



STADTRECHNUNGSHOF WIEN

Landesgerichtsstraße 10
A-1082 Wien

Tel.: 01 4000 82829 FAX: 01 4000 99 82810

E-Mail: post@stadtrechnungshof.wien.at

www.stadtrechnungshof.wien.at

DVR: 0000191

StRH IV - GU 42-1/15

Stadt Wien Marketing GmbH,

Prüfung der Aktivitäten im Zusammenhang

mit dem Eurovision Song Contest 2015

KURZFASSUNG

Die Stadt Wien war im Zeitraum vom 17. Mai 2015 bis 23. Mai 2015 Host City des 60. Eurovision Song Contests. Der Veranstalter Österreichischer Rundfunk rechnete im Vorfeld mit 1.500 Journalistinnen bzw. Journalisten, 2.000 Ländervertreterinnen bzw. Ländervertretern und mehr als 40.000 Livebesucherinnen bzw. Livebesuchern vor Ort. Für die Fernsehübertragung der Shows wurde weiters mit 180 Millionen Zuseherinnen bzw. Zusehern weltweit gerechnet. In der Bewerbung der Stadt Wien als Host City wurden zahlreiche monetäre und nicht monetär bewertbare Leistungen angeboten; unter anderem die Wiener Stadthalle als Austragungsstätte. Die im Zuge des Eurovision Song Contests von verschiedenen Seiten in Auftrag gegebenen Studien bescheinigten die Werbewirksamkeit und Umwegrentabilität der Durchführung eines solchen Großevents.

Die Stadt Wien Marketing GmbH verpflichtete sich in einem Leistungsvertrag mit dem Österreichischen Rundfunk, die Eurovision Song Contest Zeremonien "Insignia" und "Allcoation Draw" sowie die Eröffnungszereemonie zu veranstalten. Daneben wurde eine finanzielle Unterstützung für die Einrichtung des Eurovisions Village am Wiener Rathausplatz, die kostenlose Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel für alle akkreditierten Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer sowie ein umfassendes City Branding zugesagt.

Der Stadtrechnungshof Wien prüfte die Aktivitäten und Leistungen der Stadt Wien Marketing GmbH für dieses Großevent. Dabei stellte er fest, dass der vom Gemeinderat genehmigte Kostenrahmen von 1 Mio. EUR für die von der Stadt Wien Marketing GmbH zu bezahlenden Leistungen eingehalten wurde. Anzumerken war jedoch, dass einige Leistungen, die die Stadt Wien Marketing GmbH zu organisieren hatte, von anderen Dienststellen der Stadt Wien erbracht und bezahlt wurden. Die Prüfung des Stadtrechnungshofes Wien führte weiters zu Feststellungen und Empfehlungen hinsichtlich der Projektdokumentation, der Angemessenheitsprüfung von Leistungsbewertungen sowie der Abstimmung der Projektkostenaufzeichnungen mit der Kostenrechnung.

INHALTSVERZEICHNIS

1. Allgemeines	6
1.1 Prüfungsgegenstand und Prüfbefugnis des Stadtrechnungshofes Wien	6
1.2 Stadt Wien Marketing GmbH	7
2. Eurovision Song Contest	7
3. Stadt Wien als Austragungsort	8
3.1 Einladung zur Bewerbung.....	8
3.2 Bekundung des allgemeinen Interesses	10
3.3 Bewerbung der Stadt Wien.....	11
3.4 Zuschlagserteilung und Leitmotiv	13
3.5 Beschlussfassung zur Umsetzung.....	14
4. Beauftragung der Stadt Wien Marketing GmbH	15
5. Vertragliche Grundlagen für die Durchführung des Eurovision Song Contests 2015	16
5.1 Memorandum of Understanding	16
5.2 Leistungsverträge	17
5.3 Überlassungsvereinbarung und Nutzungsübereinkommen mit dem Verein AIDS LIFE	21
6. Arbeitsgemeinschaft Eurovision Song Contest 2015.....	22
6.1 Organisation	22
6.2 Laufende Tätigkeiten	23
7. Durchführung des Eurovision Song Contests	23
8. Plan- und Istkosten der von der Stadt Wien Marketing GmbH zugesagten Leistungen für den Eurovision Song Contest 2015.....	26
8.1 Gesamtübersicht der von der Stadt Wien Marketing GmbH bezahlten Leistungen .	26
8.1.2 Planänderungen von der Bewerbung zum Memorandum.....	27
8.1.3 Plankosten zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung	28
8.1.4 Abrechnung der Leistungen der Stadt Wien Marketing GmbH	28
8.2 Von der Stadt Wien Marketing GmbH zugesagte und von anderen Dienststellen erbrachte bzw. bezahlte Leistungen	29

9. Studie über die Umwegrentabilität des Eurovision Song Contests 2015 im Hinblick auf Leistungen der Stadt Wien	30
10. Zusammenfassende Bemerkungen und Empfehlungen	32
10.1 Nachvollziehbarkeit und Projektdokumentation	32
10.2 Vertragsabschluss und Beauftragung Dritter	33
10.3 Projektkostenabrechnung	34
10.4 Dokumentation der Umsetzung besprochener Maßnahmen	34
10.5 Abschlussbericht des Österreichischen Rundfunks über die Werbe- und Marketingleistungen	35
11. Zusammenfassung der Empfehlungen	35

TABELLENVERZEICHNIS

Tabelle 1: Leistungen der Stadt Wien für den Eurovision Song Contest	11
Tabelle 2: Kostenentwicklung der Stadt Wien Marketing GmbH für den Eurovision Song Contest	27

ABKÜRZUNGSVERZEICHNIS

3D	dreidimensional
Abs	Absatz
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
CEE	Central and Eastern Europe
EBU	European Broadcasting Union
E-Mail	Elektronische Post
etc.	et cetera
exkl.	exklusive

FN.....	Firmenbuchnummer
GJS.....	Geschäftsgruppe Bildung, Jugend, Information und Sport
GmbH & Co KG	Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Compagnie Kommanditgesellschaft
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
inkl.	inklusive
LED	Light Emitting Diode
lt.....	laut
m	Meter
m.b.H.....	mit beschränkter Haftung
MA	Magistratsabteilung
MD	Magistratsdirektion
Mio. EUR	Millionen Euro
Nr.....	Nummer
o.a.	oben angeführt
ÖPNV	Öffentlicher Personennahverkehr
ORF	Österreichischer Rundfunk
P	Post
Pkt.	Punkt
Pr.Z.....	Präsidialzahl
rd.	rund
s.....	siehe
TV.....	Television
u.a.	unter anderem
USt	Umsatzsteuer
VIP	Very Important Person
WC	water closet
Wiener Linien GmbH & Co KG	WIENER LINIEN GmbH & Co KG
WStV	Wiener Stadtverfassung
z.B.	zum Beispiel

PRÜFUNGSERGEBNIS

Der Stadtrechnungshof Wien unterzog die Aktivitäten und Leistungen der Stadt Wien Marketing GmbH im Zusammenhang mit dem Eurovision Song Contest 2015 einer stichprobenweisen Prüfung und teilte das Ergebnis seiner Wahrnehmungen nach Abhaltung einer diesbezüglichen Schlussbesprechung der geprüften Stelle mit. Die von der geprüften Stelle abgegebene Stellungnahme wurde berücksichtigt. Allfällige Rundungsdifferenzen bei der Darstellung von Berechnungen wurden nicht ausgeglichen.

1. Allgemeines

1.1 Prüfungsgegenstand und Prüfbefugnis des Stadtrechnungshofes Wien

Die Stadt Wien war im Zeitraum vom 17. Mai 2015 bis 23. Mai 2015 Austragungsort des 60. Eurovision Song Contests. Als Host Broadcaster dieses internationalen Musikwettbewerbes fungierte der Österreichische Rundfunk. Die Stadt Wien sicherte in ihrer Eigenschaft als Host City vor allem die Zurverfügungstellung der Wiener Stadthalle als Austragungsstätte und die Abhaltung verschiedener Veranstaltungen in diesem Zusammenhang zu.

Der Stadtrechnungshof Wien prüfte die Aktivitäten und Leistungen der Stadt Wien Marketing GmbH für diese Großveranstaltung, zu welchen sie sich im Rahmen einer schriftlichen Vereinbarung mit dem Österreichischen Rundfunk verpflichtete. Die Stadt Wien Marketing GmbH war u.a. für die Bewerbung der Stadt Wien als Host City zuständig.

Nicht Prüfungsgegenstand waren die Leistungserbringung der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., des Wiener Tourismusverbandes sowie einzelner Magistratsdienststellen oder sonstiger Unternehmen im Umfeld der Stadt Wien.

Die Prüfungshandlungen des Stadtrechnungshofes Wien umfassten neben Literatur-, Dokumentenanalysen und Internetrecherchen auch Interviews bei der Stadt Wien Mar-

keting GmbH und der Magistratsabteilung 53. Die Prüfungshandlungen fanden im dritten Quartal 2015 statt.

Die Prüfbefugnis für diese Gebarungsprüfung ist in § 73b Abs 2 WStV und die erforderliche Sicherstellung dieser Prüfbefugnis im Gesellschaftsvertrag der Stadt Wien Marketing GmbH festgeschrieben.

1.2 Stadt Wien Marketing GmbH

Die Stadt Wien Marketing GmbH wurde im März 1999 gegründet und unter der FN 181636m ins Firmenbuch eingetragen, um im Auftrag der Stadt Wien im Allgemeininteresse liegende Aufgaben in den Bereichen Kultur, Erholung und Sport zu übernehmen. Einzige Gesellschafterin ist die Stadt Wien. Die Stadt Wien Marketing GmbH führt im Auftrag der Magistratsabteilung 53 namens der Stadt Wien Großveranstaltungen und darüber hinaus nach Bedarf zahlreiche weitere kleinere Events durch bzw. erbringt diverse Marketing- und Agenturleistungen.

