



Landesrechnungshof
Niederösterreich

Landtag von Niederösterreich

Landtagsdirektion

Eing.: 13.12.2022

Ltg.-**2432/B-1/55-2022**

RH-Ausschuss

NÖ Familienland GmbH
Prüfauftrag
Bericht 9 | 2022

Impressum:

Medieninhaber, Hersteller und Herausgeber:

Landesrechnungshof Niederösterreich

A-3109 St. Pölten, Wienerstraße 54

Redaktion:

Landesrechnungshof Niederösterreich

Bildnachweis:

zur Verfügung gestellt von der NÖ Familienland GmbH

Foto Deckblatt: Spielefest (© Julia Pfeiffer)

Fotos Rückseite: Spielefest (© Julia Pfeiffer)

Druck:

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung LAD3, Amtsdruckerei

Herausgegeben:

St. Pölten, im Dezember 2022



Europäisches Qualitätszertifikat

Der CAF (Common Assessment Framework) ist das für den öffentlichen Sektor entwickelte Qualitätsbewertungs- und Qualitätsmanagementsystem der Europäischen Union.



Im nebenstehenden QR-Code ist der Link zur Website des Landesrechnungshofs Niederösterreich eingebettet. Um die Adresse auszulesen, benötigen Sie ein Programm (App) für Ihr Mobiltelefon. Nachdem Sie es installiert haben, fotografieren Sie den Code. Das Programm übersetzt die URL und führt Sie auf unsere Website.



Landesrechnungshof
Niederösterreich

NÖ Familienland GmbH
Prüfauftrag

Bericht 9 | 2022

NÖ Familienland GmbH, Prüfauftrag Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	I
1. Prüfungsauftrag	1
2. Gebarungsumfang und Kenndaten	4
3. Zuständigkeiten	6
4. Rechtliche Grundlagen	8
5. Organisatorische Grundlagen	11
6. Strategische Grundlagen	16
7. Inserate und Werbung	22
8. Förderungen	27
9. Spenden	27
10. Sponsoring	27
11. Kooperationen	27
12. Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen	28
13. Mitgliedschaften in Vereinen	33
14. Abkürzungen und Begriffe	34
15. Tabellenverzeichnis	37

NÖ Familienland GmbH, Prüfauftrag Zusammenfassung

Die NÖ Familienland GmbH bestand seit 16. Juli 2013 (Errichtungserklärung) als Kompetenzzentrum für Familienarbeit. Die Gesellschaft stand im Alleineigentum des Landes NÖ und finanzierte sich im Wesentlichen aus Umsatzerlösen, Gesellschafterzuschüssen und sonstigen Erträgen.

Ihre zentrale Aufgabe bestand darin, Familien, Gemeinden und Institutionen bei der Erfüllung von familienbezogenen Aufgaben, vor allem im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu fördern. Das umfasste Serviceleistungen wie die Familienhotline und den NÖ Familienpass, qualitätsvolle schulische Tages- und Ferienbetreuung, die Unterstützung von Spielplatz- und Schulfreiraumprojekten sowie Veranstaltungen und Publikationen.

Die NÖ Familienland GmbH beschäftigte 27 Personen im Kernteam und 302 pädagogische Fachkräfte in der schulischen Tages- und Ferienbetreuung (Stand 31. Dezember 2021).

160 Inserate und Werbung von März 2017 bis Mai 2022

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gab die NÖ Familienland GmbH insgesamt 969.062,19 Euro für 160 Inserate und Werbung in 21 verschiedenen Print-, Online- und Rundfunkmedien aus. Davon entfielen 139 Inserate auf Printmedien, zwölf auf Onlinemedien und neun auf Rundfunkmedien.

Weitere 154.978,19 Euro entfielen auf Werbeartikel zur Kundenbindung.

Die Zahlungen stimmten mit Angeboten und Aufträgen überein.

Die Ausgaben für die Inserate und Werbung standen im Einklang mit den Aufgaben der NÖ Familienland GmbH und der darauf abgestimmten Kommunikationsstrategie.

Keine Ausgaben für Förderungen, Spenden, Sponsoring, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen

Von März 2017 bis Mai 2022 vergab die NÖ Familienland GmbH keine Förderungen, gewährte keine Spenden, betrieb kein Sponsoring, schloss keine Kooperationsvereinbarungen ab und war in keinem Verein Mitglied.

105 Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gab die NÖ Familienland GmbH insgesamt 938.572,44 Euro für 105 Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen aus. Davon entfielen 247.481,61 Euro oder 26,4 Prozent auf Honorare für die Gewinnung neuer und die Betreuung bestehender Vorteilsgeber beim NÖ Familienpass und Provisionen für den Verkauf von Inseraten für den Vorteilsgeberkatalog und das Magazin des NÖ Familienpasses.

Da die Anzahl der Familienpassinhaber und der Neuausstellungen seit Jahren zurückging, stand eine grundlegende Neuorganisation des NÖ Familienpasses an.

Kommunikationskonzept und Mediaplanung nachschärfen

Die NÖ Familienland GmbH verfügte über ein Kommunikationskonzept vom 2. September 2021, ein Social-Media-Konzept vom Mai 2019 und einen jährlichen Plan für Öffentlichkeitsarbeit (Mediaplan), der rollierend an aktuelle Entwicklungen angepasst wurde. Sie berücksichtigte Reichweiten sowie andere Mediendaten wie die Anzahl der Seitenaufrufe ihrer Webseiten oder ihrer Follower in den Sozialen Medien, setzte auf ihr eigenes Familienmagazin und auf regionale Medien sowie spezielle Medien für Personen mit nicht deutschsprachigem Migrationshintergrund. Dabei konzentrierte sich die NÖ Familienland GmbH auf ihre Zielgruppe Familien in ihren vielfältigen Formen, Familienmitglieder jeden Alters und Personen mit Interesse an den Themen Familie und Generationen.

Im Bereich der Zielwerte bei Social Media bestand rollierender Anpassungsbedarf, um die Wirksamkeit der eingesetzten Mittel und Strategien nachzuschärfen.

Die NÖ Familienland GmbH und die NÖ Landesregierung sagten in ihren Stellungnahmen vom 23. November 2022 und 6. Dezember 2022 zu, die Empfehlungen des Landesrechnungshofs umzusetzen und informierten über die dazu geplanten beziehungsweise bereits gesetzten Maßnahmen.

1. Prüfungsauftrag

Der Landesrechnungshof überprüfte die Gebarung der NÖ Familienland GmbH in Bezug auf Rechtsgeschäfte im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen auf Richtigkeit, Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit.

Der Überprüfung lag der Antrag, Landtagszahl Ltg.-2067/A-2/77-2022, betreffend Sonderprüfung von ausgewählten Rechtsträgern zu Grunde, an welchen das Land Niederösterreich beteiligt ist. Dieser Prüfauftrag vom 28. April 2022 umfasste insgesamt acht Rechtsträger, darunter auch die NÖ Familienland GmbH.

Der Prüfauftrag der 26 Abgeordneten des NÖ Landtags stützte sich auf Artikel 51 Absatz 3 litera c der NÖ Landesverfassung 1979 und umfasste die Gebarung der NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH, der NÖ Familienland GmbH, der Radland GmbH, der Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG), der Natur im Garten GmbH mit der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH sowie der NÖ.Regional.GmbH.

Die NÖ Familienland GmbH bestand seit 16. Juli 2013 (Errichtungserklärung) als Zentrum für Familienarbeit und Servicestelle für alle Generationen einer Familie sowie zur Unterstützung für Familien bei der Erfüllung ihrer familienbezogenen Aufgaben, vor allem im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Ziel war, den Prüfauftrag im Rahmen der NÖ Landesverfassung 1979 durchzuführen, um die in den Raum gestellten Vorwürfe der Parteienfinanzierung durch Gesellschaften im Landeseigentum „rasch aufzuklären, damit diese in ihrer wichtigen Arbeit nicht behindert werden“, wie es im Antrag heißt.

Weiters verfolgte die Überprüfung das Ziel, die NÖ Familienland GmbH und die NÖ Landesregierung auf mögliche Verbesserungen hinzuweisen und dem NÖ Landtag zur Wahrnehmung seiner Budget- und Kontrollhoheit darüber zu berichten.

1.1 Anlass des Prüfauftrags

Der Antrag bezog sich auf eine anonyme Sachverhaltsdarstellung an den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat und den Rechnungshof über mutmaßliche Unregelmäßigkeiten hinsichtlich der Parteienfinanzierung durch Gesellschaften im Landeseigentum. So seien „über Umwege gewährte, verdeckte Parteispenden“ erfolgt.

Der Antrag nannte die „Niederösterreich Zeitung“ und das Magazin „Partei intern“ sowie die „Innova Verlags GmbH“, die Einnahmen aus Inseraten im Jahr 2019 mit 130.000 Euro beziffert haben. Vor allem Unternehmen des Landes NÖ hätten trotz des hohen Tarifs von 10.000 Euro für eine Seite Anzeigen geschaltet. Diese Mutmaßungen betrafen die Vollziehung des Parteiengesetzes des Bundes beziehungsweise deren Kontrolle durch den Rechnungshof und den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat.

Gegenstand des Prüfauftrags

Der Prüfauftrag an den Landesrechnungshof beschränkte sich auf die Überprüfung der Rechtsgeschäfte mit Zahlungen an juristische und natürliche Personen im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen. Dazu sollte dargestellt werden, inwieweit die Zahlungen beziehungsweise die Vereinbarungen im Einklang mit oder aufgrund einer Kommunikationsstrategie der überprüften Gesellschaft erfolgten oder ob es sich um „ad hoc Rechtsgeschäfte“ handelte.

Für den Zeitraum von März 2017 bis zum Beginn der Prüfung im Mai 2022 sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden vom geprüften Unternehmen Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte bzw. Kosten?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Kooperationsvereinbarungen (zB. Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur) abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten für das geprüfte Unternehmen?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Vereinbarungen über Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen abgeschlossen, welche Leistungen wurden dabei bezogen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

- In welchen Vereinen waren die geprüften Unternehmen Mitglieder und wie hoch waren die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

Zeithorizont und Datensätze

Die Antragstellenden erwarteten sich bis zum 20. Juni 2022 einen Vorbericht mit den bis dahin vorliegenden Prüfungsergebnissen und bis 30. September 2022 einen Endbericht. Die ausgewerteten Daten und Tabellen sollten dem NÖ Landtag in maschinenlesbarer Form zur Verfügung gestellt werden.

Die NÖ Landesverfassung 1979 verpflichtet den Landesrechnungshof dazu, dem Rechnungshofausschuss regelmäßig über seine Überprüfungstätigkeit zu berichten und über besondere Wahrnehmungen unverzüglich Bericht zu erstatten. Zeithorizonte und Vorberichte sah die Landesverfassung nicht vor. Dem standen mündliche Informationen über die Umsetzung des Prüfauftrags am 30. Juni 2022 nicht entgegen.

1.2 Prüfungsmethode

Auch die Umsetzung des Prüfauftrags orientierte sich methodisch an den Standards und Richtlinien der INTOSAI, den „International Standards of Supreme Audit Institutions“ und der EURORAI, der European Organisation of Regional Audit Institutions (Europäische Organisation der regionalen externen Institutionen zur Kontrolle des öffentlichen Finanzwesens).

