvates on Liidupanga esmane assotsiatsioonidel põhinev imago negatiivne, kusjuures Brandenburgis ning Berliinis elavad noored vaatavad Saksamaa keskpanka kriitilisemalt kui teised rühmad. Liidupanka peetakse vähe tuntuks, vanamoodsaks, konservatiivseks, halliks, külmaks, kaugeks, poliitiliseks, sõltuvaks, suletuks, kõrgiks ning raiskavaks. Samuti heidetakse keskpangale ette vähe transparentset suhtekorraldustööd, halba informatsioonipoliitikat, bürokraatiat ning aeglast tegutsemist ja reageerimist. Seega antud grupp näeb Liidupanka kui tüüpilist ametkonda.

Vaadates suhtarve, võib lahtistest küsimustest siiski järeldada, et Saksa Liidupanga esmane assotsiatsioonidel põhinev imago on pigem positiivne, sest enamus noori peavad föderaalpanka riiklikult tähtsaks organisatsiooniks ning seostavad seetõttu pankade pangaga positiivsed sõnu.

5.2.2. Milline on Saksa Liidupanga imago erinevates rühmades?

Ka semantiline diferentsiaal annab pigem positiivsed tulemused. Peaaegu kõik vastanuist peavad föderaalpanka tõsiseltvõetavaks organisatsiooniks. Pankade pankade hinnatakse keskmiselt tuntuks, edukaks, usaldusväärseks, ratsionaalseks, kompetentseks ning eesmärgistatuks.

Samas leiavad küsitletud, et antud institutsioon on hall. See tuleneb sellest, et sõnadel “ametkond” ning “ametnik” on Saksamaal negatiivne kaastähendus – ametnikud teenivad riiki privilegeeritud staatuse tõttu ning on väljas isikliku kasu peale. Samuti peetakse föderaalpanka pigem poliitiliseks kui neutraalseks institutsiooniks.

Kui vaadata Saksa Liidupanga imagot rühmiti, siis kõige positiivsem on see kutsekoolis õppivate noorte seas, samas kõige negatiivsemalt näevad antud institutsiooni üliõpilased ning gümnasistid. Ka neid näevad föderaalpanka

positiivsemalt kui noormehed, samas poisid hindavad föderaalpanka tööd edukamaks kui tüdrukud..

Võrreldes üldvalimiga on praktikantide nägemus föderaalpankast negatiivsem. Nii peavad praktikandid antud institutsiooni keskmisest konservatiivsemaks, emotsionaalsemaks, aegalasemaks ning vähem tõsiseltvõetavamaks. Samas on nende arvates Saksa Liidupank sõltumatum, avatum ning neutraalsem kui üldvalimi arvamuse järgi.

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et Saksa Liidupanga imago on kõikides gruppides pigem positiivne. Pankade panga imagod erinevad rühmiti emotsionaalsel tasandil, olles kõige positiivsem kutsekoolis õppivate noorte seas ning negatiivsem üliõpilaste ning gümnasistide hulgas.

5.2.3. Millised on Saksa Liidupanga ning Euroopa Keskpanga imagote erinevused Saksa Liiduvabariigi noorte seas?

Kui võrrelda Euroopa Keskpanga ning Saksa Liidupanga imagoid, võib täheldada, et esimesena mainitud institutsiooni imago on noorte seas positiivsem. Nii peavad küsitletud Euroopa Keskpanga tuntumaks, edukamaks, usaldusväärsemaks, progressiivsemaks, sõltumatumaks, dünaamilisemaks, transparentsemaks, eesmärgistatumaks ning tõsiseltvõetavamaks institutsiooniks kui föderaalpank seda on. Samas leiavad vastajad, et pankade pank on ratsionaalsem ning vähem poliitiline kui Euroopa Keskpank.

Kõige suurem erinevus tuleb esile skaalal rahvusvaheliselt tegutsev – siseriiklikult tegutsev. Kuigi mõlemad institutsioone peetakse üle riigi piiri ulatuvateks, seotakse Euroopa Keskpanga rohkem rahvusvahelise tööga.

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et Euroopa Keskpanga imago on kõigis gruppides ning ka üldvalimis positiivsem kui Saksa Liidupanga imago, kuigi ka viimase institutsiooni imago on antud sihtgrupis pigem positiivne, kaldudes vaid kahes punktis negatiivsele poolele. Suurim erinevus kõigis gruppides tuleb esile skaalas siseriiklikult tegutsev-rahvusvaheline, ülejäänud punktides erineb enamasti imago

emotsionaalne tasand, kuid näitajad jäävad ühele poole, s. t. mõlemad on kas positiivsed või negatiivsed.