Das eingetragene Stammkapital der Stadt Wien Marketing GmbH beträgt 0,60 Mio. EUR und ist zur Gänze einbezahlt. Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr. Organe der Gesellschaft sind die Geschäftsführung, der Aufsichtsrat und die Generalversammlung. Die Geschäftsführung besteht aus zwei Mitgliedern. Zum Zeitpunkt der Prüfung waren 17 Mitarbeitende in der Stadt Wien Marketing GmbH beschäftigt.

2. Eurovision Song Contest

Der Eurovision Song Contest ist ein internationaler Musikwettbewerb von Komponistinnen bzw. Komponisten und Songschreiberinnen bzw. Songschreibern. Er wird seit dem Jahr 1956 jährlich als internationale Koproduktion aller aktiven Mitglieder der EBU (Vereinigung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten Europas) mit ihrem Sitz in Genf im Rahmen des Programmaustausches der Eurovision ausgetragen. Teilnahmeberechtigt sind europäische sowie einige asiatische und afrikanische Rundfunkanstalten. Seit dem Eurovision Song Contest im Jahr 1957 entsenden die Rundfunkanstalten jedes teilnehmenden Landes einen Beitrag zum Bewerb. Der Eurovision Song Contest ist ei-

ne der beliebtesten TV-Shows Europas und der größte musikalische Wettbewerb weltweit.

Am 10. Mai 2014 konnte Österreich in Kopenhagen nach 48 Jahren zum zweiten Mal den Eurovision Song Contest gewinnen. Daher wurde der Österreichische Rundfunk berechtigt und verpflichtet, den 60. Eurovision Song Contest im Jahr 2015 als Host Broadcaster - im Auftrag der EBU - in Österreich umzusetzen. Der Veranstalter erwartete für dieses Event 1.500 Journalistinnen bzw. Journalisten, 2.000 Ländervertreterinnen bzw. Ländervertreter und mehr als 40.000 Livebesucherinnen bzw. Livebesucher vor Ort. Für die Fernsehübertragungen der zu diesem Contest gehörenden neun Shows wurde mit 180 Millionen Zuseherinnen bzw. Zusehern weltweit gerechnet.

Die EBU hat für den Europäischen Song Contest 2015 eigene öffentliche Regeln erlassen. Darin wurde die maximale Anzahl der teilnahmeberechtigten EBU-Mitglieder festgelegt. Der eigentliche Eurovision Song Contest setzt sich aus drei Live Shows, den beiden Semifinalen, denen eine Auslosung der Startreihenfolge der Teilnehmerländer durch die austragende Fernsehanstalt vorauszugehen hat, und dem Finale zusammen. Weitere Vorgaben betrafen die nationale Vorauswahl in den teilnehmenden Ländern, die Zusammensetzung der nationalen Jurys, den Wahlvorgang und die Punktevergaben durch die nationalen Jurys sowie bei der Teleabstimmung. Detailliert beschrieben wurden auch die Zulassungskriterien bzgl. der Lieder und der Auftritte der Künstlerinnen bzw. Künstler. Auch sämtliche Rechte der EBU an den Shows wurden neu festgelegt.

3. Stadt Wien als Austragungsort

3.1 Einladung zur Bewerbung

Mit 28. Mai 2014 erging ein Einladungsschreiben samt Anforderungsprofilen des Österreichischen Rundfunks an die Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. In diesem wurde ausgeführt, dass es sich beim Anforderungsprofil an die Austragungsstätte inkl. aller Nebenflächen um Mindestanforderungen handelte und eine Stellungnahme zu den einzelnen Punkten abzugeben sei. Ein weiteres Detailanforderungsprofil hatte die Host City des Eurovision Song Contests 2015 zum Inhalt.

Weiters erwähnte der Österreichische Rundfunk im Einladungsschreiben die enormen werblichen Effekte und Imagevorteile, welche die Host City generieren könnte. Die touristische Umwegrentabilität wurde mit mindestens 30.000 Nächtigungen und einem Zuwachs von bis zu 15 % im Tourismusbereich angegeben. Gemäß den Angaben der Austragungsorte in den letzten Jahren könne mit 200 Millionen TV-Zuseherinnen bzw. TV-Zusehern gerechnet werden, wodurch im Zuge der weltweiten Medienberichterstattung ein Werbewert von über 100 Mio. EUR generiert werde.

Abschließend wies der Österreichische Rundfunk darauf hin, dass bei einer endgültigen Entscheidung auch die Bereitschaft der ökonomischen Unterstützung des Events durch den Veranstaltungsort bewertet werden würde.

Das Anforderungsprofil an die Austragungsstätte beschrieb neben den Terminen für die exkl. Verfügbarkeit der Räumlichkeiten, die baulichen Mindestanforderungen für den Showbereich, das Werbeverbot für die vorhandenen eigenen Sponsorinnen bzw. Sponsoren. Detaillierte Vorgaben betrafen auch die Ausstattung der Infrastruktur der einzelnen Gebäudeteile samt Außenbereichen, die Statik und Klimatisierung der gesamten Veranstaltungsstätte sowie sämtliche Sicherheitsmaßnahmen.

Das Detailanforderungsprofil an die Host City des Eurovision Song Contests 2015 sah eine garantierte Zurverfügungstellung von ca. 3.000 Hotelzimmern zu marktüblichen Zimmerpreisen der 3* bis 5* Kategorie vor. Für den Bereich der Personentransporte der Delegationen, Pressevertreterinnen bzw. Pressevertreter, Produktionscrews, Fans, Sponsorinnen bzw. Sponsoren, EBU-Vertreterinnen bzw. EBU-Vertreter und VIP-Gäste waren Reisebusse, Shuttlefahrzeuge und Limousinen (alle "Eurovision Song Contest gebrandet") im Rahmen eines Transport- und Verkehrskonzeptes vorzusehen. Die Sicherheitsvorkehrungen, nach höchsten internationalen Standards ("Airport Style Level"), waren in einem Sicherheitskonzept sowohl rund um die Veranstaltungsstätte, den Hotels und den Side Events zu treffen.

Das größte Side Event war das Eurovision Village, das für Sponsorinnen bzw. Sponsoren sowie die Öffentlichkeit in der Produktionswoche frei zugänglich sein sollte. Die

Stände und Bühnen des Eurovisions Village sollten Auftrittsmöglichkeiten für Musik Acts sowie Public Viewing bieten. Weiters war ein Euro Club während der Eurovision Song Contest Wochen als Indoor Event Location ausschließlich für akkreditierte Personen einzurichten. Als drittes Side Event war die Eröffnungszeremonie als Empfang für Delegationen, Presse, Vertreterinnen bzw. Vertreter des Host Broadcasters sowie offiziellen Vertreterinnen bzw. Vertretern der Host City durch die Bürgermeisterin bzw. dem Bürgermeister der Veranstaltungstadt vorzunehmen.

Bezüglich des City Brandings wurde der Host City die Möglichkeit gegeben, die Veranstaltung durch ein umfassendes Branding wie Flaggen, City Lights, Plakate etc. zu promoten. Dabei musste das Logo des Eurovision Song Contests sowie der Sponsorinnen bzw. Sponsoren mittransportiert werden.

Weiters wurde vom Österreichischen Rundfunk ersucht, Volontärs für die Betreuung der Delegationen und zur Unterstützung im Pressezentrum bereitzustellen. Diese mindestens 500 Personen sollten keine Entlohnung erhalten, jedoch Verpflegung und Bekleidung zur Verfügung gestellt bekommen.

Ein detaillierter Projektvorschlag im Hinblick auf weitere Standortbedingungen gemäß dem Detailanforderungsprofil war erst in einem weiteren Schritt vorgesehen.

3.2 Bekundung des allgemeinen Interesses

Anfang Juni wurde die Stadt Wien Marketing GmbH vom zuständigen Stadtrat als Schnittstelle für sämtliche Angelegenheiten betreffend der Koordination mit dem Österreichischen Rundfunk betraut.

In dieser Funktion richtete die Stadt Wien Marketing GmbH mit 11. Juni 2014 ein Schreiben an den Österreichischen Rundfunk und bekundete damit das allgemeine Interesse der Stadt Wien als Host City. Gemäß den o.a. Anforderungsprofilen wurden die Wiener Stadthalle sowie die Errichtung einer temporären Produktionshalle mit Nutzung der bestehenden Marx Halle (mit grobgeschätzten Umsetzungskosten in der Höhe von 9 Mio. EUR bis 12 Mio. EUR für die zweite Variante) angeboten.

Da die Wiener Stadthalle zur geplanten Zeit der Austragung samt Vorbereitung des Eurovision Song Contests schon teilweise ausgebucht war, wurden auch andere Alternativen wie die Messe Wien, das Ernst-Happel-Stadion und der überdachte Wiener Rathausplatz in Betracht gezogen. Diese Optionen wurden jedoch nicht weiterverfolgt, da diese nicht den EBU-Vorgaben entsprachen bzw. aus Kostengründen ausschieden.

3.3 Bewerbung der Stadt Wien

Mit Beschluss des Gemeinderates (Pr.Z. PGL - 02007-2014/0001/GAT) vom 24. Juni 2014 bekundete dieser sein Interesse an einer Bewerbung und begrüßte eine etwaige Entscheidung des Österreichischen Rundfunks über den Austragungsort des Eurovision Song Contests 2015 zugunsten der Stadt Wien. Neben verschiedenen Vorzügen der Stadt Wien wurde die Infrastruktur der Wiener Stadthalle sowie die Stadt Wien Marketing GmbH als erfahrene Event Managerin und Ansprechpartnerin für den Österreichischen Rundfunk genannt. Angemerkt sei, dass sich auch andere österreichische Städte, wie Graz und Innsbruck, als Austragungsort beworben und dabei die Erbringung bzw. Kostenübernahme von bestimmten Leistungen angeboten haben.

