



Die Wirtschaftsagentur
des Landes Niederösterreich



**Niederösterreich
öffnet Türen**
ecoplus.at



Landesrechnungshof
Niederösterreich

Landtag von Niederösterreich

Landtagsdirektion

Eing.: 25.10.2023

Ltg.-213/B-1/9-2023

**ecoplus.Niederösterreichs
Wirtschaftsagentur GmbH**

Prüfauftrag
Bericht 11 | 2023

Impressum:

Medieninhaber, Hersteller und Herausgeber:

Landesrechnungshof Niederösterreich
A-3109 St. Pölten, Wiener Straße 54/A

Redaktion:

Landesrechnungshof Niederösterreich

Bildnachweis:

Foto Deckblatt: Sujet mit gelber Tür und dem Text „Niederösterreich öffnet Türen“
ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH

Foto Rückseite: Firmensitz der NÖ Wirtschaftsagentur im Gebäude des Wirtschafts-
zentrums in St. Pölten
Landesrechnungshof Niederösterreich

Druck:

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung LAD3, Amtsdruckerei

Herausgegeben:

St. Pölten, im Oktober 2023



Europäisches Qualitätszertifikat

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



Dieses Zertifikat bestätigt die Barrierefreiheit der Website sowie deren Zugänglichkeit für alle Menschen nach den internationalen W3C-Richtlinien (WCAG 2.1 – AA).

Die Website des Landesrechnungshofs Niederösterreich www.lrh-noe.at hat das Qualitätssiegel Web Accessibility Certificate Austria (WACA)“ erhalten.



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

ecoplus.Niederösterreichs
Wirtschaftsagentur GmbH

Prüfauftrag vom 28. April 2022

Bericht 11 | 2023

Vorbemerkung

Der Landesrechnungshof legt hiermit seinen Bericht über die Ergebnisse der am 28. April 2022, Ltg.-2064/A-2/74-2022, beantragten Sonderprüfung der Gebarung der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH vor. Dieser Bericht besteht aus dem vorläufigen Überprüfungsergebnis vom 14. August 2023, den Stellungnahmen der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sowie der NÖ Landesregierung vom 2. beziehungsweise 6. Oktober 2023 und den Äußerungen des Landesrechnungshofs dazu.

Auch diese Sonderprüfung war entsprechend der NÖ Landesverfassung 1979 (NÖ LV 1979) so umzusetzen, dass der Betrieb der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH keine unnötige Behinderung erfährt und keine Geschäftsgeheimnisse oder andere zu schützende Daten verletzt werden (Artikel 54 Absatz 4 und 5 NÖ LV 1979). Eine Zuständigkeit für die in der Antragsbegründung angesprochene Parteienfinanzierung kam dem Landesrechnungshof dabei nicht zu. Aus rechtlichen Gründen (Effizienzgebot beziehungsweise Effizienzprinzip der Bundesverfassung und Grundsatz der Verhältnismäßigkeit) erforderte der Gebarungsumfang eine stichprobenartige Überprüfung.

Außerdem wurden alle rechtlich zu schützende Daten grundsätzlich bereits im vorläufigen Überprüfungsergebnis anonymisiert beziehungsweise pseudonymisiert. Das umfasste vor allem natürliche und juristische Personen, deren Gebarung gemäß Artikel 51 NÖ LV 1979 nicht der Finanzkontrolle durch den Landesrechnungshof unterlag. Das betraf wettbewerbs- und personenbezogene Angaben, die nicht erforderlich waren, um die Rechtmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit der Aufwendungen der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH für Inserate und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen beurteilen und nachvollziehen zu können. Dafür genügen in der Regel anonymisierte Angaben, insbesondere über Umfang, Preis und Zweck der Einschaltung, Auflage oder Reichweite des Mediums, Zielgruppen, Unternehmensgegenstand, Kommunikations- und Marketingstrategien oder Wirksamkeit der Einschaltung.

Diese jahrzehntelange Praxis beruht auf der Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofs (Sammlungsnummern 17065-17209) und der Lehre [Hengstschläger „Die Geheimhaltungspflichten des Rechnungshofes“ (1990) und „Rechnungshofkontrolle (2000)“, Korinek/Holoubek und andere (Herausgeber), Österreichisches Bundesverfassungsrecht, Artikel 126d B-VG Randziffer 15 (2001)]. Sie schafft größtmögliche Transparenz und gewährleistet neben dem gebotenen Datenschutz, dass der Rechnungshof-Ausschuss und der Landtag dieselben Informationen erhalten wie zuvor die Landesregierung sowie die überprüfte Unternehmung.

Der vorliegende Bericht informiert über die Gebarung der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen sowie über die Rechtmäßigkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit dieser Aufwendungen. Diese Informationen erfahren der NÖ Landtag und die Öffentlichkeit nur durch den Landesrechnungshof.

Über den weiteren Prüfauftrag vom 18. Jänner 2023, Ltg.-2455/A-2/92-2023, wird der Landesrechnungshof gesondert berichten beziehungsweise informieren.

**ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH,
Prüfauftrag
Inhaltsverzeichnis**

Zusammenfassung	I
1. Prüfungsauftrag	1
2. Gebarungsumfang	4
3. Zuständigkeiten	5
4. Rechtliche Grundlagen	9
5. Organisatorische Grundlagen	12
6. Strategische Grundlagen	18
7. Unternehmensstrategien	23
8. Inserate und Werbung	32
9. Förderungen	60
10. Spenden	62
11. Sponsoring	63
12. Dienstleistungen	68
13. Kooperationen	92
14. Mitgliedschaften in Vereinen	94
15. Abkürzungen und Begriffe	101
16. Tabellenverzeichnis	104

ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH, Prüfauftrag Zusammenfassung

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH, kurz NÖ Wirtschaftsagentur, förderte Betriebsansiedlungen sowie die wirtschaftliche, soziale und kulturelle Stärkung der Regionen in Niederösterreich.

Die NÖ Wirtschaftsagentur übermittelte für den Zeitraum von März 2017 bis Mai 2022 für Inserate und Werbung, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen 19.940 Buchungen in Höhe von 13,13 Millionen Euro ohne Doppelnennungen im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Dienstleistungen sowie Sponsoring.

Im Jahr 2021 entfielen rund 2,17 Millionen Euro auf Werbeaufwand. Das entsprach acht Prozent der gesamten Aufwendungen von rund 27,29 Millionen Euro. In den Jahren 2017 bis 2022 betrug dieser Anteil zwischen 7,2 Prozent und 10,2 Prozent.

Auf einen Förderungsfonds zur Stärkung von Handel und Gewerbe in der Innenstadt einer Stadtgemeinde entfielen 0,11 Millionen Euro. Im Übrigen enthielt der Werbeaufwand keine Zahlungen für Förderungen.

Kommunikationsstrategie und Mediaplanung

Kommunikation und Marketing waren auf die Geschäftsfelder ausgerichtet, die Voraussetzung für Maßnahmen bildete die inhaltliche Verknüpfung mit einem Geschäftsfeld. Grundlage bildeten das „Kommunikationskonzept 2016 – 2020 ecoplus gesamt“ sowie „Maßnahmen- und Aktivitätenpläne“ für die Jahre 2017 bis 2020 und 2022. Das „Kommunikationskonzept 2023 – 2025“ vom 27. Juli 2023 enthielt nun Angaben zur Evaluierung und Messgrößen, das am 17. August 2023 aktualisierte „Kommunikationskonzept 2023 – 2027“ zudem Angaben zu Spenden, Sponsoring und Mitgliedschaften in Vereinen.

Die NÖ Wirtschaftsagentur erstellte ihre jährliche Mediaplanung vor allem mit der Niederösterreich-Werbung GmbH. Die Digitalisierung im Jahr 2020 erleichterte eine durchgängige Dokumentation und Kostenverfolgung.

Grundlagen für Kooperationen

Die NÖ Wirtschaftsagentur arbeitete mit der Niederösterreich-Werbung GmbH zusammen, um deren Agenturrabatt, Erfahrung und Wissen zu nutzen. Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 umfasste die Kooperation rund 870 Buchungen über 3,06 Millionen Euro. Davon entfielen 2,73 Millionen Euro auf Inserate und Werbung sowie 0,33 Millionen Euro auf Dienstleistungen. Eine schriftliche Kooperationsvereinbarung lag dazu nicht vor.

Bei 29 Stichproben zu Inseraten und Werbung sowie zu Dienstleistungen, welche die Niederösterreich-Werbung GmbH abgewickelt hatte, fehlten teilweise Unterlagen und eine durchgängige Dokumentation.

Inserate und Werbung von März 2017 bis Mai 2022

Für Inserate und Werbung wendete die NÖ Wirtschaftsagentur rund 11,03 Millionen Euro auf. Davon entfielen 3,36 Millionen Euro auf Printmedien, 0,44 Millionen Euro auf Rundfunkmedien und 0,12 Millionen Euro auf Onlinemedien. Weitere 7,12 Millionen Euro entfielen auf sonstige Werbung. Das umfasste Organisation, Ausstattung und Bewirtung von Veranstaltungen, Produktion von Fotos und Videos, Druckkosten, Internetbetreuung, Marketing sowie Werbeartikel.

Die Inserate und Werbung verteilten sich auf die strategischen Schwerpunkte Regionalisierung mit 2,50 Millionen Euro, Cluster, Technopole und andere drittfinanzierte Projekte mit 1,08 Millionen Euro sowie Wirtschaftsstandort und Wirtschaftsparks mit 0,34 Millionen Euro.

Die 63 Stichproben zu Inseraten und Werbung standen bis auf drei im Einklang mit dem Kommunikationskonzept, den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen beziehungsweise dem Betriebsgegenstand. Bei 35 Stichproben von rund 0,30 Millionen Euro bestand eine Kooperation mit der Niederösterreich-Werbung GmbH.

Spenden von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen für fünf Spenden betrugen 6.300,00 Euro. Begünstigte waren in Not geratene Einzelpersonen und Familien, eine Tierschutzveranstaltung und eine Blaulichtorganisation. Die Spenden erfolgten anlassbezogen.

Sponsoringpartnerschaften von März 2017 bis Mai 2022

Die NÖ Wirtschaftsagentur wendete 0,67 Millionen Euro für 68 Sponsoringpartnerschaften auf. Darunter befanden sich keine politische oder wahlwerbende Partei, keine parteinahe Organisation im Sinn des Parteiengesetzes

2012 und des NÖ Parteienfinanzierungsgesetzes 2012, kein parlamentarischer Klub im Sinn des Klubfinanzierungsgesetzes 1985, kein Rechtsträger im Sinn des Publizistikförderungsgesetzes 1984, keine Behörde und kein Rechtsträger einer Behörde.

Das Sponsoring verteilte sich auf die Schwerpunkte Regionalisierung mit rund 0,40 Millionen Euro, auf Cluster, Technopole und andere drittfinanzierte Projekte mit 0,27 Millionen Euro sowie auf Wirtschaftsstandort, Wirtschaftsparks mit rund 3.000,00 Euro. Eine Dokumentation der Gegenleistungen lag bei drei von vier Stichproben zu Sponsoring vor.

Dienstleistungen von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen für Dienstleistungen betragen rund 7,97 Millionen Euro. Dieser Betrag enthielt eine Zahlung über 42.730,78 Euro an eine Gesellschaft für Werbung für eine Außenwerbung zu Betriebsansiedlungen, die restlichen 7,92 Millionen Euro waren eine Teilsumme der Positionen Inse-
rate und Werbung sowie Sponsoring.

Von 62 Stichproben zu Dienstleistungen standen 52 im Einklang mit dem Kommunikationskonzept, den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen beziehungsweise dem Betriebsgegenstand. Zu acht Stichproben lagen keine Nachweise vor beziehungsweise enthielten die Kommunikationsstrategien keine Angaben. Zwei Stichproben waren Umbuchungen zwischen Sachkonten. Drei Stichproben über 133.921,26 Euro stellten coronabedingte Sonderfälle dar.

Sechs Stichproben über 0,17 Millionen Euro beruhten auf einer Kooperation mit der Niederösterreich-Werbung GmbH. Das betraf Kostenbeiträge und das Marketing zu Veranstaltungen sowie eine Kampagne zur Geschäftswiederaufnahme nach der Corona-Pandemie.

Kooperationen von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen der NÖ Wirtschaftsagentur für zwei Kooperationen von rund 1,17 Millionen Euro standen mit dem Betriebsgegenstand im Einklang. Diese umfassten Werbe- und Dienstleistungen zur Internationalisierung der niederösterreichischen Wirtschaft sowie zur Stärkung des Wirtschaftsraums Burgenland, Niederösterreich und Wien.

Mitgliedschaften in 26 Vereinen

Die Aufwendungen für Mitgliedschaften in 26 Vereinen betragen 0,10 Millionen Euro. Davon entfielen 76.579,08 Euro auf sechs Vereine für Zwecke

der Bildung, Wissenschaft und Forschung, 14.089,40 Euro auf neun fachspezifische Vereine sowie 10.341,00 Euro auf elf Vereine im Bereich Netzwerk und Kommunikation.

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sagte in ihrer Stellungnahme vom 2. Oktober 2023 zu, die Empfehlungen des Landesrechnungshofs umzusetzen und informierte über die dazu geplanten beziehungsweise bereits gesetzten Maßnahmen. Der Landesrechnungshof wird sich von der Umsetzung allenfalls bei der Nachkontrolle überzeugen.

Die NÖ Landesregierung gab mit Schreiben vom 6. Oktober 2023 bekannt, keine eigene Stellungnahme abzugeben.

1. Prüfungsauftrag

Der Landesrechnungshof überprüfte die Gebarung der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH, kurz NÖ Wirtschaftsagentur, in Bezug auf Rechtsgeschäfte mit juristischen und natürlichen Personen im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022.

Der Überprüfung lag der Antrag vom 28. April 2022, Landtagszahl Ltg.-2064/A-2/74-2022, betreffend Sonderprüfung von ausgewählten Rechtsträgern zu Grunde, an welchen das Land Niederösterreich beteiligt ist. 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 ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH (100 Prozent Land NÖ).

Deren Betriebs- beziehungsweise Unternehmensgegenstand umfasste die Förderung der Betriebsansiedelung und der Regionalisierung zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Stärkung speziell der entwicklungs- und strukturschwachen Regionen in Niederösterreich.

