



**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 2**

StRH I - 371185-2023

Kurzfassung

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

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 von Werbeaufträgen und Medienkooperationen.

Die Einrichtungen konnten die vom StRH Wien angeforderten Daten nicht zur Gänze zur Verfügung stellen und die Bereitstellung der Daten erfolgte mit erheblichem Zeitverzug. Die Prüfung der Datengrundgesamtheit zeigte, dass diese in vielen Fällen fehlerhaft war. Für eine repräsentative gesamt-hafte Darstellung aller Einrichtungen waren zahlreiche Recherche- und Nachbearbeitungsschritte des StRH Wien erforderlich.

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

Die Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. betragen in den Jahren 2016 bis 2021 insgesamt rd. 67 Mio. EUR, wobei rd. 38 Mio. EUR auf den WIENER STADTWERKE-Konzern, rd. 25 Mio. EUR auf den Wien Holding Konzern und rd. 4 Mio. EUR auf die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. entfielen.

Im WIENER STADTWERKE-Konzern fungierte die WIENCOM als zentrale Dienst- und Serviceleisterin für die Einrichtungen des Konzerns und veranlasste Schaltungen in unterschiedlichen Werbekanälen. Zudem war diese Einrichtung für die quartalsweisen Meldungen nach dem MedKF-TG an die KommAustria zuständig. Im Wien Holding-Konzern waren die einzelnen Einrichtungen für die Beauftragung der Werbeaufträge und der Medienkooperationen sowie für die quartalsweisen Meldungen gemäß MedKF-TG verantwortlich. In der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. erfolgte mit Ausnahme von 6 Einrichtungen die Beauftragung der Werbeaufträge und Medienkooperationen und die Meldungen gemäß MedKF-TG durch eine zentrale Stelle.

Der WIENER STADTWERKE-Konzern, der Wien Holding-Konzern und die Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. veranlassten regelmäßig die Erstellung zahlreicher Analysen, um Aussagen u.a. über die Reichweite, Affinität in der Zielgruppe, die Relevanz des Medienkanals bzw. des Mediums zu erhalten. Weiters wurden für die Messung der Wirksamkeit der Werbemaßnahmen Instrumente wie Studien, Verkaufszahlen, Teilnehmeraten an Gewinnspielen, Kundinnen- bzw. Kundenbefragungen sowie im Digitalbereich Zugriffsdaten wie z.B. Clickraten, Verweildauer und Conversion-Raten verwendet.

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 314 Stichproben in 13 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 der Jahre 2016 bis 2021 mit jenen der Open Data - Medientransparenzdatenbank der RTR-GmbH und der Medientransparenzdatenbank der FH Joanneum GmbH.

Darüber hinaus wurden alle ausgewählten Werbeaufträge und Medienkooperationen nach den Prüfungsgrundsätzen Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit sowie Zweckmäßigkeit überprüft. Dazu war auszuführen, dass der im Regelfall übliche Drittvergleich für die Angemessenheit von Leistungsentgelten als Maßstab der Wirtschaftlichkeit bei der Beauftragung von Medien nicht anwendbar war.

Die Stichproben der Einrichtungen zeigten, dass die vorgelegten Dokumentationen der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen für den Zweck und den Umfang der Schaltungen grundsätzlich ausreichend waren. Die Prüfung der Vollständigkeit der übermittelten Unterlagen einzelner Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. ergab hingegen, dass Mängel in der Dokumentation u.a. in der Prüfung der Preisangemessenheit der Leistungen sowie der Auswahl der Medien bestanden.

Der StRH Wien stellte in den Meldungen des Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. an die KommAustria im Jahr 2016 bis 2021 Mängel hinsichtlich der betraglichen und zeitlichen Richtigkeit fest. Die sachliche Richtigkeit der Meldungen für die Jahre 2016 bis 2021 konnte in allen Stichproben festgestellt werden.

Der StRH Wien konnte grundsätzlich die Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit von Beauftragungen durch die Einrichtungen des WIENER Stadtwerke-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. im Rahmen der Prüfung der Stichproben feststellen. Die Zweckmäßigkeit einzelner Werbeaufträge und Medienkooperationen der Wien-Holding GmbH in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe wurde hingegen hinterfragt. Grundsätzlich konnte keine objektive Bewertung der Sparsamkeit vom StRH Wien aufgrund der festgelegten Preisgestaltung der Medien getroffen werden.

Der StRH Wien sprach Empfehlungen an die Wien Holding-GmbH und die Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. hinsichtlich der Vollständigkeit und Richtigkeit der Meldungen an die Medientransparenzdatenbank aus. Der WIENER STADTWERKE-GmbH wurde die Adaptierung ihrer Konzernrichtlinie bzgl. der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen durch die konzernweite Mediaagentur empfohlen. Weiters wurde im Wien Holding-Konzern ein Verbesserungspotenzial im Wissensaustausch der einzelnen Konzerneinrichtungen bei der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen erkannt sowie auf einen verstärkten Einsatz von Online- bzw. Social-Media-Kanälen und eigenen Informationskanälen in den Einrichtungen hingewiesen. Außerdem wäre die Ausgabenentwicklung in einzelnen Medien zu evaluieren.

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 diesbezüglicher Schlussbesprechungen den geprüften Stellen 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	15
1.1	Prüfungsgegenstand	15
1.2	Prüfungszeitraum	17
1.3	Prüfungshandlungen	17
1.4	Prüfungsbefugnis	17
1.5	Vorberichte	17
2.	Normative und organisatorische Grundlagen	18
2.1	Normative Grundlagen	18
2.2	WIENER STADTWERKE-Konzern	19
2.3	Wien Holding-Konzern	20
2.4	Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	22
3.	Erhebung der Grundgesamtheit und Stichprobenziehung	23
3.1	Erhebung der Grundgesamtheit der Werbeaufträge und Medienkooperationen	23
3.1.1	Bekannt gegebene Daten des WIENER STADTWERKE-Konzerns	23
3.1.2	Bekannt gegebene Daten des Wien Holding-Konzerns	24
3.1.3	Bekannt gegebene Daten der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	24
3.2	Bewusste Auswahl der Stichproben	25
3.2.1	Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben des WIENER STADTWERKE- Konzerns	27
3.2.2	Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben des Wien Holding-Konzerns	29
3.2.3	Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	33
4.	Beantwortung der allgemeinen Fragestellungen	35
4.1	Gesamtausgaben für beauftragte Werbeaufträge und Medienkooperationen	35
4.1.1	Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns	37
4.1.2	Gesamtausgaben des Wien Holding-Konzerns	38
4.1.3	Gesamtausgaben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	39

4.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen	40
4.2.1	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns	42
4.2.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns	43
4.2.3	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien	44
4.3	Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen	45
4.3.1	Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns.....	45
4.3.2	Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns.....	46
4.3.3	Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.....	47
4.4	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der Mittelverwendung	48
4.4.1	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit des WIENER STADTWERKE-Konzerns.....	50
4.4.2	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit des Wien Holding-Konzerns.....	53
4.4.3	Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.....	55
5.	Beantwortung der Fragestellungen zur DIETRICH Medien-Gruppe	58
5.1	Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	58
5.1.1	Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	59
5.1.2	Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	61
5.1.3	Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	62
5.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben an die DIETRICH Medien-Gruppe.....	63
5.2.1	Zweckmäßigkeit der Ausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns an die DIETRICH Medien-Gruppe.....	63
5.2.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben des Wien Holding-Konzerns an die DIETRICH Medien-Gruppe.....	64
5.2.3	Zweckmäßigkeit der Ausgaben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. an die DIETRICH Medien-Gruppe.....	65
5.3	Gesamtausgaben für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien.....	66
5.3.1	Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien.....	66
5.4	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	67

5.4.1	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	68
5.4.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	70
5.4.3	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	71
6.	Beantwortung der Fragestellungen zum Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	72
6.1	Werbefträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	72
6.1.1	Werbefträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	73
6.1.2	Werbefträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	74
6.1.3	Werbefträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	75
6.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	76
6.2.1	Zweckmäßigkeit der Ausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	76
6.2.2	Zweckmäßigkeit der Ausgaben des Wien Holding-Konzerns an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	77
6.2.3	Zweckmäßigkeit der Ausgaben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	78
6.3	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbefträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	79
6.3.1	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbefträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	80
6.3.2	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbefträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	80
6.3.3	Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbefträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	81
7.	Zusammenfassung der Empfehlungen	82
8.	Anhang	89

Abbildungs- und Tabellenverzeichnis

Abbildung 1: Beispiele für Sujets der Kampagnenarchitektur der Wien Holding GmbH	21
Tabelle 1: Für eine detaillierte Prüfung ausgewählte Einrichtungen	25
Tabelle 2: Anzahl der ausgewählten Stichproben in den Einrichtungen	26
Abbildung 2: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	36
Tabelle 3: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns	38
Tabelle 4: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding- Konzerns.....	39
Tabelle 5: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	40
Tabelle 6: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	41
Tabelle 7: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns	42
Tabelle 8: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding- Konzerns.....	43
Tabelle 9: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	44
Tabelle 10: Jährliche Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen ausgewählter Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns	46
Tabelle 11: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	59
Tabelle 12: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	60
Tabelle 13: Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	61
Tabelle 14: Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	62
Tabelle 15: Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien	67
Tabelle 16: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	68
Tabelle 17: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	69

Tabelle 18: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.....	70
Tabelle 19: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe	71
Tabelle 20: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	72
Tabelle 21: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	73
Tabelle 22: Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	74
Tabelle 23: Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	75
Tabelle 24: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	79
Tabelle 25: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	80
Tabelle 26: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding- Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	81
Tabelle 27: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“	82
Tabelle 28: Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen.....	94

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
AG	Aktiengesellschaft
AUVA	Allgemeine Unfallversicherungsanstalt
BGBI.	Bundesgesetzblatt
BIG	Bundesimmobiliengesellschaft m.b.H.
BMFJ	Bundesministerium für Familien und Jugend
bzgl.	bezüglich
bzw.	beziehungsweise
ca.	circa
COVID-19	Coronavirus-Krankheit-2019
d.h.	dass heißt
e	electronic
E-Mail	Elektronische Post
etc.	et cetera
EU	Europäische Union
EUR	Euro
exkl.	exklusive
GmbH & Co KG	Gesellschaft mit beschränkter Haftung & Compagnie Kommanditgesellschaft
GmbH, Ges.m.b.H.	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
html	Hypertext Markup Language
https	Hypertext Transfer Protocol Secure
inkl.	inklusive
INTOSAI	Internationale Organisation der Obersten Rechnungskontrollbehörden
ISSAI	Internationale Normen für Oberste Rechnungskontrollbehörden
KA	Kontrollamt
KG	Kommanditgesellschaft
KommAustria	Kommunikationsbehörde Austria
lt.	laut
mbH, m.b.H.	mit beschränkter Haftung
MedKF-TG	Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz
Mio. EUR	Millionen Euro
Mio.	Millionen
Mrd. EUR	Milliarden Euro
NÖ	Niederösterreich
Nr.	Nummer
o.a.	oben angeführt
OG	Offene Gesellschaft
pdf	Portable Document Format
rd.	rund

RTR-GmbH	Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH)
s.	siehe
StRH	Stadtrechnungshof
TV	Television
u.a.	unter anderem
u.dgl.	und dergleichen
USt	Umsatzsteuer
usw.	und so weiter
WGG	Wohnungsgemeinnützigkeitsgesetz
WStV	Wiener Stadtverfassung
www	World Wide Web
Z	Ziffer
z.B.	zum Beispiel
z.T.	zum Teil

Literaturverzeichnis

Leipzig School of Media gemeinnützige Gesellschaft für akademische Weiterbildung mbH, leipzigschoolofmedia.de; abgerufen am 11. Oktober 2023 unter <https://www.leipzigschoolofmedia.de/blog/marketingbudget>

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

Ad Impression

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

Affinität

Messgröße bei der Auswahl eines Werbekanals. Setzt die tatsächliche 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 Medienkooperationen.

Bewegtbildstudie

Jährlich erscheinende Studie der RTR-GmbH und der Arbeitsgemeinschaft Teletest. Stellt die Nutzung sämtlicher Bewegtbildangebote, vom linearen Fernsehen und den Sender-Mediatheken über alternative Online-Services bis hin zur Videonutzung in sozialen Medien in Form von Tabellen und Grafiken dar.

Bot

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

City Lights

Von hinten beleuchtete Glasfläche mit rotierenden Werbemotiven.

Conversion-Rate

Kennzahl des Online-Marketings. Misst den Erfolg von Maßnahmen und Kampagnen, indem sie das Verhältnis der Anzahl der Besuchenden einer Webseite zur Anzahl einer gewünschten Handlung (z.B. Vertragsabschlüsse) angibt.

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.

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.

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 und Medienkooperationen verwendet.

Tonalitäts-Erfahrung

Erfahrung mit verschiedenen Formen der Zielgruppenansprache, der sogenannten Tonalität bzw. dem Grundton. Die Tonalität ist die Wahl einer bestimmten Art von Sprache bzw. einem Stil, um die Atmosphäre für eine Werbemaßnahme zu schaffen. Die Tonalität ist essenziell für die Wirksamkeit der Werbebotschaft.

Verein Österreichische Gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern

Auf freiwilliger Mitgliedschaft beruhender Verein bestehend aus Werbeagenturen und Printmedien. Ziel des Vereines ist es, vergleichbare, objektiv ermittelte Unterlagen über die Verbreitung von Printmedien und anderen Werbeträgern zu beschaffen, bereitzustellen und zu veröffentlichen.

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 und mit Rechtspersönlichkeit ausgestatteten Fonds, Stiftungen und Anstalten sowie die wirtschaftlichen Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV im Zeitraum der Jahre 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 bzw. 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 sowie auf Webseiten, in elektronischen Newslettern, in Mobile-Apps, Massen-E-Mails oder rein informative Beiträge in 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 Einrichtungen wurde die Beantwortung des Prüfungsersuchens auf 2 Berichte aufgeteilt. Der gegenständliche Bericht umfasst die wirtschaftlichen Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Die Darstellung der Dienststellen gemäß § 3 Geschäftsordnung für den Magistrat der Stadt Wien, der Unternehmungen gemäß § 71 WStV, der gemäß § 73b Abs. 1 WStV von Organen der Gemeinde verwalteten und mit eigener Rechtspersönlichkeit ausgestatteten Fonds, Stiftungen und Anstalten sowie ausgewählter wirtschaftlicher Unternehmungen gemäß § 73b Abs. 2 WStV erfolgt im Bericht „Ersuchen des Grünen Klubs im Wiener Rathaus betreffend Praxis der Inseratenvergabe der Stadt Wien und ihrer Unternehmen, Teil 1“. Eine detaillierte Auflistung der in diesem Bericht einbezogenen 192 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 Programmengelten. Diese waren nicht von der Fragestellung 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. Die Eröffnungsgespräche mit der WIENER STADTWERKE GmbH, der Wien Holding GmbH sowie der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. fanden im Oktober 2022 statt. Die Schlussbesprechungen wurden Mitte November 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 in den geprüften Stellen.

Aufgrund des großen Umfangs der von den geprüften Stellen geforderten Unterlagen sowie der Qualität der bekannt gegebenen Daten kam es zu Verzögerungen im Prüfungsablauf. Die mangelnde Datenqualität machte umfangreiche Korrekturen der Daten hinsichtlich der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen sowie der Budgets notwendig, um diese einer weiteren Analyse durch den StRH Wien unterziehen zu können.

1.4 Prüfungsbefugnis

Die Prüfungsbefugnis für diese Gebarungsprüfung ist in § 73b Abs. 1, 2 und 3 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 von 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 für Werbeaufträge und Medienkooperationen, 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 WIENER STADTWERKE-Konzern

Die WIENER STADTWERKE bestehen seit dem Jahr 1949 als Zusammenschluss der städtischen E-Werke, Gaswerke und Verkehrsbetriebe. Der WIENER STADTWERKE-Konzern wurde im Jahr 1999 aus der Gemeindeverwaltung ausgegliedert und in eine Aktiengesellschaft umgewandelt. Im Jahr 2017 kam es zu einer erneuten Rechtsformänderung in eine GmbH. Im Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 hielt der Konzern insgesamt 88 für die Prüfung relevante Einrichtungen. Die wirtschaftliche Tätigkeit umfasste die Bereiche Energie, Netze, Verkehr, Bestattung und Friedhöfe sowie Garagen. Zum Konzern gehörten u.a. die WIEN ENERGIE GmbH, die WIENER NETZE GmbH, die WIENER LINIEN GmbH & Co KG, die WIENER LOKALBAHNEN GmbH, die WIPARK Garagen GmbH, die BESTATTUNG WIEN GmbH und die Friedhöfe Wien GmbH. Der WIENER STADTWERKE-Konzern war im Jahr 2022 der größte kommunale Infrastrukturdienstleister Österreichs mit einem Umsatz von rd. 7 Mrd. EUR und über 16.000 Mitarbeitenden.

Als zentrale Mediaagentur für den WIENER STADTWERKE-Konzern fungierte die WIENCOM (ab dem Jahr 2018 eine Marke der WienIT GmbH). Diese veranlasste als zentrale Dienst- und Serviceleisterin Schaltungen für die Einrichtungen des Konzerns in unterschiedlichen Werbekanälen und erbrachte zudem damit im Zusammenhang stehende Leistungen (wie Beratung und Planung). Nicht umfasst waren inhaltliche Kreativleistungen (wie z.B. die Erstellung von Kampagnen und Werbesujets). Für diese waren die Einrichtungen des Konzerns selbst verantwortlich.

Die Inanspruchnahme der WIENCOM für die o.a. Leistungen war für Konzerneinrichtungen, an denen die WIENER STADTWERKE GmbH unmittelbar oder mittelbar mehrheitlich beteiligt war, verbindlich in der Konzernrichtlinie Nr. 16/2 vom 17. Juli 2018 vorgegeben.

Die einzelnen Einrichtungen erstellten jährliche Budgets mit Kommunikationsplänen auf der Grundlage von Themenschwerpunkten. Je nach Art und Inhalt der Themen wurden entsprechende Kommunikationskanäle definiert, welche die bestmögliche Übermittlung der Inhalte an die jeweiligen Zielgruppen sicherstellen sollte.

Am Beginn einer geplanten Kampagne übermittelten die Einrichtungen der konzerninternen Mediaagentur WIENCOM ein Briefing zur Kampagne (Kampagneninhalte, Laufzeit, Ziel, Zielgruppe, Benchmarks hinsichtlich Performance bzw. Awareness und Budget). Auf Basis dessen erstellte die WIENCOM eine Grobplanung inkl. Mediastrategie und Mediamix, wobei auch die Mediakanäle (z.B. Plakat, City Light, Infoscreen, Hörfunk, Online, Print) ausgewählt wurden. Nach Freigabe dieser Planungen durch die Auftraggeberin bzw. den Auftraggeber erfolgte eine Detailplanung. Die danach folgende Beauftragung und Abwicklung der Schaltungen wurde ebenfalls von der WIENCOM vorgenommen.

Weiters prüfte die WIENCOM die Rechnungen und kontrollierte die Medienschaltungen auf Qualität und Richtigkeit.

Gemäß der o.a. Konzernrichtlinie der WIENER STADTWERKE GmbH war die WIENCOM darüber hinaus für die quartalsweisen Meldungen der Veröffentlichungen für die einzelnen Einrichtungen des Konzerns nach dem MedKF-TG an die KommAustria zuständig. Die notwendigen Informationen für diese Meldungen mussten binnen einer bestimmten Frist über eine Webschnittstelle von den Einrichtungen an die WIENCOM gemeldet werden. Die detaillierten Bestimmungen zu den Fristen und Abläufen fanden sich in den Dienstleistungsverträgen, welche die WIENCOM mit den einzelnen Konzerneinrichtungen abgeschlossen hatte.

Die Nutzung einer hauseigenen Mediaagentur sollte ein konzernweites einheitliches Vorgehen bei der Setzung von Kommunikations- und Werbemaßnahmen sowie die vollständige Weitergabe der meldepflichtigen Daten an die KommAustria sicherstellen.

2.3 Wien Holding-Konzern

Die Wien Holding wurde im Jahr 1974 unter dem Namen WABVG - Wiener Allgemeine Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft gegründet und umfasste 31 Beteiligungen der Stadt Wien. Nach mehrmaliger Umfirmierung wurde sie im Jahr 2003 in Wien Holding GmbH umbenannt. Der Wien Holding-Konzern vereinte im Betrachtungszeitraum 85 für die Prüfung relevante Einrichtungen unter seinem Dach. Die Tätigkeiten umfassten die Geschäftsfelder Kultur, Immobilien, Logistik und Medien. Einrichtungen des Konzerns waren u.a. die Vereinigte Bühnen Wien GmbH, die Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H., die GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft, die Therme Wien Ges.m.b.H., die Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. sowie die EU-Förderagentur GmbH. Mit rd. 3.600 Mitarbeitenden erwirtschaftete der Wien Holding-Konzern (inkl. des in Verwaltung stehenden GESIBA-Konzerns) im Jahr 2022 einen Umsatz von über 600 Mio. EUR.