3.3.1 Die ausführliche Bewerbung samt Präsentation vom 30. Juli 2014 der Stadt Wien Marketing GmbH (in Zusammenarbeit mit der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., dem Wiener Tourismusverband und der Magistratsabteilung 53) beinhaltete quantifizierte Leistungen in der Höhe von 11,71 Mio. EUR. Diese setzten sich im Detail wie folgt zusammen (Beträge in Mio. EUR):

Tabelle 1: Leistungen der Stadt Wien für den Eurovision Song Contest

Leistungen	Wert
Bereitstellung der Wiener Stadthalle	8,89
Bereitstellung Rathaus	0,75
Eurovision Village	0,15
Europakampagne des WienTourismus	0,85
City Branding	1,00
ÖPNV-Netzkarten	0,07
Gesamt	11,71

Quelle: Bewerbungsunterlagen der Stadt Wien: 60th Eurovision Song Contest; Wien: 30. Juli 2014

Die Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. würde demgemäß als Event Location die Hallen A bis F, das Foyer samt Seitenfoyer sowie Stellflächen und Parkplätze für 13.500 Personen zur Verfügung stellen. Zusätzlich war die Bereitstellung einer bestimmten Menge an Hausstrom sowie ein Notstromaggregat in den ausgewiesenen 8,89 Mio. EUR einkalkuliert worden.

Im Wiener Rathaus war die Übergabe des Eurovision Song Contest Schlüssels für maximal 100 Personen im Jänner 2015 sowie die Eröffnungsgala für maximal 1.000 Personen am 17. Mai 2015 vorgesehen und mit 0,75 Mio. EUR bewertet worden.

Für das Eurovision Village Wien wurden drei Varianten vorgeschlagen:

- Bereitstellung der Kaiserwiese inkl. Instandsetzung und Barzuschuss an den Österreichischen Rundfunk, der die darüber hinausgehende Organisation übernimmt;
- Barzuschuss für die eigenständige Organisation des Eurovisions Village durch den Österreichischen Rundfunk am Heldenplatz;
- Barzuschuss für die eigenständige Organisation des Eurovisions Village durch den Österreichischen Rundfunk im MuseumsQuartier Wien.

Im Zeitraum Ende März bis Ende April 2015 wurde für den Fall der Entscheidung für Wien als Austragungsort der Eurovision Song Contest als Teil der Europakampagne des Wiener Tourismusverbandes vorgeschlagen. Dazu war ein 22 m hoher "iSphere"-Dome (ViennaSphere) bespielt mit 360°-3D-Projektionen inkl. VIP- & Medien Event sowie umfangreicher Promotion vor Ort in mehreren europäischen Städten geplant. Dies wurde mit 0,85 Mio. EUR beziffert.

Das City Branding würde zwei Schwerpunktausgaben inkl. Titel Branding von wien.at, die Präsenz in 15 weiteren Print- und Onlinemedien sowie Social Media Kanälen, 5 Standorte von Stadteinfahrtstafeln, 37 Rolling Boards sowie Werbeflächen der Wiener Linien GmbH & Co KG umfassen. Weiters wurden eine Kommunikation über elf Verbindungsbüros der Stadt in CEE, Welcome Messages am Flughafen Wien, die On Board Begrüßung der Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer durch Austrian Airlines sowie die Be-

flaggung der Straßenbahnen und des Wiener Rathauses angeboten. Der Wert dieser Leistungen war mit 1 Mio. EUR angegeben worden.

Weiters wurde die Bereitstellung von ÖPNV-Netzkarten für alle akkreditierten Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer angeführt, was ca. 0,07 Mio. EUR entsprechen würde.

3.3.2 In der Bewerbung wurden auch nicht quantifizierte Zusatzleistungen der Stadt Wien Marketing GmbH und der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. angeführt, welche die Erstellung und Umsetzung des Sicherheits- und Verkehrskonzeptes betrafen. Das Vienna Convention Bureau des Wiener Tourismusverbandes bot Zusatzleistungen, wie die Blockung von Hotelzimmern, die Beratung und Koordination der Ausschreibung an Professional Congress Organizers, den Kontakt zu Locations & Leistungsträgern sowie die Planung und Organisation von Site Inspections an. Darüber hinaus wurde vom Wiener Tourismusverband angeboten, seine vielfältig nutzbaren Kommunikationskanäle zur Verfügung zu stellen.

3.4 Zuschlagserteilung und Leitmotiv

In einer Pressemitteilung bzw. Pressekonferenz des Österreichischen Rundfunks wurde mündlich - in Abstimmung mit der EBU - Wien als Host City der Zuschlag am 6. August 2014 erteilt. Damit verblieben rund neun Monate Zeit für die konkrete Planung und Umsetzung dieses Großevents.

Als Leitmotiv für den 60. Eurovision Song Contest wurde vom Österreichischen Rundfunk in Abstimmung mit der EBU der Slogan "Building Bridges" ausgewählt, welcher die europäische Idee mit dem völkerverbindenden Charakter der Musik vereinen sollte. Neben dem Jubiläum "60. Eurovision Song Contest" wurde im Jahr 2015 auch das 70-jährige Jubiläum "Ende des Zweiten Weltkrieges" gefeiert. Mit dem Eurovision Song Contest 2015 sollte daher auch eine verbindende Brücke zwischen Ost und West geschlagen werden: *"Die Musik als eigene Kraft soll Brücken über Grenzen, Kulturen und Sprachen bauen."*

3.5 Beschlussfassung zur Umsetzung

3.5.1 Mit Beschluss des Gemeinderates (Pr.Z. 02570-2014/001-GJS; MA 53, P 31) vom 25. September 2014 wurde der Magistrat der Stadt Wien ermächtigt, alle erforderlichen Maßnahmen und Vorbereitungen zu treffen, um als Austragungsstadt dem Österreichischen Rundfunk als Veranstalter die Durchführung des Eurovision Song Contests 2015 zu ermöglichen.

Im dazugehörigen Motivenbericht wurde angeführt, dass Wien dieser Großveranstaltung optimale Rahmenbedingungen mit qualitativ hochwertiger touristischer Infrastruktur, ein gut ausgebautes öffentliches Verkehrsnetz sowie eine hohe Akzeptanz des Eurovision Song Contests in der Bevölkerung biete. Die Bundeshauptstadt, die als "Hauptstadt der Musik" gilt, hätte mit der Europäischen Fußballmeisterschaft 2008 und großen Kongressen schon mehrfach bewiesen, dass sie Großevents beherbergen könne.

Mit dem oben genannten Beschluss wurde auch die Kapitalzufuhr an die Wien Holding GmbH in der Höhe von maximal 8,89 Mio. EUR für die Bereitstellung der Wiener Stadthalle zur Austragung des Eurovision Song Contests 2015 genehmigt. Mit dieser sollten gemäß beigefügtem Motivenbericht die Basismietkosten (Hallenmiete, Personal für den Auf- und Abbau, Zusatzleistungen, Energie, Reinigung) für die durch den Veranstalter genutzten Spielstätten der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. abgedeckt werden. Weiters wären damit notwendige Investitionen (VIP-Räumlichkeiten, Hallenakustik, WC-Anlagen, LED-Umrüstung etc.) sowie Abschlagszahlungen infolge der Verschiebung oder Absage fix geplanter Veranstaltungen im Zeitraum der Vorbereitung und Austragung des Eurovision Song Contests 2015 zu finanzieren.

3.5.2 Mit Beschluss vom 25. September 2014 (Pr.Z. 02398-2014/0001-GJS) ermächtigte der Gemeinderat die Magistratsabteilung 53, mit der Stadt Wien Marketing GmbH den vorgelegten Vertrag mit 1. Jänner 2015 abzuschließen. Dieser Rahmenvertrag sah eine Laufzeit von maximal acht Jahren vor und führte jährliche Kosten in der Höhe von 5,37 Mio. EUR (exkl. USt) an. Die zu erbringenden Leistungen umfassten die Führung

eines Veranstaltungsbüros, die Planung und Umsetzung von City Events, die Initiierung, Planung und Durchführung von Aktionen, die Durchführung von Wien Image Maßnahmen sowie die Unterstützung des Presse- und Informationsdienstes bei außenwirksamen Präsenzen. Zusätzlich räumte der Rahmenvertrag die Option ein, einzelne Leistungsblöcke zu erweitern.

Auf Antrag der Magistratsabteilung 53 stimmte der Gemeinderat mit o.a. Beschluss einer solchen Leistungserweiterung zu. Diese umfasste die Beauftragung der Stadt Wien Marketing GmbH mit der Umsetzung der aus dem mit dem Österreichischen Rundfunk zu schließenden Vertrag resultierenden kostenrelevanten Maßnahmen im voraussichtlichen Ausmaß von 1 Mio. EUR.

Um mehr Flexibilität zu bieten, wurde der noch bis März 2017 laufende Leistungsvertrag mit der Stadt Wien Marketing GmbH aufgelöst.

4. Beauftragung der Stadt Wien Marketing GmbH

Mit Schreiben vom 26. Oktober 2014 beauftragte die Magistratsabteilung 53 die Stadt Wien Marketing GmbH mit der Durchführung aller notwendigen Maßnahmen, für deren Erbringung sich die Stadt Wien als Host City vertraglich verpflichtet hat. Das dafür zur Verfügung stehende Rahmenbudget wurde entsprechend dem diesbezüglichen Gemeinderatsbeschluss mit maximal 1 Mio. EUR angegeben. Der Leistungsumfang war nicht näher beschrieben.

Der Stadtrechnungshof Wien wies darauf hin, dass zu diesem Zeitpunkt noch keine detaillierten schriftlichen Verträge zwischen dem Österreichischen Rundfunk und der Stadt Wien abgeschlossen worden waren. Die Annahme der Bewerbung der Stadt Wien als Host City für den Eurovision Song Contest durch den Österreichischen Rundfunk war jedoch schon öffentlich gemacht worden.

Stellungnahme der Stadt Wien Marketing GmbH:

Zum Beauftragungszeitpunkt (26. Oktober 2014) war das Memorandum of Understanding zwischen Österreichischem Rundfunk

und Stadt Wien bereits ausverhandelt (Unterzeichnung am 28. Oktober 2014). Ein detaillierter Leistungsvertrag konnte zu diesem Zeitpunkt noch nicht vorliegen, da das Gesamtprojekt noch nicht hinreichend spezifiziert war. Einen Leistungsvertrag abzuschließen, der nur die Pflichten der Stadt Wien Marketing GmbH, nicht aber auch ihre Rechte bzw. die Rechte der Stadt Wien gegenüber dem Österreichischen Rundfunk beinhaltet, wäre aus der Sicht der Stadt Wien Marketing GmbH unzweckmäßig gewesen.

