

Kampagnenbericht A 10

Stand: Oktober 2024

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

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

1.1. Inhalt

Die A 10 Tauern Autobahn verläuft vom Knoten Salzburg bis zum Knoten Villach und ist neben der Inntal Autobahn – Brenner Autobahn (A 12/A 13) und Pyhrn Autobahn (A 9) eine der drei wichtigsten Nord-Süd-Achsen und Alpentransitrouten Österreichs.

Im Abschnitt zwischen Golling und Werfen befinden sich insgesamt 5 Tunnel, Ofenauer, Hiefler, sowie die Tunnelkette bei Werfen (Brentenberg, Zetzenberg, Helbersberg), die in den 1970er Jahren errichtet wurden und zu den ältesten Tunneln in Österreich gehören. Um die Verkehrssicherheit auf der A 10 Tauernautobahn weiterhin zu gewährleisten ist eine dringende Sanierung erforderlich.

Seit September 2022 führte die ASFINAG in einem ersten Schritt nicht verkehrsbehindernde, nächtliche Arbeiten an der elektrischen Sicherheitstechnik durch. Die zweite Bauphase lief durchgehend von September 2023 bis Juni 2024, wobei jeweils eine Tunnelröhre gesperrt wurde und in der zweiten Röhre Gegenverkehr herrschte. Aus Rücksicht auf den starken Sommerreiseverkehr ruhten die Arbeiten im 14 Kilometer langen Abschnitt von Juni bis September 2024. In diesem Zeitfenster standen beide Tunnelröhren uneingeschränkt zur Verfügung.

Die dritte Bauphase startete im September 2024 wieder mit der Sperre jeweils einer Tunnelröhre. Die Verkehrsfreigabe ist für Juni 2025 geplant.

Während der Zeit der Sperre ist mit signifikanten Verkehrsbeeinträchtigungen und Reisezeitverzögerungen sowohl für den täglichen Verkehr, v.a. Pendler- und Wirtschaftsverkehr als auch für den Transitverkehr zu rechnen. Daher können Reisende ihre Fahrt auf [asfinag.at](https://www.asfinag.at) mittels einer Echtzeit-Reiseinformation und eines Verkehrskalenders, der über besonders reisestarke Tage informiert, planen.

1.2. Laufzeit

Die Laufzeit der Kampagne war in der reise starken Zeit vom Anfang Jänner bis Ende Februar 2024, vom 1.-31. Mai 2024 und vor Beginn der dritten Bauphase vom 3.-30. September 2024.

Die Sichtbarkeit einiger Werbemittel (z.B. in den Bereichen OOH und Social Media) kann über den Kampagnenzeitraum hinausgehen.

1.3. Budget

Insgesamt standen für Schaltungen ein Gesamtbudget von 172.225 Euro zur Verfügung.

2. Definition der Ziele und der Zielgruppen

2.1. Ziele

Mit der Informationskampagne und dem Kampagnenmotto „Sicherheit ist sicher g´scheit“ möchten wir sowohl die Akzeptanz über die Notwendigkeit der Sanierung erhöhen als auch über das umfangreiche Maßnahmenpaket informieren. Die Werbemittel wiesen auf die Landingpage asfinag.at/10 hin, wo sich Reisende auch noch über den Kampagnenzeitraum hinaus umfassend informieren können.

2.2. Zielgruppe

Fahrzeuglenker:innen in Salzburg und Umgebung. Pendler:innen und Urlauber:innen aus Deutschland und den Niederlanden die für ihre Reisen den Tauern-Korridor nutzen.

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Es ging uns bei dieser Informationskampagne darum, Pendler:innen und Reisende auf die aktuellen Einschränkungen und Verkehrsmaßnahmen, wie z.B. Abfahrtssperren aufmerksam zu machen und gleichzeitig auf die Landingpage samt Echtzeit-Reiseinformation und Verkehrsprognose hinzuweisen.

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

Der allgemeine Start der Informationskampagne war durch den Baubeginn im September 2023 bedingt.

Im Jänner/Februar und im Mai 2024 wurde SEA wieder aktiviert, da wir hier eine Spitze von Reisenden aus Deutschland und den Niederlanden erwarteten.

Der Beginn der dritten Bauphase im September 2024 macht es notwendig, erneut über die aktuellen Maßnahmen zu informieren.

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

SEA Schwerpunkt im Jänner, Februar und im Mai in Deutschland und den Niederlanden.

Im **Hörfunk** (Antenne Salzburg, Kronehit Salzburg, ORF Salzburg) waren wir im September 2024 zwei Wochen lang mit einer hohen Frequenz on air, um die Salzburger:innen darauf aufmerksam zu machen, dass die Baustelle wieder losgeht. An starken Reisetagen (Freitag bis Sonntag) habe wir auch eine nationale Ausspielung (Ö3 und RMS) dazu genommen, da wir hier viele Pkw-Nutzer mit unserer Information erreichen konnten.

Im September 2024 wiederholten wir die „Beiträge im Interesse der Öffentlichkeit“ im **TV** im ORF Salzburg (Salzburg heute), da sich diese im Vorjahr gut bewährt haben.

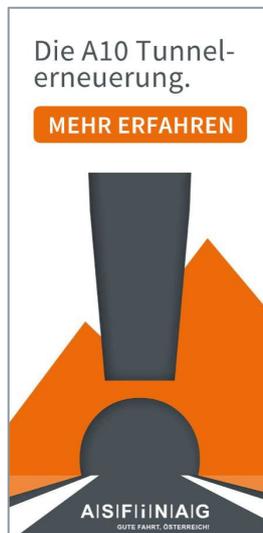
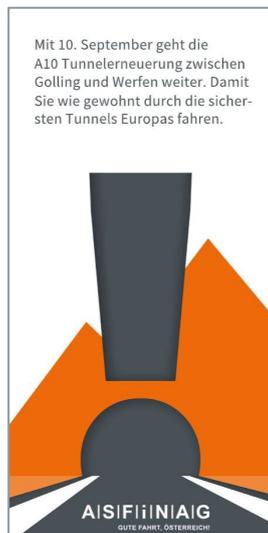
Weiters erfolgten im September 2024 Schaltungen in ausgewählten reichweitenstarken **Onlinemedien** mit Fokus auf mobilen Werbemitteln, um die Zielgruppe auf die Landingpage zu den weiteren Informationen zu bringen.

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

Online, Image Ad



Social



HF-Spot, 20“

(Mann)

**Eine halbe Stunde Zeitverlust ist ärgerlich.
Schritttempo ist ärgerlich.
Baustelle ist ärgerlich.**

(Frau)

**Aber Sicherheit ist sicher immer g'scheit.
Deswegen geht die A10 Tunnelerneuerung mit 10. September weiter.
Das ist mit Sicherheit für alle g'scheit.
Alle Infos finden Sie auf asfinag.at/a10**

**ASFINAG
Gute Fahrt, Österreich.**