Die Wien Holding GmbH war innerhalb des Konzerns für die Vermarktung der Marke „Wien Holding“ zuständig, um die Wien Holding GmbH und ihre Einrichtungen in der Wahrnehmung der Öffentlichkeit zu verankern. Die Kommunikationsmaßnahmen setzten sich aus 3 Säulen (aktive Presse- und Medienarbeit, Werbekampagnen sowie Sponsoring) zusammen.

Die Kampagnenarchitektur für die Vermarktung bestand aus einem Basis-Sujet auf Konzernebene, 4 Sujets auf Geschäftsfeldebene und verschiedenen Sujets auf Einrichtungsebene. Die Einrichtungsebene beinhaltete Sujets der einzelnen Einrichtungen im Wien Holding-Layout und bewarb Angebote, Projekte und Aktionen. Beispiele für die jeweiligen Sujets finden sich in der nachfolgenden Abbildung 1:

Beispiele für Sujets der Kampagnenarchitektur der Wien Holding GmbH



Abbildung 1: Beispiele für Sujets der Kampagnenarchitektur der Wien Holding GmbH

Quelle: Wien Holding GmbH

Zusätzlich zu den an die Endverbraucherinnen bzw. Endverbraucher gerichteten Werbeaktivitäten der Wien Holding GmbH konnten die Konzerneinrichtungen selbstständig und eigenverantwortlich Kommunikations- und Werbemaßnahmen setzen, deren Fokus auf der Businesskundin bzw. dem Businesskunden lag.

Die Planung der jährlichen Kommunikations- und Werbemaßnahmen erfolgte dezentral in den jeweiligen Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns.

In der Wien Holding GmbH war die Abteilung Corporate Communications für deren Planung zuständig. Diese wurde auf Basis der Vorjahreswerte für das kommende Jahr fortgeschrieben und gegebenenfalls an die geplanten Schwerpunkte, Projekte und Aktivitäten angepasst. Die Planung erfolgte in enger Abstimmung mit der verantwortlichen Geschäftsführung. Vor der Beauftragung wurden die jeweiligen Schaltungen mit der Geschäftsführung erneut besprochen und die Beauftragung finalisiert.

Die Meldeverpflichtungen gemäß MedKF-TG wurden in der Wien Holding GmbH ebenfalls durch die Abteilung Corporate Communications wahrgenommen. Die einzelnen Handlungsschritte waren hierfür in einer Handlungsanleitung schriftlich festgelegt. Die weiteren Einrichtungen des Konzerns kamen ihrer Meldepflicht eigenständig nach. Für diese Meldepflichten gab es keine konzernweiten Vorschriften. Die Vorgaben und Prozesse in den jeweiligen Einrichtungen waren unterschiedlich ausgestaltet.

2.4 Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wurde im Jahr 1982 von der Stadt Wien, der Wirtschaftskammer Wien, der UniCredit Bank Austria AG sowie der Erste Bank der oesterreichischen Sparkassen AG gegründet. Der Fonds war erste Anlaufstelle für nationale und internationale Unternehmen und unterstützte diese mit monetären Förderungen, Immobilien und Stadtentwicklungsimpulsen sowie kostenlosen Service- und Beratungsangeboten. Einzelne Projekte wurden in eigenen Einrichtungen der Gruppe abgewickelt. Die Gruppe umfasste 19 für die Prüfung relevante Einrichtungen. Mit rd. 160 Mitarbeitenden erwirtschaftete die Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. im Jahr 2022 einen Umsatz von rd. 33 Mio. EUR und verwaltete ein Fördervolumen von rd. 42 Mio. EUR.

Die Planung der Kommunikations- und Werbemaßnahmen erfolgte bei den Einrichtungen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. mit Ausnahme von 6 Einrichtungen (VIENNA REGION Marketing GmbH, die VIENNA REGION Wirtschaft.Raum.Entwicklung.GmbH, die Wien 3420 Aspern Development AG, die Wien 3420 Holding GmbH, die Wien 3420 Umwelt und Baulog GmbH und die researchTub GmbH) einheitlich. Die Buchhaltung dieser 6 Einrichtungen wurde nicht von der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. durchgeführt.

Im Zuge der Jahresplanung wurden die kommunikationsrelevanten Schwerpunkte identifiziert. Die Detailplanung erfolgte durch die Kommunikationsabteilung des Fonds in Zusammenarbeit mit den Fachabteilungen und Einrichtungen, um die Ziele und die zu adressierenden Zielgruppen festzulegen. Daraus erstellte die Kommunikationsabteilung einen Kommunikationsplan.

Die Jahresplanung der Werbemaßnahmen der Wien 3420 Aspern Development AG erfolgte nach dessen Angaben auf der Grundlage von anstehenden thematischen Schwerpunkten mit Fokus auf die Vertriebsunterstützung sowie Imageförderung des Wirtschaftsstandortes.

Die Erfüllung der Meldepflichten der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. (mit Ausnahme der o.a. 6 Einrichtungen) gemäß MedKF-TG wurde lt. vorgelegter Prozessbeschreibung durch die Rechtsabteilung der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wahrgenommen.

Die gemäß MedKF-TG notwendigen Meldepflichten in die Medientransparenzdatenbank nahmen seit dem Jahr 2018 die Projektleitung für die Wien 3420 Aspern Development AG und die Controllingabteilung für die Wien 3420 Holding GmbH und ihre Einrichtungen zentral wahr. Eine formale Beschreibung des Einmeldeprozesses bei der KommAustria sowie der Zuständigkeiten lag in den beiden letztgenannten Einrichtungen nicht vor.

3. Erhebung der Grundgesamtheit und Stichprobenziehung

3.1 Erhebung der Grundgesamtheit der Werbeaufträge und Medienkooperationen

Die WIENER STADTWERKE GmbH, die Wien Holding GmbH und die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. fungierten aufgrund des Prüfungsumfanges und zur besseren Steuerung des Prüfungsablaufes als zentrale Koordinationsstellen für ihre Einrichtungen.

Der StRH Wien ersuchte im November 2022 die WIENER STADTWERKE GmbH, die Wien Holding GmbH und die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. per E-Mail um Bekanntgabe der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen sowie der Budgetmittel für ihre 192 Einrichtungen im Zeitraum vom 1. Jänner 2016 bis 31. Dezember 2021 mittels Formular (Excel-Vorlage).

In der Vorlage waren für jeden entgeltlich beauftragten Werbeauftrag bzw. für jede entgeltlich beauftragte 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).

Die Einschau in die bekannt gegebenen Daten zeigte, dass die Unterscheidung zwischen den Begriffen Werbeaufträge und Medienkooperationen für die einzelnen Einrichtungen aufgrund der allgemeinen Formulierung schwierig war und überwiegend auch nicht durchgeführt werden konnte. Für die gesetzlichen Bekanntgabepflichten nach dem MedKF-TG an die KommAustria war es unerheblich, da keine Unterscheidung zwischen den beiden Begriffen vorzunehmen war.

3.1.1 Bekannt gegebene Daten des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Die Datengrundmenge des WIENER STADTWERKE-Konzerns für die Jahre 2016 bis 2021 umfasste 5.541 Bekanntgaben mit einem Gesamtvolumen in der Höhe von 38,38 Mio. EUR. Die WIENCOM gab für 19 Einrichtungen beauftragte Werbeaufträge und Medienkooperationen bekannt. Für weitere, dem Prüfungsrecht des StRH Wien unterliegende, 69 Einrichtungen erfolgte eine Leermeldung an den StRH Wien. Für diese Leermeldungen waren auch keine Einträge in der Medientransparenzdatenbank vorhanden.

Die Durchsicht der bekannt gegebenen Daten zeigte, dass die Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns dem StRH Wien die Schaltungen ausschließlich jeweils als Werbeaufträge oder Medienkooperationen bekannt gaben. Wobei der überwiegende Teil der Einrichtungen ausschließlich Medienkooperationen bekannt gab.

Die Bereitstellung der Grundgesamtheit durch den WIENER STADTWERKE-Konzern stellte sich als zeitaufwendig dar, da die vom StRH Wien abgefragten Daten nicht in der geforderten Form zu Verfügung standen. So musste z.B. das Thema der Beauftragungen manuell von den Einrichtungen ausgewertet werden.

3.1.2 Bekannt gegebene Daten des Wien Holding-Konzerns

Die Datengrundmenge des Wien Holding-Konzerns für die Jahre 2016 bis 2021 umfasste 6.463 Bekanntgaben mit einem Gesamtvolumen in der Höhe von 25,31 Mio. EUR. 31 Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns gaben beauftragte Werbeaufträge und Medienkooperationen bekannt. Für weitere, dem Prüfungsrecht des StRH Wien unterliegende, 54 Einrichtungen erfolgte eine Leermeldung an den StRH Wien. Für diese Leermeldungen waren auch keine Einträge in der Medientransparenzdatenbank vorhanden.

Die Bereitstellung der Datengrundlage durch den Wien Holding-Konzern war von zeitlichen Verzögerungen geprägt. Die Datenqualität war mangelhaft, und erforderte weitere Analysen sowie eine mehrmalige Bereinigung der Daten durch den StRH Wien.

Die Gründe für die notwendige Überarbeitung der bekannt gegebenen Daten waren vielfältig. So wurden Zahlen im Textformat angegeben, zusätzliche Spalten, Zeilen und Zwischensummen eingefügt, Überschriften abgeändert sowie unterschiedliche Formate in der Datumsangabe verwendet. Zudem kam es zu inhaltlichen Fehlern und fehlenden Datensätzen.

3.1.3 Bekannt gegebene Daten der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Die Datengrundmenge der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. für die Jahre 2016 bis 2021 umfasste 1.732 Bekanntgaben mit einem Gesamtvolumen in der Höhe von 3,93 Mio. EUR. 4 Einrichtungen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gaben beauftragte Werbeaufträge und Medienkooperationen bekannt. Für weitere, dem Prüfungsrecht des StRH Wien unterliegende, 15 Einrichtungen erfolgte eine Leermeldung an den StRH Wien. Für diese Leermeldungen waren auch keine Einträge in der Medientransparenzdatenbank vorhanden.

Die bekannt gegebene Grundgesamtheit durch die Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. war nicht vollständig. So mussten für die weitere Analyse der Daten durch den StRH Wien aufwendige Datenbereinigungen durchgeführt werden. Dies lag ursächlich an den Änderungen der

zur Verfügung gestellten Tabellen durch die Einrichtungen der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien., welche nach der Übermittlung zusätzliche Leerzeilen, Zwischensummen und verbundene Zellen enthielten.

3.2 Bewusste Auswahl der Stichproben

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.

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

Für eine detaillierte Prüfung ausgewählte Einrichtungen

Ausgewählte Einrichtungen

WIENER STADTWERKE-Konzern

- BESTATTUNG WIEN GmbH
- WIEN ENERGIE GmbH
- WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG
- WIENER LINIEN GmbH & Co KG
- WIENER NETZE GmbH

Wien Holding-Konzern

- DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH.
- GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft
- Hafen Wien GmbH
- Vereinigte Bühnen Wien GmbH
- Wien Holding GmbH
- Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H.

Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

- Wien 3420 Aspern Development AG
- Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Tabelle 1: Für eine detaillierte Prüfung ausgewählte Einrichtungen
Quelle: StRH Wien; Darstellung: StRH Wien

Von den in der Grundgesamtheit enthaltenen 192 Einrichtungen gaben 54 Einrichtungen an, Werbeaufträge und Medienkooperationen im Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 in Auftrag gegeben zu haben. Auf Grundlage der bekannt gegebenen Daten wurden 5 Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, 6 Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns und 2 Einrichtungen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. ausgewählt.

Die Auswahl dieser Einrichtungen durch den StRH Wien erfolgte anhand der Anzahl und Höhe der jeweils bekannt gegebenen Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen sowie dem Vorliegen von für die Prüfungsfragen des gegenständlichen Prüfungsersuchens relevanten Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen.

Die Daten der ausgewählten Einrichtungen wurden auf textliche und betragliche Auffälligkeiten analysiert und aufgrund dieser anschließend eine Stichprobenauswahl getroffen. Die Auswahl umfasste insbesondere Werbeaufträge und Medienkooperationen mit hohen Beträgen, nicht gemeldete Beträge über der Bagatellgrenze sowie Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe und des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“.

Darüber hinaus erfolgte eine bewusste Auswahl an diversen Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen aus dem Bestand der Wienbibliothek im Wiener Rathaus. Diese wurden auf das Vorliegen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. überprüft und diese mit den von den einzelnen Einrichtungen an den StRH Wien bekannt gegebenen Daten verglichen.

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

Anzahl der ausgewählten Stichproben in den Einrichtungen

Einrichtungen nach Kategorien	Einrichtungen	Einrichtungen mit abgegebenen Meldungen	ausgewählte Einrichtungen	Bekanntgaben aller Einrichtungen	Stichproben
WIENER STADTWERKE-Konzern	88	19	5	5.541	125
Wien Holding-Konzern	85	31	6	6.463	150
Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	19	4	2	1.732	39
Summe	192	54	13	13.736	314

Tabelle 2: Anzahl der ausgewählten Stichproben in den Einrichtungen

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern, Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Von den bekannt gegebenen insgesamt 13.736 Schaltungen der Einrichtungen (s. Tabelle 2) wurden im Rahmen der Stichproben 314 Werbeaufträge und Medienkooperationen aus den bereits zuvor ausgewählten 13 Einrichtungen einer detaillierten Prüfung unterzogen.

Im Rahmen der Stichprobe prüfte der StRH Wien die Vollständigkeit der Dokumentation (Angebots- bzw. Auftragsunterlagen, Rechnungen und Sujets) der vergebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen für den gesamten Betrachtungszeitraum.

Die weiteren Prüfungsschritte im Rahmen der stichprobenweisen Einschau betrafen die Vollständigkeit und Richtigkeit der als meldepflichtig gekennzeichneten bekannt gegebenen Daten. Dabei erfolgte ein Vergleich 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. Zudem wurden für die Jahre 2016 bis 2020 die Daten der Medientransparenzdatenbank der FH Joanneum GmbH für Vergleiche herangezogen.

Der StRH Wien hielt dazu fest, dass alle dem Prüfungsrecht des StRH Wien unterliegenden inländischen Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. 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.

Zu den in der Folge angeführten Auswertungen durch den StRH Wien war anzuführen, dass die Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen anhand der Jahresabschlüsse der Einrichtungen grundsätzlich nicht nachvollziehbar waren. Insbesondere die Vollständigkeit und Richtigkeit jener Meldungen, die gemäß MedKF-TG unter der Bagatellgrenze von 5.000,-- EUR lagen, konnte nicht überprüft werden. Die entgeltlichen Beauftragungen für Werbeaufträge und Medienkooperationen, die nicht der gesetzlichen Meldepflicht unterlagen, konnten daher ausschließlich aufgrund der von den jeweiligen Einrichtungen bekannt gegebenen Daten stichprobenweise überprüft werden. Jene über der Bagatellgrenze konnten nur im Vergleich mit den Medientransparenzdatenbanken überprüft werden.

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 13 Einrichtungen. In den Einrichtungen wurden insgesamt 314 Stichproben ausgewählt.

3.2.1 Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Der StRH Wien überprüfte im WIENER STADTWERKE-Konzern 125 Werbeaufträge und Medienkooperationen aus der bekannt gegebenen Grundgesamtheit der 5 ausgewählten Einrichtungen. Von den 125 Stichproben waren 48 Werbeaufträge und Medienkooperationen meldepflichtig. 25 der 125 Stichproben entfielen auf die BESTATTUNG WIEN GmbH, 24 auf die WIENER NETZE GmbH,

26 auf die WIEN ENERGIE GmbH, 25 auf die WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG und 25 auf die WIENER LINIEN GmbH & Co KG. Weitere 26 Stichproben wurden diversen Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen der Wienbibliothek des Wiener Rathauses entnommen. Dies diente der Überprüfung der Vollständigkeit der an den StRH Wien gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen. Dies betraf 5 Schaltungen der BESTATTUNG WIEN GmbH, 8 Schaltungen der WIENER LINIEN GmbH & Co KG und 13 Schaltungen der WIEN ENERGIE GmbH.

Die 5 in die Stichprobe aufgenommenen Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns gaben 4.962 Medienkooperationen in der Höhe von insgesamt 35,79 Mio. EUR bekannt. Davon wurden gemäß Auswertung der Grundgesamtheit 3.208 Medienkooperationen in der Höhe von 31,91 Mio. EUR gemäß dem MedKF-TG der KommAustria gemeldet. 77 Medienkooperationen wurden richtigerweise nicht gemeldet. Dabei handelte es sich um Schaltungen in aperiodischen Medien oder Beilagen sowie Beträge unter der Bagatellgrenze.

Der StRH Wien verglich die bekannt gegebenen Medienkooperationen der Stichproben mit den Daten der bereits genannten Medientransparenzdatenbanken. Dabei wurden keine Differenzen festgestellt.

Der StRH Wien ließ sich als weiteren Prüfungsschritt die Dokumentation zu den Stichproben vorlegen. Festzustellen war, dass die Dokumentation der Unterlagen zum überwiegenden Teil vollständig war. Die inhaltliche Prüfung der Schaltungen (Inhalte der Sujets und Auswahl der Medien) gab keinen Anlass zur Beanstandung.

In 4 Fällen konnten die Werbesujets nicht vorgelegt werden. Dies betraf Unterlagen der BESTATTUNG WIEN GmbH aus den Jahren 2016, 2018 und 2020.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der WIENER STADTWERKE GmbH, bei den Konzerneinrichtungen auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen zu achten.

Stellungnahme der WIENER STADTWERKE GmbH:

Der Empfehlung wird in geeigneter Weise entsprochen werden.

Alle Schaltungen in den eingesehenen Fällen waren nach dem MedKF-TG Werbeaufträge oder Medienkooperationen. Zudem wurden sämtliche Beträge ohne Werbeabgabe und USt gemeldet. Es war somit sowohl die sachliche als auch die betragliche Richtigkeit gegeben.

Die richtige Zuordnung der Schaltungen anhand des Veröffentlichungsdatums zum betreffenden Quartal erfolgte in 121 von 125 Stichprobenfällen. 4 Stichproben waren in den bekannt gegebenen Daten falsch zugeordnet. Die in der Grundgesamtheit zeitlich falsch zugeordneten Schaltungen waren nicht meldepflichtig und damit alle überprüften Schaltungen in den Meldungen an die KommAustria richtig zugeordnet.

Der stichprobenmäßige Vergleich der an den StRH Wien bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen mit zufällig ausgewählten Schaltungen aus Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen der Wienbibliothek des Wiener Rathauses zeigte, dass diese vollständig bekannt gegeben wurden.

3.2.2 Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben des Wien Holding-Konzerns

Der StRH Wien überprüfte im Wien Holding-Konzern 150 Werbeaufträge und Medienkooperationen aus der bekannt gegebenen Grundgesamtheit der 6 ausgewählten Einrichtungen. Von den 150 Stichproben waren 32 Werbeaufträge und Medienkooperationen meldepflichtig. 25 von 150 Stichproben entfielen auf die DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH., 25 auf die GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft, 26 auf die Hafen Wien GmbH, 25 auf die Vereinigte Bühnen Wien GmbH, 25 auf die Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. und 24 auf die Wien Holding GmbH. Weitere 12 Stichproben wurden diversen Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen der Wienbibliothek des Wiener Rathauses entnommen. Dies betraf 3 Schaltungen der WH Media GmbH, 6 Schaltungen der Wien Holding GmbH, 1 Schaltung der Therme Wien GmbH & Co KG, 1 Schaltung der DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH. und 1 Schaltung der Central Danube Region Marketing & Development GmbH.

Die 6 in die Stichprobe aufgenommenen Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns gaben 3.744 Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von insgesamt 16,71 Mio. EUR bekannt. Davon wurden gemäß Auswertung der Grundgesamtheit 1.213 Werbeaufträge in der Höhe von 9,39 Mio. EUR und 122 Medienkooperationen in der Höhe von 1,22 Mio. EUR gemäß MedKF-TG der KommAustria gemeldet. Die Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. gab keine Meldungen an die KommAustria ab, da ihre beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen zur Gänze unter der Bagatellgrenze lagen.

