



**Ersuchen des
Grünen Klubs im
Wiener Rathaus
betreffend Praxis
der Inseraten-
vergabe der Stadt
Wien und ihrer
Unternehmen
Prüfungersuchen
gemäß § 73e Abs. 1
WStV vom
23. Dezember 2021,
Teil 1**

StRH I - 254137-2023

Kurzfassung

Der StRH Wien unterzog aufgrund eines Prüfungsersuchens gemäß § 73e Abs. 1 WStV des Grünen Klubs im Rathaus die Dienststellen gemäß § 3 Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien, die Unternehmungen gemäß § 71 WStV, die gemäß § 73b Abs. 1 WStV von Organen der Gemeinde verwalteten, mit Rechtspersönlichkeit ausgestatteten Fonds, Stiftungen und Anstalten sowie die wirtschaftlichen Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV einer Einschau. Die Prüfung der wirtschaftlichen Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien erfolgte in einem gesonderten Bericht (Ersuchen des Grünen Klubs im Wiener Rathaus betreffend Praxis der Inseratenvergabe der Stadt Wien und ihrer Unternehmen Prüfungsersuchen gemäß § 73e Abs. 1 vom 23. Dezember 2021, Teil 2).

Das Prüfungsersuchen enthielt u.a. Fragestellungen zur Höhe der Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen, welche Werbeaufträge und Medienkooperationen durch die geprüften Stellen nicht an die KommAustria gemeldet wurden sowie Fragestellungen zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit, Zweckmäßigkeit und Sparsamkeit der Werbeaufträge und Medienkooperationen insbesondere in den Medien der DIETRICH Medien-Gruppe und des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“.

Gemäß MedKF-TG mussten alle Rechtsträger, die der Kontrolle des Rechnungshofes Österreich unterlagen, bestimmte in einem Quartal erteilte Aufträge über entgeltliche Veröffentlichungen, die Bezeichnung des periodischen Mediums sowie die Höhe des geleisteten Nettoentgelts an die KommAustria melden. Intention des MedKF-TG war die Verbesserung der Transparenz bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen sowie bei Förderungen an Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber eines periodischen Mediums durch die öffentliche Hand.

Die Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst sowie der sonstigen geprüften Einrichtungen betragen in den Jahren 2016 bis 2021 insgesamt rd. 194 Mio. EUR, wobei rd. 144 Mio. EUR bzw. rd. 74 % auf die MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite) entfielen.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst war für die Koordination und Steuerung der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Wien sowie für die Angelegenheiten des MedKF-TG zuständig. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst publizierte ab dem Jahr 2021 jährlich den Jahresbericht der Stadtkommunikation, welcher die Ausgaben aller Projekte und Informationsschwerpunkte der MA 53 - Presse- und Informationsdienst darstellte. Die darin angeführten Daten waren nicht zur Beantwortung der einzelnen Fragestellungen des Prüfungsersuchens ausreichend und boten überdies keinen Überblick über die gesamten Ausgaben der vom Prüfungsersuchen umfassten Einrichtungen.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst beauftragte jährlich die „Institut für empirische Sozialforschung GmbH“ mit der Erstellung der Wiener Mediendiskursstudie. Diese lieferte Informationen über Themeninteressen, Mediennutzung sowie das Informationsverhalten der Wiener Bevölkerung und diente der MA 53 - Presse- und Informationsdienst als Grundlage für die Bewertung der Wirksamkeit und Zweckmäßigkeit der beauftragten Schaltungen.

Der StRH Wien hielt generell zum Prüfungsersuchen fest, dass infolge des Prüfungsumfanges der Schwerpunkt der Arbeit des StRH Wien auf der Erhebung, Erfassung und Aufbereitung der Daten betreffend die Werbeaufträge und Medienkooperationen lag.

Der StRH Wien wählte in einem 2-stufigen Verfahren (Auswahl der Einrichtungen, bewusste Stichprobenziehung innerhalb der in der 1. Stufe ausgewählten Einrichtungen) auf Grundlage der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen 371 Stichproben in 15 Einrichtungen für eine detaillierte Prüfung aus.

Im Rahmen der Stichproben wurde die Vollständigkeit der Dokumentation der vergebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen für den gesamten Betrachtungszeitraum geprüft. Außerdem erfolgte ein Abgleich der bekannt gegebenen Daten des Jahres 2021 mit jenen der Open Data - Medientransparenzdatenbank der RTR-GmbH.

Darüber hinaus wurden die ausgewählten Werbeaufträge und Medienkooperationen nach den Prüfungsgrundsätzen Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit sowie Zweckmäßigkeit überprüft. Dazu war auszuführen, dass Drittvergleiche nur eingeschränkt möglich waren. Die Bewertung der Wirtschaftlichkeit wurde außerdem durch die oftmals nicht eindeutige Bestimmbarkeit des Zielerreichungsgrades erschwert.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte die vom StRH Wien angeforderten Daten nicht zur Gänze zur Verfügung stellen und daher blieben einzelne Fragestellungen des gegenständlichen Prüfungsersuchens im Bericht unbeantwortet. Bei der Beantwortung der einzelnen Fragestellungen wurde daher die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gesondert dargestellt.

Die Prüfung der Vollständigkeit der übermittelten Unterlagen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst ergab, dass die Dokumentation bei Schaltungen außerhalb von Kampagnen bzgl. der im Vorfeld von Vergaben von Aufträgen geführten Gespräche mit den jeweiligen Auftragnehmenden, der Prüfung der Preisangemessenheit der Leistungen sowie der Auswahl der Medien nicht ausreichend war.

Der StRH Wien stellte bei den Meldungen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an die KomAustria im Jahr 2021 die betragliche, sachliche und zeitliche Richtigkeit fest.

Der StRH Wien stellte die Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit in Einzelfällen bei Beauftragungen durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst - insbesondere bei Medienkooperationen außerhalb von Kampagnen mit der DIETRICH Medien-Gruppe - in Frage.

Der StRH Wien sprach Empfehlungen hinsichtlich der Verbuchung und Dokumentation (von der Geschäftsanbahnung bis zur Abrechnung) der Werbeaufträge und Medienkooperationen aus. Des Weiteren wurde angeregt, den inhaltlichen Umfang der - im Auftrag der MA 53 - Presse- und Informationsdienst erstellten - Mediendiskursstudie zu erweitern. Außerdem wurde der verstärkte Einsatz von Online- bzw. Social-Media-Kanälen und Informationskanälen der Stadt Wien empfohlen.

Die Stichproben der sonstigen Einrichtungen zeigten, dass die vorgelegte Dokumentation für den Zweck und den Umfang der Schaltungen ausreichend war. Weiters war die betragliche Richtigkeit der gemeldeten Daten für das Jahr 2021 an die KommAustria bei 9 Einrichtungen sowie die zeitliche Richtigkeit bei 13 Einrichtungen in allen Stichproben gegeben. Die sachliche Richtigkeit der Meldungen für das Jahr 2021 konnte in allen Stichproben festgestellt werden.

Die inhaltliche Prüfung der Stichproben der sonstigen Einrichtungen durch den StRH Wien ergab, dass der Mehrwert mehrerer Schaltungen nicht erkennbar und der Grundsatz der Sparsamkeit nicht durchgängig eingehalten worden war. Außerdem wäre die diesbezügliche Zweckmäßigkeit zu hinterfragen.

Der StRH Wien unterzog aus Anlass eines Ersuchens des Grünen Klubs im Wiener Rathaus gemäß § 73e Abs. 1 WStV die Praxis der Inseratenvergabe der Stadt Wien und ihrer Unternehmen einer Organisations- und Wirtschaftlichkeitsprüfung und teilte das Ergebnis seiner Wahrnehmungen nach Abhaltung einer diesbezüglichen Schlussbesprechung der geprüften Stelle mit. Die von den geprüften Stellen abgegebenen Stellungnahmen wurden berücksichtigt. Allfällige Rundungsdifferenzen bei der Darstellung von Berechnungen wurden nicht ausgeglichen.

Inhaltsverzeichnis

1.	Prüfungsgrundlagen des StRH Wien	14
1.1	Prüfungsgegenstand	14
1.2	Prüfungszeitraum	16
1.3	Prüfungshandlungen	16
1.4	Prüfungsbefugnis	16
1.5	Vorberichte	16
2.	Normative und organisatorische Grundlagen	17
2.1	Normative Grundlagen	17
2.2	MA 53 - Presse- und Informationsdienst	18
2.3	Meldungen der Werbeaufträge und Medienkooperationen an die KommAustria durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst	19
3.	Erhebung der Grundgesamtheit und Stichprobenziehung	20
3.1	Erhebung der Grundgesamtheit der Werbeaufträge und Medienkooperationen	20
3.1.1	Bekannt gegebene Daten der MA 53 - Presse- und Informationsdienst	21
3.1.2	Bekannt gegebene Daten der sonstigen Einrichtungen	24
3.2	Stichprobenziehung in der Grundgesamtheit der Werbeaufträge und Medienkooperationen	25
3.2.1	Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst	28
3.2.2	Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben der sonstigen Einrichtungen	29
4.	Beantwortung der allgemeinen Fragestellungen	30
4.1	Gesamtausgaben für beauftragte Werbeaufträge und Medienkooperationen	30
4.1.1	Gesamtausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)	30
4.1.2	Gesamtausgaben der sonstigen Einrichtungen	31
4.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen	35

4.2.1	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite).....	35
4.2.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen.....	36
4.3	Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen	38
4.3.1	Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst.....	38
4.3.2	Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen	38
4.4	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der Mittelverwendung	39
4.4.1	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der MA 53 - Presse- und Informationsdienst	42
4.4.2	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der sonstigen Einrichtungen	45
5.	Beantwortung der Fragestellungen zur DIETRICH Medien-Gruppe	49
5.1	Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	49
5.1.1	Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (inkl. Referatskredite)	49
5.1.2	Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	51
5.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben an die DIETRICH Medien-Gruppe.....	52
5.2.1	Zweckmäßigkeit der Ausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an die DIETRICH Medien-Gruppe.....	53
5.2.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben der sonstigen Einrichtungen an die DIETRICH Medien-Gruppe.....	64
5.3	Gesamtausgaben für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien.....	65
5.3.1	Gesamtausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien (inkl. Referatskredite)	66
5.3.2	Gesamtausgaben der sonstigen Einrichtungen für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien	67
5.4	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	69
5.4.1	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	69
5.4.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	69
6.	Beantwortung der Fragestellungen zum Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	70
6.1	Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	70

6.1.1	Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ (inkl. Referatskredite).....	70
6.1.2	Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	71
6.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	72
6.2.1	Zweckmäßigkeit der Ausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	72
6.2.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben der sonstigen Einrichtungen an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“.....	72
6.3	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	72
6.3.1	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	73
6.3.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“.....	73
7.	Zusammenfassung der Empfehlungen	73
8.	Anhang	85

Tabellen- und Abbildungsverzeichnis

Tabelle 1: Für eine detaillierte Prüfung ausgewählte Einrichtungen	26
Tabelle 2: Anzahl der ausgewählten Stichproben in den sonstigen Einrichtungen	27
Tabelle 3: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)	31
Tabelle 4: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen.....	32
Tabelle 5: Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen nach Jahren.....	34
Tabelle 6: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite).....	36
Tabelle 7: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen.....	37
Tabelle 8: Jährliche Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen.....	39
Tabelle 9: Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (inkl. Referatskredite).....	50
Tabelle 10: Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	52
Tabelle 11: Gesamtausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst aus dem Rahmenvertrag Stadtkommunikation (inkl. Referatskredite).....	66
Tabelle 12: Gesamtausgaben der sonstigen Einrichtungen für die von der DIETRICH Medien- Gruppe produzierten Medien.....	68
Tabelle 13: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	70
Tabelle 14: Gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ (inkl. Referatskredite).....	71
Tabelle 15: Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen	89

Abkürzungsverzeichnis

ABI	Amtsblatt
Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
AUVA	Allgemeine Unfallversicherungsanstalt
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BIG	Bundesimmobiliengesellschaft m.b.H.
BMFJ	Bundesministerium für Familien und Jugend
BVergG 2006	Bundesvergabegesetz 2006
BVergG 2018	Bundesvergabegesetz 2018
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
COVID-19	Coronavirus-Krankheit-2019
d.h.	das heißt
e	electronic
E-Mail	Elektronische Post
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EUR	Euro
exkl.	exklusive
geb.	geboren
Gesellschaft m.b.H. & Co. KG.	Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Compagnie
GmbH, Ges.m.b.H.	Kommanditgesellschaft
html	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
https	Hypertext Markup Language
inkl.	Hypertext Transfer Protocol Secure
INTOSAI	inklusive
ISSAI	Internationale Organisation der Obersten Rechnungskontrollbehörden
KA	Internationale Normen für Oberste Rechnungskontrollbehörden
KG	Kontrollamt
KommAustria	Kommanditgesellschaft
leg. cit.	Kommunikationsbehörde Austria
lt.	legis citatae
m.b.H.	laut
MA	mit beschränkter Haftung
MDK	Magistratsabteilung
	Magistratsdirektion - Gruppe Koordination

MD-OS	Magistratsdirektion - Geschäftsbereich Organisation und Sicherheit
MedKF-TG	Bundesgesetz über die Transparenz von Medienkooperationen sowie von Werbeaufträgen und Förderungen an Medieninhaber eines periodischen Mediums
Mio. EUR	Millionen Euro
Nfg.	Nachfolge
NÖ	Niederösterreich
Nr.	Nummer
o.a.	oben angeführt
o.ä.	oder ähnlich
pdf	Portable Document Format
QR	Quick Response
rd.	rund
RTR-GmbH	Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)
s.	siehe
StRH	Stadtrechnungshof
TV	Television
u.a.	unter anderem
USt	Umsatzsteuer
usw.	und so weiter
V & R	Vandenhoeck und Ruprecht
WStV	Wiener Stadtverfassung
WTV	Wiener Tourismusverband
www	World Wide Web
Z	Ziffer
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil

Literaturverzeichnis

INTOSAI, ISSAI 300 - Grundsätze der Wirtschaftlichkeitsprüfung, INTOSAI 2019; abgerufen am 24. August 2023 unter <https://www.issai.org/wp-content/uploads/2019/08/ISSAI-300-Grundsätze-der-Wirtschaftlichkeitsprüfung.pdf>

INTOSAI, GUID 3910 - Grundbegriffe der Wirtschaftlichkeitsprüfung, INTOSAI 2019; abgerufen am 24. August 2023 unter <https://www.issai.org/wp-content/uploads/2019/08/GUID-3910-Grundbegriffe-der-Wirtschaftlichkeitsprüfung.pdf>

Kogler, Michael, Kontrolle durch Transparenz. Offenlegung des Inseratenaufkommens in und der Eigentumsverhältnisse an periodischen Medien, Medien und Recht 2011, 347

Portal zur öffentlichen Haushalts- und Finanzwirtschaft, HaushaltsSteuerung.de; abgerufen am 28. August 2023 unter <https://www.haushaltssteuerung.de/lexikon-grundsatz-der-zweckmaessigkeit.html>

Glossar

Advertorial

Ein Advertorial wird als eine Werbeanzeige in der Form eines redaktionellen Beitrages definiert.

Ad Impression

Dieser Wert gibt an, wie oft eine Anzeige (Banner) den Nutzenden präsentiert wird.

Affinität

Messgröße bei der Auswahl eines Werbekanals. Setzt die tatsächlich erreichte Zielgruppe der Kampagne in Relation zur gesamten Nutzendenzahl des Werbemittels.

Bekannt gegebene Daten

Von den geprüften Einrichtungen an den StRH Wien bekannt gegebene Werbeaufträge und Medienoperationen.

Bot

Bot (aus dem Englischen „robot“ Roboter) ist ein Computerprogramm, das Aufgaben weitgehend automatisiert abarbeitet.

City Lights

Von hinten beleuchtete Glasfläche mit rotierenden Werbemotiven.

Gemeldete Daten

Von den Rechtsträgern an die KommAustria gemäß § 2 Abs. 1 MedKF-TG gemeldete Aufträge über entgeltliche Veröffentlichungen.

KommAustria

Unabhängige und weisungsfreie Regulierungs- und Aufsichtsbehörde für die elektronischen Audio-medien und die elektronischen audiovisuellen Medien in Österreich.

Media-Analyse

Studie zur Erhebung des Medienkonsums der österreichischen Wohnbevölkerung.

Mediadaten

Von Medienhäusern in regelmäßigen Abständen veröffentlichte Informationen wie z.B. Auflagenzahl, Erscheinungstermine, Preise, Konditionen, Nutzerprofile etc.

Medium

Jedes Mittel zur Verbreitung von Mitteilungen oder Darbietungen mit gedanklichem Inhalt in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis im Weg der Massenherstellung oder der Massenverbreitung.

Periodisches Medium

Ein Medienwerk oder Druckwerk, das unter demselben Namen in fortlaufenden Nummern wenigstens 4-mal im Kalenderjahr in gleichen oder ungleichen Abständen erscheint und dessen einzelne Nummern durch ihren Inhalt im Zusammenhang stehen.

Radiotest

Befragung der österreichischen Gesamtbevölkerung ab 10 Jahren über das jeweilige Radionutzungsverhalten, mit deren Hilfe die österreichischen Radiosender u.a. die Werbepreise festlegen.

Reichweite

Messgröße bei der Auswahl eines Werbekanals, die beschreibt, wie viele Personen mit einer Werbemaßnahme erreicht werden können.

RTR-GmbH

Staatliche Einrichtung, die gesetzliche Aufträge im Zusammenhang mit der Regulierung, Entwicklung und Förderung der österreichischen Märkte für Medien, Telekommunikation und Post erfüllt. Die RTR-GmbH unterstützt die KommAustria bei der Erfüllung der in Medienangelegenheiten zugewiesenen Aufgaben.

Schaltung

Entgeltliche Veröffentlichung; wird im Bericht synonym für Werbeaufträge, Medienkooperationen und Advertorials verwendet.

Sonstige Einrichtungen

Im Bericht einbezogene geprüfte Einrichtungen ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst.

Teletest

Studie zur Messung der Reichweiten des Mediums Fernsehen in Österreich.

WienBot

Über diverse Kanäle erreichbarer, mehrsprachiger Chatbot der Stadt Wien, der rund um die Uhr automatisiert Antworten zu Themen wie z.B. Veranstaltungen, Freizeitgestaltung, Parkgebühren, Eintrittspreisen, Hotlines etc. generiert.

Prüfungsergebnis

1. Prüfungsgrundlagen des StRH Wien

1.1 Prüfungsgegenstand

Der Grüne Klub im Wiener Rathaus stellte am 23. Dezember 2021 gemäß § 73e Abs. 1 WStV ein Prüfungsersuchen an den StRH Wien, die Praxis der Inseratenvergabe der Stadt Wien und ihrer Unternehmen durch die Dienststellen gemäß § 3 Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien, die Unternehmungen gemäß § 71 WStV, die gemäß § 73b Abs. 1 WStV von Organen der Gemeinde verwalteten, mit Rechtspersönlichkeit ausgestatteten Fonds, Stiftungen und Anstalten sowie die wirtschaftlichen Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV im Zeitraum 2016 bis 2021 einer Organisations- und Wirtschaftlichkeitsprüfung zu unterziehen.

Zu den Fragestellungen im Prüfungsersuchen war anzuführen, dass der verwendete Begriff „Inserat“ nicht normativ festgelegt war. Der StRH Wien orientierte sich daher an den im MedKF-TG verwendeten Begriffen Werbeauftrag und Medienkooperation. Welche beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen unter die Meldepflicht gemäß § 2 Abs. 1 MedKF-TG fielen, war den Medientransparenz-Orientierungshilfen der RTR-GmbH (www.rtr.at) zu entnehmen. Beispiele dafür waren Schaltungen in Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen sowie in Sonderbeilagen (von Zeitungen, Zeitschriften oder Magazinen), Werbespots in Radio- und Fernsehprogrammen, Werbeschaltungen auf Infoscreens, auf Webseiten, in elektronischen Newslettern, in Mobile-Apps, in Massen-E-Mails oder rein informative Beiträge im Radio, Fernsehen, Internet oder in Zeitungen. Der Begriff Medienkooperation war umfassend zu verstehen und sollte jegliche Zusammenarbeit der Rechtsträger mit Medieninhaberinnen bzw. Medieninhabern eines Mediums erfassen. Voraussetzung war, dass irgendeine Form von entgeltlicher - d.h. vom Rechtsträger durch ein Entgelt oder eine sonstige Gegenleistung (mit)finanzierter oder abgegoltener - Veröffentlichung in einem Medium erfolgte.

Infolge der Vielzahl der in die Prüfung involvierten Rechtsträger wurde die Beantwortung des Prüfungsersuchens auf 2 Berichte aufgeteilt. Der gegenständliche Bericht umfasst die Dienststellen gemäß § 3 Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien, die Unternehmungen gemäß § 71 WStV sowie die gemäß § 73b Abs. 1 WStV von Organen der Gemeinde verwalteten und mit Rechtspersönlichkeit ausgestatteten Fonds, Stiftungen und Anstalten. Die Darstellung der Prüfung der wirtschaftlichen Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien erfolgt im Bericht „Ersuchen des Grünen Klubs im Wiener Rathaus betreffend Praxis der Inseratenvergabe der Stadt Wien und ihrer Unternehmen Prüfungsersuchen gemäß § 73e Abs. 1 vom 23. Dezember 2021, Teil 2“. Die verbleibenden Beteiligungen werden ebenfalls in diesem Bericht behandelt. Eine detaillierte Auflistung der in diesem Bericht einbezogenen 167 Einrichtungen findet sich im Anhang.