Der Landesrechnungshof überprüfte die im Prüfauftrag angeführten Rechtsträger gesondert. Er übermittelte den Prüfauftrag der Geschäftsführung der NÖ Familienland GmbH und forderte dazu Daten und Unterlagen nach einer vorgegebenen Struktur an. Die Daten mussten in eine Excel-Tabelle exportiert beziehungsweise eingetragen und erläutert beziehungsweise belegt werden. Die Übermittlung der Daten und Unterlagen erfolgte über eine verschlüsselte Cloud (NÖ-Box) oder eine andere sichere Verbindung.

Die NÖ Familienland GmbH bestätigte im Zuge der Schlussbesprechung am 9. November 2022 die Vollständigkeit der übermittelten Daten und Unterlagen.

Der Prüfauftrag stellte auf Zahlungsflüsse, Zahlungen, Auftragswerte, Kosten, Förderbeträge und Spendenbeträge ab. Daher erhob der Landesrechnungshof zunächst die Aufwendungen und ermittelte im Rahmen von stichprobenartigen Überprüfungen die Auftragswerte. Ausgehend von 138 Stichproben pro Prüfauftrag nach einem standardisierten Verfahren, führte er vertiefende Überprüfungen in zehn ausgewählten Fällen durch. Diese Anzahl ergab sich aus einer Stichprobenberechnung auf Grundlage der Grundgesamtheit der Leistungsträger aller vom Prüfauftrag umfassten Gesellschaften. Dazu holte er ergänzende

Informationen ein und nahm Einsicht in Geschäftsstücke. Dabei konnte er teilweise auf seinen Bericht 13/2020 „NÖ Familienland GmbH“ zurückgreifen.

Der Landesrechnungshof verarbeitete die Daten und Informationen ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen, unter Wahrung des Datenschutzes sowie von Amts-, Bank-, Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen.

1.3 Berichterstattung

Der Bericht wurde grundsätzlich in einer geschlechtergerechten Sprache verfasst. Personenbezogene Bezeichnungen, die nur in einer Form verwendet wurden, um die Lesbarkeit zu erleichtern, umfassten alle Personen gleichermaßen, unabhängig von einem Geschlecht.

Außerdem wurde auf eine leichte Verständlichkeit bei maschineller Wiedergabe für Menschen mit Beeinträchtigungen geachtet und daher zum Beispiel auf Abkürzungen verzichtet, Inhalte von Tabellen verbal eingeleitet und erklärt sowie Zahlen auf- oder abgerundet. Die Darstellung in Millionen Euro kann in Ausnahmefällen Rundungsdifferenzen aufweisen. Die Beträge enthalten bei Inseraten die Werbeabgabe.

2. Gebarungsumfang und Kenndaten

Die NÖ Familienland GmbH befand sich im Alleineigentum des Landes NÖ und verfügte über ein Stammkapital von 150.000,00 Euro, ihre Bilanzsumme betrug zum 31. Dezember 2021 rund 6,41 Millionen Euro.

Da das zuständige Finanzamt der NÖ Familienland GmbH insgesamt einen gemeinnützigen Zweck, ausgenommen für das Magazin „Familienzeit - Das NÖ Familienmagazin für alle Generationen“ zuerkannte, bestand keine Vorsteuerabzugsberechtigung.

Die folgende Tabelle fasst Kenndaten zum Gebarungsumfang der NÖ Familienland GmbH zum 31. Dezember 2021 zusammen:

Tabelle 1: Kenndaten der NÖ Familienland GmbH

Kenndaten	31. Dezember 2021
Bilanzsumme in Euro	6.407.159,50
Stand Kapitalrücklagen in Euro	5.466.325,53
Umsatzerlöse und sonstige betriebliche Erträge in Euro	9.201.580,06
Jahresfehlbetrag vor Auflösung von Rücklagen in Euro	-1.415.025,73
Anzahl der Beschäftigten/Vollzeitäquivalente im Kernteam	27/22,30
Anzahl des pädagogisch ausgebildeten Personals	302
Personalaufwand in Euro	9.244.021,99
Sachaufwand in Euro	1.372.583,80
davon Aufwand für Inserate und Werbung und Dienstleistungen in Euro	369.979,83

Quelle: Jahresabschluss 2021

Im Jahr 2021 finanzierte sich die NÖ Familienland GmbH aus Umsatzerlösen von 8,91 Millionen Euro, aus einer teilweisen Auflösung nicht gebundener Rücklagen aus Gesellschafterzuschüssen von 1,42 Millionen Euro, sonstigen betrieblichen Erträgen von 0,28 Millionen Euro, die vor allem aus personalbezogenen Beihilfen und Vergütungen bestanden, sowie aus Zinserträgen von 3.902,60 Euro. Die Teilauflösung reduzierte die nicht gebundenen Rücklagen von 6,89 Millionen Euro im Jahr 2020 um 1,42 Millionen auf 5,47 Millionen Euro im Jahr 2021.

Im Jahr 2021 beliefen sich die Gesamtaufwendungen auf 10,61 Millionen Euro. Davon entfielen 9,24 Millionen Euro oder rund 87,1 Prozent auf den Personalaufwand sowie 1,37 Millionen Euro oder 12,9 Prozent auf den Sachaufwand für Material, Abschreibungen und sonstige betriebliche Aufwendungen.

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betätigte sich die NÖ Familienland GmbH als Anlaufstelle zum Thema Familien und Generationen und war Kooperationspartner von NÖ Gemeinden im Rahmen der schulischen Tages- und Ferienbetreuung. Sie betrieb das NÖ Spielplatzbüro zur Errichtung von Spielplatz- und Schulfreirauprojekten, publizierte unter anderem das Magazin „Familienzeit - Das NÖ Familienmagazin für alle Generationen“ und wickelte ab Juni 2020 den NÖ Familienpass ab. Die Gesellschaft richtete zudem Veranstaltungen aus und vermittelte ihre Familienarbeit im Internet und in sozialen Medien.

Die NÖ Familienland GmbH legte Wert auf die Feststellung, dass sie die Werbe- und Marketingleistung im Bereich des NÖ Familienpasses und der Kinder Business Week selbst erbrachte.

3. Zuständigkeiten

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bestanden im Zusammenhang mit der NÖ Familienland GmbH folgende Zuständigkeiten der NÖ Landesregierung und des Amtes der NÖ Landesregierung:

3.1 NÖ Landesregierung

Aufgrund der Verordnung über die Geschäftsordnung der NÖ Landesregierung fielen unter anderem die Verwaltung der Gesellschaftsanteile des Landes NÖ und der daraus erzielten Einnahmen, soweit diese Angelegenheiten keinem anderen Mitglied der NÖ Landesregierung zugewiesen waren, sowie die Entsendung von Vertreterinnen und Vertretern des Landes NÖ oder der NÖ Landesregierung in öffentliche Körperschaften oder andere juristische Personen ab 19. April 2017 in die Zuständigkeit von Landeshauptfrau Mag.^a Johanna Mikl-Leitner. Davor war der damalige Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll dafür zuständig.

Dem Landesrat für Finanzen und Mobilität Dipl.-Ing. Ludwig Schleritzko waren die Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens zugeordnet.

Die Angelegenheiten des NÖ Familiengesetzes, die Verwaltung der Anteile des Landes NÖ in der NÖ Familienland GmbH sowie die Angelegenheiten der Pflichtschulen, des NÖ Kinderbetreuungsgesetzes 1996 und der Bildungsdirektion übernahm Landesrätin für Bildung, Familien und Soziales Mag.^a Christiane Teschl-Hofmeister ab 22. März 2018 von der damaligen Landesrätin Mag.^a Barbara Schwarz.

Der kollegialen Beratung und Beschlussfassung der NÖ Landesregierung unterlagen die Entsendung von Vertretern des Landes NÖ oder der NÖ Landesregierung in juristische Personen und vertragsmäßige Verpflichtungen des Landes NÖ über 170.000,00 Euro (ohne Umsatzsteuer) sowie Darlehen, Zinszuschüsse, Beihilfen und sonstige Förderungsmaßnahmen von über 80.000,00 Euro, soweit der Leistungsempfänger nicht im Landesvoranschlag bezeichnet war.

Den Beschluss über die Gründung der NÖ Familienland GmbH fasste die NÖ Landesregierung am 25. Juni 2013.

3.2 Amt der NÖ Landesregierung

Die Geschäftseinteilung des Amtes der NÖ Landesregierung wies die Aufgaben im Zusammenhang mit der NÖ Familienland GmbH folgenden Abteilungen zu:

Abteilung Gebäudeverwaltung LAD3

Der Abteilung Gebäudeverwaltung LAD3 oblagen die Angelegenheiten der drei Fachbereiche für Liegenschaften, Betriebe und Bedienstetenschutz. Die Abteilung schloss nach einem Vergabeverfahren mit Ausschreibung eine Rahmenvereinbarung für „Eventmanagement 2019“ ab, aus der auch Unternehmungen des Landes NÖ Leistungen abrufen konnten.

Abteilung Finanzen F1

In den Aufgabenbereich der Abteilung Finanzen F1 fielen neben den Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens unter anderem die Verwaltung der Gesellschaftsanteile des Landes NÖ, soweit diese Angelegenheiten nicht einer anderen Abteilung zugewiesen waren.

Abteilung Familien und Generationen F3

vormals Allgemeine Förderung und Stiftungsverwaltung F3

Der Abteilung Allgemeine Förderung und Stiftungsverwaltung F3 oblagen unter anderem die Förderung der Familien und der Tagesbetreuung nach dem NÖ Kinderbetreuungsgesetz 1996 sowie bis zum 29. Februar 2020 die Beteiligungsverwaltung in Bezug auf die NÖ Familienland GmbH.

Ab 1. März 2020 hieß die Abteilung „Familien und Generationen F3“.

Abteilung Soziales und Generationenförderung GS5

Die Abteilung Soziales und Generationenförderung GS5 übernahm ab 1. März 2020 die Generationenförderung (Jugend, Familien, Frauen und Senioren), das Landesjugendreferat, die Angelegenheiten des NÖ Seniorengesetzes sowie die Beteiligungsverwaltung in Bezug auf die NÖ Familienland GmbH.

Abteilung Schulen K4

In die Zuständigkeit der Abteilung Schulen K4 fielen die Angelegenheiten der Errichtung, Erhaltung und Auflassung der öffentlichen Volks-, Haupt-, Neuen NÖ Mittel- und Sonderschulen, der Polytechnischen Schulen, der Sonderschule für körperbehinderte Kinder Wiener Neustadt und des Heims mit medizinisch-therapeutischer Rehabilitation (Waldschule) sowie der Bildungsdirektion Niederösterreich.

Abteilung Kindergärten K5

Die Abteilung Kindergärten K5 übernahm ab 1. März 2020 die Förderung der Tagesbetreuung nach dem NÖ Kinderbetreuungsgesetz 1996 von der Abteilung Allgemeine Förderung und Stiftungsverwaltung F3.

3.3 Bildungsdirektion Niederösterreich

Die Bildungsdirektion Niederösterreich löste mit 1. Jänner 2019 den Landes-schulrat (Bundesbehörde) ab und übernahm als Bund-Land-Behörde die Vollziehung des Schulrechts. Ihr kam unter Wahrung der Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit die Aufgabe eines Kompetenzzentrums im Schul- und Erziehungswesen zu.

In Angelegenheiten des Bundesvollzugs bestand Weisungsgebundenheit gegenüber dem zuständigen Bundesminister und im Landesvollzug gegenüber der NÖ Landesregierung beziehungsweise dem zuständigen Mitglied der NÖ Landesregierung.

Mit 1. Jänner 2019 fielen NÖ Horte und Förderungen von infrastrukturellen und personellen Maßnahmen in der schulischen Tagesbetreuung in die Zuständigkeit der Bildungsdirektion.

