

BMKÖS –

Recruiting- und Imagekampagne  
„ÖD: Öffentlicher Dienst. Ein Job –  
viele Vorteile“

[m]Quest





# Inhalt

- 01 Zusammenfassung der Ergebnisse
- 02 Ergebnisse
- 03 Anhang

01

Österreich  
gestalten.

RICHTIG ÖD!

 Republik Österreich

 Öffentlicher Dienst:  
ein Job – viele Vorteile.  
Jetzt bewerben auf [öd.at](https://www.oed.at)

Zusammenfassung

# Zusammenfassung der Ergebnisse

Die ungestützte Werbebekanntheit des Öffentlichen Dienstes konnte im April im Vergleich zum ersten Kampagnen-Monat (Februar) deutlich gesteigert werden. Die Kampagnen-Aktivität hat die Bekanntheit von 11 % auf 23 % gesteigert (A15–59). Bei der Zielgruppe A18–45 mit Bildung höher als Pflichtschule zeigt sich eine Steigerung von 11 % auf 27 %.

Ein Drittel der Befragten hat mindestens eines der drei für den Test ausgewählten Sujets der Kampagne gesehen, gehört oder gelesen. Das am häufigsten erinnerte Thema ist „Sicherer Job“.



02

Geschlechts-  
unabhängiges  
Gehalt

voll **ÖD!**

 Öffentlicher Dienst:  
ein Job – viele Vorteile.  
Jetzt bewerben auf [öd.at](https://www.oed.at)

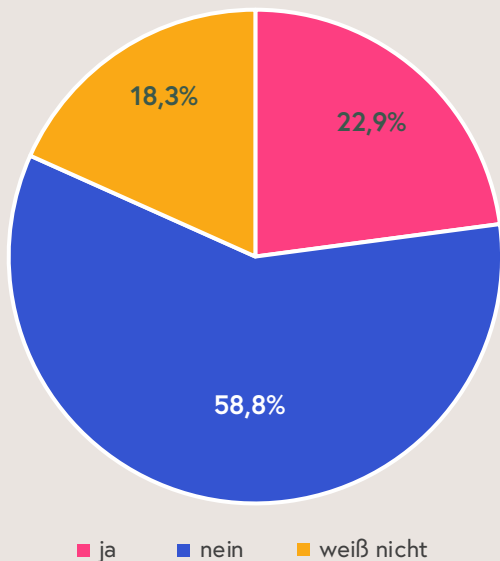
 Republik Österreich

Ergebnisse

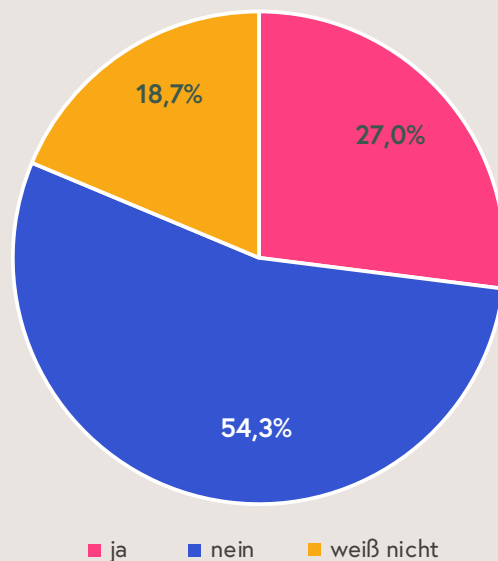
# Im April kennen schon 22,9% bzw. 27,0% die aktuelle Kampagne

Haben Sie in letzter Zeit eine Werbekampagne zum öffentlichen Dienst des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport gesehen, gehört oder gelesen?

Alter 15–59



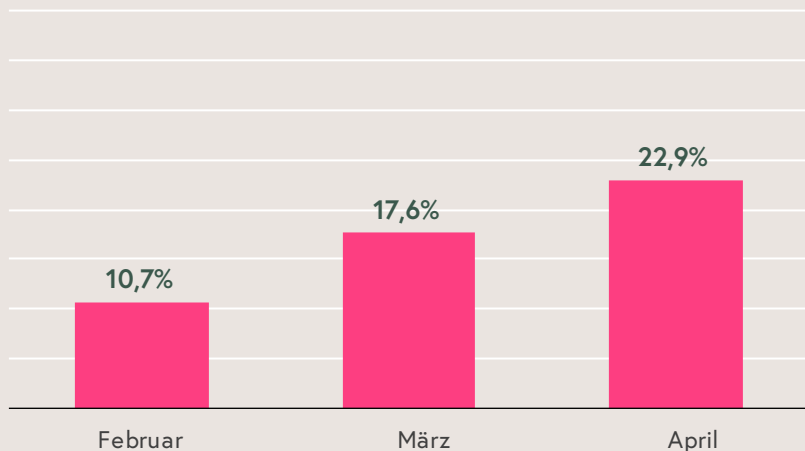
Alter 18–45, Bildung höher als Pflichtschule