Der Vergleich der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen mit jenen der Medientransparenzdatenbanken der Jahre 2016 bis 2020 ergab bei der Wien Holding GmbH Differenzen in der Höhe von insgesamt 1,55 Mio. EUR. Von diesen waren 1,53 Mio. EUR auf die „Wiener Gastro-Gutschein Aktion“ im Jahr 2020 zurückzuführen. Die restlichen Differenzen entstanden infolge vieler Übertragungsfehler der an den StRH Wien bekannt gegebenen Daten. So ergab der Vergleich im Jahr 2016 eine Differenz von 11.435,95 EUR, im Jahr 2019 von 90,-- EUR und im Jahr 2020 von 1,54 Mio. EUR. Festzustellen war weiters, dass im Jahr 2016 dem StRH Wien z.B. Produktionskosten als meldepflichtig gemäß MedKF-TG bekannt gegeben wurden, obwohl diese nicht meldepflichtig waren. Ebenso waren die Differenzen auf nicht korrekte Meldungen (z.B. fehlte das Medium „look

wien life“ in der Höhe von 500,-- EUR) an die KommAustria zurückzuführen. Die Wien Holding GmbH konnte nicht alle Differenzen des Jahres 2016 abklären. Die Differenz von 90,-- EUR im Jahr 2019 war durch einen Betragsfehler des Mediums „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ an die KommAustria zurückzuführen. Im Jahr 2020 standen die Differenzen im Zusammenhang mit der bereits o.a. „Wiener Gastro-Gutschein-Aktion“ (MA 5, MA 6, MA 53, Wien Holding GmbH und WTH Wien Ticket Holding GmbH, Prüfung der Umsetzung der „Wiener Gastro-Gutschein-Aktion“, StRH IX - 1929348-2022) sowie mit Fehlern in den bekannt gegebenen Daten in der Höhe von 25.685,45 EUR.

In der Vereinigte Bühnen Wien GmbH waren in den Jahren 2016 bis 2021 Differenzen in der Höhe von insgesamt 0,33 Mio. EUR festzustellen. Die Differenzen im Jahr 2021 konnten mit Unterstützung der Vereinigte Bühnen Wien GmbH nachvollzogen und berichtigt werden. Diese waren vor allem auf unrichtige Angaben wie z.B. die Bekanntgabe als meldepflichtige Medien, obwohl diese tatsächlich nicht meldepflichtig nach dem MedKF-TG waren, z.T. Angaben inkl. Werbeabgaben und auf falsche Beträge zurückzuführen. Für die Jahre 2016 bis 2020 konnten die Differenzen von der Vereinigte Bühnen Wien GmbH nicht geklärt werden. Der StRH Wien konnte somit nicht beurteilen, ob die Daten dem StRH Wien falsch bekannt gegeben oder der KommAustria falsch gemeldet wurden. Die Vereinigte Bühnen Wien GmbH gab hierzu an, dass die Abweichungen in den Jahren 2016 bis 2020 auf die gleichen Fehler wie im Jahr 2021 zurückzuführen wären sowie die Bagatellgrenze von 5.000,-- EUR pro Quartal z.T. „missinterpretiert“ wurde und außerdem Medien dem StRH Wien bekannt gegeben worden seien, die nicht meldepflichtig gewesen wären. Nach Angaben der Vereinigte Bühnen Wien GmbH wurden im Jahr 2023 die Prozesse für die Beauftragungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen und die Einmeldung nach dem MedKF-TG an die KommAustria überarbeitet.

Festzustellen war weiters, dass 12 der in der Stichprobe enthaltenen Werbeaufträge der Hafan Wien GmbH in der Höhe von 27.695,-- EUR nicht gemäß § 2 Abs. 1 MedKF-TG an die KommAustria gemeldet wurden. Diese wären meldepflichtig gewesen, da der Gesamtbetrag pro Quartal die Bagatellgrenze von 5.000,-- EUR überschritt. Die Hafan Wien GmbH gab an, dass nur Einzelschaltungen über 5.000,-- EUR und nicht wie im Gesetz vorgesehen, alle Schaltungen in einem Medium über 5.000,-- EUR pro Quartal gemeldet wurden. Weitere 106 Werbeaufträge wurden richtigerweise nicht an die KommAustria gemeldet, da es sich hierbei entweder um aperiodische Medien handelte oder die Beträge unter der Bagatellgrenze lagen.

In 30 Fällen der Stichprobe mit einer Gesamthöhe von 0,15 Mio. EUR war die betragliche Richtigkeit der bekannt gegebenen Daten nicht gegeben. Dies betraf 4 meldepflichtige Daten. In 26 Fällen wurden die Beträge inkl. Werbeabgabe bekannt gegeben (24 Stichproben der DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH. sowie 2 Stichproben der GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft). Zudem kam es in 4 Fällen zu kleineren Abweichungen zwischen den Rechnungsbeträgen und den in den Gesamtübersichten an den StRH Wien bekannt gegebenen Beträgen. Dies betraf 3 Stichproben der Hafan Wien GmbH und 1 Stichprobe der Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. Diese Fehler der DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH. führten zu einer erhöhten Meldung an die KommAustria in der Höhe von 2.071,29 EUR.

Infolge der vielen festgestellten Fehler in den bekannt gegebenen sowie in den an die KommAustria gemeldeten Daten, wäre die Erstellung einer konzernerheitlichen Handlungsrichtlinie aus Sicht des StRH Wien zweckmäßig.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, eine konzernweite Handlungsrichtlinie hinsichtlich der Prozesse und Verantwortlichkeiten von Meldungen gemäß MedKF-TG zu erlassen.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Eine entsprechende Richtlinie seitens der Wien Holding GmbH ist bereits in Ausarbeitung.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, bei den Konzerneinrichtungen die betragliche Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen an die KommAustria zu gewährleisten.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Die Wien Holding GmbH steht diesbezüglich im laufenden Austausch mit den meldepflichtigen Konzernunternehmen. Vor diesem Hintergrund wurden in den letzten Wochen bereits Schulungstermine für Konzernunternehmen durchgeführt, in denen die gesetzliche Verpflichtung zur Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen betont wurde. Weiters ist angedacht, künftig Schulungen in regelmäßigen Abständen durchzuführen.

Die richtige Zuordnung der Schaltungen anhand des Veröffentlichungsdatums zum betreffenden Quartal erfolgte in 141 von 150 Stichproben. In 9 Fällen gab es Abweichungen. Dies betraf die Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H., die Hafen Wien GmbH, die Vereinigte Bühnen Wien

GmbH, sowie die GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft. Diese waren allerdings nicht meldepflichtig und damit die zeitliche Richtigkeit der meldepflichtigen Stichproben gegeben.

Die Überprüfung der Dokumentation der Unterlagen der Stichproben ergab weiters, dass diese unvollständig war. In 23 Fällen konnten die Werbesujets, in 35 Fällen das Auftragschreiben und in 29 Fällen die Angebote nicht vorgelegt werden. Dies betraf überwiegend Unterlagen der DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH., der Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. und der Vereinigte Bühnen Wien GmbH des gesamten Betrachtungszeitraumes.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, bei den Konzerneinrichtungen auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen zu achten.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. An einer Mustertabelle für den Konzern wird gearbeitet. Weiters wird auf die konzernweite Handlungsrichtlinie und auf die bereits erwähnten Schulungen verwiesen.

Die Einschau in die ausgewählten Sujets der Stichproben zeigte, dass die Sujets der Hafan Wien GmbH, der Vereinigte Bühnen Wien GmbH und der Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. im Wien Holding Layout ausgestaltet waren. In den Sujets der DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH. war keine Zugehörigkeit zum Wien Holding-Konzern erkennbar. Die Wien Holding GmbH war an dieser Einrichtung nicht mehrheitlich beteiligt.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, bei den Konzerneinrichtungen die Darstellung der Zugehörigkeit zum Konzern in den verwendeten Sujets anzuregen.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Das bereits bestehende Corporate Design Manual wird derzeit aktualisiert und nach Fertigstellung nachweislich an alle Konzernunternehmen zur Einhaltung übermittelt.

Alle Schaltungen in den eingesehenen Fällen waren gemäß MedKF-TG Werbeaufträge oder Medienkooperationen und somit war die sachliche Richtigkeit gegeben.

3.2.3 Ergebnisse der Auswertungen der Stichproben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Der StRH Wien überprüfte in der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. 39 Werbeaufträge und Medienkooperationen aus der bekannt gegebenen Grundgesamtheit der 2 ausgewählten Einrichtungen. Von den 39 Stichproben waren 8 Werbeaufträge und Medienkooperationen meldepflichtig. 24 der 39 Stichproben entfielen auf die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. und 15 auf die Wien 3420 Aspern Development AG. Weitere 3 Stichproben wurden diversen Zeitungen, Zeitschriften und Magazinen der Wienbibliothek des Wiener Rathauses entnommen. Dies betraf 3 Schaltungen der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Im überprüften Zeitraum 2016 bis 2021 gab die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. bzw. die Wien 3420 Development AG Wien insgesamt 1.416 Werbeaufträge und 109 Medienkooperationen bekannt. Davon wurden 241 Werbeaufträge in der Höhe von 1,88 Mio. EUR und 19 Medienkooperationen in der Höhe von 0,14 Mio. EUR gemäß Meldegesetz der KommAustria gemeldet. 31 Werbeaufträge und Medienkooperationen wurden richtigerweise nicht gemeldet. Dabei handelte es sich um Schaltungen in aperiodischen Medien oder Plakate sowie Beträge unter der Bagatellgrenze.

Der StRH Wien verglich die bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen der Jahre 2016 bis 2021 mit den Daten der bereits genannten Medientransparenzdatenbanken. Dabei waren in den bekannt gegebenen Beträgen der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gegenüber den Beträgen der Medientransparenzdatenbanken in den Jahren 2016 bis 2021 Differenzen in der Höhe von insgesamt 16.583,20 EUR festzustellen.

Die Differenzen konnten gegenüber dem StRH Wien aufgeklärt werden und ergaben sich dadurch, dass dem StRH Wien bekannt gegebene Daten als meldepflichtige Beträge angegeben wurden, die lt. MedKF-TG jedoch nicht meldepflichtig waren und auch nicht gemeldet wurden. Dabei handelte es sich um ein aperiodisches Medium sowie um ein ausländisches Medium. Bei einem Medium wurde außerdem aufgrund eines Ziffernsturzes ein zu niedriger Betrag in der Höhe von 90,- EUR im Jahr 2021 und ein zu hoher Betrag in der Höhe von 55,- EUR im Jahr 2016 an die Medientransparenzdatenbank gemeldet.

Die Gegenüberstellung der übermittelten Werbeaufträge und Medienkooperationen der Wien 3420 Aspern Development AG mit jenen der Medientransparenzdatenbanken wiesen in den Jahren 2016 bis 2021 Differenzen von insgesamt 24.915,60 EUR auf. So waren im Jahr 2021 um 703,-- EUR, im Jahr 2020 um 210,-- EUR, im Jahr 2018 um 11.240,48 EUR und im Jahr 2017 um 7.758,02 EUR in den bekannt gegebenen Daten weniger und in den Jahren 2016 bzw. 2019 um 4.624,09 EUR bzw. um 590,01 EUR mehr als in den Medientransparenzdatenbanken ausgewiesen. Diese Differenzen konnten nicht vollständig aufgeklärt werden. Ebenso waren z.T. Beträge erfasst, die nach dem MedKF-TG bekannt zu geben gewesen wären. Diese Beträge betrugten lt. Angaben der Wien 3420 Aspern Development AG zwischen rd. 6.000,-- EUR und rd. 28.000,-- EUR.

Die Wien 3420 Aspern Development AG hatte, wie bereits im Bericht ausgeführt, noch während der Prüfung diesbezügliche Evaluierungen in den Prozessabläufen angekündigt, damit künftig derartige Differenzen ausgeschlossen bzw. im Nachhinein nachvollzogen werden können. Hinsichtlich der ausgesprochenen Empfehlung des StRH Wien wird auf Punkt 4.4.3 verwiesen.

Die vorgelegte Dokumentation der Werbemaßnahmen und Medienkooperationen umfasste die Auftrags- und Abrechnungsunterlagen sowie die Belegexemplare der entgeltlichen Einschaltungen zu den ausgewählten Stichproben. Festzustellen war, dass in der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. und der Wien 3420 Aspern Development AG alle an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen im überprüften Zeitraum vollständig dokumentiert waren. Bei jenen Werbeaufträgen und Medienkooperationen, die nicht der Meldepflicht unterlagen, fehlten vereinzelt die zugehörigen Sujets in der Dokumentation der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Die inhaltliche Prüfung der Sujets sowie die Auswahl der Medien hingegen führte zu keiner negativen Feststellung.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien., bei den Einrichtungen auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen zu achten.

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird der Empfehlung folgend auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen bei den Einrichtungen achten.

Die Meldepflicht an die KommAustria erfüllten die beiden ausgewählten Einrichtungen für die jeweiligen Quartale der Jahre 2016 bis 2021. Festzustellen war, dass in den Meldungen der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. an die KommAustria Abweichungen im 2. Quartal 2021 von 90,- EUR und im 3. Quartal 2016 von 55,- EUR festzustellen waren. Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. führte diese Differenzen auf Betragsfehler zurück.

In der Wien 3420 Aspern Development AG waren Abweichungen in jedem Jahr festzustellen und waren z.T. auf Speicherfehler (Beträge wurden falsch zugeordnet sowie die Beträge enthielten die Werbeabgabe) zurückzuführen.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien., bei den Einrichtungen die betragliche Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen an die KommAustria zu gewährleisten.

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird die Einrichtungen anweisen, die betragsmäßige Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen an die KommAustria zu gewährleisten.

Alle Schaltungen in den eingesehenen Fällen waren nach dem MedKF-TG Werbeaufträge oder Medienkooperationen und somit war die sachliche Richtigkeit gegeben.

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?“

Die nachfolgende Abbildung 2 zeigt die jährlichen Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in den Jahren 2016 bis 2021 (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

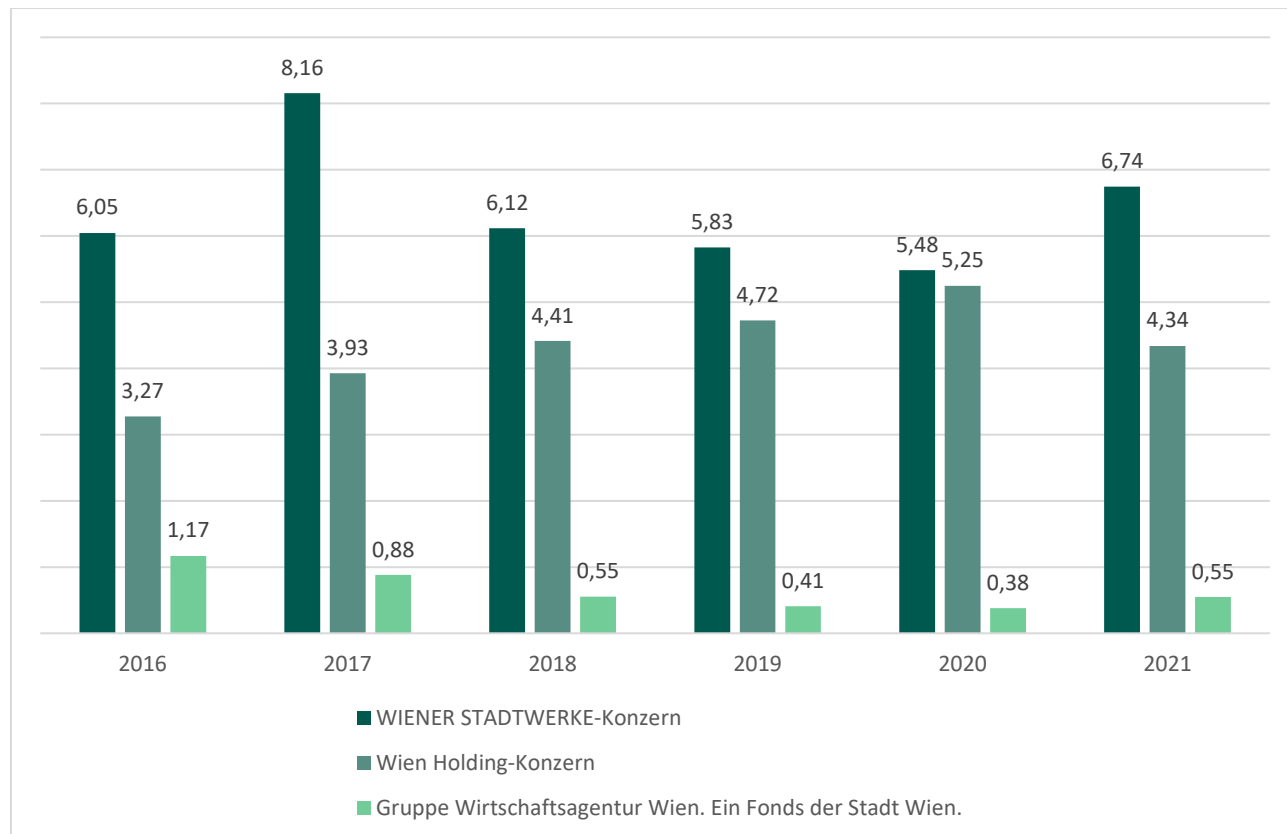


Abbildung 2: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern sowie Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der beiden Konzerne sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. (s. Abbildung 2) betragen im Jahr 2016 bis 2021 insgesamt 67,63 Mio. EUR. Davon entfielen 27,32 Mio. EUR auf Werbeaufträge und 40,31 Mio. EUR auf Medienkooperationen.

Die höchsten Ausgaben für Werbemaßnahmen entfielen mit 38,38 Mio. EUR bzw. 56,7 % auf den WIENER STADTWERKE-Konzern. Die restlichen Ausgaben mit 25,31 Mio. EUR bzw. 37,4 % waren dem Wien Holding-Konzern und mit 3,93 Mio. EUR bzw. 5,8 % der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. zuzurechnen. Die durchschnittlichen Gesamtausgaben im Zeitraum der Jahre 2016 bis 2021 betragen 11,27 Mio. EUR. Den niedrigsten Wert erreichten diese im Jahr 2016 mit 10,49 Mio. EUR und den höchsten Wert im Jahr 2017 mit 12,96 Mio. EUR.

Der WIENER STADTWERKE-Konzern verzeichnete im Jahr 2017 eine Erhöhung der Ausgaben für Werbefaufträge und Medienkooperationen gegenüber dem Vorjahr um 2,11 Mio. EUR oder 34,9 %. Der Konzern gab diesbezüglich an, dass im Jahr 2017 ein Sonderbudget zur breitenwirksamen Kommunikation von nachhaltigen und zukunftssicheren Verkehrslösungen für die WIENER LINIEN GmbH & Co KG bereitgestellt wurde. Im Zeitraum der Jahre 2018 bis 2020 gingen die Gesamtausgaben wieder zurück und stiegen im Jahr 2021 auf 6,74 Mio. EUR an.

Die Ausgaben für Werbefaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns stiegen im Zeitraum der Jahre 2016 bis 2020 kontinuierlich an. Im Jahr 2020 wurden mit 5,25 Mio. EUR die höchsten Ausgaben für Werbefaufträge und Medienkooperationen getätigt. Dies stand im Zusammenhang mit der bereits im Bericht erwähnten „Wiener Gastro-Gutschein-Aktion“. Im Jahr 2021 gingen die Ausgaben des Konzerns in etwa auf das Niveau des Jahres 2018 zurück.

Die Ausgaben für Werbefaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. waren in den Jahren 2016 bis 2020 rückläufig. Im Jahr 2021 stiegen diese Ausgaben gegenüber dem Vorjahr um 0,17 Mio. EUR wieder an.

4.1.1 Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Zur Beantwortung der Fragen 1 und 2 des Prüfungsersuchens wurden in der nachfolgenden Tabelle 3 die Gesamtausgaben für Werbefaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in den Jahren 2016 bis 2021 gegliedert nach Kategorien dargestellt (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben für Werbefaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Einrichtungen nach Kategorien	Werbefaufträge	Medienkooperationen	Summe
Ausgewählte Einrichtungen			
BESTATTUNG WIEN GmbH	-	1,27	1,27
WIEN ENERGIE GmbH	-	14,03	14,03
WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG	-	9,52	9,52
WIENER LINIEN GmbH & Co KG	-	10,80	10,80
WIENER NETZE GmbH	-	0,18	0,18
Summe ausgewählte Einrichtungen	-	35,79	35,79

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Sonstige Einrichtungen	0,05	2,53	2,58
Gesamtsumme	0,05	38,33	38,38

Tabelle 3: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns
Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie in der Tabelle 3 ersichtlich, betrafen 89,5 % der Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns die WIEN ENERGIE GmbH, die WIENER LINIEN GmbH & Co KG sowie die WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG.