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 Wirtschaftsagentur 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 130.000,00 Euro beziffert habe. Vor allem Unternehmen des Landes NÖ hätten trotz des hohen Tarifs von 10.000,00 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.

1.2 Gegenstand des Prüfauftrags

Der Prüfauftrag 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 (z.B. 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?

1.3 Zeithorizont und Datensätze

Die Antragstellenden erwarteten sich bis 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, 13. Oktober 2022 sowie 15. Dezember 2022 nicht entgegen.

1.4 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 übermittelte den Prüfauftrag der Geschäftsführung der NÖ Wirtschaftsagentur 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 Online Plattform, die NOE-Box, oder eine andere sichere Verbindung.

Der Prüfauftrag stellte auf Zahlungsflüsse, Zahlungen, Auftragswerte, Kosten, Förderbeträge und Spendenbeträge ab. Daher erhob der Landesrechnungshof zunächst aus 19.940 Buchungszeilen in Höhe von rund 21,10 Millionen Euro, bereinigt um Doppelnennungen im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Dienstleistungen sowie Sponsoring, rund 13,13 Millionen Euro, die Zahlungen wie Nettobeträge oder Umsatzsteuer, Rabatte, Gutschriften, Umbuchungen, Skonti und Stornos. Dazu ermittelte er im Rahmen von stichprobenartigen Überprüfungen die Angebote, Auftragswerte, Belege und Nachweise zu den ausgewählten Zahlungen. Zudem holte er in vertiefenden Überprüfungen ergänzende Informationen ein und nahm Einsicht in Geschäftsstücke.

Mit einer Standardformel errechnete sich aus der Grundgesamtheit von 19.940 Datensätzen eine Stichprobenanzahl von 138 für ein Konfidenzniveau von 95

Prozent. Die Stichproben wurden auf Inserate und Werbung, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen verteilt und einer vertieften Überprüfung unterzogen.

Medienaktivitäten der NÖ Wirtschaftsagentur, für die weder mit dem Kommunikationskonzept noch mit den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen ein Einklang festzustellen war, glich der Landesrechnungshof mit dem gesellschaftsvertraglichen Betriebsgegenstand ab.

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

Die NÖ Wirtschaftsagentur bestätigte am 24. November 2022 beziehungsweise am 27. Juli 2023 die Vollständigkeit der übermittelten Daten und Unterlagen.

Im Zuge der Schlussbesprechung am 25. Juli 2023 legte die NÖ Wirtschaftsagentur ergänzende Unterlagen vor, weitere folgten digital am 27. Juli 2023 und am 17. August 2023.

1.5 Berichterstattung

Der Bericht wurde grundsätzlich in einer geschlechtergerechten Sprache verfasst. Personenbezogene Bezeichnungen, die nur in einer Form verwendet wurden, um die Lesbarkeit zu erleichtern, umfassen 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 Nummern der Stichproben enthalten in Klammerwerten eine interne Zeichenfolge.

2. Gebarungsumfang

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 befand sich die NÖ Wirtschaftsagentur im Alleineigentum des Landes NÖ und verfügte am 31. Dezember 2021 über ein Stammkapital von 23.871.175,30 Euro. Die Gesellschaft finanzierte sich über Umsatzerlöse insbesondere aus Mieten und drittfinanzierten Forschungsprojekten sowie aus Regionalisierungsmitteln und Gesellschafterzuschüssen des Landes NÖ.

Die folgende Tabelle weist wesentliche Kenndaten der NÖ Wirtschaftsagentur aus:

Tabelle 1: Kenndaten der NÖ Wirtschaftsagentur

Kenndaten	31. Dezember 2021
Stammkapital	23.871.175,30 Euro
Bilanzsumme	193.964.778,87 Euro
Umsatzerlöse und sonstige übrige laufende Erträge	29.156.051,24 Euro
Gesamtaufwand	27.291.752,69 Euro
Gesellschafterzuschuss des Landes NÖ	13.500.000,00 Euro
Personalaufwand	9.332.595,72 Euro
Werbeaufwand	2.173.648,51 Euro
Geschäftsführung und Personal	113 Personen

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur, Jahresabschluss 2021

Im Jahr 2021 wies die NÖ Wirtschaftsagentur eine Bilanzsumme von rund 193,96 Millionen Euro aus und erwirtschaftete mit ihrem Personal von 113 Personen Umsatzerlöse und sonstige Erträge von rund 29,16 Millionen Euro. Den Erlösen standen Aufwendungen von insgesamt rund 27,29 Millionen Euro gegenüber. Davon entfielen rund 9,33 Millionen Euro oder 34,2 Prozent auf Personalaufwand und 2,17 Millionen Euro oder acht Prozent auf Werbeaufwand. In den Jahren 2017 bis 2022 betrug dieser Anteil zwischen 7,2 Prozent und 10,2 Prozent.

3. Zuständigkeiten

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bestanden im Zusammenhang mit der NÖ Wirtschaftsagentur 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 an-

deren 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 seit 19. April 2017 in die Zuständigkeit von Landeshauptfrau Mag.^a Johanna Mikl-Leitner und davor in die Zuständigkeit des damaligen Landeshauptmanns Dr. Erwin Pröll.

Für Gemeindeförderung (Regionalisierung) war sie seit 23. März 2018 gemeinsam mit Landeshauptfrau-Stellvertreter für Kommunale Verwaltung, Konsumentenschutz, Bau- und Verkehrsrecht Franz Schnabl und davor gemeinsam mit Landeshauptfrau-Stellvertreterin Mag.^a Karin Renner zuständig.

Die Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens zählten seit 19. April 2017 zu den Zuständigkeiten des Landesrats für Finanzen und Mobilität Dipl. Ing. Ludwig Schleritzko und davor zu denen der damaligen Landeshauptmann-Stellvertreterin Mag.^a Johanna Mikl-Leitner.

Die Verwaltung der Anteile des Landes in der NÖ Wirtschaftsagentur sowie in Gesellschaften, die der Förderung der gewerblichen Wirtschaft, der Technologie sowie dem Tourismus dienten, übernahm ab 28. Februar 2020 der Landesrat für Wirtschaft, Tourismus und Sport Mag. Jochen Danninger von der damaligen Landesrätin Dr.ⁱⁿ Petra Bohuslav.

Kollegiale Beratung und Beschlussfassung

Der kollegialen Beratung und Beschlussfassung der NÖ Landesregierung unterlagen unter anderem Angelegenheiten der Entsendung von Vertretern des Landes NÖ oder der NÖ Landesregierung in öffentliche Körperschaften oder in andere juristische Personen und vertragsmäßige Verpflichtungen des Landes NÖ über einer Wertgrenze von mehr als 170.000,00 Euro (ohne Umsatzsteuer) sowie Darlehen, Zinsenzuschüsse, Beihilfen und sonstige Förderungsmaßnahmen, soweit der Leistungsempfänger nicht bereits im Landesvoranschlag bezeichnet war, wenn sie im Einzelfall die Wertgrenze von 80.000,00 Euro überstiegen.

3.2 Amt der NÖ Landesregierung

Aufgaben im Zusammenhang mit der NÖ Wirtschaftsagentur nahmen die folgenden Abteilungen wahr:

Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie WST3

Die Geschäftseinteilung des Amts der NÖ Landesregierung wies die Aufgaben im Zusammenhang mit der Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsförderung, der

Verwaltung der Anteile des Landes in Gesellschaften, die der Wirtschaftsförderung, dem Tourismus sowie der Technologie inklusive Breitband dienen, sowie die NÖ Wirtschaftsagentur der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie WST3 zu.

Zu ihren Aufgaben zählten die betriebliche Umweltförderung und die ökologische Betriebsberatung (Ökomanagement Wirtschaft), Tourismusangelegenheiten, soweit sie keiner anderen Abteilung zugewiesen waren, Maßnahmen des Landes NÖ zur Verbesserung der Kommunikationsinfrastruktur sowie Angelegenheiten der Finanzkontrolle der Europäischen Union.

Außerdem war die Abteilung Geschäftsstelle für Technologie und Digitalisierung sowie verantwortliche Stelle für Förderungen aus dem Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung (EFRE).

Abteilung Landwirtschaftsförderung LF3

Die Abteilung Landwirtschaftsförderung LF3 besorgte unter anderen die Aufgaben der Förderung der Landwirtschaft, soweit diese keiner anderen Abteilung zugewiesen waren, der Weinwirtschaft und der Verkehrserschließung ländlicher Gebiete.

Die NÖ Wirtschaftsagentur übernahm im Auftrag der Abteilung Landwirtschaftsförderung LF3 die vom Europäischen Landwirtschaftsfonds (ELER) kofinanzierte „Technische Hilfe“ (Unterstützung bei der Förderungsabwicklung). Wie die Abteilung Landwirtschaftsförderung LF3 im Stellungnahmeverfahren am 13. September 2023 präzisierte, wickelten sie und die NÖ Wirtschaftsagentur Förderungsverfahren aus dem Österreichischen Programm für Ländliche Entwicklung (LEADER) als gleichberechtigte Förderstellen ab.

Das betraf seitens der NÖ Wirtschaftsagentur hauptsächlich Projekte aus den Bereichen Tourismus, Kultur und Kulturelles Erbe, Wirtschaftskooperationen, Demografie und Barrierefreiheit, Qualifizierung, Handwerk und Mobilitätslösungen.

3.3 Niederösterreich-Werbung GmbH

Das Land NÖ unterhielt mit der Niederösterreich-Werbung GmbH, kurz NÖ Werbung, eine Informations- und Serviceeinrichtung zur Förderung und Entwicklung des Tourismus in Niederösterreich. An der Gesellschaft hielten das Land NÖ 95 Prozent und die Wirtschaftskammer Niederösterreich fünf Prozent. Die NÖ Werbung war unter anderem an den regionalen NÖ Tourismus Gesellschaften beteiligt. Ihre Tätigkeiten umfassten Marketingmaßnahmen im

In- und Ausland für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft, für andere Wirtschaftsbereiche des Landes NÖ, Aufgaben der Öffentlichkeitsarbeit und des Marketings im Interesse des Landes NÖ sowie den Betrieb einer Werbe- und Medienagentur.

Die Werbelinie der NÖ Werbung für den Weinherbst 2021 mit dem Slogan „Der Sommer ist erst vorbei, wenn wir es sagen“ erhielt unter 400 eingereichten Sujets den KURIER-„Werbe-Amor“ in Gold.

Interne Medienagentur

Die interne Medienagentur der NÖ Werbung führte Medienplanungen, Medienkooperationen und Medienprojekte für die Bereiche Tourismus, Sportland und Wirtschaftspartner des Landes NÖ durch. Der Agentur oblagen auch die Koordination von sogenannten Medien-Jour-Fixen und die Meldungen nach dem Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz für die Unternehmen im Bereich Wirtschaft, Tourismus und Sport.

Die Medienagentur der NÖ Werbung wickelte im Auftrag der NÖ Wirtschaftsagentur Inserate und Werbung sowie Kooperationen ab und wirkte an deren Kampagnen- und Media-Planungen mit.

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 umfasste diese Kooperation der beiden Landesgesellschaften rund 3,06 Millionen Euro verteilt auf 877 Buchungen.

Aufgrund dieser Kooperation konnte die NÖ Wirtschaftsagentur den Agenturrabatt der NÖ Werbung von zumeist 15,0 Prozent sowie deren Spezialwissen nutzen, wobei die NÖ Werbung ihre eigenen Leistungen nicht verrechnete.

Eine schriftliche Kooperationsvereinbarung über die Zusammenarbeit bestand nicht. Außerdem ergab die Überprüfung von Stichproben zu Inseraten und Werbung sowie zu Dienstleistungen, dass in der NÖ Wirtschaftsagentur teilweise Angebote, Aufträge, Nachweise oder Angaben zum Agenturrabatt von Geschäftsfällen fehlten, welche die NÖ Werbung abgewickelt hatte. Damit fehlten teils wesentliche Grundlagen zur Rechnungsprüfung.

Die Kooperation der NÖ Werbung und der NÖ Wirtschaftsagentur war grundsätzlich wirtschaftlich und zweckmäßig, vernachlässigte jedoch den Grundsatz der Transparenz und ließ Art sowie Umfang der Zusammenarbeit ungeregelt und warf beihilfenrechtliche Fragen auf.

Aus Gründen der Rechtssicherheit empfahl der Landesrechnungshof der NÖ Landesregierung sowie der NÖ Wirtschaftsagentur, die Grundsätze der Zusammenarbeit der NÖ Werbung und der NÖ Wirtschaftsagentur, insbesondere in Bezug auf allgemeine Geschäftsbedingungen sowie Art, Inhalt und Umfang der Zusammenarbeit schriftlich festzulegen sowie rechtliche Fragen zu klären.

Ergebnis 1

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH und die Niederösterreich-Werbung GmbH sollten die Grundsätze ihrer Zusammenarbeit schriftlich festlegen und rechtliche Fragen klären.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wurde bereits umgesetzt, die Prüfung der rechtlichen Fragen veranlasst und die vertragliche Zusammenarbeit mit der Niederösterreich Werbung GmbH ausgearbeitet.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

4. Rechtliche Grundlagen

Den rechtlichen Rahmen für die NÖ Wirtschaftsagentur bildeten bundes- und landesgesetzliche Grundlagen sowie der Gesellschaftsvertrag und interne Vorschriften der Gesellschaft.

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, und das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz – DSGVO), BGBl I 1999/165.

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 mussten.

Datenschutzgesetz

Das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz – DSGVO), BGBl I 1999/165 ergänzte

die Datenschutz-Grundverordnung des Europäischen Parlaments und des Rats (DSGVO).

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 Interne Vorschriften

Auf der Grundlage der Gesellschaftsverträge vom 25. September 2008 und 4. September 2017 galten intern die Geschäftsordnung für die Geschäftsführung, die Aufstellung zur Handlungsvollmacht sowie Regelungen zum Datenschutz und interne Richtlinien.

