

Kampagnenbericht

Bericht zur Informationskampagne klimaaktiv mobil 2026 gemäß § 2 Abs. 1b BVG
Medienkooperation und Medienförderung (MedKF-TG)

1 Inhalt, Laufzeit und Budget	1
2 Definition der Ziele und der Zielgruppen	3
3 Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne	3
4 Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister	4
5 Begründung der im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien und Nennung ihrer Inhaber:innen	5
Digital	5
Print	5
OOH	6
6 Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets	6

1 Inhalt, Laufzeit und Budget

Inhalt der Informationskampagne: klimaaktiv mobil ist die Initiative für Aktive Mobilität und Mobilitätsmanagement des Bundesministeriums für Innovation, Mobilität und Infrastruktur (BMIMI). Für die Informationskampagne stehen im Jahr 2026 192.000 Euro brutto zur Verfügung.

Seit 2004 begleitet und unterstützt klimaaktiv mobil Städte, Gemeinden und Regionen, Unternehmen, Bildungseinrichtungen, Tourismus- und Freizeitakteur:innen sowie Bürger:innen dabei, Mobilität nachhaltig, effizient und zukunftsfähig zu gestalten.

Ziel ist es, klimaverträgliche Mobilität im Alltag zu verankern und gleichzeitig Lebensqualität, Gesundheit und Standortattraktivität zu stärken.

Dafür bietet klimaaktiv mobil ein umfassendes Unterstützungsangebot durch Beratung, Qualifizierung und Information und Bewusstseinsbildung. Mit seinen Programmen und Maßnahmen leistet klimaaktiv mobil einen wesentlichen Beitrag zur Mobilitätswende in Österreich.

Dabei werden folgende Themen/Inhalte kommuniziert:

- Aktive Mobilität und Mobilitätsmanagement: klimaaktiv mobil Angebote für Gemeinden, Betriebe, Bildungseinrichtungen sowie zur Tourismusmobilität
- Rad- und Fußverkehr und die Bewerbung des Österreichischen Rad- und Fußverkehrsgipfels von 9. bis 11. September in Eisenstadt
- Bewerbung von Mobilitätsmanagement für attraktive, alltagstaugliche und klimafreundliche Mobilitätsangebote über klimaaktiv mobil
- EcoDriving – spritsparendes Fahren sowie Bewerbung von EcoDriving Training für Flotten
- Österreich radelt: Bewerbung der aktiven Teilnahme von Bürger:innen bei der Bundesländer Mitmachkampagne Österreich radelt
- Österreich zu Fuß: Bewerbung der aktiven Teilnahme von Bürger:innen bei der Bundesländer Motivationskampagne Österreich zu Fuß
- Europäische Mobilitätswoche – Anregen der Kommunen zur Teilnahme an der EMW
- Bewerbung von den Radfahrkursen (Kinder- und Jugendmobilität) sowie Bewerbung des Aktionsplans Radfahren für Kinder

Das erfolgt durch folgende Maßnahmen im gesamten Jahr 2026:

- Print via Kommunal
- Newsletter via kommunal Newsletter Exklusiv
- Online Schaltungen auf RMA digital
- Social Media Schaltungen über die klimaaktiv mobil-Kanäle
- Podcast: Schaltung via Podcast Radwissen
- Video via Wartezimmer-TV

Insgesamt stehen für die in diesem Punkt genannten Schaltungen im Jahr 2026 Mittel von maximal 192.000 Euro brutto aus dem Budget der Abteilung II/6 Aktive Mobilität und Mobilitätsmanagement des BMIMI zur Verfügung.

2 Definition der Ziele und der Zielgruppen

Wesentliches **Ziel** dieser Kampagne ist es, klimaverträgliche Mobilität im Alltag zu verankern und gleichzeitig Lebensqualität, Gesundheit und Standortattraktivität zu stärken. Dafür bietet klimaaktiv mobil ein umfassendes Unterstützungsangebot durch Beratung, Qualifizierung und Information und Bewusstseinsbildung.

Daraus leitet sich folgende Zielgruppe ab: Unternehmen, Gebietskörperschaften (Kommunen), Kinder- und Jugendliche (durch Bildungseinrichtungen) und Bürger:innen.

Weiters ist die geplante Informationskampagne ein wichtiger Beitrag zu den im Regierungsprogramm festgelegten Schwerpunkten zur Reduktion von Emissionen sowie zur Erreichung der Österreichischen Klima- und Energieziele (NEKP).

3 Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne

Die geplanten Kommunikationsmaßnahmen unterstützen die Umsetzung der österreichischen Klima- und Mobilitätsziele und tragen dazu bei, klimafreundliche Mobilität in der Bevölkerung sowie bei Gemeinden, Unternehmen, Bildungseinrichtungen und weiteren Multiplikator:innen sichtbar zu machen und zu fördern.

Der gewählte Kampagnenzeitraum orientiert sich an den jeweiligen fachlichen Schwerpunkten und Aktionszeiträumen der Programme und Veranstaltungen. Insbesondere die Bewerbung des Österreichischen Rad- und Fußverkehrsgipfels im September, der Europäischen Mobilitätswoche sowie der Mitmachkampagnen „Österreich radelt“ und „Österreich zu Fuß“ erfolgt zeitgerecht vor bzw. während ihrer jeweiligen Aktionsphasen, um eine möglichst hohe Beteiligung und Reichweite zu erzielen. Gleichzeitig wird im Winter für das Folgejahr beworben. Auch die Bewerbung der klimaaktiv mobil Radfahrkurse und des Aktionsplans Radfahren für Kinder erfolgt zu einem Zeitpunkt, an dem Bildungseinrichtungen und Gemeinden entsprechende Angebote planen und nutzen.