Das Prüfungsersuchen enthielt folgende Fragestellungen:

1. *„Inserate in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Dienststellen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 beauftragt?*
2. *Medienkooperationen in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 vereinbart?*
3. *Welche Inserate (entgeltliche Einschaltungen usw.) wurden insgesamt in welcher Gesamthöhe nicht in die Medientransparenzdatenbank der RTR eingemeldet?*
4. *Wie hoch beläuft sich jeweils das jährliche Inseratenbudget der Stadt Wien, ihrer Unternehmungen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und Stiftungen?*
5. *Wie ist diese Mittelverwendung hinsichtlich der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit zu bewerten?*
6. *Inserate in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Dienststellen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils an welche Medien der Dietrich-Medien-Gruppe beauftragt?*
7. *Medienkooperationen in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils mit welchen Medien der Dietrich-Medien-Gruppe vereinbart?*
8. *Waren diese Ausgaben zweckmäßig und im Hinblick auf die teilweise geringe Auflagenzahl der einzelnen Produkte wirtschaftlich vertretbar?*
9. *Welche Medien werden von der Dietrich-Medien-Gruppe und deren Tochtergesellschaften für die Stadt Wien samt ihren Unternehmen, Fonds und Anstalten produziert und welche Gesamtkosten fielen dafür an?*
10. *Welche Inserate (entgeltliche Einschaltungen usw.) in welchen Medien der Dietrich-Medien-Gruppe und deren Tochtergesellschaften wurden nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldet, aus welchem Grund und welche Kosten liefen für diese Inserate auf?*
11. *Inserate in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Dienststellen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils an welche Medien der Agentur und Verlag Heinz Knapp (zB „Das Wien“ und „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“) vergeben?*
12. *Medienkooperationen in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils mit welchen Medien der Agentur und Verlag Heinz Knapp vereinbart?*
13. *Waren diese Ausgaben zweckmäßig und im Hinblick auf die Auflagenzahl der einzelnen Produkte auch im Vergleich mit ähnlichen Produkten wirtschaftlich vertretbar?*
14. *Welche Inserate (entgeltliche Einschaltungen usw.) in welchen Medien der Agentur und Verlag Heinz Knapp wurden nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldet, aus welchem Grund und welche Kosten liefen für diese Inserate auf?“*

Nicht Gegenstand der Prüfung waren die gemäß § 4 MedKF-TG normierten Bekanntgabepflichten und Veröffentlichungen von Förderungen und Programmentgelten. Diese waren nicht von den Fragestellungen des Prüfungsersuchens des Grünen Klubs im Wiener Rathaus mit umfasst.

1.2 Prüfungszeitraum

Die gegenständliche Prüfung wurde im 1. Halbjahr des Jahres 2023 von der Abteilung Kultur und Bildung des StRH Wien durchgeführt. Das Eröffnungsgespräch mit der MA 53 - Presse- und Informationsdienst fand im Oktober 2022 statt. Die Eröffnungsgespräche mit den anderen geprüften Einrichtungen fanden im Zuge der Erhebung der Grunddaten von März bis Mai 2023 statt. Die Schlussbesprechung mit der MA 53 - Presse- und Informationsdienst wurde im Oktober 2023 durchgeführt. Der Betrachtungszeitraum umfasste die Jahre 2016 bis 2021, wobei gegebenenfalls auch spätere Entwicklungen in die Einschau einbezogen wurden.

1.3 Prüfungshandlungen

Die Prüfungshandlungen umfassten Dokumentenanalysen, Literatur- und Internetrecherchen, Berechnungen und Datenanalysen, Belegprüfungen und Besprechungen bei den geprüften Stellen.

Die geprüften Stellen legten die geforderten Unterlagen zeitgerecht vor, sodass sich keine Verzögerungen im Prüfungsablauf ergaben.

1.4 Prüfungsbefugnis

Die Prüfungsbefugnis für diese Gebarungsprüfung ist in § 73b Abs. 1, 2 und 4 WStV festgeschrieben.

1.5 Vorberichte

Der StRH Wien behandelte das gegenständliche Thema in seinem Bericht:

- „MA 53, Prüfung von Aufträgen an Medienunternehmen in den Jahren 2009 und 2010 Ersuchen gem. § 73 Abs 6a WStV vom 29. September 2011“, KA - K-7/11.

In den vom Rechnungshof Österreich durchgeführten Prüfungen:

- Medientransparenz im BMFJ, Bund 2015/17,
- Medientransparenz in der AUVA, Bund 2015/12,
- Medientransparenz in der NÖ Landeskliniken-Holding, Niederösterreich 2015/9,
- Medientransparenz in der BIG, Bund 2015/8,
- Medientransparenz im MuseumsQuartier, 2015/3,
- Medientransparenz in Tirol, Tirol 2014/5,
- Medientransparenz in Kärnten, Kärnten 2014/5 sowie
- Medientransparenz in Graz, Steiermark 2014/4

wurde das Thema ebenfalls abgehandelt.

Weiters behandelte der Landesrechnungshof Niederösterreich das Thema in folgenden Berichten:

- EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften, Bericht 2/2023,
- NÖ Landesgesundheitsagentur, Bericht 11/2022,
- Radland GmbH, Bericht 10/2022 sowie
- NÖ Familienland GmbH, Bericht 9/2022.

2. Normative und organisatorische Grundlagen

2.1 Normative Grundlagen

Das MedKF-TG (BGBl. I Nr. 125/2011) trat am 1. Juli 2012 in Kraft und sollte die Transparenz bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen sowie bei Förderungen an Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber eines periodischen Mediums durch die öffentliche Hand verbessern.

Gemäß § 2 Abs. 1 MedKF-TG mussten alle Rechtsträger, die der Kontrolle des Rechnungshofes Österreich unterlagen, sämtliche in einem Quartal erteilten Aufträge über entgeltliche Veröffentlichungen, die Bezeichnung des periodischen Mediums sowie die Höhe des Nettoentgelts melden. Diese Meldung bezog sich auch auf entgeltliche Veröffentlichungen in Beilagen und Sondertiteln, die einem periodischen Druckwerk angefügt waren.

Die Meldepflicht der Daten für Werbeaufträge und Medienkooperationen je Medium oder für Förderungen je Förderungsempfängerin bzw. Förderungsempfänger galt nur dann, wenn der Gesamtbetrag pro Quartal die Bagatellgrenze in der Höhe von 5.000,- EUR überschritt. Wurde die Bagatellgrenze pro Quartal nicht erreicht, so hatte der Rechtsträger eine Leermeldung zu erstatten. Die Meldungen hatten jeweils innerhalb von 2 Wochen gerechnet ab dem Ende eines Quartals an die KommAustria zu erfolgen.

Die KommAustria hatte gemäß § 3 MedKF-TG die übermittelten Daten bis spätestens 15. März, 15. Juni, 15. September und 15. Dezember für das jeweils diesen Tagen vorangegangene Quartal zu veröffentlichen. Die veröffentlichten Daten eines Kalenderjahres waren von der KommAustria jeweils 2 Jahre nach deren erstmaliger Veröffentlichung von der Webseite zu löschen.

Mit der Änderung des MedKF-TG (BGBl. I Nr. 50/2023) wurden die Bestimmungen der Meldepflichten der erteilenden Rechtsträger näher umschrieben. Bei inhaltlich oder thematisch zusammenhängenden Werbeleistungen (Werbekampagnen) sind in Hinkunft zusätzliche Informationen bereitzustellen.

Ab 1. Jänner 2024 ist u.a. die Gesamthöhe des jeweils pro Medium für die innerhalb eines Halbjahres erfolgten Veröffentlichungen gemäß Abs. 1 Z 1 bis 4 MedKF-TG geleisteten Entgelts zu melden. Übersteigt das von einem Rechtsträger für Werbeleistungen innerhalb eines Halbjahres geleistete

Entgelt den Betrag in der Höhe von 10.000,- EUR, so muss zusätzlich das Sujet der Werbeleistung im Weg einer Webschnittstelle veröffentlicht werden. Des Weiteren werden die veröffentlichten personenbezogenen und nicht personenbezogenen Daten eines Kalenderjahres künftig erst 10 Jahre nach deren erstmaliger Veröffentlichung von der Webseite der KommAustria gelöscht.

2.2 MA 53 - Presse- und Informationsdienst

Gemäß der Geschäftseinteilung für den Magistrat der Stadt Wien oblag der MA 53 - Presse- und Informationsdienst u.a.:

- die Direktinformation der Bevölkerung,
- der Kontakt und die Vermittlung des Kontaktes mit Medien sowie die Betreuung von Medienvertreterinnen bzw. Medienvertretern,
- die Angelegenheiten des MedKF-TG,
- die Herausgabe und Entwicklung von Publikations- und Medienkanälen,
- die Konzeption, Koordination und Entwicklung von Maßnahmen die Marke der Stadt Wien betreffend,
- die Entwicklung von Kommunikationsstrategien und Medienformaten,
- die Koordination der Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Wien,
- die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit und Imagewerbung im In- und Ausland sowie
- die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit im Auftrag der Bezirke im Rahmen der Dezentralisierung.

Der Erlass MDK-28990-1/19 vom 24. Jänner 2019 regelte die integrative Öffentlichkeitsarbeit, die Anwendung des Corporate Designs sowie die Digitale Kommunikation der Stadt Wien. In diesem war festgelegt, dass die Koordination und Steuerung der Öffentlichkeitsarbeit der MA 53 - Presse- und Informationsdienst oblag. Der MA 53 - Presse- und Informationsdienst kamen im Zusammenhang mit der integrativen Öffentlichkeitsarbeit insbesondere folgende Aufgaben zu:

- das Führen einer wiedererkennbaren und nachhaltigen Stadtmarke,
- die Erarbeitung und Umsetzung der zentralen Botschaften der Stadt Wien,
- die Genehmigung bzw. Beauftragung von (Dienst-)Leistungen und Lieferleistungen im Zuge der Öffentlichkeitsarbeit nach erfolgter Prüfung auf Zweckmäßigkeit,
- die zielgruppen- und mediengerechte Aufbereitung sämtlicher Informationen der Stadt Wien (Print und Digital) sowie
- die Erarbeitung von verpflichtenden Vorgaben für die Durchführung von Befragungen interner und externer Kundinnen bzw. Kunden sowie die inhaltliche und methodische Freigabe von Befragungen sonstiger externer Zielgruppen.

Die MAs der Stadt Wien konnten der MA 53 - Presse- und Informationsdienst Geldmittel in Form von Referatskrediten übertragen. Dabei legten die jeweiligen MAs das gewünschte Kommunikationsziel fest, während die weiteren Schritte durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst durchgeführt

wurden. Diese Referatskredite waren in den, von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, zur Verfügung gestellten Daten enthalten.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst publizierte ab dem Jahr 2021 jährlich den Jahresbericht der Stadtkommunikation, welcher in der jeweils aktuellen Version unter <https://www.wien.gv.at/bericht-stadtkommunikation/> abrufbar war. Darin waren im aktuellen Bericht des Jahres 2022 die Ausgaben aller Projekte und Informationsschwerpunkte der MA 53 - Presse- und Informationsdienst dargestellt. Der Bericht enthielt Informationen zu den einzelnen Kampagnen (wie Ausgangslage, Kommunikationsziel, Informationsbedürfnis, Zielgruppen, Zielerreichung) sowie die Ausgaben (inkl. Werbeabgabe) je Medium. Die dahinterstehenden Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber für Schaltungen wurden nicht angeführt. Daher konnte dieser publizierte Bericht nicht zur Beantwortung der Fragestellungen des Prüfungsersuchens herangezogen werden.

2.3 Meldungen der Werbeaufträge und Medienkooperationen an die KommAustria durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst hatte die Meldepflichten gemäß MedKF-TG für den Magistrat der Stadt Wien wahrzunehmen. Der Erlass der Magistratsdirektion der Stadt Wien vom 25. Mai 2016 (MD-OS - 84776-2016) regelte dazu die Zusammenarbeit der städtischen Dienststellen mit der MA 53 - Presse- und Informationsdienst im Bereich des MedKF-TG.

Die im Prüfungsersuchen angeführten Büros der Geschäftsgruppen waren keine Dienststellen gemäß § 3 Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien, jedoch unterlagen deren Mittelverwendungen den Meldepflichten gemäß MedKF-TG. Diese Mittelverwendungen waren in den jeweiligen Sammelansätzen den anordnungsbefugten Dienststellen zugeordnet und somit von diesen Dienststellen zu melden.

Gemäß § 3 Abs. 2 Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien galten die weisungsfreien Dienststellen mit Ausnahme der Gleichbehandlungsbeauftragten als Dienststellen. Die Gleichbehandlungsbeauftragte der Stadt Wien war somit im Betrachtungszeitraum nicht vom o.a. Erlass vom 25. Mai 2016 umfasst. Mit der Änderung der Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien (ABl 2023/14 vom 6. April 2023) wurde die Gleichbehandlungsbeauftragte als Dienststelle gemäß § 3 Abs. 2 1. Satz leg. cit. angeführt.

Gemäß Erlass hatten alle Dienststellen, sofern keine Aufträge im Sinn des § 2 MedKF-TG bzw. Förderungen im Sinn des § 4 Abs. 1 MedKF-TG vergeben wurden, dies der MA 53 - Presse- und Informationsdienst zur Gewährleistung der Vollständigkeit der Dokumentation mittels Leermeldung mitzuteilen. Die Verantwortlichkeit für die Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen oblag dabei den Dienststellen und Unternehmungen.

Die Dienststelle der Gleichbehandlungsbeauftragten ist seit der Änderung der Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien vom Erlass der Magistratsdirektion vom 25. Mai 2016 (MD-OS - 84776-

2016) mitumfasst und zur Abgabe von Meldungen oder Leermeldungen gemäß MedKF-TG an die MA 53 - Presse- und Informationsdienst verpflichtet.

Nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst gaben die weisungsfreien Dienststellen Gleichbehandlungsbeauftragte der Stadt Wien, Wiener Tierschutzombudsstelle, unabhängiger Be- dienstetenschutzbeauftragter und Wiener Kinder- und Jugendanwaltschaft bis dato weder Meldun- gen noch Leermeldungen ab.

Der StRH Wien führte hiezu aus, dass sich die Weisungsfreistellung bei sämtlichen weisungsfreien Organen nur auf die Ausübung ihrer Funktion, ihres Amtes oder die Erfüllung ihrer gesetzlichen Auf- gaben bezog. In allen anderen Angelegenheiten bestand eine Bindung an Weisungen der zuständigen Organe. Dies betraf auch die Meldepflicht an die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gemäß Erlass vom 25. Mai 2016.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informations- dienst, alle weisungsfreien Dienststellen auf die Meldepflichten des MedKF-TG gemäß Erlass vom 25. Mai 2016 (MD-OS - 84776- 2016) hinzuweisen.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst wird sämtliche Dienst- stellen, wie auch schon bisher, an die im Erlass geregelten Ter- mine für die Meldepflichten gemäß MedKF-TG erinnern.

3. Erhebung der Grundgesamtheit und Stichproben- zziehung

3.1 Erhebung der Grundgesamtheit der Werbeaufträge und Medien- kooperationen

Der StRH Wien ersuchte im November 2022 167 vom Prüfungsersuchen umfasste Einrichtungen per E-Mail um Bekanntgabe der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen sowie der Budgetmittel im Zeitraum vom 1. Jänner 2016 bis 31. Dezember 2021 mittels Formular (Excel-Vor- lage).

In der Vorlage waren für jeden entgeltlich beauftragten Werbeauftrag bzw. für jede entgeltlich beauf- tragte Medienkooperation von den Einrichtungen folgende Einträge vorzunehmen:

- Thema der Beauftragung bzw. Anmerkungen (z.B. Call, Interview, Infoscreen, Art der Schaltung etc.),
- Datum der Leistungserbringung,
- Bezeichnung des Mediums,
- Medieninhaberin bzw. Medieninhaber,
- Auftragswert (ohne Werbeabgabe und USt),
- Meldepflicht gemäß MedKF-TG sowie
- Gesamtbudget für Werbeaufträge und Medienkooperationen (ohne Werbeabgabe und USt).

3.1.1 Bekannt gegebene Daten der MA 53 - Presse- und Informationsdienst

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst führte keine Detailübersicht im Sinn des Prüfungsersuchens über die gesamten beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen. Dem StRH Wien wurden die gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen gemäß MedKF-TG an die KommAustria der Jahre 2016 bis 2021 zur Verfügung gestellt. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst wies darauf hin, dass die Aufzeichnung darüber hinausgehender Informationen aus ihrer Sicht nicht erforderlich wäre.

Aufgrund der Vielzahl der von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in den Jahren 2016 bis 2021 veranlassten Werbeaufträge und Medienkooperationen war nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst eine Bekanntgabe dieser im Weg des vom StRH Wien zur Verfügung gestellten Formulars nicht möglich.

Da die Beantwortung der Fragen des Prüfungsersuchens mit den Aufzeichnungen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst nicht möglich war, ersuchte der StRH Wien die MA 53 - Presse- und Informationsdienst um Übermittlung der zum Abgleich der tatsächlichen Zahlungsbeträge der quartalsmäßigen Meldungen an die KommAustria von der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen erstellten SAP-Auswertungen.

Die SAP-Auswertungen wurden durch Filterung der Begriffe „MA 53“ und „MA53“ in einem Textfeld über alle Buchungskreise der Stadt Wien von der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen generiert. Nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte nicht sichergestellt werden, dass die korrekte Bezeichnung im Textfeld bei allen zutreffenden Geschäftsfällen erfolgte. Weiters wurden die genannten Begriffe von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst z.T. bei Aufträgen verwendet, die keine Medialeistungen darstellten (z.B. Agenturleistungen). Eine vollständige Durchsicht aller Buchungszeilen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst war dem StRH Wien angesichts des Datenumfangs nicht möglich.

Eine Gliederung der Aufträge in den SAP-Auswertungen nach Werbeaufträgen und Medienkooperationen war nicht möglich. Ebenso war daraus nicht ableitbar, ob diese Aufträge an die KommAustria

gemeldet worden waren. Ferner fehlte die Bezeichnung des jeweiligen Mediums. Außerdem war anzuführen, dass die Verbuchung je vergebenen Auftrages erfolgte und damit einzelne Schaltungen nicht zur Gänze auswertbar waren.

Weiters war anzumerken, dass in den SAP-Auswertungen z.T. auch Zahlungen für Schaltungen enthalten waren, bei welchen der Leistungszeitpunkt im 4. Quartal 2015 lag und die Zahlung erst 2016 erfolgte. Ebenso waren Zahlungen für Schaltungen, bei denen der Zeitpunkt der Leistungserbringung im 4. Quartal 2021 lag, nicht enthalten, wenn die Zahlung erst im Jahr 2022 erfolgte.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, eine detaillierte Darstellung der Werbeaufträge und Medienkooperationen für Dokumentationszwecke sicherzustellen.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst führt über die gesamten beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen vollständige Aufzeichnungen sowie Unterlagen nach den gesetzlichen Vorgaben und Vorschriften und konnte diese lückenlos im Zuge der Prüfung vorlegen. Dies betrifft sowohl die Aktenführung, die bis November 2022 in Papierform erfolgte, als auch die budgetäre Gebarung sowie die ordnungsgemäße Durchführung der Meldepflichten gemäß MedKF-TG. Auch der Gesetzgeber sieht beim MedKF-TG keine Unterscheidung in der Aktenführung zwischen Werbeaufträgen und Medienkooperationen vor, dies auch vor dem Hintergrund, dass Medienkooperationen genauso Werbeaufträge sind. Zudem ist auch seitens der KommAustria bei der Rechtsträger-Meldung in der Webschnittstelle keine Unterscheidung in Werbeaufträge oder Medienkooperationen vorgesehen. Vor diesem Hintergrund hat die MA 53 - Presse- und Informationsdienst im Gegensatz zu den Ausführungen des StRH Wien lediglich darauf hingewiesen, dass die Aufzeichnung darüber hinausgehender Informationen gesetzlich nicht vorgesehen ist.

Die Führung von zusätzlichen, nicht auf Basis von gesetzlichen Grundlagen oder sonstigen Vorschriften definierten Listen und Darstellungen für alle künftig potenziell auftretenden Fragestellungen würde nicht nur einen erheblichen zusätzlichen Verwaltungsaufwand bedeuten, sondern auch das Risiko in sich bergen, dass trotzdem nicht alle Fragen mit vertretbarem Verwaltungsaufwand beantwortet werden können. Daher wird die MA 53 - Presse- und Informationsdienst der Empfehlung nicht nachkommen.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Wie der StRH Wien in seinem Bericht ausführte, konnte von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst - im Gegensatz zu den weiteren geprüften Einrichtungen des gegenständlichen Prüfungsersuchens - keine für die Beantwortung der Fragen des Prüfungsersuchens erforderliche Detailübersicht der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen vorgelegt werden.

Eine Beantwortung der Fragen des Prüfungsersuchens war daher nur eingeschränkt über die aus der Betriebssoftware SAP erstellten Aufstellungen möglich.

Eine detaillierte, lückenlose Übersicht aller Werbeaufträge und Medienkooperationen konnte durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst trotz Anforderung durch den StRH Wien weder nach Werbeaufträgen und Medienkooperationen getrennt noch gesammelt vorgelegt werden. Wie der StRH Wien in seinem Bericht wiederholt ausführte, sah das MedKF-TG keine Trennung in Werbeaufträge und Medienkooperationen vor.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst angebotene Möglichkeit der Einsicht in alle Papierakten für die benötigte Darstellung der Werbeaufträge und Medienkooperationen war mit einem wirtschaftlichen vertretbaren Aufwand durch den StRH Wien nicht möglich.

Wie der StRH Wien im Bericht ausführte, legte die MA 53 - Presse- und Informationsdienst eine - nach ihren Angaben - vollständige Übersicht aller meldepflichtigen Werbeaufträge und Medienkooperationen vor. Diese wurden vom StRH Wien entsprechend im Bericht dargestellt.

Zur Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst betreffend die Führung vollständiger Aufzeichnungen sowie Unterlagen und der lückenlosen Vorlage dieser im Zuge der Prüfung verweist der StRH Wien auf die nachfolgenden Empfehlungen.

Die Datengrundmenge umfasste für die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in den Jahren 2016 bis 2021 abgewickelten Schaltungen (inkl. der Referatskredite) 18.682 Buchungszeilen (Zahlungen) mit einem Gesamtvolumen in der Höhe von 144,18 Mio. EUR. Diese Datengrundlage wurde auf Basis der o.a. SAP-Auswertungen erstellt.

Da einzelne Fragen des Prüfungsersuchens durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst aufgrund der fehlenden Datenlage nicht beantwortet werden konnten, stellte der StRH Wien in weiterer Folge die Ergebnisse zur MA 53 - Presse- und Informationsdienst sowie zu den sonstigen Einrichtungen getrennt dar.

Die 166 sonstigen Einrichtungen wurden in den nachfolgenden Darstellungen vom StRH Wien in folgende Kategorien eingeteilt:

- MAs ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst,
- Unternehmungen gemäß § 71 WStV,
- weisungsfreie Dienststellen und WTV,
- Beteiligungen sowie
- Stiftungen, Fonds und Anstalten.

