

Kampagnenbericht Digitale Vignette

Stand: Februar 2025

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

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

1.1. Inhalt

Bis 14. Jänner muss die Digitale Jahresvignette online gekauft werden, damit sie rechtzeitig mit 1. Februar ihre Gültigkeit erlangt. Denn ab 1. Februar 2025 gilt auf Österreichs Autobahnen und Schnellbahnen nur noch die neue seegrüne Vignette.

Zielsetzung der diesjährigen Kampagne war es, die Konsumentinnen und Konsumenten darauf aufmerksam zu machen, ein digitales Vignetten-Abo zu aktivieren und die praktische Erinnerungsfunktion zu nutzen, sowie das noch ausständige Potential zu erschließen und die Gründe gegen den Kauf eines digitalen Mautprodukts auflösen.

Mit dem Digitalen Abo verlängert sich die Gültigkeit der Digitalen Jahresvignette automatisch bis auf Widerruf. Keine versäumten Fristen mehr, kein Mehraufwand und jedes Jahr automatisch die neue Jahresvignette. Außerdem war wie immer wichtig die Deadline – siehe oben - zu betonen.

1.2. Laufzeit

Die Kern-Laufzeit der Kampagne war vom 9. Dezember 2024 bis 14. Jänner 2025. Digital und OOH lief die Kampagne bis 31. Jänner 2025, um auf die Möglichkeit des Kaufs der Digitalen Jahresvignette bei Vertriebspartnern hinzuweisen.

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 890.939 Euro zur Verfügung.

2. Definition der Ziele und der Zielgruppen

2.1. Ziele

Zielsetzung der Kampagne war es, Buchungen der Digitalen Jahresvignette und des Abos zu steigern, sowie Autofahrer:innen an den Kauf der neuen Jahresvignette zu erinnern.

2.2. Zielgruppe

Alle Besitzer:innen eines Pkw in Österreich. Der Fokus lag primär auf Zielgruppen-Segmenten mit Potential beim Switch von der Klebevignette zur Digitalen Vignette.

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Aktuell hindert die gewohnte Nutzung der Klebevignette sowie die digitale Barriere noch immer einige Personen daran, auf die digitale Vignette umzusteigen. Und manche sind einfach zu spät dran.

Wenn Österreicher:innen an die Vignette denken, dann soll ihnen zuerst die digitale Vignette einfallen. Wir weisen einerseits auf die Vorteile eines Vignetten Abos hin, andererseits setzen wir Reminder, damit die digitale Vignette bis 14. Jänner gekauft wird, damit sie nach Ablauf der Konsumentenschutzfrist ab 1. Februar gültig ist.

Nach dem 14. Jänner setzen wir die Kampagne bis 31. Jänner 2025 fort, um auf die Möglichkeit des Kaufs der Digitalen Jahresvignette bei Vertriebspartnern hinzuweisen.

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

Wir haben den Zeitraum dieser Kampagne vor dem Ablauf der Gültigkeit der 2024er Jahresvignette gelegt. So konnten wir neben dem Hinweis auf die digitale Alternative zur Klebevignette auch darauf aufmerksam machen, dass ab 1. Februar eine neue Autobahnvignette benötigt wird.

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 **Printmedien** erfolgte im Hinblick auf eine möglichst breite Streuung der Informationen, mit einer nationalen Abdeckung. Im Print wurden alle nationalen Tageszeitungen sowie ausgewählte Magazine, die besonders für Autobesitzer:innen und -interessierte relevant sind, belegt.

Hörfunk bietet die Möglichkeit, Konsumentinnen und Konsumenten im Auto zu erreichen und so eine logische Verknüpfung zur Notwendigkeit des Vignettenkaufs zu schaffen. Die Spots wurden zu einem hohen Prozentsatz in der Drivetime (6-9 Uhr und 16-19 Uhr) gebucht. Belegt wurde ein nationaler Sendermix aus ORF- und Privatradios.

Weiters erfolgten Schaltungen in ausgewählten reichweitenstarken **Onlinemedien** sowie mit Fokus auf mobilen Werbemitteln. Zusätzlich setzten wir **SEA** ein, um die Zielgruppe direkt in der Situation abzuholen, in der sie nach der Vignette suchen. **Social Media** gehört mittlerweile zum täglichen Begleiter vieler Österreicher:innen und ist deshalb beim Thema Vignette nicht wegzudenken. Wir setzen hier auf die Plattformen Facebook & Instagram, Youtube, Google und LinkedIn. Das ermöglichte sowohl maximale Reichweite als auch maximale Videoaufrufe zu erzielen.