Darüber hinaus werden ganzjährig über die klimaaktiv mobil Kanäle Themen der aktiven Mobilität, des Mobilitätsmanagements sowie des spritsparenden Fahrens (EcoDriving) kommuniziert. Diese Themen leisten einen wesentlichen Beitrag zur Reduktion von

Treibhausgasemissionen, zur Förderung klimafreundlicher Mobilitätsformen sowie zur Steigerung der Verkehrssicherheit und Gesundheit.

Die Kampagne richtet sich zielgruppenspezifisch an Bürger:innen, Gemeinden, Unternehmen, Bildungseinrichtungen, Flottenbetreiber sowie weitere Entscheidungsträger:innen und Multiplikator:innen. Durch den Einsatz unterschiedlicher Kommunikationskanäle – Print, Newsletter, Online, Social Media, Podcast und Wartezimmer-TV – können die jeweiligen Zielgruppen zielgerichtet erreicht und zur Teilnahme an Programmen, Veranstaltungen und Mitmachaktionen motiviert werden.

Die geplanten Schaltungen tragen dazu bei, die Bekanntheit der klimaaktiv mobil-Angebote zu erhöhen, Veranstaltungen und Kampagnen sichtbar zu machen sowie Aktive Mobilität und Mobilitätsmanagement nachhaltig zu fördern.

4 Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Planung, strategische Ausrichtung, Abwicklung und Wirkungscontrolling der Kampagne erfolgt im BMIMI durch die Abteilungen Präz. 11 Öffentlichkeitsarbeit und Medien (Mediaplanung), wobei der inhaltliche Input von der Fachabteilung **II/6 Aktive Mobilität und Mobilitätsmanagement** kommt.

Für die Umsetzung der Kampagne werden folgende externe Dienstleister herangezogen:
Österreichische Energieagentur über das klimaaktiv mobil Programm
Zielgruppenkommunikation und Fachthemen, die Bundesbetreuung Österreich radelt durch himmelhoch bzw. Österreich zu Fuß durch Reichl & Partner, P&B für die EMW sowie die Mediaagentur dentsu Media Austria GmbH.

5 Begründung der im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien und Nennung ihrer Inhaber:innen

Für die Zielgruppe Gebietskörperschaften wurde die Medien Kommunal (Print) und kommunal.at (Online) gewählt. Für die Zielgruppe Bürger:innen wurden der Drahtesel (Print, Fahrradcommunity) sowie RegionalMedienAustria (Online) gewählt.

Die Wahl der Medien, in und auf welchen die Schaltungen veröffentlicht werden, wird in Absprache und mit der Mediaagentur dentsu getroffen.

Digital

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Österreichischer Kommunal-Verlag GmbH	Mag. Michael Zipmer	Erreicht Gemeinden und kommunale Entscheidungsträger:innen direkt und bietet ein relevantes Umfeld für Informationen mit kommunalem Bezug.
Podcast Radwissen (Deutschland)	Bjarne Lotze	Erreicht Fachpersonen und Multiplikator:innen aus den Bereichen Mobilität, Radverkehr und kommunale Verkehrsplanung und bietet ein thematisch relevantes Umfeld für die Kampagnenbotschaft.
ReginalMedien Austria AG	Mag. Georg Doppelhofer, Mag. Andreas Eisendle	Verfügt über eine hohe regionale Reichweite und ermöglicht eine breit angelegte Ansprache der Bevölkerung in ganz Österreich.

Print

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Österreichischer Kommunal-Verlag GmbH	Mag. Michael Zipmer	Erreicht Gemeinden und kommunale Entscheidungsträger:innen direkt und bietet ein relevantes Umfeld für Informationen mit kommunalem Bezug.

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Drahtesel	Hannes Friedrich	Spricht eine mobilitätsinteressierte und fahrradaffine Zielgruppe an und bietet eine hohe thematische Nähe zu nachhaltiger Mobilität.
Flotte	A & W Verlag	Erreicht Fachpersonen und Entscheidungsträger:innen im Bereich Mobilität und Fuhrparkmanagement und eignet sich zur gezielten Ansprache eines mobilitätsrelevanten Fachpublikums.

OOH

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Wartezimmer-TV	Michael F. Richter	Bietet eine hohe Aufmerksamkeit durch längere Aufenthaltszeiten und ermöglicht die Ansprache einer breiten Bevölkerungsgruppe in einem aufmerksamkeitsstarken Umfeld.

Die Wahl der Medien, in und auf welchen die Schaltungen veröffentlicht werden, wird in Absprache und mit einer Beratung durch die Mediaagentur dentsu Media Austria GmbH getroffen.

Vollständige Medienliste: siehe RTR-Meldung(en) im Kampagnenzeitraum.

6 Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

Vollständige Liste: siehe RTR-Meldung(en) im Kampagnenzeitraum.

Rückfragehinweis

Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur

Abteilung I/Präs. 11 – Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +43 1 71162-658941

E-Mail: pr11@bmimi.gv.at

Erstellt am: 29. Juli 2026