Der Wiener Gesundheitsfonds war ein durch das Wiener Gesundheitsfonds-Gesetz 2017 errichteter öffentlich-rechtlicher Fonds, der nicht der Aufsicht der MA 62 - Wahlen und verschiedene Rechtsangelegenheiten als Wiener Stiftungs- und Fondsbehörde unterlag. Er wurde vom StRH Wien in diesem Bericht der Kategorie „weisungsfreie Dienststellen und WT“ zugeordnet. Der Wiener Gesundheitsfonds gab eine Leermeldung ab.

3.1.2 Bekannt gegebene Daten der sonstigen Einrichtungen

Die Datengrundmenge der sonstigen Einrichtungen in den Jahren 2016 bis 2021 umfasste 8.486 Bekanntgaben mit einem Gesamtvolumen in der Höhe von 50,19 Mio. EUR.

Die Durchsicht der bekannt gegebenen Daten durch den StRH Wien zeigte, dass z.T. Plakate, City Lights, Stellenausschreibungen und andere nicht als Werbeaufträge oder Medienkooperationen zu wertende Werbemaßnahmen enthalten waren. Die Bezeichnungen der Medien und Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber waren in den bekannt gegebenen Daten derart unterschiedlich angegeben, dass eine systematisierte Auswertung nicht erfolgen konnte. Die auf der Homepage der RTR-GmbH angeführten Bezeichnungen der Medien fanden nicht durchgängig Anwendung.

Obgleich vom StRH Wien im Abfrageformular in den Spalten „Werbeauftrag oder Medienkooperation“ und „Meldepflichtig ja/nein“ die entsprechenden Begriffe zum Auswählen (Drop-down-Listen) vorgegeben waren, wurden diese in vielen Fällen anders oder fehlerhaft befüllt. Teilweise wurden von den Einrichtungen Angaben vergessen, was aufgrund der Menge der eingelangten Meldungen zu wiederholten Nachfragen und Urgenzen des StRH Wien führte.

Viele Einrichtungen gaben die Ist-Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen als Budgetwerte an. Die Gespräche im Rahmen der Stichproben zeigten, dass dies wohl auf Missverständnisse betreffend die Begrifflichkeiten zurückzuführen war.

Eine Prüfung der Vollständigkeit der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen der Einrichtungen durch den StRH Wien war aufgrund des Datenumfangs und der Datenqualität nicht durchführbar.

3.2 Stichprobenziehung in der Grundgesamtheit der Werbeaufträge und Medienkooperationen

Der StRH Wien wählte in einem 2-stufigen Verfahren (bewusste Auswahl der Einrichtungen, bewusste Stichprobe innerhalb der in der 1. Stufe ausgewählten Einrichtungen) auf Grundlage der bekannt gegebenen Daten die Werbeaufträge und Medienkooperationen für eine detaillierte Prüfung aus.

Von den in der Grundgesamtheit enthaltenen 167 Einrichtungen gaben 51 Einrichtungen an, Werbeaufträge und Medienkooperationen im Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 in Auftrag gegeben zu haben. 115 Einrichtungen erteilten diesbezügliche Leermeldungen an den StRH Wien. Darin enthalten waren alle 44 in der Verwaltung der Stadt Wien stehenden - mehrheitlich sozialen - Stiftungen. Der Großteil der MAs gab ebenfalls Leermeldungen ab, da die Beauftragung von Werbeaufträgen bzw. Medienkooperationen im Regelfall in Form von Referatskrediten im Weg der MA 53 - Presse- und Informationsdienst vorgenommen wurde.

Nachfolgende Tabelle 1 enthält eine Auflistung der im 1. Schritt für eine detaillierte Prüfung ausgewählten Einrichtungen:

Für eine detaillierte Prüfung ausgewählte Einrichtungen

Ausgewählte Einrichtungen

MA

- MA 53 - Presse- und Informationsdienst
- MA 13 - Bildung und Jugend
- MA 33 - Wien leuchtet

Unternehmungen gemäß § 71 WStV

- Wien Kanal

weisungsfreie Dienststellen und WTV

- Wiener Tourismusverband

Beteiligungen

- ebswien kläranlage & tierservice Ges.m.b.H.
- Mobilitätsagentur Wien GmbH
- Prater Wien GmbH
- Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH
- Stadt Wien Kunst GmbH
- Stadt Wien Marketing GmbH
- Tanzquartier-Wien GmbH
- Wohnservice Wien Ges.m.b.H.

Stiftungen, Fonds und Anstalten

- Fonds für temporäres Wohnen in Wien
- Kuratorium für psychosoziale Dienste in Wien
- wohnfonds_wien fonds für wohnbau und stadterneuerung

Tabelle 1: Für eine detaillierte Prüfung ausgewählte Einrichtungen

Quelle: StRH Wien; Darstellung: StRH Wien

Diese Auswahl der Einrichtungen (s. Tabelle 1) umfasste 3 MAs, 1 Unternehmung, den WTV, 8 Beteiligungen und 3 Fonds. Generell wurde bei der Auswahl auf eine breite Streuung der Stichprobe über möglichst viele Themenbereiche geachtet. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst wurde infolge ihrer zentralen Funktion innerhalb der Stadt Wien und ihres Geschäftsumfangs in die Stichprobe aufgenommen. Die Auswahl der beiden anderen MAs sowie der Unternehmung Wien Kanal erfolgte anhand der Höhe der bekannt gegebenen Schaltungen und der Durchsicht dieser Daten. In der Kategorie weisungsfreie Dienststellen und WTV gab nur der WTV wesentliche Beträge an. Die 8 Beteiligungen wurden vor allem anhand der Höhe der bekannt gegebenen Beträge sowie aufgrund der Durchsicht der bekannt gegebenen Schaltungen ausgewählt. Von den 2 Anstalten Museen der Stadt Wien und Krankenfürsorgeanstalt der Bediensteten der Stadt Wien wurden im Verhältnis zur Gesamtsumme unwesentliche Beträge bekannt gegeben. Die Auswahl der 3 Fonds erfolgte anhand

der Höhe der bekannt gegebenen Schaltungen und aufgrund der Durchsicht der einzelnen Bekanntgaben.

Der StRH Wien unterzog in einem 2. Schritt 65 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst aus den SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen einer Einschau. Bei der Auswahl der Stichprobe fanden insbesondere die Berücksichtigung der Fragestellungen des Prüfungsersuchens (wie der Bezug auf die DIETRICH Medien-Gruppe) sowie die Betragshöhe Anwendung.

Die Stichprobenziehung der Werbeaufträge und Medienkooperationen in den sonstigen Einrichtungen wird in nachfolgender Tabelle 2 dargestellt:

Anzahl der ausgewählten Stichproben in den sonstigen Einrichtungen

Einrichtungen nach Kategorien	Einrichtungen	Einrichtungen mit abgegebenen Meldungen	ausgewählte Einrichtungen	Bekanntgaben aller Einrichtungen	Stichproben
MAs ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst	56	13	2	91	6
Unternehmungen gemäß § 71 WStV	3	3	1	464	10
weisungsfreie Dienststellen und WTV	8	2	1	785	41
Beteiligungen	37	23	8	4.666	170
Stiftungen, Fonds und Anstalten	62	10	3	2.480	79
Summe	166	51	15	8.486	306

Tabelle 2: Anzahl der ausgewählten Stichproben in den sonstigen Einrichtungen
 Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Von den bekannt gegebenen insgesamt 8.486 Schaltungen der sonstigen Einrichtungen (s. Tabelle 2) wurden im Rahmen der Stichproben 306 Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen aus den bereits zuvor ausgewählten 15 Einrichtungen einer detaillierten Prüfung unterzogen. Bei einer der beiden in die Stichprobe einbezogenen MAs wurde im Rahmen der Einschau vor Ort festgestellt, dass die an den StRH Wien bekannt gegebenen Aufträge nicht zu melden gewesen wären, da es sich um Agenturleistungen handelte. Demzufolge beziehen sich die nachfolgenden Feststellungen schlussendlich auf 14 Einrichtungen.

Im Rahmen der Stichproben prüfte der StRH Wien die Vollständigkeit der Dokumentation der ausgewählten Werbeaufträge und Medienkooperationen. Im Zuge der Prüfungshandlungen wurde bei Stichproben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst aufgrund der Höhe einzelner Beauftragungen weiters auf vergaberechtliche Themenstellungen eingegangen. Bei den sonstigen Einrichtungen waren vergaberechtliche Themenstellungen aufgrund der Ausgabenhöhe der Schaltungen bzw. der Art der Schaltungen nicht relevant.

Die weiteren Prüfungsschritte im Rahmen der stichprobenweisen Einschau betrafen die Vollständigkeit und Richtigkeit der an die KommAustria abgegebenen Meldungen. Dabei erfolgte ein Abgleich der bekannt gegebenen Daten des Jahres 2021 dieser einbezogenen Einrichtungen mit jenen der Open Data - Medientransparenzdatenbank der RTR-GmbH, da die dafür notwendigen Daten der Veröffentlichungen auf der Homepage der RTR-GmbH zum Prüfungszeitpunkt noch verfügbar waren (s. Punkt 2.1).

Der StRH Wien hielt dazu fest, dass alle der Prüfungspflicht des StRH Wien unterliegenden Dienststellen gemäß § 3 Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien, Unternehmungen gemäß § 71 WStV sowie jene - die gemäß § 73b Abs. 1 WStV von Organen der Gemeinde verwalteten und mit Rechtspersönlichkeit ausgestatteten - Fonds, Stiftungen und Anstalten sowie wirtschaftliche Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV unter die Meldepflicht an die KommAustria fielen.

Die inhaltliche Prüfung der stichprobenweise ausgewählten Werbeaufträge und Medienkooperationen erfolgte nach den Prüfungsgrundsätzen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit sowie Zweckmäßigkeit.

Aufgrund des Prüfungsumfanges des gegenständlichen Prüfungsersuchens und der vorgelegten Datenqualität lag der Schwerpunkt der Arbeit des StRH Wien auf der Erhebung, Erfassung und Aufbereitung der Daten. Detaillierte Prüfungshandlungen erfolgten in 15 Einrichtungen. In den Einrichtungen wurden insgesamt 371 Stichproben ausgewählt.

Ergänzend war festzuhalten, dass die entgeltlichen Beauftragungen für Werbeaufträge und Medienkooperationen, die nicht der gesetzlichen Bekanntgabepflicht unterlagen, durch den StRH Wien nur aufgrund der bekannt gegebenen Daten der Einrichtungen stichprobenweise überprüft werden konnten.

3.2.1 Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst

Der StRH Wien forderte für die ausgewählten Stichproben die zugrunde liegenden Unterlagen von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an. Diese bestanden im Regelfall aus Angebot, Vergabevermerk, Auftragsschreiben, Rechnung, Mediadaten, Sujet und Dokumentation des Leistungsnachweises.

Bezüglich der dem StRH Wien von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst zur Verfügung gestellten Unterlagen war anzumerken, dass im Betrachtungszeitraum Papierakten geführt wurden. Eine Umstellung auf die elektronische Aktenführung fand im November 2022 statt.

Die Prüfung der Vollständigkeit der übermittelten Unterlagen der Stichproben ergab, dass die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst vor der Vergabe von Aufträgen geführten Gespräche mit den jeweiligen Auftragnehmenden nicht dokumentiert wurden. Gleichfalls vermisste der StRH Wien eine ausreichende Dokumentation der in den Vergabevermerken von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst festgestellten Preisangemessenheit. Außerdem wären nach Ansicht des StRH Wien bei der Auswahl der Medien die diesbezüglichen Überlegungen nachvollziehbar zu dokumentieren (s. Punkt 5.2.1).

Wie bereits in Punkt 3.1.1 erwähnt, konnte anhand der SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen nicht zwischen Werbeaufträgen und Medienkooperationen unterschieden werden. Auch bei den von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an die KommAustria gemeldeten Schaltungen war eine Gliederung nach Werbeaufträgen und Medienkooperationen nicht vorgenommen worden. Diese war - wie bereits im Bericht ausgeführt - gesetzlich nicht vorgeschrieben.

Die Einschau in die 65 Stichproben zeigte, dass die MA 53 - Presse- und Informationsdienst neben den im MedKF-TG angeführten Begriffen zusätzlich den Begriff Advertorial verwendete.

Von den 65 Stichproben waren 39 Werbeaufträge und Medienkooperationen meldepflichtig. Die verbleibenden 26 Stichproben betrafen Beauftragungen in aperiodischen Medien bzw. Schaltungen unter der Bagatellgrenze. Die Prüfung der Stichproben des Jahres 2021 ergab, dass die betragliche Richtigkeit der gemeldeten Daten an die KommAustria gegeben war. Alle Stichproben betrafen außerdem meldepflichtige Werbeaufträge oder Medienkooperationen, womit die sachliche Richtigkeit gegeben war. Die zeitliche Richtigkeit (die richtige Zuordnung der Schaltungen anhand des Veröffentlichungsdatums zum betreffenden Quartal) war bei den Stichproben des Jahres 2021 ebenfalls feststellbar.

Die Ergebnisse der inhaltlichen Prüfung werden in den Punkten 4.4.1, 5.1.1, 5.2.1 sowie 6.2.1 angeführt.

3.2.2 Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben der sonstigen Einrichtungen

Zu den Stichproben der sonstigen Einrichtungen war generell festzuhalten, dass die Geschäftstätigkeit der Einrichtungen sowie die Organisation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen sehr unterschiedlich und damit die Grundgesamtheit und die in die Stichproben einbezogenen Schaltungen sehr inhomogen waren.

Positiv war durch den StRH Wien festzustellen, dass es in keiner der 306 Stichproben zu Beanstandungen hinsichtlich der vorgelegten Dokumentationen kam. Diese waren für den Zweck und Umfang

der Schaltungen ausreichend dokumentiert und bestanden im Regelfall aus Angebot, Rechnung und Sujet. Zusätzlich waren in manchen Stichproben den Dokumenten Aufzeichnungen zu Preislisten, Überlegungen zur Auswahl der Medien (u.a. Zielgruppenanalysen) und Evaluierungen angeschlossen.

Die betragliche Richtigkeit der gemeldeten Daten für das Jahr 2021 an die KommAustria war bei 11 Einrichtungen in allen Stichproben gegeben, bei den restlichen Einrichtungen nur teilweise. Dabei war festzustellen, dass diese Fehler in den meisten Stichproben auf die fehlende Herausrechnung der Werbeabgabe, von Rabatten oder Skonti zurückzuführen waren. Einer Einrichtung war das Erfordernis der Herausrechnung der Werbeabgabe nicht bekannt, demzufolge waren alle Schaltungen um die Werbeabgabe erhöht an die KommAustria gemeldet worden.

Die sachliche Richtigkeit der Meldungen für das Jahr 2021 war bei allen Stichproben gegeben. Das bedeutete, dass bei den gezogenen Stichproben ausschließlich Werbeaufträge und Medienkooperationen an die KommAustria gemeldet wurden.

Die zeitliche Richtigkeit (die richtige Zuordnung der Schaltungen anhand des Veröffentlichungsdatums zum betreffenden Quartal) war im Jahr 2021 bei 13 Einrichtungen in sämtlichen Stichproben gegeben.

Bezüglich der Ergebnisse der inhaltlichen Prüfung wird auf die Punkte 4.4.2, 5.1.2, 5.2.2 sowie 6.2.2 verwiesen.

4. Beantwortung der allgemeinen Fragestellungen

4.1 Gesamtausgaben für beauftragte Werbeaufträge und Medienkooperationen

Frage 1: *„Inserate in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Dienststellen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 beauftragt?“*

Frage 2: *„Medienkooperationen in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 vereinbart?“*

Eine Korrektur der im Rahmen der Prüfung der Stichproben festgestellten fehlerhaften Angaben der Einrichtungen hinsichtlich der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen sowie Budgets war vom StRH Wien in den nachfolgend angeführten Zahlen aufgrund der vorliegenden Datenqualität mit einem vertretbaren Aufwand nicht durchführbar.

4.1.1 Gesamtausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)

Eine Gliederung der Buchungen der SAP-Auswertungen nach Werbeaufträgen und Medienkooperationen war aufgrund der bereits in Punkt 3.1.1 erwähnten Umstände nicht möglich.

Die nachfolgende Tabelle 3 zeigt die jährlichen Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen basierend auf den SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)

Jahr	Werbeaufträge und Medienkooperationen
2016	25,78
2017	23,67
2018	19,88
2019	19,76
2020	28,70
2021	26,39
Summe	144,18

Tabelle 3: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)

Quelle: MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (s. Tabelle 3) sanken von 25,78 Mio. EUR im Jahr 2016 auf 19,76 Mio. EUR im Jahr 2019. Die deutlich geringeren Summen in den Jahren 2018 und 2019 waren nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst auf unterschiedliche Kommunikationserfordernisse und damit einhergehend auf die Kürzung der Kommunikationsbudgets zurückzuführen. Detailliertere Informationen dazu wurden dem StRH Wien nicht zur Verfügung gestellt. Im Jahr 2020 stiegen die Ausgaben auf 28,70 Mio. EUR und sanken danach im Jahr 2021 auf 26,39 Mio. EUR. Diese Entwicklung war lt. MA 53 - Presse- und Informationsdienst darauf zurückzuführen, dass ab dem Jahr 2020 insbesondere die COVID-19-Pandemie und im Jahr 2020 zusätzlich die Informationsmaßnahmen zur Gemeinderatswahl die Auswahl der Kommunikationsaktivitäten und damit die Höhe der Ausgaben beeinflussten.

4.1.2 Gesamtausgaben der sonstigen Einrichtungen

Zur Beantwortung der Fragen 1 und 2 des Prüfungsersuchens wurden in der nachfolgenden Tabelle 4 die Gesamtausgaben in den Jahren 2016 bis 2021 für Werbeaufträge und Medienkooperationen gegliedert nach Einrichtungskategorien dargestellt (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
MAs ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst	0,17	0,04	0,22
Unternehmungen gemäß § 71 WStV	2,00	3,44	5,44
weisungsfreie Dienststellen und WTV	2,94	2,91	5,85
Beteiligungen	21,20	1,79	23,00
Stiftungen, Fonds und Anstalten	15,59	0,10	15,69
Summe	41,90	8,29	50,19

Tabelle 4: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen

Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in den Jahren 2016 bis 2021 der sonstigen Einrichtungen betragen insgesamt 50,19 Mio. EUR. Diese untergliederten sich in 41,90 Mio. EUR für Werbeaufträge und 8,29 Mio. EUR für Medienkooperationen. Der Hauptanteil der Gesamtausgaben entfiel mit 23,00 Mio. EUR bzw. 45,8 % auf die Beteiligungen sowie mit 15,69 Mio. EUR bzw. 31,3 % auf die Stiftungen, Fonds und Anstalten. Die Ausgaben der weisungsfreien Dienststellen und des WTV in den Jahren 2016 bis 2021 lagen bei 5,85 Mio. EUR bzw. 11,7 %, die der Unternehmungen gemäß § 71 WStV bei 5,44 Mio. EUR bzw. 10,8 %. Auf die MAs ohne die MA 53 - Presse- und Informationsdienst entfielen 0,22 Mio. EUR bzw. 0,4 %.

In der nachfolgenden Tabelle 5 werden die o.a. Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen nach Kategorien jeweils für die Jahre 2016 bis 2021 dargestellt (Beträge in EUR):

Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen nach Jahren

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
MAs ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst			
2016	47.520,37	6.500,00	54.020,37

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
2017	1.930,00	18.100,00	20.030,00
2018	60.981,20	13.500,00	74.481,20
2019	16.491,00	2.545,70	19.036,70
2020	14.533,00	990,18	15.523,18
2021	33.422,60	3.154,00	36.576,60
Summe	174.878,17	44.789,88	219.668,05
Unternehmungen gemäß § 71 WStV			
2016	481.719,35	56.394,25	538.113,60
2017	227.375,18	38.823,99	266.199,17
2018	312.354,92	36.113,52	348.468,44
2019	371.820,39	814.693,15	1.186.513,54
2020	376.730,94	1.158.832,33	1.535.563,27
2021	229.244,98	1.332.814,89	1.562.059,87
Summe	1.999.245,76	3.437.672,13	5.436.917,89
weisungsfreie Dienststellen und WTV			
2016	289.104,95	659.745,00	948.849,95
2017	276.441,01	689.693,99	966.135,00
2018	322.936,44	616.144,99	939.081,43
2019	346.359,75	485.070,00	831.429,75
2020	1.114.806,45	189.166,59	1.303.973,04
2021	587.080,31	272.378,63	859.458,94
Summe	2.936.728,91	2.912.199,20	5.848.928,11
Beteiligungen			
2016	3.954.051,33	213.617,87	4.167.669,21
2017	3.040.168,05	196.567,23	3.236.735,27
2018	3.391.172,36	242.994,32	3.634.166,68

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
2019	3.587.488,74	516.556,38	4.104.045,12
2020	3.211.269,92	322.715,17	3.533.985,09
2021	4.020.442,95	298.682,83	4.319.125,78
Summe	21.204.593,34	1.791.133,81	22.995.727,15
Stiftungen, Fonds, Anstalten			
2016	2.845.165,50	6.000,00	2.851.165,50
2017	3.221.713,01	15.043,33	3.236.756,34
2018	1.847.232,76	19.636,00	1.866.868,76
2019	2.922.346,86	32.009,00	2.954.355,86
2020	1.639.589,53	16.900,00	1.656.489,53
2021	3.112.449,54	12.000,00	3.124.449,54
Summe	15.588.497,21	101.588,33	15.690.085,54

Tabelle 5: Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen nach Jahren

Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Zur Tabelle 5 war anzuführen, dass die Beauftragungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen im Regelfall in Form von Referatskrediten über die MA 53 - Presse- und Informationsdienst erfolgten und damit die Ausgaben in den einzelnen MAs in den Jahren relativ gering waren. Im Betrachtungszeitraum wurden dem StRH Wien irrtümlich z.B. Werbeschaltungen für Stellenangebote für Ärztinnen bzw. Ärzte und im Jahr 2018 eine Werbekampagne (Poster, Flyer etc.) gemeldet. Diese zählen nicht zu den Werbeaufträgen und Medienkooperationen, sind aber in den o.a. Beträgen enthalten.

Bei den Unternehmungen gemäß § 71 WStV stiegen die Ausgaben in den Jahren 2016 bis 2021 um 1,02 Mio. EUR. Dies war insbesondere in den Jahren 2019 und 2021 auf die Beauftragung von Schaltungen des Wiener Gesundheitsverbundes im Zusammenhang mit der Bewerbung von „Berufsmöglichkeiten im Wiener Krankenanstaltenverbund“, „Gesunde Karriere“ und „Pflegeausbildung“ sowie in den Jahren 2020 und 2021 im Zusammenhang mit der COVID-19-Pandemie zurückzuführen.

