

## Die öffentliche Wirkung der AK Wien 2012

W. Mitterlehner



## Medienpräsenz stabil

- 398 Aussendungen, 22 Pressekonferenzen und Hintergrundgespräche
- Insgesamt stabile Präsenz, rund 6.600 Meldungen in Medien (inkl. Länderkammern)



## Medienkooperationen

- Kooperation help.orf.at – AK Präsenz im Internet und in den ORF Radios, AK Konsumentenschutz im Teletext (S.420-429)
- Kleinkooperationen (zB Biber)
- Radio Wien „Ganz auf Ihrer Seite“ jeden Dienstag, ab 2013 am Donnerstag.
- Tagesmedien: Krone „Steuertage“, Österreich „Jugendausbildung“, heute
- Koops mit fremdsprachige Medien



## Internet – noch mehr Akzeptanz

- Fast 18 Mio Besuche am Portal – 2 Mio mehr als 2011
- Fast 116 Millionen aufgerufene Seiten (ohne Rechner)
- 8,8 Mio Besuche auf [www.arbeiterkammer.at](http://www.arbeiterkammer.at)
- 3,7 Mio Besuche auf [wien.arbeiterkammer.at](http://wien.arbeiterkammer.at)
- Fast 3,5 Mio nützen die Rechner
- Reichweite im Facebook: 1 Million Impressions , 10.000 Fans, 500 Fans sprechen pro Woche aktiv mit
- Rund 100.000 Youtube-Aufrufe (2011: 40.000)
- 400.000 Seitenaufrufe AK App „Frag uns“



## Publikationen

- 6,9 Mio Hefte AK FÜR SIE
- 5 x im Jahr Hauspost
- 140.000 Broschüren und 48.000 Folder
- rund 4.000 Folder und Broschüren in anderen Sprachen
- 17.500 Elternkalender
- 50.000 Imagefolder
- 130.000 Pendlerfahrpläne
- Direct Mailings an 16.400 Eltern in Karenz, 10.000 Lehrlinge, an 11.200 Pendler und 22.000 neue Mitglieder.



## Veranstaltungen

- 56 Symposien mit 6.700 TeilnehmerInnen
- 30 Infostände auf Messen und Großveranstaltungen mit 36.500 direkten Kontakten
- 12.000 BesucherInnen bei öffentlichen themenspezifischen AK Zielgruppen-Veranstaltungen



## Aktionen und Kampagnen

- Pendleraktion mit 130.000 Pendlerfahrplänen
- Kooperationen: ca 50 Angebote mit der AktivKarte
- Steuertage mit 2.200 Beratungen
- Beruf-Baby-Bildung Messe mit 700 BesucherInnen
- L 14 Berufsorientierungsmesse mit 7.100 BesucherInnen
- Dialogmarketing: Kommunikation mit Eltern nach dem Wiedereinstieg



## „In Österreich läuft etwas schief“

- Österreichweit in zwei Wellen – vom 31.5. –24.6. und 3.9.–14.10
- 1060 TV-Spots in ORF und den Privatsendern.
- 104 Hörfunkspots
- Supermarktspiel mit Ö3
- Kino-Schaltungen (Cinecom, UNA Films)
- Internet: Kampagnenseite, Sprechblase, Fallwürfel als bewegtes Element, App, Supermarktspiel
- Facebook: Seeding, Facebook Ads, virale Filme
- YouTube
- Inserate in überregionalen und regionalen Printmedien
- Heute, Kronen Zeitung, Biber, Migrantenmedien
- Medienkooperation mit Österreich

