

10335/AB
vom 03.06.2022 zu 10662/J (XXVII. GP)

bmk.gv.at

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

Leonore Gewessler, BA
 Bundesministerin

An den
 Präsident des Nationalrates
 Mag. Wolfgang Sobotka
 Parlament
 1017 Wien

leonore.gewessler@bmk.gv.at
 +43 1 711 62-658000
 Radetzkystraße 2, 1030 Wien
 Österreich

Geschäftszahl: 2022-0.270.045

. Juni 2022

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordneten zum Nationalrat Brandstötter, Kolleginnen und Kollegen haben am 08. April 2022 unter der **Nr. 10662/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend Kampagne Klimaticket (Folgeanfrage 8250/AB) gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich wie folgt:

Zu Frage 1:

- *Wie viel Budget wurde für die Kampagnen zur Bewerbung des Klimaticket für das Jahr 2022 veranschlagt?*

Für das Jahr 2022 wurden für Marketingaktivitäten für das KlimaTicket Österreich Mittel in der Höhe rund € 3,1 Mio. inkl. USt. (rund € 2,6 Mio. exkl. USt.) vorgesehen. Davon umfasst sind sowohl Kreativleistungen (inkl. Social Media Betreuung und PR-Stunts) als auch Mediaschaltungen.

Zu den Fragen 2 und 3:

- *Wie hoch waren die bisherigen Ausgaben der Kampagne zur Bewerbung des Klimatickets seit dem Start der Kampagne 2021 bis zum 31. März 2022?*
 - a. *Wie hoch waren die bisherigen Ausgaben für das Buchen von Inseraten in Printmedien?*
 - b. *Wie hoch waren die bisherigen Ausgaben für das Buchen von Spots im TV?*
 - c. *Wie hoch waren die bisherigen Ausgaben für Schaltungen in Online-Medien bzw. auf Social Media-Plattformen bzw. Google Ads?*
- *Wie hoch waren die bisherigen Ausgaben der Kampagne zum Klimaticket seit 01.01.2022 bis 31. März 2022?*
 - a. *Wie hoch waren die Ausgaben seit 01.01.2022 für das Buchen von Inseraten in Printmedien?*

- b. Wie hoch waren die Ausgaben seit 01.01.2022 für das Buchen von Spots im TV?
- c. Wie hoch waren die Ausgaben seit 01.01.2022 für Schaltungen in Online-Medien bzw. auf Social Media-Plattformen bzw. Google Ads?

Die bisherigen Zahlungen für den Zeitraum ab Start der Kampagne bis zum 31.12.2021 beliefen sich auf € 2.685.027,08. Davon wurden Zahlungen in Höhe von € 478.300,01 für Print, € 916.784,23 für TV und € 238.423,55 für Online getätigt.

Die bisherigen Zahlungen für den Zeitraum von 01.01.2022 bis zum 31.03.2022 beliefen sich auf € 640.094,08. Davon wurden Zahlungen in Höhe von € 9.531,90 für Print, € 104.143,76 für TV und € 130.966,04 für Online getätigt.

Zu den Fragen 4 und 5:

- Welche und wie viele Gewinnspiele wurden im Zusammenhang mit dem Klimaticket schon abgewickelt?
 - a. Wie hoch waren die jeweiligen Kosten?
- Welche und wie viele Gewinnspiele sind im Zusammenhang mit dem Klimaticket noch geplant?
 - a. Wie hoch ist die budgetierte Summe für diesen Posten?
 - b. Mit welchen Kooperationspartner:innen sind weitere Gewinnspiele geplant?

Bis Ende April 2022 wurden 53 Gutscheincodes für die Einlösung für KlimaTickets Ö generiert. Davon wurden 17 dem jeweiligen Kooperationspartner entgeltlich zum Marktpreis des Klimaticket Ö und 36 unentgeltlich von meinem Ministerium zur Verfügung gestellt, wodurch meinem Ressort Kosten im Umfang der unentgeltlich zur Verfügung gestellten KlimaTickets Ö entstanden sind. Die Kooperationspartner waren Vöslauer Mineralwasser GmbH, Salzburger Nachrichten Verlags GmbH & Co KG, Casinos Austria AG, Bundesministerium für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport (Tag des Sports), ORF (Wer impft, gewinnt), Spar Österreichische Warenhandels-AG, bank99 AG, ÖAMTC, Kronehit Radio BetriebsgmbH, AHVV Verlags GmbH, Gemeinde Innsbruck, polyfilm Betriebs GmbH, Bundesbeschaffung GmbH, Dogdays of Summer OG, Husqvarna Austria GmbH. Für die Zurverfügungstellung von KlimaTickets Ö sind Kooperationsprämissen zu erfüllen, die insbesondere Kriterien zur Markenidentität des Klimaticket Österreich enthalten. Für die unentgeltliche Zurverfügungstellung von KlimaTickets Ö ist darüber hinaus das Erreichen eines entsprechenden Werbewerts Voraussetzung. Die Berechnung des Werbewerts erfolgt durch die vom BMK beauftragten, für Mediaschaltungen - bzw. bei Online-Verlosungen, für Social Media Betreuung - zuständigen Agenturen.