Bei den weisungsfreien Dienststellen und WTV betragen die Ausgaben im Jahr 2016 0,95 Mio. EUR. Diese erhöhten sich im Jahr 2017 auf 0,97 Mio. EUR, sanken im Jahr 2019 auf 0,83 Mio. EUR und

stiegen im Jahr 2020 auf 1,30 Mio. EUR. Dieser Anstieg im Jahr 2020 betraf den WTV und war insbesondere mit der verstärkten Bewerbung der Vienna City Card innerhalb Österreichs zu begründen. Im Jahr 2021 verminderten sich die Ausgaben auf 0,86 Mio. EUR.

Bei den Ausgaben der Beteiligungen - dazu zählten u.a. die Stadt Wien Marketing GmbH, die Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH oder die Wohnservice Wien Ges.m.b.H. - lag die Schwankungsbreite der Gesamtausgaben zwischen 3,24 Mio. EUR im Jahr 2017 und 4,32 Mio. EUR im Jahr 2021.

Die Stiftungen, Fonds, Anstalten gaben im Jahr 2020 mit 1,66 Mio. EUR am wenigsten und im Jahr 2021 mit 3,12 Mio. EUR am meisten für Werbeaufträge und Medienkooperationen aus.

4.2 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen

Frage 3: „Welche Inserate (entgeltliche Einschaltungen usw.) wurden insgesamt in welcher Gesamthöhe nicht in die Medientransparenzdatenbank der RTR eingemeldet?“

4.2.1 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)

Der StRH Wien berechnete die in der untenstehenden Tabelle 6 angegebenen Beträge aus den Jahressummen der SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen (s. Punkt 4.1.1) abzüglich der, von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, an die KommAustria gemeldeten Jahressummen (Beträge in Mio. EUR). Auf die in Punkt 3.1.1 dargestellten Einschränkungen der SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen war hinzuweisen.

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)

Jahr	Werbeaufträge und Medienkooperationen	nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen zur Gesamtsumme in %
2016	2,97	11,5
2017	6,01	25,4
2018	5,18	26,1
2019	0,59	3,0
2020	4,51	15,7

Jahr	Werbeaufträge und Medienkooperationen	nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen zur Gesamtsumme in %
2021	2,20	8,3
Summe	21,46	14,9

Tabelle 6: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite)
Quelle: MA 53 - Presse- und Informationsdienst, MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

4.2.2 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen

Die nachfolgende Tabelle 7 zeigt die nicht an die KommAustria von den sonstigen Einrichtungen in den Jahren 2016 bis 2021 gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen sowie das prozentuelle Verhältnis zur Gesamtsumme der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen (Beträge in Mio. EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen

Einrichtungen	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe	nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen zur Gesamtsumme in %
MAs ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst	0,12	0,04	0,16	75,1
Unternehmungen gemäß § 71 WStV	0,19	0,18	0,37	6,7
weisungsfreie Dienststellen und WTV	1,82	0,74	2,57	43,9
Beteiligungen	5,42	0,45	5,87	25,5

Einrichtungen	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe	nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen zur Gesamtsumme in %
Stiftungen, Fonds und Anstalten	6,35	0,05	6,40	40,8
Summe	13,91	1,46	15,37	30,6

Tabelle 7: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen
 Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie die Tabelle 7 zeigt, wurden von den sonstigen Einrichtungen in Summe 15,37 Mio. EUR oder 30,6 % der Werbeaufträge und Medienkooperationen nicht an die KommAustria gemeldet. Im Detail entfielen auf den Fonds Soziales Wien 4,74 Mio. EUR oder 74,1 % der von den Stiftungen, Fonds und Anstalten nicht gemeldeten Werbeaufträgen und Medienkooperationen in der Höhe von 6,40 Mio. EUR. Von den geprüften Beteiligungen wurden 1,82 Mio. EUR oder 31,0 % von der Stadt Wien Marketing GmbH und 1,44 Mio. EUR oder 24,6 % von der Wohnservice Wien Ges.m.b.H. nicht gemeldet.

Wie bereits in den normativen Grundlagen unter Punkt 2.1 ausgeführt, waren Werbeaufträge und Medienkooperationen gemäß MedKF-TG bei Schaltungen in aperiodischen Medien nicht zu melden. Gleichfalls nicht gemeldet werden mussten Werbeaufträge und Medienkooperationen in periodischen Medien, wenn die Gesamthöhe des Entgelts für die Schaltungen eines Rechtsträgers nicht mehr als 5.000,- EUR im Quartal pro Medium betrug.

Der StRH Wien wertete daher die von den sonstigen Einrichtungen bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen bis 5.000,- EUR und der Angabe „nicht meldepflichtig“ aus. Diese Schaltungen unter der Bagatellgrenze umfassten in den Jahren 2016 bis 2021 4.206 Meldungen mit einem Betrag in der Höhe von 6,63 Mio. EUR. Diese Summe entsprach 43,1 % der von den sonstigen Einrichtungen nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 15,37 Mio. EUR. Der Anteil der Schaltungen unter der Bagatellgrenze betrug 13,2 % der von den sonstigen Einrichtungen insgesamt bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 50,19 Mio. EUR.

4.3 Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen

Frage 4: „Wie hoch beläuft sich jeweils das jährliche Inseratenbudget der Stadt Wien, ihrer Unternehmen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und Stiftungen?“

4.3.1 Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst

Das Budget der MA 53 - Presse- und Informationsdienst war Bestandteil der durch Gemeinderatsbeschlüsse genehmigten Voranschläge der Stadt Wien der Jahre 2016 bis 2021. Die Budgets der MA 53 - Presse- und Informationsdienst wurden auf dem Ansatz 0150 - Information und Öffentlichkeitsarbeit ausgewiesen. Die auf diesem Ansatz veranschlagten Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen waren in den Kontengruppen 728 (Entgelt für sonstige Leistungen) und 729 (Sonstige Aufwendungen) enthalten, bildeten aber nur eine Teilmenge dieser finanziellen Mittel. Eine weitere Unterteilung (Manualaufteilung) dieser Kontengruppen in Werbeaufträge und Medienkooperationen wurde nicht getroffen. Die der MA 53 - Presse und Informationsdienst bereitgestellten Referatskredite anderer Dienststellen wurden auf den Haushaltsstellen bzw. Ansätzen der jeweils anordnungsbefugten Dienststellen ausgewiesen.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gab an, dass kein gesondertes „Inseratenbudget“, sondern ein Globalbudget für Informations- und Kommunikationsmaßnahmen erstellt wurde. Die Entscheidung, ob und in welcher Höhe werbliche Maßnahmen im Sinn von entgeltlichen Schaltungen beauftragt werden, werde in Abhängigkeit vom Kommunikationsziel und den Zielgruppen jeweils projektbezogen getroffen.

Die Frage 4 konnte vom StRH Wien mangels konkretem Ausweis in den Voranschlägen der Stadt Wien sowie mangels weiterer Unterlagen bzw. Angaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst somit nicht beantwortet werden.

4.3.2 Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen

Hinsichtlich der Frage 4 wird auf die bereits in Punkt 3.1.2 erwähnten möglichen Falschmeldungen aufgrund von Missverständnissen bei den Begriffen hingewiesen.

Die von den Einrichtungen bekannt gegebenen Budgets zeigt untenstehende Tabelle 8 (Beträge in Mio. EUR):

Jährliche Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen

Einrichtungen nach Kategorien	2016	2017	2018	2019	2020	2021
MAs ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst	0,03	0,01	0,07	0,02	0,01	0,04
Unternehmungen gemäß § 71 WStV	0,53	0,27	0,35	1,19	1,54	1,57
weisungsfreie Dienststellen und WTV	0,25	0,21	0,54	0,80	1,55	0,51
Beteiligungen	3,66	3,19	3,58	4,03	3,47	4,26
Stiftungen, Fonds und Anstalten	2,88	3,22	1,87	2,95	1,52	2,98
Summe	7,35	6,90	6,41	8,99	8,10	9,36

Tabelle 8: Jährliche Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen
 Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Beteiligungen (s. Tabelle 8) gaben für den Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 ein Gesamtbudget in der Höhe von 22,19 Mio. EUR, die Stiftungen, Fonds und Anstalten in der Höhe von 15,42 Mio. EUR, die Unternehmungen gemäß § 71 WStV in der Höhe von 5,45 Mio. EUR, die weisungsfreien Dienststellen und WTV in der Höhe von 3,87 Mio. EUR und die MAs ohne MA 53 - Presse- und Informationsdienst in der Höhe von 0,18 Mio. EUR an.

4.4 Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der Mittelverwendung

Frage 5: „Wie ist diese Mittelverwendung hinsichtlich der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit zu bewerten?“

Nach dem Grundsatz der Sparsamkeit sind gemäß internationaler Prüfungsstandards die eingesetzten Mittel zu minimieren und die von der geprüften Stelle für ihre Tätigkeit eingesetzten Ressourcen fristgerecht in der angemessenen Menge bzw. Qualität sowie zum günstigsten Preis zur Verfügung zu stellen. Beim Grundsatz der Wirtschaftlichkeit ist mit den verfügbaren Mitteln ein möglichst hoher

Nutzen zu erzielen. Es geht dabei um die Optimierung des Verhältnisses zwischen Mitteleinsatz und erreichten Ergebnissen gemessen an Quantität, Qualität und Zeitpunkt der erbrachten Leistungen.

Der im Regelfall übliche Drittvergleich für die Angemessenheit von Leistungsentgelten ist als Maßstab der Wirtschaftlichkeit bei der Beauftragung von Medien mitunter nicht anwendbar, da die Schaltung in einem gewünschten Medium oftmals nur von einer Medieninhaberin bzw. einem Medieninhaber als einzigartige Leistung erbracht werden kann. So wäre eine Schaltung in einem Medium zu einem niedrigeren Preis als in einem Konkurrenz-Medium als unwirtschaftlich zu beurteilen, wenn damit die Zielgruppe nicht oder nur in einem ungenügenden Ausmaß erreicht werden kann.

Für eine qualifizierte Bewertung der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit von Werbeaufträgen und insbesondere von Medienkooperationen wäre aus Sicht des StRH Wien im Vorfeld der Beauftragung eine Analyse hinsichtlich der Ausgangssituation unerlässlich. Darüber hinaus wären die Ziele, die Zielgruppen, ein gesondertes Budget etc. festzulegen. Nach Abschluss einer Kampagne bzw. nach Erscheinen einer Beilage könnten die Erkenntnisse aus Befragungen für künftige Beauftragungen herangezogen werden. Ferner wäre zu überprüfen, ob der Informationsbedarf - insbesondere wenn die Zielgruppe etwa in Wien lebende Personen beträfe - nicht teilweise über die eigenen Kanäle, wie z.B. die Zeitung „MEIN WIEN“, den offiziellen Internetauftritt der Stadt Wien, die Stadt Wien-App, Pressekonferenzen oder über den WienBot vermittelbar wären. Ebenso wäre eine lückenlose Dokumentation von der Geschäftsanbahnung bis zur Abrechnung der Werbeaufträge und Medienkooperationen zu erstellen.

Eine in der Medienbranche etablierte und von einigen geprüften Einrichtungen zur Vergleichbarkeit von Preisen herangezogene Kennzahl war der Tausend-Kontakt-Preis. Dieser gibt den Preis für die Erreichung von 1.000 Sichtkontakten an. Der Tausend-Kontakt-Preis variierte sehr stark in Abhängigkeit der verwendeten Medien. Die Einschau des StRH Wien in 2 geprüfte Einrichtungen zeigte, dass sich der Tausend-Kontakt-Preis beispielsweise bei Online-Plattformen auf 1,94 EUR bis zu 200,- EUR im Rahmen von Live-Streams einer Veranstaltung belief.

Schaltungen auf Social-Media-Plattformen wiesen eine vergleichsweise hohe Reichweite sowie eine hohe Anzahl an Impressionen auf. Dennoch zeigte sich in einem Fall, dass die Resonanz (das Erreichen eines bestimmten Verhaltens) sehr gering war. Zum Tausend-Kontakt-Preis war außerdem kritisch anzuführen, dass nicht unterschieden wird, wie oft dieselben Personen etwa einen Livestream aufriefen bzw. wie oft dieselben Personen den Webauftritt eines Mediums aufriefen oder ob diese einen Spot wahrgenommen hatten. Dennoch war aus Sicht des StRH Wien der Tausend-Kontakt-Preis - insbesondere in Kombination mit weiteren Kennzahlen und Wirksamkeitsanalysen - ein geeignetes Instrument, um Anhaltspunkte für die Vergleichbarkeit von Medienplattformen bzw. Werbeformen zu erhalten. Für den Großteil der geprüften Einrichtungen stand die Vermittlung von Handlungs- und Verhaltensempfehlungen (z.B. dass kein Öl in die Toilette geschüttet werden soll) oder von Sachinformationen (z.B. die Bewerbung einer neuen Hotline) im Vordergrund und daher wurde auf den Tausend-Kontakt-Preis für die Bewertung der Wirtschaftlichkeit ihrer Werbeaufträge und Medienkooperationen zurückgegriffen.

Die geprüften Einrichtungen verwendeten darüber hinaus Kennzahlen wie Cost-Per-Click und Click-Through-Rate. Die Kennzahl Cost-Per-Click gibt an, wie hoch der Preis für einen Klick auf eine Anzeige einer bzw. eines Werbetreibenden ist und die Click-Through-Rate zeigt das Verhältnis von Klicks auf eine Anzeige zu der Gesamtzahl der Impressionen auf. Zur Beurteilung der Wirtschaftlichkeit einer Werbeanzeige wurde ferner auf Kennzahlen wie z.B. Cost Per Add To Cart (Preis pro in einen Warenkorb gelegtes Produkt) oder Cost Per Purchase (Preis pro tatsächlich getätigter Bestellung) zurückgegriffen. Diese Messmethoden eigneten sich für Einrichtungen, welche dezidiert Produkte verkaufen oder eine Marke bewarben.

Zur Werbung auf Online-Plattformen war generell auszuführen, dass bei ausschließlich wirtschaftlicher und sparsamer Betrachtungsweise und in Zeiten fortschreitender Digitalisierung sowie steigender Internetnutzung in Österreich für die Vermittlung von Informationen hauptsächlich auf Online-Plattformen zurückzugreifen wäre. Hierbei besteht die Gefahr, dass einerseits bestimmte Bevölkerungsgruppen bzw. Zielgruppen gar nicht oder nur noch schwer erreicht werden und es zu Manipulationen der Kennzahlen (z.B. durch das künstliche Erzeugen von Ad Impressions durch Bots) kommen kann.

Die Bewertung der Wirtschaftlichkeit wird außerdem durch die oftmals nicht eindeutige Bestimmbarkeit des Zielerreichungsgrades erschwert. Allfällige Bewusstseins- oder Verhaltensveränderungen bei der Zielgruppe sind vor allem abseits der Online-Werbung kaum einer bestimmten Werbemaßnahme unmittelbar zuordenbar, da zumeist mehrere Medien oder ein direkter Meinungs-austausch zwischen Menschen die Meinungsbildung beeinflussen. Vor allem der Werbegewinn (der durch die Werbemaßnahme bedingte Mehrumsatz abzüglich des Werbungsaufwandes) ist eine Beurteilungsgröße, die üblicherweise nur geschätzt werden kann, da die Zurechnung von Umsatzsteigerungen einzelner Werbemaßnahmen nur sehr eingeschränkt möglich ist. Generell war festzustellen, dass die Wirksamkeit von Schaltungen in elektronischen Medien (durch Auswertungen von Zugriffszahlen, Verweildauern etc.) nach Ansicht des StRH Wien einfacher zu evaluieren war als im Printbereich sowie bei Spots in TV und Hörfunk.

Der StRH Wien erachtete es als Grundvoraussetzung für eine sparsame Gebarung bei der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen, darauf zu achten, dass ein Zusammenhang mit der Tätigkeit der Einrichtung sowie ein entsprechender Informationsbedarf besteht. Die Beurteilung, ob bereits eine ausreichende Information der relevanten Zielgruppe gegeben war, setzt jedoch eine im Vorfeld zu dieser Thematik zu erstellende Analyse voraus.

Der StRH Wien verwies abschließend darauf, dass grundsätzliche Aussagen zur Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der vorgenommenen Schaltungen aufgrund der durch den Prüfungsumfang bedingten Heterogenität der Einrichtungen kaum möglich waren und nur einzelne Feststellungen im Rahmen der Prüfung der Stichproben getroffen werden konnten.

4.4.1 Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der MA 53 - Presse- und Informationsdienst

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst steuerte seit dem Jahr 2018 nach eigenen Angaben ihre Werbeaufträge und Medienkooperationen über die jährliche Grobthemenplanung innerhalb der Rahmenkommunikationspläne. Die darin enthaltenen Themenplanungen wurden anhand der aktuellen Geschehnisse und Informationserfordernisse laufend angepasst. Dies erfolgte in wöchentlichen Jours fixes zur Kampagnenplanung. Für die Durchführung der Kampagnen legte die MA 53 - Presse- und Informationsdienst dem StRH Wien eine ausführliche Prozessbeschreibung und ein Prozessdiagramm vor.

Zur Messung der Sparsamkeit führte die MA 53 - Presse- und Informationsdienst aus, dass sich diese aus der erzielten Wirksamkeit und Zweckmäßigkeit in Kombination mit den erzielten Rabatten im Verhältnis zu den Auflagenzahlen und dem Tausend-Kontakt-Preis ergäbe. Darüber hinaus ließe sich die Sparsamkeit im Online- bzw. Digital-Bereich mittels programmatischer Bewerbung optimieren.

Die Prüfung der Stichproben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst durch den StRH Wien ergab Rabatte von 12 % bis 67 %. In 32 der 65 Stichproben war kein Rabatt vereinbart worden. Hiezu war anzumerken, dass Rabatte bei Medienkooperationen und Advertorials gemäß Angaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst nicht üblich wären. In 5 Stichproben beauftragte die MA 53 - Presse- und Informationsdienst in den Jahren 2016, 2017, 2020 und 2021 Medienkooperationen bzw. Advertorials in einem Magazin, dessen Medieninhaberin eine Tochtergesellschaft der DIETRICH Medien-Gruppe war. Die Durchsicht der Mediadaten dieses Magazins zeigte, dass diese einen Staffelpreis ab einem gewissen „Buchungswert“ anboten. Dieser Rabatt wurde von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in keiner der Stichproben abgezogen. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst führte diesbezüglich aus, dass es sich beim bezahlten Preis um einen Sonderpreis handeln würde, da Zusatzleistungen (wie Produktionskosten) des Verlages nicht in Rechnung gestellt wurden. Da eine Substitution der Staffelpreise - die als Mengenrabatte grundsätzlich aufgrund der Höhe der Abnahmemenge bzw. bei Erreichen eines definierten Jahresumsatzes gewährt werden - durch einen Sonderpreis nicht dokumentiert war, war diese Erklärung für den StRH Wien nicht überprüfbar.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, beim Abweichen von Rabattstrukturen lt. Mediadaten die Vorgehensweise zu dokumentieren.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die Mediadaten enthalten in der Regel ausschließlich Preise für Schaltungen mit beigestellten Werbemitteln. Bei Medienkooperationen oder auch Advertorials, die vom Auftragnehmer gestaltet werden, müssen die Preise gesondert im Einzelfall verhandelt werden. Hier kommen die Mediadaten lediglich im Zuge der Preisprüfung als Orientierungspunkt zur Anwendung. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst hat nie behauptet, dass Rabatte bei Medienkooperationen und Advertorials nicht üblich sind, sondern darauf hingewiesen, dass es sich im konkreten Fall um einen Sonderpreis gehandelt hat und die Preise lt. Mediadaten daher auch keine Anwendung gefunden haben. Die Empfehlung des StRH Wien zielt daher ins Leere und wird daher auch nicht aufgegriffen.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Der StRH Wien führte in seinem Bericht aus, dass in den Mediadaten des gegenständlichen Magazins Staffel-Rabatte ab bestimmten jährlichen Buchungen angeboten wurden.

Der StRH Wien blieb bei seiner Empfehlung, dass beim Abweichen von angebotenen Rabattstrukturen im Sinn der Nachvollziehbarkeit eine Dokumentation erforderlich erscheint.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gab weiters an, dass die Wiener Mediendiskursstudie (s. Punkt 5.2.1) als Grundlage für die Wertung der Zielerreichung herangezogen wurde. Die in der Zielgruppe erhobene Nutzung eines Mediums wird dabei mit der Anzahl an Schaltungen im jeweiligen Medium multipliziert und auf die Wiener Bevölkerung hochgerechnet. Dadurch können für die Mediengattungen jeweils Durchschnittswerte kalkuliert werden. Im Online-Bereich hingegen würden unmittelbare, quantitative Zahlen wie Zugriffszahlen, Verweildauer, Seitenaufrufe, Downloads zur genauen Messung der Wirksamkeit herangezogen werden.

Aus dem von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst jährlich publizierten Jahresbericht der Stadtkommunikation war ersichtlich, dass bei der Beauftragung größerer Kampagnen weiterführende Informationen wie Zielgruppen, Ziele etc. im Bericht angeführt waren. Bei der Beauftragung von Medienkooperationen außerhalb von Kampagnen vermisste jedoch der StRH Wien die oben beschriebenen Wirksamkeitsanalysen sowie Dokumentationen.

Der StRH Wien setzte bei der Beurteilung der Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit auch die Einhaltung vergaberechtlicher Grundsätze voraus. Der StRH Wien unterzog in diesem Zusammenhang 8 der DIETRICH Medien-Gruppe zurechenbare Medienkooperationen, welche die Direktvergabeschwelle gemäß BVergG 2006 bzw. BVergG 2018 von 100.000,- EUR überschritten, einer vertieften Einschau.

Ein von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst am 9. Juli 2012 in Auftrag gegebenes externes Gutachten führte hinsichtlich der Beauftragung von Medienkooperationen aus, unter welchen Voraussetzungen diese Aufträge *„soweit sie nicht überhaupt vom Anwendungsbereich des BVergG ausgenommen sind - im Rahmen weniger transparenter Vergabeverfahren, insbesondere im Rahmen eines Verhandlungsverfahrens ohne vorherige Bekanntmachung mit bloß einem Unternehmer oder im Rahmen einer Direktvergabe“* vergeben werden können.