Antikorruptionsrichtlinie 2013

Die Antikorruptionsrichtlinie vom Dezember 2013 diente dazu, die gesetzlichen Bestimmungen zur Korruptionsprävention und Korruptionsbekämpfung umzusetzen und wirtschaftlichen Schaden und Imageschaden von der NÖ Wirtschaftsagentur, ihren Tochterunternehmen sowie ihren Führungskräften und Mitarbeitenden abzuhalten. Dazu erläuterte die Richtlinie Begriffe, Rechtsgrundlagen und Rechtsprechung, insbesondere die Amtsträgereigenschaft. Zudem bot die Richtlinie einen Leitfaden für den Umgang mit Vorteilen und Interessenskonflikten. Das umfasste Geschenke, Ausübung von Gastfreundschaft, Teilnahme an Veranstaltungen, Sponsoring, Marketing und Vertrieb, wobei im Einzelfall eine Geringfügigkeitsgrenze im Gegenwert von 100,00 Euro für Geschenke, Einladungen und Veranstaltungen bestand.

Die Richtlinie nannte einen Compliance-Ansprechpartner, der den Mitarbeitenden bei Unklarheiten zur Verfügung stand. In Bezug auf Vergaben sah die Richtlinie im Fall von Interessenkonflikten die Prüfung und die Dokumentation der Preisangemessenheit vor. Für wiederkehrende Leistungen empfahl sie den Abschluss von Rahmenverträgen.

Die NÖ Wirtschaftsagentur teilte im Rahmen der Schlussbesprechung mit, dass sie im Jahr 2023 die Antikorruptionsrichtlinie hinsichtlich Neuerungen wie

Hinweisgeberschutzgesetz und Korruptionsstrafgesetz 2023 adaptierte. Sie führte Schulungen der Mitarbeitenden im Zuge des Einstellungsprozesses durch und wies jährlich auf die Compliance-Richtlinien hin.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur, die Richtlinien zur Korruptionsprävention an die aktuellen Entwicklungen beziehungsweise Vorgaben der NÖ Landesverwaltung weiterhin anzupassen. Er verwies dazu auf „Compliance im Überblick; Compliance, Risikomanagement und Interne Kontrollsysteme im Amt der NÖ Landesregierung und an den Bezirkshauptmannschaften“ sowie beispielhaft auf die präventiven Maßnahmen im Amt der NÖ Landesregierung (Verhaltenskodex zur Korruptionsprävention im öffentlichen Dienst, verpflichtende digitale Aus- und Weiterbildung).

Ergebnis 2

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte ihre Vorgaben zur Korruptionsprävention weiterhin an aktuelle Entwicklungen und an die der Landesverwaltung anpassen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wird bereits umgesetzt, da die Anpassung der Vorgaben der ecoplus GmbH an aktuelle Entwicklungen (gesetzlicher Natur oder von Seiten der Landesverwaltung) ein fortwährender und laufender Prozess ist. In diesem Zusammenhang werden die gegenständlichen Regeln in Form eines „Compliance Risikomanagement und Internen Kontrollsystems“ aktualisiert und ein Mitarbeiter zum zertifizierten Compliance Officer ausgebildet. Diese aktualisierten Regelungen werden durch verpflichtende Aus- und Weiterbildungsmaßnahmen für die Mitarbeiter ergänzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Außerdem regte der Landesrechnungshof an, dass die NÖ Wirtschaftsagentur entsprechend ihrer aus den Stichproben erkennbaren Praxis in einer ihrer Richtlinien betreffend Inserate und Werbung, Spenden, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Mitgliedschaften in Vereinen Zahlungen an politische und wahlwerbende Parteien sowie parteinahe Organisationen im Sinn des Parteiengesetzes 2012 und des NÖ Parteienfinanzierungsgesetzes, Rechtsträger im Sinn des Publizistikförderungsgesetzes 1984, Behörden oder Rechtsträger von Behörden und

parlamentarische Klubs im Sinn des Klubfinanzierungsgesetzes 1985 ausschließt.

Ergebnis 3

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte in einer ihrer Richtlinien betreffend Inserate und Werbung, Spenden, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Mitgliedschaften in Vereinen Zahlungen an politische und wahlwerbende Parteien sowie parteinahe Organisationen ausschließen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wurde bereits im Rahmen des Kommunikationskonzeptes 2023 - 2027 umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

5. Organisatorische Grundlagen

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 befand sich die NÖ Wirtschaftsagentur zu 100 Prozent im Eigentum des Landes NÖ. Die Gesellschaft hatte ihren Sitz in Sankt Pölten und Niederlassungen in Wien sowie in Wiener Neudorf. Sie führte seit 4. Jänner 2005 die Firma ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH.

5.1 Aufgaben und Beteiligungen

Die Gesellschaftsverträge der NÖ Wirtschaftsagentur vom 25. September 2008 und 4. September 2017 legten den Betriebsgegenstand fest. Dieser umfasste die Förderung der Betriebsansiedlung und der Regionalisierung in Niederösterreich zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Stärkung von Regionen, speziell im entwicklungs- und strukturschwachen Raum. Die NÖ Wirtschaftsagentur sollte damit die Aufgaben einer regionalen Entwicklungsagentur erfüllen. Dazu führten die Gesellschaftsverträge aus:

- Erstellung eines Konzepts zur wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Stärkung der NÖ Regionen, vor allem von entwicklungs- und strukturschwachen Regionen in Zusammenwirken mit den zuständigen Stellen

des Landes NÖ (Regionalisierungskonzept) und Bewusstseinsbildung für Regionalisierungsmaßnahmen.

- Weiterentwicklung möglichst vieler Ideen zu realisierbaren Projekten unter Nutzung bestehender Institutionen.
- Entwicklung innovativer regionaler Tourismusprojekte; Beratung einzelbetrieblicher Projektentwicklung, Vernetzung von Angebotselementen im regionalen touristischen Leitungsmix.
- Prüfung von eingereichten Projekten auf ihre wirtschaftlichen Erfolgschancen und ihre regionale Wirksamkeit.
- Einbringung von Förderungsanträgen bei den zuständigen kreditverwaltenden Abteilungen des Amtes der NÖ Landesregierung. Kontrolle der Wirksamkeit der geförderten Projekte und Berichterstattung darüber sowie über den Gesamtumfang der Managementtätigkeit in Form eines jährlichen Berichts.
- Erfassung und Bereitstellung von Informationen über Entwicklung, Einführung und Vermarktung neuer Produkte, Technologien und Dienstleistungen sowie der erforderlichen Daten für Betriebsansiedlungen und Betriebsumsiedlungen (Finanzierungs- und Förderungsmöglichkeiten, Betriebsstandorte, regionale Wirtschafts- und Arbeitsmarktstruktur und -entwicklung sowie andere wirtschaftliche Rahmenbedingungen).
- Akquisition, Vermittlung und Betreuung von potentiellen Investoren, Kooperationspartnern und Unternehmen bei der Vorbereitung und Durchführung von Standort-, Innovations- und Umstellungsvorhaben.
- Information und Unterstützung von NÖ Gebietskörperschaften in Angelegenheiten der Wirtschafts- und Standortförderung und der Betriebsansiedlung.
- An- und Verkauf, Tausch, Pachtung, Verpachtung, Anmietung und Vermietung von bebauten und unbebauten Liegenschaften und Gebäuden für Zwecke der Betriebsansiedlung; Vorbereitung, Errichtung, Betreuung, Betrieb beziehungsweise Verwaltung von Aufschließungsanlagen und Betriebsliegenschaften beziehungsweise von Betriebsobjekten; Organisation, Errichtung und Betrieb von Dienstleistungsunternehmen und -einrichtungen für Betriebsansiedlungen.
- Kontaktvermittlung, Koordination und Kooperation zu beziehungsweise mit anderen einschlägigen Einrichtungen der Wirtschaftsförderung und Betriebsansiedlung in Österreich und dem Ausland.
- Umsetzung von wirtschaftspolitischen Programmen wie Cluster, Internationalisierung, Technopolprogramm.

- Beteiligung an anderen Unternehmen, die der Wahrnehmung des Unternehmensgegenstands direkt und indirekt förderlich sind sowie die Errichtung von Zweigniederlassungen in Österreich.
- Durchführung von Studien, Beratungsaktivitäten, projektbegleitenden Aktivitäten und Erstellung von Expertisen im Rahmen von Programmen der Europäischen Union und Gemeinschaftsinitiativen sowie von grenzüberschreitenden Vorhaben und Projekten im Hinblick auf die Osterweiterung der Europäischen Union.

Im Mai 2022 verfügte die NÖ Wirtschaftsagentur über direkte Beteiligungen mit einem Anteil von 100 Prozent an der ecoplus Beteiligungen GmbH, der ecoplus Alpin GmbH, der riz up Niederösterreichs Gründeragentur GmbH und der Ennshafen NÖ GmbH.

An der ecoplus International GmbH hielt sie einen Anteil von 70,0 Prozent neben der RLB Businessconsulting GmbH der Raiffeisen Landesbank NÖ Wien AG am Stammkapital und an der VIENNA REGION Wirtschaft.Raum.Entwicklung.GmbH einen Anteil von 50,0 Prozent neben der Wirtschaftsagentur Wien Beteiligungen GmbH.

Die ecoplus International GmbH unterstützte kleine und mittlere Unternehmen bei der Erschließung von Auslandsmärkten und der Sicherung ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit. Sie betrieb im Ausland Marketing für den Wirtschaftsstandort Niederösterreich.

Weitere Beteiligungen der NÖ Wirtschaftsagentur bestanden an der TFZ Technologie- und Forschungszentrum Seibersdorf GmbH (Anteil 1,0 Prozent), der Nova City GmbH (Anteil 0,5 Prozent) und der ACCESS INDUSTRIAL PARK AUSTRIA Ges.m.b.H. (Anteil 0,2 Prozent).

5.2 Organe der Gesellschaft

Die Gesellschaftsverträge der NÖ Wirtschaftsagentur vom 25. September 2008 und 4. September 2017 statteten die NÖ Wirtschaftsagentur mit einer Generalversammlung, einer Geschäftsführung und einem Aufsichtsrat sowie mit einem Fachbeirat für Angelegenheiten der Regionalförderung aus.

Generalversammlung

Der Generalversammlung waren die gesetzlichen Aufgaben vorbehalten, wie die Bestellung der Geschäftsführung und die Erteilung einer Prokura oder Handlungsvollmacht zum gesamten Geschäftsbetrieb sowie Beschlüsse über den Jahresabschluss. Die Vertretung des Landes NÖ oblag dem für Wirtschaft, Tourismus und Sport zuständigen Mitglied der NÖ Landesregierung.

Geschäftsführung

Die Geschäftsführung konnte aus einer, zwei oder mehreren Personen bestehen. Von 1. März 2017 bis 3. September 2017 verfügte die NÖ Wirtschaftsagentur über einen Geschäftsführer, von 4. September 2017 bis 27. Februar 2020 über zwei Geschäftsführer und danach wieder über einen Geschäftsführer.

Die Geschäftsordnung (Stand 20. Juli 2020) sah vier Gesamtprokuristen vor und legte die Aufgabenverteilung zwischen der Geschäftsführung und den Prokuristen fest. Neben der internen Organisation und der Administration sowie dem Personalwesen blieben der Geschäftsführung die folgenden Angelegenheiten vorbehalten: Ziele, Leitbilder, Strategien und Führungsgrundsätze für Bereiche und Geschäftsfelder, Grundsätze der Budgeterstellung, der Compliance und der internen Revision in Bezug auf rechtmäßige, zweckmäßige und sparsame Durchführung der Geschäftsaktivitäten sowie die Grundsätze der Kommunikation, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung. Die Gesamtprokuristen hatten die Geschäftsführung zu unterstützen.

Aufsichtsrat

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bestand der Aufsichtsrat der NÖ Wirtschaftsagentur aus 14 Mitgliedern: aus der oder dem Aufsichtsratsvorsitzenden, deren oder dessen Stellvertretung, sieben weiteren Mitgliedern und fünf Mitgliedern aus dem Betriebsrat. Der Aufsichtsrat verfügte über ein Präsidium aus der oder dem Aufsichtsratsvorsitzenden, deren oder dessen Stellvertretung, der Leitung der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie WST3 sowie einem weiteren (kooptierten) Mitglied. Das Präsidium konnte bei besonderer Dringlichkeit sowie bei Regionalisierungsprojekten mit besonderem Interesse des Landes NÖ Beschlüsse für den Aufsichtsrat fassen.

Der Aufsichtsrat war bei bewilligungspflichtigen Geschäften einzubinden wie bei Erwerb, Veräußerung und Belastung von Liegenschaften ab einem Grenzwert, hatte die Geschäftsführung und die Prokuristen zu überwachen sowie den Jahresabschluss, den Geschäftsbericht und den Lagebericht zu prüfen und zu verabschieden.