Die Bewerbung direkt an der **Tankstelle** ermöglicht es uns mittels Zapfpistolen und Schildern an der Zapfsäule die digitale Vignette auch nach dem 14. Jänner an den Vertriebsstellen zu pushen und so die „Zu-Spät-Käufer:innen“ abholen zu können.

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 Medienauswahl im Hinblick auf die Zielgruppen verweisen wir auf Punkt 6.

8. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

Print (1/2 Seite quer)

Sujets vor Weihnachten

EINFACH LOSSTARTEN.



DIGITALE VIGNETTE

Die Digitale Vignette.
Jetzt Abo aktivieren und jederzeit mit gültiger Vignette fahren. Nutzen Sie die praktische Erinnerungsfunktion.

Jetzt Digitale Vignette kaufen:
Auf shop.asfinag.at
oder in der ASFINAG App.

AISIFIINIAIG
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

EINFACH LOSSTARTEN.



DIGITALE VIGNETTE

Die Digitale Vignette.
Jetzt Abo aktivieren und jederzeit mit gültiger Vignette fahren. Nutzen Sie die praktische Erinnerungsfunktion.

Jetzt Digitale Vignette kaufen:
Auf shop.asfinag.at
oder in der ASFINAG App.

AISIFIINIAIG
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

EINFACH LOSSTARTEN.



DIGITALE VIGNETTE

Die Digitale Vignette.
Jetzt Abo aktivieren und jederzeit mit gültiger Vignette fahren. Nutzen Sie die praktische Erinnerungsfunktion.

Jetzt Digitale Vignette kaufen:
Auf shop.asfinag.at
oder in der ASFINAG App.

AISIFIINIAIG
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

Sujets nach Weihnachten

EINFACH LOSSTARTEN.



DIGITALE VIGNETTE

Digitale Vignette: Noch bis 14. Jänner bequem online kaufen.
Jetzt Abo aktivieren und jederzeit mit gültiger Vignette fahren. Nutzen Sie die praktische Erinnerungsfunktion.

Jetzt Digitale Vignette kaufen:
Auf shop.asfinag.at
oder in der ASFINAG App.

AISIFIINIAIG
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

EINFACH LOSSTARTEN.



DIGITALE VIGNETTE

Digitale Vignette: Noch bis 14. Jänner bequem online kaufen.
Jetzt Abo aktivieren und jederzeit mit gültiger Vignette fahren. Nutzen Sie die praktische Erinnerungsfunktion.

Jetzt Digitale Vignette kaufen:
Auf shop.asfinag.at
oder in der ASFINAG App.

AISIFIINIAIG
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

HF-Spots

HF-SPOT „Digitale Vignette/Weihnachtsgeschenk“, 20 Sekunden

Wir hören das Kratzen auf einer Autoscheibe.

Mann: Na gehhh, geh doch afoch owa!

Frau, lächelnd: Geh doch einfach online!

Off: Einfach hin und weg. Die digitale Vignette jetzt bequem online kaufen und nie wieder kleben und kratzen. Auf asfinag.at oder in der Asfinag App.

Psst. Mit Sicherheit das perfekte Weihnachtsgeschenk.

ASFINAG. Gute Fahrt, Österreich.

HF-SPOT „Digitale Vignette/nur noch bis 14. Jänner“, 20 Sekunden

Wir hören das Kratzen auf einer Autoscheibe.

Mann: Na gehhh, geh doch afoch owa!