4. Rechtliche Grundlagen

Den rechtlichen Rahmen für die NÖ Familienland GmbH und deren Rechtsgeschäfte im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen bildeten bundes- und landesgesetzliche Grundlagen.

4.1 Bundesrecht

Zu den maßgeblichen Bundesgesetzen zählten das Gesetz über die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH-Gesetz), RGBl 1906/58, das Bundesgesetz über die Vergabe von Aufträgen (Bundesvergabegesetz 2018, BVergG 2018), BGBl I 2018/65, das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz – DSGVO), BGBl I 1999/165 und die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), namens Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr.

Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung

Das Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung regelte unter anderem die Errichtung, die Organisation, die Rechtsverhältnisse der Gesellschaft und der Gesellschafter, die Stellung im Rechtsverkehr sowie deren Auflösung. Zudem legte das Gesetz fest, welche Regelungen die Errichtungserklärung enthalten musste.

Datenschutzgesetz und Datenschutz-Grundverordnung

Das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten ergänzte die Datenschutz-Grundverordnung des Europäischen Parlaments und des Rats zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr, die in Österreich unmittelbar anzuwenden war.

Bundesvergabegesetz 2018 – BVergG 2018

Das Bundesgesetz über die Vergabe von Aufträgen regelte das Beschaffungswesen von Bund, Ländern, Gemeinden, öffentlichen Einrichtungen und so genannten Sektorenauftraggebern, die zur Versorgung der Allgemeinheit tätig wurden. Die Regelungen galten für Vergaben von Bau-, Liefer- und Dienstleistungsaufträgen. Das anzuwendende Vergabeverfahren richtete sich nach dem – geschätzten – Auftragswert, wobei im Ober- und im Unterschwellenbereich unterschiedliche Verfahren anzuwenden waren.

4.2 Landesrecht

Für Angelegenheiten und Rechtsgeschäfte der NÖ Familienland GmbH im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen galten auch Rechtsvorschriften des Landes NÖ und der Gesellschaft.

NÖ Landesverfassung 1979

Die NÖ Landesverfassung 1979, LGBl 0001, hob Jugend, Familie und ältere Generation in Zielen und Grundsätzen des staatlichen Handelns hervor (Artikel 4 Punkt 4 NÖ LV 1979). Demnach hatte das Land NÖ die Familie in ihren verschiedenen Erscheinungsformen zu unterstützen und in Anbetracht, dass Kinder aufgrund ihrer Verletzbarkeit besonderem Schutz und besonderer Fürsorge bedürfen, ihre Anliegen im Sinn der Konvention der Vereinten Nationen über die Rechte des Kindes, BGBl 1993/7, besonders zu fördern, sowie die Interessen der älteren Generation zu unterstützen und ein Altern in Würde zu sichern.

NÖ Familiengesetz

Das NÖ Familiengesetz, LGBl 3505, verfolgte die Zielsetzung, die Familie als Form menschlichen Zusammenlebens zu unterstützen und dabei die Eigenverantwortung der Familie und deren Vertretungen zu fördern, ohne die persönlichen Freiheiten der Familien dabei zu beeinträchtigen.

Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie stellte ein zentrales Anliegen dar, welches das Land NÖ mit verschiedenen Maßnahmen in und außerhalb der NÖ Landesverwaltung verfolgte. Dazu zählten Gleichstellungs- und Frauenförderungsprogramme oder der Leitfaden „Elternorientierte Personalpolitik mit Fokus auf Väter in Niederösterreich“ sowie der Ausbau von Kinderbetreuungseinrichtungen.

Handbuch Beteiligungsmanagement

Das „Handbuch Beteiligungsmanagement des Bundeslandes Niederösterreich“, Beilage zur Dienstanweisung „Rechnungsabschluss des Landes Niederösterreich, Durchführung“, 01-02/00-0170, vom 23. Juni 2009, enthielt die Anforderungen an eine wirtschaftliche und wirksame Beteiligungsverwaltung des Landes NÖ sowie die dafür erforderlichen Organisations- und Steuerungsgrundlagen. Ziel war, öffentliche Aufgaben durch die Beteiligung an einer Unternehmung oder durch die Gründung einer Landesgesellschaft noch effizienter vornehmen zu können. Den Fachabteilungen oblagen die Wahrnehmung der Budget- und Ressourcenverantwortung sowie der Steuerung der zugeordneten Gesellschaften mit messbaren Finanz- und Leistungszielen, weiters die Wahrnehmung der Gesellschafterrechte, die Erstellung von Vorlagen für die NÖ Landesregierung und den NÖ Landtag, das Berichtswesen und Controlling. Die Steuerung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung konnte mit Gesellschafterweisungen sowie mit Geschäftsbesorgungs- und Leistungsverträgen erfolgen.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die angeführte Dienstanweisung mit 10. Juni 2022 aufgehoben wurde, weil diese nicht mehr der Voranschlags- und Rechnungsabschlussverordnung 2015 – VRV 2015 (VRV 2015) entsprach. Die Abteilung Finanzen F1 plante, das Beteiligungshandbuch neu aufzusetzen.

Ergebnis 1

Die NÖ Landesregierung sollte ein zweckmäßiges Regelwerk für die Verwaltung der Anteile des Landes ausarbeiten lassen und verbindlich in Kraft setzen.

Stellungnahme der NÖ Landesregierung:

Die Empfehlung des Landesrechnungshofes Niederösterreich wird umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Rahmenvereinbarung Eventmanagement 2019

Für Rechtsgeschäfte sowie Kooperationen im Zusammenhang mit Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen bestand seit 24. März 2020 eine Rahmenvereinbarung des Landes NÖ mit vier Vertragspartnern. Die Rahmenvereinbarung beruhte auf einer europaweiten Ausschreibung von Leistungen für Eventagenturen nach dem Bundesvergabegesetz 2018 und dem Bestbieterprinzip im Jahr 2019.

Den Gegenstand der Vereinbarung bildete die Organisation von Veranstaltungen der NÖ Landesregierung und des NÖ Landtags. Dazu zählten Empfänge, Konferenzen, Workshops, Bürgerinformationen und messeähnliche Veranstaltungen. Die Laufzeit endete 2023 (Beschluss der NÖ Landesregierung vom 18. Februar 2020).

Die Leistungen konnten nach dem Rotationsprinzip aus der Rahmenvereinbarung abgerufen oder die Vertragspartner zur Angebotslegung eingeladen werden. Die Vereinbarung galt auch für taxativ angeführte landesnahe Gesellschaften und Vereine, darunter auch die NÖ Familienland GmbH. Eine Abnahmeverpflichtung bestand nicht.

Die NÖ Familienland GmbH hatte für die Planung einer digitalen Online-Veranstaltung Angebote eingeholt, darunter auch eines von einem Partner aus der Rahmenvereinbarung. Dieses lag jedoch preislich über den Mitbewerbern.

5. Organisatorische Grundlagen

Die Errichtungserklärung der NÖ Familienland GmbH vom 16. Juli 2013 legte unter anderem Gegenstand und Zweck, Stammkapital, Geschäftsanteile, Organe (Gesellschafterversammlung, Geschäftsführung, Aufsichtsrat) sowie deren Aufgaben, Rechte und Pflichten, die Mittel zur Erreichung des Gesellschaftszwecks sowie die Rechnungslegung fest.

Sitz der Gesellschaft war in Sankt Pölten.

5.1 Aufgaben und Organe

Die NÖ Familienland GmbH verfolgte ausschließlich gemeinnützige Ziele und Zwecke, die partei- und konfessionsübergreifend verwirklicht werden sollten. Diese bestanden in der Förderung von Familien, Gemeinden und Institutionen bei der Erfüllung von familienbezogenen Aufgaben vor allem im Hinblick auf die Vereinbarkeit von Familie und Beruf.

Weitere Bereiche waren die Entwicklung, Erziehung und Bildung von Kindern und Jugendlichen, die Gesundheits- und Bewegungsförderung, die Entwicklung von ganzheitlichen und nachhaltigen Konzepten für alle Generationen im Hinblick auf ihre Lebensqualität sowie zur gesellschaftlichen Teilhabe der älteren Generation sowie die Aus- und Fortbildung aller in diesen Bereichen tätigen Personen.

Die NÖ Familienland GmbH verfügte über eine Generalversammlung, einen Aufsichtsrat und eine Geschäftsführung. Der Aufsichtsrat bestand seit 27. November 2018 (Konstituierung), weil die Gesellschaft im Jahr 2017 erstmals mehr als 300 Dienstnehmer beschäftigte. Damit war zwingend ein Aufsichtsrat einzurichten.

Generalversammlung

Die Generalversammlung bestand aus der Vertretung des Alleingeschafters Land NÖ und fasste ihre Beschlüsse mit einfacher Mehrheit. Die Vertretung oblag dem zuständigen Mitglied der NÖ Landesregierung beziehungsweise der Leitung der Abteilung Familien und Generationen vormals Allgemeine Förderung und Stiftungsverwaltung F3. Die Abteilungsleitung führte in den Generalversammlungen auch den Vorsitz oder im Verhinderungsfall die Stellvertretung des Abteilungsleiters. Weitere Teilnehmende waren Personen aus dem Büro des zuständigen Mitglieds der NÖ Landesregierung und sonstige Auskunftspersonen, wie der Steuerberater oder der Wirtschaftsprüfer.

Die Geschäftsführung hatte jährlich eine ordentliche Generalversammlung innerhalb der ersten acht Monate des Geschäftsjahrs einzuberufen. Die Errichtungserklärung ließ schriftliche Umlaufbeschlüsse und bei Eilbedürftigkeit mündliche Beschlüsse mit nachträglicher Niederschrift zu.

Der Generalversammlung blieben bestimmte Angelegenheiten vorbehalten, (Gesellschafterbeschluss) wie die Prüfung, die Feststellung und die Genehmigung des Jahresabschlusses, die Bestellung, Abberufung und Entlastung der Geschäftsführer und der Mitglieder des Aufsichtsrats sowie Abschluss und Beendigung von Dienstverträgen mit der Geschäftsführung.

Sie konnte der Geschäftsführung jederzeit mit Gesellschafterbeschluss geschäftsleitende Weisungen sowie eine Geschäftsordnung erteilen und darin Geschäftsverteilung, Geschäftsführungsbefugnisse, Berichtspflichten und Zustimmungsvorbehalte für bestimmte Maßnahmen und Rechtsgeschäfte festlegen. Davon wurde jedoch kein Gebrauch gemacht.

In der Zeit zwischen Gründung der Gesellschaft und Konstituierung des Aufsichtsrats am 27. November 2018 kamen der Generalversammlung die Aufgaben der Aufsicht und der Überwachung der Geschäftsführung und die Zustimmung zu bestimmten Rechtsgeschäften zu.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat setzte sich aus drei Mitgliedern zusammen. Vorsitz und Vorsitz-Stellvertretung hatten der Leiter der Abteilung Kunst und Kultur K1 sowie der Leiter der Abteilung Allgemeine Förderung und Stiftungsverwaltung F3 beziehungsweise der Abteilung Familien und Generationen F3 inne. Weiters gehörte dem Aufsichtsrat ein Vertreter der Bildungsdirektion Niederösterreich an.

Die Funktionsperiode der Aufsichtsratsmitglieder endete nach vier Jahren. Einzelne Aufsichtsratsmitglieder konnten wiedergewählt werden.