5.3. Imagoprofiili intentsionaalne dimensioon

5.3.1. Mis mõjutab Saksa Liidupanga imagot Saksa Liiduvabariigi noorte arvates?

Saksa Liidupanga imagot mõjutavad küsitletud noorte arvates enim meedia, euro-raha imago, hindade stabiilsus, majandusareng ning finantssektori maine. Samuti on olulise tähtsusega Liidupanga suhtekorraldustöö ning föderaalpanga presidendi ning juhtkonna imago. Kõige vähem mõjutavad Saksamaa keskpanga imagot antud institutsiooni poolt publitseeritavad infobrošüürid, kodulehekülg ning muud väliskommunikatsiooni kanalid

Kuna meedia on põhiline kanal, mille kaudu vastajad Saksa Liidupanga kohta informatsiooni saavad ning samuti mõjutab ta enim föderaalpanga imagot antud sihtgrupi seas, peaks Liidupank suunama noortele mõeldud informatsiooni just sellesse allikasse ning juhtima oma mainet eelkõige trükimeedia, raadio või televisiooni läbi. See eeldab pidevat meediamonitooringu ning sihtgrupianalüüside tegemist. Samuti ei tohiks alahinnata muid imagot mõjutavaid tegureid.

5.4. Milline on Saksamaa Liidupanga imago Saksa Liiduvabariigi noorte seas?

Nii Saksa Liidupanga imago kognitiivne, afektiivne-atmosfääriline kui ka intentsionaalne dimensioon on positiivsed ning sellest tulenevalt võib väita, et ka föderaalpanga imago noorte seas on pigem positiivne – pankade pank on vastanute seas väga tuntud ja assotsiatsioonid ning omadussõnad, mida selle institutsiooniga seotakse, on positiivsed, kuigi noored ise hindavad Liidupanga imagot avalikkuses neutraalseks kuni positiivseks.

Sellest hoolimata leiavad enamus noori, et föderaalpank peaks oma imago eest rohkem hoolitsema. Vaid kaks kümnendikku vastajaist on arvamusel, et pankade imago on hea ning maine ei vaja juhtimist.

Saksa Liidupangale võiks ette heita ebaefektiivset suhtekorraldustööd ning informatsioonipoliitikat, samuti vähest sümbolkommunikatsiooni kasutamist. Läbi antud võtete oleks föderaalpangal võimalik tutvustada oma ülesandeid, uut rahanduspoliitilist funktsiooni, eesmärke, korporatiivset identiteeti, struktuuri ja esindajaid ning juhtida oma mainet.

6. Diskussioon

Oma bakalaureusetöös uurisin Saksa Liidupanga imagot peale föderaalpanga ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ning Valuutaliiduga Saksa Liiduvabariigi noorte seas. Töö tegemisel kerkisid esile mitmed probleemid.

Esiteks oleks pidanud formaliseeritud küsimustiku valim jagunema ühtlasemalt. Kuna sel ajal, kui viisin antud küsitlust läbi (märts 2005), oli üliõpilastel semestri lõpp ning algamas kevadvaheaeg, oli antud grupile ligipääs võrdlemisi piiratud ning sellest tulenevalt õnnestus mul küsitleda 23 Saksamaal õppivat üliõpilast. Samuti oli raske saada vastuseid töötavatel noortelt. Kuna antud gruppi kuulus vaid kümme inimest, otsustasin selle rühma puhul suhtelisi sagedusi ning muid statistilisi näitajaid mitte välja arvutada, sest need ei oleks olnud representatiivsed antud grupi suhtes. Ideaaljuhul oleksid võinud kõik küsitletud rühmad jaguneda võrdselt või väiksemate mahuliste vahedega. Sel juhul oleks olnud võimalik paremini arvutada ka mahukeskmisi.

Samuti kerkisid esile mõningad probleemid süvaintervjuusid läbi viies ning analüüsid. Kuna küsitletud noored polnud Saksamaa Keskpanka meediakajastust viimase aasta jooksul jälginud, ei saanud süvaintervjuudest objektiivset pilti selle kohta, kas kriisid ning kriitiline meediakajastus on mõjutanud noorte arvates Saksamaa Liidupanga imagot. Sellest tulenevalt polnud vastajatelt ka kindlat arvamust ning pilti antud institutsioonist, mis raskendas järelduste tegemist.