Fachbeirat für Regionalförderung

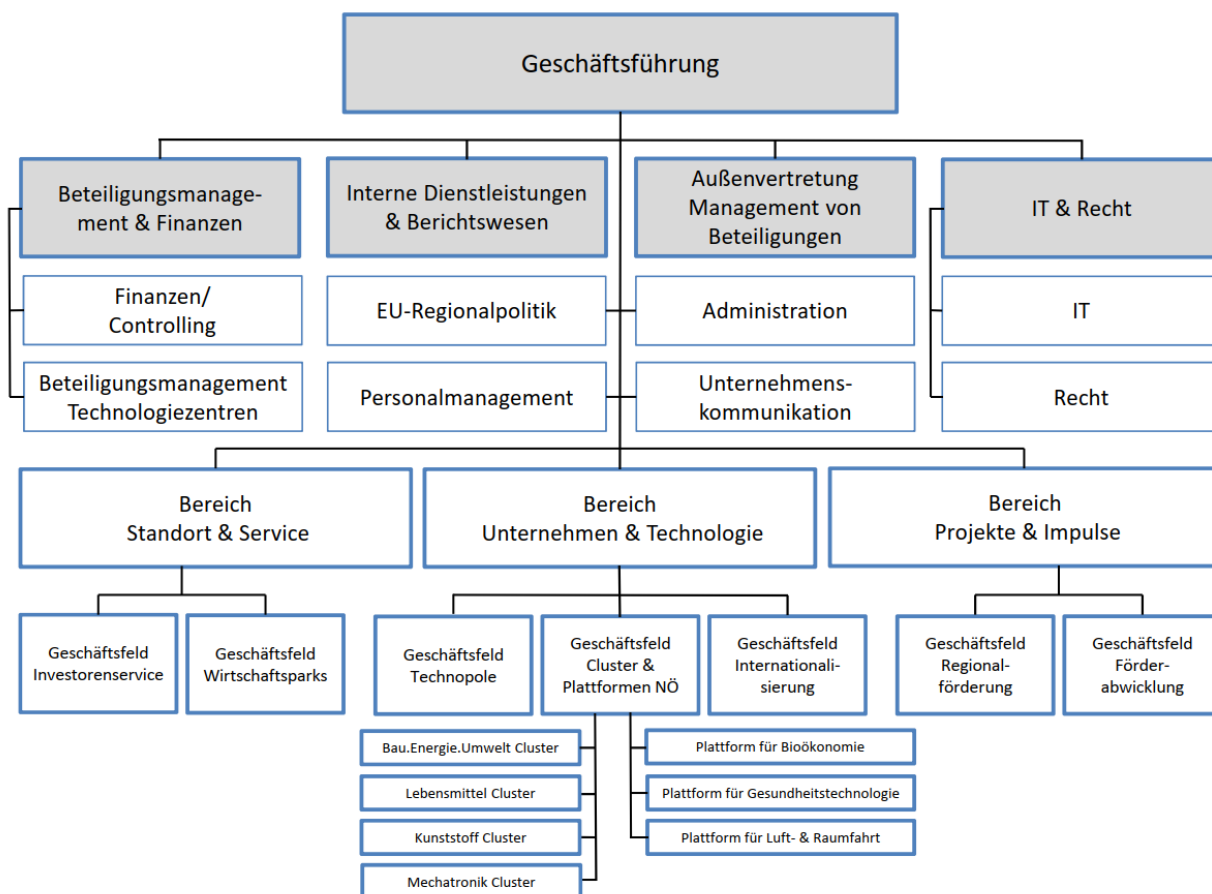
Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 verfügte die NÖ Wirtschaftsagentur über einen Fachbeirat aus neun Mitgliedern. Dieser hatte die Generalversammlung und den Aufsichtsrat in Angelegenheiten der Regionalförderung zu beraten. Das Präsidium des Fachbeirats konnte bei besonderer Dringlichkeit eines Regionalförderfalls Beschlüsse für den Fachbeirat fassen. Es hatte sich aus dem Fachbeiratsvorsitzenden und seiner Stellvertretung zusammensetzen.

Die Bestellung der Mitglieder kam laut Gesellschaftsvertrag dem Land NÖ zu. Das Vorschlagsrecht hatten die Abteilung Finanzen F1, die Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie WST3, die Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 sowie die Wirtschaftskammer Niederösterreich, die Kammer für Arbeiter und Angestellte für Niederösterreich und die Niederösterreichische Landwirtschaftskammer. Außerdem war dem Fachbeirat eine Vertretung der jeweils betroffenen Fachabteilung des Amtes der NÖ Landesregierung beizuziehen.

5.3 Aufbauorganisation

Im Mai 2022 stellte sich die Aufbauorganisation der NÖ Wirtschaftsagentur wie folgt dar:

Abbildung 1: Organigramm NÖ Wirtschaftsagentur Stand Mai 2022



Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur, Stand Mai 2022, Darstellung Landesrechnungshof

Die NÖ Wirtschaftsagentur gliederte sich in die Geschäftsführung mit vier Gesamtprokuristen und Stabstellen für Finanzen und Controlling, Beteiligungsmanagement Technologiezentren, EU-Regionalpolitik, Personalmanagement, Administration, Unternehmenskommunikation, Informationstechnologie und Rechtswesen sowie drei Bereichen mit insgesamt sieben Geschäftsfeldern. Die vier Gesamtprokuristen nahmen die zentralen Aufgaben „Beteiligungsmanagement & Finanzen“, „Interne Dienstleistungen & Berichtswesen“, „Außenvertretung und Management von Beteiligungen“ sowie „Informationstechnologie & Recht“ wahr. Die Interne Revision war bei Interne Dienstleistungen und Berichtswesen angesiedelt.

Dem Bereich „Standort & Service“ waren die Geschäftsfelder „Investorenservice“ und „Wirtschaftsparks“ zugeordnet. Der Bereich „Unternehmen & Technologie“ umfasste die Geschäftsfelder „Technopole“, „Cluster & Plattformen NÖ“ sowie „Internationalisierung“. Zum Bereich „Projekte & Impulse“ gehörten die Geschäftsfelder „Regionalförderung“ und „Förderabwicklung“.

Das Geschäftsfeld „Cluster & Plattformen NÖ“ entwickelte und betrieb Netzwerke und Kooperationen zwischen Wirtschaft, Forschung und Qualifizierung, um Innovationen anzustoßen und zu unterstützen. Es bot zusammen mit den Technopolen den NÖ Betrieben und Unternehmen Expertise, Strukturen und Mittel für Innovationen. Im Mai 2022 bestanden Cluster für „Bau.Energie.Umwelt“, für „Lebensmittel“, für „Kunststoff“ und „Mechatronik“ sowie die Plattformen für „Bioökonomie“, „Gesundheitstechnologie“ und „Luft- & Raumfahrt“.

Die Technopole in Krems, Tulln, Wiener Neustadt und Wieselburg führten Forschung, Wirtschaft und Ausbildung an den Standorten zusammen.

Die Aufgaben der Kommunikation sowie das Marketing oblagen der Geschäftsführung mit der Stabstelle Unternehmenskommunikation. Außerdem arbeitete die NÖ Wirtschaftsagentur bei der Media- und Kampagnen-Planung sowie bei deren Umsetzung mit der NÖ Werbung zusammen.

Internes Kontrollsystem (IKS)

Die NÖ Wirtschaftsagentur verfügte über wesentliche Grundlagen eines internen Kontrollsystems. Dazu zählten Organigramm und Stellenbeschreibungen sowie Handlungsvollmachten mit definierten Wertgrenzen, eine Geschäftsordnung nach dem „Vier-Augen-Prinzip“ und dem Prinzip der „Funktionstrennung“, eine Antikorruptionsrichtlinie sowie eine Interne Revision. Grundlage eines internen Kontrollsystems war die Kenntnis allfälliger Organisationsrisiken. Die NÖ Wirtschaftsagentur führte teilweise Risikoanalysen mit Risikogewichtung durch.

Der Landesrechnungshof verwies auf seine Empfehlung zur Antikorruptionsrichtlinie und empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur, die vorhandenen Ansätze und Teile ihres internen Kontrollsystems zweckmäßig zu ergänzen und zu einem Kontrollsystem im Sinn der Vorgaben der Landesverwaltung („Compliance im Überblick; Compliance, Risikomanagement und Interne Kontrollsysteme im Amt der NÖ Landesregierung und an den Bezirkshauptmannschaften“) weiterzuentwickeln.

Ergebnis 4

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte ihr internes Kontrollsystem zweckmäßig ergänzen und im Sinne der Vorgaben der Landesverwaltung weiterentwickeln.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wurde bereits umgesetzt und das bestehende Interne Kontrollsystem ergänzt und weiterentwickelt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Die NÖ Wirtschaftsagentur nahm die Anregungen des Landesrechnungshofs bereits auf.

Da laut Geschäftsführung keine internen Revisionen zu Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen erfolgt waren, regte der Landesrechnungshof an, auch derartige Rechtsgeschäfte einer Revision zu unterziehen.

6. Strategische Grundlagen

Den strategischen Rahmen für die NÖ Wirtschaftsagentur beziehungsweise für deren Rechtsgeschäfte zu Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen und Mitgliedschaften bildeten:

- die Wirtschaftsstrategien Niederösterreich 2020 und NÖ 2025
- das Konjunkturprogramm
- die FTI-Strategien 2020 und 2027

- die Digitalisierungsstrategie
- die Breitbandstrategie
- die Tourismusstrategien 2020 und 2025.

6.1 Wirtschaftsstrategien 2020 und 2025

Die Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2020 vom 18. November 2014 (Beschluss der NÖ Landesregierung) führte die Vision „Unternehmerland Niederösterreich. Richtig Wachsen. Besser Leben“ und deren Hauptziele „Niederösterreich als Wachstumsmotor in Ostösterreich“, „Ausbau hochqualifizierter Arbeitsplätze“ und „Weiterer Ausbau als attraktiver Wirtschaftsstandort“ mit den Kernstrategien „Nachhaltiges Unternehmenswachstum und Internationalisierung“, „Forschung, Entwicklung und Marktumsetzung“, „Attraktive Standorte“ sowie „Gründungen mit Wachstumsdynamik“ fort.

Die Wirtschaftsstrategie NÖ 2025 vom 19. November 2019 (Beschluss der NÖ Landesregierung) setzte mit der Vision „Unternehmerland Niederösterreich Qualität mit Zukunft“ weiterhin auf Qualität, Internationalität, Attraktivität Niederösterreichs als innovativer Wirtschaftsstandort mit nachhaltigem Unternehmenswachstum sowie auf Treibhausgasreduktion und Energieeffizienz.

Dazu dienten vier Kernstrategien „intelligente, innovative, qualitativ hochwertige Produkte, Werkstoffe und Produktion“, „hochwertige, international sichtbare Standorte und regionale Zentren“, „Digitalisierung, Big Data und neue Geschäftsmodelle“ sowie „klima-, umwelt- und ressourcenorientierte Entwicklungen“ sowie Indikatoren und Kennzahlen wie Exportzahlen, Forschungs- und Entwicklungsausgaben der Unternehmen, Beschäftigungszahlen oder Drittmittel (Abholung von Förderungen).

Die Wirtschaftsstrategie NÖ 2025 bezog sich auf die „Nachhaltigen Entwicklungsziele der Agenda 2030 der Vereinten Nationen“ (Sustainable Development Goals, kurz SDG), im Speziellen auf SDG 8 Menschenwürde, Arbeit und Wirtschaftswachstum, SDG 9 Industrie, Innovation und Infrastruktur, SDG 12 nachhaltiger Konsum und Produktion und SDG 13 Maßnahmen zum Klimaschutz.

6.2 Konjunkturprogramm

Das „NÖ Konjunkturprogramm“ vom 21. Oktober 2020 (Beschluss NÖ Landtag) umfasste 229,00 Millionen Euro für zwei Jahre und beinhaltete auch Maßnahmen zur Verstärkung der Regionalisierung, der Innovationen und des un-

ternehmerischen Handelns durch eine Erweiterung der Haftungen und des Beteiligungsmodells sowie durch eine Beteiligung des Landes NÖ am Hightech-Fonds des IST-Austria.

Weiters sollten Innovationsplattformen für Gesundheit, Luft, Raumfahrt und Bioökonomie geschaffen sowie der Tourismus und der Breitbandausbau stärker gefördert werden. Zudem sah das Programm einen Ausbau von Photovoltaik-Anlagen, eine thermische Sanierung bei den ecoplus-Wirtschaftsparks sowie eine ökologische Standortentwicklung und Betriebsgebietserneuerungen vor. Innovationsmittel sollten in Forschung und Entwicklung, Technologie im angewandten Bereich, in 3D-Druck-Testanwendungen, Prototypen sowie in Kleinbetriebe und Start-ups mit geringer Innovationserfahrung fließen.

6.3 FTI-Strategien 2020 und 2027

Die „Forschungs-, Technologie- und Innovationsstrategie für das Land NÖ, Teil I: Ziele, Grundsätze, Optionen“ (kurz FTI-Strategie 2020) vom 14. Mai 2013 (Beschluss der NÖ Landesregierung) bildete den Rahmen für die Entwicklung der NÖ Forschungs-, Technologie- und Innovations-Landschaft im Zeitraum 2014 bis 2020.

Zur Umsetzung der Bereiche „Natur-Kultur-Lebensqualität“, „Ernährung-Medizin-Gesundheit“ und „Technologie-Produktivität-Wohlfahrt“ wurde ein Forschungs-, Technologie- und Innovationsprogramm, kurz FTI Programm 2020, erstellt. Dieses Programm hatte vorgesehen, Wissenschaft und Forschung zu nachwachsenden Rohstoffen und Bioenergie, nachhaltiger Landbewirtschaftung und Produktionsoptimierung, zu Medizintechnik und medizinischen Biotechnologien, Materialien und Oberflächen sowie zu Fertigungs- und Automatisierungstechnik zu unterstützen.

Die FTI-Strategie 2027 löste die FTI-Strategie 2020 und das FTI-Programm 2020 ab und verfolgte die Vision *„Die Wissenschafts- und Forschungslandschaft in Niederösterreich ist sowohl national als auch international sichtbar und anerkannt und gleichzeitig mit der Region und seinen Menschen verbunden. Sie leistet einen wesentlichen Beitrag zur Weiterentwicklung von Gesellschaft und Wirtschaft des Bundeslandes und dessen Innovationskraft.“*

Für den Zeitraum 2021 bis 2027 legte die FTI-Strategie 2027 die drei Grundprinzipien „Kooperationen stärken und ausbauen“, „Partizipation ermöglichen“ sowie „Effizienz und Transparenz steigern“ fest. Dazu bestanden die vier strategischen Ziele „die Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten in Niederösterreich nachhaltig ausbauen“, „international herausragende Forschung forcieren“, „den Wirtschaftsstandort und dessen Innovationskraft stärken“ sowie

„das Zusammenwirken zwischen Wissenschaft und Forschung mit der Gesellschaft unterstützen“.

Die Strategie beinhaltete zudem Teilziele und operative Ziele mit Indikatoren, jedoch ohne Zielwerte, sowie die vier Handlungsfelder „Gesundheit und Ernährung“, „Umwelt, Klima, Ressourcen“, „Digitalisierung, intelligente Produktion und Materialien“ und „Gesellschaft und Kultur“.

Spezifische FTI-Förderungen richteten sich an Hochschulen, Universitäten, außeruniversitäre Forschungseinrichtungen, forschende Unternehmen und die niederösterreichische Bevölkerung.

Die NÖ Wirtschaftsagentur war Teil der FTI-Steuergruppe unter der Leitung der Abteilung Wissenschaft und Forschung K3, welche die Gesamtverantwortung für die FTI-Prozesse und das zweckgewidmete Budget trug.