Von den insgesamt dem StRH Wien bekannt gegebenen 19 Einrichtungen wiesen 2 nur Ausgaben für Werbeaufträge und die restlichen 17 ausschließlich Ausgaben für Medienkooperationen aus. Die 2 Einrichtungen mit Ausgaben für Werbeaufträge waren die Neu Leopoldau Entwicklungs GmbH und die TELERREAL Telekommunikationsanlagen GmbH mit insgesamt 0,05 Mio. EUR. An dieser Stelle war nochmals festzuhalten, dass in den Meldungen von Aufträgen an die KommAustria gemäß MedKF-TG keine Unterscheidung zwischen Werbeaufträgen und Medienkooperationen notwendig war.

4.1.2 Gesamtausgaben des Wien Holding-Konzerns

In der nachfolgenden Tabelle 4 werden die Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns für die Jahre 2016 bis 2021 gegliedert nach Kategorien dargestellt (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Ausgewählte Einrichtungen			
GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft	1,66	0,03	1,69
Hafen Wien GmbH	0,56	0,00	0,56
Vereinigte Bühnen Wien GmbH	3,82	1,33	5,15
Wien Holding GmbH	8,94	-	8,94

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH.	0,33	-	0,33
Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H.	0,04	-	0,04
Summe ausgewählte Einrichtungen	15,35	1,36	16,71
Sonstige Einrichtungen	8,35	0,25	8,60
Gesamtsumme	23,70	1,61	25,31

Tabelle 4: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns
 Quelle: Wien Holding-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie die Tabelle 4 zeigt, entfielen $\frac{2}{3}$ der ausgewiesenen gesamten Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen auf 3 Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns. Diese waren die Wien Holding GmbH mit 8,94 Mio. EUR, die Vereinigte Bühnen Wien GmbH mit 5,15 Mio. EUR und die WT Wien Ticket GmbH mit 2,82 Mio. EUR. Die restlichen Ausgaben verteilten sich auf die dem StRH Wien bekannt gegebenen 28 Einrichtungen. Die Ausgaben beliefen sich im gesamten Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 auf 23,70 Mio. EUR für Werbeaufträge und 1,61 Mio. EUR für Medienkooperationen.

4.1.3 Gesamtausgaben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

In der nachfolgenden Tabelle 5 werden die Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen, auf Grundlage der bekannt gegebenen Daten der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gegliedert nach Kategorien dargestellt (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Ausgewählte Einrichtungen			
Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	3,08	0,13	3,21
Wien 3420 Aspern Development AG	0,39	0,17	0,56

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Summe ausgewählte Einrichtungen			
Einrichtungen	3,47	0,30	3,76
Sonstige Einrichtungen	0,10	0,07	0,17
Gesamtsumme	3,56	0,37	3,93

Tabelle 5: Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Quelle: Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die gesamten Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen für die Jahre 2016 bis 2021 der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. - wie in der Tabelle 5 angegeben - betragen 3,93 Mio. EUR. Davon waren 3,56 Mio. EUR bzw. 90,6 % auf Werbeaufträge zurückzuführen.

Mit 3,21 Mio. EUR bzw. 81,5 % an Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen wies die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. die größten Ausgaben in der Gruppe aus.

Die jährlichen Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. lagen im Prüfungszeitraum zwischen 0,38 Mio. EUR und 1,17 Mio. EUR. Die Schwankungen der Ausgaben waren insbesondere auf Schwerpunktkampagnen zurückzuführen.

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?“

Wie bereits in den normativen Grundlagen unter Punkt 2.1 ausgeführt, waren Werbeaufträge und Medienkooperationen gemäß MedKF-TG 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.

Die nachfolgende Tabelle 6 zeigt die Gesamtausgaben der Jahre 2016 bis 2021 der nicht an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. (Beträge in Mio. EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Einrichtungen	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
WIENER STADTWERKE-Konzern	0,04	4,42	4,46
Wien Holding-Konzern	9,85	0,29	10,15
Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	1,63	0,19	1,82
Summe	11,52	4,91	16,42

Tabelle 6: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern sowie Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie die Tabelle 6 zeigt, wurden vom WIENER STADTWERKE-Konzern, dem Wien Holding-Konzern sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in den Jahren 2016 bis 2021 insgesamt 16,42 Mio. EUR nicht an die KommAustria gemeldet. Das entspricht 24,3 % der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen der beiden Konzerne und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Die nicht gemeldeten Ausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns lagen in den Jahren 2016 bis 2020 zwischen 0,71 und 0,84 Mio. EUR. Den niedrigsten Wert erreichten diese im Jahr 2021 mit 0,65 Mio. EUR.

Im Wien Holding-Konzern stiegen die nicht gemeldeten Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in den Jahren 2016 bis 2019 kontinuierlich an und erreichten mit 2,01 Mio. EUR im Jahr 2019 ihren Höhepunkt. Ab dem Jahr 2020 waren die nicht gemeldeten Ausgaben rückläufig und lagen mit 1,44 Mio. EUR im Jahr 2021 knapp über den Ausgaben des Jahres 2016.

Die nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gingen bis zum Jahr 2020 von 0,46 Mio. EUR auf 0,21 Mio. EUR zurück. Im Jahr 2021 stiegen diese wieder an und lagen mit 0,28 Mio. EUR über dem Niveau der 3 Vorjahre.

Die Auswertung der bekannt gegebenen Grunddaten durch den StRH Wien ergab, dass 12,21 Mio. EUR der nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen unter der Bagatellgrenze von 5.000,- EUR lagen. Diese Summe entsprach 74,4 % der von den Einrichtungen insgesamt nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 16,42 Mio. EUR. Als Grund für die Nichtmeldung der restlichen Werbeaufträge und Medienkooperationen wurde von den geprüften Einrichtungen u.a. die Schaltung in aperiodischen oder ausländischen Medien angegeben.

4.2.1 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Die nachfolgende Tabelle 7 zeigt die vom WIENER STADTWERKE-Konzern nicht an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen in den Jahren 2016 bis 2021 gegliedert nach Kategorien (Beträge in Mio. EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Einrichtungen nach Kategorien	Werbefaufträge	Medienkooperationen	Summe
Ausgewählte Einrichtungen			
BESTATTUNG WIEN GmbH	-	0,49	0,49
WIEN ENERGIE GmbH	-	1,44	1,44
WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG	-	0,53	0,53
WIENER LINIEN GmbH & Co KG	-	1,37	1,37
WIENER NETZE GmbH	-	0,05	0,05
Summe ausgewählte Einrichtungen	-	3,88	3,88
Sonstige Einrichtungen	0,04	0,55	0,58
Gesamtsumme	0,04	4,42	4,46

Tabelle 7: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns
Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie in der oben stehenden Tabelle 7 ersichtlich, wurden vom WIENER STADTWERKE-Konzern gesamt 4,46 Mio. EUR bzw. 11,6 % aller Werbeaufträge und Medienkooperationen nicht an die KommAustria gemeldet. Davon entfielen 2,81 Mio. EUR bzw. 63,1 % auf die WIEN ENERGIE GmbH und die WIENER LINIEN GmbH & Co KG.

Die WIEN ENERGIE GmbH gab im Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 1.698 Medienkooperationen in der Gesamthöhe von 14,03 Mio. EUR bekannt. Davon wurden 528 Medienkooperationen in der Höhe von 1,44 Mio. EUR nicht gemeldet. Die WIENER LINIEN GmbH & Co KG gab 1.615 Medienkooperationen in der Höhe von 10,80 Mio. EUR bekannt. Davon wurden 472 Medienkooperationen in der Höhe von 1,37 Mio. EUR nicht gemeldet.

Der StRH Wien überprüfte stichprobenartig die nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns. Die Ergebnisse der Überprüfungen finden sich unter Punkt 3.2.1.

4.2.2 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns

Die nachfolgende Tabelle 8 zeigt die vom Wien Holding-Konzern nicht an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen in den Jahren 2016 bis 2021 gegliedert nach Kategorien (Beträge in Mio. EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Ausgewählte Einrichtungen			
DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH.	0,27	-	0,27
GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft	1,02	0,03	1,05
Hafen Wien GmbH	0,32	0,00	0,32
Vereinigte Bühnen Wien GmbH	1,40	0,11	1,50
Wien Holding GmbH	2,91	-	2,91
Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H.	0,04	-	0,04
Summe ausgewählte Einrichtungen	5,95	0,14	6,09
Sonstige Einrichtungen	3,90	0,15	4,05
Gesamtsumme	9,85	0,29	10,15

Tabelle 8: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns
Quelle: Wien Holding-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Vom Wien Holding-Konzern (s. Tabelle 8) wurden insgesamt 10,15 Mio. EUR bzw. 40,1 % aller Werbeaufträge und Medienkooperationen nicht an die KommAustria gemeldet. Davon entfielen rd. $\frac{2}{3}$ bzw. 6,57 Mio. EUR auf die Wien Holding GmbH, die Vereinigte Bühnen Wien GmbH, die Therme Wien GmbH & Co KG und die GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft.

Die Wien Holding GmbH gab im Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 1.456 Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Gesamthöhe von 8,94 Mio. EUR bekannt. Davon wurden 859 Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 2,91 Mio. EUR nicht gemeldet.

Der StRH Wien überprüfte stichprobenartig die nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns. Die Ergebnisse der Überprüfungen finden sich unter Punkt 3.2.2.

4.2.3 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Die nachfolgende Tabelle 9 zeigt die von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. nicht an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen in den Jahren 2016 bis 2021 gegliedert nach Kategorien (Beträge in Mio. EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Ausgewählte Einrichtungen			
Wien 3420 Aspern Development AG	0,17	0,09	0,26
Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	1,41	0,06	1,47
Summe ausgewählte Einrichtungen	1,58	0,15	1,74
Sonstige Einrichtungen	0,05	0,04	0,08
Gesamtsumme	1,63	0,19	1,82

Tabelle 9: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.
Quelle: Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie die Tabelle 9 zeigt, wurden von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. insgesamt 1,82 Mio. EUR bzw. 46,2 % aller Werbeaufträge und Medienkooperationen nicht an die KommAustria gemeldet. Davon waren 1,47 Mio. EUR bzw. 81,1 % auf die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. zurückzuführen.

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gab im Prüfungszeitraum 1.374 Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 3,21 Mio. EUR bekannt. 1.135 Werbeaufträge und

Medienkooperationen in der Höhe von 0,78 Mio. EUR lagen unter der Bagatellgrenze von 5.000,- EUR und fielen daher nicht unter die Meldepflicht.

Der StRH Wien überprüfte stichprobenartig die nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Die Ergebnisse der Überprüfungen finden sich unter Punkt 3.2.3.

4.3 Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen

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

4.3.1 Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Der WIENER STADTWERKE-Konzern gab an, dass in den Konzerneinrichtungen keine gesonderten Detailbudgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen, sondern Globalbudgets für Informations- und Kommunikationsmaßnahmen erstellt wurden.

Die jährlichen Globalbudgets der ausgewählten Einrichtungen des Konzerns orientierten sich am jeweiligen Bedarf der Informationsvermittlung, welche u.a. von Vertriebszielen und Unternehmenszielen abhängig war. Weiters wurden Maßnahmen für das Recruiting sowie die Imageförderung in der Planung berücksichtigt. Je nach Art und Inhalt der Themen wurden Kommunikationskanäle definiert, die die bestmögliche Platzierung der Inhalte in den jeweiligen Zielgruppen sicherstellen sollte. In den Budgetplanungen wurden außerdem Vorsorgen für Unsicherheiten eingeplant, um auf Entwicklungen im Marktumfeld reagieren zu können.

Da die Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns auf die Frage des StRH Wien nach den jährlichen Budgetwerten die korrespondierenden Ist-Werte bekannt gaben, ersuchte der StRH Wien die jährlichen Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der Jahre 2016 bis 2021 für die in die Stichprobe aufgenommenen Einrichtungen aus den Globalbudgets herauszurechnen. Diese werden in der nachfolgenden Tabelle 10 dargestellt (in Mio. EUR):

Jährliche Budgets für Werbeausgaben und Medienkooperationen ausgewählter Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Einrichtung	2016	2017	2018	2019	2020	2021
WIENER LINIEN GmbH & Co KG	1,30	2,10	1,70	1,80	1,80	1,50
WIEN ENERGIE GmbH	2,80	2,00	2,20	2,00	2,00	1,80
WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG	1,50	1,50	1,90	1,80	1,80	1,60
BESTATTUNG WIEN GmbH	0,34	0,20	0,20	0,21	0,21	0,30

Einrichtung	2016	2017	2018	2019	2020	2021
WIENER NETZE GmbH	0,02	0,02	0,04	0,03	0,03	0,09
Summe	5,96	5,82	6,04	5,84	5,84	5,29

Tabelle 10: Jährliche Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen ausgewählter Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie in der Tabelle 10 erkennbar, betrug das jährliche Gesamtbudget für Werbeausgaben und Medienkooperationen der ausgewählten Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns rd. 6 Mio. EUR. Den größten Anteil am Gesamtbudget hatte die WIEN ENERGIE GmbH mit 36,8 %, gefolgt von den WIENER LINIEN GmbH & Co KG mit 29,3 % und der WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG mit 29,0 %. Die BESTATTUNG WIEN GmbH und die WIENER NETZE GmbH hatten mit gesamt 4,9 % einen geringen Anteil am Gesamtbudget.

Im Vergleich zum Jahr 2016 ging das Gesamtbudget der ausgewählten Einrichtungen im Jahr 2021 um 0,67 Mio. EUR oder 11,2 % zurück. Diese Entwicklung war insbesondere auf die WIEN ENERGIE GmbH mit einem Rückgang der budgetierten Ausgaben um 1 Mio. EUR bzw. 35,7 % zurückzuführen.

Ein Vergleich der budgetierten Ausgaben mit den Ist-Ausgaben zeigte in einzelnen Jahren Überschreitungen (insbesondere in den Einrichtungen WIENER LINIEN GmbH & Co KG und WIEN ENERGIE GmbH) der Budgetzahlen. Diese Überschreitungen konnten nicht durch Unterschreitungen einzelner Jahre im Betrachtungszeitraum kompensiert werden.

Für eine detaillierte Analyse der Abweichungen der Plan-Budgets zu den Ist-Ausgaben müssten infolge fehlender Details die Globalbudgets untersucht werden. Das gegenständliche Prüfungsersuchen deckte nur einen Teilbereich der Globalbudgets ab und es fehlten dem StRH Wien detaillierte Informationen zu den geplanten Einzelmaßnahmen für eine Analyse.

4.3.2 Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns

Das jährliche Budget für Werbeaufträge und Medienkooperationen konnte vom Wien Holding-Konzern nicht bekannt gegeben werden, da die einzelnen Unternehmen Globalbudgets für die gesamten Kommunikations- und Werbemaßnahmen erstellten und diese auch Ausgaben für Personal, Sponsoring, Produktion von Werbemitteln oder Events enthielten.

Die jährlichen Globalbudgets der ausgewählten Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns orientierten sich grundsätzlich lt. Angaben des Wien Holding-Konzerns am vorangegangenen Wirtschaftsjahr.

Die in die Stichprobe einbezogene Wien Holding GmbH rechnete auf Anfrage des StRH Wien die Budgetwerte für Werbeaufträge und Medienkooperationen in den Jahren 2016 bis 2021 aus den Globalbudgets heraus. Diese betragen zwischen 0,91 Mio. EUR und 1,50 Mio. EUR. Festzustellen war, dass die bekannt gegebenen Budgets für die genannten Werbemaßnahmen im Beobachtungszeitraum eingehalten wurden.

Von den anderen in der Stichprobe einbezogenen Einrichtungen berechnete auch die Hafn Wien GmbH die Budgetwerte für die Jahre 2016 bis 2021. In der Hafn Wien GmbH lagen die tatsächlichen Gesamtausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in den Jahren 2016 bis 2018 und 2020 bis 2021 unter den budgetierten Ausgaben. Im Jahr 2019 wurde das Budget um 3.074,-- EUR überschritten. Gesamt kam es im Betrachtungszeitraum zu einer durchschnittlichen Unterschreitung des Budgets um 16,9 %.

Für eine detaillierte Analyse der Abweichungen der Plan-Budgets zu den Ist-Ausgaben müssten infolge fehlender Details die Globalbudgets untersucht werden. Das gegenständliche Prüfungsersuchen deckte nur einen Teilbereich der Globalbudgets ab und es fehlten dem StRH Wien detaillierte Informationen zu den geplanten Einzelmaßnahmen für eine Analyse.

4.3.3 Budgets für Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Wie auch der WIENER STADTWERKE-Konzern und der Wien Holding-Konzern erstellte die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. im Prüfungszeitraum 2016 bis 2021 keine gesonderten Budgetwerte für Werbeaufträge bzw. Medienkooperationen. Vielmehr legte diese ein Budget auf Projektbasis für diverse Werbe- und Informationsmaßnahmen fest, welche auch Ausgaben für die Stärkung des Wirtschaftsstandortes Wien, Veranstaltungen, die Öffentlichkeitsarbeit, die Newsletter, Homepage & Social-Media-Kanäle und die Werbestücke enthielt.

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. erstellte das Budget auf Basis einer Jahresplanung. Der Prozess für die jeweilige Jahresplanung startete mit einer Planungsklausur unter Teilnahme der Geschäftsführung sowie Mitarbeitenden aller Abteilungen im Juni des Planungsjahres. Die Kommunikationsabteilung legte die geplanten Kommunikationsmaßnahmen fest und erstellte darauf basierend ein Budget.

Die Budgets der Wien 3420 Aspern Development AG wurden im Rahmen einer Jahresplanung, die auf den geplanten Projekten und den zu erwartenden Projektmeilensteinen basierte, festgelegt.

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gab keine Budgetzahlen bzgl. der Werbeaufträge und Medienkooperationen dem StRH Wien bekannt.

Die von der Wien 3420 Aspern Development AG bekannt gegebenen Budgets betragen für die Jahre 2016 und 2017 jeweils 80.000,-- EUR, für die Jahre 2019 und 2020 jeweils 90.000,-- EUR, für

das Jahr 2020 105.000,– EUR und für das Jahr 2021 150.000,– EUR. Die geplanten Budgets wurden in den Jahren 2016 bis 2020 eingehalten. Im Jahr 2021 kam es zu einer geringfügigen Überschreitung infolge der Verschiebung einer geplanten Maßnahme aus dem Jahr 2020.

Für eine detaillierte Analyse der Abweichungen der Plan-Budgets zu den Ist-Ausgaben müssten infolge fehlender Details die Gesamtbudgets untersucht werden. Das gegenständliche Prüfungsersuchen deckte nur einen Teilbereich des Gesamtbudgets ab und es fehlten dem StRH Wien detaillierte Informationen zu den geplanten Einzelmaßnahmen für eine Analyse.

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 gemäß internationaler Prüfungsstandards sind 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.

Hinsichtlich der Werbeausgaben und Werbebudgets wird in der Wirtschaftslehre davon ausgegangen, dass in etwa 3 bis 7 % des Umsatzes von im Wettbewerb stehenden Unternehmen in die gesamten Marketingmaßnahmen investiert werden. Im Dienstleistungsbereich beträgt der Anteil in etwa 8 % bis 10 %.

Die Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns sowie des Wien Holding-Konzerns unterlagen größtenteils der freien Marktwirtschaft und standen daher im freien Wettbewerb mit anderen Unternehmen. Um die Wettbewerbsfähigkeit auch künftig zu gewährleisten, war die Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten unumgänglich. Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. unterlag nicht der freien Marktwirtschaft, hatte u.a. aber den Auftrag, den Wirtschaftsstandort Wien für lokale und internationale Unternehmen zu attraktivieren und zu fördern. Für die Erfüllung dieser Aufgaben waren ebenso Werbeaufträge und Medienkooperationen durchzuführen.

Der Anteil der Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen am Gesamtumsatz des konsolidierten WIENER STADTWERKE-Konzerns lag im Zeitraum der Jahre 2016 bis 2021 durchschnittlich bei 0,2 %. Beim Wien Holding-Konzern lag der Anteil am Gesamtumsatz im gleichen Zeitraum durchschnittlich bei 2,9 %. Für die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fond der Stadt Wien. wurde die Berechnung des Anteils der Werbeausgaben durch den StRH Wien aufgrund anderer gesetzlicher Vorgaben und Aufgaben nicht durchgeführt. Wird als Berechnungsgrundlage das Fördervolumen von

rd. 30 Mio. EUR herangezogen, liegt der Anteil der Werbeaufträge und Medienkooperationen bei durchschnittlich 1,7 %.

Wenngleich für beide Konzerne nur die Anteile der Werbeaufträge und Medienkooperationen an den Gesamtumsätzen berechnet werden konnten, so lagen diese in jedem Jahr z.T. weit unter den angegebenen Richtwerten der Wirtschaftslehre.