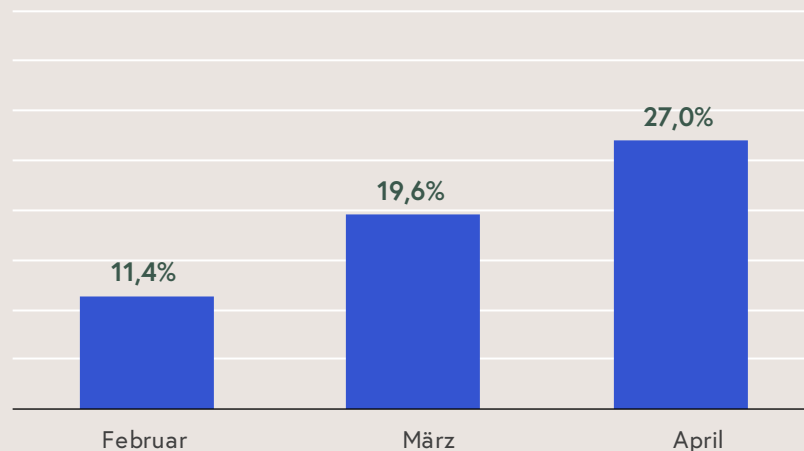
# Die Bekanntheit der Kampagne konnte im April noch weiter gesteigert werden.

Haben Sie in letzter Zeit eine Werbekampagne zum öffentlichen Dienst des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport gesehen, gehört oder gelesen?

Alter 15–59



Alter 18–45, Bildung höher als Pflichtschule



Quelle: [m]Quest; Feb: KW 6-9 2024, A 15-59 n=513, A 18-45, Bildung höher als Pflichtschule n=306;  
März KW 10-13 2024; A 15-59 n=516, A 18-45, Bildung höher als Pflichtschule n=332;  
April KW 14-18 2024; A 15-59 n=629, A 18-45, Bildung höher als Pflichtschule n=392

# Sujet „Sicherer Job“ wurde im April am häufigsten erinnert. Insgesamt hat Stand April ein Drittel mindestens eines der 3 ausgewählten Sujets gesehen, gehört oder gelesen.

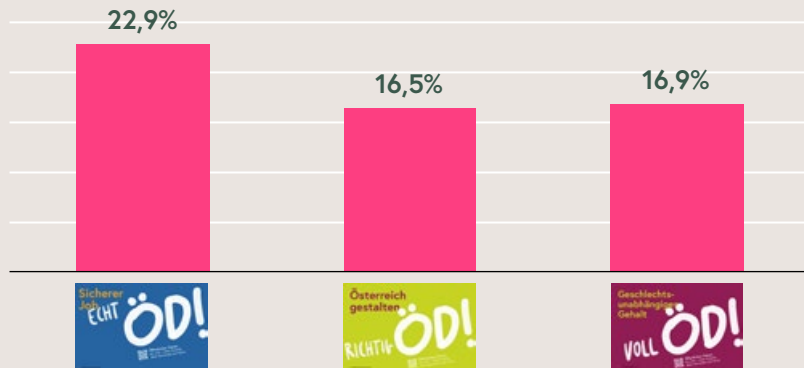
Haben Sie eines der folgenden Sujets schon einmal gesehen, gehört oder gelesen?