5. Vertragliche Grundlagen für die Durchführung des Eurovision Song Contests 2015

5.1 Memorandum of Understanding

Das "Memorandum of Understanding betreffend die Unterstützung der Veranstaltung des Eurovision Song Contests Vienna 2015" wurde am 28. Oktober 2014 zwischen dem Österreichischen Rundfunk und der Stadt Wien abgeschlossen. Damit verpflichtete sich die Stadt Wien, die Erbringung bzw. Finanzierung der Leistungen gemäß Bewerbungsunterlagen vom 30. Juli 2014 sowie der darauf folgend festgelegten Ergänzungen und Konkretisierungen sicherzustellen.

Der Österreichische Rundfunk sagte im Gegenzug zu, als Veranstalter des Eurovision Song Contests 2015 zu fungieren und alle jene Leistungen zu erbringen, zu denen er nach den einschlägigen rechtlichen Vorgaben und den Vorgaben der EBU verpflichtet sei. Weiters wurde angegeben, die Stadt Wien als Host City detailliert zu bewerben, ein entsprechendes Verwertungskonzept für den Eurovision Song Contest 2015 in der Host City Wien zu erstellen und in allen Medien des Österreichischen Rundfunks umzusetzen.

Das oben angesprochene Verwertungskonzept (Sendezeit und Ausstrahlungsorte) für den Eurovision Song Contest 2015 wurde von der Stadt Wien Marketing GmbH nicht angefordert und konnte daher dem Stadtrechnungshof Wien nicht vorgelegt werden.

Stellungnahme der Stadt Wien Marketing GmbH:

Zum Zeitpunkt der Unterzeichnung des Memorandums of Understanding ist noch nicht abschließend festgestanden, welche Sendungen (Zahl, Dauer, Format) wann ausgestrahlt werden können. Das lag zum einen daran, dass seitens des Österreichischen Rundfunks das grundlegende Sendungskonzept noch nicht erarbeitet war; auch der Ort für das Eurovision Village war noch nicht paktiert. Zum anderen fehlten auch noch die entsprechenden Zusagen der EBU, die sich ein entsprechendes Genehmigungsrecht vorbehalten hat. Nach Unterzeichnung des Memorandums of Understanding haben der Österreichische Rundfunk und die Stadt Wien Marketing GmbH den Leistungsvertrag verhandelt, der hinsichtlich des zu erzielenden Werbewerts eindeutige Zielvorgaben enthalten hat.

5.2 Leistungsverträge

5.2.1 Im Zuge der anschließenden Detailverhandlungen wurde am 26. März 2015 ein Vertrag über die Überlassung von Räumlichkeiten und Flächen sowie die Erbringung sonstiger Leistungen zwischen der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. und dem Österreichischen Rundfunk abgeschlossen. In einer Zusatzvereinbarung (ohne Datum) wurde dieser Überlassungsvertrag um zusätzliche Leistungen erweitert. Da die gegenständliche Einschau die Gebarung der Stadt Wien Marketing GmbH im Zusammenhang mit dem Projekt Eurovision Song Contest 2015 zum Thema hatte, waren diese Vereinbarungen nicht in die Prüfung miteinzubeziehen.

5.2.2 Ein weiterer Leistungsvertrag betraf die Zusammenarbeit im Hinblick auf die Veranstaltung und Organisation des Eurovision Song Contests 2015 sowie die Produktion und mediale Nutzung bzw. Verwertung des Events auf Basis des Memorandums of Understanding. Dieser Leistungsvertrag wurde vom Österreichischen Rundfunk mit der Stadt Wien Marketing GmbH und mit dem Wiener Tourismusverband abgeschlossen. Dieser Vertrag wies kein Abschlussdatum auf. Gemäß Auskunft der Stadt Wien Marke-

ting GmbH erfolgte die Vertragsunterzeichnung infolge notwendiger Abklärungen strittiger Punkte jedoch ebenfalls am 26. März 2015.

Stellungnahme der Stadt Wien Marketing GmbH:

Der Vertrag wurde am 26. März 2015 abgeschlossen und unmittelbar nach Unterzeichnung der Presse (in der Wiener Stadthalle) bekannt gegeben. Die Stadt Wien Marketing GmbH legt in jedem Fall in Zukunft besonderes Augenmerk auf die ordnungsgemäße Unterzeichnung mit Datum.

5.2.2.1 Die Stadt Wien Marketing GmbH verpflichtete sich, mit diesem Vertrag die "Insignia" (Übergabe des Eurovision Song Contest Schlüssels durch den Bürgermeister der Stadt Kopenhagen an den Bürgermeister der Stadt Wien) am 26. Jänner 2015 zu organisieren. Mit selbem Datum war auch die "Allocation Draw" (Auslosung der Startreihenfolge der Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer für die beiden Semifinalshows) mit ca. 100 Personen im Wiener Rathaus durchzuführen. Des Weiteren sollte die Stadt Wien Marketing GmbH am 17. Mai 2015 eine Eröffnungszereemonie im Wiener Rathaus für alle akkreditierten Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer sowie offiziellen Delegationsmitglieder (maximal 1.200 Personen) ausrichten.

Für die Einrichtung des Eurovisions Village im Zeitraum 18. Mai 2015 bis 27. Mai 2015 sagte die Stadt Wien Marketing GmbH die Zurverfügungstellung des Wiener Rathausplatzes zu. Die fachgerechte Reinigung des Veranstaltungsgeländes Wiener Rathausplatz samt Rathauspark sowie die entsprechende Abfallentsorgung wurde für die Dauer des Eurovisions Village ebenfalls zugesagt.

Die Stadt Wien Marketing GmbH verpflichtete sich weiters, die kostenlose Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel in Wien im Zeitraum 6. April 2015 bis 31. Mai 2015 für alle akkreditierten Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer sicherzustellen. Die akkreditierten Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer umfassten die Delegationsmitglieder, die Vertreterinnen bzw. Vertreter der Presse, die Volontärs, die Produktionscrew sowie die Vertreterinnen bzw. Vertreter der EBU. Außerdem wurde zugesagt, dass dem Österreichischen

Rundfunk für die Delegationsmitglieder am 17. Mai 2015 zwei City Busse samt Fahrerinnen bzw. Fahrern als Zubringershuttle zum Wiener Rathaus zur Verfügung gestellt werden.

Bezüglich City Branding verpflichtete sich die Stadt Wien Marketing GmbH, den Druck und die Affiche von Werbung auf 5 Stadteinfahrtstafeln und auf 37 Rolling Boards sowie die Beflaggung des Wiener Rathauses und der öffentlichen Verkehrsmittel zu organisieren. Zusätzlich würden im selben Zeitraum Berichterstattungen über den Eurovision Song Contest in den Stadt Wien-eigenen Print- und Onlinemedien, in Social Media Kanälen sowie durch die Verbindungsbüros der Auslandskommunikation der Stadt Wien erfolgen.

Letztlich wurden Leistungen im Zusammenhang mit der Baumkontrolle und Blumendekoration im Märzpark vor der Wiener Stadthalle, die Reinigung des Veranstaltungsgeländes "Märzpark" sowie die Bereitstellung von öffentlichen Toiletten zugesagt.

5.2.2.2 Mit selbem Vertrag verpflichtete sich der Wiener Tourismusverband im Zeitraum 1. Mai 2015 bis 23. Mai 2015, für die On Board Begrüßung in allen von der Fluggesellschaft Austrian Airlines durchgeführten Incomingflügen nach Wien-Schwechat zu sorgen. Außerdem wurde die Bewerbung des Eurovision Song Contests 2015 in der vom Wiener Tourismusverband im Zeitraum März bis April 2015 in fünf europäischen Großstädten geplanten Europakampagne vereinbart. Diese Leistungen wurden vom Wiener Tourismusverband ohne Einbeziehung der Stadt Wien Marketing GmbH erbracht und waren daher nicht Prüfungsgegenstand.

5.2.2.3 Die vertraglichen Pflichten des Österreichischen Rundfunks umfassten die Erbringung der Leistungen als Veranstalter des Eurovision Song Contests 2015, die Veranstaltung des Eurovisions Village und des Euro Clubs, die Erstellung und Umsetzung eines Sicherheits- sowie Verkehrs- und Transportkonzeptes. Weiters oblag dem Österreichischen Rundfunk die Organisation und Unterbringung der teilnehmenden Delegationen sowie der Vertreterinnen bzw. Vertreter der Presse.

5.2.2.4 Neben den o.a. konkreten Leistungen wurde im Vertrag auch die wechselseitige Rechtseinräumung festgehalten.

Die Leistungen samt Rechtseinräumungen der Stadt Wien Marketing GmbH für den Österreichischen Rundfunk wurden dabei mit insgesamt 1,70 Mio. EUR einvernehmlich bewertet. Nachforderungen mit Ausnahme von Schadenersatz bei verschuldeten Minderleistungen wurden explizit ausgeschlossen.

Im Gegenzug war die Erbringung der Leistungen des Österreichischen Rundfunks an die Stadt Wien Marketing GmbH mit 1,97 Mio. EUR quantifiziert worden. Der sich aus dieser gegenseitigen Verrechnung ergebende Differenzbetrag von 0,27 Mio. EUR zuzüglich USt war von der Stadt Wien Marketing GmbH an den Österreichischen Rundfunk zu bezahlen und wurde im aktualisierten Leistungsbudget berücksichtigt.

Dieser Differenzbetrag setzte sich nach Angaben der Stadt Wien Marketing GmbH aus 0,20 Mio. EUR für die Abgeltung der Busflotte sowie 0,07 Mio. EUR zusätzliche (Differenz-)Barzahlung für die Durchführung des Eurovisions Village auf dem Wiener Rathausplatz zusammen.