Der im Regelfall übliche Drittvergleich für die Angemessenheit von Leistungsentgelten ist als Maßstab der Wirtschaftlichkeit bei der Beauftragung von Medien 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 wären die Ziele, die Zielgruppen, ein gesondertes Budget etc. festzulegen. Nach Abschluss einer Kampagne bzw. nach Erscheinen einer Beilage könnten die Ergebnisse aus Befragungen - etwa zur Wahrnehmung der Kampagne in der Zielgruppe - für künftige Beauftragungen herangezogen werden. Ferner wäre zu überprüfen, ob der Informationsbedarf - insbesondere wenn die Zielgruppe etwa in Wien lebende Personen betrafte - nicht teilweise über die eigenen Kanäle, wie z.B. Kundinnen- bzw. Kundenmagazine, Internetauftritt oder Pressekonferenzen vermittelbar wäre. 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.

Schaltungen in Social-Media-Plattformen wiesen eine vergleichsweise hohe Reichweite sowie eine hohe Anzahl an Impressionen auf. Zum Tausend-Kontakt-Preis war 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 den Spot überhaupt 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.

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

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 dezidierte Produkte verkauften 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 Bewerbung von Aktivitäten und Produkten sowie der 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 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 zu Werbemaßnahmen nur sehr eingeschränkt möglich ist. Generell war festzustellen, dass die Wirksamkeit von Schaltungen in elektronischen Medien nach Ansicht des StRH Wien einfacher zu evaluieren war, als im Printbereich sowie bei Spots in TV und Hörfunk.

Der StRH Wien erachtete 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 des WIENER STADTWERKE-Konzerns

Die WIENCOM war die zentrale Mediaagentur innerhalb des Konzerns, die den wirtschaftlichen, sparsamen und zweckmäßigen Einsatz der Mittel sicherstellen sollte. Die Mediaplanung bzw. die

Vergabe von Werbeaufträgen und Medienkooperationen erfolgte im Konzern nach klassischen Medienbuchungskriterien, um die effektive Erreichung der Zielgruppen mit möglichst geringem Streuverlust bei einem sparsamen Mitteleinsatz zu gewährleisten. Kriterien für die Auswahl waren z.B. der Tausend-Kontakt-Preis, die Reichweite, die Affinität in der Zielgruppe, die Relevanz des Medienkanals bzw. Mediums für die Kampagneninhalte, die Regionalität, die Frequenz sowie die Effizienz im Verhältnis zu Preis und Leistung.

Wie die Auswertung der Stichprobe zeigte, wurden die Werbeaufträge und Medienkooperationen der BESTATTUNG WIEN GmbH, der WIEN ENERGIE GmbH, der WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG und der WIENER LINIEN GmbH & Co KG fast ausschließlich über die WIENCOM beauftragt. Die WIENER NETZE GmbH hingegen beauftragte rd. 62 % ihrer Werbeaufträge und Medienkooperationen der Stichprobe als Einzelschaltungen und nahm hierfür nicht die Dienstleistungen der WIENCOM in Anspruch. Dies spiegelte sich auch in den Preisen der Beauftragungen wider. Diese wiesen weniger Rabatte auf als die Beauftragungen jener Einrichtungen, welche die WIENCOM als Mediaagentur in Anspruch nahmen. Diese Vorgehensweise stand im Widerspruch zu der Konzernrichtlinie.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der WIENER STADTWERKE GmbH, die Konzernrichtlinie betreffend Werbeaufträge und Medienkooperationen hinsichtlich der Möglichkeit der Beauftragung an Dritte ohne Einbindung der WIENCOM zu präzisieren.

Stellungnahme der WIENER STADTWERKE GmbH:

Der Empfehlung wird gefolgt werden. Die WIENER STADTWERKE GmbH erlaubt sich in diesem Zusammenhang respektvoll darauf hinzuweisen, dass die WIENER NETZE GmbH mittlerweile seit dem Jahr 2021 in Entsprechung der Konzernrichtlinie Einzelschaltungen über die WIENCOM beauftragt.

Die Einschau ergab weiters, dass die aus den Mediadaten ersichtlichen Auflagenzahlen und Reichweiten der gewählten Medien bei der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen Berücksichtigung fanden. Weiters war ersichtlich, dass Zählungen der Reichweite über Medienanalysen durchgeführt, sowie die Wirksamkeit der Maßnahmen evaluiert wurden. So wurde bei einzelnen Kampagnen von der WIEN ENERGIE GmbH ein unabhängiges Institut für Markt- und Meinungsforschung mit einer Online-Befragung über die Wahrnehmung der Werbemaßnahmen beauftragt. Die WIENER STADTWERKE GmbH beauftragte außerdem seit dem Jahr 2017 2-mal jährlich ein unabhängiges Institut für Markt- und Meinungsforschung mit einem Imagemonitoring. Im Rahmen dieses Monitorings wurden Werte wie Bekanntheit, persönliche Erfahrungen sowie positive und negative Wahrnehmung der Konzernunternehmen abgefragt.

In Abhängigkeit des Umfanges einer Kampagne wurden unterschiedliche Werbeerfolgsmessungen durchgeführt. In den vorgelegten Unterlagen war ersichtlich, dass sich der Erfolg einer Kampagne nicht aus einer einzelnen losgelösten Schaltung ableiten ließ, sondern eine Gesamtbetrachtung erforderlich machte.

Im Rahmen der Einschau war festzustellen, dass im Laufe des Betrachtungszeitraumes vermehrt in Online- bzw. Social-Media-Kanälen und weniger in Printmedien geschaltet wurde. Dies wurde u.a. vom WIENER STADTWERKE-Konzern mit dem effektiveren Erreichen der Zielgruppe und einer einfacheren Evaluierung der Wirksamkeit im Online-Bereich begründet.

Sowohl kleinere als auch größere Konzernunternehmen profitierten von den ausverhandelten Rabatten bei den gebündelten Buchungen der Schaltungen durch die zentrale Mediaagentur. Die Einschau des StRH Wien in die ausgewählten Stichproben zeigte, dass bzgl. der Rabattierung in der Praxis unterschiedliche Vereinbarungen ausverhandelt (grundsätzliche Vereinbarungen, Vereinbarungen über umsatzabhängige Rabatte, Angebote seitens der Vermarkterinnen bzw. Vermarkter wie z.B. „Last Minute Angebote“ für spontane Buchungen oder Sonderrabatte für Sonderausgaben) wurden.

Die Prüfung durch den StRH Wien ergab weiters, dass bei rd. 70 % der in der Stichprobe untersuchten Werbeaufträge und Medienkooperationen Rabatte erzielt wurden. Die Höhe der Rabatte variierte stark und hatte eine Bandbreite von rd. 15 % bis zu 100 % mit einem durchschnittlichen Rabatt in der Höhe von rd. 31 %. Anzumerken war, dass 6 weitere Rechnungen der Stichprobe einen Sonderpreis, jedoch keinen Rabatt auswiesen. Aufgrund der starken Schwankungen bei der Rabattierung konnte keine generelle Aussage zur wirtschaftlichen Gebarung getroffen werden.

Bezüglich der Rabattgestaltung war anzumerken, dass die Bemessungsgrundlagen für die Rabattgestaltungen (die Preislisten der Medien) von diesen selbst festgelegt wurden. Somit waren schon die Listenpreise, welche die Grundlage für allfällige Rabatte waren, hinsichtlich ihrer Preisangemessenheit nicht objektiv bewertbar.

An dieser Stelle war festzuhalten, dass die Dokumentation der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen im gesamten WIENER STADTWERKE-Konzern in einem einheitlichen Prozess erfasst wurde. In diesem waren Kostenvoranschläge, die detaillierte Prüfung der Angebote inkl. einer Begründung für die Auswahl der Medien sowie die Beauftragung der Schaltungen dokumentiert.

Die Überprüfung der Dokumentation der Beauftragungen erfolgte im Rahmen der Stichprobe. Die Überprüfungsergebnisse sind im Punkt 3.2.1 des gegenständlichen Berichts dargestellt.

4.4.2 Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit des Wien Holding-Konzerns

Im Wien Holding-Konzern konnte von keiner geprüften Einrichtung eine Prozessbeschreibung für die Beauftragung und Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen vorgelegt werden. Der StRH Wien war der Meinung, dass eine dezidierte Prozessbeschreibung dazu beitragen könnte, ein einheitliches und wirtschaftliches Vorgehen - vor allem bei der Auswahl der geeigneten Medien - zu fördern.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, eine konzernweite Richtlinie für die Beauftragung und Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu erstellen.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Die Empfehlung des StRH Wien wird evaluiert. Der Wien Holding-Konzern besteht aus rd. 75 eigenständig meldepflichtigen Unternehmen. Die Wien Holding GmbH wird für einen entsprechenden Rahmen sorgen (z.B. mit der konzernweiten Handlungsrichtlinie und den erwähnten Schulungen).

Die Einschau des StRH Wien zeigte außerdem, dass die Wien Holding GmbH bei der Vergabe von Werbeaufträgen und Medienkooperationen u.a. Kriterien wie Auflagenzahlen, Reichweite, Zielgruppe, Themenumfeld, geplante Schwerpunkte, Resonanz- und Tonalitäts-Erfahrungen, Marken- und Marktbeobachtungen sowie das Schaltverhalten privater Unternehmen mit ähnlichen Zielgruppen berücksichtigte. Datengrundlage dafür waren Messergebnisse der Österreichischen Auflagenkontrolle des Vereins Österreichische Gemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern, Mediadata, die jährliche Bewegtbildstudie der RTR-GmbH, Medienstudien der Stadt Wien, das jährlich erscheinende Medienhandbuch Österreich sowie Medienresonanzanalysen.

Weiters war auch in den Stichproben ersichtlich, dass Kampagnen ausschließlich bedarfsorientiert beauftragt und die Sujets über einen längeren Zeitraum verwendet wurden und dadurch zu einem sparsameren Einsatz der Mittel führten.

Die GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft unterlag den Grundsätzen des § 23 Abs.1 WGG, wonach Geschäftsführung und Verwaltung einer gemeinnützigen Bauvereinigung den Grundsätzen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit entsprechen müssen. Mit der Beauftragung der Werbeaufträge sollte das Ziel der Stärkung des Wiedererkennungswerts für die Zielgruppen gemeinnütziger Wohnbauträger verfolgt werden. Die im Rahmen der Stichprobe eingesehenen Werbeaufträge zeigten, dass diese zu einem überwiegenden Teil „Wohnungsinserate“ und

Vorstellungen von Neubauobjekten betrafen, sodass durch die Werbemaßnahmen selbst der Unternehmenszweck verwirklicht wurde. Rund 8 % der Gesamtausgaben betrafen die Imagewerbung.

Festzuhalten war ferner, dass die weiteren in die Stichprobe einbezogenen Einrichtungen bei der Auswahl der Werbeaufträge und Medienkooperationen ebenfalls Kriterien festlegten, die jedoch aufgrund der geringeren Auftragsvolumen und der unterschiedlichen Schwerpunkte und Zielgruppen nicht so umfangreich, wie jene der Wien Holding GmbH, waren.

Die Wirksamkeit der Werbemaßnahmen in ihrer Gesamtheit wurde mit dem Einsatz verschiedenster Instrumente gemessen. Die Mitarbeitenden der Wien Holding GmbH analysierten täglich unter Zuhilfenahme des Pressespiegels der Austria Presse Agentur die Resonanz der Themen, die den Wien Holding-Konzern betrafen. Darüber hinaus wurden dem StRH Wien von der Wien Holding GmbH beauftragte Studien vorgelegt, die den Werbewert und die Wirksamkeit der Werbemaßnahmen, die Medienresonanz sowie die Strahlkraft der Marke „Wien Holding“ analysierten.

Eine seit dem Jahr 2010 jährlich durchgeführte Studie analysierte außerdem die Strahlkraft der Marke „Wien Holding“ anhand der 5 Parameter Bekanntheit, Sympathie bzw. Nähe, Relevanz, Wertewelt und Differenzierung. Zusätzlich wurde die Beurteilung der Leistungsstärke, der Vertrauenswürdigkeit, der Modernität, der Seriosität oder der Beitrag zum verantwortungsvollen Handeln abgefragt. Die Ergebnisse beruhten auf repräsentativen Mehrthemenumfragen durch die „Das Österreichische Gallup-Institut GmbH“.

Die Wirksamkeit von einzelnen Werbeaufträgen oder Kooperationen wurde auch durch Verkaufszahlen, Teilnehmeraten an Gewinnspielen, Kundinnen- bzw. Kundenbefragungen sowie im Digitalbereich durch Zugriffsdaten wie z.B. Clickraten, Verweildauer und Conversion-Raten evaluiert.

Die vom StRH Wien befragten Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns gaben an, Rabatte bei der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen auszuverhandeln. Diese Vorgehensweise wurde vom StRH Wien anhand der stichprobenweisen Einschau festgestellt. Eine Analyse der in der Stichprobe enthaltenen Rechnungen zeigte, dass rd. 41 % der geprüften Belege einen Rabatt oder einen Sonderpreis mit einem durchschnittlichen gewährten Rabatt von rd. 40 % auswiesen. Da die Höhe des Rabatts in der Bandbreite von 5 % bis 100 % stark schwankte, konnte keine Aussage zur wirtschaftlichen Gebarung getroffen werden.

Zu den Rabatten war anzumerken, dass die Rabatthöhen nicht in allen Fällen in den Rechnungen quantifizierbar waren. So gewährte beispielsweise die Vereinigte Bühnen Wien GmbH für die gewährten Sonderpreise als Gegenleistung Eintrittskarten. Ferner wurden die Bemessungsgrundlagen für die Rabattgestaltungen, also die Preislisten der Medien, von diesen selbst festgelegt. Somit waren schon die Listenpreise, welche die Grundlage für allfällige Rabatte waren, hinsichtlich ihrer Preisangemessenheit nicht objektiv bewertbar.

Der StRH Wien gewann im Rahmen seiner Prüfung den Eindruck, dass in einzelnen Einrichtungen betreffend die Beauftragungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen eine hohe Expertise vorhanden war, sah jedoch Verbesserungspotenzial im Wissensaustausch der einzelnen Konzerneinrichtungen untereinander.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, die Expertise in den einzelnen Einrichtungen betreffend die Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu bündeln und eine zentrale Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu evaluieren.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Die Empfehlung des StRH Wien wird evaluiert, teilweise wird ihr bereits entsprochen. Dies insbesondere dadurch, dass im Rahmen des konzernweiten Strategieprozesses fachspezifische Formate etabliert wurden, die auf den zweckmäßigen Austausch von Expertinnen bzw. Experten abzielen. Beispielhaft sei der regelmäßige Austausch aller Kommunikationsverantwortlichen im Konzern zu wesentlichen konzernweiten Handlungsfelder erwähnt.

Zu Dokumentationszwecken wurden im Zusammenhang mit der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen sämtliche Unterlagen des Bestellvorganges und der Einschaltung (insbesondere Angebot, Auftrag, Sujet und Rechnung) in den jeweiligen Einrichtungen aufbewahrt. Der StRH Wien überprüfte die Dokumentation im Rahmen der Stichprobe. Die Ergebnisse der Überprüfung wurden bereits im Punkt 3.2.2 behandelt.

4.4.3 Sparsamkeit und Wirtschaftlichkeit der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Für die Beauftragung und Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen hatte die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. eine Prozessbeschreibung erstellt. In dieser Prozessbeschreibung waren die Prozessschritte (wie die Festlegung des Kommunikationsplans, die Prüfung des Kommunikationsbedarfs, die Recherche nach geeigneten Medien, die Angebotseinholung, die Erstellung des Mediaplans, die Kommunikationsbeauftragung, die Kontrolle und Abrechnung) detailliert definiert.

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. orientierte sich nach eigenen Angaben bei der Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen an der Zielgruppenaffinität. Inwieweit der Fonds diese Kennzahl beim Beschaffungsprozess heranzog, war dem StRH Wien anhand der vorgelegten Unterlagen nicht ersichtlich.

Darüber hinausgehende Analysen (wie z.B. für die Feststellung der Wirksamkeit der beauftragten Werbemaßnahme) wurden im Onlinebereich durch Erfassung der Clickraten erstellt. Im Printbereich konnte die Wirksamkeit der Werbeaufträge und Medienkooperationen lt. Angabe der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. schwer festgestellt werden, da sich diese aus mehreren Maßnahmen von unterschiedlichen kommunikativen Werkzeugen zusammensetzte und Befragungen keine Aufschlüsselung zur Wirksamkeit der jeweiligen Werbemaßnahmen boten.

Dennoch wären aus Sicht des StRH Wien Wirkungsanalysen als Entscheidungsgrundlage für die Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen auch im Printbereich durchzuführen.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien., künftig die Entscheidungsgrundlage (wie Kennzahlen) bei der Auswahl von Medien sowie die Durchführung von Wirkungsanalysen für die Beurteilung einer sparsamen und wirtschaftlichen Mittelverwendung zu dokumentieren.

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird künftig die Entscheidungsgrundlagen (wie Kennzahlen) bei der Auswahl von Medien sowie die Durchführung von Wirkungsanalysen für die Beurteilung einer sparsamen und wirtschaftlichen Mittelverwendung dokumentieren.

Weiters unterzog der StRH Wien die beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen, bei welchen Rabatte ausverhandelt wurden, einer Prüfung. Festzustellen war, dass die Preisgestaltung der einzelnen Medien sehr unterschiedlich und z.T. nicht nachvollziehbar war. Dementsprechend schwankten die Rabatte zwischen 0 % und 100 %. Wobei auch beauftragte Leistungen, die keinen Rabatt auswiesen, Sonderpreise für z.B. Erstausgaben oder Angebote für Gesamtpakete enthielten.

In der Wien 3420 Aspern Development AG wurden Werbemaßnahmen aufgrund vielfältiger Zielsetzungen beauftragt und richteten sich an verschiedene Zielgruppen. Festzustellen war, dass die Wien

3420 Aspern Development AG keine Mediaagentur beauftragte. Damit konnten aus Sicht der Einrichtung Agenturaufschläge vermieden und Einsparpotenziale genutzt werden. In der Regel wurden die genehmigten Budgets - wie im Bericht schon ausgeführt - unterschritten. Die Einschau ergab, dass die Prozesse für die Beauftragung und Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen nicht dokumentiert waren. Der StRH Wien merkte in diesem Zusammenhang an, dass eine Prozessbeschreibung zur Vermeidung von Fehlern in der Abwicklung der Werbemaßnahmen und der Meldung an die Medientransparenzdatenbank beitragen und ein koordiniertes Vorgehen die Wirtschaftlichkeit und Sparsamkeit verbessern kann.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien., bei den Einrichtungen die Prozesse bei der Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu evaluieren.

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird die Einrichtungen anweisen, die Prozesse bei der Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu evaluieren.

Der StRH Wien konnte in dieser Einrichtung im Zuge der stichprobenweisen Überprüfung der Werbeaufträge und Medienkooperationen feststellen, dass Rabatte von 30 % bis 85 % für Beauftragungen gewährt wurden. Anzumerken war, dass ein Medium keinen Rabatt auswies, aber stattdessen der Grundpreis vom Jahr 2017 im Jahr 2020 reduziert wurde. Eine objektive Aussage zu dieser Preisgestaltung konnte nicht getroffen werden.

Die Überprüfung der Dokumentation der Beauftragungen erfolgte im Rahmen der Stichprobe. Die Überprüfungsergebnisse sind im Punkt 3.2.3 des gegenständlichen Berichts dargestellt.

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 Betrachtungszeitraumes 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. sowie
- 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.

Der StRH Wien wertete aus den bekannt gegebenen Werbeaufträgen und Medienkooperationen die Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe aus und stellt das Ergebnis in der nachfolgenden Tabelle 11 dar (Beträge in EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
WIENER STADTWERKE-Konzern	-	59.513,05	59.513,05
Wien Holding-Konzern	276.813,84	17.169,52	293.983,36
Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	15.434,00	-	15.434,00
Gesamtsumme	292.247,84	76.682,57	368.930,41

Tabelle 11: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern sowie Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Tabelle 11 zeigt, dass in den Jahren 2016 bis 2021 vom WIENER STADTWERKE-Konzern, vom Wien Holding-Konzern und von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 0,37 Mio. EUR in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe beauftragt wurden. Davon wiesen 2 Einrichtungen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Werbeaufträge in der Höhe von 15.434,- EUR, 9 Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns Werbeaufträge in der Höhe von 0,28 Mio. EUR und Medienkooperationen in der Höhe von 17.169,52 EUR aus. 4 Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns gaben Medienkooperationen in der Höhe von 59.513,05 EUR an. Die von den einzelnen Einrichtungen bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe entsprechen 0,5 % aller dem StRH Wien bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen.

