

Kampagnenbericht

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

1 Inhalt, Laufzeit und Budget	1
2 Definition der Ziele und der Zielgruppen	2
3 Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister	3
4 Begründung der im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien und Nennung ihrer Inhaber:innen	3
Digital	3
Kino.....	4
OOH	4
Print.....	4
Radio.....	5

1 Inhalt, Laufzeit und Budget

Inhalt der Informationskampagne: Das KlimaTicket Ö wurde auf Basis des KlimaticketG mit 26.10.2021 kundenwirksam eingeführt. Der Bund ist für das bundesweite KlimaTicket Ö produktverantwortlich. Somit liegt die Verantwortung, das Produkt am Markt zu vertreiben bzw. zu bewerben und entsprechende Marketingmaßnahmen zu beauftragen ebenfalls beim BMIMI.

Die Kampagne rückt den Nutzungskomfort des Öffentlichen Verkehrs mit dem KlimaTicket Ö in den Mittelpunkt. Unter den Leitgedanken „einfach bequem“, „einfach flexibel“ und „einfach was erleben“ werden Alltagssituationen und Freizeitmomente dargestellt, in denen das KlimaTicket Ö unterschiedliche Möglichkeiten eröffnet.

Konkret wird durch die Darstellung von Personen, die spontan Freund:innen und Familie besuchen, Ausflüge unternehmen oder Kultur- und Freizeitangebote in Österreich

entdecken, vermittelt, wie unkompliziert und flexibel die Nutzung des Öffentlichen Verkehrs mit dem KlimaTicket Ö ist. Zudem wird auf die KlimaTicket Ö Vorteilswelt hingewiesen, die KlimaTicket Ö Kund:innen Vorteile und Vergünstigungen bei vielfältigen Kultur- und Freizeitangeboten in ganz Österreich bietet.

Das erfolgt durch den Einsatz folgender Medien im Zeitraum 12.10.2025 – 29.11.2025:

Online

Social Media

Kino

Out of Home und Digital Out of Home

Hörfunk

Print

Das Volumen der gegenständlichen Kampagne beträgt bis zu 700.000 Euro netto/ 840.000 Euro brutto.

2 Definition der Ziele und der Zielgruppen

Wesentliches Ziel der Kampagne ist es, die Vorteile des KlimaTicket Ö als unkomplizierte und flexible Mobilitätslösung für ganz Österreich hervorzuheben. Im Mittelpunkt steht die Botschaft, dass Kund:innen jederzeit bequem in Bus und Bahn einsteigen und Österreich flexibel entdecken können.

Die Kampagne richtet sich daher an Neu- und Bestandskund:innen aller Altersgruppen, die Wert auf einfache und komfortable Mobilität legen und sowohl im Alltag als auch in der Freizeit bequem in Österreich unterwegs sein möchten. Durch den Fokus auf die einfache und flexible Nutzbarkeit von öffentlichen Verkehrsmitteln wird ein breites Publikum angesprochen und die Attraktivität des KlimaTicket Ö als Begleiter für Alltag, Freizeit und spontane Unternehmungen verdeutlicht.

3 Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Planung, strategische Ausrichtung, Abwicklung und Wirkungscontrolling der Kampagne erfolgt im BMIMI durch die Abteilungen Präs. 11 Öffentlichkeitsarbeit und Medien (Mediaplanung), wobei der inhaltliche Input von der Abteilung II/8 kommt.

Für die Umsetzung der Kampagne werden folgende externe Dienstleister herangezogen: Reichl und Partner Werbeagentur GmbH und die Mediaagentur dentsu Media Austria GmbH.

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

Digital

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Meta	Meta	Hohe Nettoreichweite, präzises Targeting
Tik Tok	TikTok Technology Limited	Hohe Relevanz und Affinität bei jüngeren Zielgruppen
Reddit	Reddit Netherlands B.V.	zielgruppennahe Ansprache und hohe Affinität in relevanten Interessensumfeldern
Showheroes	Showheroes Group	Hohe Ad Visibility
Audiosation	Audiosation	Hohe Affinität
YouTube	Google	Hohe Ad Visibility
ORF	ORF-Enterprise	Hohe Reichweite
Standard	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	Hohe Reichweite
YOC	YOC Central Eastern Europe GmbH	Hohe Ad Visibility
Krone.at	Mediaprint	Hohe Reichweite
heute.at	AHVV-Verlags GmbH	Hohe Reichweite

Kino

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
CineChannel Movie	Weischer.Cinema Austria GmbH	geringe Werbe-Clutter-Situation und hohe Erinnerungswirkung

OOH

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Screens Billa & Billa Plus	Billa Aktiengesellschaft	Hohe Kontaktdichte im Alltag
Gewista Werbegesellschaft mbH	Gewista Werbegesellschaft m.b.H.	Nationale Reichweite und hohe Sichtbarkeit
INFOSCREEN Austria Gesellschaft für Stadtinformationsanlagen GmbH	INFOSCREEN Austria GmbH	Hohe Frequenz an Mobilitäts-Hotspots
ÖBB-Werbung GmbH	ÖBB Werbung GmbH	Hohe Sichtbarkeit entlang Reiserouten

Print

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Falter	Falter Zeitschriften Gesellschaft m.b.H.	urbane, öffi-affine Zielgruppe
Heute/Gesamtausgabe	AHVV-Verlags GmbH	hohe Reichweite
Kleine Zeitung/Themen-PL/Kombi	Kleine Zeitung GmbH	starke Regionalabdeckung
Krone bunt	KRONE - Verlag Gesellschaft m.b.H. & Co. KG	reichweitenstarkes Lifestyle-Umfeld
Kurier/Grüne Welt	KURIER Zeitungsverlag und Druckerei GmbH	Interesse an Nachhaltigkeit
OÖN/Reise	OÖN Redaktion GmbH & Co KG	Reiseaffinität
Die Presse/Reisen	„Die Presse“ Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	qualitätsorientiertes Umfeld
RMA/National	RegionalMedien Austria AG	österreichweite Regionalabdeckung

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
Servus Stadt & Land	Red Bull Media House GmbH	breites Publikum mit Regionalbezug
Auf da Roas (SN Spezial)	Salzburger Nachrichten Medien GmbH & Co. KG	thematische Nähe zu Mobilität und Reisen
Standard	STANDARD Verlagsgesellschaft m.b.H.	urbanes Qualitätsumfeld
Tele	tele-Zeitschriftenverlagsgesellschaft m.b.H. & Co. KG.	hohe Reichweite im TV-Programmmfeld
TT/Gesamt	Schlüsselverlag J.S. Moser GmbH	starke Präsenz in Tirol
VN	Russmedia Verlag GmbH	relevante Reichweite in Vorarlberg
Weekend Magazin/Url.&Freizeit	Weekend Magazin GmbH	hohe Affinität zu Freizeit- und Reiseinteressierten
ÖSTERREICH/oe24	oe24 media group GmbH	Breite Zielgruppenansprache

Radio

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
ORF	ORF-Enterprise	Hohe nationale Reichweite
RMS	RMS Austria	Hohe nationale Reichweite
ORF regional	ORF-Enterprise	Zielgerichtete regionale Abdeckung

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.

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: 12. Oktober 2026