Das Rechtsgutachten führte zu Medienkooperationen aus, dass die MA 53 - Presse- und Informationsdienst grundsätzlich lediglich die Wahl hätte, ob sie eine aus Eigeninitiative von einem Medienunternehmen angebotene Medienkooperation annimmt oder nicht. Da die Möglichkeit, *„eine vergleichbare Medienkooperation zum selben Thema bzw. Themenkreis mit einem anderen Medienunternehmen einzugehen“* zu diesem Zeitpunkt nicht besteht, wäre davon auszugehen, *„dass nur ein Unternehmer aus technischen Gründen bzw aufgrund von Ausschließlichkeitsrechten“* in der Lage wäre, die angestrebte Medienkooperation zu diesem Zeitpunkt zu erfüllen.

Da eine einschlägige Rechtsprechung fehlte, empfahl das Gutachten abschließend in Zweifelsfällen und insbesondere im Oberschwellenbereich eine freiwillige ex ante Bekanntmachung der Zuschlagsentscheidung vorzunehmen. Der StRH Wien konnte der Argumentation des Gutachtens folgen. Die Einschau des StRH Wien in die Stichproben ergab, dass keine Beauftragung im Oberschwellenbereich erfolgte.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst legte dem StRH Wien für die im Rahmen der Stichprobe eingesehenen Beauftragungen Vergabevermerke vor. Diese enthielten den Auftragsgegenstand, die Auftragnehmerin bzw. den Auftragnehmer, den geschätzten Auftragswert sowie eine Begründung für die Wahl dieses Verfahrens. In den Begründungen der Stichproben wurde u.a. festgehalten, dass gemäß § 30 Abs. 2 Z 2 BVergG 2006 mit jener Bieterin bzw. jenem Bieter verhandelt wurde, welche bzw. welcher die notwendigen Anforderungen bzgl. Zielgruppe, Reichweite und Erscheinungstermin für die Erreichung des *„angestrebten Informationsergebnisses“* erfüllen konnte. Daraus ergab sich, dass als Verfahrenstyp das Verhandlungsverfahren ohne vorherige Bekanntmachung gewählt wurde. Weiters wurde angegeben, dass der Preis angemessen erschien.

Der StRH Wien konnte aus den Vergabevermerken nicht ableiten, welche Schritte gesetzt wurden, um die Erreichung des *„angestrebten Informationsergebnisses“* zu überprüfen. Außerdem konnte die Prüfung der Preisangemessenheit mangels Dokumentation nicht nachvollzogen werden. Die Prüfung einer Stichprobe zeigte weiters, dass das Angebot erst nach der Beauftragung ausgestellt wurde. Der StRH Wien vermisste in diesem Zusammenhang eine transparente und nachvollziehbare Dokumentation der Vergaben (s. dazu Punkt 5.2.1).

4.4.2 Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der sonstigen Einrichtungen

Im Zuge der vor Ort geführten Gespräche mit den geprüften Einrichtungen hinterfragte der StRH Wien unterschiedliche Gesichtspunkte, die für die Beurteilung der Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit der vorgenommenen Werbeaufträge und Medienkooperationen herangezogen werden können. Dabei wurde bei den stichprobenweisen geprüften Einrichtungen die Budgetplanung, allfällige Prozessbeschreibungen, die Einholung von Rabatten, die Kriterien für die Auswahl der geeigneten Medien und die Zielgruppendefinitionen hinterfragt.

Dazu war festzustellen, dass lediglich 4 Einrichtungen eine dezidierte Prozessbeschreibung für die Beauftragung und Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen hatten. 1 Einrichtung erließ aufgrund der Einschau des StRH Wien noch während der Prüfung eine eigene Prozessbeschreibung für Werbeaufträge und Medienkooperationen. 4 Einrichtungen legten allgemeine Beschaffungsrichtlinien, Vergaberichtlinien o.ä. Richtlinien vor. Die restlichen Einrichtungen hatten keine schriftlichen Vorgaben, wobei dies meist mit dem geringen Werbevolumen begründet wurde. Der StRH Wien war der Meinung, dass eine dezidierte Prozessbeschreibung dazu beitragen konnte, Fehler bei der Abrechnung und Meldung der Daten an die KommAustria zu verhindern und ein einheitliches und wirtschaftliches Vorgehen, vor allem bei der Auswahl der geeigneten Medien, zu fördern.

Die Einrichtungen orientierten sich nach deren Angaben an Kennzahlen wie Auflagen, Reichweiten, Zielgruppendefinitionen und Zielgruppenaffinitäten, Zugriffszahlen usw., um Streuverluste zu vermeiden. Vereinzelt lagen den Kampagnen Mediaplanungen zugrunde. Diese Zielgrößen bzw. Instrumente wurden vor allem von größeren Einrichtungen genutzt. Inwieweit die genannten Kennzahlen bei der Auswahl der Medien herangezogen wurden, war in den Stichprobenakten nicht durchgängig dokumentiert. Darüber hinausgehende Analysen zur Auswahl der Medien lagen nicht vor. Der StRH Wien sah eine Dokumentation der bei der Auswahl der Medien herangezogenen Kennzahlen und die diesbezüglichen Überlegungen sowie die Durchführung von Wirksamkeitsanalysen als notwendig an, um eine nachvollziehbare, wirtschaftliche und transparente Vorgehensweise beurteilen zu können.

Weiters berechnete der StRH Wien, in wie vielen Stichproben bei den Werbeaufträgen und Medienkooperationen Rabatte erzielt werden konnten. Hier war festzuhalten, dass ein allfälliger Rabatt insbesondere bei Kooperationen nicht quantifizierbar war, da für den Sonderpreis auch Gegengeschäfte (wie z.B. Werbung für das Medium im Rahmen einer von der Einrichtung durchgeführten Veranstaltung) gewährt wurden. Ferner wurden die Bemessungsgrundlagen für die Rabattgestaltungen, also die Preislisten der Medien, von den Medieninhaberinnen bzw. Medieninhabern selbst festgelegt. Somit waren schon die Listenpreise, welche die Grundlage für allfällige Rabatte waren, hinsichtlich ihrer Preisangemessenheit nicht objektiv bewertbar.

Auf die großen Unterschiede der in das Prüfungsersuchen und damit in die Stichprobe einbezogenen Einrichtungen war in diesem Zusammenhang wiederholt hinzuweisen. So enthielt die Stichprobe Einrichtungen, welche selbst Werbeagenturen waren und dadurch zusätzliche Rabatte in Form von

Agenturprovisionen erhielten. Für Kultureinrichtungen waren Kulturrabatte und für soziale Einrichtungen waren Sozialrabatte üblich, welche anderen Einrichtungen verschlossen blieben.

Die Auswertung der stichprobenweise geprüften Einrichtungen durch den StRH Wien ergab erwartungsgemäß große Schwankungen. Der Prozentsatz der Stichproben, in denen die Einrichtungen Rabatte erzielten, schwankte von 6 % bis 100 %. Die Rabatthöhen verliefen von 4 % bis 85 % und ließen damit keine Aussagen zur wirtschaftlichen Gebarung zu.

Der Prozentsatz der Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen lag im Verhältnis zu den Gesamtausgaben zwischen 0,001 % bis 8 %, was aufgrund der verschiedenen Unternehmensziele nachvollziehbar war. Ein allgemein anerkannter Referenzwert für die Beurteilung einer sparsamen Gebarung bei der Vergabe von Werbeaufträgen und Medienkooperationen existierte nicht.

Nach Ansicht des StRH Wien war bei seiner Prüfung im Rahmen der Stichproben der sonstigen Einrichtungen die Sparsamkeit bei mehreren Schaltungen nicht gegeben. Dies betraf u.a. die im Rahmen der Stichprobe 20 eingesehenen Schaltungen der ebswien kläranlage & tierservice Ges.m.b.H. betreffend die Energieoptimierung in der Hauptkläranlage in der Höhe von 79.888,51 EUR. Die Gesamtausgaben für diese Informationen über die Schlammbehandlung des Klärschlammes betragen lt. Bekanntgabe der ebswien kläranlage & tierservice Ges.m.b.H. insgesamt 0,43 Mio. EUR. Der StRH Wien sah bei seiner inhaltlichen Prüfung der in die Stichprobe aufgenommenen Schaltungen den Prüfungsgrundsatz der Sparsamkeit bei diesen Schaltungen nicht durchgehend erfüllt. Für den StRH Wien war nicht nachvollziehbar, inwiefern damit z.B. eine relevante Information an die Bevölkerung übermittelt werden konnte, die einen solchen Mitteleinsatz gerechtfertigt hätte.

Stellungnahme der ebswien kläranlage & tierservice GmbH:

Mit dem Projekt Energieoptimierung Schlammbehandlung hat die ebswien kläranlage & tierservice GmbH Energieneutralität (Strom und Wärme) bereits am Standort umgesetzt und ist damit den geplanten EU-Vorgaben um Jahre voraus. Durch dieses europaweite Klimaschutz-Vorzeigeprojekt Energieoptimierung Schlammbehandlung hat die ebswien kläranlage & tierservice GmbH seit der Inbetriebnahme im Jahr 2021 bis heute bereits Energiekosten in der Höhe von 32 Mio. EUR erspart. Die Investitionssumme für das Projekt Energieoptimierung Schlammbehandlung lag mit 200 Mio. EUR um 20 % unter den Schätzkosten. Die gegenständlichen

Schaltkosten lagen im Betrachtungszeitraum, der sich über 6 Jahre erstreckte (2016 bis 2021), bei insgesamt 429.000,-- EUR. Das sind nur 2 Promille der tatsächlichen Investitionssumme. Angesichts der Größenordnung des Projekts, der hohen Klimaschutzrelevanz und der Tatsache, dass die Investition zu 100 % aus Steuermitteln finanziert wurde, bestand ein berechtigtes Interesse, die Öffentlichkeit darüber zu informieren. Die ebswien klär-anlage & tierservice GmbH vertritt daher die Meinung, dass ein sparsamer und zweckmäßiger Mitteleinsatz im Kontext zu den hohen Einsparungen gegeben ist.

Weiters war die Einrichtung Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH zu nennen, die im Rahmen von Informationen zum Thema „100 Jahre Gemeindebau“ über bestehende und neue Services des Gemeindebaus informieren und den Bewohnerinnen bzw. Bewohnern vermitteln wollte, dass diese Teil einer erfolgreichen 100-jährigen Geschichte wären. Die Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH war eine 100%ige Tochtergesellschaft der Stadt Wien und Dienstleisterin für die Unternehmung Stadt Wien - Wiener Wohnen.

In der Stichprobe des StRH Wien waren 12 diesbezügliche Aufträge mit einem Betrag in der Höhe von 0,40 Mio. EUR enthalten. Die Gesamtausgaben für die Informationen (Schaltungen, City Lights, Plakate) über das Thema „100 Jahre Gemeindebau“ betragen lt. Angaben der Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH insgesamt 0,87 Mio. EUR.

Wenngleich die beauftragten Schaltungen den Hinweis auf das allgemeine Serviceangebot von der Unternehmung Stadt Wien - Wiener Wohnen (Hotline und Adresse des Webauftrittes) beinhalteten, dienten die Schaltungen im Zusammenhang mit dieser Kampagne aus Sicht des StRH Wien überwiegend der Imagepflege der Unternehmung Stadt Wien - Wiener Wohnen und widersprachen größtenteils dem Grundsatz der sparsamen Gebarung. Der StRH Wien konnte keinen konkreten Nutzen bzw. kein konkretes und aktuelles Informationsbedürfnis der Allgemeinheit auf den Schaltungen erkennen, das einen solchen Mitteleinsatz gerechtfertigt hätte.

Stellungnahme der Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH:

Die Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH hat die Schaltungen anlässlich „100 Jahre Gemeindebau“ - im Auftrag der Unternehmung Stadt Wien - Wiener Wohnen durchgeführt.

Ein „100-Jahr-Jubiläum“ dient ganz generell auch dazu, den Nutzen und die Vorteile einer Institution hervor zu streichen. In diesem Sinn wurde das „100-Jahr-Jubiläum“ des Gemeindebaus und des aus diesem Anlass auf den Gemeindebau gerichteten Scheinwerferlichts auch dazu genutzt, eine breite Öffentlichkeit über das Wohnen im Gemeindebau, dessen Vorteile und dessen Nutzen - in werblicher Verkürzung - zu informieren.

Zielgruppen waren die Bewohnerinnen bzw. Bewohner des Gemeindebaus, die Allgemeinheit, jene, die die soziale Infrastruktur und Einrichtungen des Gemeindebaus nutzen und Interessentinnen bzw. Interessenten für Gemeindewohnungen.

Die Informationen umfassten Einladungen zu begleitenden Veranstaltungen, rechtliche Informationen, Informationen über das Zusammenleben und die Hausordnung, über die Nutzung der allen zur Verfügung stehenden Außenanlagen, Grünflächen und Spielplätze sowie Informationen zur sozialen Infrastruktur, wie insbesondere Ordinationen, Büchereien und Kindergärten.

Die Sujets waren als Themensetzungen in Form von Überschriften und als Teaser gestaltet, weiterführende Informationen zu den Themen wurden, wie heute üblich, über einen QR-Code geboten, der die Leserinnen bzw. Leser auf die entsprechende Webseite leitete.

Es wurde ausschließlich die als Bestbieterin aus dem Vergabeverfahren hervorgegangene Agentur beauftragt, die gemäß Medienplan mit Fokus auf Kostenminimierung die Medienunternehmen auswählte und Rabatte für den bestmöglichen Tausend-Kontakt-Preis auf die zu erreichende Zielgruppe vereinbarte.

5. Beantwortung der Fragestellungen zur DIETRICH Medien-Gruppe

5.1 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Frage 6: „Inserate in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Dienststellen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils an welche Medien der Dietrich-Medien-Gruppe beauftragt?“

Frage 7: „Medienkooperationen in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils mit welchen Medien der Dietrich-Medien-Gruppe vereinbart?“

Die DIETRICH Medien-Gruppe umfasste gemäß Firmenbuch zum Zeitpunkt der Einschau die DIETRICH Medien Holding GmbH mit ihren 3 100%igen Tochtergesellschaften:

- Bohmann Druck- und Verlag Gesellschaft m.b.H.,
- Norbert Jakob Schmid Verlagsgesellschaft m.b.H. und
- Verlag Holzhausen GmbH.

Weiters waren die nachfolgenden Gesellschaften, die während des Betrachtungszeitraums Tochter- oder Enkelgesellschaften der DIETRICH Medien Holding GmbH waren, mitumfasst:

- Bohmann Repro-Media und Online GmbH,
- D+R Verlagsgesellschaft m.b.H.,
- BOHMANN Beteiligungs-Gesellschaft m.b.H.,
- D & R Verlagsgesellschaft m.b.H. Nfg. KG,
- Bohmann Druck- und Verlag - Gesellschaft m.b.H. & Co. KG. und
- V & R Redaktionsgesellschaft m.b.H.

Diese Gesellschaften standen z.T. in gesellschaftsrechtlicher bzw. vertraglicher Verbindung mit Gesellschaften, die sich im (teilweisen) Eigentum des 50 %-Gesellschafters der DIETRICH Medien Holding GmbH befanden.

5.1.1 Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (inkl. Referatskredite)

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte - wie bereits erwähnt - nur die in den Jahren 2016 bis 2021 an die KommAustria gemeldeten Schaltungen bekannt geben. Eine Gliederung nach Wer-

beauftragen und Medienkooperationen war nicht möglich. Wie schon mehrmals im Bericht angeführt, wies die MA 53 - Presse- und Informationsdienst darauf hin, dass eine entsprechende Gliederung gesetzlich nicht erforderlich war.

Die SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen wurde ebenfalls vom StRH Wien für die Beantwortung dieser Fragen nicht herangezogen, da darin die Medien nicht erfasst waren.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (inkl. Referatskredite) werden in der nachfolgenden Tabelle 9 dargestellt (Beträge in Mio. EUR):

Gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (inkl. Referatskredite)

Medien	Werbeaufträge und Medienkooperationen
24 Stunden Energie	0,04
A la carte	0,48
Architekturjournal/Wettbewerbe	0,30
Austria Innovativ	0,16
GuteREISE	0,06
Messe & Event	0,07
Monitor	0,09
ÖGZ Österreichische Gemeinde-Zeitung	0,18
Umweltschutz	0,14
Summe	1,52

Tabelle 9: Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (inkl. Referatskredite)

Quelle: MA 53 - Presse- und Informationsdienst

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst bzgl. der Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe an den StRH Wien übermittelte Aufstellung enthielt die Magazine 24 Stunden Energie und ÖGZ Österreichische Gemeinde-Zeitung. Im Rahmen seiner Einschau stellte der StRH Wien fest, dass die Medieninhaberin des Magazins 24 Stunden Energie die WIENER STADTWERKE GmbH war. Medieninhaber der ÖGZ Österreichischen Gemeinde-Zeitung war der Österreichische Städtebund.

Der StRH Wien stellte dazu jedoch fest, dass Verlegerin und Herstellerin des Magazins 24 Stunden Energie jeweils Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe waren. Ebenso erfolgte die Anzeigenannahme durch eine Tochtergesellschaft der DIETRICH Medien-Gruppe. Des Weiteren war eine Tochtergesellschaft der DIETRICH Medien-Gruppe Verlegerin der ÖGZ Österreichische Gemeinde-Zeitung. Die Angaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst wurden in der Aufstellung vom StRH Wien nicht korrigiert.

Die größte Position der durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen (s. Tabelle 9) entfiel mit 0,48 Mio. EUR bzw. 31,9 % auf das Magazin „A la carte“ sowie auf das Magazin „Architekturjournal/Wettbewerbe“ mit 0,30 Mio. EUR bzw. 19,4 %.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst gemeldeten Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe in den Jahren 2016 bis 2021 von insgesamt 1,52 Mio. EUR entsprachen 1,1 % der Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst lt. SAP-Auswertungen.

In den SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen waren Beauftragungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe in der Höhe von 6,28 Mio. EUR enthalten. Das Verhältnis dieses Betrages zu den gesamten Werbeaufträgen und Medienkooperationen lt. SAP-Auswertungen betrug 4,4 %.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gab bzgl. der unterschiedlichen Prozentzahlen an, dass ein Teil der Schaltungen in den SAP-Auswertungen nicht meldepflichtig war. Der StRH Wien merkte dazu an, dass insbesondere die ausgewählten Medienkooperationen mit der DIETRICH Medien-Gruppe infolge der unterschiedlichen Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber der Beilagen und der Trägermedien überwiegend nicht meldepflichtig waren. Weiters war vom StRH Wien nochmals darauf hinzuweisen, dass die Schaltungen in der Tabelle 9 nur die gemeldeten Schaltungen an die KommAustria umfassten. Daher waren aperiodische Schaltungen sowie Schaltungen unter der Bagatellgrenze nicht enthalten.

5.1.2 Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Der StRH Wien wertete die bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen an Medien der DIETRICH Medien-Gruppe aus. Die entsprechenden Ergebnisse dieser Auswertungen stellt die nachfolgende Tabelle 10 dar (Beträge in EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
aqua press International	14.300,00	-	14.300,00
Architekturjournal/Wettbewerbe	-	56.496,00	56.496,00
Austria Innovativ	-	5.240,00	5.240,00
Bezirksplan Simmering	5.800,00	-	5.800,00
Gute Reise	2.515,24	-	2.515,24
Messe & Event	8.800,00	-	8.800,00
Umweltschutz	16.032,00	-	16.032,00
Wiener Schulführer	3.742,50	-	3.742,50
Summe	51.189,74	61.736,00	112.925,74

Tabelle 10: Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die o.a. Tabelle 10 zeigt, dass in den Jahren 2016 bis 2021 von den sonstigen Einrichtungen Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 0,11 Mio. EUR in 8 Medien der DIETRICH Medien-Gruppe beauftragt wurden. Die von den Einrichtungen bekannt gegebenen Ausgaben für Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe entsprachen 0,2 % der gesamten bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen.

Davon entfielen 56.496,-- EUR bzw. 50,0 % der gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen auf 1 Einrichtung, welche in den Jahren 2016 bis 2021 7 Medienkooperationen mit dem Magazin „Architekturjournal/Wettbewerbe“ einging.

5.2 Zweckmäßigkeit der Ausgaben an die DIETRICH Medien-Gruppe

Frage 8: „Waren diese Ausgaben zweckmäßig und im Hinblick auf die teilweise geringe Auflagenzahl der einzelnen Produkte wirtschaftlich vertretbar?“

Beim Grundsatz der Zweckmäßigkeit handelte es sich um ein Prinzip des Verwaltungshandelns, nach dem von mehreren Handlungsalternativen diejenige gewählt werden sollte, die die Erreichung des angestrebten Ziels am besten gewährleistet.

Die im Prüfungsersuchen erwähnte „geringe“ Auflagenzahl von Medien war aus Sicht des StRH Wien nur eine von mehreren Komponenten, die bei der Beurteilung der Zweckmäßigkeit eines Werbeauftrages oder einer Medienkooperation zu berücksichtigen war. Bei der Auswahl der Medien wären insbesondere die Zielgruppen des Mediums zu beachten.

Weiters war anzuführen, dass die Mediadaten zu den Auflagenzahlen vergangener Jahre in den geprüften Einrichtungen nicht durchgängig verfügbar waren. Eine diesbezügliche Aufbewahrungsfrist der Mediadaten fand sich weder im MedKF-TG noch in anderen normativen Vorgaben. Außerdem wäre bei der Prüfung der Zweckmäßigkeit noch vor dem Kriterium der Auflagenzahl eines Mediums vor allem die grundsätzliche Notwendigkeit einer Informationsübermittlung zu beurteilen.

Die Beurteilung der Zweckmäßigkeit der Schaltungen war nur anhand der Einschau in die Dokumentationsunterlagen möglich und umfasste ausschließlich die ausgewählten Stichproben.

5.2.1 Zweckmäßigkeit der Ausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an die DIETRICH Medien-Gruppe

Nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnten anhand der Mediendiskursstudie Aussagen über die Wirksamkeit und Zweckmäßigkeit der Aufträge getroffen werden.

Die Mediendiskursstudien wurden seit dem Jahr 2019 jährlich von der „Institut für empirische Sozialforschung GmbH“ im Auftrag der MA 53 - Presse- und Informationsdienst erstellt. Im Rahmen dieser Studien befragte die „Institut für empirische Sozialforschung GmbH“ telefonisch und online jeweils ca. 2.000 Wienerinnen bzw. Wiener ab 16 Jahren nach ihren Mediennutzungsverhalten. Die Studie lieferte Informationen über Themeninteressen, Mediennutzung sowie das Informationsverhalten der Wiener Bevölkerung.

