

Kampagnenbericht

Digitale Streckenmaut FLEX

Stand: Oktober 2025

Bericht zur Verkehrssicherheitskampagne gemäß § 2 Abs. 1b BVG Medienkooperations- und förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG)

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

1.1. Inhalt

Die ASFINAG ist gesetzlich beauftragt, das hochrangige Straßennetz zu planen, zu errichten und zu erhalten. Darüber hinaus obliegt ihr die Einhebung der zeit- und fahrleistungsabhängigen Maut. Vor diesem Hintergrund sind kontinuierliche Optimierungen und Maßnahmen zur effizienteren Mautabfertigung durch Erhöhung der Vorausstattungs- und Digitalisierungsquote notwendig und zweckmäßig.

Auf manchen besonders erhaltungsintensiven Strecken gibt es eine sogenannte Streckenmaut. Streckenmautabschnitte befinden sich auf der A 9 Pyhrn Autobahn, A 10 Tauern Autobahn, A 11 Karawanken Autobahn, A 13 Brenner Autobahn und S 16 Arlberg Schnellstraße. Mit der digitalen Streckenmaut (=Einzelticket) fahren Lenker:innen eines Pkw oder Motorrades rasch und ohne Anhalten durch die österreichischen Mautstellen der ASFINAG. Ohne ein vorab gelöstes digitales Streckenmaut Ticket muss die Streckenmaut an der Mautstelle bezahlt werden.

Wer viel in Österreich unterwegs ist, fährt mit der **Digitalen Streckenmaut FLEX** auf allen Streckenmautabschnitten in Österreich am besten. Seit 18. April 2024 wurde FLEX noch attraktiver: Es werden pro Mautstelle die einzelnen Durchfahrten im Hintergrund registriert. Übersteigen bei einer oder mehreren Mautstellen die Kosten der Einzelfahrten den Preis einer Mehrfahrtenkarte, sind alle darauffolgenden Fahrten im Gültigkeitszeitraum kostenlos.

1.2. Laufzeit

Die Laufzeit der Kampagne war vom 10. bis 21. April 2025 und vom 15. Mai bis 15. September 2025.

Die Sichtbarkeit einiger Werbemittel (z.B. im Bereich Social Media) kann über den Kampagnenzeitraum hinausgehen.

1.3. Budget

Insgesamt standen für Schaltungen ein Gesamtbudget von 268.787 Euro zur Verfügung.

2. Definition der Ziele und der Zielgruppen

2.1. Ziele

Zielsetzung der Kampagne war es, Registrierungen für die Digitale Streckenmaut FLEX zu steigern. Dafür sollte das Hauptkommunikationsziel, der Preisdeckel und die in Folge daraus resultierenden Gratisfahrten sein.

Stichworte:

- Gratis-Vorteil nutzen
- Einfach, bargeldlos, flexibel
- Kein Anhalten an den Mautstellen

Die positive Entwicklung der Streckenmaut FLEX: Die Anzahl der Anmeldungen für FLEX stiegen weiter und FLEX wird auch genutzt. Mittlerweile liegen wir bei 3.249.039 Fahrten pro Jahr.

2.2. Zielgruppe

Der Fokus lag auf Personen, die einen Führerschein besitzen, in den Bundesländern, für die die Streckenmaut FLEX besonders relevant ist (Vorarlberg, Tirol, Salzburg, Kärnten, Steiermark und Oberösterreich). Niederösterreich, Wien und das Burgenland wurden mit geringerem Budget bespielt. Es wurden sowohl Lenker:innen eines Pkws als auch von Motorrädern angesprochen. Zusätzlich zählten im Bereich B2B Fuhrparkleitende und Außendienstmitarbeitende zur Zielgruppe.

Eine Ausweitung der Kampagne auf das benachbarte Ausland wurde aufgrund der internen Auswertung „Mautstellen Barzahler je Nationalität“ in Deutschland (Baden-Württemberg, Bayern) und den Niederlanden umgesetzt.

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Es ging uns bei dieser Informationskampagne um die Bekanntmachung der Vorteile der Digitalen Streckenmaut FLEX und um die Steigerung der Anmeldung für dieses digitale Mautprodukt:

- **Einfach:** Kein Kaufen der Tickets mehr vor der Fahrt für die einzelnen Streckenmaut-Abschnitte. Stattdessen **flexible Nutzung aller 6 Mautstellen**.
- **Kontaktlos: Ohne Anhalten** auf der grün markierten Spur durchfahren und damit deutlich rascher und bequemer alle 6 Mautstellen passieren.
- **Bargeldlos:** Einmal **Kundenkonto** aktivieren und das ganze Jahr sorgenfrei durch die Mautstellen fahren. Alle Durchfahrten werden nach den jeweils gültigen Tarifen vom hinterlegten Zahlungsmittel abgerechnet.
- **Nie mehr dran denken:** Eine Anmeldung für Flex muss nicht verlängert werden. Im Vgl. dazu muss eine Mehrfahrtenkarte nach Ablauf der Gültigkeitsdauer verlängert werden. Wird dies vergessen, droht eine Strafe.
- **Flexibel:** Jederzeit hinterlegte Zahlungsmittel ändern bzw. weitere Kennzeichen aktivieren.
- **Übersichtlich:** Auflistung all Ihrer Durchfahrten im Kundenkonto
- **Bester Preis:** Wenn mit den bezahlten Einzelfahrten der Preis der Mehrfahrtenkarte erreicht ist, sind alle weiteren Durchfahrten bei dieser Mautstelle kostenlos.