5.2.2.5 Der Eurovision Song Contest 2015 sollte gemäß den vertraglichen Vereinbarungen als zertifiziertes "Green Event" umgesetzt, und damit die gesamte Veranstaltung möglichst umweltfreundlich und nachhaltig organisiert werden. Außerdem sollte eine Zertifizierung der Veranstaltung entsprechend den Kriterien des Österreichischen Umweltzeichens für Green Events angestrebt werden. Das Green Event Konzept bezog sich neben der Hauptveranstaltungsstätte - der Wiener Stadthalle - auch auf die offiziellen Side Events des Österreichischen Rundfunks und umfasste u.a. Aspekte wie die Anreise der Besucherinnen bzw. Besucher. Von den Vertragsparteien wurde das Bemühen der Erbringung der vertraglichen Leistungen nach den diesbezüglichen Kriterien zugesagt.

5.3 Überlassungsvereinbarung und Nutzungsübereinkommen mit dem Verein AIDS LIFE

Ursprünglich sollte die jährlich stattfindende Veranstaltung Life Ball im Wiener Rathaus und auf dem Wiener Rathausplatz eine Woche nach dem Eurovision Song Contest 2015 stattfinden. Im Zuge der Vorbereitung war eine gemeinsame Eröffnungszereemonie des Eurovision Song Contests und des Life Balls angedacht. Nach Angaben der Stadt Wien Marketing GmbH wurde diesem Vorschlag von der EBU nicht nähergetreten. Außerdem wäre die Schaffung erforderlicher zusätzlicher Besucherinnenkapazitäten bzw. Besucherkapazitäten im Wiener Rathaus bzw. am Wiener Rathausplatz nicht möglich gewesen. Weiters war die Finanzierung der Eintrittskarten für die Delegierten des Eurovision Song Contests offen. Schlussendlich wurde vereinbart, dass der Life Ball am 16. Mai 2016 und die Eröffnungszereemonie des Eurovision Song Contests am 17. Mai 2015 stattfinden sollten.

Da nicht alle notwendigen Umbauarbeiten in dieser kurzen Zeitspanne zu bewältigen waren, wurde eine Lösung mit dem Veranstalter des Life Balls gesucht, um die Bühnen- und Tribünenaufbauten weiter nutzen zu können.

Am 27. April 2015 wurde mit dem Verein AIDS LIFE, von der Stadt Wien Marketing GmbH sowie dem Österreichischen Rundfunk eine Überlassungsvereinbarung und ein Nutzungsübereinkommen abgeschlossen. Diese betraf die für die Veranstaltung des Life Balls 2015 zu errichtenden Aufbauten am Wiener Rathausplatz. Im Zeitraum vom 17. Mai 2015 bis 24. Mai 2015 wurden die Bühnen- und Tribühnenanlagen am Wiener Rathausplatz von der Stadt Wien Marketing GmbH als Veranstalterin der Eröffnungszereemonie und anschließend vom Österreichischen Rundfunk als Veranstalter des Eurovisions Village genutzt.

Als Kostenanteil (Pauschalbetrag) für die Nutzung der vom Life Ball überlassenen Aufbauten wurde ein Betrag von 0,12 Mio. EUR vereinbart. Dieser war von der Stadt Wien Marketing GmbH zu tragen und betraf einen Teil der zugesagten Kostenbeteiligung für das Eurovision Village. Mit diesem Betrag sollte der Mehraufwand des Life Balls für die Nachnutzung sowie alle kreativen und inhaltlichen Leistungen hinsichtlich Planung und

Gestaltung der überlassenen Bauwerke abgegolten werden. Nachforderungen wurden mit Ausnahme eines "Pufferbetrages" von 0,02 Mio. EUR ausgeschlossen, welcher durch den Österreichischen Rundfunk abzugelten war. Dieser Betrag diene als finanzielle Reserve zur Abdeckung etwaiger Mehrkosten im Zusammenhang mit der Errichtung, einer verlängerten Nutzungsdauer und/oder Abbau der überlassenen Aufbauten.

6. Arbeitsgemeinschaft Eurovision Song Contest 2015

6.1 Organisation

Mit Erlass des Magistratsdirektors, MD-406394/14 vom 3. November 2014, wurden alle städtischen Dienststellen informiert, dass zur Koordination der Agenden und Vorbereitungen des Eurovision Song Contests 2015 in Wien eine Arbeitsgemeinschaft Eurovision Song Contest 2015 gebildet wurde. Für diese Arbeitsgemeinschaft waren ein Organisationskomitee, eine Generalsekretärin bzw. ein Generalsekretär sowie verschiedene Referate vorgesehen. Mit der Koordination der Stadt Wien bezogenen Aufgaben hinsichtlich des Eurovision Song Contests 2015 war der zuständige Stadtrat beauftragt worden.

Das Organisationskomitee bestehe lt. Geschäftsordnung aus elf Mitgliedern, die aus den Bereichen Magistratsdirektion, Presse- und Informationsdienst, Wiener Tourismusverband, Stadt Wien Marketing GmbH und der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. entsandt wurden. Weiters wurde darüber informiert, dass die Mitglieder des Organisationskomitees einen Vorsitzenden sowie eine Generalsekretärin bestellt hätten. Als Generalsekretärin würde die Geschäftsführerin der Stadt Wien Marketing GmbH fungieren.

Mit diesem Erlass wurden die Dienststellen des Magistrats der Stadt Wien eingeladen, die Gremien der Arbeitsgemeinschaft Eurovision Song Contest 2015 in allen wesentlichen, mit der Durchführung zusammenhängenden Angelegenheiten zu informieren sowie auf deren Ersuchen zu beraten und zu unterstützen. Zentrale Ansprechpartnerin hierfür sei die Generalsekretärin, bei der auch vor Erteilung behördlicher Bewilligungen bzw. vor Abschluss zivilrechtlicher Verträge eine Stellungnahme dazu einzuholen wäre.

Die Arbeitsgemeinschaft richtete für die laufenden Arbeiten sechs Themenbereiche als Referate ein. Diese deckten die Themen Verkehr und öffentlicher Raum, Kommunikation, Veranstaltungen und Empfänge, Sicherheit, Wiener Stadthalle sowie Wiener Tourismusverband ab.

6.2 Laufende Tätigkeiten

Während der Vorbereitungszeit für den Eurovision Song Contest hielt die Arbeitsgemeinschaft acht Sitzungen sowie eine Besichtigung an Ort und Stelle ab, an denen neben den Mitgliedern auch Bedienstete aus betroffenen Fachbereichen teilnahmen. Erörtert wurde hauptsächlich der jeweilige Stand der Vorbereitungsverhandlungen mit dem Österreichischen Rundfunk. Die diskutierten Themen betrafen die Logo-Auswahl, den Standort des Eurovisions Village und des Euro Clubs sowie das Verkehrs-, Sicherheits-, Kommunikations-, Akkreditierungs- und Shuttlebuskonzept. Weitere Themen waren die Abwicklung der Behördenverfahren, die Kampagnen des Wien Tourismus, Events in den Verbindungsbüros, die Vorbereitungsmaßnahmen für die Austragungsstätte, die Journalistinnenbetreuung bzw. Journalistenbetreuung, die Anrainerinneninformation bzw. Anrainerinformation, die Ausrichtung der Eurovision Song Contest Zeremonien sowie die Eröffnungsgala.

In der sechsten Sitzung der Arbeitsgemeinschaft vom 10. März 2015 wurde über eine Vorabschätzung der österreichweiten touristischen Auswirkungen des Eurovision Song Contests, erstellt von der Österreich Werbung mit einer externen Expertin bzw. einem externen Experten, berichtet. An wirtschaftlichen Effekten wurde darin mit ca. 75.000 ausländischen Nächtigungen österreichweit gerechnet, was einen Umsatz von mindestens 15 Mio. EUR bedeutet. Daraus sollten sich weitere direkte und indirekte Wertschöpfungseffekte von mindestens 11,50 Mio. EUR und rd. 150 temporäre Vollarbeitsplätze ergeben.

7. Durchführung des Eurovision Song Contests

Am 26. Jänner 2015 wurde die Schlüsselübergabe sowie die Ziehung der Startreihenfolge der Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer beim Eurovision Song Contest im Wiener Rathaus (mit 100 geladenen Gästen) durchgeführt. Gleichzeitig wurde ein Countdown-

Turm am Wiener Rathausplatz im Rahmen des Wiener Eistraumes aufgestellt, welcher die verbliebene Zeit bis zum Eurovision Song Contest anzeigte. Die Kosten für diesen Countdown-Turm wurden nach Angabe der Stadt Wien Marketing GmbH vom Österreichischen Rundfunk übernommen.

Die Eröffnungszeremonie fand am 17. Mai 2015 mit rd. 1.200 Personen im Festsaal des Wiener Rathauses statt. Die Delegationen zogen über einen 200 m langen Roten Teppich am Wiener Rathausplatz ein und wurden vom Wiener Bürgermeister und durch das Orchester des Musikkonservatoriums der Stadt Wien empfangen. Insgesamt nahmen am Eurovision Song Contest 40 Länder teil, wobei erstmalig auch Australien eine Delegation stellte.

Der Wiener Rathausplatz stand für die Veranstaltung des Eurovisions Village (veranstaltet vom Österreichischen Rundfunk) vom 18. Mai 2015 bis 27. Mai 2015 zur Verfügung. Am Eurovision Village wurde den teilnehmenden Ländern in Pavillons die Möglichkeit geboten, ihr Land vorzustellen. Außerdem war das Eurovision Village die offizielle Fanzone des Eurovision Song Contest, wo sich die teilnehmenden Künstlerinnen bzw. Künstler präsentieren konnten, gastronomische Angebote sowie Fanartikel verkauft und die Shows in der Wiener Stadthalle über eine Videoleinwand live übertragen wurden. Darüber hinaus fand täglich ein Rahmenprogramm statt. Rund 120.000 Besucherinnen bzw. Besucher strömten trotz teilweise schlechtem Wetter zum Eurovision Village auf den Wiener Rathausplatz.