5.1.1 Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Die bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe durch den WIENER STADTWERKE-Konzern werden in der Tabelle 12 dargestellt (Beträge in EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
A la Carte	-	12.839,25	12.839,25
A la Carte Wein Extra	-	4.069,80	4.069,80

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Austria Innovativ	-	3.825,00	3.825,00
Der österreichische Installateur	-	7.369,50	7.369,50
onrail	-	2.259,76	2.259,76
Umweltschutz	-	5.504,00	5.504,00
Unser Haus	-	6.791,50	6.791,50
Wiener Schulführer	-	16.854,24	16.854,24
Summe	-	59.513,05	59.513,05

Tabelle 12: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

In den Jahren 2016 bis 2021 ging die WIEN ENERGIE GmbH Medienkooperationen in der Höhe von 39.617,49 EUR, die WIENER LINIEN GmbH & Co KG in der Höhe von 8.407,81 EUR, die WIENER NETZE GmbH in der Höhe von 7.369,50 EUR und die WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG in der Höhe von 4.118,25 EUR mit der DIETRICH Medien-Gruppe ein.

Die Medienkooperationen der WIEN ENERGIE GmbH betrafen im Jahr 2016 das Magazin „Unser Haus“ in der Höhe von 6.791,50 EUR und das Magazin „Austria Innovativ“ in der Höhe von 3.825,-- EUR, im Jahr 2018 das Magazin „Umweltschutz“ in der Höhe von 5.504,-- EUR, in den Jahren 2019 und 2021 den Guide „A la Carte“ in der Höhe von 4.845,-- EUR und 3.876,-- EUR, im Jahr 2019 das Magazin „A la Carte Wein Extra“ in der Höhe von 4.069,80 EUR sowie in den Jahren 2018, 2019 und 2020 den „Wiener Schulführer“ in der Höhe von jeweils 3.568,73 EUR.

Die Medienkooperationen der WIENER LINIEN GmbH & Co KG betrafen im Jahr 2016 das Magazin „onrail“ in der Höhe von 2.259,76 EUR und in den Jahren 2016 und 2021 das Buch „Wiener Schulführer“ in der Höhe von 3.179,-- EUR und 2.969,05 EUR.

Die WIENER NETZE GmbH gingen im Jahr 2016 2 Medienkooperationen mit dem Magazin „Der österreichische Installateur“ in der Höhe jeweils 3.684,75 EUR und die WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG im Jahr 2020 1 Medienkooperation mit dem Guide „A la Carte“ in der Höhe von 4.118,25 EUR ein.

Die von den Einrichtungen ausgewiesenen Ausgaben für Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe entsprachen 0,2 % der gesamten Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns.

5.1.2 Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Die bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe durch den Wien Holding-Konzern werden in der Tabelle 13 dargestellt (Beträge in EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe des Wien Holding-Konzerns

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
A la Carte	94.240,00	-	94.240,00
A la Carte Gourmet Guide	18.000,00	-	18.000,00
A la Carte Wein-Guide Österreich	16.000,00	-	16.000,00
Amtsblatt der Stadt Wien	934,00	-	934,00
GUTE REISE	6.720,00	5.980,00	12.700,00
Architekturjournal/Wettbewerbe	9.647,60	4.200,00	13.847,60
Messe & Event	33.767,80	-	33.767,80
onrail	-	6.989,52	6.989,52
Verkehr - Internationale Wochenzeitung	93.839,44	-	93.839,44
Verkehr online	1.040,00	-	1.040,00
Wien leben	2.625,00	-	2.625,00
Summe	276.813,84	17.169,52	293.983,36

Tabelle 13: Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe
 Quelle: Wien Holding-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die o.a. Tabelle 13 zeigt, dass in den Jahren 2016 bis 2021 vom Wien Holding-Konzern in 11 Medien der DIETRICH Medien-Gruppe Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 0,28 Mio. EUR bzw. 17.169,52 EUR beauftragt wurden.

Die größten Positionen der bekannt gegebenen Werbeaufträge entfielen mit 94.879,44 EUR bzw. 34,3 % der genannten Werbeaufträge in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe auf die Hafens Wiener Schiffahrt GmbH und Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. und betrafen die Wochenzeitung „Verkehr - Internationale Wochenzeitung“ und „Verkehr online“. Die Werbeaufträge für das Magazin „Messe & Event“ betragen 33.767,80 EUR bzw. 12,2 % der bekannt gegebenen Werbeaufträge und

waren von der Wien Holding GmbH, der MOZARTHAUS VIENNA Errichtungs- und Betriebs GmbH und der Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H. ausgewiesen.

Die von den einzelnen Rechtsträgern bekannt gegebenen Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe in den Jahren 2016 bis 2021 von insgesamt 0,29 Mio. EUR entsprachen 1,2 % der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen des gesamten Wien Holding-Konzerns.

5.1.3 Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Die bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe durch die Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. werden in der Tabelle 14 dargestellt (Beträge in EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Austria Innovativ	1.040,00	-	1.040,00
Architekturjournal/Wettbewerbe	14.394,00	-	14.394,00
Summe	15.434,00	-	15.434,00

Tabelle 14: Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die o.a. Tabelle 14 zeigt, dass in den Jahren 2016 bis 2021 von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Werbeaufträge in 2 Medien der DIETRICH Medien-Gruppe beauftragt wurden. Dies betraf 2 Schaltungen der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in den Medien „Architekturjournal/Wettbewerbe“ und „Austria Innovativ“ in der Gesamthöhe von 6.340,- EUR und 4 Schaltungen der Wien 3420 Aspern Development AG im Medium „Architekturjournal/Wettbewerbe“ in der Gesamthöhe von 9.094,- EUR. Die von diesen Einrichtungen bekannt gegebenen Ausgaben für Werbemaßnahmen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe entsprachen 0,4 % der gesamten bekannt gegebenen Werbeaufträge der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Die 5 Schaltungen wurden im Zusammenhang mit Architekturwettbewerben im Magazin „Architekturjournal/Wettbewerbe“ beauftragt. Das Medium „Austria Innovativ“ war das größte Fachmagazin für Wirtschaft, Innovation und Forschung.

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. Darüber hinaus waren die Mediadaten zu den Auflagenzahlen vergangener Jahre in den geprüften Einrichtungen nicht durchgängig verfügbar. 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 die ausgewählten Stichproben.

5.2.1 Zweckmäßigkeit der Ausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns an die DIETRICH Medien-Gruppe

Durch die WIEN ENERGIE GmbH erfolgte im Dezember 2016 einmalig je 1 Schaltung in den Magazinen „Unser Haus“ und „Austria Innovativ“, jeweils 1 Schaltung im Oktober 2019 und im Juni 2021 im Guide „A la Carte“, 1 Schaltung im Oktober 2021 im „A la Carte Wein Extra“ und jeweils 1 Schaltung im September 2018, 2019 und 2020 im Buch „Wiener Schulführer“.

Von der WIENER LINIEN GmbH & Co KG wurde im Februar 2016 einmalig 1 Schaltung im Magazin „onrail“ und im September 2016 und 2021 ebenfalls je 1 Schaltung im Buch „Wiener Schulführer“ beauftragt.

Die WIENER NETZE GmbH bezahlte jeweils 1 Schaltung im Mai und Dezember 2016 im Magazin „Der österreichische Installateur“ und die WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG im Dezember 2020 1 Schaltung im Guide „A la Carte“.

Für den StRH Wien bestand hinsichtlich der vorgenommenen Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe aufgrund der geprüften Inhalte sowie der Auswahl der Medien kein Grund, deren Zweckmäßigkeit anzuzweifeln.

5.2.2 Zweckmäßigkeit der Ausgaben des Wien Holding-Konzerns an die DIETRICH Medien-Gruppe

Die Zielgruppenfestlegung der Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns erfolgte vor dem Hintergrund ihrer Unternehmensziele, Produkte, Projekte und Aktivitäten entsprechend ihrer Kundinnen- bzw. Kundenstruktur. Da sich die Angebote des Wien Holding-Konzerns und ihrer Einrichtungen an nahezu alle Altersgruppen und Bildungsschichten richtete, wurden die Kommunikations- und Werbemaßnahmen breit angelegt. Die Endkundinnen bzw. Endkunden waren in der Regel aus Wien oder der Ostregion. Dies wurde bei der Auswahl der Medien berücksichtigt und der Fokus daher auf auf-lagenstarke Massenmedien im Bereich der Tageszeitungen und Bezirksmedien gelegt. Ergänzt wurden die Werbemaßnahmen in Reise-, Lifestyle-, Freizeit-, Kultur-, Immobilien- oder Familienmedien.

Der StRH Wien unterzog die Einrichtungen des Wien Holding-Konzerns einer stichprobeweisen Prüfung der Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.

Von der Wien Holding GmbH wurden Schaltungen in den Medien „A la Carte“, „Messe & Event“ und „Architekturjournal/Wettbewerbe“ veranlasst. Wie bereits im Bericht angeführt, war die Wien Holding GmbH für die Vermarktung der Marke „Wien Holding“ im ganzen Konzern zuständig. Die Ergebnisse des jüngsten Strahlkraftindex aus dem Jahr 2022 belegten, dass der Bekanntheitsgrad der Wien Holding und ihrer Einrichtungen sehr gut war und der Imagewert auf einem hohen Niveau lag.

Die Wien Holding GmbH begründete die Auswahl der Medien damit, dass durch die gezielten Werbemaßnahmen auch Themengruppen (wie Kultur, Freizeit, Kulinarik) mit den unterschiedlichsten Zielgruppen verknüpft werden konnten. Der StRH Wien konnte die Zweckmäßigkeit der Auswahl - insbesondere des erstgenannten Mediums - nicht zur Gänze nachvollziehen.

Es wäre nach Ansicht des StRH Wien zu evaluieren, ob künftig bestimmte Zielgruppen nicht durch Online- bzw. Social-Media-Kanäle und eigene Mediakanäle besser erreicht werden könnten und dies in der Auswahl zu berücksichtigen wäre.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, den verstärkten Einsatz von Online- bzw. Social-Media-Kanälen und eigenen Mediakanälen bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu evaluieren.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Die Empfehlung des StRH Wien wird evaluiert, teilweise wird ihr bereits nachgekommen. Die Wien Holding GmbH ist ein klassischer Mischkonzern. Die Angebote, Projekte und Aktionen der Unternehmen wenden sich daher an eine sehr breite Zielgruppe, die aus allen Alters-, Bildungs- und sozialen Schichten kommt. Aus diesem Grund wird in einem Mediamix geschaltet, welcher im Konzern laufend evaluiert wird. Der Onlineauftritt im Konzern hat sich in den letzten 10 Jahren kontinuierlich ausgeweitet, bei der Wien Holding GmbH selbst wurde im Jahr 2012 mit Facebook gestartet, Ende 2016 auf Instagram erweitert und seit dem Jahr 2022 erfolgen regelmäßige Postings auf LinkedIn und TikTok.

Die Hafent Wien GmbH und die Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. beauftragten Schaltungen hauptsächlich in der Wochenzeitung „Verkehr - Internationale Wochenzeitung“. Als Grund dafür wurde von beiden Einrichtungen angegeben, dass für Werbeaufträge innerhalb Österreichs nur 2 Fachmedien geeignet wären, nämlich die Wochenzeitung „Verkehr - Internationale Wochenzeitung“ und die 2-mal pro Monat erscheinende „Österreichische Verkehrszeitung“. Der StRH Wien konnte die Angaben der beiden Einrichtungen nachvollziehen. So ergab die Recherche, dass diese beiden Fachmedien ähnliche Auflagenzahlen aufwiesen und auch geeignete Medien darstellten, um die entsprechenden Zielgruppen (u.a. Spediteure, Reedereien und Container-Leasinggesellschaften) für ihren Bereich zu erreichen.

Die von den anderen Einrichtungen vorgenommenen Schaltungen gaben keinen Anlass an deren Zweckmäßigkeit zu zweifeln.

5.2.3 Zweckmäßigkeit der Ausgaben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. an die DIETRICH Medien-Gruppe

Die Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gab an, dass die relevanten Zielgruppen möglichst über die eigenen Kanäle erreicht werden sollten. Diese eigenen Kanäle waren ein Newsletter bzw. themenspezifische Infomails, Social-Media-Kanäle (LinkedIn, Facebook), Homepage, klassische Medienarbeit und die direkte Kommunikation durch die jeweiligen Fachabteilungen (Workshops, Businessstreffs, Beratungen).

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. hatte im Jahr 2016 im „Architekturjournal/Wettbewerbe“ und im Jahr 2021 im Magazin „Austria Innovativ“ und die Wien 3420 Aspern Development AG in den Jahren 2017 bis 2020 Schaltungen im „Architekturjournal/Wettbewerbe“ beauftragt.

Das „Architekturjournal/Wettbewerbe“ ist ein Magazin für Baukultur. In diesem werden u.a. Wettbewerbe für Bauträger publiziert, Themenschwerpunkte wie das aktuelle Baugeschehen sowie Architekturprojekte mit Bezug zu den verwendeten Produkten präsentiert und analysiert. Zudem beinhaltet dieses Medium Entwicklungen und Trends in den Bereichen Baustoffe, Bautechnik und Innenraumgestaltung sowie Produkte und Innovationen betreffend die Themen Bauen und Wohnen.

Der StRH Wien stellte bei seiner Prüfung der Schaltungen in diesen Medien fest, dass die Auswahl dieser Medien von den beiden Einrichtungen nachvollziehbar begründet wurde und als zweckmäßig beurteilt werden konnte. So gaben diese an, dass das „Architekturjournal/Wettbewerbe“ einzigartig für ihre Zielgruppen am Markt wäre und bei konkurrierenden Medien keine vergleichbaren Reichweiten existieren würden. Die Auflagen wurden mit 7.500 Stück angegeben, wären aber für die Beurteilung der Auswahl der Medien nicht allein ausschlaggebend gewesen.

Der StRH Wien konnte ferner die Schaltungen im Magazin „Austria Innovativ“ nachvollziehen und als zweckmäßig beurteilen. Nach Angaben der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. war dieses Magazin Österreichs führendes Magazin für Wissenschaft, Innovation und Forschung und baute auf eine starke Marktposition von über 30 Jahren in der Wissens- und Forschungs-Community. Die Struktur der Leserinnen bzw. Leser setzte sich aus der heimischen Forschungsszene, Industrieunternehmen sowie Führungskräften aus Wirtschaft und Politik zusammen. Da die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. als 1. Anlaufstelle für Unternehmen fungierte und diese mit monetären Förderungen unterstützte, war es notwendig, diese Zielgruppe über seine Angebote in diesem Medium zu informieren. Die Auflage dieses Magazins wurde mit 12.500 Stück mit Sonderbeilagen angegeben.

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?“

Eine schriftliche Anfrage des StRH Wien ergab, dass in den Jahren 2016 bis 2021 der Wien Holding-Konzern und die Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. keine Medien von der DIETRICH-Medien-Gruppe produzieren ließen.

5.3.1 Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien

Der WIENER STADTWERKE-Konzern gab an, dass in den Jahren 2016 und 2017 2 Kundinnen- bzw. Kundenmagazine sowie ein Mitarbeitendenmagazin von der Bohmann Druck- und Verlag Gesell-

schaft m.b.H. produziert wurden. Die Gesamtausgaben (exkl. USt) des WIENER STADTWERKE-Konzerns für die von der Bohmann Druck- und Verlag Gesellschaft m.b.H. produzierten Medien werden in nachfolgender Tabelle 15 dargestellt (Beträge in Mio. EUR):

Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien

Medium	Gesamtausgaben
24 Stunden Teamgeist	0,65
24 Stunden Energie	2,22
Energie!	0,42
Summe	3,29

Tabelle 15: Gesamtausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns für die von der DIETRICH Medien-Gruppe produzierten Medien
 Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Gesamtausgaben für die 3 Magazine (s. Tabelle 15) betragen im Betrachtungszeitraum der Jahre 2016 bis 2021 3,29 Mio. EUR.

Die Kundinnen- bzw. Kundenmagazine erschienen unter der Bezeichnung „24 Stunden Energie“ sowie „Energie!“, wobei sich das Magazin „Energie!“ ausschließlich an Businesskundinnen bzw. Businesskunden richtete. Das Mitarbeitendenmagazin bekam den Arbeitstitel „24 Stunden Teamgeist“. Die Magazine erschienen 6-mal bzw. 4-mal jährlich mit einer Gesamtauflage von 1,16 Mio. Stück. Im diesbezüglichen Vertrag wurde ein Preis von 1,60 Mio. EUR jährlich, exkl. Versandkosten, zuzüglich Aufzahlungen für optionale Erweiterungen des Leistungsumfanges (z.B. Auflagenerweiterung, Umfangserweiterung, Erhöhung der Papierstärke bzw. Dichte und Beilagen) vereinbart.

Nach Ablauf der Vertragsfrist Ende 2017 mit der Bohmann Druck- und Verlag - Gesellschaft m.b.H. & Co. KG. wurden 2 Verlag GmbHs mit der Produktion und Neuauflage der beiden Kundinnen- bzw. Kundenmagazine beauftragt. Das Magazin „24 Stunden Energie“ wurde daraufhin umbenannt in „Besser STADTleben“.

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?“

Der StRH Wien wertete aus den bekannt gegebenen Werbeaufträgen und Medienkooperationen die nicht an die KommAustria gemeldeten Schaltungen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe in den

Jahren 2016 bis 2021 aus und stellt das Ergebnis in der nachfolgenden Tabelle 16 dar (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Einrichtungen	Werbeaufträge	Medien-kooperationen	Summe
WIENER STADTWERKE-Konzern	-	54.009,05	54.009,05
Wien Holding-Konzern	230.663,84	4.200,00	234.863,84
Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	10.134,00	-	10.134,00
Summe	240.797,84	58.209,05	299.006,89

Tabelle 16: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern sowie Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Tabelle 16 zeigt, dass in den Jahren 2016 bis 2021 vom WIENER STADTWERKE-Konzern, vom Wien Holding-Konzern und von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe in der Höhe von 0,30 Mio. EUR nicht an die KommAustria gemeldet wurden. Dies entsprach 81,0 % aller bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe.

5.4.1 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Die nachfolgende Tabelle 17 zeigt die nicht an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in den Jahren 2016 bis 2021 in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Medien	Werbeaufträge	Medien-kooperationen	Summe
A la Carte	-	12.839,25	12.839,25
A la Carte Wein Extra	-	4.069,80	4.069,80
Austria Innovativ	-	3.825,00	3.825,00

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Der österreichische Installateur	-	7.369,50	7.369,50
onrail	-	2.259,76	2.259,76
Unser Haus	-	6.791,50	6.791,50
Wiener Schulführer	-	16.854,24	16.854,24
Summe	-	54.009,05	54.009,05

Tabelle 17: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Prüfung durch den StRH Wien ergab, dass von 4 Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe Medienkooperationen in der Gesamthöhe von 54.009,05 EUR nicht an die KommAustria gemeldet wurden. Dies betraf 8 Schaltungen der WIEN ENERGIE GmbH in der Höhe von 34.113,49 EUR, 1 Schaltung der WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG in der Höhe von 4.118,25 EUR, 3 Schaltungen der WIENER LINIEN GmbH & Co KG in der Höhe von 8.407,81 EUR und 2 Schaltungen der WIENER NETZE GmbH in der Höhe von 7.369,50 EUR.

Alle Schaltungen waren nicht meldepflichtig. 1 Schaltung erfolgte in einem aperiodischen Medium, die restlichen Schaltungen unterschritten die Bagatellgrenze von 5.000,- EUR pro Quartal und Medium.

Von der WIEN ENERGIE GmbH wurden die Werbeaufträge in den Magazinen „A la Carte“ und „A la Carte Wein Extra“ in den überwiegenden Fällen nicht der KommAustria gemeldet, da deren Ausgaben unter der Bagatellgrenze lagen. Die Magazine wiesen ähnliche Bezeichnungen auf, hatten denselben Medieninhaber und es wurde z.T. derselbe Leistungszeitraum vereinbart.

Der StRH Wien stellte diesbezüglich fest, dass bei einer Beurteilung dieser Magazine als ein Medium, der KommAustria in den Jahren 2016 bis 2021 ein Betrag von 39.880,- EUR zu melden gewesen wäre. Eine Empfehlung des StRH Wien wurde im Hinblick auf die Änderungen des MedKF-TG mit Jänner 2024 (künftige Meldungen haben Beträge auch unter 5.000,- EUR zu enthalten) nicht ausgesprochen.

In allen anderen Einrichtungen ergab die Prüfung die Richtigkeit der Meldepflicht in Bezug auf Medien der DIETRICH Medien-Gruppe, da die Ausgaben entweder unter der Bagatellgrenze in den jeweiligen Quartalen lagen oder es sich um aperiodische Medien handelte.