Der StRH Wien erachtete grundsätzlich die Verwendung dieser in regelmäßigen Abständen durchgeführten Mediendiskursstudien aufgrund des Wien-spezifischen Inhalts bei der Auswahl von Medien als zweckmäßig. Insbesondere im Hinblick auf künftige Beauftragungen von Medienkooperationen, damit einhergehender verstärkter Dokumentation der Begründung dieser und vergleichsweise hohen Ausgaben für Einzelbeauftragungen in diesem Bereich wäre aus Sicht des StRH Wien auch eine gattungsübergreifende Abfrage (welchen Beitrag, welche Medien zur Meinungsbildung leisten) sinnvoll, um die Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit der Schaltungen in diesen Medien beurteilen zu können.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst zu prüfen, ob eine Erweiterung der Mediendiskursstudie um vertiefende Abfragen zur Meinungsbildung bei Magazinen und Beilagen zweckmäßig wäre.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst begrüßt die Feststellung des StRH Wien, dass die Mediendiskursstudie Wien als zweckmäßig bewertet wird und wird die Möglichkeit einer Erweiterung der Mediendiskursstudie prüfen.

In der Stichprobe waren 32 Schaltungen in Medien von Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe in der Gesamthöhe von 2,17 Mio. EUR enthalten. Diese gliederten sich in 20 Medienkooperationen, 11 Advertorials und 1 Werbeauftrag und betrug 34,5 % der in den SAP-Auswertungen enthaltenen Werbe- und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, die in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe beauftragt wurden.

Die Publikation von 15 Medienkooperationen der Stichprobe erfolgte in Form einer Beilage zu einem Trägermedium. Beilagen waren von der Meldepflicht gemäß MedKF-TG nur dann erfasst, wenn diese dieselbe Medieninhaberin bzw. denselben Medieninhaber wie das (periodische) Trägermedium aufwiesen. In 13 Stichproben mit insgesamt 1,56 Mio. EUR unterschieden sich jeweils die Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber der Beilagen und der Trägermedien, sodass keine Meldungen gemäß MedKF-TG erfolgen mussten. Eine vertiefte Einschau ergab, dass die Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber dieser Beilagen sowie der Trägermedien ausschließlich der DIETRICH Medien-Gruppe angehörten oder Gesellschaften waren, die im (teilweisen) Eigentum des 50 %-Gesellschafters der DIETRICH Medien Holding GmbH standen.

In der vorgelegten Dokumentation zur Beauftragung dieser Medienkooperationen stellte der StRH Wien fest, dass diese auf Initiative der Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber mit der MA 53 - Presse- und Informationsdienst abgeschlossen worden waren. Schriftliche Unterlagen über die im Vorfeld geführten Gespräche über die Leistungsbestandteile konnten nicht vorgelegt werden. Der StRH Wien sah das Anbieten von Medienkooperationen durch Unternehmen und die Annahme durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst kritisch, da sich in derartigen Fällen insbesondere die Frage nach dem Bedarf der Stadt Wien an dieser Berichterstattung sowie dem effizienten Einsatz der Mittelverwendung stellte. Jedenfalls wären aus Sicht des StRH Wien die Gründe für die Berichterstattung genau zu dokumentieren.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gab an, dass sie laufend mit diversen Medienpartnerinnen bzw. Medienpartnern in Kontakt standen. Die Gespräche zu allfälligen Medienkooperationen fanden persönlich, telefonisch, per E-Mail oder im Rahmen von Videokonferenzen statt. Es kam immer wieder vor, dass Medienpartnerinnen bzw. Medienpartner vor der tatsächlichen Legung eines Angebots unaufgefordert über geplante Produkte oder inhaltliche Schwerpunkte informierten, von denen sie der Meinung waren, dass sie zu städtischen Schwerpunkten passen könnten. Dabei wurden schriftliche Angebote oftmals erst nach der Festlegung der konkreten Inhalte der Medienkooperation gelegt. Der StRH Wien stellte dazu fest, dass die MA 53 - Presse- und Informationsdienst die den Angeboten der Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber vorangegangenen Gespräche nicht dokumentierte und diese damit nicht nachvollziehbar waren.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, die den Angeboten der Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber vorangegangenen wesentlichen Gespräche bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu dokumentieren.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die wesentlichen Inhalte allfälliger Vorgespräche mit Medieninhaberinnen bzw. Medieninhabern wurden schon bisher durchgängig im Angebot bzw. Auftragsschreiben festgehalten und somit nachvollziehbar dokumentiert. Eine darüber hinausgehende Dokumentation bei durchschnittlich mehr als 3.000 Auftragsvergaben pro Jahr in diesem Segment, die überwiegend auf der Grundlage von einsehbaren Mediadaten erfolgen, ist mit den vorhandenen personellen Ressourcen weder zweckmäßig noch möglich. Die Sicht des StRH Wien lässt außerdem unberücksichtigt, dass geführte Gespräche mit Medieninhaberinnen bzw. Medieninhabern oftmals in keinerlei Werbeauftrag oder Medienkooperation münden, weshalb eine Dokumentation auf Verdacht nur unverhältnismäßigen Verwaltungsaufwand ohne zusätzlichen Erkenntnisgewinn zur Folge hätte. Die bisherige Vorgehensweise, wesentliche Vorgespräche im Angebot bzw. Auftragsschreiben zu dokumentieren, wird daher beibehalten und die Empfehlung nicht aufgegriffen.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst verwies hinsichtlich der vom StRH Wien in mehreren Fällen der Stichprobe festgestellten kurzen Zeitdauern von z.T. nur 2 Tagen zwischen den Angeboten von Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe und der Auftragserteilung durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst auf die geführten Vorgespräche. Nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst erfolgten diese Angebote unaufgefordert und die Leistungen wurden erst nach der Abstimmung mit der Auftragnehmerin bzw. dem Auftragnehmer im Rahmen eines schriftlichen Angebots finalisiert.

Entgegen den Ausführungen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst waren in den eingesehenen Fällen der Stichprobe weder in den Angebots- noch in den Auftragsschreiben diese Vorgespräche dokumentiert.

Wie der StRH Wien bereits in seinem Bericht ausführte, wurden die in den Mediadaten abgebildeten Preise von den Medienunternehmen selbst festgesetzt und stellten nach Ansicht des StRH Wien somit keine objektive Größe für die Bewertung der Preisangemessenheit dar. Dies umso mehr als - wie die MA 53 - Presse- und Informationsdienst ausführte - in den Fällen der Stichprobe Preisabschläge in einer Spannweite von rd. 10 % bis über rd. 70 % erfolgten. Die Argumentation der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, wonach jedes Angebot, welches unter den von den Medienunternehmen festgesetzten Preisen lag, automatisch preisangemessen war, hielt einer wirtschaftlichen Betrachtungsweise nicht stand.

Der StRH Wien vertrat die Ansicht, dass eine angemessene Dokumentation von Vorgesprächen für Aufträge in dieser Größenordnung für die Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Verwendung öffentlicher Mittel zwingend notwendig erschien. Dies umso mehr, als die MA 53 - Presse- und Informationsdienst ausführte, dass die Aufträge *„nach erfolgter Abstimmung im Rahmen eines schriftlichen Angebots finalisiert“* wurden.

Der StRH Wien stellte weiters fest, dass in den eingesehenen Stichproben die Dokumentation über die Einholung von vergleichenden Preisauskünften fehlte.

Der StRH Wien konnte zudem die in den Vergabevermerken erwähnten Preisangemessenheitsprüfungen in den beigelegten Dokumentationen nicht nachvollziehen. Eine ausreichende und für Dritte nachvollziehbare Begründung zur Feststellung der Preisangemessenheit erschien umso wichtiger, als aufgrund der Aufmachung und des Umfangs der Medien die Wertigkeit der Magazine für außenstehende Dritte nur mit Schwierigkeiten feststellbar war.

Nach Aufforderung des StRH Wien übermittelte die MA 53 - Presse- und Informationsdienst ein Worddokument, in welchem für 8 - vom StRH Wien ausgewählten - Medienkooperationen bzw. Advertorials die Begründungen für die jeweiligen Beauftragungen (z.B. inhaltliche Zielsetzung, Auswahl des Mediums, Prüfung der Preisangemessenheit) nachgereicht wurden.

Nachfolgend stellt der StRH Wien beispielhaft eine Stichprobe gesondert dar:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst nahm am 18. November 2021 ein Angebot der Norbert Jakob Schmid Verlagsgesellschaft m.b.H. vom 10. November 2021 an. Vertragsgegenstand war eine Medienkooperation in Form einer 24-seitigen Beilage eines Branchenmagazins in der Höhe von 72.150,- EUR. Da in den Dokumentationsunterlagen für diese Beauftragung die Preisangemessenheitsprüfung nicht nachvollziehbar war, forderte der StRH Wien von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst weitere Unterlagen an. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst übermittelte eine schriftliche Stellungnahme zur Kalkulation der Preisangemessenheit. Als Maßstab für die Beurteilung der Preisangemessenheit wurde der Seitenpreis auf Basis der Mediadaten des Trägermediums sowie die Kosten für die inhaltliche Aufbereitung je Seite (Branchendurchschnitt lt. MA 53 - Presse- und Informationsdienst: 1.250,- EUR/Seite) herangezogen. Aufgrund des erzielten Preises ergab sich lt. MA 53 - Presse- und Informationsdienst ein Preisvorteil von deutlich über 30 %, der die Preisangemessenheit rechtfertigte.

Hinsichtlich der Ermittlung der Höhe des Seitenpreises hinterfragte der StRH Wien, ob es für das tatsächliche „Endprodukt“ unerheblich sei, welches Format (A4 oder A5) verwendet wurde und mit welchen Inhalten die Seiten (ob beispielsweise Interviews durchgeführt oder lediglich die Seiten mit Fotos bedruckt wurden) befüllt wurden. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst gab diesbezüglich an, dass das Format für die Berechnung der Preisangemessenheit keinerlei Aussagekraft aufweise und es hinsichtlich der redaktionellen Aufwände unerheblich sei, ob es sich um Interviews, Event-Bewerbungen oder Fotos handeln würde.

Die Überprüfung dieses Magazins zeigte weiters, dass zumindest 4 aufeinanderfolgende Seiten nahezu ident aus der Ausgabe der Zeitung „MEIN WIEN“ vom November 2021 übernommen wurden. Dies betraf eine 2-seitige Werbung der Corona-Impfung sowie 3 Kurzartikel inkl. Fotos, bei der bei einem Artikel ein ursprüngliches Zitat nicht mehr als Zitat, sondern als eigener Text wiedergegeben wurde. Der StRH Wien konnte der nachgereichten Argumentation der MA 53 - Presse- und Informationsdienst zur Beurteilung der Preisangemessenheit nicht folgen.

Des Weiteren war festzustellen, dass zum Zeitpunkt der Veröffentlichung des Magazins die Redaktion der Stadt Wien-eigenen Zeitung „MEIN WIEN“ ebenfalls bei einem Unternehmen der DIETRICH Medien-Gruppe lag.

Der StRH Wien fand 1 weiteren Fall in einer anderen Medienkooperation mit der DIETRICH Medien-Gruppe. Diesbezüglich war vom StRH Wien generell auf die Schwierigkeiten bei der Feststellung der oben beschriebenen - zumindest teilweise kopierten bzw. in leicht abgeänderter Form abgedruckten - Artikel in den geprüften Medienkooperationen hinzuweisen. Die ursprünglichen Artikel waren auf den Webseiten der Stadt Wien nicht mehr abrufbar, sodass eine vollständige Suche nach kopierten Inhalten in den Medienkooperationen nicht automatisiert durchführbar war.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, die Prüfung der Preisangemessenheit von Werbeaufträgen und Medienkooperationen nachvollziehbar zu dokumentieren.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Für die MA 53 - Presse- und Informationsdienst ist nicht nachvollziehbar bzw. ist es ein inhaltlicher Widerspruch, weshalb der StRH Wien in seiner Feststellung explizit hervorhob, dass in den eingesehenen Stichproben die Dokumentation über die Einholung von vergleichenden Preisauskünften fehlte, gleichzeitig aber unter Punkt 4.4 der Argumentation des Rechtsgutachtens über die Beauftragung von Medienkooperationen folgen kann. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte bei den Stichproben keine Vergleichsauskünfte einholen und diese daher auch nicht dokumentieren, da wie auch der StRH Wien unter Punkt 4.4 richtigerweise ausführt, der übliche Drittvergleich für die Angemessenheit von Leistungsentgelten als Maßstab der Wirtschaftlichkeit bei der Beauftragung von Medien mitunter nicht anwendbar ist. Dies trifft auf alle Stichproben zu.

Der deutlich überwiegende Teil der Auftragsvergaben im Bereich der Werbeaufträge und Medienkooperationen erfolgt auf der Basis von Listenpreisen. Die Kalkulation und Prüfung der Preisangemessenheit erschließt sich für außenstehende, fachkundige Dritte aus den Vergabeakten. Für die Stichproben konnte dies auch durchgängig nachvollzogen werden. Das Ergebnis ist in den Vergabeunterlagen - wie es das BVergG 2018 normiert - festgehalten. Die Nachvollziehbarkeit ist daher auf Basis des Vergabeaktes gegeben, weshalb der Empfehlung nicht nachgekommen wird.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Wie im Bericht ausgeführt, konnte der StRH Wien der Argumentation des von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst beauftragten Rechtsgutachtens folgen. Auch war es nach Ansicht des StRH Wien zutreffend, dass der im Regelfall übliche Drittvergleich für die Beurteilung der Angemessenheit von Leistungsentgelten bei den in der Stichprobe enthaltenen Medienkooperationen nicht möglich war, da einzigartige Leistungen angeboten wurden. Umso mehr wäre daher eine angemessene und nachvollziehbare Begründung der Preisangemessenheit durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst erforderlich gewesen.

Die Dokumentation der Prüfung der Preisangemessenheit durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst in sämtlichen eingesehenen Stichprobenfällen umfasste ausschließlich den Satz „Der Preis erscheint angemessen.“ Im Gegensatz zu den Ausführungen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte die Prüfung der Preisangemessenheit in den Akten der Stichprobe vom StRH Wien somit nicht nachvollzogen werden.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen die Prüfungshandlungen bei der Freigabe der Inhalte nachvollziehbar zu dokumentieren.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst dokumentierte bisher schon sämtliche Freigaben nachvollziehbar in Form der Leistungsbestätigung im Zuge der Rechnungsbearbeitung und wird das auch künftig in dieser Form wahrnehmen. Die Leistungsbestätigungen waren durchgängig und ordnungsgemäß vorhanden, der Nutzen einer vertiefenden Dokumentation der Leistungsprüfung erschließt sich der MA 53 - Presse- und Informationsdienst nicht, weshalb die Empfehlung nicht aufgegriffen wird.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Wie der StRH Wien in seinem Bericht ausführte, war die Preisangemessenheit der von den Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe angebotenen Magazine (Beilagen) aufgrund der Aufmachung und des Umfangs dieser Medien für außenstehende Dritte nur mit Schwierigkeiten feststellbar. Auch wurde die MA 53 - Presse- und Informationsdienst vom StRH Wien auf die in diesen Magazinen (Beilagen) festgestellten zumindest z.T. kopierten Inhalte hingewiesen.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst angeführte Leistungsbestätigung erschöpfte sich in den in der Stichprobe enthaltenen Akten in einem Abhaken der jeweiligen Rechnungen. Eine entsprechende Dokumentation über die Freigabe der Inhalte des Leistungsgegenstandes (Magazine, Beilagen) lag dem StRH Wien nicht vor.

Da ein direkter Drittvergleich mit vergleichbaren Produkten nicht möglich war, konnte der StRH Wien selbst nur eingeschränkt Feststellungen zur Preisangemessenheit treffen.

Ferner war für den StRH Wien mangels Dokumentation bei den außerhalb von Kampagnen beauftragten Medienkooperationen nicht erkennbar, ob ein entsprechendes Informationsbedürfnis der definierten Zielgruppe bereits vor der Kontaktaufnahme durch die DIETRICH Medien-Gruppe bestand. Umso mehr erschien eine ausführliche und nachvollziehbare Dokumentation der Gründe für die Auswahl eines bestimmten von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst gewünschten Mediums erforderlich.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, die Gründe für die Auswahl eines bestimmten Mediums bei Werbeaufträgen und Werbekooperationen nachvollziehbar zu dokumentieren.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Aus Sicht der MA 53 - Presse- und Informationsdienst ist eine nachvollziehbare Dokumentation gegeben, da sich die Gründe für die Auswahl eines bestimmten Mediums bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen für außenstehende, fachkundige Dritte auf Basis des Vergabeakts erschließen, in dem die Auswahlentscheidungen aufbauend auf Inhalten und Zielgruppen, Leistungsnachweisen bzw. Angebot/Mediadaten nachvollziehbar dokumentiert sind. Eine gesonderte, ergänzende Dokumentation für Werbeaufträge und Medienkooperationen würde daher nur eine mit erheblichen und zusätzlichen Verwaltungsaufwand erzeugte Dublette darstellen und somit ohne weiteren Erkenntnisgewinn sein. Die Empfehlung wird daher nicht umgesetzt.

Gegenäußerung des StRH Wien:

In den vorgelegten Unterlagen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst betreffend die vom StRH Wien ausgewählten Medienkooperationen mit Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe waren die Gründe für die Auswahl der jeweiligen Medien nicht enthalten.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in ihrer Stellungnahme angeführte Dokumentation in den diesbezüglichen Vergabevermerken begrenzte sich im Festhalten des Namens des Magazins, der Auftragnehmerin, des geschätzten Auftragswertes und folgender „Begründung“:

„Die Inseratenschaltungen erfolgen anlassbezogen und der Vertragsabschluss erfolgt direkt zwischen der Stadt Wien und dem Auftragnehmer. Gemäß § 30 Abs. 2 Z 2 BVergG 2006 wurde mit demjenigen Bieter verhandelt, welcher die notwendigen Anforderungen bezüglich Zielgruppe, Reichweite und Erscheinungstermin, um das angestrebte Informationsergebnis zu erreichen, erfüllt. Der Preis erscheint angemessen.“

Diese Dokumentation war für den StRH Wien nicht ausreichend und er blieb bei seiner getroffenen Empfehlung, die Gründe für die Beauftragung eines bestimmten Mediums nachvollziehbar zu dokumentieren.

Der StRH Wien konnte weiters nicht nachvollziehen, inwieweit z.B. eine Beschreibung der Stadt Prag oder der Stadt Krumau eine zweckmäßige Information für die Wiener Bevölkerung darstellte und einen derartigen Mitteleinsatz rechtfertigte. Außerdem war zu hinterfragen, inwieweit z.B. eine mehr als halbseitige Bewerbung eines im Burgenland stattfindenden „Gans Burgenland Genuss“-Festivals - bei einem Seitenpreis in der Höhe von rd. 5.300,- EUR - zweckmäßig und sparsam war. Des Weiteren war die Zweckmäßigkeit allgemein gehaltener Informationen zum Thema Wandern, Radfahren, Laufen, Wein und Entspannung in der Sauna für den StRH Wien nicht durchgängig erkennbar.

Darüber hinaus enthielt die Stichprobe 11 Advertorials und 1 Werbeauftrag mit einer Gesamtauftragssumme von 0,29 Mio. EUR, die in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe geschaltet wurden. Bei der Beauftragung von Advertorials wurde lt. MA 53 - Presse- und Informationsdienst der überwiegende Teil der Inhaltsausarbeitung durch die Werbende bzw. den Werbenden selbst übernommen.

Die Prüfung der in die Stichprobe aufgenommenen Advertorials zeigte, dass außer der Beauftragung, eines Vergabevermerkes, des bzw. der Sujets und der Rechnung kein weiterer Schriftverkehr beigelegt war. Des Weiteres lagen in einigen Stichproben zwischen der Beauftragung und der Veröffentlichung der Schaltungen teils nur wenige Tage, wodurch der StRH Wien zur Annahme gelangte, dass bereits im Vorfeld die Themenauswahl sowie die Beauftragung erfolgte.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, den vorhandenen Bedarf an Werbeaufträgen und Medienkooperationen nachvollziehbar zu dokumentieren.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Aus Sicht der MA 53 - Presse- und Informationsdienst ist eine gesonderte Dokumentation des Bedarfs eines Werbeauftrags oder einer Medienkooperation im Hinblick auf den personellen Ressourcenaufwand nicht vertretbar, da es für außenstehende, fachkundige Dritte jederzeit möglich ist, die Auswahlentscheidungen auf Basis der Inhalte und Zielgruppen sowie der Leistungsnachweise bzw. Angebot/Mediadaten und Auftrag nachzuvollziehen, die auch den entsprechenden Bedarf begründen. Darüber hinaus werden die Kommunikationsziele für Kampagnen bereits dokumentiert und auch im Jahresbericht veröffentlicht. Die Empfehlung wird daher nicht berücksichtigt.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Der StRH Wien anerkannte die im Rahmen von Kampagnen und ab dem Jahr 2021 in den Jahresberichten der Stadtkommunikation dargestellten Kriterien wie Ausgangslage, Kommunikationsziel, Informationsbedürfnis, Zielgruppen sowie Zielerreichung. Bei den im Zuge der Stichprobe eingesehenen Medienkooperationen mit Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe waren diese Kriterien jedenfalls nicht dokumentiert und diese Medienkooperationen auch nicht einer Kampagne zugeordnet.

Der StRH Wien war der Ansicht, dass insbesondere die MA 53 - Presse- und Informationsdienst verstärkt Online- bzw. Social-Media-Kanäle und Informationskanäle der Stadt Wien (wie Stadt Wien-App, WienBot, MEIN WIEN, Pressekonferenzen) bei der Auswahl der Medien berücksichtigen sollte.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen den verstärkten Einsatz von Online- bzw. Social-Media-Kanälen und Informationskanälen der Stadt Wien zu prüfen.

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die Kommunikation und Information über die eigenen Medienkanäle der Stadt Wien läuft immer komplementär zu Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen, kann diese aber nicht ersetzen. Nachdem der Einsatz der eigenen Informationskanäle der Stadt Wien im Rahmen der Prüfungshandlung durch den StRH Wien keiner spezifischen Betrachtung unterzogen wurde, ist auch die Empfehlung im Hinblick auf die Prüfung eines verstärkten Einsatzes nicht nachvollziehbar. Die Empfehlung wird daher nicht umgesetzt, da der Einsatz der eigenen Medienkanäle bereits ein integraler Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation darstellt.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Der StRH Wien blieb bei seiner Empfehlung, den verstärkten Einsatz von - bereits vorhandenen - Informationskanälen der Stadt Wien einer Prüfung zu unterziehen.