6.4 NÖ Breitband- und Digitalisierungsstrategien

Die NÖ Breitband- und Digitalisierungsstrategien orientierten sich an europäischen und nationalen Strategien und Programmen.

Eine leistungsfähige Breitbandinfrastruktur bildete eine wesentliche Voraussetzung für Digitalisierung und damit für Wettbewerbsfähigkeit sowie Innovationskraft, für Wachstum und Beschäftigung sowie für den sozialen Zusammenhalt. Daher fanden sich Breitbandstrategien bereits im Landesentwicklungskonzept 2004 und in weiterer Folge in den Wirtschaftsstrategien 2020 und 2025, in den Forschungs-, Technologie- und Innovationsstrategien sowie im Mobilitätskonzept Niederösterreich 2030, in der Digitalisierungsstrategie 2021, aber auch im NÖ Klima- und Energiefahrplan 2020 bis 2030.

Strategisches Ziel war, bis zum Jahr 2030 allen Haushalten und Betrieben in Niederösterreich eine ultraschnelle, zukunftssichere und flächendeckende Breitbandversorgung zu leistbaren Preisen zur Verfügung zu stellen.

Die NÖ Digitalisierungsstrategie vom März 2021 verfolgte die Mission „Den digitalen Wandel nutzen. Für Land und Leute“ sowie die drei Ziele „Arbeitsplätze sichern und ausbauen“, „Ländliche Regionen stärken“ und „Lebensqualität verbessern“.

Dazu legte die Strategie die drei Stoßrichtungen „digitale Fitness“, „digitale Infrastruktur“ und „digitale Lösungen“ sowie die Handlungsfelder „Bewusstseinsbildung, Aus- und Weiterbildung sowie Forschung und Innovation“, weiters „Konnektivität sowie innovative Infrastruktur“ und „Vernetzungsplattform, Daten sowie Digitalisierung in der Verwaltung“ fest.

In Bezug auf Evaluierung und Indikatoren verwies die Strategie auf den Index für die Digitale Wirtschaft und die Gesellschaft DESI (Digital Economy and Society Index). Zielvorgaben bestanden nicht.

Die NÖ Wirtschaftsagentur bot Unternehmungen, Investoren, Projektträgern und wissenschaftlichen Einrichtungen dazu Information, Beratung und Unterstützung an.

6.5 Tourismusstrategien 2020 und 2025

Die Tourismusstrategie 2020 für die Jahre 2015 bis 2020 verfolgte mit der Vision „LEBENSKULTUR PUR! Niederösterreich ist das Land des Genießens und der Lebenskultur“ eine Steigerung der Nächtigungen, der Wertschöpfung im Ausflugstourismus und der Zahl an Qualitätspartnern. Dazu legte die Strategie Zielgruppen, Zielwerte sowie die vier Kompetenzfelder „Landschaft, Natur, Berg“, „Kulinarik, Wein, regionale Produkte“, „Gesundheitsangebote“ und „Kunst und Kultur“ fest. Auf diesen sowie auf den Stoßrichtungen „Lebenslust“, „Wohlbefinden“ und „Abenteuer“ sollte die Entwicklung von Produkten und die touristische Vermarktung aufbauen.

Die Tourismusstrategie 2025 vom 22. September 2020 (Beschluss der NÖ Landesregierung) setzte für die Jahre 2020 bis 2025 auf Urlaubs-, Tages- und Ausflugs-, Gesundheits- sowie auf Wirtschaftstourismus und die drei strategischen Ziele „Klare Positionierung als attraktives, inspirierendes, nachhaltiges und authentisches Urlaubsland“, „Konsequenter Wertschöpfungs- und Qualitätsfokus“ sowie „Klare Forcierung von Innovation, Netzwerken und Synergien“ fest. Dazu sollten Leitprodukte und ein Innovationsmanagement etabliert, Nächtigungsquoten und Qualität der Betriebe gesteigert sowie Strukturen und Ressourcen im Tourismussystem gestrafft beziehungsweise gebündelt werden.

Weiters sah die Tourismusstrategie 2025 die vier Handlungsfelder „Erlebnis- und Begegnungsräume weiterentwickeln“, „Leidenschaftliche Gastgeber und Produzenten stärken“, „Die Marke Niederösterreich mit ihren Destinationsmarken weiterentwickeln“ und „Touristische Geschäftsfelder stärken“ sowie Indikatoren vor. Dazu zählten Image-Assoziationen mit Niederösterreich, Bekanntheit von Leitthemen und Leitprodukten, Nächtigungszahlen und die Höhe der gebündelten Aktionsbudgets.

Die Tourismusstrategie 2025 bildete die Grundlage der Tourismus Destinationsstrategien 2025 für Mostviertel, Waldviertel, Weinviertel, Wiener Alpen, Donau und Wienerwald sowie für die Leitfäden „Mountainbike Niederösterreich“ und „Wandern Niederösterreich“ und das Programm „Bergerlebnis Österreich“ (BIN 2018). Diese Strategien enthielten teilweise Indikatoren und Zielwerte oder verwiesen dazu auf eine Reflexionsklausur.

7. Unternehmensstrategien

Die NÖ Wirtschaftsagentur richtete ihre Unternehmungen an den maßgeblichen Landesstrategien aus. Dazu bestanden „Mission-Statements“ sowie eine „Balanced Scorecard“. Diese beinhaltete die wichtigsten strategischen Ziele, Zielwerte und Messgrößen (Indikatoren, Kennzahlen) für Finanzen, Kunden, Prozesse und zukünftige Entwicklungen zur Steuerung der NÖ Wirtschaftsagentur. Für den Bereich Unternehmenskommunikation bestanden strategische Konzepte sowie Pläne für Geschäftsfelder der Bereiche „Standort & Service“, „Unternehmen & Technologie“ sowie „Projekte & Impulse“.

7.1 Balanced Scorecard

Die „Balanced Scorecard“ verknüpfte die strategischen Ziele mit Messgrößen und Zielwerten, wobei die Zielwerte für das Geschäftsfeld „Technopole“ bis zum Jahr 2020 und die für das Geschäftsfeld „Cluster und Plattformen NÖ“ für die Jahre 2015 bis 2021 galten. Für das Geschäftsfeld „Regionalförderung“ bestanden Zielwerte bis zum Jahr 2021 sowie eine Vorschau ab dem Jahr 2022 und darüber hinaus, jedoch ohne Zielwerte.

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass die NÖ Wirtschaftsagentur über eine „Balanced Scorecard“ bei fünf von sieben Geschäftsfeldern verfügte. Teilweise fehlten jedoch Ziele, Messgrößen und Zielwerte.

Inserate und Werbung, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen bildete die „Balanced Scorecard“ mit Ausnahme von einzelnen Maßnahmen, wie dem Technopol-Frühstück, nicht ab.

Die NÖ Wirtschaftsagentur gab an, dass bereits ein Prozess zur Überarbeitung und Aktualisierung der „Balanced Scorecard“ laufe.

Daher empfahl der Landesrechnungshof der NÖ Wirtschaftsagentur, die Überarbeitung und die Aktualisierung ihrer „Balanced Scorecard“ mit Zielen, Zielwerten und Messgrößen (Indikatoren, Kennzahlen) zu Ende zu führen. Diese wären rollierend an maßgebliche Veränderungen anzupassen.

Ergebnis 5

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte die Überarbeitung und die Aktualisierung ihrer „Balanced Scorecard“ mit Zielen, Zielwerten und Messgrößen (Indikatoren, Kennzahlen) zu Ende führen. Diese wären rollierend an maßgebliche Veränderungen anzupassen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Überarbeitung des Balanced Scorecard Systems (BSC) wurde im ersten Halbjahr 2023 abgeschlossen, die einzelnen Komponenten wurden und werden immer für einen rollierenden Zeitraum gestaltet. Diese werden jedoch unter den Prämissen, Vorgaben und in direkter Einbindung der verwaltenden Landesorganisation Abteilung WST3 erstellt. So wurden z. B. in der BSC Neuordnung für das Wirtschaftsressort einzelne Abteilungen bzw. Teilunternehmen zu BSC-Bereichen zusammengefasst und nur Teilbereiche der jeweiligen BSC mit konkreten Messgrößen versehen. Grundsätzlich legen Balanced Scorecards als strategisches Instrument per se mehr Wert auf qualitative als auf quantitative Zielgrößenebenen.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm zur Kenntnis, dass die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH im ersten Halbjahr 2023 ihr Balanced Scorecard System überarbeitete. Er bekräftigte, dass Leistungen und Wirkungen mit meßbaren Indikatoren und Kennzahlen hinterlegt werden sollten.

7.2 Kommunikationsstrategie

Die NÖ Wirtschaftsagentur richtete ihre Kommunikation und ihr Marketing auf die thematischen Schwerpunkte ihrer Geschäftsfelder aus. Die Kommunikationsstrategie war im „Kommunikationskonzept 2016-2020 ecoplus gesamt“ sowie in den „Maßnahmen- und Aktivitätenplänen“ für die Jahre 2017 bis 2020 sowie für das Jahr 2022 zu den Bereichen „Unternehmen & Technologie“, „Standort & Service“ und „Projekte & Impulse“ verankert.

Die NÖ Wirtschaftsagentur legte am 21. Oktober 2022 die Pläne für die Jahre 2017 bis 2020 sowie für das Jahr 2022 vor.

Das Fehlen von Konzepten sowie der Maßnahmen- und Aktivitätenpläne für das Jahr 2021 begründete sie mit der Corona-Pandemie und für die Folgejahre mit der Ausarbeitung einer neuen Kommunikationsstrategie für die Zeit ab dem Jahr 2023.

7.3 Kommunikationskonzept 2016-2020

Das „Kommunikationskonzept 2016-2020 ecoplus gesamt“, kurz Kommunikationskonzept, beschrieb auf 13 Seiten den „Aufbau des Konzepts“, die „Ausgangslage“, die „Strategie“ und die „Synergien“ und verwies ergänzend auf jährliche Maßnahmen- und Aktivitätenpläne, die auch die Synergien beziehungsweise das Zusammenwirken in der Kommunikationsarbeit herstellen sollten.

Der Abschnitt „Ausgangslage“ stellte Aufgaben und Organisation der NÖ Wirtschaftsagentur sowie die Wirtschaftsstrategie Niederösterreich 2020 dar.

Der Abschnitt „Strategie“ hob die Stärkung des Wirtschaftsstandorts Niederösterreich als vorrangiges Kommunikationsziel im Zusammenspiel mit der Landespolitik sowie dem Ressort Wirtschaft und Technologie hervor. In der Umsetzung stützte sich die Strategie auf Pressearbeit in Form von Aussendungen, Kooperationen und Kampagnen, Marketing im Internet über Websites und Suchmaschinen sowie in Sozialen Netzwerken, weiters Corporate Design, Broschüren und internes Marketing (Betriebsausflug, Weihnachtsfeier, ...).

Für die verschiedenen Bereiche und Geschäftsfelder sah das Kommunikationskonzept spezielle Strategien, Ziele, Zielgruppen und Maßnahmen sowie die Fortführung des Kommunikationskonzepts 2012-2015 vor, wie die Lange Nacht der Forschung, Technologiegespräche Alpbach, Fachtagungen und andere Veranstaltungen (Clusterland Award, Wirtschaft im Dialog, ...).

Die Kommunikation im Bereich „Projekte & Impulse“ stellte Infrastrukturprojekte mit besonderer Bedeutung für die regionale Wertschöpfung sowie Arbeitsplätze in den Mittelpunkt, ohne Maßnahmen darzustellen.

Der Landesrechnungshof vermisste im Kommunikationskonzept Aussagen und Regelungen über Spenden, aktives und passives Sponsoring, für Mitgliedschaften in Vereinen sowie Messgrößen (Indikatoren, Kennzahlen). Er empfahl der NÖ Landesregierung und der NÖ Wirtschaftsagentur daher, strategische Ziele, Zielgruppen und Maßnahmen mit Messgrößen (Indikatoren, Kennzahlen) für Leistungen und Wirkungen sowie für Evaluierungen in den Kommunikationskonzepten zu verankern. Die strategischen Vorgaben sollten in den operativen Maßnahmen- und Aktivitätenplänen sowie in den einzelnen Kampagnen näher ausgeführt werden.

Ergebnis 6

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte in ihrem Kommunikationskonzept Aussagen und Regelungen zu Spenden, Sponsoring und Vereinsmitgliedschaften sowie Messgrößen (Indikatoren, Kennzahlen) für Leistungen, Wirkungen und Evaluierungen ergänzen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wurde bereits im Rahmen des Kommunikationskonzeptes 2023 - 2027 umgesetzt (inkl. Messgrößen) und um Regelungen zu Spenden, Sponsoring sowie Mitgliedschaften in Vereinen ergänzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Am 27. Juli 2023 übermittelte die NÖ Wirtschaftsagentur das „Kommunikationskonzept 2023 – 2025“. Dieses enthielt Angaben zu Evaluierung und Messgrößen (Indikatoren und Kennzahlen), jedoch noch keine Aussagen zu Spenden, Sponsoring und Mitgliedschaften in Vereinen.

Im Stellungnahmeverfahren übermittelte die NÖ Wirtschaftsagentur am 17. August 2023 das aktualisierte „Kommunikationskonzept 2023 – 2027“, das zudem Angaben zu Spenden, Sponsoring und Mitgliedschaften in Vereinen enthielt.

7.4 Maßnahmen- und Aktivitätenpläne

Mit Ausnahme des Jahres 2021 bestanden jährliche Maßnahmen- und Aktivitätenpläne für

- die Geschäftsfelder „Cluster NÖ“ und „Technopole“ des Unternehmensbereichs „Unternehmen & Technologie“,
- den Unternehmensbereich „Projekte & Impulse“ und
- den Unternehmensbereich „Standort & Service“.

Für das Geschäftsfeld „Internationalisierung“ des Bereichs „Unternehmen & Technologie“ lagen derartige Pläne nicht vor.

Die Pläne enthielten Ziele und Zielgruppen, führten einzelne Aktivitäten, Medien und Kooperationen an und wiesen auf regelmäßige Aktualisierungen hin. Budgetvorgaben, Zielwerte sowie Indikatoren und Kennzahlen für Leistungen

und Wirkungen sowie angestrebte Synergien in der Kommunikationsarbeit fehlten.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur, in ihren Maßnahmen- und Aktivitätenplänen die strategischen Ziele, Zielgruppen, Maßnahmen und Messgrößen aus den Kommunikationskonzepten mit Budgetvorgaben und Zielwerten für Leistungen und angestrebte Wirkungen zu verbinden.