Der Aufsichtsrat hatte die Geschäftsführung zu überwachen, den Jahresabschluss, den Vorschlag für eine allfällige Gewinnverteilung sowie den Lagebericht zu prüfen und der Generalversammlung darüber zu berichten, den Abschlussprüfer vorzuschlagen und nach dessen Wahl unter Vertrag zu nehmen.

Weitere Aufgaben waren die Festlegung der allgemeinen Grundsätze der Geschäftspolitik, die Gewährung von allfälligen Pensionszusagen und der Abschluss von allfälligen Verträgen mit Mitgliedern des Aufsichtsrats.

Die Errichtungserklärung verlangte die Zustimmung des Aufsichtsrats für Erwerb, Veräußerung und Stilllegung von Beteiligungen und Betrieben, für Errichtung und Schließung von Zweigniederlassungen, Geschäftszweigen und Produktionsarten, für Erwerb, Veräußerung und Belastung von Liegenschaften, für Investitionen sowie für Aufnahme von Anleihen, Darlehen und Krediten oder Gewährung von Darlehen und Krediten von 50.000,00 Euro im Einzelnen oder von 200.000,00 Euro in einem Geschäftsjahr.

In jedem Quartal fand satzungsgemäß eine Aufsichtsratssitzung statt. Die Geschäftsführung legte dazu die Tagesordnung, das genehmigte Protokoll der vorangegangenen Aufsichtsratssitzung und weitere Unterlagen, wie den Bericht über die Finanzen und Tätigkeiten des abgelaufenen Quartals vor.

Der Abschlussprüfer nahm jährlich an jener Aufsichtsratssitzung, in der der Jahresabschluss genehmigt wurde, persönlich teil.

Geschäftsführung

Die NÖ Familienland GmbH verfügte über eine allein vertretungsbefugte Geschäftsführung und mit 11. September 2018 über zwei Personen mit einer Prokura. Diese konnten die Gesellschaft in Form einer Gesamtprokura gemeinsam vertreten. Aufgaben und Vertretungsbefugnisse waren nicht festgelegt.

Daher hatte der Landesrechnungshof im Bericht „NÖ Familienland GmbH“ (Bericht 13/2020) empfohlen, dass die Geschäftsführung – wie in der Errichtungserklärung vorgesehen – eine Geschäftsordnung erstellt und der Generalversammlung zur Genehmigung vorlegt. Darin sollten Aufgaben, Verantwortlichkeiten, Vertretung und Fertigungsbefugnisse geregelt werden.

Die Geschäftsordnung wurde dem Aufsichtsrat in der Aufsichtsratssitzung am 28. September 2022 zur Kenntnis gebracht und zur Beschlussfassung im Zuge der nächsten Generalversammlung vorgelegt.

5.2 Stabstellen und Fachbereiche

Die NÖ Familienland GmbH gliederte sich in Geschäftsführung, Prokura, sieben Stabstellen und vier Fachbereiche „Serviceleistungen Familie“, „Vereinbarkeit Familie und Beruf“, „Bewegungs- und Begegnungsräume“ und „Denkwerkstatt Familie“.

Stabstellen bestanden für Personalmanagement, Finanzen, Assistenz/Administration, Projektentwicklung, Informationstechnologie/Datenschutzkoordination, Kommunikation/Marketing/Veranstaltungen und „Familienzeit - Das NÖ Familienmagazin für alle Generationen“.

Stabstelle Kommunikation/Marketing/Veranstaltungen

Die Stabstelle Kommunikation/Marketing/Veranstaltungen war für die fachübergreifende Koordination der Kommunikations- und Marketingmaßnahmen sowie für die Planung und Durchführung aller Veranstaltungen zuständig. Außerdem betrieb die Stabstelle den Verlag für das Familienmagazin, stellte die erforderlichen Grafikleistungen bereit und verantwortete die Öffentlichkeitsarbeit. Dazu zählte auch die Herausgabe von Werbemitteln.

5.3 Internes Kontrollsystem

Die interne Vorschrift „Ablauf Beauftragungen für diverse Leistungen“ (Stand März 2020) regelte den Prozess für Beauftragungen durch Mitarbeitende der NÖ Familienland GmbH. Die Regelungen beinhalteten auch Unterschriftsberechtigungen mit Betragsgrenzen sowie die Einhaltung eines Vier-Augen-Prinzips. Regelungen zur Annahme von Einladungen und Geschenkkannahmen bestanden nicht.

Der Landesrechnungshof verwies daher beispielhaft auf die Dienstanweisung „Landesbedienstete; verbotene Geschenkkannahme und Ehrungen, Korruptionsprävention“ vom 18. März 2022 und an den gemeinsamen Verhaltenskodex zur Korruptionsprävention im öffentlichen Dienst „Die VerANTWORTung liegt bei mir“ des Landes NÖ und des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport aus dem Jahr 2021.

Er empfahl der NÖ Familienland GmbH, eine verbindliche Vorgehensweise zu Korruptionsprävention, Geschenkkannahme, Spenden, aktivem und passivem Sponsoring sowie anderen als korruptionsanfällig geltenden Bereichen festzulegen und ihrem Personal zu vermitteln.

Ergebnis 2

Die NÖ Familienland GmbH sollte eine verbindliche Vorgehensweise zur Korruptionsprävention festlegen und ihrem Personal vermitteln.

Stellungnahme der NÖ Familienland GmbH:

Der Empfehlung des Landesrechnungshofes wurde bereits entsprochen.

So wurden den Mitarbeitenden der NÖ Familienland GmbH verbindlich der Verhaltenskodex zur Korruptionsprävention im öffentlichen Dienst, die Dienstanweisung „Landesbedienstete; verbotene Geschenkkannahme und Ehrungen, Korruptionsprävention“ sowie das E-Learning-Programm des Landes NÖ vermittelt, um weiterhin eine objektive, regelkonforme und unabhängige Erledigung der übertragenen Aufgaben zu gewährleisten sowie eine korruptionsfreie und integre Organisationskultur zu vertreten und umsetzen zu können.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

6. Strategische Grundlagen

Die NÖ Familienland GmbH verfügte über ein Kommunikationskonzept vom 28. September 2021, ein Social-Media-Konzept vom Mai 2019 sowie über Jahrespläne für die Öffentlichkeitsarbeit (Mediaplan).

6.1 Kommunikationskonzept

Das Kommunikationskonzept der NÖ Familienland GmbH vom 28. September 2021 beschrieb in vier Abschnitten die Ausgangslage, das Selbstverständnis „Wer wir sind“, die Aufgaben „Was wir tun“ und die Marketinginstrumente der Gesellschaft.

Zielgruppe

Zielgruppe waren Familien in allen Erscheinungsformen, Großeltern, Eltern mit Wohnsitz in Niederösterreich und Kindern zwischen 0 und 18 Jahren, weiters Personen, die Familien gründen wollen oder sich sonst für Themen Familie, Kinderbetreuung, Familienservice, Elternschaft und diesbezügliche Veranstaltungen interessierten.

Die NÖ Familienland GmbH strebte an, mit Anzeigen beziehungsweise mit Inseraten und Werbung ihre Zielgruppe so breit wie möglich zu erreichen und über ihre Projekte für Familien zu informieren.

Ausgangslage

Der Abschnitt „Ausgangslage“ stellte dar, dass rund 470.000 Familien in Niederösterreich leben, und das NÖ Familiengesetz die rechtliche und strategische Grundlage für die Familienarbeit sowie für die Familienförderung bildete.

Wer wir sind

Der Abschnitt „Wer wir sind“ verortete den Begriff „Familie“ überall dort hin, wo Menschen füreinander Verantwortung übernehmen und für alle Mitglieder, alle Generationen und alle Rollen in einer Familie gedacht wird. Dieses Verständnis von Familie als vielfältiges System aus Familienmitgliedern aller Generationen drückte die NÖ Familienland GmbH im Logo mit den Worten „Generationen.Leben.Zukunft“ sowie in den Bildwelten für das Marketing aus.

Was wir tun

Der Abschnitt „Was wir tun“ gliederte sich in „Serviceleistungen Familie“, „Vereinbarkeit von Beruf und Familie“ sowie „Bewegungs- und Begegnungsräume“ und spiegelte damit die Fachbereiche wider.

Dieser Abschnitt richtete die Arbeit der NÖ Familienland GmbH auf konkrete und auf die Bedürfnislagen der Familien abgestimmte Unterstützung in direkter und indirekter Form über Projekte mit Gemeinden, Schulen und anderen familienrelevanten Einrichtungen aus.

Die „Serviceleistungen Familie“ waren als erste Ansprechstelle für Familien und Familienservice (Familienhotline) konzipiert und umfasste auch den Familienpass.

Den Abschnitt „Vereinbarkeit von Familie und Beruf“ richtete das Kommunikationskonzept auf die qualitätsvolle schulische Tagesbetreuung in Pflichtschulen sowie die qualitätsvolle Ferienbetreuung mit Lernwerkstätten in der unterrichtsfreien Zeit aus, welche die NÖ Familienland GmbH als Partnerin der NÖ Gemeinden anbot.

Diese Angebote umfassten neben Beratung und Information auch eine digitale Lernwerkstatt, Leitfäden für die Errichtung und für die pädagogische Arbeit sowie die Ausbildung und das Berufsbild für Freizeitpädagogik.

Ein weiteres Angebot stellte die Unterstützung von Spielplatz- und Schulfreiraumprojekten dar, das sich an NÖ Gemeinden, Schulen, Eltern und alle richtete, die sich für qualitätsvolle öffentliche Spielräume einsetzten.

Mit dem Landeswettbewerb „Familienfreundlicher Betrieb“, den die Gesellschaft mit Partnern durchführte, sollten familienfreundliche Betriebe ausgezeichnet und einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt werden. Die Bewertung bezog sich unter anderem auf Beschäftigungsformen, Arbeitszeitmodelle, Karenz und Wiedereinstieg, Weiterbildungsmöglichkeiten und Unternehmenskultur.

Marketinginstrumente

Marketinginstrumente waren „Pressearbeit“, „NÖFAM Webseiten“, „NÖ Familienland Newsletter“, das Magazin „Familienzeit - das NÖ Familienmagazin für alle Generationen“, „Social Media“, „Veranstaltungen“, „Werbemittel und Merchandising“ und „Mediaplanung NÖ Familienland GmbH“.

Diese Instrumente sollten einen leichten Zugang zu verlässlichen, gut aufbereiteten Informationen über Angebote, Familienthemen und Projekte, aber auch Unterhaltung bieten, einen Dialog mit Familien und Anspruchsgruppen anstoßen sowie eine wachsende „Fangemeinde“ in den Sozialen Medien aufbauen.

Das Kommunikationskonzept setzte dabei auf einen sich verstärkenden Kommunikationsmix aus Printmedien mit Presseaussendungen und dem Familienmagazin, aus den Webseiten „noe-familienland.at“, „noe.familienpass.at“ und „noe-lernwerkstatt.digital“, zwei Service-Newslettern sowie den Social-Media-Kanälen „Facebook“ und „Instagram“. Damit konnten Informationen mehrfach verwertet und weiterverbreitet sowie Rückmeldungen eingeholt werden.

Printmedien

Das Kommunikationskonzept sah jährlich 60 Presseaussendungen an einen Presseverteiler, vier Newsletter jährlich für Freizeitpädagogik mit wissenswerten Berufsinformationen sowie sechs Newsletter jährlich für alle Generationen zu Familienthemen mit Hinweisen zu Veranstaltungen und Neuerscheinungen des Familienmagazins vor.