5.2.2 Zweckmäßigkeit der Ausgaben der sonstigen Einrichtungen an die DIETRICH Medien-Gruppe

Von den insgesamt 306 Werbeaufträgen und Medienkooperationen in den Stichproben der sonstigen Einrichtungen waren 27 Aufträge mit einem Gesamtbetrag in der Höhe von 0,11 Mio. EUR in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe geschaltet worden. Die Stichprobe entsprach damit 95,4 % der von allen sonstigen Einrichtungen bekannt gegebenen Werbeaufträgen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.

Der StRH Wien stellte bei seiner Prüfung der Stichproben fest, dass die Zweckmäßigkeit bei 15 Schaltungen in der Höhe von 36.132,- EUR der ebswien kläranlage & tierservice Ges.m.b.H. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe nicht zur Gänze nachvollziehbar war. Der StRH Wien sah bei seiner inhaltlichen Prüfung den Prüfungsgrundsatz der Zweckmäßigkeit bei diesen Schaltungen über die Energieoptimierung bei der Schlammbehandlung des Klärschlammes in der Hauptkläranlage nicht erfüllt (s. dazu Punkt 4.4.2).

Stellungnahme der ebswien kläranlage & tierservice GmbH:

Es ist üblich, dass sich die verschiedenen Branchen gegenseitig beobachten, informieren und Know-how austauschen - so auch in der Abwasserwirtschaft. Die ebswien kläranlage & tierservice GmbH ist daher der Ansicht, dass Schaltungen in einschlägigen Fachmedien zu einem hohen Vernetzungsgrad und Informationsgewinn in der Branche beitragen, was letztlich auch der Wiener Bevölkerung zu Gute kommt (wie z.B. gesteigerte Effizienz bei der Planung und Umsetzung des Projektes Energieoptimierung Schlammbehandlung, Vernetzung bei der Vorbereitung der 4. Reinigungsstufe etc.).

Bei anderen Einrichtungen waren die Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe infolge der Erläuterungen der Einrichtungen nachvollziehbar. So gab z.B. der wohnfonds_wien fonds für wohnbau und stadterneuerung an, dass die Schaltungen im Magazin „Architekturjournal/Wettbewerbe“ bei der Zielgruppe „Fachpublikum“ eine Monopolstellung einnehmen würde und konkurrierende Medien mit annähernd vergleichbaren Reichweiten am Markt nicht existieren würden. Der StRH Wien recherchierte in diesem Bereich 2 weitere Fachmagazine mit einer vergleichbaren Zielgruppe und einer ähnlichen Auflagenzahl und hinterfragte bei der Einrichtung, ob bei diesen Magazinen Vergleichsangebote eingeholt wurden bzw. aus welchen Gründen in diesen Magazinen nicht inseriert wurde. Die Einrichtung legte dar, dass die vom StRH Wien recherchierten Magazine einen Schwerpunkt in architektonisch bzw. gestalterischen Themen aufwiesen, wohingegen das „Architekturjournal/Wettbewerbe“ den Schwerpunkt auf städtebauliche Wettbewerbe und Architekturwettbewerbe setzte und vor allem Bauträgerwettbewerbe bereits im Planungsstadium vorstellte. Die von der Einrichtung gegebene Erklärung sah der StRH Wien nach weiterer Einsicht in die Unterlagen als plausibel an.

Die von anderen sonstigen Einrichtungen vorgenommenen Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe konnten vom StRH Wien aufgrund der ausgewählten Medien und der geprüften Inhalte der Schaltungen als zweckmäßig bewertet werden.

5.3 Gesamtausgaben für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien

Frage 9: „Welche Medien werden von der Dietrich-Medien-Gruppe und deren Tochtergesellschaften für die Stadt Wien samt ihren Unternehmen, Fonds und Anstalten produziert und welche Gesamtkosten fielen dafür an?“

5.3.1 Gesamtausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien (inkl. Referatskredite)

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst bediente sich nach eigener Angabe bei der Produktion von Medien des Rahmenvertrages Stadtkommunikation, welcher mit der Bohmann Druck- und Verlag - Gesellschaft m.b.H. & Co. KG. abgeschlossen wurde. Dieser Rahmenvertrag galt vom 1. Jänner 2014 bis 31. Dezember 2021. Außerhalb dieses Vertrages wurden nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst keine Produktionsaufträge für die Herausgabe von Medien an die Unternehmen der DIETRICH Medien-Gruppe erteilt.

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst übermittelte dem StRH Wien die Gesamtausgaben (exkl. USt) für die Jahre 2016 bis 2021. Eine Aufschlüsselung der Gesamtausgaben auf die einzelnen Medien konnte von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst im Hinblick auf die diversen Pauschalabgeltungen nicht vorgenommen werden.

Die Gesamtausgaben (exkl. USt) der MA 53 - Presse- und Informationsdienst (inkl. Referatskredite) aus dem Rahmenvertrag Stadtkommunikation werden in nachfolgender Tabelle 11 dargestellt (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst aus dem Rahmenvertrag Stadtkommunikation (inkl. Referatskredite)

Jahr	Ausgaben
2016	13,65
2017	12,62
2018	12,90
2019	13,21
2020	14,09
2021	13,54
Summe	80,02

Tabelle 11: Gesamtausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst aus dem Rahmenvertrag Stadtkommunikation (inkl. Referatskredite)

Quelle: MA 53 - Presse- und Informationsdienst; Darstellung: StRH Wien

Die Ausgaben in der Höhe von 80,02 Mio. EUR in den Jahren 2016 bis 2021 (s. Tabelle 11) beinhalteten lt. MA 53 - Presse- und Informationsdienst die Leistungen Aboverwaltung, Marketing, Leserbindungsmaßnahmen, Betreuung des Vorteilsclubs der Stadt Wien (vormals Club Wien), Formatmutationen, Datenversand, Direct Mailings, Redaktion, Produktion sowie allfällig Druck und Vertrieb.

Nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst waren folgende Medien vom Vertrag umfasst:

- MEIN WIEN (vormals wien.at print),
- Stadt Wien Intern (vormals wien.at aktuell),
- Wien Leben (vormals Leben & Freude),
- Wien Wissen (vormals Forschen & Entdecken),
- Webseite club.wien.at,
- Facebook-Kanal des Vorteilsclubs der Stadt Wien (vormals CLUB WIEN),
- Twitter-Kanal zum Magazin Wien Wissen,
- e-paper MEIN WIEN,
- e-paper Stadt Wien intern,
- e-paper Wien Leben und Wien Wissen,
- YouTube-Kanal der Stadt Wien,
- Amtsblatt der Stadt Wien,
- Webseite „Wien wills wissen“ (zuletzt 2016) und
- Kinder & Co (zuletzt 2016).

5.3.2 Gesamtausgaben der sonstigen Einrichtungen für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien

Die von den sonstigen Einrichtungen für die Produktion von Medien durch die DIETRICH Medien-Gruppe bekannt gegebenen Beträge wurden in folgender Tabelle 12 dargestellt (Beträge in EUR):

Gesamtausgaben der sonstigen Einrichtungen für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien

Einrichtungen	Medien	Gesamtausgaben	Anteil an den Gesamtausgaben in %
MA 23 - Wirtschaft, Arbeit und Statistik	Themenbroschüre „Wien in Europa 2019“	17.645,77	0,8
MA 27 - Europäische Angelegenheiten	EUROCITIES Folder zur Wiederwahl Wiens in ExCOM	4.904,27	0,2
	Infoblatt „Wien in EUROCI-TIES“	2.640,00	0,1

Einrichtungen	Medien	Gesamtausgaben	Anteil an den Gesamtausgaben in %
MA 45 - Wiener Gewässer	Neuaufgabe „Donauinsel-faltplan“	30.360,00	1,3
	Neuaufgabe Folder „Donau-hochwasserschutz Wien“	7.188,00	0,3
MA 60 - Veteri-näramt und Tier-schutz	Magazin „Tierisch gut“	153.252,48	6,6
Wiener Gesund-heitsverbund	Magazin „intra“ bzw. „Ma-gazin 67“	864.665,74	37,4
	Magazin „Wohl&Befinden“	472.742,60	20,4
Wiener Gesund-heitsförderung ge-meinnützige GmbH	Magazin „Gesunde Stadt“	706.711,57	30,6
	Themenbroschüre „Ernäh-rung“	8.103,57	0,4
	Themenbroschüre „Bewe-gung“	8.103,57	0,4
	Themenbroschüre „Seeli-sche Gesundheit“	8.103,57	0,4
	Gesundheitslandkarten	27.928,00	1,2
Summe		2.312.349,14	100,0

Tabelle 12: Gesamtausgaben der sonstigen Einrichtungen für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien

Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Das quartalsweise erscheinende Magazin „intra“ bzw. das im Laufe des Betrachtungszeitraums in „Magazin 67“ umbenannte und Ende des Jahres 2021 lt. Informationen des Wiener Gesundheitsverbundes vorerst eingestellte Mitarbeitendenmagazin verursachte in den Jahren 2016 bis 2021 Ausgaben in der Höhe von 0,86 Mio. EUR. Die Ausgaben für das an Patientinnen bzw. Patienten gerichtete Magazin „Wohl&Befinden“, welches lt. Wiener Gesundheitsverbund Ende 2019 eingestellt wurde, beliefen sich in den Jahren 2016 bis 2021 auf 0,47 Mio. EUR.

Für das „Tierisch gut“-Magazin der MA 60 - Veterinäramt und Tierschutz fielen Ausgaben in der Höhe von 0,15 Mio. EUR an, wobei die Bohmann Druck- und Verlag Gesellschaft m.b.H. erst im Jahr 2021 mit der Produktion beauftragt wurde.

Die Wiener Gesundheitsförderung gemeinnützige GmbH ließ bis Ende 2016 das Magazin „Gesunde Stadt“ von der Bohmann Druck- und Verlags Gesellschaft m.b.H. und ab 2017 von der Norbert Jakob Schmid Verlagsgesellschaft m.b.H. produzieren. Diesbezüglich meldete die Wiener Gesundheitsförderung gemeinnützige GmbH dem StRH Wien Ausgaben in der Höhe von 0,71 Mio. EUR.

5.4 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Frage 10: „Welche Inserate (entgeltliche Einschaltungen usw.) in welchen Medien der Dietrich-Medien-Gruppe und deren Tochtergesellschaften wurden nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldet, aus welchem Grund und welche Kosten liefen für diese Inserate auf?“

5.4.1 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Eine Beantwortung der Frage war bzgl. der MA 53 - Presse- und Informationsdienst aufgrund der fehlenden Datenbasis nicht möglich.

5.4.2 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Die entsprechenden Ergebnisse der Auswertungen stellt die nachfolgende Tabelle 13 dar (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
aqua press International	-	14.300,00	14.300,00
Architekturjournal/ Wettbewerbe	4.996,00	-	4.996,00
Bezirksplan Simmering	-	5.800,00	5.800,00
Gute Reise	-	2.515,24	2.515,24

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Messe & Event	-	8.800,00	8.800,00
Umweltschutz	-	10.052,00	10.052,00
Wiener Schulführer	-	3.742,50	3.742,50
Summe	4.996,00	45.209,74	50.205,74

Tabelle 13: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: Sonstige Einrichtungen; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie aus der Tabelle 13 ersichtlich, wurden in den Jahren 2016 bis 2021 0,05 Mio. EUR an Werbeaufträgen und Medienkooperationen nicht an die KommAustria gemeldet. Diese umfassten Schaltungen in 7 Medien.

Die Prüfung dieser nicht an die KommAustria gemeldeten Daten ergab, dass die Ausgaben in allen Medien unter der Bagatellgrenze in den jeweiligen Quartalen lagen und es sich beim Bezirksplan Simmering und beim Wiener Schulführer um aperiodische Medien handelte.

6. Beantwortung der Fragestellungen zum Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

6.1 Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Frage 11: „Inserate in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Dienststellen, Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils an welche Medien der Agentur und Verlag Heinz Knapp (zB „Das Wien“ und „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“) vergeben?“

Frage 12: „Medienkooperationen in welcher Höhe wurden seitens der oben genannten Unternehmen, Fonds, Anstalten und dergleichen in den Jahren 2016 bis 2021 jeweils mit welchen Medien der Agentur und Verlag Heinz Knapp vereinbart?“

6.1.1 Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ (inkl. Referatskredite)

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte, wie bereits erwähnt, nur die in den Jahren 2016 bis 2021 an die KommAustria gemeldeten Schaltungen bekannt geben. Eine Gliederung nach Werbeaufträgen und Medienkooperationen war nicht möglich und gesetzlich nicht vorgegeben.

Die SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen konnte für die Beantwortung dieser Fragen nicht herangezogen werden, da darin die Medien nicht erfasst waren.

Die entsprechenden Ergebnisse der auf der Meldung der MA 53 - Presse- und Informationsdienst basierenden Auswertungen stellt die nachfolgende Tabelle 14 dar (Beträge in EUR, inkl. Referatskredite):

Gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ (inkl. Referatskredite)

Medien	Werbeaufträge und Medienkooperationen
Das Wien - Monatszeitung	243.563,48
WIRTSCHAFTS & KOMMUNALFÜHRER FÜR DIE STADT WIEN	12.195,81
Summe	255.759,29

Tabelle 14: Gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ (inkl. Referatskredite)

Quelle: MA 53 - Presse- und Informationsdienst; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst gemeldeten Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 entsprachen 0,2 % der gesamten Werbeaufträge und Medienkooperationen lt. SAP-Auswertungen.

Eine Abfrage anhand der SAP-Auswertungen der MA 6 - Rechnungs- und Abgabewesen für den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ ergab Ausgaben in der Höhe von 0,30 Mio. EUR. Das Verhältnis dieses Betrages zu den gesamten Werbeaufträgen und Medienkooperationen lt. SAP-Auswertungen betrug 0,2 %.

6.1.2 Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Der StRH Wien führte auf Basis der von den sonstigen Einrichtungen bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen Suchabfragen durch. Der Anteil an Schaltungen der sonstigen Einrichtungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 betrug mit 60.799,85 EUR im Verhältnis zu allen von den Einrichtungen bekannt gegebenen Schaltungen 0,1 %.

Medienkooperationen mit dem Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ wurden von den geprüften Einrichtungen nicht bekannt gegeben.

6.2 Zweckmäßigkeit der Ausgaben an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Frage 13: „Waren diese Ausgaben zweckmäßig und im Hinblick auf die Auflagenzahl der einzelnen Produkte auch im Vergleich mit ähnlichen Produkten wirtschaftlich vertretbar?“

6.2.1 Zweckmäßigkeit der Ausgaben der MA 53 - Presse- und Informationsdienst an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Die Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ waren aufgrund des im Verhältnis zur Grundgesamtheit sehr geringen Umfangs in den Stichproben nicht enthalten und daher bewertete der StRH Wien nicht deren Zweckmäßigkeit.

6.2.2 Zweckmäßigkeit der Ausgaben der sonstigen Einrichtungen an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Die 5 Schaltungen der in die Stichprobe einbezogenen Einrichtungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ waren mit insgesamt 39.761,45 EUR in Summe nur von geringem Umfang. Die Stichprobe entsprach 65,4 % der, von allen sonstigen Einrichtungen, bekannt gegebenen Werbeaufträgen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“. Medienkooperationen mit Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ wurden von den sonstigen Einrichtungen nicht gemeldet. Die überproportionale Berücksichtigung von Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Stichproben war durch die Fragen des Prüfungsersuchens begründet.

Von den 5 in die Stichprobe einbezogenen Schaltungen wurden 4 als zweckmäßig bewertet. Bei 1 Schaltung in der Höhe von 11.253,45 EUR (s. Punkt 4.4.2 die im Bericht angeführten Informationen über die Schlammbehandlung des Klärschlammes in der Hauptkläranlage Wien) war nach Ansicht des StRH Wien die Zweckmäßigkeit zu hinterfragen.

6.3 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Frage 14: „Welche Inserate (entgeltliche Einschaltungen usw.) in welchen Medien der Agentur und Verlag Heinz Knapp wurden nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldet, aus welchem Grund und welche Kosten liefen für diese Inserate auf?“

6.3.1 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Eine Beantwortung der Frage war bzgl. der MA 53 - Presse- und Informationsdienst aufgrund der fehlenden Datenbasis nicht möglich.

6.3.2 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der sonstigen Einrichtungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Die Prüfung durch den StRH Wien ergab, dass von den sonstigen Einrichtungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ Werbeaufträge in der Höhe von 13.000,- EUR für das Medium „DAS WIEN“ nicht an die KommAustria gemeldet wurden.

In diesem Medium wurden in den Jahren 2017 und 2020 durch 2 Einrichtungen 3 Schaltungen beauftragt. Diese Werbeaufträge waren infolge des Nichtüberschreitens der Bagatellgrenze von 5.000,- EUR im jeweiligen Quartal nicht meldepflichtig.

Die Prüfung ergab ferner, dass die Stichproben keine nicht gemeldeten Medienkooperationen enthielten.

7. Zusammenfassung der Empfehlungen

Empfehlung Nr. 1:

Alle weisungsfreien Dienststellen wären auf die Meldepflichten des MedKF-TG gemäß Erlass vom 25. Mai 2016 (MD-OS - 84776-2016) hinzuweisen (s. Punkt 2.3).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst wird sämtliche Dienststellen, wie auch schon bisher, an die im Erlass geregelten Termine für die Meldepflichten gemäß MedKF-TG erinnern.

Empfehlung Nr. 2:

Eine detaillierte Darstellung der Werbeaufträge und Medienkooperationen sollte für Dokumentationszwecke sichergestellt werden (s. Punkt 3.1.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst führt über die gesamten beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen vollständige Aufzeichnungen sowie Unterlagen nach den gesetzlichen Vorgaben und Vorschriften und konnte diese lückenlos im Zuge der Prüfung vorlegen. Dies betrifft sowohl die Aktenführung, die bis November 2022 in Papierform erfolgte, als auch die budgetäre Gebarung sowie die ordnungsgemäße Durchführung der Meldepflichten gemäß MedKF-TG. Auch der Gesetzgeber sieht beim MedKF-TG keine Unterscheidung in der Aktenführung zwischen Werbeaufträgen und Medienkooperationen vor, dies auch vor dem Hintergrund, dass Medienkooperationen genauso Werbeaufträge sind. Zudem ist auch seitens der KommAustria bei der Rechtsträger-Meldung in der Webschnittstelle keine Unterscheidung in Werbeaufträge oder Medienkooperationen vorgesehen. Vor diesem Hintergrund hat die MA 53 - Presse- und Informationsdienst im Gegensatz zu den Ausführungen des StRH Wien lediglich darauf hingewiesen, dass die Aufzeichnung darüber hinausgehender Informationen gesetzlich nicht vorgesehen ist.

Die Führung von zusätzlichen, nicht auf Basis von gesetzlichen Grundlagen oder sonstigen Vorschriften definierten Listen und Darstellungen für alle künftig potenziell auftretenden Fragestellungen würde nicht nur einen erheblichen zusätzlichen Verwaltungsaufwand bedeuten, sondern auch das Risiko in sich bergen, dass trotzdem nicht alle Fragen mit vertretbarem Verwaltungsaufwand beantwortet werden können. Daher wird die MA 53 - Presse- und Informationsdienst der Empfehlung nicht nachkommen.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Wie der StRH Wien in seinem Bericht ausführte, konnte von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst - im Gegensatz zu den weiteren geprüften Einrichtungen des gegenständlichen Prüfungersuchens - keine für die Beantwortung der Fragen des Prüfungersuchens erforderliche Detailübersicht der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen vorgelegt werden.

Eine Beantwortung der Fragen des Prüfungersuchens war daher nur eingeschränkt über die aus der Betriebssoftware SAP erstellten Aufstellungen möglich.

Eine detaillierte, lückenlose Übersicht aller Werbeaufträge und Medienkooperationen konnte durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst trotz Anforderung durch den StRH Wien weder nach Werbeaufträgen und Medienkooperationen getrennt noch gesammelt vorgelegt werden. Wie der StRH Wien in seinem Bericht wiederholt ausführte, sah das MedKF-TG keine Trennung in Werbeaufträge und Medienkooperationen vor.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst angebotene Möglichkeit der Einsicht in alle Papierakten für die benötigte Darstellung der Werbeaufträge und Medienkooperationen war mit einem wirtschaftlichen vertretbaren Aufwand durch den StRH Wien nicht möglich.

Wie der StRH Wien im Bericht ausführte, legte die MA 53 - Presse- und Informationsdienst eine - nach ihren Angaben - vollständige Übersicht aller meldepflichtigen Werbeaufträge und Medienkooperationen vor. Diese wurden vom StRH Wien entsprechend im Bericht dargestellt.

Zur Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst betreffend die Führung vollständiger Aufzeichnungen sowie Unterlagen und der lückenlosen Vorlage dieser im Zuge der Prüfung verweist der StRH Wien auf die nachfolgenden Empfehlungen.

Empfehlung Nr. 3:

Beim Abweichen von Rabattstrukturen lt. Mediadaten wäre die Vorgehensweise zu dokumentieren (s. Punkt 4.4.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die Mediadaten enthalten in der Regel ausschließlich Preise für Schaltungen mit beigestellten Werbemitteln. Bei Medienkooperationen oder auch Advertorials, die vom Auftragnehmer gestaltet werden, müssen die Preise gesondert im Einzelfall verhandelt werden. Hier kommen die Mediadaten lediglich im Zuge der Preisprüfung als Orientierungspunkt zur Anwendung. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst hat nie behauptet, dass Rabatte bei Medienkooperationen und Advertorials nicht üblich sind, sondern darauf hingewiesen, dass es sich im konkreten Fall um einen Sonderpreis gehandelt hat und die Preise lt. Mediadaten daher auch keine Anwendung gefunden haben. Die Empfehlung des StRH Wien zielt daher ins Leere und wird daher auch nicht aufgegriffen.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Der StRH Wien führte in seinem Bericht aus, dass in den Mediadaten des gegenständlichen Magazins Staffel-Rabatte ab bestimmten jährlichen Buchungen angeboten wurden.

Der StRH Wien blieb bei seiner Empfehlung, dass beim Abweichen von angebotenen Rabattstrukturen im Sinn der Nachvollziehbarkeit eine Dokumentation erforderlich erscheint.