Alter 15–59

Alter 18–45, Bildung höher als Pflichtschule

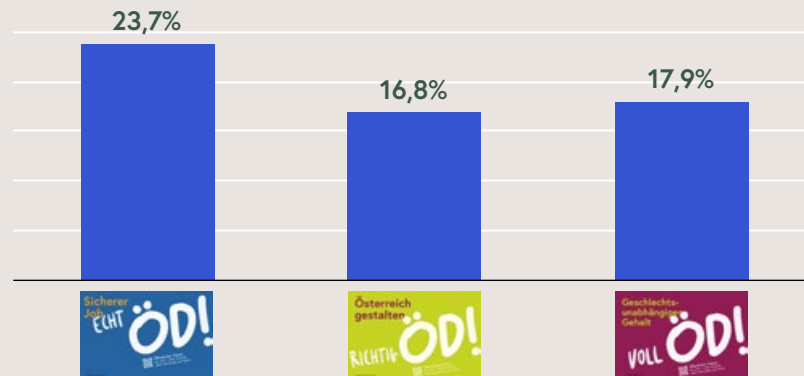
Mindestens eines der 3 Sujets

gesehen: **32,9%**



Mindestens eines der 3 Sujets

gesehen: **34,2%**





# Sujet 3, das geschlechtsunabhängiges Gehalt zum Inhalt hatte, wurde im April von etwas mehr Frauen erinnert. Im März war es noch umgekehrt.

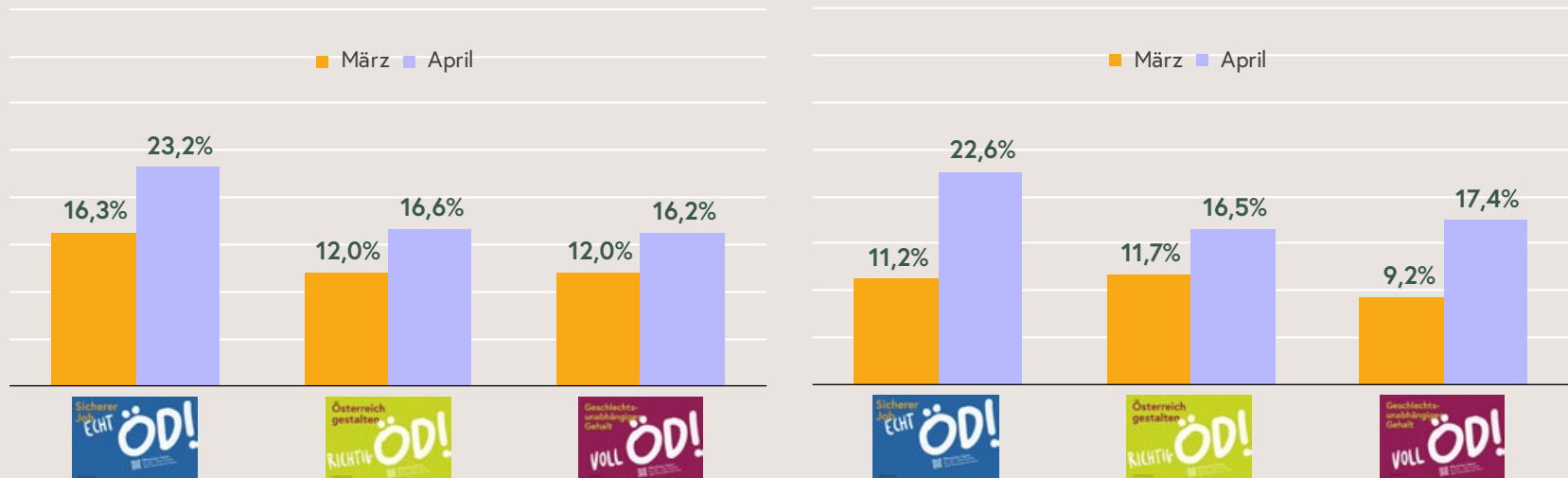
Haben Sie eines der folgenden Sujets schon einmal gesehen, gehört oder gelesen?