Olen võrdlemisi kindel, et nende noorte pilt föderaalpangast, kes oleks olnud teadlikud Saksamaa Liidupanga kriisidest, eelmise aasta (eriti kevade 2004) võrdlemisi kriitilisest meediakajastusest ning rahanduspoliitilise funktsiooni muutumisest tulenevatest probleemidest, oleks olnud negatiivsem, kui praegusel süvaintervjuude valimil.

Sellest tulenevalt oleksin võinud süvaintervjuusid läbi viies ühe filterküsimusena küsida, kas vastaja on viimase aasta jooksul lugenud trükimeedias või kuulnud ringhäälingus kommentaare/uudiseid/saateid Saksamaa Liidupanga kohta. Suure tõenäosusega oleks süvaintervjuusid kokku võttes tulnud sel juhul teistsugused tulemused.

Samuti mõjutas süvaintervjuude üldtulemust see, et küsitletud noored olid Brandenburgigi maakonnast. Berliini ning Brandenburgigi noored hindavad üldjuhul Saksa Liidupanga kriitilisemalt. Kuna Berliini linnavalitsuse ning sealsete pankade imago on noorte silmis pigem negatiivne, kandub see üle ka Saksa Liidupangale, kuna antud institutsioon ei suutnud Berliini linna n.ö pankrotti läbi oma rahanduspoliitiliste otsuste ära hoida.

Sellest tulenevalt oleks huvitav teha süvaintervjuu ka mõnest teisest maakonnast pärit noorega, et vaadata, kas antud kvalitatiivsest meetodist välja tulnud üldtendentsid peavad paika. Üldjuhul tuleks rõhutada, et süvaintervjuud toetasid väga hästi formaliseeritud küsimustiku tulemusi ning meetodid olid omavahel sobivad.

Kuna antud uuring oli võrdlemisi väikesemahuline, plaanin sellega tegeleda edasi ka oma magistritöös. Antud juhul võiks sügavuti analüüsida ka pangasiseste sihtgruppide (praktikandid ning volontäärid) imagot Saksa Liidupanga kohta ning võrrelda seda pangaväliste sihtgruppide omaga. Antud töös sai seda teemat ka pinnapealselt käsitletud ning esialgselt uuringust tulenes, et esimesena nimetatud grupis on föderaalpanga imago negatiivsem. Kui antud fakt peab paika, võiks uurida, millest see tingitud on.

Samuti oleks huvitav teada, milline on Saksa Liidupanga kui tööandja imago Saksamaa noorte seas ning vaadata, kas institutsiooni üldimago ning föderaalpanga kui tööandja imago on sarnased või esineb suuremaid kõrvalekaldeid. Võiks uurida, mis mõjutab tööandja imagot, kui võrd vastab Saksa Liidupank noorte ootustele, mida antud institutsioonis hinnatakse ning kui võrd populaarne on föderaalpank tulevase töökohana Saksa noorte seas, võrreldes teiste tuntute Saksamaal tegutsevate organisatsioonidega.

Kokkuvõte

Oma bakalaureusetöös uurisin Saksa Liidupanga imagot peale föderaalpanga ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ning Valuutaliiduga Saksa Liiduvabariigi noorte seas. Tegelesin pankade panga imagoprofiili kognitiivse, atmosfäärilise-afektiivse ning intentsionaalse dimensiooniga.

Bakalaureusetöö eesmärk on analüüsida Saksa Liidupanga imagot Saksamaa Liiduvabariigi noorte seas peale Liidupanga ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ja Valuutaliiduga 1999. aastal. Uuring näitab, kui tuntud on Liidupank 16-26-aastaste Saksamaal elavate noorte seas, kuidas antud sihtgrupp tajub Liidupanga ning Euroopa Keskpanka vahelist suhet, millised on antud institutsioonide imagod, kuidas noored näevad Liidupanka tema uues funktsioonis ja millest antud mentaalne pilt on tingitud.

Antud töö empiiriline osa põhineb 2004. aasta sügisel kuue Lõuna-Brandenburgi noorega vanuses 20-26 aastat töö autori poolt läbiviidud semistruktureeritud süvaintervjuudel ning 2005. aasta märtsis teostatud formaliseeritud küsimustikul Hessenis, Reinimaa-Pfalzis, Baden-Württembergis, Baierimaal, Saksimaal, Põhja-Rein-Vestfaalis, Alam-Saksimaal, Bremenis, Berliinis ja Tüüringis. Kokku küsitlesin 162 noort vanuses 16-26 aastat.