Ergebnis 7

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte in ihren Maßnahmen- und Aktivitätenplänen die strategischen Ziele, Zielgruppen, Maßnahmen und Messgrößen aus den Kommunikationskonzepten mit Budgetvorgaben und Zielwerten für Leistungen und angestrebte Wirkungen verbinden.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wurde bereits im Rahmen des Kommunikationskonzeptes 2023 - 2027 umgesetzt (z.B. Leistungs- und Wirkungskennzahlen).

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

7.5 Einzelkampagnen

Als Ergänzung zum Kommunikationskonzept übermittelte die Wirtschaftsagentur für die Jahre 2017 bis 2022 Unterlagen zu einzelnen Kampagnen, Briefings sowie eine Presseinformation.

In den Jahren 2017 bis 2022 plante die NÖ Wirtschaftsagentur in Zusammenarbeit mit der NÖ Werbung die folgenden zehn Kampagnen, wovon neun in den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen nicht enthalten waren. Nur die Kampagne „35 Jahre Regionalförderung trifft 100 Jahre NÖ 2022“ fand sich im Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für den Unternehmensbereich „Standort & Service“ wieder.

- Wirtschaftsstandort Niederösterreich 2017
- Lieblingsplatz 2018
- ecoplus - Ihr Service mit dem Plus 2018
- Mit dem ecoplus-Service-Plus zum Erfolg 2018/2019
- Freie Flächen in Technologie- und Forschungszentren 2020

- Weihnachten 2020 aus Niederösterreich
- Weihnachtskampagne 2021
- Kampagne mit Persönlichkeiten 2021
- Weihnachten 2021 aus Niederösterreich
- 35 Jahre Regionalförderung trifft 100 Jahre NÖ 2022

Davon sah die Kampagne „Freie Flächen in Technologie- und Forschungszentren 2020“ ein Mediabudget für Inserate in Höhe von 130.000,00 Euro vor, das Konzept „Weihnachten 2020 aus Niederösterreich“ für die Erstellung der Website und Einbau diverser Links wie Partner und Förderstellen 6.000,00 Euro und für ihre Bewerbung ein Budget von 60.000,00 Euro. Die übrigen Einzelkampagnen enthielten keine Budgets.

Alle Kampagnen formulierten Ziele und fünf legten Zielgruppen fest. Messgrößen und eine Beschreibung der Evaluierungen fehlten bei allen Kampagnen.

Wirtschaftsstandort Niederösterreich

Die Kampagne „Wirtschaftsstandort Niederösterreich“ 2017 sollte sich an Unternehmungen und die breite Öffentlichkeit richten und die Vorzüge des Wirtschaftsstandorts Niederösterreich durch bekannte Persönlichkeiten aus Geschäftsführungen vermitteln. Budget, Zielwerte und Messgrößen waren nicht veranschlagt beziehungsweise im Konzept nicht enthalten.

Lieblingsplatz

Die Kampagne „Lieblingsplatz“ im Jahr 2018 sollte sich an Menschen in den Sozialen Medien, die mit Niederösterreich beruflich oder privat als Urlauber verbunden waren, sowie an die NÖ Bevölkerung richten, um die Bekanntheit und die Wahrnehmung der Wirtschaftsgesellschaften mit einem Gewinnspiel (Selbstaufnahme vom Lieblingsarbeitsplatz) zu erhöhen. Das Konzept enthielt einen Zeitplan. Budget, Zielwerte und Messgrößen waren nicht veranschlagt beziehungsweise im Konzept nicht enthalten.

ecoplus - Ihr Service mit dem Plus

Mit dem ecoplus-Service-Plus zum Erfolg 2018/2019

Die Kampagne „ecoplus - Ihr Service mit dem Plus“ sollte sich an Unternehmungen und die breite Öffentlichkeit richten sowie neben den Vorzügen des Wirtschaftsstandorts auch die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur durch Inserate in Printmedien und in Sozialen Medien vermitteln. Ein Budget, ein Zeitplan, Zielwerte, Dauer, Messgrößen waren nicht veranschlagt beziehungsweise im Konzept nicht enthalten.

Die Kampagne „Mit dem ecoplus-Service-Plus zum Erfolg“ sollte sich insbesondere an technologieorientierte Unternehmen wenden, um neue Kunden für Dienste der NÖ Wirtschaftsagentur zu gewinnen und deren Leistungen bekannt zu machen.

Die Kampagne sollte in reichweitenstarken heimischen Print-Medien sowie Online- und Sozialen Medien sowie optional mit einer Veranstaltung oder mit Außenwerbung in den ecoplus-Wirtschaftsparks ausgeführt werden. Das Konzept enthielt einen Zeitplan. Budget, Zielwerte und Messgrößen waren nicht veranschlagt beziehungsweise im Konzept nicht enthalten.

Bewerbung freier Flächen in Technologie- und Forschungszentren

Die Kampagne zur Bewerbung freier Flächen in Technologie- und Forschungszentren im Jahr 2020 sollte neue Mieter für Labor- und Büroflächen der Spezialimmobilien insbesondere in Klosterneuburg, Seibersdorf und Tulln gewinnen. Persönlichkeiten sollten die Standorte als „Beste Praxis“ anpreisen.

Das Konzept enthielt ein Mediabudget in Höhe von 130.000,00 Euro, Zielgruppe und einen Zeitplan, jedoch weder eine Messgröße noch eine Evaluierung.

Weihnachten 2020 aus Niederösterreich

Die Kampagne „Weihnachten 2020 aus Niederösterreich“ rief über Rundfunk- und Printmedien, Soziale Netzwerke, Newsletter Konsumenten und Unternehmen dazu auf, ihre Weihnachtseinkäufe regional zu tätigen beziehungsweise die Förderungen für den Aufbau von Online-Shops zu beantragen. Das Konzept veranschlagte für die Erstellung der Website und den Einbau diverser Links wie Partner und Förderstellen 6.000,00 Euro und für ihre Bewerbung ein Budget von 60.000,00 Euro. Es enthielt Zielgruppe und Zeitplan, sah im Übrigen jedoch weder Messgrößen noch eine Evaluierung vor.

Weihnachtskampagne 2021

Die Weihnachtskampagne 2021 sollte unter dem Motto „Unser Handel – Kooperationspartner des Christkinds“ den regionalen Handel und die regionale Wirtschaft stärken. Diese Unterlage ließ nur ein Kommunikationsziel, eine Botschaft und als Maßnahme ein nicht näher beschriebenes Gewinnspiel erkennen. Festlegungen zu Zeitplan, Messgrößen, Budget und Evaluierung fehlten.

Kampagne mit Persönlichkeiten

Diese Kampagne im Jahr 2021 plante, durch Persönlichkeiten aus der Wirtschaft in Print- und Onlinemedien sowie auf Plakaten zu vermitteln, dass der

Standort Niederösterreich bestens aufgestellt ist, um Situationen wie die Corona-Pandemie zu meistern. Weiter reichte die Planung nicht.

Weihnachten 2021 aus Niederösterreich

Die Kampagne „Weihnachten 2021 aus Niederösterreich“ sollte zeigen, dass in Niederösterreich überall ein passendes Weihnachtsgeschenk gefunden werden kann, um regionale Betriebe zu unterstützen und lange Anfahrtswege zu vermeiden. Dazu sollten die NÖ Wirtschaftsagentur und die Wirtschaftskammer Niederösterreich abwechselnd ein Fenster eines Adventkalenders öffnen und auf Instagram einen Handelsbetrieb vorstellen. Das Konzept sah ein Ziel, Preise für fotodokumentierte regionale Einkäufe und einen Zeitplan vor, jedoch kein Budget, keine Messgrößen und keine Evaluierung.

35 Jahre Regionalförderung trifft 100 Jahre NÖ

Die Kampagne „35 Jahre Regionalförderung trifft 100 Jahre NÖ“ sollte sich an Betriebe, die Regionalförderung erhalten hatten, an Gemeinde-Vertretungen, die mit der Regionalförderung zusammengearbeitet hatten, an die interessierte Bevölkerung und an Projektberatende richten.

Ziel war, die Vielfalt der Regionalförderungsprojekte der letzten 35 Jahre sowie die Bedeutung der Regionalförderung zu vermitteln. Zudem sollten Zukunftsthemen und das Jubiläum „100 Jahre NÖ“ eingebunden werden. Dazu sah das Konzept eine Veranstaltung, ein Bühnenprogramm, eine Präsentation und Online-Kampagne mit Videos über geförderte Betriebe vor.

Eine medienübergreifende Kampagne sollte den Jahresschwerpunkt der breiten Öffentlichkeit nahebringen. Das Konzept enthielt ein Ziel, jedoch kein Budget, keinen Zeitplan, keine Messgrößen und keine Evaluierung.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sollte die Kampagnenplanung mit dem Kommunikationskonzept sowie den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen hinsichtlich Budget, Zielgruppen, Messgrößen und Evaluierung verknüpfen.

7.6 Mediaplanung

Die Mediaplanung der NÖ Wirtschaftsagentur basierte auf den Arbeitsschwerpunkten der jährlichen Klausuren der Geschäftsbereiche wie „Digitale Transformation“ im Jahr 2017, „Offensivstrategie Wirtschaftsparks“ im Jahr 2018 oder Maßnahmen zum Klimaschutz zur Hebung der Energieeffizienz bei Immobilien für die Jahre 2019 bis 2023. Das Thema Corona-Pandemie und Kampagnen wie „Niederösterreich nah versorgt“, um niederösterreichische Onlinehändler zu bewerben, beherrschte die Jahre 2020 und 2021.

Aufgrund dieser Arbeitsschwerpunkte erstellte die NÖ Wirtschaftsagentur ihre Mediaplanung, vor allem mit der NÖ Werbung, für das Folgejahr. Diese enthielt ein Budget und einen Schaltplan mit Medien (Ausgabe, Seitenanteil, Format, Frequenz, Erscheinungstermin, Kosten sowie Rabatte) und Terminen. Die Planung wurde laufend verfeinert.

Die NÖ Werbung GmbH richtete die Mediaplanung auf die Ziele und Zielgruppen aus und stützte sich dabei auf die Ergebnisse von Media-Analysen, Radiotests, Teletests, Leser-Analysen von Entscheidungsträgern in Wirtschaft und Verwaltung sowie die Österreichische Auflagenkontrolle. Weitere Grundlagen waren Regionalität und Spezialisierungen eines Mediums sowie Erfahrungen aus Vorjahren.

Die Mediaplanung bildete die Arbeitsgrundlage für die Umsetzung der festgelegten Maßnahmen und Kampagnen durch die NÖ Werbung, wobei die Freigabe der Schaltungen (Budget, Medien) der NÖ Wirtschaftsagentur und die Abwicklung der NÖ Werbung oblagen, die durch ihre Medienagentur einen Agenturrabatt beanspruchen konnte.

Die NÖ Werbung wickelte die vereinbarten Inserate und Werbungen mit den Medien ab und verrechnete die Fremdleistungen der NÖ Wirtschaftsagentur weiter, außer bei kofinanzierten Projekten aus Mitteln der Europäischen Union. Inserate und Werbung für kofinanzierte Projekte führte die NÖ Wirtschaftsagentur selbst aus.

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 wickelte die NÖ Werbung rund 2,73 Millionen Euro für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien und die NÖ Wirtschaftsagentur rund 1,18 Millionen Euro ab.

Eine durchgängige Dokumentation aller Schaltungen der NÖ Wirtschaftsagentur lag vor dem Jahr 2020 nicht vor. Danach erfolgte eine Umstellung auf digitale Erfassung.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur, alle Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien durchgängig zu dokumentieren.

Ergebnis 8

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte alle Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien durchgängig dokumentieren.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Eine Gesamtübersicht über die jährliche Mediaplanung und -übersicht ist durch die gemeinsam mit der NÖ Werbung GmbH geführten Dokumentationsliste gewährleistet. Seit 2020 erfolgt dies durch eine digitale Erfassung.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis. Der Landesrechnungshof sah die Gesamtübersicht über die jährliche Mediaplanung nicht gewährleistet und erwartet sich die Umsetzung seiner Empfehlung.

8. Inserate und Werbung

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

Für den Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldete die NÖ Wirtschaftsagentur Aufwendungen von 11.032.583,84 Euro für Inserate und Werbung (10.584 Buchungen). Davon entfielen 7.118.998,49 Euro oder 64,5 Prozent auf die Produktion von Fotos und Videos, Druck, Organisation, Technik, Musik, Bewirtung von Veranstaltungen, Internetbetreuung, Marketing und Werbeartikel.

Auf Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien entfielen insgesamt 3.913.585,35 Euro oder 35,5 Prozent. Zwölf Inseratanfragen von Medienunternehmen lehnte die NÖ Wirtschaftsagentur ab.

Die folgende Tabelle zeigt die jährliche Verteilung der Aufwendungen von 11.032.583,84 Euro im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022.

Tabelle 2: Aufwendungen für Inserate und Werbung von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Bezeichnung	3-12/2017	2018	2019	2020	2021	1-5/2022
Inserate und Werbung	1.633.025,91	2.093.451,90	2.478.826,50	1.960.228,69	2.149.603,59	717.447,25
davon in Medien	551.260,10	709.959,42	760.114,13	927.382,59	725.536,38	239.332,73

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 fielen jährlich Zahlungen in einer Bandbreite zwischen 717.447,25 Euro im laufenden Jahr 2022 und 2.478.826,50 Euro im Jahr 2019 an. Das entsprach im mehrjährigen Durchschnitt 175.120,38 Euro monatlich.

8.1 Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrugen die Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien insgesamt 3.913.585,35 Euro (1.585 Buchungen). Davon betrafen 2.731.746,21 Euro (826 Buchungen) Aufwendungen mit der NÖ Werbung.

