

Kampagnenbericht

Bericht zur Informationskampagne Klimabonus 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	2
4. Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne.....	3
5. Durchführende Organisationseinheiten und hinzugezogene externe Dienstleister.....	3
6. Begründung der im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und Gewichtung der eingesetzten Medien und Nennung ihrer Inhaber:innen	3
7. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets.....	4

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

Inhalt der Informationskampagne: Information zum Klimabonus 2024 und dessen Auszahlung

Das erfolgt durch folgende Maßnahmen im Zeitraum 19.06.2024 – 29.09.2024:

- Sitebar & Mobile Understitial
- FLEX Video 15“
- Youtube 15“
- Image Ad, Story & Video Ad
- Video
- Mystery Ad
- Native Ad

Insgesamt stehen für die in diesem Punkt genannten Schaltungen im Jahr 2024 Mittel von maximal 274.893,67 Euro brutto aus dem Budget der UG 43 des BMK zur Verfügung.

2. Definition der Ziele und der Zielgruppen

Wesentliches **Ziel** dieser Kampagne ist eine breite Information der Bevölkerung über die wesentlichen Merkmale des Klimabonus 2024, im Besonderen die aktuell gültige Regionalkategorisierung sowie die neu eingeführte Berücksichtigung in der Einkommensteuerbemessungsgrundlage ab einem Jahreseinkommen von 66.612 Euro. Zusätzlich werden alle Personen zur Aktualisierung Ihrer Kontodaten in FinanzOnline aufgefordert. Mit diesen zwei Maßnahmen soll das Anfragevolumen an der Servicehotline sowie die Anzahl an Briefzustellungen gesenkt werden und Kosten eingespart werden. Im Besonderen die Aktualisierung der Kontodaten erleichtert eine gesicherte und reibungslose Auszahlung des Klimabonus 2024.

Daraus leitet sich folgende Zielgruppe ab: Bevölkerung Österreichs

Weiters ist die geplante Informationskampagne ein wichtiger Beitrag zu den im Regierungsprogramm festgelegten Schwerpunkten „Klimaschutz“, bzw. „Klimaneutralität bis 2024“

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Aus den Erfahrungswerten in der Abwicklung des Klimabonus 2022 lässt sich ableiten, dass ein Informationsdefizit in der Bevölkerung zu einem stark erhöhten Serviceaufkommen führen kann. In Bezug auf eine kostentechnische Betrachtung kann aus den Werten von 2022 davon ausgegangen werden, dass die Kosten für einen Servicefall die Kosten für eine Vorabinformation per Postwurfsendung bzw. Schaltung (abhängig von der Reichweite des Mediums) um einen Faktor von rd. 70–100 übersteigen. Daher stellt die Vorabinformation über unterschiedliche Kommunikationskanäle auch eine kosteneffiziente Abwicklungsmaßnahme dar. Dies war ebenfalls ein wesentliches Ergebnis der Kommunikations-Analyse zum Klimabonus 2022.

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

Der Klimabonus erreicht alle Menschen in Österreich und sorgt für ein signifikantes Aufkommen im Servicebereich (bis dato rd. 2 Mio. Serviceanfragen); daher ist von einer großen Relevanz auszugehen.

5. Durchführende Organisationseinheiten und hinzugezogene externe Dienstleister

Planung, strategische Ausrichtung, Abwicklung und Wirkungscontrolling der Kampagne erfolgt im BMK durch die Abteilungen Pr. 11 Öffentlichkeitsarbeit und Medien (Mediaplanung), wobei der inhaltliche Input aus dem Büro GS kommt.

Für die Umsetzung der Kampagne werden folgende externe Dienstleister herangezogen: Vetter & Partner GmbH und die Mediaagentur EssenceMediacom.

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

Umsetzung	Medium	Relevanz
Programmatische Werbung	FLEX Int. Display – Reach	Mit großen Werbemittel sichtbare Präsenz und Interesse, auf Seiten in einem Netzwerk und mittels eines Targetings in der Zielgruppe zu erzeugen!
Programmatische Werbung	FLEX Video – YouTube	Reichweitenstarke Plattform um die junge Zielgruppe in ihrem Umfeld zu erreichen und anzusprechen.
Meta Platforms Inc.	FLEX – Social	Social als relevante Plattform, um die Zielgruppe direkt in ihrem Umfeld zu erreichen und anzusprechen.

Umsetzung	Medium	Relevanz
Krone Multimedia GmbH & Co KG	krone.at	Relevant als reichweitenstarke Plattform um das Thema zu transportieren.
YOC AG	YOC Network	Durch eine aufmerksamkeitsstarke Umsetzung das Thema aufzeigen.
jodel.com	App The Jodel	Relevante Plattform, da hohe Nutzung in der jungen Zielgruppe und diese direkt anzusprechen.
Content Performance Group GmbH	Channel Career + Network	Relevanz im Channel, da somit die Selbständigen gezielt erreicht werden können.
Kleine Zeitung GMBH & Co KG	kleinezeitung.at	Die Zielgruppe kann durch Targeting, gezielt erreicht werden.
"Die Presse" Verlags-Gesellschaft m.b.H. & Co KG	diepresse.com	Die Zielgruppe kann durch Targeting gezielt erreicht werden.
DJ Digitale Medien GmbH	heute.at	Titel mit guter Reichweite zeigt Relevanz, um die mobile Zielgruppe zu erreichen.
Österreichischer Rundfunk	orf.at	Reichweitenstarke Präsenz/Plattform um das Thema bewusst zu machen und Interesse zu schaffen.
Regionalmedien Austria AG	meinbezirk.at	Wichtig um im regionalen Umfeld mit hoher Reichweite präsent zu sein.
Russmedia GmbH	Regionale Portale	Die Zielgruppe kann im Umfeld der online Tageszeitungen direkt erreicht werden.

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-Meldungen im Kampagnenzeitraum.

7. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

Siehe Dokumentation nach Veröffentlichung im ELAK.

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: 18. Juni 2024