Bakalaureusetööst tulenes, et Saksa Liidupank on noorte seas väga tuntud, samas vastanute teadmised antud institutsiooni kohta on pigem pealiskaudsed ning küsitletud tunnevad institutsiooni vaid nimepidi, kuid neid puudub sügavam arusaam selle ülesannetest, eesmärkidest ning struktuurist. Kuna informatsioonihulk ning teadmiste tase on madalad, on noortel raske föderaalpanka kindlasse konteksti panna ning sellest tulenevalt ajab osa noori Saksa Liidupanka segamini Saksa Pangaga.

Samuti on noortel raske tajuda föderaalpanga ning Euroopa Keskpanga vahelist suhet ning pankade panga uut rahanduspoliitilist funktsiooni.

Enamus noori ei tea, kas Saksa Liidupanga ülesanded on peale antud institutsiooni ühinemist Euroopa Keskpankade Süsteemi ning Euroopa Majandus- ning Valuutaliiduga muutunud. Samuti arvavad pea pooled, et Saksa Liidupank on Euroopa Keskpanga filiaal. Vähemus toob välja, et föderaalpanga roll ning mõjuala on nõrgenenud, kuid enamus neist ei oska seletada, kuidas rahanduspoliitiline roll täpselt muutunud on ning millised Liidupanga ülesanded on läinud Euroopa Keskpangale.

Hoolimata sellest, et Saksamaa noortel on raskusi Saksa Liidupanga uue rahanduspoliitilise funktsiooni tajumisega ning vastanute teadmised ja informatsiooni hulk, mis on nende käsutuses antud institutsiooni kohta, on võrdlemisi väikesed, on föderaalpanga imago noorte seas pigem positiivne.

Küsitletud toovad välja, et Liidupank on kõrgem, suurem, mõjuvõimsam ning tuntum institutsioon kui kommertspangad, samuti rõhutatakse saksa päritolu ning tegelemist riiklikult tähtsate ülesannetega. Föderaalpanga peetakse tuntuks, tõsiseltvõetavaks, ratsionaalselt tegutsevaks, tähtsaks, tunnustatuks, kompetentseks, sõltumatuks, kriisikindlaks, edukaks, usaldusväärseks, kompetentseks, eesmärgistatuks ning Saksa finantsruumis tsentraalseks organisatsiooniks. Samas leiavad küsitletud, et antud institutsioon on hall ning poliitiline.

Kui võrrelda Euroopa Keskpanga ning Saksa Liidupanga imagoid, võib täheldada, et esimesena mainitud institutsiooni imago on noorte seas positiivsem. Nii peavad küsitletud Euroopa Keskpanga tuntumaks, edukamaks, usaldusväärsemaks, progressiivsemaks, sõltumatuks, dünaamilisemaks, transparentsemaks, eesmärgistatumaks ning tõsiseltvõetavamaks institutsiooniks kui föderaalpank seda on. Samas leiavad vastajad, et pankade pank on ratsionaalsem ning vähem poliitiline kui Euroopa Keskpank. Kõige suurem erinevus tuleb esile skaalal rahvusvaheliselt tegutsev – siseriiklikult tegutsev. Kuigi mõlemaid institutsioone peetakse üle riigi piiri ulatuvateks, seotakse Euroopa Keskpanga rohkem rahvusvahelise tööga.

Saksa Liidupanga imago mõjutavad küsitletud noorte arvates enim meedia, euro-raha imago, hindade stabiilsus, majandusareng ning finantssektori maine. Samuti on olulise tähtsusega Liidupanga suhtekorraldustöö ning föderaalpanga presidendi ning juhtkonna imago. Kõige vähem mõjutavad Saksamaa keskpanga imago antud institutsiooni poolt publitseeritavad infobrošüürid, kodulehekülg ning muud väliskommunikatsiooni kanalid

Kokkuvõtvalt võib välja tuua, et nii Saksa Liidupanga imago kognitiivne, afektiivne-atmosfääriline kui ka intentsionaalne dimensioon on positiivsed ning sellest tulenevalt võib väita, et ka föderaalpanga imago noorte seas on pigem positiivne. Saksa Liidupangale võiks ette heita ebaefektiivset suhtekorraldustööd ning informatsioonipoliitikat, samuti vähest sümbolkommunikatsiooni kasutamist.