5.4.2 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Die nachfolgende Tabelle 18 zeigt die nicht an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in den Jahren 2016 bis 2021 in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
A la Carte	64.480,00	-	64.480,00
A la Carte Gourmet Guide	18.000,00	-	18.000,00
A la Carte Wein-Guide Österreich	16.000,00	-	16.000,00
Amtsblatt der Stadt Wien	934,00	-	934,00
GUTE REISE	5.720,00	-	5.720,00
Architekturjournal/Wettbewerbe	9.647,60	4.200,00	13.847,60
Messe & Event	18.377,80	-	18.377,80
Verkehr - Internationale Wochenzeitung	93.839,44	-	93.839,44
Verkehr online	1.040,00	-	1.040,00
Wien leben	2.625,00	-	2.625,00
Summe	230.663,84	4.200,00	234.863,84

Tabelle 18: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: Wien Holding-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Wie aus der Tabelle 18 ersichtlich, wurden in den Jahren 2016 bis 2017 insgesamt 0,23 Mio. EUR an Werbeaufträgen und Medienkooperationen in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe nicht an die KommAustria gemeldet. Dies betraf 2 Schaltungen der DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH. in der Höhe von 7.350,- EUR, 3 Schaltungen der GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft in der Höhe von 6.647,60 EUR, 46 Schaltungen der Hafent Wien GmbH in der Höhe von 77.283,94 EUR, 1 Schaltung der Vereinigte Bühnen Wien GmbH in der Höhe von 995,- EUR, 25 Schaltungen der Wien Holding GmbH in der Höhe von 112.214,- EUR, 20 Schaltungen der Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H. in der Höhe von 18.529,50 EUR sowie 9 Schaltungen der sonstigen Einrichtungen in der Höhe von 11.843,80 EUR.

Der StRH Wien stellte fest, dass in der Hafen Wien GmbH in den Jahren 2017 bis 2020 Schaltungen in der Höhe von 27.695,- EUR der Meldepflicht nach dem MedKF-TG unterlagen, aber nicht gemeldet worden waren. Das betraf 12 Schaltungen in der Wochenzeitung „Verkehr - Internationale Wochenzeitung“. Eine neuerliche Empfehlung seitens des StRH Wien wurde nicht ausgesprochen und auf den Punkt 3.2.2 verwiesen.

5.4.3 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Die nachfolgende Tabelle 19 zeigt die nicht an die KommAustria gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in den Jahren 2016 bis 2021 in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Austria Innovativ	1.040,00	-	1.040,00
Architekturjournal/Wettbewerbe	9.094,00	-	9.094,00
Summe	10.134,00	-	10.134,00

Tabelle 19: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe

Quelle: Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

In den Jahren 2016 bis 2021 (s. Tabelle 19) wurden von der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. sowie der Wien 3420 Aspern Development AG Werbeaufträge in Medien der DIETRICH Medien-Gruppe in der Höhe von insgesamt 10.134,- EUR nicht an die KommAustria gemeldet. Die 4 Schaltungen der Wien 3420 Aspern Development AG erfolgten in den Jahren 2017 bis 2020 im Magazin „Architekturjournal/Wettbewerbe“ für Architekturwettbewerbe u.a. unter der Rubrik Immobilien. Die Schaltung der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. im Jahr 2021 wurde im Zuge des Förderwettbewerbes Kommunikationsaktivitäten zum Thema Lebensmittel im Wissenschaftsmagazin „Austria Innovativ“ in der Höhe von 1.040,- EUR beauftragt.

Die Einschau in die diesbezüglichen Unterlagen ergab, dass keine der nicht an die KommAustria gemeldeten Schaltungen meldepflichtig war, da diese unter der Bagatellgrenze lagen.

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?“

Der StRH Wien wertete aus den bekannt gegebenen Werbeaufträgen und Medienkooperationen die Schaltungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ aus und stellt das Ergebnis in der nachfolgenden Tabelle 20 dar (Beträge in EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
WIENER STADTWERKE-Konzern	-	337.565,02	337.565,02
Wien Holding-Konzern	809.203,00	-	809.203,00
Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	9.399,75	-	9.399,75
Gesamtsumme	818.602,75	337.565,02	1.156.167,77

Tabelle 20: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.;
Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Tabelle 20 zeigt, dass in den Jahren 2016 bis 2021 vom WIENER STADTWERKE-Konzern, vom Wien Holding-Konzern und von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Werbeaufträge und Medienkooperationen in der Höhe von 1,16 Mio. EUR in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ beauftragt wurden. Davon wiesen 6 Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns Medienkooperationen in der Höhe von 0,34 Mio. EUR aus. Je 1 Einrichtung des

Wien Holding-Konzerns und der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. gaben Werbeaufträge in der Höhe von 0,81 Mio. EUR bzw. 9.399,75 EUR an.

Die von den einzelnen Einrichtungen bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ entsprachen 1,7 % aller dem StRH Wien bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen.

6.1.1 Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Eine Auswertung der bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen der Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns zeigte, dass die B&F Wien - Bestattung und Friedhöfe GmbH, die WIEN ENERGIE GmbH, die WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG, die WIENER LINIEN GmbH & Co KG und die WIENER NETZE GmbH in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ schalteten. Die entsprechenden Ergebnisse stellt die nachfolgende Tabelle 21 dar (Beträge in Mio. EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Das Wien	-	0,31	0,31
Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien	-	0,03	0,03
Summe	-	0,34	0,34

Tabelle 21: Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die vom WIENER STADTWERKE-Konzern bekannt gegebenen Ausgaben für Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 betrugen 0,34 Mio. EUR und entsprachen 0,9 % der gesamten Medienkooperationen.

Mit rd. 20 % hatte die WIENER NETZE GmbH den größten Anteil an den Ausgaben für Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021.

Die Entwicklung der Gesamtausgaben der WIENER LINIEN GmbH & Co KG für Schaltungen im Magazin „Das Wien“ zeigte einen hohen Anstieg der Ausgaben in den Jahren 2019 und 2020. Diese stiegen um rd. 118 % bzw. rd. 456 % im Vergleich zum Jahr 2017. Die WIENER LINIEN GmbH & Co KG gab

dazu an, im Jahr 2019 einen verstärkten Fokus auf das Thema Nachhaltigkeit bzw. „Greener Linien“ gelegt zu haben. Im Jahr 2020, dem Jahr der COVID-19-Pandemie, lag der kommunikative Fokus auf Sommerurlaub in Wien. In beiden Jahren wurden vermehrt reichweitenstarke Medien wie z.B. das Magazin „Das Wien“ gewählt, um möglichst viele Wienerinnen bzw. Wiener mit der Botschaft abzuholen. Positiv zu erwähnen war, dass die Gesamtausgaben der Jahre 2019 und 2020 unter dem Ausgabenniveau der Jahre 2017 und 2018 lagen.

6.1.2 Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Im Wien Holding-Konzern schaltete ausschließlich die Wien Holding GmbH in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“. Die entsprechenden Ergebnisse der auf der Meldung der Wien Holding GmbH basierenden Auswertungen stellt die nachfolgende Tabelle 22 dar (Beträge in Mio. EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Das Wien	0,65	-	0,65
Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien	0,16	-	0,16
Summe	0,81	-	0,81

Tabelle 22: Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Quelle: Wien Holding-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die von der Wien Holding GmbH bekannt gegebenen Ausgaben für Werbeaufträge in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 in der Höhe von 0,81 Mio. EUR entsprachen 9,1 % ihrer gesamten Werbeaufträge in diesem Zeitraum.

Die nähere Betrachtung der Ausgabenentwicklung zeigte einen Anstieg der Ausgaben im Magazin „Das Wien“ ab dem Jahr 2019. Auffällig war hierbei die Ausgabenerhöhung um 712,7 % bzw. 946,2 % in den Jahren 2019 bzw. 2020 im Vergleich zum Jahr 2016. Die Wien Holding GmbH gab hierzu an, ab dem Jahr 2019 aufgrund positiver Erfahrungen mit dem Medium „Das Wien“ verstärkt in diesem geschaltet zu haben. Mit dem Medium konnten Zielgruppen erreicht werden, welche den städtischen Einrichtungen mitunter kritisch gegenüberstanden. Darüber hinaus bot „Das Wien“ ein sehr gutes Preis-Leistungs-Verhältnis an.

Empfehlung:

Der StRH Wien empfahl der Wien Holding GmbH, die Ausgabenentwicklung in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ zu beobachten und bei Bedarf einzugrenzen.

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Die Werbemaßnahmen mit dem Medium „Das Wien“ wurden ab dem Jahr 2019 im Vergleich zu den Vorjahren verstärkt, auch vor dem Hintergrund, dass mit diesem Medium Zielgruppen erreicht werden können, die städtischen Unternehmen mitunter kritisch gegenüberstehen. Eine weitere Verstärkung der Werbemaßnahmen mit dem Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ ist nicht geplant. Grundsätzlich werden die Marktdaten jedes Mediums laufend überprüft.

6.1.3 Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

In der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. schaltete ausschließlich die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“. Die entsprechenden Ergebnisse der auf der Meldung der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. basierenden Auswertungen stellt die nachfolgende Tabelle 23 dar (Beträge in EUR):

Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Das Wien	7.500,00	-	7.500,00
Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien	1.899,75	-	1.899,75
Summe	9.399,75	-	9.399,75

Tabelle 23: Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Quelle: Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die von der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. bekannt gegebenen Ausgaben für Werbeaufträge in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in der Höhe von 9.399,75 EUR in den Jahren 2016 bis 2021 entsprachen 0,3 % ihrer gesamten Werbeaufträge und Medienkooperationen in diesem Zeitraum.

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?“*

Der StRH Wien verwies in diesem Zusammenhang auf seine Ausführungen unter Punkt 5.2.

In der Stichprobe des StRH Wien waren Schaltungen in den Magazinen „Das Wien“ und „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ enthalten.

„Das Wien“ war eine 14-tägig erscheinende kostenlose Zeitung mit einer durchschnittlichen Auflage von 0,55 Mio. Stück. Sie wurde per Postversand an Haushalte in Wien verteilt und widmete sich aktuellen Themen in der Bundeshauptstadt.

Das Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ hatte eine Auflage von 0,07 Mio. Stück und verstand sich als Wirtschaftsmagazin mit Wien Fokus. Neben Wirtschaftsthemen enthielt das Magazin auch Berichte über wirtschaftsfremde Themen wie z.B. Freizeitveranstaltungen, Gesundheitsthemen und Gartentipps. Das kostenlose Magazin umfasste rd. 100 Seiten und erschien ca. 4-mal jährlich. Der Versand erfolgte per Postwurfsendung u.a. an Wirtschafts- und Steuerberatungskanzleien, Rechtsanwaltskanzleien, führende Unternehmen, Banken, Versicherungen, Krankenanstalten, Landesregierungen, Kammern, politische Vertretungen, den Nationalrat, den Wiener Gemeinderat, Ärztinnen bzw. Ärzte, Cafés, Friseurinnen bzw. Friseure, Boutiquen, Fitnessstudios sowie Hotels.

6.2.1 Zweckmäßigkeit der Ausgaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Der StRH Wien überprüfte 16 Schaltungen, das entsprach 50,0 % der vom WIENER STADTWERKE-Konzern bekannt gegebenen Schaltungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“. Diese umfassten Schaltungen der WIEN ENERGIE GmbH, der WIENER LINIEN GmbH & Co KG sowie der WIENER NETZE GmbH in den Magazinen „Das Wien“ und „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ in der Höhe von 0,17 Mio. EUR.

Die kostenlose Zeitung „Das Wien“ zielte gemäß Angaben des WIENER STADTWERKE-Konzerns auf eine breite Zielgruppe aus allen Alters-, Bildungs- und sozialen Schichten der Gesamtheit der in Wien lebenden Personen ab. Das Medium war mit den verschiedenen „Bezirkszeitungen“ zu vergleichen,

die sich ebenso an eine breite Zielgruppe richteten. Weiters schalteten die o.a. Einrichtungen in ähnlich ausgerichteten Medien (z.B. in der ebenfalls kostenlosen Zeitung „Heute“). Die Schaltungen im 2. Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ sollten außerdem die Zielgruppen Wirtschaftsunternehmen, Betriebe etc. ansprechen.

Im Hinblick auf die Reichweite war dem Medium „Das Wien“ mit einer Auflage von 0,55 Mio. Stück der Vorzug gegenüber dem Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ mit einer Auflage von 0,07 Mio. Stück zu geben. Das zeigte sich auch im Verhältnis der im Zeitraum 2016 bis 2021 beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen. So erfolgten 84,4 % der Schaltungen im Medium „Das Wien“ und 15,6 % im Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“.

Ebenso ergab der Vergleich der bekannt gegebenen Beauftragungen von Werbeaufträgen und Medienkooperationen mit ähnlich ausgerichteten Medien keinen Hinweis auf eine bevorzugte Auswahl der Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“.

Die Ergebnisse des durchgeführten Vergleichs sowie die Bewertung der angegebenen Zielgruppen bei einem Auftragsvolumen im gesamten Konzern in der Höhe von 0,34 Mio. EUR im Zeitraum 2016 bis 2021 gaben keinen Anlass für eine negative Beurteilung der Zweckmäßigkeit.

6.2.2 Zweckmäßigkeit der Ausgaben des Wien Holding-Konzerns an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Der StRH Wien überprüfte 14 bzw. 11,8 % der vom Wien Holding-Konzern bekannt gegebenen Schaltungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“. Dies betraf Schaltungen der Wien Holding GmbH in den Magazinen „Das Wien“ und „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ in der Gesamthöhe von 0,10 Mio. EUR.

Beim Wien Holding-Konzern handelte es sich um einen Mischkonzern. Die Angebote, Projekte und Aktionen der einzelnen Einrichtungen waren heterogen. Demnach wären nach Angabe der Wien Holding GmbH auch die Zielgruppen aus allen Alters-, Bildungs- und sozialen Schichten anzusprechen.

Die Einschau des StRH Wien zeigte, dass der Wien Holding-Konzern bei der Auswahl der Medien einen Fokus auf auflagenstarke Massenmedien im Bereich der Tageszeitungen und Bezirksmedien legte, die z.T. durch Fachmedien (z.B. Architektur-, Reise- oder Verkehrsmagazine) ergänzt wurden. Leitmedien für den Wien Holding-Konzern waren im Tageszeitungsbereich die 3 auflagenstärksten Tageszeitungen sowie auch das kostenlose Medium „Das Wien“, welches in die Kategorie der kostenlosen Bezirksblätter einzuordnen war.

Das Medium „Das Wien“ mit einer Auflage von 0,55 Mio. Stück verzeichnete eine hohe Reichweite, da dieses Medium per Postversand an alle Wiener Haushalte sowie an frequentierten Orten der Stadt Wien wie z.B. Geschäfte, Betriebe, Restaurants, Arztpraxen, Hotels u.dgl. verteilt wurde.

Festzustellen war, dass dieses Medium ab dem Jahr 2019 im Vergleich zu den Vorjahren verstärkt eingesetzt wurde. Begründet wurde diese Maßnahme damit, dass mit diesem Medium auch Zielgruppen erreicht werden würden, welche städtischen Einrichtungen mitunter kritisch gegenüberstanden. Darüber hinaus wies das Medium gegenüber anderen Medien ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis auf. Ferner zeigte eine Medienresonanzanalyse der Austria Presse Agentur, dass im 2. Quartal 2023 das Medium „Das Wien“ 9,60 Mio. potenzielle Leserinnen- bzw. Leserkontakte auswies.

Das Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ war ein Fachmedium (Wirtschaftsmagazin), das quartalsweise eine Auflage von 0,07 Mio. Stück aufwies. Dieses Medium war als Nachschlagewerk für große Unternehmen aus den verschiedensten Branchen der Stadt Wien konzipiert. Das Medium wurde per Postversand im Direktvertrieb an Wirtschaftsunternehmen, Betriebe, Gastronomie- und Freizeitbetriebe verteilt. Der Wien Holding-Konzern schaltete ab dem Jahr 2019 4-mal jährlich in diesem Medium, um die Kontinuität der Präsenz und damit die Werbewirksamkeit und Wahrnehmung des Wien Holding-Konzerns in diesen Zielgruppen zu erhöhen.

Im Hinblick auf die Reichweite war dem Medium „Das Wien“ mit einer Auflage von 0,55 Mio. Stück der Vorzug gegenüber dem Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ mit einer Auflage von 0,07 Mio. Stück zu geben. Dies spiegelte sich im Verhältnis der im Zeitraum 2016 bis 2021 beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen wider. So erfolgten 84,0 % der Schaltungen im Medium „Das Wien“ und 16,0 % im Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“.

Ein Vergleich des Auftragsvolumens in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ mit dem Medium „Wiener Bezirksblatt“ zeigte eine bevorzugte Auswahl der Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“. Das Auftragsvolumen im Zeitraum der Jahre 2016 bis 2021 lag bei den erstgenannten Medien bei 0,80 Mio. EUR im Vergleich zum Auftragsvolumen des anderen Mediums bei 0,45 Mio. EUR.

Bei einem Gesamtauftragsvolumen an Werbeaufträgen und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns von insgesamt 25,30 Mio. EUR war das Auftragsvolumen von 0,80 Mio. EUR in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ als nicht unverhältnismäßig anzusehen. Ebenso erschien die Auswahl der Sujets für diese Medien sowie für die Bewerbung der Marke „Wien Holding“ angemessen, da die Bandbreite der in den Medien behandelten Themen sehr breit gestreut war und daher keinen Anlass für eine abschlägige Beurteilung der Zweckmäßigkeit zuließ.

6.2.3 Zweckmäßigkeit der Ausgaben der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. an den Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Die in der Stichprobe enthaltene Schaltung der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. im Magazin „Das Wien“ des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ war mit 4.500,- EUR von geringem Umfang. Die Stichprobe entsprach damit 33,3 % der von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien.

Ein Fonds der Stadt Wien. bekannt gegebenen Werbeaufträgen und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“. Konkret wurden von der Gruppe in den Jahren 2016 bis 2021 insgesamt nur 3 Werbeaufträge und Medienkooperationen mit dem Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ eingegangen. Insgesamt betrug das Auftragsvolumen mit dem Verlag 9.400,- EUR, wobei im Jahr 2021 keine Beauftragungen erfolgten.

Die in die Stichprobe einbezogene Schaltung gab keinen Anlass zu einer negativen Beurteilung der Zweckmäßigkeit.

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?“

Der StRH Wien wertete aus den bekannt gegebenen Werbeaufträgen und Medienkooperationen die nicht an die KommAustria gemeldeten Schaltungen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 aus und stellt das Ergebnis in der nachfolgenden Tabelle 24 dar (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Einrichtungen nach Kategorien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
WIENER STADTWERKE-Konzern	-	13.529,45	13.529,45
Wien Holding-Konzern	43.216,00	-	43.216,00
Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.	9.399,75	-	9.399,75
Gesamtsumme	52.615,75	13.529,45	66.145,20

Tabelle 24: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns, des Wien Holding-Konzerns sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern sowie der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.;
Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Tabelle 24 zeigt, dass in den Jahren 2016 bis 2021 vom WIENER STADTWERKE-Konzern, vom Wien Holding-Konzern und von der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in der

Höhe von 66.145,20 EUR nicht an die KommAustria gemeldet wurden. Dies entsprach 5,7 % aller bekannt gegebenen Werbeaufträge und Medienkooperationen in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“.

6.3.1 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Nachfolgende Tabelle 25 zeigt die nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien	-	13.529,45	13.529,45
Summe	-	13.529,45	13.529,45

Tabelle 25: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Prüfung durch den StRH Wien ergab, dass von 2 Einrichtungen des WIENER STADTWERKE-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ Medienkooperationen in der Gesamthöhe von 13.529,45 EUR nicht an die KommAustria gemeldet wurden. Dies betraf eine Medienkooperation der WIEN ENERGIE GmbH in der Höhe von 10.965,- EUR im Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ aus dem Jahr 2016 und eine Medienkooperation der WIENER LINIEN GmbH & Co KG in der Höhe von 2.564,45 EUR aus dem Jahr 2019.

Beide Schaltungen waren nicht meldepflichtig. Das Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ erschien im Jahr 2016 1-mal und war daher in diesem Jahr als aperiodisches Medium einzustufen und die Schaltung im Jahr 2019 unterschritt die Bagatellgrenze von 5.000,- EUR im Quartal.

6.3.2 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Nachfolgende Tabelle 26 zeigt die nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Medien	Werbeaufträge	Medienkooperationen	Summe
Das Wien	21.016,00	21.016,00	21.016,00
Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien	22.200,00	22.200,00	22.200,00
Summe	43.216,00	43.216,00	43.216,00

Tabelle 26: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen des Wien Holding-Konzerns in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“
Quelle: Wien Holding-Konzern; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Prüfung durch den StRH Wien ergab, dass von der Wien Holding GmbH 19 Werbeaufträge in der Gesamthöhe von 43.216,-- EUR in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ nicht an die KommAustria gemeldet wurden. Dies betraf 14 Schaltungen im Medium „Das Wien“ aus den Jahren 2016 und 2017 und 5 weitere Schaltungen im Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ in den Jahren 2016, 2017 und 2018.