Empfehlung Nr. 4:

Die Zweckmäßigkeit der Erweiterung der Mediendiskursstudie um vertiefende Abfragen zur Meinungsbildung bei Magazinen und Beilagen wäre zu prüfen (s. Punkt 5.2.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst begrüßt die Feststellung des StRH Wien, dass die Mediendiskursstudie Wien als zweckmäßig bewertet wird und wird die Möglichkeit einer Erweiterung der Mediendiskursstudie prüfen.

Empfehlung Nr. 5:

Die den Angeboten der Medieninhaberinnen bzw. Medieninhaber vorangegangenen wesentlichen Gespräche bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen sollten dokumentiert werden (s. Punkt 5.2.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die wesentlichen Inhalte allfälliger Vorgespräche mit Medieninhaberinnen bzw. Medieninhabern wurden schon bisher durchgängig im Angebot bzw. Auftragsschreiben festgehalten und somit nachvollziehbar dokumentiert. Eine darüber hinausgehende Dokumentation bei durchschnittlich mehr als 3.000 Auftragsvergaben pro Jahr in diesem Segment, die überwiegend auf der Grundlage von einsehbaren Mediadaten erfolgen, ist mit den vorhandenen personellen Ressourcen weder zweckmäßig noch möglich. Die Sicht des StRH Wien lässt außerdem unberücksichtigt, dass geführte Gespräche mit Medieninhaberinnen bzw. Medieninhabern oftmals in keinerlei Werbeauftrag oder Medienkooperation münden, weshalb eine Dokumentation auf Verdacht nur unverhältnismäßigen Verwaltungsaufwand ohne zusätzlichen Erkenntnisgewinn zur Folge hätte. Die bisherige Vorgehensweise, wesentliche Vorgespräche im Angebot bzw. Auftragsschreiben zu dokumentieren, wird daher beibehalten und die Empfehlung nicht aufgegriffen.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst verwies hinsichtlich der vom StRH Wien in mehreren Fällen der Stichprobe festgestellten kurzen Zeitdauern von z.T. nur 2 Tagen zwischen den Angeboten von Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe und der Auftragserteilung durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst auf die geführten Vorgespräche. Nach Angabe der MA 53 - Presse- und Informationsdienst erfolgten diese Angebote unaufgefordert und die Leistungen wurden erst nach der Abstimmung mit der Auftragnehmerin bzw. dem Auftragnehmer im Rahmen eines schriftlichen Angebots finalisiert.

Entgegen den Ausführungen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst waren in den eingesehenen Fällen der Stichprobe weder in den Angebots- noch in den Auftragsschreiben diese Vorgespräche dokumentiert.

Wie der StRH Wien bereits in seinem Bericht ausführte, wurden die in den Mediadaten abgebildeten Preise von den Medienunternehmen selbst festgesetzt und stellten nach Ansicht des StRH Wien somit keine objektive Größe für die Bewertung der Preisangemessenheit dar. Dies umso mehr als - wie die MA 53 - Presse- und Informationsdienst ausführte - in den Fällen der Stichprobe Preisabschläge in einer Spannweite von rd. 10 % bis über rd. 70 % erfolgten. Die Argumentation der MA 53 - Presse- und Informationsdienst, wonach jedes Angebot, welches unter den von den Medienunternehmen festgesetzten Preisen lag, automatisch preisangemessen war, hielt einer wirtschaftlichen Betrachtungsweise nicht stand.

Der StRH Wien vertrat die Ansicht, dass eine angemessene Dokumentation von Vorgesprächen für Aufträge in dieser Größenordnung für die Transparenz und Nachvollziehbarkeit der Verwendung öffentlicher Mittel zwingend notwendig erschien. Dies umso mehr, als die MA 53 - Presse- und Informationsdienst ausführte, dass die Aufträge „nach erfolgter Abstimmung im Rahmen eines schriftlichen Angebots finalisiert“ wurden.

Empfehlung Nr. 6:

Die Prüfung der Preisangemessenheit von Werbeaufträgen und Medienkooperationen wäre nachvollziehbar zu dokumentieren (s. Punkt 5.2.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Für die MA 53 - Presse- und Informationsdienst ist nicht nachvollziehbar bzw. ist es ein inhaltlicher Widerspruch, weshalb der StRH Wien in seiner Feststellung explizit hervorhob, dass in den eingesehenen Stichproben die Dokumentation über die Einholung von vergleichenden Preisauskünften fehlte, gleichzeitig aber unter Punkt 4.4 der Argumentation des Rechtsgutachtens über die Beauftragung von Medienkooperationen folgen kann. Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte bei den Stichproben keine Vergleichsauskünfte einholen und diese daher auch nicht dokumentieren, da wie auch der StRH Wien unter Punkt 4.4 richtigweise ausführt, der übliche Drittvergleich für die Angemessenheit von Leistungsentgelten als Maßstab der Wirtschaftlichkeit bei der Beauftragung von Medien mitunter nicht anwendbar ist. Dies trifft auf alle Stichproben zu.

Der deutlich überwiegende Teil der Auftragsvergaben im Bereich der Werbeaufträge und Medienkooperationen erfolgt auf der Basis von Listenpreisen. Die Kalkulation und Prüfung der Preisangemessenheit erschließt sich für außenstehende, fachkundige Dritte aus den Vergabeakten. Für die Stichproben konnte dies auch durchgängig nachvollzogen werden. Das Ergebnis ist in den Vergabevermerken - wie es das BVergG 2018 normiert - festgehalten. Die Nachvollziehbarkeit ist daher auf Basis des Vergabeaktes gegeben, weshalb der Empfehlung nicht nachgekommen wird.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Wie im Bericht ausgeführt, konnte der StRH Wien der Argumentation des von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst beauftragten Rechtsgutachtens folgen. Auch war es nach Ansicht des StRH Wien zutreffend, dass der im Regelfall übliche Drittvergleich für die Beurteilung der Angemessenheit von Leistungsentgelten bei den in der Stichprobe enthaltenen Medienkooperationen nicht möglich war, da einzigartige Leistungen angeboten wurden. Umso mehr wäre daher eine angemessene und nachvollziehbare Begründung der Preisangemessenheit durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst erforderlich gewesen.

Die Dokumentation der Prüfung der Preisangemessenheit durch die MA 53 - Presse- und Informationsdienst in sämtlichen eingesehenen Stichprobenfällen umfasste ausschließlich den Satz „Der Preis erscheint angemessen.“ Im Gegensatz zu den Ausführungen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst konnte die Prüfung der Preisangemessenheit in den Akten der Stichprobe vom StRH Wien somit nicht nachvollzogen werden.

Empfehlung Nr. 7:

Bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen sollten die Prüfungshandlungen bei der Freigabe der Inhalte nachvollziehbar dokumentiert werden (s. Punkt 5.2.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die MA 53 - Presse- und Informationsdienst dokumentierte bisher schon sämtliche Freigaben nachvollziehbar in Form der Leistungsbestätigung im Zuge der Rechnungsbearbeitung und wird das auch künftig in dieser Form wahrnehmen. Die Leistungsbestätigungen waren durchgängig und ordnungsgemäß vorhanden, der Nutzen einer vertiefenden Dokumentation der Leistungsprüfung erschließt sich der MA 53 - Presse- und Informationsdienst nicht, weshalb die Empfehlung nicht aufgegriffen wird.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Wie der StRH Wien in seinem Bericht ausführte, war die Preisangemessenheit der von den Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe angebotenen Magazine (Beilagen) aufgrund der Aufmachung und des Umfangs dieser Medien für außenstehende Dritte nur mit Schwierigkeiten feststellbar. Auch wurde die MA 53 - Presse- und Informationsdienst vom StRH Wien auf die in diesen Magazinen (Beilagen) festgestellten zumindest z.T. kopierten Inhalte hingewiesen.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst angeführte Leistungsbestätigung erschöpfte sich in den in der Stichprobe enthaltenen Akten in einem Abhaken der jeweiligen Rechnungen. Eine entsprechende Dokumentation über die Freigabe der Inhalte des Leistungsgegenstandes (Magazine, Beilagen) lag dem StRH Wien nicht vor.

Empfehlung Nr. 8:

Die Gründe für die Auswahl eines bestimmten Mediums bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen wären nachvollziehbar zu dokumentieren (s. Punkt 5.2.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Aus Sicht der MA 53 - Presse- und Informationsdienst ist eine nachvollziehbare Dokumentation gegeben, da sich die Gründe für die Auswahl eines bestimmten Mediums bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen für außenstehende, fachkundige Dritte auf Basis des Vergabeakts erschließen, in dem die Auswahlentscheidungen aufbauend auf Inhalten und Zielgruppen, Leistungsnachweisen bzw. Angebot/Mediadaten nachvollziehbar dokumentiert sind. Eine gesonderte, ergänzende Dokumentation für Werbeaufträge und Medienkooperationen würde daher nur eine mit erheblichen und zusätzlichen Verwaltungsaufwand erzeugte Dublette darstellen und somit ohne weiteren Erkenntnisgewinn sein. Die Empfehlung wird daher nicht umgesetzt.

Gegenäußerung des StRH Wien:

In den vorgelegten Unterlagen der MA 53 - Presse- und Informationsdienst betreffend die vom StRH Wien ausgewählten Medienkooperationen mit Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe waren die Gründe für die Auswahl der jeweiligen Medien nicht enthalten.

Die von der MA 53 - Presse- und Informationsdienst in ihrer Stellungnahme angeführte Dokumentation in den diesbezüglichen Vergabevermerken begrenzte sich im Festhalten des Namens des Magazins, der Auftragnehmerin, des geschätzten Auftragswertes und folgender „Begründung“:

„Die Inseratschaltungen erfolgen anlassbezogen und der Vertragsabschluss erfolgt direkt zwischen der Stadt Wien und dem Auftragnehmer. Gemäß § 30 Abs. 2 Z 2 BVergG 2006 wurde mit demjenigen Bieter verhandelt, welcher die notwendigen Anforderungen bezüglich Zielgruppe, Reichweite und Erscheinungstermin, um das angestrebte Informationsergebnis zu erreichen, erfüllt. Der Preis erscheint angemessen.“

Diese Dokumentation war für den StRH Wien nicht ausreichend und er blieb bei seiner getroffenen Empfehlung, die Gründe für die Beauftragung eines bestimmten Mediums nachvollziehbar zu dokumentieren.

Empfehlung Nr. 9:

Der vorhandene Bedarf an Werbeaufträgen und Medienkooperationen sollte nachvollziehbar dokumentiert werden (s. Punkt 5.2.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Aus Sicht der MA 53 - Presse- und Informationsdienst ist eine gesonderte Dokumentation des Bedarfs eines Werbeauftrags oder einer Medienkooperation im Hinblick auf den personellen Ressourcenaufwand nicht vertretbar, da es für außenstehende, fachkundige Dritte jederzeit möglich ist, die Auswahlentscheidungen auf Basis der Inhalte und Zielgruppen sowie der Leistungsnachweise bzw. Angebot/Mediadaten und Auftrag nachzuvollziehen, die auch den entsprechenden Bedarf begründen. Darüber hinaus werden die Kommunikationsziele für Kampagnen bereits dokumentiert und auch im Jahresbericht veröffentlicht. Die Empfehlung wird daher nicht berücksichtigt.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Der StRH Wien anerkannte die im Rahmen von Kampagnen und ab dem Jahr 2021 in den Jahresberichten der Stadtkommunikation dargestellten Kriterien wie Ausgangslage, Kommunikationsziel, Informationsbedürfnis, Zielgruppen sowie Zielerreichung. Bei den im Zuge der Stichprobe eingesehenen Medienkooperationen mit Tochtergesellschaften der DIETRICH Medien-Gruppe waren diese Kriterien jedenfalls nicht dokumentiert und diese Medienkooperationen auch nicht einer Kampagne zugeordnet.

Empfehlung Nr. 10:

Bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen wäre der verstärkte Einsatz von Online- bzw. Social-Media-Kanälen und Informationskanälen der Stadt Wien zu prüfen (s. Punkt 5.2.1).

Stellungnahme der MA 53 - Presse- und Informationsdienst:

Die Kommunikation und Information über die eigenen Medienkanäle der Stadt Wien läuft immer komplementär zu Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen, kann diese aber nicht ersetzen. Nachdem der Einsatz der eigenen Informationskanäle der Stadt Wien im Rahmen der Prüfungshandlung durch den StRH Wien keiner spezifischen Betrachtung unterzogen wurde, ist auch die Empfehlung im Hinblick auf die Prüfung eines verstärkten Einsatzes nicht nachvollziehbar. Die Empfehlung wird daher nicht umgesetzt, da der Einsatz der eigenen Medienkanäle bereits ein integraler Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation darstellt.

Gegenäußerung des StRH Wien:

Der StRH Wien blieb bei seiner Empfehlung, den verstärkten Einsatz von - bereits vorhandenen - Informationskanälen der Stadt Wien einer Prüfung zu unterziehen.

Der Stadtrechnungshofdirektor:**Mag. Werner Sedlak, MA**

Wien, im Dezember 2023

8. Anhang

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

MA

- MA 01 - Wien Digital
- MA 2 - Personalservice
- MA 5 - Finanzwesen
- MA 6 - Rechnungs- und Abgabenwesen
- MA 7 - Kultur
- MA 8 - Wiener Stadt- und Landesarchiv
- MA 9 - Wienbibliothek im Rathaus
- MA 10 - Kindergärten
- MA 11 - Kinder- und Jugendhilfe
- MA 13 - Bildung und Jugend
- MA 15 - Gesundheitsdienst
- MA 17 - Integration und Diversität
- MA 18 - Stadtentwicklung und Stadtplanung
- MA 19 - Architektur und Stadtgestaltung
- MA 20 - Energieplanung
- MA 21A - Stadtteilplanung und Flächenwidmung Innen-Südwest
- MA 21B - Stadtteilplanung und Flächenwidmung Nordost, Druckerei
- MA 22 - Umweltschutz
- MA 23 - Wirtschaft, Arbeit und Statistik
- MA 24 - Strategische Gesundheitsversorgung
- MA 25 - Technische Stadterneuerung
- MA 27 - Europäische Angelegenheiten
- MA 28 - Straßenverwaltung und Straßenbau
- MA 29 - Brückenbau und Grundbau
- MA 31 - Wiener Wasser
- MA 33 - Wien Leuchtet
- MA 34 - Bau- und Gebäudemanagement
- MA 35 - Einwanderung und Staatsbürgerschaft
- MA 36 - Gewerbetchnik, Feuerpolizei und Veranstaltungen
- MA 37 - Baupolizei
- MA 39 - Prüf-, Inspektions- und Zertifizierungsstelle
- MA 40 - Soziales, Sozial- und Gesundheitsrecht
- MA 41 - Stadtvermessung
- MA 42 - Wiener Stadtgärten
- MA 44 - Bäder

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- MA 45 - Wiener Gewässer
- MA 46 - Verkehrsorganisation und technische Verkehrsangelegenheiten
- MA 48 - Abfallwirtschaft, Straßenreinigung und Fuhrpark
- MA 49 - Klima, Forst- und Landwirtschaftsbetrieb
- MA 50 - Wohnbauförderung und Schlichtungsstelle für wohnrechtliche Angelegenheiten
- MA 51 - Sport Wien
- MA 53 - Presse- und Informationsdienst
- MA 54 - Zentraler Einkauf und Logistik
- MA 56 - Schulen
- MA 57 - Frauenservice Wien
- MA 58 - Wasserrecht
- MA 59 - Marktamt
- MA 60 - Veterinäramt und Tierschutz
- MA 62 - Wahlen und verschiedene Rechtsangelegenheiten
- MA 63 - Gewerberecht, Datenschutz und Personenstand
- MA 64 - Bau-, Energie-, Eisenbahn- und Luftfahrtrecht
- MA 65 - Rechtliche Verkehrsangelegenheiten
- MA 67 - Parkraumüberwachung
- MA 68 - Feuerwehr und Katastrophenschutz
- MA 69 - Immobilienmanagement
- MA 70 - Berufsrettung Wien
- MD - Magistratsdirektion

Unternehmungen gemäß § 71 WStV

- Stadt Wien - Wiener Wohnen
- Wien Kanal
- Wiener Gesundheitsverbund

weisungsfreie Dienststellen und WTV

- Gleichbehandlungsbeauftragte der Stadt Wien
- Unabhängiger Bedienstetenschutzbeauftragter
- Wiener Gesundheitsfonds (WGF)
- Wiener Kinder- und Jugendanwaltschaft
- Wiener Pflege-, Patientinnen- und Patienten-anwaltschaft
- Wiener Tierschutzombudsstelle
- Wiener Tourismusverband
- Wiener Umwelthanwaltschaft

Beteiligungen

- AWZ Soziales Wien GmbH

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- BiM - Bildung im Mittelpunkt GmbH
- ebswien kläranlage & tierservice Ges.m.b.H.
- ebswien wiener wassertechnologie & infrastruktur Ges.m.b.H.
- FSW - Wiener Pflege- und Betreuungsdienste GmbH
- FSW-LGM GmbH
- Good for Vienna gemeinnützige GmbH
- Halle E+G BetriebsgmbH
- Interface Wien GmbH
- Jüdisches Museum der Stadt Wien Gesellschaft m.b.H.
- Kunst im öffentlichen Raum GmbH
- Mobilitätsagentur Wien GmbH
- MQ Halle 16/08 Betriebsges.m.b.H.
- Obdach Wien gemeinnützige GmbH
- Ober St. Veiter Garagenbetriebs Gesellschaft m.b.H.
- Prater Wien GmbH
- Schauspielhaus Wien GmbH
- Schuldnerberatung Wien - gemeinnützige GmbH
- Stadt Wien - Wiener Wohnen Kundenservice GmbH
- Stadt Wien Kunst GmbH
- Stadt Wien Marketing GmbH
- Sucht- und Drogenkoordination Wien gemeinnützige GmbH
- Suchthilfe Wien gemeinnützige GmbH
- Tanzquartier Wien GmbH
- Verkehrsverbund Ost-Region (VOR) Gesellschaft m.b.H.
- Vienna Film Commission GmbH
- Wien House GmbH
- Wien Kanal Beteiligungs GmbH
- Wiener Festwochen GesmbH
- Wiener Gesundheitsförderung gemeinnützige GmbH
- Wiener Gesundheitsverbund Projektentwicklungs- und Baumanagement GmbH
- Wiener Gesundheitsverbund-PPE Beschaffung GmbH
- Wiener Gewässer Management Gesellschaft mbH
- Wiener Kommunal-Umweltschutzprojektgesellschaft mbH
- Wiener Wohnen Hausbetreuung GmbH
- Wiental-Sammelkanal Gesellschaft m.b.H.
- Wohnservice Wien Ges.m.b.H.

Stiftungen

- Adolf und Veronika Hofbauer´sche Stiftung

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- Albert und Angelica Schlips´sche Stiftung
- Allgemeine Wiener Mittelschulstipendien-Stiftung
- Andreas Sehr Stiftung
- August Herzmansky´sche Stiftung für behinderte Menschen in betreuten Unterkünften
- C.M. Frank Kinderspitals-Stiftung
- Cäcilia und Maria Kunz´sche Stiftung
- Caroline Riedl´sche Kinderspital Stiftung
- Dr. Eduard Kaufmann´sche Armenstiftung
- Dr. Josef Zöch´sche Stiftung für wohltätige Zwecke
- Franziska Papp von Maczedonfy Stiftung
- Franziska Reder-Blindenstiftung
- Hans und Blanca Moser-Stiftung zur Unterstützung alter, alleinstehender Menschen
- Heinrich Alvera-Stiftung für bedürftige, obdachlose oder sonst in großer Not befindliche Menschen
- Johanna Prangl-Wohltätigkeitsstiftung
- Josef Wild´sche Stiftung
- Josefa Christenheit Stiftung
- Josefina Köhler Stiftung
- Juliane Reithner´sche Krankenhausstiftung
- Julie Brudermann´sche Stiftung
- Julius und Theresia Hönig´sche Stiftung
- Karl Anton Wolf-Stiftung
- Karl und Elisabeth Kärcher Stiftung
- Karoline Ott´sche Stiftung
- Krankenhausstiftung der Frau Wilhelmine Witteczek geb. Watteroth
- Lorenz Hiehs´sche Stiftung
- Louise Eisner-Odescalchi Stiftung
- Ludwig Resch-Familienstiftung
- Ludwig und Wilhelmine Riehs´sche Stiftung
- Margaretha Hehberger-Stiftung
- Max und Marie Menger Stiftung
- Michael Schäffer´sche Stiftung
- Nathaniel Freiherr von Rothschild´sche Stiftung für Nervenranke
- Peter und Theresia Rigoni´sche Stiftung für unheilbar Kranke
- Radislowitsch-Braun´sche Stiftung
- Rosina Kammerer´sche Armenstiftung
- Stiftungsfonds zur Förderung der Bekämpfung der Tuberkulose und anderer Lungenkrankheiten

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- Susanna Bachmann´sche Armenhausstiftung
- Vereinigte Wiener Fürsorgestiftung
- Vereinigte Wiener Wohlfahrtsstiftung
- Viktor Adam´sche Jubiläumsstiftung
- Wenzel Arco Stiftung
- Wilhelm und Magdalena Brandseph´sche Stiftung für bedürftige und unheilbar Kranke

Fonds

- Filmfonds Wien
- Fonds „Kuratorium Wiener Pensionisten-Wohnhäuser“
- Fonds „Soziales Wien“
- Fonds der Stadt Wien für innovative interdisziplinäre Krebsforschung
- Fonds für temporäres Wohnen in Wien
- Fonds Kuratorium Psychosoziale Dienste
- Hochschuljubiläumsfonds der Stadt Wien zur Förderung der Wissenschaft
- Jubiläumsfonds der Stadt Wien für die österreichische Akademie der Wissenschaften
- Jubiläumsfonds der Stadt Wien für die Universität für Bodenkultur Wien
- Jubiläumsfonds der Stadt Wien für die Wirtschaftsuniversität Wien
- Kaiser Franz Josef I. Jubiläumsfonds für Werkstättegebäude und Volkswohnungen
- Kamilla und Wolfgang Waniek - Fonds
- Ludwig Epstein'scher Obdachlosenfonds
- Medizinisch-wissenschaftlicher Fonds des Bürgermeisters der Bundeshauptstadt Wien
- Mobilitätsfonds Wien
- Wiener ArbeitnehmerInnen-Förderungsfonds
- wohnfonds_wien fonds für wohnbau und stadterneuerung

Anstalten

- Museen der Stadt Wien
- Krankenfürsorgeanstalt der Bediensteten der Stadt Wien

Tabelle 15: Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen
Quelle: Firmenbuch, Wiener Stiftungs- und Fondsregister, Prüfstellenkartei des StRH Wien