Das Familienmagazin erging mit einer Auflage von 120.000 Stück fünfmal jährlich an alle Inhaber des NÖ Familienpasses und andere Adressaten wie zum Beispiel die NÖ Landes- und Universitätskliniken. Sämtliche Ausgaben konnten auch von der Webseite heruntergeladen werden.

Webseiten

Im Jahr 2021 verzeichnete die NÖ Familienland GmbH auf ihren Webseiten „noe-familienland.at“ 16.146 Nutzende mit 112.182 Seitenaufrufen, auf „noe.familienpass.at“ 41.873 Nutzende mit 152.918 Seitenaufrufen und auf „noe-lernwerkstatt.digital“ 6.221 Nutzende mit 28.263 Seitenaufrufen.

Soziale Medien

Im Jahr 2019 startete der Social-Media-Auftritt auf Facebook und Instagram, um Informationen aktueller anbieten sowie Projekte und Veranstaltungen bewerben zu können. Das Social-Media-Konzept vom Mai 2019 richtete die Inhalte des Facebook-Auftritts auf Ausflugsziele, Gewinnspiele, Aus- und Rückblicke mit Fotos und Videos zu Projekten, Blogbeiträge mit elektronischen Verweisen (Links) zu anderen Internetangeboten, Netzauftritten (Webseite) und digitalen Ausgaben des Magazins „Familienzeit“. Ein Redaktionsplan Facebook legte Ideen und Verantwortlichkeiten für ein Jahr fest.

Mit Facebook sollten insgesamt 304.000 Personen der Zielgruppen Familien mit 200.000 Personen, Großeltern mit 40.000 Personen und potenzielle Familiengründer mit 64.000 Personen und jährlich 4.200 neue Anhänger beziehungsweise Follower erreicht werden.

Die Facebook Community (Anhängerschaft, Gemeinschaft) wuchs von 2.509 Anhängern im Jahr 2019 um 3.189 Personen auf 5.698 im Jahr 2020 sowie um weitere 2.223 Personen auf 7.921 Anhänger beziehungsweise Follower im Jahr 2021. Der angestrebte Zuwachs von 2.450 neuen Anhängern oder Followern im Jahr 2019 konnte erreicht werden.

Der Instagram Auftritt war auf das Teilen von Videos und Fotos sowie auf Informationen über Veranstaltungen ausgerichtet. Damit sollten insgesamt 182.700 Personen der Zielgruppen Familie mit 110.000, Großeltern mit 9.700 und mögliche Familiengründer mit 63.000 Personen sowie jährlich 2.400 neue Follower erreicht werden.

Die Instagram Community (Anhängerschaft, Gemeinschaft) wuchs von 727 Anhängern beziehungsweise Followern im Jahr 2019 um 530 auf 1.257 Personen im Jahr 2020 und um weitere 628 Personen auf 1.885 Anhänger beziehungsweise Follower im Jahr 2021. Der angestrebte Zielwert konnte damit nicht erreicht werden.

Veranstaltungsformate

Die Veranstaltungen sollten es den Familien ermöglichen, in erreichbarer Nähe und mit möglichst geringem Aufwand rund um das Jahr gemeinsame Feste und andere Veranstaltungen besuchen zu können. Dazu zählten das Familienfest auf der Schallaburg, die Ferienbetreuung und die Kinder Business Week, der Weltspieltag, Mitten drin im Leben - Café Viertel, das Spielefest auf der Schallaburg, die NÖ Familienskitage und regelmäßige Podiumsdiskussionen der Denkwerkstatt.

Werbemittel und Merchandising

Das Kommunikationskonzept sah vor, dass die NÖ Familienland GmbH eigene und fremde Veranstaltungen dazu nutzt, um über sich und ihre Angebote zu informieren. Dazu dienten Infostände, Roll-Ups, Beachflags, Transparente sowie die Verteilung von Werbeartikeln zur Kontaktaufnahme und als Erinnerungstücke. Zur Bewerbung dienten weiters Flyer, Folder, Plakate und Werbetafeln.

Mediaplanung der NÖ Familienland GmbH

Die Geschäftsführung plante im Herbst des laufenden Jahres die Öffentlichkeitsarbeit für das Folgejahr. Diese Jahresplanung gründete sich auf den Entwurf des Jahresbudgets, enthielt Themen sowie Termine für Pressekonferenzen und Veranstaltungen.

Laut Konzept erfolgte die Mediaplanung über Kennzahlen wie Tausender-Kontakt-Preis (TKP) und Tausender-Auflagen-Preis (TAP). Wegen des hohen Streuverlusts klammerte die Mediaplanung österreichweite Medien bis auf wenige Ausnahmen im Special-Interest-Bereich aus.

Die NÖ Familienland GmbH setzte auf die Niederösterreichteile von Tageszeitungen, Regionalmedien sowie Spezialmedien für Familien und Personen mit nicht deutschsprachigem Migrationshintergrund, darunter türkischsprachige Personen.

Print- und Online-Inserate und Werbung verknüpften die Langlebigkeit und Greifbarkeit der gedruckten Ausgabe mit der mobilen Verfügbarkeit der Online-Ausgabe und dem digitalen Werbeauftritt mit der eigenen Webseite.

Jahresplanung, Veranstaltungsprogramm und Kommunikationsmittel wurden mit der Abteilung Familien und Generationen F3, vormals Allgemeine Förderung und Stiftungsverwaltung F3, abgestimmt und rollierend an aktuelle Entwicklungen angepasst.

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass das Kommunikationskonzept und die Jahrespläne (Mediaplan) teilweise messbare Zielwerte, wie Auflagen, Reichweiten und Anhänger beziehungsweise Follower auf Facebook und Instagram, enthielten und mit den rechtlichen Grundlagen im Einklang standen.

Da die NÖ Familienland GmbH ihre Zielwerte bei Social Media und beim Familienpass teilweise verfehlte, empfahl der Landesrechnungshof, die Wirtschaftlichkeit, die Wirksamkeit und die Zweckmäßigkeit der eingesetzten Mittel und Strategien zu hinterfragen sowie das Kommunikationskonzept und die Mediaplanung weiterhin anzupassen.

Ergebnis 3

Die NÖ Familienland GmbH sollte die Wirtschaftlichkeit, Wirksamkeit und Zweckmäßigkeit ihres Kommunikationskonzepts und ihrer Mediaplanung weiterhin hinterfragen und diese gegebenenfalls anpassen.

Stellungnahme der NÖ Familienland GmbH:

Der Empfehlung des Landesrechnungshofes wird nachgekommen.

Das Kommunikationskonzept wird weiterhin laufend auf seine Wirtschaftlichkeit, Wirksamkeit und Zweckmäßigkeit überprüft sowie die Mediaplanung flexibel und zielgerichtet an aktuelle Entwicklungen angepasst, um sämtliche Kommunikationsaktivitäten und -mittel noch zielgerichteter und effizienter einsetzen zu können.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

6.2 Jahresausgaben

Die NÖ Familienland GmbH veranschlagte im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 insgesamt jeweils über rund eine Millionen Euro für Inserate und Werbung sowie für Dienstleistungen. In diesem Zeitraum gab die Gesellschaft in Summe für Inserate und Werbung einschließlich Werbemittel rund 1,12 Millionen Euro und für Dienstleistungen rund 0,94 Millionen Euro aus. Die folgende Tabelle zeigt wie sich diese Summen verteilen:

Tabelle 2: Ausgaben für Inserate, Werbung und Dienstleistungen in Euro

Ausgaben für	3-12/2017	2018	2019	2020	2021	1-5/2022
Inserate und Werbung	214.618,59	197.892,43	229.531,30	160.692,87	217.518,31	103.787,63
Dienstleistungen	157.200,71	172.984,67	137.806,00	93.898,70	152.461,52	224.220,84

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bewegten sich die Ausgaben für Inserate und Werbung zwischen rund 215.000,00 Euro in den Monaten März bis Dezember 2017 und rund 218.000,00 Euro im Jahr 2021. Die Ausgaben in den Monaten Jänner bis Mai 2022 betrugen rund 104.000,00 Euro. Am wenigsten Ausgaben fielen mit rund 160.700,00 Euro im Jahr 2020 an.

Die Ausgaben für Dienstleistungen bewegten sich in diesem Zeitraum von 157.200,71 Euro in den Monaten März bis Dezember 2017 und 224.220,84 Euro im Jahr 2022. Am wenigsten Ausgaben fielen mit 93.898,70 Euro im Jahr 2020 an. Die Ausgaben für Dienstleistungen betrafen das Familienmagazin, das Vorteilsgebersystem für den NÖ Familienpass, Veranstaltungsbetreuungen, Grafikleistungen für das Familienmagazin sowie die Betreuung und Vermarktung der Facebook und Instagram Konten.

Im Jahr 2021 betragen die Ausgaben für Inserate und Werbung sowie Dienstleistungen rund 27,0 Prozent des Sachaufwands.

7. Inserate und Werbung

In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden von der NÖ Familienland GmbH Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte beziehungsweise Kosten?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 schaltete die NÖ Familienland GmbH insgesamt 161 Inserate und Werbung in 21 verschiedenen Print-, Online und Rundfunkmedien in der Gesamthöhe von 969.062,19 Euro. Zudem fielen Ausgaben für Werbemittel in der Gesamthöhe von 154.978,94 Euro an.

7.1 Verteilung der Ausgaben

Die NÖ Familienland GmbH gab an, bei der Auswahl der Medien die Reichweite, die Streuung in den Regionen sowie die Erreichbarkeit nicht deutschsprachiger Familien mit Migrationshintergrund zu berücksichtigen.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Gesamtausgaben auf Print-, Online- und Rundfunkmedien sowie auf Werbemittel von März 2017 bis Mai 2022:

Tabelle 3: Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung sowie Werbemittel auf Medien beziehungsweise Geschäftspartner von März 2017 bis Mai 2022

Medien	Betrag in Euro	Anteil in Prozent	Anzahl der Buchungen	Anzahl der Medien/Partner
Printmedien	829.217,65	73,8 %	139	17
Onlinemedien	46.694,54	4,1 %	12	3
Rundfunkmedien	93.150,00	8,3 %	9	1
Werbemittel	154.978,94	13,8 %	133	36
Summe	1.124.041,13	100,0 %	293	57

Die 139 Zahlungen an 17 Printmedien betragen insgesamt 829.217,65 Euro, zwölf Zahlungen betrafen Onlineinserate in drei Medien um insgesamt 46.694,54 Euro. Neun Rundfunkwerbungen in einem Medium kosteten 93.150,00 Euro.

Unter die 133 Zahlungen für Werbemittel in Höhe von 154.978,94 Euro fielen im Wesentlichen Ausgaben für Drucksorten, Schreibmaterialien, Werbewände, Fotoshootings, Relaunch der Webseite, Broschüren und ein Seniorenprojekt (Mittendrin im Leben).

Verteilung der Ausgaben nach Schwerpunkten

Die folgende Tabelle zeigt die thematische Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung sowie für Werbemittel nach Kommunikationsschwerpunkten von März 2017 bis Mai 2022:

Tabelle 4: Ausgaben für Inserate und Werbung nach strategischen Schwerpunkten von März 2017 bis Mai 2022

Schwerpunkte gemäß Kommunikationskonzept	Betrag in Euro	Anteil in Prozent	Anzahl der Buchungen
Präsentation der NÖ Familienland GmbH	29.459,25	2,6 %	24
Serviceleistungen	558.229,24	49,7 %	87
Marketing	536.352,64	47,7 %	182
Summe	1.124.041,13	100,0 %	293

Die Gesamtausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel betragen 1.124.041,13 Euro. Davon entfielen 29.459,25 Euro oder 2,6 Prozent auf die Präsentation der NÖ Familienland GmbH, weitere 558.229,24 Euro oder 49,7 Prozent auf Serviceleistungen, wie zum Beispiel den NÖ Familienpass, die schulische Tagesbetreuung, die Ferienbetreuung und auf die Bewegungs- und Begegnungsräume. Die Ausgaben in Höhe von 536.352,64 Euro oder 47,7 Prozent betrafen Marketingausgaben für die Pressearbeit, Social Media und Webseiten, den Familienland Newsletter und Familienzeit das „NÖ Familienmagazin für alle Generationen“ sowie Werbemittel und Merchandising.

