

Kampagnenbericht

Bericht zur Informationskampagne zum **Start der Beantragungsmöglichkeit für den Handwerkerbonus 2024** gemäß § 2 Abs. 1b BVG Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG)

Stand: 15.07.2024

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

1.1. Inhalt

Seit 15. Juli 2024 ist es möglich, den Handwerkerbonus über die Website www.handwerkerbonus.gv.at rückwirkend für alle Handwerksleistungen seit dem 1. März 2024 zu beantragen.

Mit dem Handwerkerbonus erhalten Privatpersonen eine Förderung für durchgeführte Arbeitsleistungen rund um den privaten Wohn- und Lebensbereich (Renovierungs- und Erhaltungsarbeiten, Erweiterung oder Neuschaffung des Wohn- und Lebensbereichs). Der Handwerkerbonus bietet die Möglichkeit 20 Prozent der Arbeitskosten bis zu einer Förderhöhe von 2.000 € (2025: 1.500 €) zurückerstattet zu bekommen.

1.2. Laufzeit

Die Schaltungen in den Printmedien erfolgen zwischen dem **17.07. und 30.07.2024** in österreichischen Tages- und Wochenzeitungen. Im selben Zeitraum erfolgen zudem Schaltungen in breitenwirksamen Onlinemedien.

1.3. Budget

Insgesamt stehen für die unter Punkt 1.2. angeführten Schaltungen ein Gesamtbudget von 142.748,00 Euro zur Verfügung.

2. Definition der Ziele und der Zielgruppen

2.1. Ziele

Für die Jahre 2024/25 stehen insgesamt 300 Millionen Euro an Fördermitteln zur Verfügung, um die Bauwirtschaft zu stärken und Anreize für die Beauftragung von Handwerksleistungen zu schaffen. Die Beantragung erfolgt online über eine eigene Website. Abwickelnde Stelle ist die Bundesbuchhaltungsagentur im Auftrag des BMAW. Durch die Informationsschaltungen wird der Startzeitpunkt für die Beantragbarkeit der Förderung beworben.

2.2. Primäre Zielgruppen

Privatpersonen: breite Öffentlichkeit und österreichweit

2.3. Sekundäre Zielgruppe

Handwerksbetriebe in Österreich

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Mit dem Handwerkerbonus erhalten Privatpersonen eine Förderung für durchgeführte Arbeitsleistungen rund um den privaten Wohn- und Lebensbereich (Renovierungs- und Erhaltungsarbeiten, Erweiterung oder Neuschaffung des Wohn- und Lebensbereichs). Der Handwerkerbonus gilt rückwirkend für Arbeitsleistungen ab 1.3.2024 bis längstens 31.12.2025 und kann ab 15.07.2024 beantragt werden. Die Informationskampagne begleitet den Start der Beantragungsmöglichkeit und ermöglicht den direkten Zugang zur Antragsplattform durch QR Code bzw. Verlinkung.

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

Der Handwerkerbonus ist Teil des Wohn- und Baupakets der Bundesregierung. Der Handwerkerbonus ist ein wichtiger Beitrag, um die Bauwirtschaft anzukurbeln und Handwerksbetriebe sowie deren Kundinnen und Kunden zu unterstützen. Durch die gezielte Förderung von Arbeitsleistungen im Wohn- und Lebensbereich werden Anreize für Investitionen und zur Schaffung und Sanierung von Wohnraum geschaffen. Der Bonus wird nicht nur Handwerksbetriebe unterstützen, sondern auch dazu beitragen, Arbeitsplätze zu sichern und die Konjunktur insgesamt

zu stützen. Die Beantragung erfolgt online über eine eigene Website. Abwickelnde Stelle ist die Bundesbuchhaltungsagentur im Auftrag des BMAW.

5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Die Planung, strategische Ausrichtung und Abwicklung der Informationskampagne erfolgt im BMAW durch die Abteilung Präsidium 5/5a (Presse und Öffentlichkeitsarbeit).

Mit der Erstellung der Schalt- und Kostenpläne sowie der Sammlung der Schaltbelege wurde die Medienagentur UM PanMedia betraut.

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

Die Schaltung der Informationskampagne in Print- und Onlinemedien erfolgt im Hinblick auf eine möglichst breite Streuung der Informationen und umfasst sowohl Tages- und Wochenzeitungen. In Anbetracht der primären und sekundären Zielgruppe, wurde auf eine möglichst breitenwirksame und österreichweite Ausspielung der Informationen geachtet.

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

Die vollständige Medienliste, sowie die dazugehörigen Medieninhaberinnen und Medieninhaber, können der RTR-Meldung im Kampagnenzeitraum (2. Halbjahr 2024) entnommen werden. Zur Begründung der Auswahl der Medien im Hinblick auf die Zielgruppen wird auf Punkt 6. verwiesen.

8. Darstellung des zum Einsatz gelangten Sujets

PRINT:



ONLINE:

