

Anzeige



GREEN MARKETING AWARD
ÖSTERREICH 1. AWARD FOR SUSTAINABLE MARKETING

Jetzt bis 31.3. einreichen!

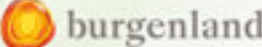
FAIRNESS IST EINEN PREIS WERT.
DER GREEN MARKETING AWARD, KATEGORIE BE SOCIAL!

Nähere Infos unter: **green-marketing-award.at**

Initiiert von



Unterstützt von



Home > Agenturen > News

WERBEETAT DER REPUBLIK

Reichl und Partner gewinnt Etat für das Klimaticket

Von **Alexander Lüthi**

Donnerstag, 12. Februar 2026

Anzeige



Recruiting & Employer Branding Solutions für die Marketing-, Werbe- und Medienbranche

Erreichen Sie die besten Performer der Branche.

Jetzt informieren



Claudine Gallenes

RUP gewinnt das Klimaticket. V.l.: Jakob Lambert (GF, One mobility), Patrick Mülleder (Head of Strategic Planning, RUP), Sarah Batke (Teamleitung Marketing, One Mobility), Lidia Lang (Account Manager, RUP), Michael Piber (GF, RUP)

Reichl und Partner hat den Etat für das Klimaticket gewonnen. Die Linzer Agentur wurde 2025 nach einem mehrstufigen Vergabeverfahren als offizieller Auftragnehmer der Republik Österreich ausgewählt und übernimmt nun die werbliche Betreuung des Klimatickets für das BMIMI.

Künftig zeichnet Reichl und Partner (RUP) für die Weiterentwicklung der Marke Klimaticket Ö verantwortlich. Ab Frühjahr 2026 ist eine umfassende Kommunikationskampagne geplant, um die Reichweite weiter auszubauen.

Teil des Republiketats

Auftraggeber ist die Republik Österreich, vertreten durch das Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur (BMIMI). Der Auftrag ist Teil des großen Werbeetats der Republik, der 2025 vergeben wurde und eine Laufzeit bis 2029 hat. Reichl und Partner konnte sich damals den Zuschlag gemeinsam mit jeweils zwei weiteren Mitbewerbern in den Kategorien "Full Service Kreation" (mit einem Gesamtvolumen von zehn Millionen Euro) sowie "Grafik und Designleistungen" (mit einem Volumen von drei Millionen Euro) sichern.

Der Auftrag für das Klimaticket fällt in die Kategorie "Full Service Kreation" und ist der erste, den Reichl und Partner im Rahmen des großen Republiketats übernimmt. Die Vergabe erfolgte gegen Ende des Jahres 2025 in einem separaten Auswahlverfahren, in dem sich Reichl und Partner mit seinem Pitch gegen die Agentur DMB und die Bietergemeinschaft GPK public durchsetzen konnte.

MEHR DAZU



Harald Florian/stock.adobe.com

MEGA-AUSSCHREIBUNG

Wer hinter der Bietergemeinschaft GPK public beim Republiksetat steckt

Die Bietergemeinschaft ist gleich in drei Losen im E-Shop der BBG vertreten. Welche Agenturen dahinterstecken. »

Fokus auf Lebensqualität

Aktuell nutzen mehr als 300.000 Menschen das österreichweite Öffi Ticket. Laut Reichl und Partner ist das Klimaticket besonders bei jungen Menschen sehr beliebt. Mit der bevorstehenden Kampagne sollen jedoch auch Bevölkerungsgruppen angesprochen werden, die das Klimaticket bislang noch nicht im gleichen Ausmaß für sich entdeckt haben. "Unser Fokus liegt darauf, das Klimaticket als lifestyle-orientierten Begleiter zu etablieren, der Mobilität mit Spontanität, Erlebnissen und Lebensqualität verbindet", sagt die Agentur gegenüber Horizont.

Anzeige



Seit seiner Einführung im Jahr 2021 ist das Klimaticket deutlich teurer geworden. Kostete das Basisticket damals noch 1.095 Euro, liegt der Preis ab Jänner 2026 bei 1.400 Euro. Dieser Preisanstieg stellt auch die künftige Kommunikation vor zusätzliche Herausforderungen.

Mehrwert durch Einfachheit

Bei Reichl und Partner ist man sich des deutlichen Preisanstiegs bewusst. Gleichzeitig sei die Kundenzufriedenheit weiterhin sehr hoch und schätze die Vorteile des Klimatickets. "Unsere Aufgabe ist, diesen Wert sichtbar zu machen", sagt Reichl und Partner. In der zukünftigen Kommunikation soll daher der zentrale Mehrwert des Klimatickets im Vordergrund stehen, nämlich die Einfachheit, die es den Nutzer:innen im Alltag bietet.