Verteilung der Ausgaben nach Mediengruppen

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Gesamtausgaben von 1.124.041,13 Euro für Inserate und Werbung nach Mediengruppen, wobei Print-, Online- und Rundfunk-Ausgaben eines Mediums zu einer Mediengruppe zusammengefasst wurden:

Tabelle 5: Verteilung der Gesamtausgaben auf Mediengruppen und Geschäftspartner im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022

Mediengruppen	Summe in Euro	in Prozent
Mediengruppe 1	364.405,02	32,4 %
Mediengruppe 2	194.972,31	17,4 %
Mediengruppe 3	93.150,00	8,3 %
Mediengruppe 4	82.517,40	7,3 %
Mediengruppe 5	82.070,42	7,3 %
Mediengruppen 6 bis 55	36.490,80 - 12,00	< 3,2 %
Gesamtausgaben	1.124.041,13	100,0 %

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 entfielen auf die Mediengruppe mit der höchsten Summe 364.405,02 Euro oder 32,42 Prozent der Gesamtausgaben für Inserate und Werbung, gefolgt von Mediengruppen mit 194.972,31 Euro oder 17,35 Prozent beziehungsweise 93.150,00 Euro oder 8,29 Prozent.

Zwei weitere Mediengruppen bewegten sich mit rund 82.500,00 Euro beziehungsweise rund 82.000,00 Euro bei jeweils rund 7,3 Prozent der Gesamtausgaben. Der Rest lag zwischen 36.490,80 und 12,00 Euro beziehungsweise unter 3,2 Prozent.

Mit der Verteilung der Gesamtausgaben für Inserate und Werbung konnten eine regionale Verteilung sowie nicht deutschsprachige Familien mit Migrationshintergrund erreicht werden.

Die Erfolgsnachweise bezogen sich auf den Familienpass, die Anzahl der Nutzenden und Seitenaufrufe auf den Webseiten und die Anzahl der Anhänger (Follower) der beiden Social-Media-Kanäle Facebook und Instagram und vermehrte Anfragen über die Hotline.

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass sich die NÖ Familienland GmbH auf ihre Zielgruppen (Familien, Familienmitglieder jeden Alters, Personen mit Interesse an Familien und Familiengründung) konzentrierte und Streuverluste möglichst vermied.

7.2 Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte aus den Ausgaben für Werbung und Inserate sechs Stichproben mit einer Summe von 34.832,05 Euro aus. Die Auswahl erfolgte risikoorientiert nach fachlicher Beurteilung der Buchungen und entsprach einem Anteil 10,5 Prozent der Geschäftspartner.

Die folgende Tabelle zeigt die Stichproben aus Werbung und Inseraten, gegliedert nach Betrag der Stichprobe, Tausenderpreis (Auflage, Kontakte), Thema und Medium (Tages- und Monatszeitungen, Rundfunkeinschaltungen und Onlineinserate):

Tabelle 6: Stichproben aus Werbung und Inseraten, Beträge in Euro

Stichprobe	Betrag	TK/TA Preis	Thema	Medium
Stichprobe 1	12.424,75	63	Ferienbetreuung in NÖ: Kinder Business Week und WIFI Kids-Academy sowie NÖ Familienfest und NÖ Spielefest	Tageszeitung
Stichprobe 2	5.040,00	29	Familienskitag, Familienfest und Kinder Business Week	Monatszeitung
Stichprobe 3	1.247,40	24	Ferienbetreuung in NÖ: Kinder Business Week und WIFI Kids-Academy	Monatszeitung
Stichprobe 4	315,00	-	Angebote im Bereich der Vereinbarkeit Familie und Beruf	Hörfunkeinschaltung
Stichprobe 5	7.812,00	-	Digitale NÖ Lernwerkstatt (digitale Lernbegleitung)	Onlineinserat
Stichprobe 6	7.992,90	10	100 Jahre NÖ Ferienwoche	Wochenzeitung und Onlineinserat

Die ersten drei Stichproben betrafen zwei halbseitige und ein viertelseitiges Printinserat in den Jahren 2017, 2018 und 2019 in einer Tages- beziehungsweise zwei Monatszeitungen.

Die Reichweiten der Tageszeitung und einer Monatszeitung betragen in Niederösterreich 200.000 beziehungsweise 175.000 Personen, die Auflage der zweiten Monatszeitung betrug 52.000 Stück in Niederösterreich und Wien.

Diese Einschaltungen dienten zur Bewerbung der Ferienbetreuungsprogramme „NÖ Kinder Business Week“ und „WIFI Kids Academy“ sowie des NÖ Familien- und NÖ Spielefests und des Familienskitags.

Für diese drei Stichproben zu Printinseraten fielen insgesamt 18.712,15 Euro an. Angebote und Nachweise über die Schaltungen lagen vor. Aufträge und Abrechnungen stimmten überein.

Die Stichprobe 4 umfasste einen entgeltlichen Hörfunkbeitrag über die schulische Tages- und Ferienbetreuung.

Der Auftrag von 20. Oktober 2020 umfasste ursprünglich zehn Hörfunk- und fünf Fernsehbeiträge mit einem Gesamtbetrag von 7.500,00 Euro. Aufgrund der Corona-Pandemie reduzierte die NÖ Familienland GmbH den Auftrag auf einen Hörfunkbeitrag. Der Preis entsprach dem reduzierten Auftrag. Ein Angebot und ein Nachweis für die Ausstrahlung lagen vor.

Die Reduktion des Auftrags aufgrund der Corona-Pandemie war sparsam, wirtschaftlich und zweckmäßig.

Die Stichprobe 5 betraf ein Onlineinserat um 7.812,00 Euro, das im Jahr 2021 zum Projekt „Die Digitale NÖ Lernwerkstatt“ in einem Onlinemedium geschaltet wurde, um das kostenlose Unterstützungsangebot „Digitale NÖ Lernwerkstatt“ für Familien in Niederösterreich zu bewerben. Die Plattform bot Videos und Tutorials (Anleitungen) zum selbstständigen Lernen und eine Vernetzungsmöglichkeit für die digitale Lernbegleitung. Ein Angebot und ein Nachweis für die Schaltung im vereinbarten Umfang lagen vor.

Die NÖ Familienland GmbH begründete die Auswahl mit der Reichweite von 160.000 Lesenden in Niederösterreich und 400.000 Aufrufen pro Quartal.

Die Stichprobe 6 betraf ein Inserat um insgesamt 7.992,90 Euro, das in der Print- und der Onlineausgabe eines Mediums im Jahr 2022 geschaltet wurde, um das Projekt „100 Jahre NÖ Ferienwoche“ zu bewerben. Die Auflage betrug 115.000 Stück mit einer Reichweite von 400.000 Lesenden.

Die insgesamt sechs Rechnungen stimmten mit den Angeboten überein. Nachweise über die Schaltungen und Bestätigungsvermerke über die sachliche und rechnerische Richtigkeit lagen vor.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Ausgaben für Inserate und Werbung mit dem Kommunikationskonzept, der Mediaplanung und dem Social-Media-Konzept im Einklang standen.

8. Förderungen

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der NÖ Familienland GmbH Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?

Im Zeitraum März 2017 bis Ende Mai 2022 vergab die NÖ Familienland GmbH keine Förderungen.

9. Spenden

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der NÖ Familienland GmbH Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gewährte die NÖ Familienland GmbH keine Spenden.

10. Sponsoring

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat die NÖ Familienland GmbH Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 schloss die NÖ Familienland GmbH keine Sponsoringvereinbarungen ab, die mit Auszahlungen verbunden waren.

Die Gesellschaft konnte jedoch Sponsoren für ihre Projekte dazu gewinnen.

11. Kooperationen

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat die NÖ Familienland GmbH Kooperationsvereinbarungen (zB. Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur) abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten für das geprüfte Unternehmen?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 schloss die NÖ Familienland GmbH keine Kooperationsvereinbarungen ab.

12. Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat die NÖ Familienland GmbH Vereinbarungen über Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen abgeschlossen, welche Leistungen wurden dabei bezogen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 nahm die NÖ Familienland GmbH insgesamt 105 Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen von sechs natürlichen beziehungsweise juristischen Personen mit einer Gesamthöhe von 938.572,44 Euro in Anspruch.

Das waren durchschnittlich rund 144.000,00 Euro im Jahr. Die Bandbreite betrug 93.898,70 Euro im Jahr 2020 und 224.220,84 Euro in den ersten fünf Monaten des Jahres 2022.

Die Dienstleistungen betrafen das Magazin „Familienzeit“, das Vorteilsgebersystem für den NÖ Familienpass, Veranstaltungsbetreuungen sowie die Betreuung und Vermarktung der Facebook und Instagram Konten.

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die 105 Zahlungen auf die unterschiedlichen Dienstleistungen und Personen beziehungsweise Geschäftspartner verteilten:

Tabelle 7: Verteilung der Ausgaben nach Dienstleistungen von März 2017 bis Mai 2022

Dienstleistungen	Betrag in Euro	Anzahl der Buchungen
Gewinnung neuer und Betreuung bestehender Vorteilsgeber beim NÖ Familienpass und Provisionen für den Verkauf von Inseraten (Magazin und Katalog)	492.456,53	28
Veranstaltungsbetreuungen für die NÖ Kinder Businessweek	194.400,00	4
Grafikleistungen für das Magazin „Familienzeit“	140.860,00	24
Einrichtung, Betreuung und Vermarktung der Facebook und Instagram Konten	110.855,91	49
Summe	938.572,44	105

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 erhielt eine Marketingservice GmbH insgesamt 28 Zahlungen in einer Gesamthöhe von 492.456,53 Euro. Die Zahlungen betrafen Dienstleistungen für die Abwicklung des Vorteilsgebersystems für den NÖ Familienpass ab April 2020 sowie für den Verkauf von Inseraten für den Vorteilsgeberkatalog des NÖ Familienpasses und das Magazin „Familienzeit“.

In den Jahren 2017, 2018, 2019 und 2021 leistete die NÖ Familienland GmbH jeweils eine Zahlung an eine Medienagentur GmbH. Die Gesamthöhe dieser vier Zahlungen betrug 194.400,00 Euro für die Programmverantwortung, Organisation und Bewerbung der Kurse.

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 erhielt eine Werbeagentur GmbH für Grafikleistungen für zehn Ausgaben des Familienmagazins (Ausgaben 1/2017 bis 5/2018) und drei Sonderformate insgesamt 13 Zahlungen in einer Gesamthöhe von 119.620,00 Euro. Eine selbständige Grafikerin erhielt insgesamt elf Zahlungen mit einer Gesamthöhe von 33.760,00 Euro für die Konzeptadaption und Grafikleistungen für fünf Ausgaben des Familienmagazins im Zeitraum 2/2019 bis 1/2020 sowie für Grafikberatung für fünf Ausgaben im Zeitraum 2/2020 bis 1/2021.