Kasutatud kirjandus:

- 1) Beach, L. R. (1990). Image theory: Decision making in personal and organizational contexts. New York:Wiley
- 2) Buss, E. & Fink-Heuberger, U. (2000). Image Management. Frankfurt am Main: FAZ-Institut
- 3) Eco, U. (1984). The role of the reader. First Midland Book Edition, United States of America.
- 4) European Commission (2003). Eurobarometer. Public Opinion in the European Union. Report Nummer 58. Directorate-General Press and Communication. Brussels
- 5) European Commission (2003). The Euro, two years later. Report. Flash Eurobarometer 153. Directorate-General Press and Communication. Brussels
- 6) Fombrun, Charles, J. (1996). Reputation: Realizing Value from the Corporate Image. Harvard Business School Press
- 7) Gleitman, H. (1987). Basic Psychology, 2nd ed. New York: W.W. Norton
- 8) Gray, Jr. J. G. (1983). Managing the Corporate Image. The key to public trust. Quaraum Books
- 9) Henning, I. (1997). Die Reputation einer Zentralbank. Eine theoretische Untersuchung unter besonderer Berücksichtigung der Europäischen Zentralbank. Peter Lang. Europäischer Verlag der Wissenschaften. Frankfurt am Main
- 10) Kastner, S. (1994). Glaubwürdigkeit und Reputation der Geldpolitik. Das strategische Verhalten von Zentralnotenbanken. Deutscher UniversitätsVerlag. Gabler. Vieweg. Westdeutscher Verlag
- 11) Koschnik, W. J. (2003). FOCUS-Lexikon Werbeplanung – Mediaplanung – Marktforschung – Kommunikationsforschung – Mediaforschung. <http://medialine.focus.de/PM1D/PM1DB/PM1DBF/pm1dbf.htm?snr=749>
- 12) Koschnick, W. J. (1996). Standard-Lexikon für Werbung, Verkaufsförderung, Öffentlichkeitsarbeit, Bd.1 München: Saur
- 13) Kõuts-Klemm, R. (2005). Autori intervjuu. Tartu, 28. aprill
- 14) Lacey, N. (1998). Image and Representation. Key Concepts in Media Studies. New York. St Martin´s Press

- 15) Littmann, A. (2001). Image und Public Relations von Banken. Köln: Botermann & Botermann Verlag Köln
- 16) Martens, E. (2004). Autori intervjuu. Frankfurt am Main, 06. august
- 17) Mast, C. (2002). Unternehmenskommunikation, Ein Leitfadens, Stuttgart: Lucius & Lucius
- 18) McQuail, D. (2003). McQuali massikommunikatsiooni teooria. Tartu Ülikooli Kirjastus
- 19) Ogilvy & Mather (1989). Entwurf für eine Kommunikationsstrategie der Deutschen Bundesbank. Frankfurt am Main: Ogilvy & Mather Werbeagentur
- 20) Past, A. (2004). Imago ja mainekujundus. Käsikirjaline loengukonspekt sügissemestrist 2004. TÜ ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond
- 21) Past, A. (2004). Otsese ülemuse mõju tööga rahulolule ja firma sisemisele imagole. Ettekanne. ESAKi-I V konverents. www.suhtekorraldus.ee, vaadatud 18. detsember 2004
- 22) Patton, M.Q. (1990). Qualitative Evaluation and Research Methods, Newbury Park: Sage
- 23) Plato Kommunikation (2003). PLATOSurvey 2003. Die Strukturkrise der Banken als kommunikative Herausforderung. Berlin: Plato Kommunikation
- 24) Rikberg, A. (2002). Organisatsiooni imago. Tartu Ülikool, bakalaureusetöö
- 25) Schultz, M., Hatch, M. J., Larsen, M. H. (2000). The expressive Organization. Linking Identity, Reputation, and the Corporate Brand. Oxford, University Press
- 26) Sozialforschung Infratest (1987). Infratest-Umfrage zur Bundesbank. Bekanntheit und Ansehen der Deutschen Bundesbank. Frankfurt am Main: Infratest Sozialforschung
- 27) Vahe, M. (2003). Hansapanga väärtuste kommunikatsioon. Bakalaureusetöö, Ajakirjanduse ja kommunikatsiooni osakond, Tartu Ülikool, Tartu
- 28) Van Riel, C. B. M. (1995). Principles of Corporate Communication. TJI International Ltd. Padstow. Academic Service
- 29) Vos, M. (1996). The Corporate Image Concept: a Strategic Approach
- 30) Tagesspiegel (2004). Wenn Bundesbanker nur noch Topfplanzen pflegen. Tagesspiegel, 5. mai