Neben der offiziellen Fanzone gab es noch ein Euro Fan Cafe (Veranstalter war der offizielle österreichische Eurovision Song Contest Fanclub) sowie die Veranstaltung Pop meets Opera in der Wiener Staatsoper. Außerdem wurde ein Euro Club (offizielle after Show Location für die Delegierten, Journalistinnen bzw. Journalisten) in der Ottakringer Brauerei organisiert. Der Österreichische Rundfunk sowie private Veranstalterinnen bzw. Veranstalter richteten weiters österreichweit verschiedene Public Viewings ein.

Viele Einrichtungen der Stadt Wien nutzten die erhöhte Aufmerksamkeit rund um den Eurovision Song Contest und setzten kreative Aktivitäten ein, um dadurch ihre Leistungen zu transportieren. Dazu zählten die Ausstellung zum Eurovision Song Contest im Haus der Musik, singende Kanaldeckel, neue Ampelsymbole, der Putz Contest, die Radgarage sowie die Dekoration der Grünflächen. Darüber hinaus gab es auch einen Stand des Bürgerdienstes vor der Wiener Stadthalle, das Branding der Straßenbahnen und des Pressezentrum, diverse Give-aways Artikel, City Events in verschiedenen Städten sowie Trips for free für Medienvertreterinnen bzw. Medienvertreter. Diverse Side Events, wie eine Eurovision Song Contest Lounge in der Wiener Hauptbücherei sowie Sprachkurse und Vorträge in den Wiener Volkshochschulen, gehörten auch zu diesen Aktivitäten.

Außerdem wurden Beiträge des Wiener Umweltressorts nach den Öko Event Kriterien der Stadt Wien geleistet. Diese betrafen Mehrwegbecher, Sonnenenergie betriebene Waschanlage, Trinkbrunnen, spezielle Wasserkaraffen, Notstromanlage in der Wiener Stadthalle als Batteriepaket anstatt Dieselanlage, Versorgung durch einen zertifizierten Caterer, Recycling bestimmter Materialien und Mülltrennung.

Im Zeitraum 18. Mai 2015 bis 23. Mai 2015 fanden in der Wiener Stadthalle schlussendlich zwölf Live Shows statt. Für drei Veranstaltungen (Thank You Vienna Show am 18. Mai 2015, Eurovision Youth Contest am 20. Mai 2015, Jury Show Final [Generalprobe] am 22. Mai 2015) wurden vom Österreichischen Rundfunk Ticketkontingente gratis zur Verfügung gestellt. Die Zahl der Besucherinnen bzw. Besucher für alle zwölf Shows betrug insgesamt 101.173.

Die Haupt- und Nebenveranstaltungen des Österreichischen Rundfunks wurden lt. Angaben der Stadt Wien Marketing GmbH entsprechend den Kriterien für Green Events samt Zertifizierung durchgeführt. Einzig die Eröffnungszereemonie, bei der die Stadt Wien Marketing GmbH Veranstalterin war, entsprach lt. Aussage der Geschäftsführung der Stadt Wien Marketing GmbH nicht den Kriterien des österreichischen Umweltzeichens für Green Events.

Stellungnahme der Stadt Wien Marketing GmbH:

Unmittelbar vor der Eröffnungszeremonie hat der Life Ball stattgefunden. Für den Aufbau bzw. Umbau vom Life Ball zur Eröffnungszeremonie (Beginn 16.00 Uhr) - beides Veranstaltungen für mehrere 1.000 Gäste - standen lediglich acht Stunden zur Verfügung. Aus diesem Grund musste die Infrastruktur und Technik des Life Balls zu einem überwiegenden Teil für die Eröffnungszeremonie mit verwendet und erweitert werden. Um eine Veranstaltung als Green Event zertifizieren zu lassen, ist es erforderlich, detaillierte Unterlagen bzgl. des eingesetzten Materials und der beauftragten Firmen online anzumelden. Dies war angesichts des Zeitdrucks und der Notwendigkeit "fremde" Infrastruktur und Technik einzusetzen, nicht möglich.

Um den Einsatz für den Eurovision Song Contest zu würdigen, wurde im Festsaal des Wiener Rathauses am 8. Juni 2015 ein Dankesfest für Mitarbeitende der verschiedensten Magistratsabteilungen, der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., der Wiener Schulen etc. veranstaltet. Die Kosten für diese Veranstaltung wurden gemäß Auskunft der Geschäftsführung der Stadt Wien Marketing GmbH von der Stadt Wien übernommen.

8. Plan- und Istkosten der von der Stadt Wien Marketing GmbH zugesagten Leistungen für den Eurovision Song Contest 2015

8.1 Gesamtübersicht der von der Stadt Wien Marketing GmbH bezahlten Leistungen

Die nachstehende Tabelle zeigt die von der Stadt Wien Marketing GmbH für ihre Leistungen geplanten Kosten zum Zeitpunkt der Bewerbung im Juli 2014, bei Unterzeichnung des Memorandums im Oktober 2014 sowie bei der finalen Vertragsunterzeichnung im März 2015. Diesen Zahlen wurden die Istkosten gemäß Abrechnung der Stadt Wien Marketing GmbH mit ihrer Auftraggeberin - der Magistratsabteilung 53 - vom 22. September 2015 gegenübergestellt (Beträge in Mio. EUR):

Tabelle 2: Kostenentwicklung der Stadt Wien Marketing GmbH für den Eurovision Song Contest

Leistungspakete	Bewerbung Plan	Memorandum Plan	Vertrag Plan	Abrechnung Ist
Schlüsselübergabe	0,25	0,01	-	-
Eröffnungszereemonie	0,35	0,35	0,36	0,38
Eurovision Village	0,15	0,19	0,19	0,18
Öffentlicher Verkehr	0,07	0,27	0,27	0,27
City Branding	0,06	0,04	0,06	0,06
Allgemeine Kosten	-	0,01	0,02	0,02
Organisation	0,10	0,10	0,10	0,09
Reserve	0,02	0,03	-	-
Gesamtkosten	1,00	1,00	1,00	1,00

Quelle: Stadt Wien Marketing GmbH

8.1.2 Planänderungen von der Bewerbung zum Memorandum

Bei der Unterzeichnung des Memorandums im Oktober 2014 stand bereits fest, dass bei der Bewerbung für die Stadt Wien Marketing GmbH die geplanten Kosten für die Schlüsselübergabe ("Insignia") im Jänner 2015 kaum anfallen werden. Neben der Schlüsselübergabe war die Auslosung der Startreihenfolge ("Allocation Draw") nämlich als Fernseh Event geplant. Daher wurde die Übernahme dieser Kosten durch den Österreichischen Rundfunk zugesagt.

Die zum Zeitpunkt der Bewerbung geplante Kostenbeteiligung der Stadt Wien Marketing GmbH am Eurovision Village wurde bis zur Unterzeichnung des Memorandums um 0,04 Mio. EUR höher angesetzt, da eine Kostenübernahme für den Bühnenbereich am Wiener Rathausplatz in Ausarbeitung war. Im Zuge der Verhandlungen wurde der Wiener Rathausplatz als Veranstaltungsfläche für das Eurovision Village präferiert und die anderen Optionen insbesondere aus Sicherheitsgründen verworfen. Der Wiener Rathausplatz war ursprünglich in der Bewerbung der Stadt Wien nicht angeboten worden, da zum damaligen Zeitpunkt bereits bekannt war, dass der Platz für den Life Ball 2015 benötigt werde (s. Pkt. 5.3).

Neben der Kostenübernahme für die Fahrten mit den öffentlichen Verkehrsmitteln für akkreditierte Teilnehmerinnen bzw. Teilnehmer wurde dem Österreichischen Rundfunk von der Stadt Wien Marketing GmbH zusätzlich ein Betrag von 0,20 Mio. EUR zur Verfügung gestellt. Dieser erhöhte den Planwert für den öffentlichen Verkehr. Dieser Betrag

deckte die erhöhten Anforderungen der benötigten Busflotte ab, da diese nicht von der Wiener Linien GmbH & Co KG - wie ursprünglich angedacht - zur Verfügung gestellt werden konnte. In der Bewerbung als Host City war diese Leistung nämlich in kleinerem Rahmen angeboten worden. Der Österreichische Rundfunk benötigte jedoch Fahrzeuge mit reichhaltiger Ausstattung (bestimmte Abgasnormen, Klimatisierung etc.) und stellte hohe organisatorische Anforderungen an die Abwicklung des Betriebes (besonders fahrtechnisches Können sowie die Englischsprachigkeit der Lenkerinnen bzw. Lenker).

Der Planwert beim City Branding wurde bis zur Unterzeichnung des Memorandums um 0,20 Mio. EUR verringert, da sich abzeichnete, dass weniger Werbeflächen benötigt werden.

Bei den allgemeinen Kosten wurde die Herstellung von Priesetaschen in die Planung aufgenommen. Letztlich wurde bei der Überarbeitung der Planung die Planungsreserve auf 0,03 Mio. EUR erhöht und der Gesamtkostenrahmen von 1 Mio. EUR unverändert fortgeschrieben.

8.1.3 Plankosten zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung

Zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung im März 2015 waren viele Leistungen von der Stadt Wien Marketing GmbH bereits in Auftrag gegeben und die zu diesem Zeitpunkt erstellte Hochrechnung entsprechend dem fortgeschrittenen Erkenntnisstand adaptiert worden.

Gegenüber dem Planungsstand zum Zeitpunkt des Memorandums ergaben sich dadurch Steigerungen bei der Eröffnungszereemonie, dem City Branding und den allgemeinen Kosten in der Höhe von 0,04 Mio. EUR.

8.1.4 Abrechnung der Leistungen der Stadt Wien Marketing GmbH

Mit der Endabrechnung der Leistungen der Stadt Wien Marketing GmbH am 22. September 2015 an die Magistratsabteilung 53 wurde ein Betrag von 1 Mio. EUR in Rechnung gestellt.

Gemäß dieser hatten sich die Kosten der Eröffnungszeremonie auf 0,38 Mio. EUR erhöht, da die Veranstaltungsfläche für das Eurovision Village kurz vor der Veranstaltung erweitert werden musste. Diese Istkosten beinhalteten vor allem die Sicherheit mit 0,10 Mio. EUR, die technische Ausstattung mit 0,09 Mio. EUR, den Umbau und die Dekoration mit 0,11 Mio. EUR sowie das Musikprogramm mit 0,02 Mio. EUR.