17 dieser Werbeaufträge waren infolge des Nichtüberschreitens der Bagatellgrenze von 5.000,-- EUR im jeweiligen Quartal nicht meldepflichtig. 2 weitere Schaltungen aus den Jahren 2016 und 2018 waren aufgrund des aperiodischen Erscheinens des Mediums „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ ebenfalls nicht meldepflichtig.

6.3.3 Nicht in die Medientransparenzdatenbank eingemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Nachfolgende Tabelle 27 zeigt die nicht gemeldeten Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ in den Jahren 2016 bis 2021 (Beträge in EUR):

Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Medien	Werbeaufträge	Medien-kooperationen	Summe
Das Wien	7.500,00	7.500,00	7.500,00
Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien	1.899,75	1.899,75	1.899,75
Summe	9.399,75	9.399,75	9.399,75

Tabelle 27: Nicht gemeldete Werbeaufträge und Medienkooperationen der Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“

Quelle: Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.; Berechnung und Darstellung: StRH Wien

Die Prüfung durch den StRH Wien ergab, dass von der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt. Wien. 3 Werbeaufträge in der Höhe von 9.399,75 EUR in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ nicht an die KommAustria gemeldet wurden. Dies betraf 1 Schaltung im Medium „Wirtschafts- und Kommunalführer für die Stadt Wien“ aus dem Jahr 2018 und 2 weitere Schaltungen im Medium „Das Wien“ in den Jahren 2016 und 2020.

Diese Werbeaufträge und Medienkooperationen waren infolge des Nichtüberschreitens der Bagatellgrenze von 5.000,- EUR im jeweiligen Quartal nicht meldepflichtig.

7. Zusammenfassung der Empfehlungen

Empfehlungen an die WIENER STADTWERKE GmbH

Empfehlung Nr. 1:

Es wäre bei den Konzerneinrichtungen auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen zu achten (s. Punkt 3.2.1).

Stellungnahme der WIENER STADTWERKE GmbH:

Der Empfehlung wird in geeigneter Weise entsprochen werden.

Empfehlung Nr. 2:

Die Konzernrichtlinie betreffend Werbeaufträge und Medienkooperationen wäre hinsichtlich der Möglichkeit der Beauftragung an Dritte ohne Einbindung der WIENCOM zu präzisieren (s. Punkt 4.4.1).

Stellungnahme der WIENER STADTWERKE GmbH:

Der Empfehlung wird gefolgt werden. Die WIENER STADTWERKE GmbH erlaubt sich in diesem Zusammenhang respektvoll darauf hinzuweisen, dass die WIENER NETZE GmbH mittlerweile seit dem Jahr 2021 in Entsprechung der Konzernrichtlinie Einzelschaltungen über die WIENCOM beauftragt.

Empfehlungen an die Wien Holding GmbH

Empfehlung Nr. 1:

Eine konzernweite Handlungsrichtlinie hinsichtlich der Prozesse und Verantwortlichkeiten bei Meldungen gemäß MedKF-TG sollte erlassen werden (s. Punkt 3.2.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Eine entsprechende Richtlinie seitens der Wien Holding GmbH ist bereits in Ausarbeitung.

Empfehlung Nr. 2:

Bei den Konzerneinrichtungen sollte die betragsmäßige Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen der Werbeaufträge und Medienkooperationen an die KommAustria gewährleistet werden (s. Punkt 3.2.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Die Wien Holding GmbH steht diesbezüglich im laufenden Austausch mit den meldepflichtigen Konzernunternehmen. Vor diesem Hintergrund wurden in den letzten Wochen bereits Schulungstermine für Konzernunternehmen durchgeführt, in denen die gesetzliche Verpflichtung zur Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen betont wurde. Weiters ist angedacht, künftig Schulungen in regelmäßigen Abständen durchzuführen.

Empfehlung Nr. 3:

Auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen bei den Konzerneinrichtungen wäre zu achten (s. Punkt 3.2.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. An einer Mustertabelle für den Konzern wird gearbeitet. Weiters wird auf die konzernweite Handlungsrichtlinie und auf die bereits erwähnten Schulungen verwiesen.

Empfehlung Nr. 4:

Bei allen Konzerneinrichtungen sollte die Darstellung der Zugehörigkeit zum Konzern in den verwendeten Sujets angeregt werden (s. Punkt 3.2.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Das bereits bestehende Corporate Design Manual wird derzeit aktualisiert und nach Fertigstellung nachweislich an alle Konzernunternehmen zur Einhaltung übermittelt.

Empfehlung Nr. 5:

Eine konzernweite Richtlinie für die Beauftragung und Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen sollte erstellt werden (s. Punkt 4.4.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Die Empfehlung des StRH Wien wird evaluiert. Der Wien Holding-Konzern besteht aus rd. 75 eigenständig meldepflichtigen Unternehmen. Die Wien Holding GmbH wird für einen entsprechenden Rahmen sorgen (z.B. mit der konzernweiten Handlungsrichtlinie und den erwähnten Schulungen).

Empfehlung Nr. 6:

Die im Konzern vorhandene Expertise in den einzelnen Einrichtungen betreffend die Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen wäre zu bündeln und eine zentrale Beauftragung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen wäre zu evaluieren (s. Punkt 4.4.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Die Empfehlung des StRH Wien wird evaluiert, teilweise wird ihr bereits entsprochen. Dies insbesondere dadurch, dass im Rahmen des konzernweiten Strategieprozesses fachspezifische Formate etabliert wurden, die auf den zweckmäßigen Austausch von Expertinnen bzw. Experten abzielen. Beispielhaft sei der regelmäßige Austausch aller Kommunikationsverantwortlichen im Konzern zu wesentlichen konzernweiten Handlungsfelder erwähnt.

Empfehlung Nr. 7:

Der verstärkte Einsatz von Online- bzw. Social-Media-Kanälen und eigenen Mediakanälen bei Werbeaufträgen und Medienkooperationen sollte evaluiert werden (s. Punkt 5.2.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Die Empfehlung des StRH Wien wird evaluiert, teilweise wird ihr bereits nachgekommen. Die Wien Holding GmbH ist ein klassischer Mischkonzern. Die Angebote, Projekte und Aktionen der Unternehmen wenden sich daher an eine sehr breite Zielgruppe, die aus allen Alters-, Bildungs- und sozialen Schichten kommt. Aus diesem Grund wird in einem Mediamix geschaltet, welcher im Konzern laufend evaluiert wird. Der Onlineauftritt im Konzern hat sich in den letzten 10 Jahren kontinuierlich ausgeweitet, bei der Wien Holding GmbH selbst wurde im Jahr 2012 mit Facebook gestartet, Ende 2016 auf Instagram erweitert und seit dem Jahr 2022 erfolgen regelmäßige Postings auf LinkedIn und TikTok.

Empfehlung Nr. 8:

Die Ausgabenentwicklung in Medien des Verlages „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ wäre zu beobachten und bei Bedarf einzugrenzen (s. Punkt 6.1.2).

Stellungnahme der Wien Holding GmbH:

Der Empfehlung des StRH Wien wird nachgekommen. Die Werbemaßnahmen mit dem Medium „Das Wien“ wurden ab dem Jahr 2019 im Vergleich zu den Vorjahren verstärkt, auch vor dem Hintergrund, dass mit diesem Medium Zielgruppen erreicht werden können, die städtischen Unternehmen mitunter kritisch gegenüberstehen. Eine weitere Verstärkung der Werbemaßnahmen mit dem Verlag „DIE AGENTUR - Heinz Knapp“ ist nicht geplant. Grundsätzlich werden die Marktdaten jedes Mediums laufend überprüft.

Empfehlungen an die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Empfehlung Nr. 1:

Auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen bei den Einrichtungen sollte geachtet werden (s. Punkt 3.2.3).

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird der Empfehlung folgend auf eine vollständige Dokumentation der beauftragten Werbeaufträge und Medienkooperationen bei den Einrichtungen achten.

Empfehlung Nr. 2:

Bei den Einrichtungen wäre die betragsmäßige Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen an die KommAustria zu gewährleisten (s. Punkt 3.2.3).

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird die Einrichtungen anweisen, die betragsmäßige Richtigkeit und Vollständigkeit der Meldungen an die KommAustria zu gewährleisten.

Empfehlung Nr. 3:

Künftig sollte die Entscheidungsgrundlage (wie Kennzahlen) bei der Auswahl von Medien sowie die Durchführung von Wirkungsanalysen für die Beurteilung einer sparsamen und wirtschaftlichen Mittelverwendung dokumentiert werden (s. Punkt 4.4.3).

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird künftig die Entscheidungsgrundlagen (wie Kennzahlen) bei der Auswahl von Medien sowie die Durchführung von Wirkungsanalysen für die Beurteilung einer sparsamen und wirtschaftlichen Mittelverwendung dokumentieren.

Empfehlung Nr. 4:

Bei den Einrichtungen wären die Prozesse bei der Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu evaluieren (s. Punkt 4.4.3).

Stellungnahme der Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.:

Die Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien. wird die Einrichtungen anweisen, die Prozesse bei der Abwicklung von Werbeaufträgen und Medienkooperationen zu evaluieren.

Der Stadtrechnungshofdirektor:

Mag. Werner Sedlak, MA

Wien, im November 2023

8. Anhang

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

WIENER STADTWERKE-Konzern

- Aspern Smart City Research GmbH
- Aspern Smart City Research GmbH & Co KG
- B&F Wien - Bestattung und Friedhöfe GmbH
- Bestatterakademie GmbH
- Bestattung PAX GmbH
- BESTATTUNG WIEN GmbH
- Beteiligungsmanagement IWS Verwaltungs GmbH
- BFW Bestattungsservice Wien GmbH
- BFW Gebäudeerrichtungs- und Vermietungs GmbH
- BFW Gebäudeerrichtungs- und Vermietungs GmbH & Co KG
- Druckerei Lischkar & Co. Gesellschaft m.b.H.
- e&i EDV Dienstleistungsgesellschaft m.b.H.
- EAA 24x7 GmbH
- ENERGIEALLIANZ Austria GmbH
- Energy Eastern Europe Hydro Power GmbH
- EVN-WIEN ENERGIE Windparkentwicklungs- und Betriebs GmbH
- EVN-WIEN ENERGIE Windparkentwicklungs- und Betriebs GmbH & Co KG
- FACILITYCOMFORT Energie- und Gebäudemanagement GmbH
- FRIEDHÖFE WIEN GmbH
- Gemeinnützige Wohnungs- und Siedlungsgesellschaft der Wiener Stadtwerke Gesellschaft m.b.H.
- HAUSCOMFORT GmbH
- Hydro Energy RADMERBACH GmbH
- IWS TownTown AG & Co OG
- Kraftwerk Nußdorf Errichtungs- und Betriebs GmbH
- Kraftwerk Nußdorf Errichtungs- und Betriebs GmbH & Co KG
- Kraftwerk-Gulling GmbH
- Kraftwerk-Gulling GmbH & Co KG
- KW Sallabach Gesellschaft mbH
- KW Sallabach Gesellschaft mbH & Co KG
- Naturkraft Energievertriebsgesellschaft m.b.H.
- Neu Leopoldau Entwicklungs GmbH
- Neue Urbane Mobilität Wien GmbH
- PAMA-GOLS Windkraftanlagenbetriebs GmbH
- PAMA-GOLS Windkraftanlagenbetriebs GmbH & Co KG
- PTGwsg GmbH
- R.H. pro domo Servicegesellschaft m.b.H.

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- Sarglogistik Wien GmbH
- Smart Inspection GmbH
- Smartworks Innovation GmbH
- Smartworks Innovation GmbH & Co KG
- SWITCH Energievertriebsgesellschaft m.b.H.
- TELEREAL Telekommunikationsanlagen GmbH
- Tierfriedhof Wien GmbH
- TownTown Immobiliendevelopment GmbH
- TownTown Infra GmbH
- TownTown Tiefgaragen GmbH
- TownTown Tiefgaragen GmbH & Co. KG
- Upstream - next level mobility GmbH
- VID Energie Infrastruktur GmbH
- Wasserkraftwerk Rantenbach GmbH
- Wasserkraftwerk-Ratschfeld GmbH
- WEEV Beteiligungs GmbH
- WIEN ENERGIE Bernegger Wasserspeicherkraftwerk Pfaffenboden GmbH
- WIEN ENERGIE Bundesforste Biomasse Kraftwerk GmbH
- WIEN ENERGIE Bundesforste Biomasse Kraftwerk GmbH & Co KG
- WIEN ENERGIE GmbH
- WIEN ENERGIE International GmbH
- WIEN ENERGIE TownTown GmbH
- WIEN ENERGIE TownTown GmbH & Co Energy Tower KG
- WIEN ENERGIE Vertrieb GmbH & Co KG
- WIENCOM Werbeberatungs GmbH
- Wiener Erdgasspeicher GmbH
- WIENER LINIEN Direktionsgebäude GmbH
- WIENER LINIEN GmbH
- WIENER LINIEN GmbH & Co KG
- WIENER LINIEN Verkehrsprojekte GmbH
- Wiener Lokalbahnen Cargo GmbH
- WIENER LOKALBAHNEN GMBH
- Wiener Lokalbahnen Verkehrsdienste GmbH
- WIENER NETZE GmbH
- WIENER STADTWERKE Finanzierungs-Services GmbH
- WIENER STADTWERKE GmbH
- WIENER STADTWERKE Holding AG
- WIENER STADTWERKE Planvermögen GmbH
- WIENER STADTWERKE Vermögensverwaltung Alpha GmbH
- WIENER STADTWERKE Vermögensverwaltung GmbH

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- Wiener Tierkrematorium GmbH
- Wiener Wasserstoff GmbH
- WienIT EDV Dienstleistungsgesellschaft mbH
- WienIT GmbH
- WIENSTROM Naturkraft GmbH
- WIENSTROM Naturkraft GmbH & Co KG
- Windpark Herrenstein GmbH
- Windpark Pongratzer Kogel GmbH
- Windpark Zagersdorf GmbH
- WIPARK Garagen GmbH
- WSTW TownTown GmbH & Co Residenz KG
- WSTW-WSE Entwicklungs GmbH

Wien Holding-Konzern

- „GASOMETER-MALL“ Beteiligungsgesellschaft m.b.H.
- „GASOMETER-MALL“ Errichtungs- und Betriebsgesellschaft m.b.H.
- „Stolz auf Wien“ Beteiligungs GmbH
- „Wiener Stadterneuerungsgesellschaft“, Gemeinnützige Wohnbau-, Planungs- und Betreuungsgesellschaft m.b.H.
- ARWAG „Wohnhaus Hardtmuthgasse“ Vermietungsgesellschaft m.b.H.
- ARWAG „Wohnhaus Mühlweg“ Vermietungsgesellschaft m.b.H.
- ARWAG Bauträger Gesellschaft m.b.H.
- ARWAG Holding-Aktiengesellschaft
- ARWAG Immobilientreuhand Gesellschaft m.b.H.
- ARWAG Living in Town GmbH
- ARWAG Objektvermietungsgesellschaft m.b.H.
- ARWAG Park & Ride Errichtungs- und Betriebsgesellschaft m.b.H.
- ARWAG Urban Home GmbH
- ARWAG Wohnen im schönsten Wien GmbH
- ARWAG Wohnpark Errichtungs-, Vermietungs- und Beteiligungsgesellschaft m.b.H.
- ARWAG Wohnpark Errichtungs-, Vermietungs- und BeteiligungsgmbH & Co „Wohnhaus Braunhubergasse“ KG
- ARWAG Wohnpark Immobilienvermietungsgesellschaft m.b.H.
- base - homes for students GmbH
- Central Danube Region Marketing & Development GmbH
- DDSG - BLUE DANUBE SCHIFFFAHRT GMBH.
- Eichenstraße 1 Entwicklung GmbH
- EU-Förderagentur GmbH
- Eurocomm-PR GmbH
- EuroVienna EU-consulting & -management GmbH

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- Fehringer's Technical Service Consulting GmbH
- Fleischmarkt St. Marx Liegenschaftsentwicklung GmbH
- Gemeinnützige Wohnungsaktiengesellschaft Wohnpark Alt-Erlaa
- GESIBA Gemeinnützige Siedlungs- und Bauaktiengesellschaft
- GMW Großmarkt Wien Betrieb GmbH
- GSE "Gasometer" Shopping- und Entertainment Center Vermietungs GmbH
- GTS Gewerbegebiet Triester Straße Verwertung GmbH
- Hafen Wien GmbH
- Haus der Musik Museum GmbH
- Immobilienentwicklung St. Marx GmbH
- Johann.Strauß-Festjahr2025 GmbH
- Konversionsflächen Wien Projekt- und Verwertungs GmbH
- KunstHausWien GmbH
- LSE Liegenschaftsstrukturentwicklungs GmbH
- Marina Wien GmbH
- MBG Wiener Messe Besitz GmbH
- MG Immo GmbH
- MOZARTHAUS VIENNA Errichtungs- und Betriebs GmbH
- Musik und Kunst Privatuniversität der Stadt Wien GmbH
- Muthgasse Immobilienbeteiligung Zwei GmbH
- NXT MARX Liegenschaftsentwicklung Eins GmbH
- NXT MARX Liegenschaftsentwicklung Zwei GmbH
- Otto Wagner Areal Revitalisierung GmbH
- OWS Otto Wagner Areal Sanierung und Vermietung GmbH
- Rechenzentrum der Stadt Wien GmbH
- Schloß Laxenburg Betriebsgesellschaft m.b.H.
- STAR Entwicklungs-GmbH
- STAR22 eins Planungs- und ErrichtungsGmbH
- StH-Garagenbetriebs GmbH
- Tennis 500 Lizenz GmbH
- TerminalSped Speditionsgesellschaft m.b.H.
- Therme Wien Ges.m.b.H.
- Therme Wien GmbH & Co KG
- TINA International GmbH
- UIV International GmbH
- UIV Urban Innovation Vienna GmbH
- VBW International GmbH
- Vereinigte Bühnen Wien GmbH
- W24 Programm GmbH
- WGEW Wiener Gemeindewohnungs Entwicklungsgesellschaft m.b.H.

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- WH Arena Projektentwicklung GmbH
- WH Digital GmbH
- WH Digital Services GmbH
- WH Fernbus-Terminal Projektentwicklung GmbH
- WH Media GmbH
- WH-Interactive GmbH
- Wien Holding GmbH
- Wiencont Container Terminal Gesellschaft m.b.H.
- Wiener Donauraum Länden und Ufer Betriebs- und Entwicklungs GmbH
- Wiener Hafen und Lager Ausbau- und Vermögensverwaltung, GmbH & Co KG
- Wiener Sportstätten Betriebsgesellschaft m.b.H.
- Wiener Stadthalle Betriebs- und Veranstaltungsgesellschaft m.b.H.
- WIGEBa Wiener Gemeindewohnungs Baugesellschaft m.b.H.
- WIP Wiener Infrastruktur Projekt GmbH
- Wohnpark Sandeilen "Arbeiten und Wohnen im Grünen" Gesellschaft m.b.H. & Co. OG
- WSE Wiener Standortentwicklung GmbH
- WSTW-WSE Entwicklungs GmbH
- WT Wien Ticket GmbH
- WTH Wien Ticket Holding GmbH
- WTS Wien Ticket Service GmbH
- WWP Wiener Wohnbau Projektmanagement GmbH

Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

- ABC-Provider GmbH
- Business & Research Center Höchstädtplatz Errichtungs GmbH
- FI Errichtungs- und Vermietungs-GmbH
- GELUP GmbH
- GG Vier Projekt-GmbH
- MARX Realitäten GmbH
- Media Quarter Marx Errichtungs- und Verwertungsgesellschaft mbH
- NZK Beteiligungen GmbH
- OWR Projekt GmbH
- researchTUb GmbH
- VIENNA REGION Marketing GmbH
- VIENNA REGION Wirtschaft. Raum. Entwicklung. GmbH
- WA Business & Service Center GmbH
- Wien 3420 Aspern Development AG
- Wien 3420 Holding GmbH
- Wien 3420 Umwelt und Baulog GmbH
- Wirtschaftsagentur Wien Beteiligungen GmbH

Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

- Wirtschaftsagentur Wien Immobilien GmbH
- Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien.

Tabelle 28: Auflistung der im Bericht einbezogenen Einrichtungen

Quelle: WIENER STADTWERKE-Konzern, Wien Holding-Konzern, Gruppe Wirtschaftsagentur Wien. Ein Fonds der Stadt Wien, Firmenbuch, Prüfstellenkartei des StRH Wien