Alter 15–59  
männlich

Alter 15–59  
weiblich

■ März ■ April

■ März ■ April

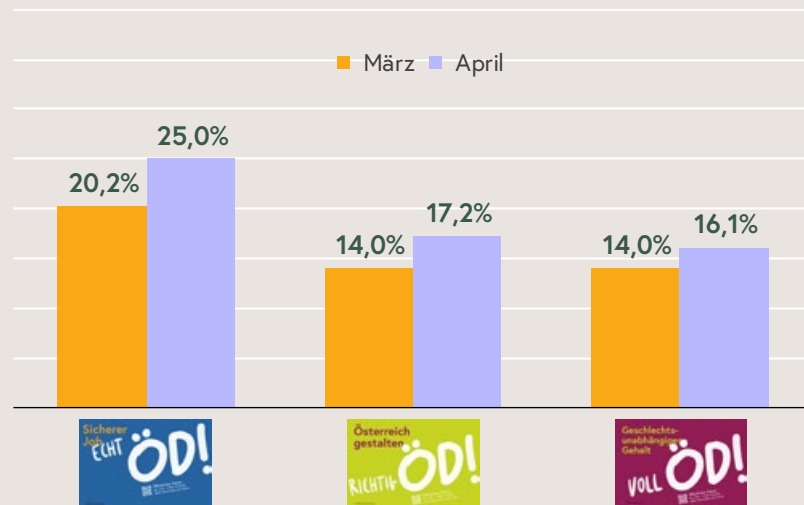


# Auch bei Personen mit höherer Bildung zeigt sich, dass das Sujet 3, im März von mehr Männern und im April von mehr Frauen erinnert wurde.

Haben Sie eines der folgenden Sujets schon einmal gesehen, gehört oder gelesen?

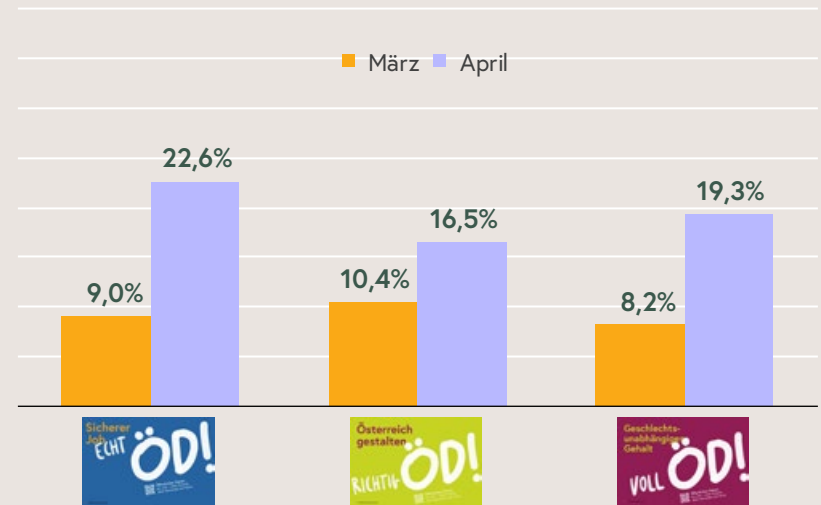
Alter 18–45, Bildung höher als Pflichtschule

männlich



Alter 18–45, Bildung höher als Pflichtschule

weiblich



03

Sicherer  
Job  
ECHT ÖD!

Öffentlicher Dienst:  
ein Job – viele Vorteile.  
Jetzt bewerben auf [öd.at](https://www.oed.at)

The advertisement features a blue background with white and orange text. The slogan 'Sicherer Job ECHT ÖD!' is written in a mix of sans-serif and hand-drawn fonts. A QR code is located in the bottom left corner of the ad, and the text 'Öffentlicher Dienst: ein Job – viele Vorteile. Jetzt bewerben auf öd.at' is positioned to its right.

Anhang

# Anhang

## Erhebungsparameter

Wöchentlicher Online-Fragebogen im Rahmen einer Multi-Client-Studie der mScience/GroupM

125 Befragte pro Woche (webaktive Bevölkerung 15 bis 59 Jahre; repräsentativ für Alter und Geschlecht)

## Abfrage

Werbebekanntheit

Sujetbekanntheit

## Befragungswellen

Februar: Nullmessung vor der Kampagne      KW 6-KW 9

März: 1. Kampagnenmessung      KW 10-KW13

April: 2. Kampagnenmessung      KW 14-KW18



Alter 15–59

Geschlecht	Februar Nullmessung vor der Kampagne	März Kampagnenmessung	April Kampagnenmessung
Männlich	247	249	302
Weiblich	266	267	327
<b>Gesamt</b>	<b>513</b>	<b>516</b>	<b>629</b>

Alter 18–45, Bildung höher als Pflichtschule

Geschlecht	Februar Nullmessung vor der Kampagne	März Kampagnenmessung	April Kampagnenmessung
Männlich	147	156	180
Weiblich	159	176	212
<b>Gesamt</b>	<b>306</b>	<b>332</b>	<b>392</b>