

# Kampagnenbericht Digitale Vignette

Stand: Februar 2024

Bericht zur Verkehrssicherheitskampagne 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 2024 gilt auf Österreichs Autobahnen und Schnellbahnen nur noch die neue sonnengelbe Vignette.

Zielsetzung der diesjährigen Kampagne war es, den Menschen die Angst zu nehmen, beim Kauf der Digitalen Vignette etwas falsch zu machen. Dafür war das Hauptkommunikationsziel die Einfachheit des Kaufprozesses.

Stichworte:

- So einfach wie nie
- Umstieg auf die Digitale Vignette ist so leicht, dass es jeder kann
- Jederzeit von zu Hause aus
- Kein Kleben und Kratzen mehr

Außerdem war wie immer wichtig die Deadline – siehe oben - zu betonen.

## **1.2. Laufzeit**

Die Kern-Laufzeit der Kampagne war vom 1. bis 14. Jänner 2024. Digital lief die Kampagne bis 31. Jänner 2024, 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 275.063,25 Euro zur Verfügung.

## **2. Definition der Ziele und der Zielgruppen**

### **2.1. Ziele**

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

### **2.2. Zielgruppe**

Alle Besitzer:innen eines Pkw in Österreich. Der Fokus liegt wie bereits im Vorjahr 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 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. 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 2024 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 knapp vor dem Ablauf der Gültigkeit der 2023er 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.

Im **Hörfunk** waren wir in den ORF Regionalradios, Ö3, RMS Privatradios und im Webradio on air. In der klassischen Kampagne setzten wir auf die Belegung der Drivetime und nutzen zusätzlich einen Moment, an dem die Aufmerksamkeit der Autofahrer:innen besonders hoch ist und platzierten bei Verkehrspatronanzen auf Ö3 unsere Message.

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. Der Einsatz von Facebook, Instagram, und Pinterest ermöglichte sowohl maximale Reichweite als auch maximale Videoaufrufe zu erzielen.

## 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 (1/2 Seite quer)

**EINFACH LOSSTARTEN.**



**DIGITALE VIGNETTE**

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



Jetzt Digitale Vignette kaufen:  
Auf [shop.asfinag.at](http://shop.asfinag.at)  
oder in der ASFINAG App.



**AIS|Fi|N|A|IG**  
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

**EINFACH ÜBERALL DABEI.**



**DIGITALE VIGNETTE**

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



Jetzt Digitale Vignette kaufen:  
Auf [shop.asfinag.at](http://shop.asfinag.at)  
oder in der ASFINAG App.



**AIS|Fi|N|A|IG**  
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

**EINFACH ÜBERALL HIN.**



**DIGITALE VIGNETTE**

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



Jetzt Digitale Vignette kaufen:  
Auf [shop.asfinag.at](http://shop.asfinag.at)  
oder in der ASFINAG App.



**AIS|Fi|N|A|IG**  
GUTE FAHRT, ÖSTERREICH!

## HF-Spot

20 Sekünder

**\*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