Verteilung der Inserate und Werbung auf Print-, Online- und Rundfunkmedien

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung auf Print-, Online- und Rundfunkmedien:

Tabelle 3: Verteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung auf Medien

Bezeichnung	Betrag in Euro	Anteil in Prozent
Printmedien	3.355.175,69	85,7
Rundfunkmedien	440.225,60	11,3
Onlinemedien	118.184,06	3,0
Summe Aufwendungen	3.913.585,35	100,0

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrugen die Aufwendungen für Inserate und Werbung in Printmedien 3.355.175,69 Euro oder 85,7 Prozent der Gesamtaufwendungen. Auf Inserate und Werbung in Rundfunkmedien entfielen

440.225,60 Euro oder 11,3 Prozent und auf Onlinemedien 118.184,06 Euro oder drei Prozent der Gesamtaufwendungen.

Verteilung der Inserate und Werbung nach Schwerpunkten

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 setzte die NÖ Wirtschaftsagentur Inserate und Werbung schwerpunktmäßig für „Regionalisierung“ zur Bewerbung der Regionalförderung mit ihren Projekten, für „Cluster und Plattformen NÖ, Technopole und andere drittfinanzierte Projekte“ zur Bewerbung der Forschungs- und Technologieeinrichtungen sowie für „Wirtschaftsstandort, Wirtschaftsparks“ zur Bewerbung des Wirtschaftsstandorts NÖ mit seinen Wirtschaftsparks und Standorten mit strategischer Bedeutung ein.

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien auf Schwerpunkte verteilen:

Tabelle 4: Verteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung nach Schwerpunkten

Schwerpunkt	Betrag in Euro	Anteil in Prozent
Regionalisierung	2.496.037,49	63,7
Cluster und Plattformen NÖ, Technopole, drittfinanzierte Projekte	1.078.904,48	27,6
Wirtschaftsstandort, Wirtschaftsparks	338.643,38	8,7
Summe Aufwendungen	3.913.585,35	100,0

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Auf den Schwerpunkt „Regionalisierung“ entfielen 2.496.037,49 Euro oder 63,7 Prozent der Gesamtaufwendungen für Inserate und Werbung. Auf „Cluster und Plattformen NÖ“, „Technopole“ und auf andere drittfinanzierte Projekte“ entfielen 1.078.904,48 Euro oder 27,6 Prozent. Dem Schwerpunkt „Wirtschaftsstandort, Wirtschaftsparks“ waren 338.643,38 Euro oder 8,7 Prozent der Gesamtaufwendungen für Inserate und Werbung zugeordnet.

Verteilung der Inserate und Werbung nach Mediengruppen

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 verteilten sich die Aufwendungen für Inserate und Werbung auf 150 Mediengruppen. Die Bezeichnung „Mediengruppe“ wurde gewählt, weil Medien als Print- und Online-Ausgabe teils als Rundfunkformate erschienen. Die folgende Tabelle zeigt diese Verteilung der Ausgaben nach Mediengruppen:

Tabelle 5: Verteilung der Inserate und Werbung nach Mediengruppen

Bezeichnung	Betrag in Euro	Anteil in Prozent	Art des Mediums
Mediengruppe 1	553.063,50	14,1	Fachmagazin
Mediengruppe 2	430.824,07	11,0	Tages- und Rundfunkmedium
Mediengruppe 3	297.400,60	7,6	Rundfunk
Mediengruppe 4	254.713,24	6,5	Tagesmedium
Mediengruppe 5	254.015,86	6,5	Wochenmedium
Mediengruppe 6	240.549,11	6,1	Tagesmedium
Mediengruppe 7	226.090,51	5,8	Wochenmedium
Mediengruppe 8	186.727,47	4,8	Tagesmedium mit online
Mediengruppe 9	81.526,99	2,1	Monatsmedium
Mediengruppe 10	74.725,35	1,9	Magazin
Mediengruppe 11	62.179,21	1,6	Fachmagazin
Mediengruppe 12	52.632,50	1,3	Monatsmedium mit online
Mediengruppe 13	52.507,67	1,3	Tagesmedium
Mediengruppe 14	47.369,22	1,2	Fachmagazin
Mediengruppe 15	46.817,25	1,2	Ortsplan
Mediengruppe 16	44.207,38	1,1	Kommunalmedium
Mediengruppe 17	37.514,46	1,0	Magazin
Mediengruppe 18	37.427,19	1,0	Social Media
Mediengruppe 19	34.237,36	0,9	Magazin
Mediengruppe 20	33.523,02	0,9	Regionalmedium
Mediengruppe 21	28.980,00	0,7	Regionalmedium
Mediengruppe 22	28.189,93	0,7	Fachmagazin
Mediengruppe 23	26.970,00	0,7	Rundfunk
Mediengruppe 24	26.197,50	0,7	Rundfunk

Bezeichnung	Betrag in Euro	Anteil in Prozent	Art des Mediums
Mediengruppe 25	24.726,18	0,6	Fachmagazin
Mediengruppe 26	23.971,50	0,6	Regionalmedium
Mediengruppe 27	23.746,80	0,6	Fachmagazin
Mediengruppe 28	22.018,54	0,6	Regionalmedium
Mediengruppe 29	20.519,00	0,5	Fachmagazin
Mediengruppe 30	20.035,00	0,5	Rundfunk
Mediengruppe 31	19.703,22	0,5	Fachmagazin
Mediengruppe 32	17.353,59	0,4	Fachmagazin
Mediengruppe 33	17.272,50	0,4	Magazin
Mediengruppe 34	17.028,87	0,4	Fachmagazin
Mediengruppe 35	15.946,75	0,4	Rundfunkmedium
Mediengruppe 36	15.179,79	0,4	Magazin
Mediengruppe 37	15.175,00	0,4	Fachmagazin
Mediengruppe 38	14.990,00	0,4	Online
Mediengruppe 39	14.720,25	0,4	Tagesmedium
Mediengruppe 40	14.700,00	0,4	Pressedienst
Mediengruppe 41	14.301,00	0,4	Rundfunk
Mediengruppe 42	13.865,30	0,4	Fachmagazin
Mediengruppe 43	12.902,88	0,3	Regionalmedium
Mediengruppe 44	12.500,00	0,3	Fachmagazin
Mediengruppe 45	11.575,78	0,3	Fachmagazin
Mediengruppe 46	11.090,11	0,3	Fachmagazin
Mediengruppe 47	10.800,00	0,3	Rundfunk
Mediengruppe 48	10.500,00	0,3	Magazin
Mediengruppe 49	10.500,00	0,3	Magazin

Bezeichnung	Betrag in Euro	Anteil in Prozent	Art des Mediums
Mediengruppe 50 bis 150	350.073,90	8,9	Diverse Medien
Gesamtaufwand	3.913.585,35	100,0	

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 entfielen auf die Mediengruppe 1 Insetrate und Werbung in Höhe von 553.063,50 Euro oder 14,1 Prozent bei einer Auflage von rund 9.000 Stück in einem Fachmagazin für Wirtschaft, Technik und Forschung.

Die zweithöchste Summe betrug 430.824,07 Euro oder 11,0 Prozent. Auf die Mediengruppe mit der dritthöchsten Summe entfielen 297.400,60 Euro oder 7,6 Prozent.

Die Mediengruppen 4, 5 und 6 kamen auf insgesamt 749.278,21 Euro oder 19,1 Prozent oder auf jeweils 254.713,24 Euro, 254.015,86 Euro und 240.549,11 Euro sowie auf jeweils 6,5 Prozent beziehungsweise 6,1 Prozent, gefolgt von der Mediengruppe 7 mit 226.090,51 Euro oder einem Anteil von 5,8 Prozent und der Mediengruppe 8 mit 186.727,47 Euro oder 4,8 Prozent.

Die daran anschließenden Mediengruppen 9 bis 18 wiesen Summen zwischen 37.427,19 Euro (Mediengruppe 18) und 81.526,99 Euro (Mediengruppe 9) oder Anteile zwischen einem Prozent und 2,1 Prozent auf.

Die Anteile der weiteren 15 Mediengruppen lagen zwischen 0,4 (Mediengruppen 32 und 33) und 0,9 Prozent mit Beträgen zwischen 34.237,36 Euro (Mediengruppe 19) und 17.272,50 Euro (Mediengruppe 33).

Die Anteile der Mediengruppen 34 bis 49 betrugen 0,3 beziehungsweise 0,4 Prozent, wobei sich die Zahlungen zwischen 10.500,00 Euro (Mediengruppe 49) und 17.028,87 Euro (Mediengruppe 34) bewegten.

Auf die Mediengruppen 50 bis 150 entfielen insgesamt 350.073,90 Euro oder 8,9 Prozent mit Summen zwischen 199,50 Euro und 9.975,00 Euro.

Mediengruppen mit Beträgen unter 1.000,00 Euro fielen beispielsweise für Veröffentlichungen zu Firmenbuchänderungen und Jahresabschlüssen, Videoaufnahmen, Insetrate in Magazinen von Blaulichtorganisationen und Absolventenbroschüren an.

8.2 Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte aus der Grundgesamtheit von 10.584 Buchungen zu Inseraten und Werbung 63 Stichproben mit einer Summe von 468.364,50 Euro aus. Dies entsprach einem Anteil von 4,2 Prozent der gesamten Aufwendungen. Davon entfielen 35 Stichproben von rund 0,30 Millionen Euro auf Inserate in Kooperation mit der NÖ Werbung, wovon eine Stichprobe eine Umbuchung betraf, sowie 28 auf die NÖ Wirtschaftsagentur.

Nach Angaben der NÖ Wirtschaftsagentur erfolgten Inserate und Werbung nicht „ad hoc“. Diese Aussage konnte beispielsweise bei Stichprobe 8 nicht bestätigt werden, zu der die Mediaplanung fehlte.

Die folgende Tabelle zeigt die Stichproben, den Betrag, das Thema und die Art des Mediums:

Tabelle 6: Stichproben zu Inserate und Werbung

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Art des Mediums
1 (003 IW)	2.100,00	Ausstellung der ecoart-Galerie	Magazin
2 (004 IW)	414,75	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Sportverein Magazin
3 (005 IW)	2.933,22	Wirtschaftsparks und Leistungen des Unternehmensbereichs Standort & Service	Kommunalmedium
4 (012 IW)	1.887,75	Medienbeobachtung	Dienstleistung
5 (013 IW)	15.142,50	Vorzüge des Wirtschaftsstandorts NÖ	Rundfunk
6 (014 IW)	180,00	Verpflegung Veranstaltung	Sonstige Werbung
7 (015 IW)	3.080,91	Einladungen zur Jubiläumsveranstaltung 30 Jahre Regionalförderung	Sonstige Werbung
8 (016 IW)	23.257,50	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Tagesmedium
9 (017 IW)	7.140,00	Gewinnspiel für Kooperationsprojekte aus Wirtschaft, Forschung und Innovation	Monatsmedium mit Online
10 (018 IW)	3.888,83	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Tagesmedium
11 (021 IW)	315,00	Werbefafel zur Information über führende regionale Wirtschaftsbetriebe	Sonstige Printmedien

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Art des Mediums
12 (022 IW)	1.200,00	Eröffnung eines Betriebs	Rundfunk
13 (023 IW)	15.750,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Monatsmedium
14 (024 IW)	4.900,00	Pressedienst	Dienstleistung
15 (025 IW)	7.329,00	Lange Nacht der Forschung und Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Magazin
16 (026 IW)	2.677,50	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Festschrift
17 (027 IW)	2.185,91	Wirtschaftsparks und Unternehmensbereichs Standort & Service	Fachmagazin für Verkehr
18 (028 IW)	25.708,20	Betriebsansiedlungen, Cluster, Technopole	Tagesmedium
19 (029 IW)	7.585,20	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Magazin
20 (030 IW)	924,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Wochenmedium
21 (031 IW)	3.518,68	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Kommunalmedium
22 (032 IW)	5.250,00	Betriebsansiedlung	Sonstige Printmedien
23 (033 IW)	1.007,48	Lange Nacht der Forschung	Monatsmedium
24 (034 IW)	7.158,55	Lebensmittel Cluster	Wochenmedium
25 (035 IW)	11.054,47	Wirtschaftsstandort NÖ und Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Tagesmedium
26 (050 IW)	389,00	Haus der Digitalisierung	Online
27 (051 IW)	4.000,00	Standort NÖ	Online
28 (052 IW)	5.302,50	Betriebsansiedlungen	Wochenmedium
29 (053 IW)	20.000,00	Luft- und Raumfahrt in Niederösterreich	Rundfunk
30 (054 IW)	1.312,50	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Kommunalmedium
31 (055 IW)	5.040,00	Lebensmittel	Rundfunk
32 (056 IW)	- 5.040,00	Umbuchung	

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Art des Mediums
33 (057 IW)	2.532,24	Clusterveranstaltungen und Elektromobilität	Wochenmedium
34 (076 IW)	630,00	Spatenstichfeier des Technologie- und Forschungszentrums Tulln	Rundfunk
35 (077 IW)	5.145,00	Onlinehandel während der Corona-Pandemie	Privater Regionalrundfunk
36 (078 IW)	1.995,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Magazin
37 (079 IW)	1.449,00	Wirtschaftspark	Regionaljournal
38 (080 IW)	15.750,00	Onlinehandel während der Corona-Pandemie	Tagesmedium
39 (081 IW)	3.848,70	Lange Nacht der Forschung	Kino
40 (082 IW)	15.750,00	Haus der Digitalisierung	Wochenmedium
41 (083 IW)	1.260,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Schriftenreihe
42 (084 IW)	46.187,53	Buchung zu einer unrichtigen Abrechnung der NÖ Werbung, die mit einer Gutschrift bereinigt wurde (Stichprobe 43)	
43 (085 IW)	56.687,54	Bereinigte Buchung, NÖ Konjunkturpaket	Tages-, Wochen-, Monats- und Rundfunkmedien
44 (086 IW)	2.205,00	Forschung	Fachmagazin
45 (088 IW)	4.990,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Online
46 (089 IW)	18.527,48	Digitalisierung	Rundfunk
47 (106 IW)	3.000,00	Pressedienst	Dienstleistung
48 (107 IW)	1.761,80	Wirtschaftsparks	Tagesmedium
49 (108 IW)	15.750,00	Wirtschaftsparks	Tagesmedium
50 (109 IW)	5.250,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Kulinarik Magazin
51 (110 IW)	1.178,10	Betriebsansiedlung	Fachmagazin für Verkehr
52 (111 IW)	1.276,44	Information der Mitarbeitenden der NÖ Wirtschaftsagentur	Podcast