Für aufgrund einer positiven Beurteilung der Kooperationsprämissen unentgeltlich zur Verfügung gestellte KlimaTickets Ö ist derzeit ein jährliches Kontingent von 50 Stück vorgesehen. Dafür wurde eine Summe in der Höhe des Marktpreises der entsprechenden KlimaTickets Ö budgetiert. Das Kontingent für 2022 wurde derzeit noch nicht ausgeschöpft.

Im Rahmen der Einführung der ersten Mehrweg-Pfandflasche seitens Vöslauer Mineralwasser GmbH wird im Frühjahr/Sommer 2022 durch die Vöslauer Mineralwasser GmbH ein Gewinnspiel für KlimaTickets Ö veranstaltet. Über weitere Gewinnspielkooperationen wird nach Prüfung gem. der Kooperationsprämissen entschieden.

Zu Frage 6:

- Wie hoch waren die Gesamtausgaben für die Umgestaltung einer Bim in Wien mit 31.03.2022? (Bitte um Aufschlüsselung der einzelnen Posten)
 - a. Wie lange läuft dieser Teil der Kampagne?

b. *Wer hat sie geplant?*

Mein Ressort hat keine Umgestaltung von Verkehrsmitteln in Wien in Auftrag gegeben.

Zu Frage 7:

- *Haben sich die konkreten Kampagnenziele verändert?*
a. *Wenn ja, wie?*

Die Ziele der Kampagne 2022 lauten:

1. durch größtmögliche Reichweite im Rahmen der budgetären Möglichkeiten die generierte Aufmerksamkeit für das neue Produkt KlimaTicket Österreich zu halten und zu erhöhen,
2. zielgruppengerecht auf vielfältigen Kanälen präsent zu sein, um möglichst alle potenziellen Kund:innen mit Informationen zu erreichen und die Marke zu stärken und
3. schwerpunktmaßige Ansprache bestimmter Gruppen, insbes. Bestandskund:innen zum Zeitpunkt der Verlängerung (Oktober 2022), die Gruppe der Autofahrer:innen sowie Unternehmen (B2B) in Abhängigkeit von den technischen Möglichkeiten zur Umsetzung.

Zu Frage 8:

- *Welche Agenturen und Subunternehmer:innen sind aktuell mit welchen Aufgaben betraut, um die Kampagne abzuwickeln?*

Die involvierten Kreativagenturen Jung von Matt Donau GmbH (Lead Agentur) und Virtue Austria GmbH sind aus einer europaweiten Ausschreibung nach dem Bundesvergabegesetz hervorgegangen (Rahmenvereinbarung Werbeleistungen KlimaTicket, für Details zum Vergabeverfahren darf auch auf die Beantwortung der PA 4664/J hingewiesen werden). Die Leistungen der Mediaagentur Mediacom GmbH (Mediaplanung und -schaltung) werden aus einer bestehenden BBG-Rahmenvereinbarung (GZ 5202.03733) abgerufen. Für beide Rahmenvereinbarungen gilt, dass Sub-Unternehmen mit Zustimmung meines Ressorts herangezogen werden dürfen. Seitens Mediacom GmbH wurde meinem Ministerium die Group M als Subauftragnehmerin namhaft gemacht. Zum Zeitpunkt der Anfrage wurden aus der Rahmenvereinbarung Werbeleistungen KlimaTicket Leistungen für Druck- und Produktion von Werbemitteln, Lektorat, Bild- und Medienbearbeitung bzw. -produktion und Marktforschung von folgenden Subauftragnehmer:innen abgerechnet: omninum KG, Kaiserschnitt Film GmbH, TQS Research & Consulting KG, Kaffeeform GmbH, allesgrafik GmbH, Blautöne Media GmbH, Bösmüller Print Management GmbH & Co. KG, druck.at Druck- und Handelsgesellschaft mbH, Becks Atelier Werbeges.m.b.H., TBSC The Brand Support Company GmbH & Co. KG, Cardseven Handelsunternehmen OG, Formatix GmbH, Rotfilter GmbH, Pfanhauser Druck & Produktions GmbH und Alwa und Deil Druckerei GmbH.

Leonore Gewessler, BA