Das bei Vertragsabschluss festgelegte Budget für das Eurovision Village setzte sich aus Kosten für die Übernahme der Bühnen- und Tribühnenanlagen des Life Balls in der Höhe von 0,10 Mio. EUR zusammen. Darüber hinaus war ein Barzuschuss in der Höhe von 0,08 Mio. EUR an den Österreichischen Rundfunk vorgesehen. Die Endabrechnung mit dem Verein AIDS LIFE (s. Pkt. 5.3) zeigte, dass die Kostenbeteiligung auf 0,10 Mio. EUR reduziert wurde. Daher wurde der ursprüngliche Planwert für die Kostenbeteiligung am Eurovision Village unterschritten.

Die Istkosten des City Brandings, die allgemeinen Kosten und die Kosten für den öffentlichen Verkehr entsprachen der zuletzt festgelegten Planung.

Die Organisationskosten der Stadt Wien Marketing GmbH wurden ursprünglich mit 10 % der Beauftragungssumme angesetzt. Schlussendlich wurde ein Betrag von 0,09 Mio. EUR verrechnet. Auf Anfrage des Stadtrechnungshofes Wien wurde eine Liste der entsprechenden Zeitaufzeichnungen vorgelegt. Darin waren im Zeitraum 17. Juni 2014 bis 21. September 2015 insgesamt rd 1.200 Stunden aufgezeichnet worden. Die Geschäftsführung der Stadt Wien Marketing GmbH gab an, dass der bei der Gesamtkoordination des Eurovision Song Contests angefallene erhöhte Aufwand nicht vollständig erfasst wurde und daher in der vorgelegten Abrechnung nicht aufschien.

8.2 Von der Stadt Wien Marketing GmbH zugesagte und von anderen Dienststellen erbrachte bzw. bezahlte Leistungen

8.2.1 Der Großteil der im vorne genannten Leistungsvertrag (im Rahmen des City Brandings) mit dem Österreichischen Rundfunk von der Stadt Wien Marketing GmbH zugesagten Werbeleistungen wurde durch die Magistratsabteilung 53 beauftragt und abgerechnet. Die von der Magistratsabteilung 53 dem Stadtrechnungshof Wien vorge-

legte Aufstellung wies diesbezügliche Plankosten in der Höhe von 0,41 Mio. EUR und Istkosten in der Höhe von 0,37 Mio. EUR aus. Die Istkosten beinhalteten Drittkosten der Verbindungsbüros der Stadt Wien (für Veranstaltungen), Kurations- und Produktionskosten (Give-aways Artikel und Pressemappen) Rechtsberatungskosten sowie Kosten für Begleitstudien (s. Pkt. 9).

Die Kostenabweichung von -0,04 Mio. EUR war lt. Angabe der Magistratsabteilung 53 auf geringere Kurationskosten beim City Branding zurückzuführen. Gleichzeitig wurde angeführt, dass die Produktionskosten für eigene Medien als Fixkosten in anderen bestehenden Verträgen abgedeckt seien und daher nicht in den oben genannten Betrag einzurechnen gewesen wären.

Aus einem Aktenvermerk der Magistratsabteilung 53 vom 8. Oktober 2014 war ersichtlich, dass die Stadt Wien Marketing GmbH eine Rechtsanwaltskanzlei im Rahmen der Gesamtkoordination der Leistungen der Stadt Wien beauftragt hatte. Da diese Rechtsanwaltskanzlei die Vertreterinnen bzw. Vertreter der Stadt Wien bei den Verhandlungen mit dem Österreichischen Rundfunk unterstützte, wurden schlussendlich die gesamten diesbezüglichen Kosten von der Stadt Wien Marketing GmbH an die Magistratsabteilung 53 weiterverrechnet. Die Magistratsabteilung 53 bezahlte diese Leistungen der Rechtsanwaltskanzlei aus ihrem laufenden Budget.

8.2.2 Im Aktenvermerk der Magistratsabteilung 48 vom 16. März 2015 wurde festgehalten, dass die Kosten für die Reinigungs- und Abfallentsorgungsleistungen im Rahmen des Eurovision Song Contests auf den öffentlich zugänglichen Flächen am Wiener Rathausplatz und im Märzpark übernommen wurden.

9. Studie über die Umwegrentabilität des Eurovision Song Contests 2015 im Hinblick auf Leistungen der Stadt Wien

Im Auftrag der Magistratsabteilung 53 wurde eine begleitende Studie über die Analyse der Umwegrentabilität, im Hinblick auf die Aufwendungen der Stadt Wien in der Höhe von insgesamt 11,71 Mio. EUR, mit Juli 2015 erstellt.

Die Berechnung der Umwegrentabilität erfolgte unter Einsatz eines wissenschaftlich anerkannten Berechnungsmodells, welches in Kooperation mit der Wirtschaftsuniversität Wien für wissenschaftliche Kongresse und Tagungen sowie kulturelle und sportliche Mega Events entwickelt und das seit Jahren eingesetzt wurde. Basis für die Berechnung der Umwegrentabilität waren die von den Befragten induzierten Ausgaben, die in Kooperation mit einer Forschungsgesellschaft in Interviews erhoben wurden. Unter dem Begriff "induziert" sind jene Veränderungen durch Ausgabeströme zu verstehen, die nicht nur am Veranstaltungsort, sondern auch in der Gesamtwirtschaft wirksam werden. Diese wurden durch den Eurovision Song Contest initiiert und wären ohne Abhaltung dieses kulturellen Mega Events in Wien nicht getätigt worden.

Konkret wurden insgesamt 600 Besucherinnen bzw. Besucher und 300 Delegierte (inkl. Medienvertreterinnen bzw. Medienvertreter, Volontärs und Fanorganisationen) des Eurovision Song Contests 2015 im Zeitraum 17. Mai 2015 bis 23. Mai 2015 befragt. Neben face to face Interviews gab es auch Web Interviews. Die bereinigten Ergebnisse wurden getrennt nach den beiden Befragungsgruppen ausgewertet. Tendenziell zeigte sich, dass die Delegiertengruppe länger verblieb, mit mehr Begleitpersonen anreiste und das zu einem größeren Teil per Flugzeug aus einer der großen Flugallianzen. Letztlich gab die Delegiertengruppe im Vergleich zur Gruppe der Besucherinnen bzw. Besucher auch mehr für den Wienbesuch aus. Zu einem sehr hohen Prozentsatz war der Eurovision Song Contest 2015 der einzige Grund des Wienbesuches. Bei beiden Gruppen dominierten die Unterkünfte in der 3* Kategorie. Die Bereiche öffentlicher Verkehr, Stadtbild, Sauberkeit, kulturelles Angebot, Stimmung unter den Besucherinnen bzw. Besuchern, Weltoffenheit, gastronomisches Angebot, Modernität und Freundlichkeit der Bevölkerung, Orientierungshilfen und Innovationskraft der Stadt sowie die Jugendlichkeit wurden mit Notenschnitten zwischen 1,4 und 2,1 bewertet. Ein Großteil der Befragten gab auch an, aufgrund des Besuches des Eurovision Song Contests 2015 einen weiteren Wienbesuch zu planen. Dabei lag die geplante Aufenthaltsdauer mehr als 2,5-fach über jener der durchschnittlichen Städtetouristinnen bzw. Städtetouristen in Wien. Auch der hohe genannte Weiterempfehlungswert durch die Befragten bildet einen validen Indikator für die Annahme eines weiteren Wachstums des Wiener Tourismus.

Ausgangspunkt für die Berechnung der wirtschaftlichen und fiskalischen Effekte waren die anlässlich des Eurovision Song Contests in Wien getätigten Ausgaben der Besucherinnen bzw. Besucher und der Delegierten. Die Aufwendungen des Veranstalters und der Stadt Wien gingen nicht in die Berechnung ein.

Die bei der Befragung angegebenen Gesamtausgaben für den Wienbesuch sowie für den Besuch eines Events führten zu dem Ergebnis, dass die Besucherinnen bzw. Besucher und Delegierten zusätzlich inlandswirksame Ausgaben in der Höhe von 35,32 Mio. EUR induzierten. Unter Berücksichtigung der Vorleistungen einzelner "Wirtschaftsklassen" erhöht sich der Wert der Veränderung des Bruttoinlandsprodukts auf 40,76 Mio. EUR.

Laut der gegenständlichen Studie entsprach die vom Eurovision Song Contest 2015 induzierte Änderung des Bruttoinlandsprodukts als Effekt auf den Arbeitsmarkt einem Äquivalent von 673 Ganzjahresarbeitsplätzen.

Die induzierten fiskalischen Effekte beliefen sich auf 11,49 Mio. EUR an Steuereinnahmen, davon betrafen 1,38 Mio. EUR die Stadt Wien als Land und Gemeinde.

Im Vergleich mit dem 59. Eurovision Song Contest, der in Kopenhagen stattfand, zeigte die Studie, dass in der Stadt Wien nachweislich mehr touristische Effekte lukriert werden konnten, die in weiterer Folge auch zusätzliche wirtschaftliche und fiskalische Effekte induzierten.

10. Zusammenfassende Bemerkungen und Empfehlungen

10.1 Nachvollziehbarkeit und Projektdokumentation

Der Umfang der vom Österreichischen Rundfunk definierten benötigten Leistungen wurde im Zuge der Verhandlungen verändert bzw. erweitert. Selbst zu Beginn der Bewerbungsfrist für den Eurovision Song Contest waren die von der Host City zu erbringenden Leistungen noch nicht vollständig definiert. Die angebotenen Detaillleistungen reichten letztlich über die ursprünglichen Anforderungsprofile für die Austragungsstätte bzw. Host City hinaus. Die Geschäftsführung der Stadt Wien Marketing GmbH betonte

in ihren Gesprächen mit dem Stadtrechnungshof Wien, dass sie nur mit dem Österreichischen Rundfunk kontrahiert hätte und ihr die detaillierten Vorgaben der EBU nicht bekannt gewesen seien. Die schlussendlich vereinbarten Leistungen würden sich aus Forderungen der EBU und dem Veranstalter Österreichischer Rundfunk zusammensetzen.

