

Kampagnenbericht

Bericht zu den Schaltungen rund um klimaaktiv mobil im Jahr 2024 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. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses	3
4. Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne.....	4
5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister	4
6. Begründung der im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien und Nennung ihrer Inhaber:innen	4
7. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets.....	5

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

Inhalt der Informationskampagne: die Angebote von klimaaktiv mobil - der Klimaschutzinitiative im Verkehr – werden an die entsprechenden Zielgruppen kommuniziert. Dabei werden folgende Themen/Inhalte kommuniziert:

- klimaaktiv mobil Förderprogramm: 2024 stehen 95 Mio. Euro Bundesfördermittel für Maßnahmenumsetzung zur Aktive Mobilität und Mobilitätsmanagement durch Betriebe, Gebietskörperschaften, Verein sowie Tourismusorganisationen zur Verfügung. Dies umfasst Maßnahmen im Bereich Radverkehrsförderung, Fußverkehrsförderung, Aktiver Schulweg, Tourismusmobilität sowie betriebliches Mobilitätsmanagement. Mit der Kommunikation soll das Förderangebot für umweltfreundliche Mobilitätsprojekte bei den entsprechenden Zielgruppen bekannt gemacht werden.

- **klimaaktiv mobil** Förderprogramm: 2024 stehen im Rahmen der Pauschalförderung und auch Fördermittel für Private bei Anschaffung von (E-)Falträdern, (E-)Transporträdern bzw. bei Hauseigentümergeinschaften die Errichtung von Radabstellanlagen zur Verfügung.
- Europäische Mobilitätswoche: Bewerbung der Teilnahme von Gemeinden bei der Europäischen Mobilitätswoche (16.-22.9.2024)
- Österreich radelt: Bewerbung der aktiven Teilnahme von Bürger:innen bei der Bund-Länder Motivationskampagne Österreich radelt

Das erfolgt durch folgende Maßnahmen im Zeitraum Mai bis Dezember 2024:

- Printschaltungen in Drahtesel (2), Wirtschaftskammerzeitungen (2) und Kommunal (4)
- Newsletter auf falter.at (Mai) und kommunal.at (Mai bis November)
- Onlineschaltungen auf meinbezirk.at (Mai), kleinezeitung.at (Mai) und derstandard.at (Mai)

Insgesamt stehen für die in diesem Punkt genannten Schaltungen im Jahr 2024 Mittel von maximal 175.002,61 Euro Brutto aus dem Budget der UG41 des BMK zur Verfügung.

2. Definition der Ziele und der Zielgruppen

Wesentliches **Ziel** dieser Kampagne ist die Angebote von klimaaktiv mobil (Förderung, kostenlose Beratung, Förderung) in der jeweiligen Zielgruppe (Gebietskörperschaften, Betriebe, Tourismus) bekannt zu machen sowie Bürger:innen zur aktiven Teilnahme bei der Bund-Länder Motivationskampagne „Österreich radelt“ zu bewegen.

Daraus leitet sich folgende Zielgruppe ab: Gebietskörperschaften (Kommunen), Unternehmen und Tourismusorganisationen, Bürgerinnen und Bürger

Weiters ist die geplante Informationskampagne ein wichtiger Beitrag zu den im Regierungsprogramm festgelegten Schwerpunkten „Offensive für aktive, sanfte Mobilität“, bzw. „Klimaneutralität bis 2040“ und leistet einen Beitrag zur Erreichung der österreichischen und europäischen Klima- und Energieziele.

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Fast die Hälfte der Befragten wünscht sich bei der klimaaktiv Umfrage (April 2024) mehr Hilfestellungen und Bewusstseinsbildung, um ihr soziales Umfeld (noch mehr) zum Klimaschutz zu motivieren. Rund 2,6 Mio. Menschen sind in Österreich mehrmals pro Monat oder seltener mit dem Rad unterwegs. Durch das Eintragen der geradelten Kilometer wird zum mehr Radfahren motiviert. 2023 haben rund 40.000 Teilnehmende bei Österreich radelt ihre Rad-Kilometer eingetragen. Um die Bekanntheit und damit (Klimaschutz)Wirkung von „Österreich radelt“ zu erhöhen, wird mit den Schaltungen die Mitmachaktion beworben.

Ziel des klimaaktiv mobil Förderprogramms ist der Schutz der Umwelt und Gesundheit durch aktive Impulse zur Motivation, Entwicklung und Verwirklichung von Umweltschutzmaßnahmen, zur raschen und breiten Markteinführung umweltschonender Technologien und Dienstleistungen im Bereich Mobilität und Verkehr sowie insbesondere zur Forcierung von aktiver Mobilität, Mobilitätsmanagement, alternativer Fahrzeuge, Elektromobilität und Radverkehr. Zur Entwicklung von klimafreundlichen Mobilitätsprojekten bietet klimaaktiv mobil für Betriebe, Gebietskörperschaften, Vereine, Tourismusorganisation und Bildungseinrichtungen kostenlose Beratungsprogramme an. Die Schaltungen dienen dazu den relevanten Zielgruppen über die Beratungs- und Förderangebote zu informieren sowie mittels bereits umgesetzten Good-Practice-Beispielen zur Umsetzung von klimafreundlichen Mobilitätsprojekten zu animieren.

Österreich belegt gemessen an den teilnehmenden Gemeinden bei der Europäischen Mobilitätswoche regelmäßig einen Spitzenplatz im Vergleich zu allen teilnehmenden europäischen Ländern. Um auch weiterhin Gemeinden an der aktiven Teilnahme an der Europäischen Mobilitätswoche zu motivieren, ist eine regelmäßige Information über neue Schwerpunkte und Initiativen notwendig.

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

Einreichungen zum klimaaktiv mobil Förderprogramm sind von 1. April 2024 bis zum 28. Februar 2025 möglich, daher sind Schaltungen für die Zielgruppe Gebietskörperschaften sowie Betriebe bis November 2024 vorgesehen.

Die Hauptaktion von Österreich radelt läuft vom 20. März bis zum 30. September daher wurden die (Online-)Schaltungen für die Zielgruppe Privatpersonen vermehrt auf das Frühjahr 2024 gelegt.

5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Planung, strategische Ausrichtung, Abwicklung und Wirkungscontrolling der Kampagne erfolgt im BMK durch die Abteilung Pr.11 Öffentlichkeitsarbeit (Mediaplanung), wobei der inhaltliche Input von der Fachabteilung II/6 kommt.

Für die Schaltung, Aushandlung eines Angebots und Beratung hinsichtlich Zielgruppe wurde die Mediaagentur EssenceMediacom herangezogen, die textliche Umsetzung erfolgt im Rahmen des klimaaktiv mobil Bewusstseinsbildungsprogramms (brainbows / Lockl & Keck) bzw. durch die Bundesbetreuung Österreich radelt (himmelhoch).

6. 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 Betriebe wurden die Wirtschaftskammerzeitungen (Print) gewählt. Für die Zielgruppe Bürger:innen wurden der Drahtesel (Print, Fahrradcommunity) sowie RegionalMedienAustria (Online) gewählt. Da die Teilnahme bei Österreich radelt besonders in Wien und in der Steiermark unterdurchschnittlich ist, wurden für diesen regionalen Fokus auch noch die Medien

Falter.morgen und Falter.natur (Newsletter), standard.at (Online) und kleinezeitung.at (Online) ausgewählt.

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

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

7. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

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

Erstellt von

Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie

Abteilung Öffentlichkeitsarbeit

Telefon: +43 1 71162 - 658941

E-Mail: pr11@bmk.gv.at

Erstellt am: 14. Mai 2024