Außerdem enthielten die 49 Zahlungen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 Werbeausgaben mit einer Gesamthöhe von 110.855,91 Euro, wovon 32 Zahlungen an eine Social Media GmbH für Einrichtung, Betreuung und Vermarktung der Facebook und Instagram Konten und 17 Zahlungen an Facebook Ireland Limited für Werbeeinschaltungen entfielen.

Die Zahlungen für Dienstleistungen gingen zu 83,3 Prozent an juristische Personen und zu 16,7 Prozent an natürliche Personen.

Stichproben

Der Landesrechnungshof überprüfte vier Stichproben mit einer Summe von 258.182,22 Euro, wobei eine Rechnung in Höhe von 204.502,22 Euro auf eine Marketingagentur entfiel. Das entsprach einem Anteil von 75,0 Prozent der Geschäftspartner oder 27,5 Prozent der Gesamthöhe der Zahlungen für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022.

Tabelle 8: Stichproben zu Dienstleistungen, Beträge in Euro

Bezeichnung	Dienstleistung	Grundlage	Betrag
Stichprobe 7	Betreuung und Gewinnung von Vorteilsgebern	Vertrag vom 17. Dezember 2015	204.502,22
Stichprobe 8	Veranstaltungsbetreuung	Vertrag vom 8. Mai 2018	51.600,00
Stichprobe 9	Einrichtung Facebook und Instagram Konten	Angebot vom 4. Juni 2019	1.440,00
Stichprobe 10	Grafikberatung	Auftrag vom 4. Dezember 2020	640,00

Die Stichprobe 7 umfasste eine Zahlung an eine Marketingservice GmbH für die Betreuung und Gewinnung von Vorteilsgebern für den NÖ Familienpass sowie für Provisionen für den Verkauf von Inseraten für den Vorteilsgeberkatalog und das Magazin „Familienzeit“ im Jahr 2021 (Rechnung vom 10. Jänner 2022).

Der NÖ Familienpass stellte eine kostenlose „Vorteilskarte“ dar, mit der Familien Vergünstigungen und finanzielle Unterstützungen beanspruchen konnten.

Die Grundlage bildete ein unbefristeter Vertrag vom 17. Dezember 2015, den die Abteilung Allgemeine Förderung und Stiftungsverwaltung F3 nach einem Vergabeverfahren im Jahr 2015 mit der Agentur abgeschlossen hatte. In diesen Vertrag trat die NÖ Familienland GmbH mit Wirksamkeit vom 1. April 2020 ein (Beschluss der NÖ Landesregierung vom 24. März 2020).

Der Vertrag beinhaltete auch ein Bonifikationssystem für die Gewinnung neuer und die Betreuung bestehender Vorteilsgeber und Familienpassinhaber sowie Provisionen für den Verkauf von Inseraten für das Magazin „Familienzeit“ und den Vorteilsgeberkatalog zum NÖ Familienpass. Der Rechnung über einen Betrag von 204.502,22 Euro lagen Nachweise über die erbrachten Leistungen bei. Diese entsprachen den vertraglichen Grundlagen.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass die Anzahl der Familienpassinhaber und der Ausstellungen neuer Familienpässe seit Jahren zurückging. Im Zeitraum 2019 bis 2021 ging die Anzahl der Familienpassinhaber von 202.106 im Jahr 2019 um 4,8 Prozent auf 192.363 im Jahr 2021 und die Anzahl der Neuausstellungen von 9.786 im Jahr 2019 um 4,2 Prozent auf 9.375 im Jahr 2021 zurück.

Die Geschäftsführung plante, die Abwicklung des NÖ Familienpasses neu auszurichten.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Landesregierung, dass die Abteilung Soziales und Generationenförderung GS5 als Beteiligungsverwaltung und die NÖ Familienland GmbH das System des NÖ Familienpasses überarbeiten und neu ausrichten sollten. Diese Neuausrichtung sollte jedenfalls auch den Vertrag aus dem Jahr 2015 umfassen.

Ergebnis 4

Die NÖ Familienland GmbH sollte in Zusammenarbeit mit der Abteilung Soziales und Generationenförderung GS5 das System des NÖ Familienpasses überarbeiten und neu ausrichten. Eine Neuausrichtung sollte auch den Vertrag aus dem Jahr 2015 umfassen.

Stellungnahme der NÖ Landesregierung:

Die Empfehlung des Landesrechnungshofes wird umgesetzt.

Eine Überarbeitung und Neuausrichtung des NÖ Familienpasses in Zusammenarbeit der NÖ Familienland GmbH mit der Abteilung Soziales und Generationenförderung ist geplant und wird im Rahmen eines für 2023 geplanten Vergabeverfahrens erfolgen.

Stellungnahme der NÖ Familienland GmbH:

Der Empfehlung des Landesrechnungshofes wird nachgekommen.

Eine Überarbeitung und Neuausrichtung des NÖ Familienpasses in Zusammenarbeit mit der Abteilung Soziales und Generationenförderung GS5 ist geplant und wird im Rahmen eines für 2023 geplanten Vergabeverfahrens erfolgen.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahmen zur Kenntnis.

Die Stichprobe 8 betraf eine Zahlung in Höhe von 51.600,00 Euro für die Konzeption, Programmverantwortung, Organisation und Bewerbung der jährlichen „NÖ Kinder Business Week“ im Zeitraum vom 16. bis 20. Juli 2018 durch einen externen Dienstleister. Die Veranstaltung richtete sich an Kinder im Alter zwischen acht und 14 Jahren. Das Wirtschaftsformat zielte darauf ab, das Interesse am Wirtschaftsleben und Unternehmertum bei den teilnehmenden Kindern durch die persönliche Begegnung mit Unternehmerpersönlichkeiten zu wecken. Vorträge und Ideenwerkstätten vermittelten verschiedene Berufe und Wirtschaftszweige, die Herstellung von Produkten und Erfolgsgeschichten

von Unternehmungen. Die Betreuung der Kinder in den Pausen und Randzeiten erfolgte durch Freizeitpädagogen der NÖ Familienland GmbH.

Diese Veranstaltung fand seit dem Jahr 2015 in Kooperation mit der Wirtschaftskammer Niederösterreich sowie anderen Partnern und Sponsoren statt. Das Kommunikationskonzept der NÖ Familienland GmbH wies die NÖ Kinder Business Week als eine der wichtigsten Veranstaltungsformate auf.

Der Auftragswert umfasste pauschal 51.600,00 Euro und beruhte auf dem Vertrag vom 8. Mai 2018. Die bezahlten Leistungen entsprachen dem Vertrag.

Die Stichprobe 9 betraf eine Zahlung von 1.440,00 Euro an eine Social-Media GmbH für die Einrichtung der Facebook- und Instagram-Konten (Erstellen, Anlegen einer Vanity-Url, eines Benutzernamens, Hinterlegung aller notwendigen Informationen und Vergabe von Benutzerrechten) im Jahr 2019 aufgrund einer Teilrechnung vom 21. Mai 2019. Um den geplanten Start des Social-Media Auftritts im Juni 2019 einhalten zu können, erfolgte eine Teilbeauftragung in Höhe von 1.440,00 Euro telefonisch. Am 4. Juni 2019 lag ein Gesamtangebot für mehrere Leistungen im Rahmen des Social Media-Auftritts vor, das diese Teilbeauftragung umfasste. Der in Rechnung gestellte Betrag stimmte mit dem Angebot überein.

Die Stichprobe 10 betraf eine Zahlung über die Grafikberatung für das Familienmagazin im Dezember 2020 beziehungsweise im Jänner 2021. Zu dieser Rechnung lag ein Angebot von einer selbstständigen Grafikerin über die Seitengestaltungen vor, das die NÖ Familienland GmbH am 4. Dezember 2020 annahm. Der Rechnungsbetrag von 640,00 Euro stimmte mit dem angebotenen Stundensatz in Höhe von 160,00 Euro überein.

Bestätigungsvermerke auf den Rechnungen über die sachliche und rechnerische Richtigkeit lagen bei sämtlichen Stichproben vor.

Die Stichproben 7, 8, 9 und 10 standen mit der Unternehmensstrategie und dem Kommunikationskonzept der NÖ Familienland GmbH im Einklang.

13. Mitgliedschaften in Vereinen

In welchen Vereinen ist die NÖ Familienland GmbH Mitglied und wie hoch sind die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bestand keine Mitgliedschaft der NÖ Familienland GmbH bei einem Verein.

St. Pölten, im Dezember 2022

Die Landesrechnungshofdirektorin

Dr.ⁱⁿ Edith Goldeband

14. Abkürzungen und Begriffe

Dem Bericht liegen folgende Abkürzungen und Begriffsinhalte zugrunde:

Abonnieren, Abonnement

Die Begriffe „Abonnement“ und „abonnieren“ bezeichneten die regelmäßige Bestellung einer wiederkehrenden Leistung oder nur das „vorausbestellen“.

Advertorial

Der Begriff „Advertorial“ entstand aus den englischen Begriffen „Advertisement“ für Werbeanzeige und „Editorial“ für Leitartikel und bezeichnete Werbung und entgeltliche Einschaltungen, die an das redaktionelle Erscheinungsbild angepasst sind und daher weniger als lästige Werbung wahrgenommen werden als zum Beispiel Werbungen über Pop-up Fenster.

Blog, Blogger

Der Begriff „Blog“ kürzte das Wort „Weblog“ aus dem englischen Worten „Web“ für Netz und „Log“ für Logbuch ab und bezeichnete eine tagebuchartig geführte Webseite zu bestimmten Themen. Der Begriff „Blogger“ bezeichnete die Person, welche diese Einträge, „Postings“ oder nur „Posts“ genannt, führt und publiziert.

Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

Unter den Begriff „Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen“ fielen alle entgeltlichen im Inland erbrachten Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden sowie Sponsoring standen, welche eine juristische oder natürliche Person für die Familienland GmbH eigenverantwortlich erbrachten und von der Familienland GmbH bezahlt wurden.

Follower

Der englische Begriff „Follower“ (von to follow deutsch folgen) bezeichnete in sozialen Netzwerken eine Person, die sich auf sozialen Diensten anmeldete sowie die Inhalte verfolgte und kommentierte (Facebook, Twitter, Instagram und dergleichen). Die Anzahl der Anhänger oder Follower stellte einen Richtwert für die Bekanntheit, Reichweite und Wirksamkeit eines Social Media Auftritts oder Netzwerks dar.

Förderungen

Unter den Begriff „Förderungen“ fielen alle Zahlungen, welche die Familienland GmbH als Förderungsgeberin für eigene Zwecke im Inland einer natürlichen oder juristischen Person gewährte, ohne dafür eine marktübliche Gegenleistung zu erhalten. Dazu zählten zum Beispiel nicht rückzahlbare finanzielle Beihilfen, Zuschüsse, Zuwendungen oder Stipendien.

Nicht dazu zählten Förderungen, welche die Familienland GmbH für einen anderen Förderungsgeber zum Beispiel im Rahmen einer Geschäftsbesorgung abwickelte oder auszahlte.

Inserate und Werbung

Unter den Begriff „Inserate und Werbung“ fielen entgeltliche Veröffentlichungen mit einer Zahlung (Geldfluss) in inländischen Print- und Rundfunkmedien sowie Onlinemedien, die eine Botschaft über die Familienland GmbH sowie über deren Produkte und Leistungen vermittelten. Inserate waren Teil von Werbung. Dazu zählen zum Beispiel Ankündigungen (Annoncen), Anzeigen, Einschaltungen, Audio- und Videobeiträge, Werbespots, Podcasts, Audioclips.