Der Stadtrechnungshof Wien bemängelte die Nachvollziehbarkeit der im Zuge der Verhandlungen erfolgten Änderungen der von der Stadt Wien Marketing GmbH zu erbringenden Leistung an den Österreichischen Rundfunk. Diese Änderungen waren zwischen der Bewerbung im Juli 2014, dem Memorandum im Oktober 2014 bzw. der Unterzeichnung des Leistungsvertrages im März 2015. Über die diesbezüglichen Verhandlungen konnten dem Stadtrechnungshof Wien keine Protokolle vorgelegt werden. Der Stadtrechnungshof Wien empfahl, die Projektdokumentation zu verbessern und wesentliche Verhandlungsergebnisse schriftlich festzuhalten.

10.2 Vertragsabschluss und Beauftragung Dritter

Der Leistungsvertrag Eurovision Song Contest Vienna 2015 wurde schlussendlich erst am 26. März 2015 von der Stadt Wien Marketing GmbH, dem Österreichischen Rundfunk und dem Wiener Tourismusverband unterfertigt. Zu diesem Zeitpunkt waren schon (Teil-)Leistungen erbracht bzw. wesentliche Leistungsbestandteile beauftragt worden. Der Stadtrechnungshof Wien regte daher an, eine rechtzeitige Vertragsunterzeichnung anzustreben, um eine entsprechende Rechtssicherheit zu gewährleisten.

In diesem Leistungsvertrag verpflichtete sich die Stadt Wien Marketing GmbH, Sachleistungen und Geldleistungen im Umfang von 1,97 Mio. EUR zu erbringen. Der Österreichische Rundfunk verpflichtete sich zur Erbringung von Leistungen in der gleichen Höhe. Der Stadtrechnungshof Wien konnte die Angemessenheitsprüfung dieser Gegenleistungen zum Zeitpunkt der Vertragsunterzeichnung nicht nachvollziehen, da kein Verwertungskonzept oder sonstige Kalkulationen vorgelegt werden konnten.

Der Stadtrechnungshof Wien hielt bzgl. der zugesagten Leistungen fest, dass in diesen Werten fremdübliche Kosten kalkuliert wurden, welche üblicherweise an Dritte verrech-

net werden. Bestimmte Kosten (Miete Rathaus, Standorte für Werbeflächen etc.) davon wurden von der Stadt Wien nicht an die Stadt Wien Marketing GmbH weiterverrechnet. Des Weiteren waren im Leistungsvertrag bewertete Werbeleistungen einkalkuliert, deren Kosten nicht schlagend wurden. Deshalb wurde die Stadt Wien Marketing GmbH nur mit einem Kostenrahmen von insgesamt 1 Mio. EUR von der Magistratsabteilung 53 beauftragt.

Dies führte letztlich auch dazu, dass die Zahlen der Bewerbung und jene im Leistungsvertrag mit dem Österreichischen Rundfunk nicht mit den tatsächlich angefallenen Kosten in der Stadt Wien Marketing GmbH vergleichbar waren.

Die Einschau in den zugesagten Leistungsumfang der Stadt Wien Marketing GmbH ergab, dass zahlreiche Leistungen nicht im Einflussbereich der Stadt Wien Marketing GmbH standen. So wurden wesentliche Leistungen im Bereich City Branding, die Reinigung und Abfallentsorgung sowie die Aufstellung von WC-Anlagen von Dienststellen der Stadt Wien erbracht. Diese Leistungen wurden von der Stadt Wien Marketing GmbH auch nicht formell beauftragt. Der Stadtrechnungshof Wien empfahl, von Dritten zu erbringende Leistungen entsprechend zu beauftragen.

10.3 Projektkostenabrechnung

Der Stadtrechnungshof Wien überprüfte die von der Stadt Wien Marketing GmbH für die Abrechnung gelieferten Istzahlen anhand der Aufzeichnungen der diesbezüglichen Kostenrechnung und stellte eine geringe Abweichung zu Ungunsten der Stadt Wien Marketing GmbH fest. Diese Abweichung war auf Skontoabzüge, Anwaltskosten sowie diverse geringfügige Repräsentationsrechnungen zurückzuführen. Der Stadtrechnungshof Wien empfahl, vor einer Endabrechnung mit der Auftraggeberin die anfallenden Projektkosten lt. Excelaufzeichnungen mit den gebuchten Daten in der Kostenrechnung abzustimmen.

10.4 Dokumentation der Umsetzung besprochener Maßnahmen

Bei der Einschau in die Protokolle der Arbeitsgemeinschaft für den Eurovision Song Contest wurde festgestellt, dass diese nur stichwortartig formuliert waren sowie viele

Themen angesprochen wurden. Für den Stadtrechnungshof Wien war anhand der Protokolle die Umsetzung der besprochenen Maßnahmen nicht vollständig nachvollziehbar.

10.5 Abschlussbericht des Österreichischen Rundfunks über die Werbe- und Marketingleistungen

Der Österreichische Rundfunk übermittelte nach der Durchführung des Eurovision Song Contests einen Abschlussbericht über die Werbe- und Marketingleistungen für die Stadt Wien Marketing GmbH und die Stadt Wien. Darin wurden die einzelnen Leistungen mit Bildnachweis dargestellt; eine monetäre Bewertung dazu fehlte allerdings. Gemäß Leistungsvertrag mit dem Österreichischen Rundfunk bestand jedoch die Verpflichtung, den Wert der Leistungen und Rechtseinräumung nachzuweisen.

Auf Nachfrage des Stadtrechnungshofes Wien wurde in einem Schreiben eine Bewertung der Werbe- und Marketingleistungen vom Österreichischen Rundfunk übermittelt. Darin wurde für das Branding und die Logo-Gestaltung ein Wert von 0,30 Mio. EUR angegeben. Für die Rechtseinräumung für die Eurovision Song Contest Designation, das ORF-Material und das Eurovision Song Contest Material inkl. technischer Kosten waren 0,40 Mio. EUR angeführt. Die Credits (Logo-Einbindungen) in den Eurovision Song Contest TV-Shows und diverse Trailer samt Round-up Berichterstattung wurden mit einem Wert von 1,27 Mio. EUR angesetzt. Damit ergab sich ein Gesamtwert von 1,97 Mio. EUR, der dem Vertragswert der zugrunde liegenden Vereinbarung entsprach.

Die Bewertung erfolgte gemäß Schreiben entsprechend der für den Österreichischen Rundfunk geltenden gesetzlichen Vorgaben, insbesondere des Tarifwerkes der ORF Enterprise, und beschränkte sich auf die mediale Auswertung in Österreich. Redaktionelle Inhalte wie die Eurovision Song Contest Show Signation und die Postcard Sequenzen flossen in die Bewertung nicht ein.

11. Zusammenfassung der Empfehlungen

Empfehlung Nr. 1:

Die Projektdokumentation wäre zu verbessern und wesentliche Verhandlungsergebnisse schriftlich festzuhalten (s. Pkt. 10.1).

Stellungnahme der Stadt Wien Marketing GmbH:

Die Zeit nach Unterzeichnung des Memorandums of Understanding war von intensiven Verhandlungen zwischen Stadt Wien Marketing GmbH und Österreichischem Rundfunk geprägt; die Verhandlungsthemen wurden teils persönlich, teils telefonisch, teils per E-Mail, teils in größeren Runden, teils bloß bilateral abgearbeitet. Die Ergebnisse dieses intensiven Verhandlungsprozesses sind im Leistungsvertrag dargestellt. Die Stadt Wien Marketing GmbH nimmt die Empfehlungen des Stadtrechnungshofes Wien hinsichtlich der Verbesserung der Protokollführung aber auf und wird die Projektdokumentation in Zukunft optimieren.

Empfehlung Nr. 2:

Von Dritten zu erbringende Leistungen wären entsprechend zu beauftragen (s. Pkt. 10.2).

Stellungnahme der Stadt Wien Marketing GmbH:

Die Stadt Wien Marketing GmbH ist vom zuständigen Stadtrat als Schnittstelle für sämtliche Angelegenheiten betreffend die Koordination mit dem Österreichischen Rundfunk betraut worden. In dieser Funktion hat die Stadt Wien Marketing GmbH auch den Leistungsvertrag verhandelt. In diesem Leistungsvertrag verpflichtet sich die Stadt Wien Marketing GmbH dazu, für gewisse Leistungen (wie z.B. Abfallbeseitigung) Sorge zu tragen, die im Ergebnis nicht von der Stadt Wien Marketing GmbH, sondern von Dienststellen der Stadt Wien erbracht werden. Dort, wo eine solche Zusage abgegeben wurde, erfolgte dies stets in enger Abstimmung mit der zuständigen Dienststelle. Dass keine gesonderten Verträge der Dienststellen der Stadt Wien mit dem Österreichischen Rundfunk abgeschlossen worden sind, war dem Bestreben geschuldet, eine möglichst zentrale Steuerung und Koordination der

Leistungen der Stadt Wien über die Stadt Wien Marketing GmbH sicherzustellen.

Die Stadt Wien Marketing GmbH nimmt die Empfehlung des Stadtrechnungshofes Wien selbstverständlich gerne an.

Empfehlung Nr. 3:

Vor einer Endabrechnung mit der Auftraggeberin wären die anfallenden Projektkosten lt. Excelaufzeichnungen mit den gebuchten Daten in der Kostenrechnung abzustimmen (s. Pkt. 10.3).

Stellungnahme der Stadt Wien Marketing GmbH:

Die angeführten geringen Abweichungen betreffen Aufwendungen der Stadt Wien Marketing GmbH, die aus der Sicht der Stadt Wien Marketing GmbH bereits durch das Agenturhonorar abgegolten sind und aus diesem Grund nicht weiterverrechnet wurden. Der Hinweis des Stadtrechnungshofes Wien wird gerne aufgenommen und bei künftigen Projekten berücksichtigt.

Der Stadtrechnungshofdirektor:

Dr. Peter Pollak, MBA

Wien, im Februar 2016