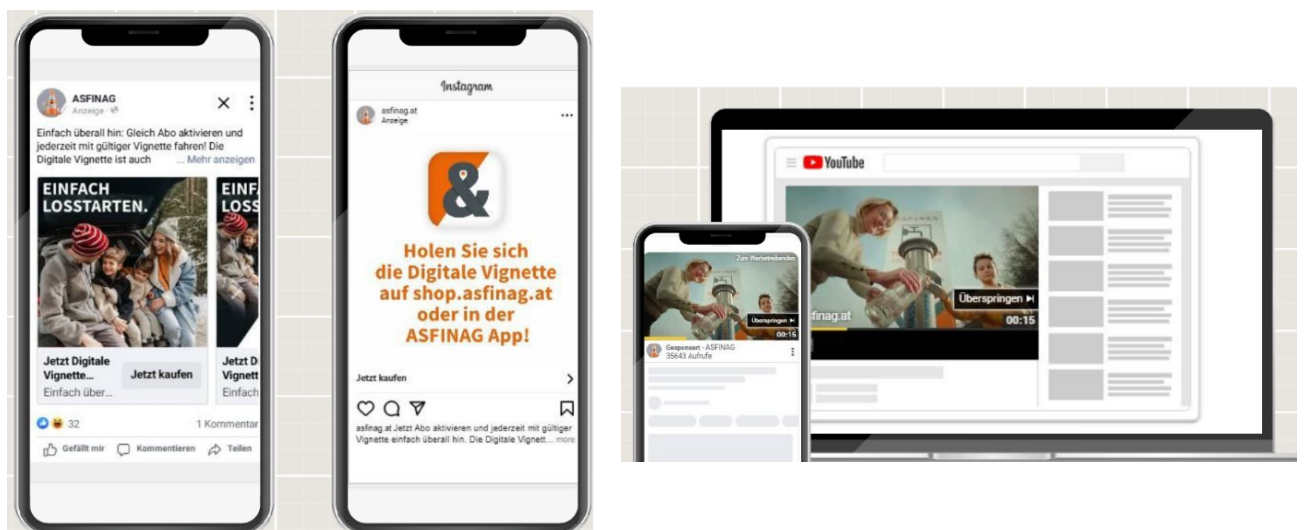
Frau, lächelnd: Geh doch einfach online!

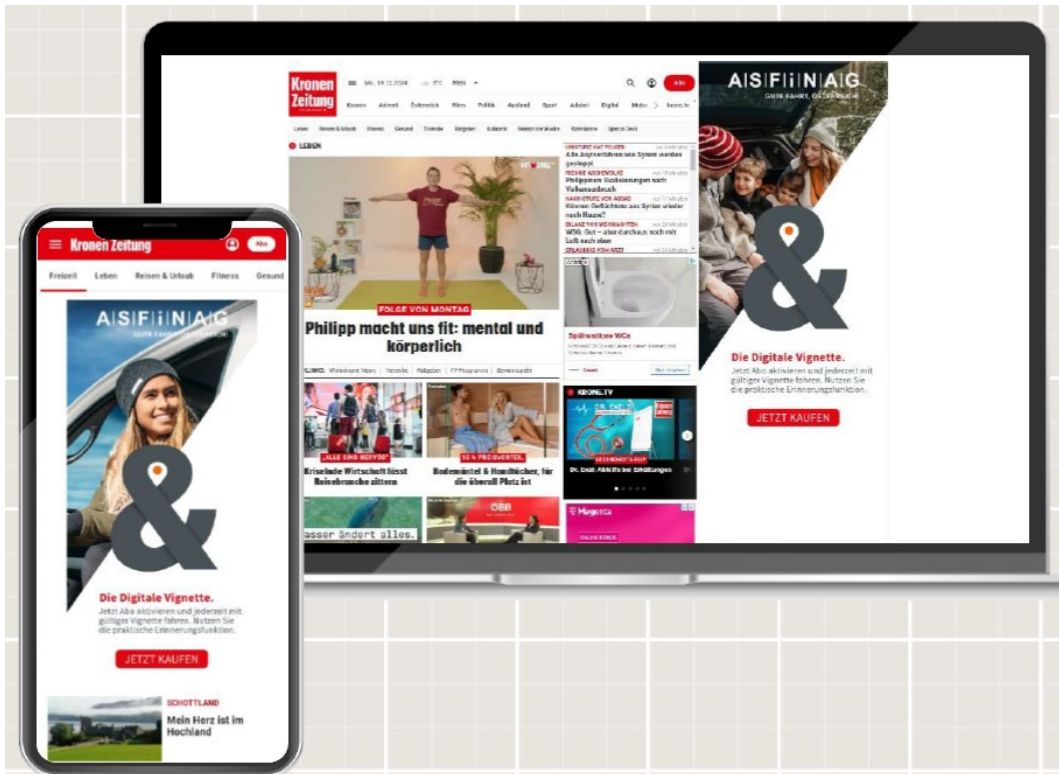
Off: Einfach hin und weg. Die digitale Vignette jetzt bequem online kaufen und nie wieder kleben und kratzen. Auf asfinag.at oder in der Asfinag App.

Nicht verpassen, jetzt nur noch bis 14. Jänner.

ASFINAG. Gute Fahrt, Österreich.

Online- und Social Media-Sujets





OOH