Kooperationen

Unter den Begriff „Kooperationen“ fielen alle Vereinbarungen mit juristischen oder natürlichen Personen, welche die Familienland GmbH im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden sowie Sponsoring traf, um ein gemeinsames Anliegen oder Vorhaben im Inland zu verwirklichen, sofern damit Zahlungen an den Kooperationspartner verbunden waren.

Medien

Unter den Begriff „Medien“ fielen alle Mittel zur Verbreitung von gedanklichen Inhalten in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis und umfassten Printmedien (Druckwerke), Rundfunkmedien (Ausstrahlung) und Onlinemedien (Übertragung über Internet).

Merchandising

Der Begriff „Merchandising“ bedeutete „Vermarktung von Waren“ und bezeichnete verkaufsfördernde Maßnahmen sowie Verkaufsförderung auch durch Nebenprodukte. Dazu zählten Produktgestaltung, Werbung, Kundendienst sowie Werbe- und Streuartikel zur Kontaktaufnahme oder Kundenbindung.

Mitgliedschaften in Vereinen

Unter den Begriff „Mitgliedschaften in Vereinen“ fielen alle inländischen Mitgliedschaften – unabhängig vom Zweck, an die die Familienland GmbH Mitgliedsbeiträge und andere Zahlungen leistete.

Spenden

Unter den Begriff „Spenden“ fielen alle freiwilligen Zahlungen, welche die Familienland GmbH an juristische und natürliche Personen insbesondere für gemeinnützige, politische, religiöse, wohltätige, wirtschaftliche, wissenschaftliche oder kulturelle Zwecke im Inland leistete, ohne dafür eine Gegenleistung zu erhalten oder zu erwarten.

Sponsoring

Unter den Begriff „Sponsoring“ fielen alle Zahlungen der Familienland GmbH an eine juristische und natürliche Person, denen eine Werbeleistung der gesponserten Person im Inland gegenüberstand.

Sponsored Posts

Der Begriff „Sponsored Posts“ bezeichnete bezahlte Beiträge (Posts) in Sozialen Medien, wobei Blogger bestimmte Inhalte in ihren Beiträgen erwähnten oder die definierten Zielgruppen präsentierten.

Tausenderkontaktpreis/Tausenderauflagenpreis (TK/TA)

Der Begriff „Tausenderkontaktpreis“ beziehungsweise „Tausenderauflagenpreis“ bezeichnete jenen Betrag, der für Inserate und Werbung eingesetzt werden musste, um 1.000 Personen einer Zielgruppe zu erreichen. Die Kennzahl diente der Mediaplanung und der Evaluierung.

Vanity-Url

Der Begriff „Vanity-Url“ bezeichnete die Kurzform für eine Webadresse.

.

15. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kenndaten der NÖ Familienland GmbH.....	5
Tabelle 2: Ausgaben für Inserate, Werbung und Dienstleistungen in Euro....	21
Tabelle 3: Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung sowie Werbemittel auf Medien beziehungsweise Geschäftspartner von März 2017 bis Mai 2022	22
Tabelle 4: Ausgaben für Inserate und Werbung nach strategischen Schwerpunkten von März 2017 bis Mai 2022	23
Tabelle 5: Verteilung der Gesamtausgaben auf Mediengruppen und Geschäftspartner im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022	24
Tabelle 6: Stichproben aus Werbung und Inseraten, Beträge in Euro.....	25
Tabelle 7: Verteilung der Ausgaben nach Dienstleistungen von März 2017 bis Mai 2022.....	28
Tabelle 8: Stichproben zu Dienstleistungen, Beträge in Euro	30

ANTRAG

der Abgeordneten Hundsmüller, Landbauer, MA, Dr.ⁱⁿ Krismer-Huber, Mag.^a Collini, Pfister, Aigner, Mag. Ecker MA, Mag. Hofer-Gruber, Razborcan, Dorner, Mag.^a Moser MSc, Mag.^a Kollermann, Mag.^a Renner, Handler, Rosenmaier, Königsberger, Mag. Samwald, Vesna Schuster, Mag.^a Scheele, Ing. Mag. Teufel, Schindele, Schmidt, Mag.^a Suchan-Mayr, Weninger, Wiesinger und Windholz MSc

auf Erteilung eines Prüfauftrages an den Niederösterreichischen Landesrechnungshof gem. Art. 51 Abs. 3 lit. c NÖ Landesverfassung 1979

betreffend Sonderprüfung von ausgewählten Rechtsträgern, an welchen das Land Niederösterreich beteiligt ist

Eine Sachverhaltsdarstellung einer „besorgten Bürgerin“, welche an den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat adressiert war, sollte mutmaßliche Unregelmäßigkeiten hinsichtlich Parteienfinanzierung durch Gesellschaften, welche auch im Landeseigentum stehen, aufdecken. Der konkrete Vorwurf lautete, dass zwei Medien der ÖVP üppig über Inserate aus öffentlichen Unternehmen finanziert und die Geldflüsse vor dem Rechnungshof verschleiert werden sollen. Medienberichten zufolge sollen vor allem „über Umwege gewährte, verdeckte Parteispenden“ gewährt worden sein.

Zwei Verlagsprodukte werden von der ÖVP herausgegeben, nämlich die „Niederösterreich Zeitung“ und das Magazin „Partei intern“ für die Funktionäre. Die ÖVP scheint in diesen Produkten als Herausgeber auf. Die „Innova Verlags GmbH“ kümmert sich um die Inserate. Eine Seite in der „Niederösterreich Zeitung“ kostet knapp 10.000 Euro – um dieses Geld könnte man auch in der „Kronen Zeitung“ inserieren. Kunden, die trotz dieses hohen Tarifs gerne schalteten, fanden sich vor allem in Unternehmen des Landes Niederösterreich, wie etwa der landeseigene Energieversorger EVN und die Hypo Niederösterreich. 2019 bezifferte der Inhaber des Verlages die Inserateneinnahmen auf 130.000 Euro.

Die genannten Unternehmen, die auch aus öffentlichen Geldern finanziert sind, haben etwa auch an das zuletzt in den Schlagzeilen stehende (und mittlerweile aufgelöste) Alois-Mock-Institut von Wolfgang Sobotka Zahlungen geleistet.

Es kann nicht sein, dass unsere niederösterreichischen Landesgesellschaften aufgrund der im Raum stehenden Vorwürfe in ihrer wichtigen Arbeit behindert

werden, weshalb es dringend geboten ist, die im Raum stehenden Vorwürfe rasch aufzuklären.

Als allgemein anerkannte und unabhängige Kontrollinstanz hat sich hier der Landesrechnungshof bewährt, welcher stets sachlich und unaufgeregt seine Prüfungen durchführt sowie wertvolle und objektiv nachvollziehbare Empfehlungen ausspricht.

Gemäß Art. 51 Abs. 2 lit. c NÖ Landesverfassung 1979 unterliegt die Gebarung von Unternehmungen, an denen das Land allein oder gemeinsam mit anderen der Zuständigkeit des Rechnungshofes unterliegenden Rechtsträgern, soweit es sich um börsennotierte Unternehmungen handelt, mit mindestens 50 %, im Übrigen mit mindestens 25 % des Stamm-, Grund- oder Eigenkapitals beteiligt ist der laufenden Kontrolle des Landesrechnungshofs auf Richtigkeit, Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit.

Insbesondere folgende Gesellschaften sind gemäß dieser Bestimmung von der Rechnungshofprüfungspflicht umfasst:

- NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH (100%)
- NÖ Familienland GmbH (100%)
- Radland GmbH (100%)
- Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG) (100%)
- Natur im Garten GmbH (100%)
- Natur im Garten Service GmbH (100% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- DIE GARTEN TULLN GmbH (83% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- NÖ.Regional.GmbH (51%)

Um die in der geschilderten anonymen Anzeige sowie den beziehenden Medienberichten erhobenen Vorwürfe zu klären, ist es daher erforderlich, dass die wichtigsten landeseigenen Gesellschaften vom Landesrechnungshof rasch geprüft werden. Aus Zweckmäßigkeitsgründen kann sich die Prüfung auf Rechtsgeschäfte mit Zahlungsflüssen wie etwa im Zusammenhang mit

- Inseraten und Werbung,
- Förderungen,
- Spenden,
- Sponsorings,
- Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen,
- Kooperationen,
- Mitgliedschaften in Vereinen

im Zeitraum März 2017 bis zum tatsächlichen Beginn der gegenständlichen Prüfung zu beschränken hat. Insbesondere soll bei den einzelnen Zahlungen dargestellt werden, inwieweit diese im Einklang mit bzw. aufgrund einer Kommunikationsstrategie des geprüften Unternehmens erfolgt sind oder ob es sich um „*ad hoc Rechtsgeschäfte*“ handelt.

Die ersten Ergebnisse dieser Prüfung sollten den Abgeordneten zum NÖ Landtag als Vorbericht bis zum 20.06.2022 vorliegen.

Die gefertigten Abgeordneten erteilen daher dem Niederösterreichischen Landesrechnungshof gem. Art. 51 Abs. 3 lit. c NÖ Landesverfassung 1979 einen

Prüfauftrag

betreffend Sonderprüfung der Gebarung von Rechtsträgern im Eigentum bzw. Miteigentum des Landes Niederösterreich.

1. Zu prüfende Unternehmen:

- NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH (100%)
- NÖ Familienland GmbH (100%)
- Radland GmbH (100%)
- Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG) (100%)
- Natur im Garten GmbH (100%)
- Natur im Garten Service GmbH (100% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- DIE GARTEN TULLN GmbH (83% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- NÖ.Regional.GmbH (51%)

2. Prüfumfang:

Die Prüfung hat sich auf Rechtsgeschäfte an juristische und natürliche Personen im Zusammenhang mit

- Inseraten und Werbung,
- Förderungen,
- Spenden,
- Sponsorings,
- Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen,
- Kooperationen,
- Mitgliedschaften in Vereinen

im Zeitraum März 2017 bis zum tatsächlichen Beginn der gegenständlichen Prüfung zu beschränken. Insbesondere soll bei den jeweiligen Zahlungen bzw. Vereinbarungen auch dargestellt werden, inwieweit diese im Einklang mit bzw. aufgrund einer Kommunikationsstrategie der geprüften Gesellschaft erfolgt sind oder ob es sich um „ad hoc Rechtsgeschäfte“ handelt.

3. Konkret sollen für die genannten Rechtsträger folgende Fragen beantwortet werden:

- In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden vom geprüften Unternehmen Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte bzw. Kosten?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Kooperationsvereinbarungen (zB. Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur) abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten für das geprüfte Unternehmen?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Vereinbarungen über Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen abgeschlossen, welche Leistungen wurden dabei bezogen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?
- In welchen Vereinen sind die geprüften Unternehmen Mitglieder und wie hoch sind die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

4. Zeithorizont:

Den Abgeordneten zum NÖ Landtag soll bis zum 20.06.2022 ein Vorbericht mit den bis dahin vorliegenden Prüfergebnissen vorgelegt werden. Die Prüfung inkl. Endbericht soll bis zum 30.09.2022 abgeschlossen sein.

5. Datensätze:

Die ausgewerteten Daten und Tabellen mögen dem Landtag in maschinenlesbarer Form (zB. Excel) zur Verfügung gestellt werden.



Tor zum Landhaus · Wiener Str. 54/A · 3109 St. Pölten
T +43 2742 9005 126 20 · *F* +43 2742 9005 135 25
post.lrh@noel.gv.at · www.lrh-noe.at