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

Wir haben den Start dieser Kampagne rund um die beginnende Reisezeit (vor Ostern) und vor den langen Wochenenden im Mai/Juni und Sommerreisezeit gewählt. Dann ist die Zahl der Durchfahrten an den Mautstellen der ASFINAG am höchsten und Informationen zu diesem Mautprodukt sind für unsere Zielgruppe besonders relevant.

5. Durchführende Organisationseinheit und hinzugezogene externe Dienstleister

Planung, strategische Ausrichtung, Abwicklung und inhaltlicher Input erfolgte in der ASFINAG in der Abteilung Marketing und Kommunikation. Die kreative Umsetzung der Kampagne erfolgte durch die Agentur Wien Nord Serviceplan, die Mediaplanung durch die Agentur Mediaplus Austria.

6. Begründung über die im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und die Gewichtung bei den für die Werbekampagne eingesetzten Maßnahmen

Die Auswahl der **Print**-Titel basierte auf Reichweiten und Affinitäten in den Bundesländern Salzburg, Steiermark, Kärnten, Tirol und Vorarlberg und zielte darauf ab, die Bevölkerung im Westen Österreichs verstärkt zu erreichen und den Osten etwas weniger stark abzudecken.

Mit der Planung erreichten wir so eine Nettoreichweite von 58,2%. Die regionalen Titel bilden demnach eine starke Grundlage, um gerade die Bevölkerung im Westen Österreichs zu erreichen, die am meisten von der Streckenmaut Flex profitieren kann. Zusätzlich haben wir je eine Schaltung im Auto Touring, und je eine Schaltung in den deutschen Magazinen Promobil/Camping und Bergwelten, um auch die Zielgruppe der Lenkenden eines Wohnmobils in Deutschland zu erreichen.

Der Gedanke hinter der **Displayplanung** war, sowohl ganz Österreich über die Streckenmaut FLEX und deren Relevanz zu informieren als auch den Westen Österreichs verstärkt zu bespielen.

Bei **Social** setzten wir den Schwerpunkt auf jene Bundesländer, für die die Streckenmaut FLEX besonders relevant ist (Vorarlberg, Tirol, Salzburg, Kärnten, Steiermark und Oberösterreich). Niederösterreich, Wien und das Burgenland wurden mit geringerem Budget bespielt.

SEA nahmen wir bei dieser Kampagne wieder als Always on Maßnahme in Österreich, Deutschland und den Niederlanden mit. Das Ziel war es hier, die Kampagne auf Conversions zu optimieren mit einer Verlinkung direkt in den Shop.

7. Darstellung der Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Kampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber

Die vollständige Medienliste, sowie die dazugehörigen Medieninhaber:innen können der RTR-Meldung im Kampagnenzeitraum entnommen werden. Zur Begründung der Medianauswahl im Hinblick auf die Zielgruppen verweisen wir auf Punkt 6.

8. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

Print-Sujet (1/2 Seite quer)

EINFACH DURCHFAHREN





Jetzt auf shop.asfinag.at registrieren



DIGITALE STRECKEN MAUT

STRECKENMAUT IN ÖSTERREICH: GRATIS-VORTEIL NUTZEN

Einmal registriert, können Sie mit der Digitalen Streckenmaut FLEX sofort und ohne Anhalten an Österreichs Mautstellen durchfahren. Ihr Plus: Sie zahlen für Einzelfahrten nur so lange, bis Sie den Preis der Mehrfahrtenkarte erreicht haben. Alle weiteren Fahrten sind auf dieser Strecke gratis.



GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

Online-Sujet und Bewegtbild Digital



EINFACH DURCHFAHREN





DIGITALE STRECKEN MAUT

Gratis-Vorteil nutzen

Einmal registriert, können Sie mit der Digitalen Streckenmaut FLEX sofort und ohne Anhalten an Österreichs Mautstellen durchfahren.

JETZT ANMELDEN

Anhänger sprach direkt nach der Bekanntgabe der ersten Prognosen von einem Erfolg. „Wir haben gewonnen, auch wenn ich glaube, dass der Ausdruck „auf der Rastierklinge“ in die polnische Sprache Einzug halten wird“, sagte der 53-Jährige unter dem Jubel seiner Anhänger.

Bei der Wahlparty von Nawrocki war die Stimmung zunächst deutlich gedämpfter. Er appellierte an seine Anhänger, die Hoffnung nicht zu verlieren. „Wir müssen in dieser Nacht gewinnen und wir wissen, dass das geschehen wird.“

WERBUNG




Beide Kandidaten – im Bild Nawrocki – müssen wohl bis in den Vormittag zittern

Aktuell in ORF.at

Social Media Sujets

