

Kampagnenbericht

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

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

Inhaltlicher Schwerpunkt der Kampagne ist die Information zur KlimaTicket Ö Kennenlern-Aktion. Im Rahmen der Aktion haben Personen bei Neukauf eines KlimaTicket Ö mit Start zwischen 01.05.2026 und 30.06.2025 die Möglichkeit, dieses bereits nach 2 Monaten ohne Kündigungsgebühr zu stornieren. Die Kampagne soll dazu informieren und gleichzeitig die Vorteile des KlimaTicket Ö im Vergleich zum MIV (motorisierten Individualverkehr) hervorheben.

Das erfolgt durch den Einsatz folgender Medien im Zeitraum 18.05. bis 31.07.2026:

- Digital: Display Ads und Social Media
- Hörfunk

Das Volumen der gegenständlichen Kampagne beträgt bis zu 179.663,77 Euro netto/
215.596,52 Euro brutto.

2 Definition der Ziele und Zielgruppen

Die Kampagne soll insbesondere routinierte Autofahrer:innen ansprechen und dazu motivieren, das KlimaTicket Ö im Rahmen der Kennenlern-Aktion flexibel für ihren Alltag auszuprobieren.

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

Das KlimaTicket als klimaschonende Alternative zum motorisierten Individualverkehr soll für eine breite Bevölkerung leistbar und gleichzeitig möglichst unkompliziert zugänglich gemacht werden. Um dieses Ziel zu erreichen ist eine umfassende, verständliche und zielgruppengerechte Information (potenzieller) Kund:innen erforderlich.

Aktuell gibt es rund 300.000 aktive, zahlende KlimaTicket Ö Bestandskund:innen. Diese Zahl liegt deutlich über dem initial hergeleiteten Kundenpotenzial. Um diese Zahl im Sinne einer klimafreundlichen Mobilität möglichst aufrecht erhalten zu können, erfolgen laufende Kommunikationsmaßnahmen insbesondere im Bereich Social Media sowie gesonderte Kampagnen. Bei dieser Kampagne sollen potenzielle Neukund:innen angesprochen werden.

4 Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Für die Planung, strategische Ausrichtung und Umsetzung der Kampagne werden folgende externe Dienstleister herangezogen: One Mobility GmbH/Social Media-Team, Reichl & Partner Werbeagentur Gesellschaft mbH und die Mediaagentur dentsu Media Austria GmbH.

Die Koordination, Abwicklung und Wirkungscontrolling der Kampagne erfolgen im BMIMI durch die Abteilungen Präs. 11 Öffentlichkeitsarbeit und Medien (Mediaplanung), in Abstimmung mit der Abteilung II/8 – Klimaticket kommt.

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

Die Auswahl der Werbemittel erfolgte auf Grundlage der typischen Mediennutzung innerhalb der Zielgruppe und des verfügbaren Budgets mit dem Ziel, eine möglichst reichweitenstarke und effiziente Ausspielung sicherzustellen.

Vor diesem Hintergrund wurden digitale Medien in Form von Display- und Social-Media-Ads ausgewählt, da diese eine präzise Zielgruppenansprache anhand demografischer, geografischer und interessenbezogener Merkmale sowie eine hohe Kontaktfrequenz ermöglichen.

Aufgrund des hohen Frequenz- und Aufmerksamkeitswert innerhalb der Zielgruppe wurde zudem das Medium Hörfunk eingesetzt.

Digital

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
ORF.at Network	ORF-Enterprise GmbH & Co KG	Glaubwürdiges nationales Umfeld mit hoher Reichweite in der Zielgruppe.

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
ScreenOnDemand	ScreenOnDemand GmbH	Der Vermarkter bietet ein passendes Netzwerk und gezielte Targetingmöglichkeiten für die Zielgruppe.
YOC	YOC Austria GmbH	Innovative Desktop & Mobile Formate ermöglichen eine interaktive Einbindung der Zielgruppe.
Audiosation	Audiosation GmbH	Gezielter Onlineaudioinventareinsatz erreicht die Zielgruppe in Österreich mit hoher Aufmerksamkeit und geringer Werbeüberlastung.
META	Meta Platforms Ireland Ltd.	Social-Media-Plattform mit enormer Reichweite und präzisiertem Targeting auf die definierte Zielgruppe möglich.

Hörfunk

Medium	Mediuminhaber/Vermarkter	Begründung der Auswahl
RMS Top Kombi	RMS Radio Marketing Service GmbH.	Bündelt private Sender österreichweit, ergänzt ORF-Angebot und erreicht die Zielgruppe über regionale Inhalte.
Hitradio Ö3	Österreichischer Rundfunk	Ö3 ist Österreichs reichweitenstärkstes Radiosender und erreicht damit eine große Grundgesamtheit.

Die getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien erfolgt abgestimmt durch die Mediaagentur dentsu Media Austria GmbH.

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

6 Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

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



Einfach kennenlernen

€ 233,-
für 2 Monate
Danach gratis kündbar

KlimaTicket

Entgeltliche Einschaltung des Mobilitätsministeriums.

Entgeltliche Einschaltung des Mobilitätsministeriums.

Einfach vergleichen

€ 1.250,-*
für 2 Monate

€ 233,-
für 2 Monate
Danach gratis kündbar

KlimaTicket

* Gerundeter Durchschnittswert im März 2026 laut oeamto.at

Einfach kennenlernen

€ 233,-
für 2 Monate
Danach gratis kündbar

KlimaTicket

Entgeltliche Einschaltung des Mobilitätsministeriums.

Entgeltliche Einschaltung des Mobilitätsministeriums.

Einfach vergleichen

€ 1.250,-*
für 2 Monate

€ 233,-
für 2 Monate
Danach gratis kündbar

KlimaTicket

* Gerundeter Durchschnittswert im März 2026 laut oeamto.at

Entgeltliche Einschaltung des
Mobilitätsministeriums.

Einfach vergleichen

€ 1.250,-*
für 2 Monate



€ 233,-
für 2 Monate
Danach gratis
kündbar



Jetzt bis 30.06.
KlimaTicket Ö starten!

* Gerundeter Durchschnittswert im März 2026 laut oeamto.at

Einfach kennen- lernen



€ 233,-
für 2 Monate
Danach gratis
kündbar



Jetzt bis 30.06.
KlimaTicket Ö starten!

Entgeltliche Einschaltung des Mobilitätsministeriums.

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: 20. Mai 2026