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Art des Mediums
53 (112 IW)	9.000,00	Cluster NÖ	Fachmagazin
54 (113 IW)	2.919,00	Lebensmittel Cluster NÖ, Technopol Tulln	Fachzeitschrift
55 (114 IW)	10.000,00	Immobilien für Firmen	Online
56 (115 IW)	1.108,80	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Online-TV
57 (128 IW)	16.363,43	20 Jahre „NÖ Cluster“	Tagesmedium
58 (129 IW)	1.038,49	Wirtschaftspark	Regionaljournal
59 (130 IW)	3.045,00	kein Nachweis der Werbebotschaft	Magazin
60 (131 IW)	3.307,50	Wirtschaftspark	Sonstige Printmedien
61 (132 IW)	6.825,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Kommunalmedium
62 (133 IW)	21.000,00	Lange Nacht der Forschung	Wochenmedium
63 (134 IW)	990,00	Allgemeinbewerbung der NÖ Wirtschaftsagentur	Online und Rundfunk

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Die **Stichprobe 1** (003 IW) umfasste ein Inserat und Werbung zu einer Ausstellung der ecoart-Galerie der NÖ Wirtschaftsagentur in einer Zeitschrift mit einer Auflage von 3.000 Stück im Umfang von einer Seite für 2.100,00 Euro netto. Die Zeitschrift erschien jährlich. Die Einschaltung des Jahres 2017 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente dazu, Kunst und Wirtschaft zusammenzuführen und damit Netzwerke und Kooperationen anzustoßen. Angebot und Auftrag lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur nicht auf. Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur veranstaltete seit dem Jahr 1997 ecoart-Ausstellungen mit Kunstschaffenden aus Niederösterreich und Nachbarländern in den Räumen der „ecolounge“ in Wien. Die NÖ Wirtschaftsagentur verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Auf der Rechnung fehlten Angaben zum Agenturrabatt der NÖ Werbung. Ein Vermerk der Rechnungsprüfung dazu blieb aus. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 2** (004 IW) umfasste ein Inserat und Werbung im Magazin eines Vereins einer Blaulichtorganisation im Umfang von einer Viertelseite um

414,75 Euro. Das Magazin erschien im Regelfall viermal jährlich. Die Einschaltung zum Heft eins im Jahr 2017 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Selbstdarstellung der NÖ Wirtschaftsagentur. Die NÖ Wirtschaftsagentur konnte keine Auflage nennen. Rechnung und Nachweis über die Einschaltung lagen bei ihr auf, Angebot und Auftrag nicht. Auf der Rechnung fehlten Angaben zum Agenturrabatt der NÖ Werbung. Ein Vermerk der Rechnungsprüfung dazu blieb aus. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium.

Die Einschaltung stand weder mit dem Kommunikationskonzept noch mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichproben 3** (005 IW) und **21** (031 IW) umfassten jeweils ein Inserat und Werbung in einem Kommunalmedium mit einer Auflage von 12.800 Stück.

Die Stichprobe 3 betraf ein Inserat im Umfang einer Seite um 2.933,22 Euro netto. Diese Einschaltung vom März 2017 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente dazu, Wirtschaftsparks sowie Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur für Standort und Service bekannt zu machen. Die Rechnung wies einen Agenturrabatt von 15 Prozent aus, den die NÖ Werbung an die NÖ Wirtschaftsagentur weitergab. Ein Nachweis über die Schaltung lag bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht.

Die Stichprobe 21 umfasste ein Inserat im Umfang von einer Seite für 3.518,68 Euro netto. Auch diese Einschaltung vom Dezember 2018 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur. Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Die Rechnung wies einen Agenturrabatt von 15 Prozent aus, den die NÖ Werbung an die NÖ Wirtschaftsagentur weitergab.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Stichprobe 3 stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2017 für den Unternehmensbereich Standort & Service und die Stichprobe 21 mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 4** (012 IW) betraf eine Rechnung vom 30. November 2017 für Medienbeobachtung über 1.887,75 Euro netto für den Monat November 2017. Eine Bestätigung zu einer mündlichen Vereinbarung lag vor, der Auftrag fehlte. Die Leistungen umfassten eine kontinuierliche Analyse der Print-, Internet-

und Rundfunkmedien in Bezug auf vereinbarte Suchbegriffe. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Medienbeobachtung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Maßnahme stand mit dem Kommunikationskonzept und den schriftlichen Erläuterungen der NÖ Wirtschaftsagentur im Einklang, das die Leistungen der Medienbeobachtung als tägliche Basisarbeit in der Kommunikation vorsah, um zielgerichtet und zeitnah handeln zu können.

Die **Stichproben 5** (013 IW), **31** (055 IW), **32** (056 IW) und **46** (089 IW) betrafen Inserate und Werbung in zwei Rundfunkmedien, wobei eines täglich bis zu 500.000 Hörer und das andere im Jahresschnitt täglich bis 200.000 Seher erreichte.

Die Stichprobe 5 (013 IW) umfasste Programmhinweise und Sponsoring für 15 Hörfunk- und zehn Fernsehschaltungen für die Nennung der NÖ Wirtschaftsagentur über 15.142,50 Euro netto. Die Ausstrahlungen erfolgten zwischen 30. Oktober und 10. November 2017 und dienten dazu, die Vorzüge des Wirtschaftsstandorts Niederösterreich bekannt zu machen. Das Angebot des Mediums und der Auftrag lagen vor, jedoch ohne Unterschrift. Die NÖ Wirtschaftsagentur begründete ihre Auswahl des Mediums mit dessen hoher Reichweite.

Die Stichproben 31 und 32 betrafen Programmhinweise und Sponsoring für 15 Hörfunkschaltungen um 5.040,00 Euro netto zwischen 23. und 28. August 2019. Sie erfolgten durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und dienten der Bewerbung zum Schwerpunkttag mit einer Veranstaltung zu Ernährung, Lebensmittelproduktion und -versorgung. Angebot und Rechnung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur vor, ein Auftrag nicht. Die Stichprobe 32 betraf eine interne Umbuchung zur Stichprobe 31 von 5.040,00 Euro netto zwischen zwei Sachkonten aufgrund einer fehlerhaften Zuordnung zu Werbeschriften und Einschaltungen anstelle Fachveranstaltungen.

Die Stichprobe 46 betraf Programmhinweise und Sponsoring zum Schwerpunkt Digitalisierung in 26 Hörfunk- und 13 Fernsehschaltungen im Zeitraum Jänner bis März 2020 um 18.527,48 Euro netto. Angebot, Auftrag und Rechnung mit einer Mengenminderung lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur begründete die Auswahl des Mediums mit Reichweite und Zielgruppe.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Einschaltungen standen mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 6** (014 IW) betraf eine Rechnung vom 6. April 2017 über 180,00 Euro netto für Mehlspeisen für ein Netzwerktreffen von ausgeschiedenen Ab-

geordneten zum NÖ Landtag einer Partei mit 30 Teilnehmenden. Die NÖ Wirtschaftsagentur führte eine Präsentation ihrer Leistungen beim Treffen und den damit verbundenen Multiplikatoreffekt an. Die NÖ Wirtschaftsagentur legte im Rahmen der Schlussbesprechung eine Liste der Teilnehmenden vor. Die Zahlung war dem Kommunikationskonzept zuordenbar.

Die **Stichprobe 7** (015 IW) umfasste eine Rechnung vom 22. September 2017 über 3.080,91 Euro netto für den Druck von 1.580 Einladungen zur Jubiläumsveranstaltung 30 Jahre Regionalförderung. Angebot, Rechnung und Nachweis der Leistung lagen vor. Vergleichsangebote und Auftrag fehlten, wies jedoch auf frühere Vergleiche hin. Die Veranstaltung war in Wieselburg vorgesehen. Die Schaltungen stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2017 für den Unternehmensbereich Projekte & Impulse im Einklang.

Die **Stichproben 8** (016 IW), **18** (028 IW) und **27** (051 IW) umfassten Inserate und Werbung in einem Tagesmedium samt Online-Ausgabe mit 2.989.470 unterschiedlichen Internetnutzern pro Monat.

Die Stichprobe 8 betraf eine Rechnung vom 20. November 2017 über 23.257,50 Euro netto für eine Beilage der NÖ Wirtschaftsagentur mit 12 vierfärbigen Seiten. Die Auflage für eine Niederösterreich Ausgabe betrug 187.700 Exemplare und 5.000 Stück Überdruck. Die Beilage diente dazu, Werbung für die NÖ Wirtschaftsagentur in reichweitenstarken Medien zu betreiben und fehlte in der Mediaplanung. Demnach erfolgte die Einschaltung ad hoc. Die NÖ Wirtschaftsagentur begründete die Abwicklung ohne NÖ Werbung mit dem direkten Kontakt zu Journalisten und Redakteuren sowie den zusätzlichen Sonderdrucken. Angebot, Auftrag, Rechnung und Nachweis über die Einschaltung (Beilage) lagen vor. Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Das Angebot verwies auf die äußerst knappe Kalkulation. Weitere Rabatte gewährte das Medienunternehmen nicht.

Die Stichprobe 18 umfasste eine Beilage im Umfang von zwölf Seiten zum Thema „Wirtschaft – fit für die Zukunft“ um 25.708,20 Euro netto. Die Auflage für eine Ausgabe Niederösterreich und Wien gesamt betrug 311.900 Exemplare und 5.000 Stück Überdruck. Die Einschaltung vom 9. Juni 2018 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Bewerbung für Betriebsansiedlungen, der Cluster als Branchennetzwerke und der Technopole. Angebot, Auftrag, Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur vor. Auftrag und Abrechnung stimmten nicht überein, da riz up Niederösterreichs Gründeragentur GmbH einen Kostenanteil für eine Inseratenschaltung übernahm. Angaben der Rechnungsprüfung dazu fehlten. Das Angebot verwies auf die äußerst knappe Kalkulation. Rabatte gewährte das Medienunternehmen nicht.

Die Stichprobe 27 umfasste 200.000 Einblendungen eines Werbebanners in der Online-Ausgabe des Tagesmediums zum Wirtschaftsstandort Niederösterreich für drei Wochen um 4.000,00 Euro netto. Die Einschaltung von 1. Juni bis 21. Juni 2019 erfolgte durch die NÖ Wirtschaftsagentur aufgrund der Mediaplanung, um eine Kampagne zum Standort NÖ in den Printmedien zu ergänzen. Die Rechnung vom 24. Juni 2019 lag vor. Angebot, Auftrag und Nachweis fehlten.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltungen standen mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 9** (017 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem regionalen Monatsmedium mit einer Auflage von 35.000 Stück im Umfang von einer Seite um 7.140,00 Euro netto. Die Einschaltung in der Ausgabe Juli 2017 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und einem Vergleich von drei lokalen Printmedien. Unternehmen konnten für ihre Kooperationsprojekte aus Wirtschaft, Forschung und Innovation Preise (Schecks in Höhe von 3.000,00 Euro) von einem Drittsponsor gewinnen. Angebot, Auftrag, Rechnung und Nachweis über die Einschaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur vor. Auftrag und Rechnung stimmten überein. Die Rechnung wies einen Agenturrabatt von 15 Prozent aus. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Werbung für die Preisverleihung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 10** (018 IW) betraf ein Inserat und Werbung in einem Tagesmedium mit einer Auflage von 153.197 Stück im Umfang einer halben Seite für 3.888,83 Euro netto. Die Einschaltung vom 2. März 2017 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente dazu, die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur bekannt zu machen. Rechnung und Nachweis über die Einschaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Die Rechnung wies einen Agenturrabatt von 15 Prozent aus. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Zahlung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 11** (021 IW) betraf eine Werbetafel im Rathaus einer Standortgemeinde (Wiener Neudorf) des Wirtschaftsparks IZ NÖ-Süd, die über führende regionale Wirtschaftsbetriebe informierte. Die Rechnung vom 4. September 2015 betraf die Jahre 2015 bis 2019, die Buchung über 315,00 Euro netto die interne Zuteilung ins Leistungsjahr 2018. Ein Angebot ohne Unterschrift

und Nachweise über die Leistungen lagen vor, ein Auftrag fehlte. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Herstellung der Werbetafel in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Das Kommunikationskonzept und der Maßnahmenplan 2017 enthielten keine Angaben zu Werbetafeln im öffentlichen Raum.

Die **Stichproben 12** (022 IW) und **34** (076 IW) umfassten Inserate und Werbung in einem regionalen Rundfunksender. Die Einschaltungen erfolgten durch die NÖ Wirtschaftsagentur, wobei Stichprobe 34 in der Mediaplanung vorgesehen war, Stichprobe 12 fehlte.

Die Stichprobe 12 betraf eine Einschaltung im ersten Quartal 2018 für 1.200,00 Euro netto und informierte über die Eröffnung eines Betriebs zur Herstellung von Grundstoffen und Aromen für Lebensmittel. Eine Rechnung direkt an die NÖ Wirtschaftsagentur lag vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die Rechnung wies keine Rabatte aus. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für das Geschäftsfeld Cluster NÖ im Einklang.

Die Stichprobe 34 betraf eine Einschaltung vom Februar 2020 um 630,00 Euro netto zu einer Spatenstichfeier des Technologie- und Forschungszentrums Tulln. Eine Rechnung lag vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2020 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Videoproduktionen von Veranstaltungen als Imagewerbung, die angestrebte Präsenz in regionalen Medien und regelmäßigen Kooperationen mit kleinen Produktionsstudios und Regionalsendern.

Die **Stichprobe 13** (023 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem Monatsmagazin mit einer Auflage von 55.958 Stück im Umfang von zwei Seiten für 15.750,00 Euro netto. Die Einschaltung vom 3. Jänner 2018 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente dazu, Geschäftsbereiche und Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur bekannt zu machen. Auftragsbestätigung des Mediums, Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen in der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Ein Agenturrabatt schien nicht auf. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichproben 14** (024 IW) und **47** (106 IW) umfassten Rechnungen eines regionalen Wirtschaftspresstediensts für das Verfassen und die Verbreitung von

Meldungen zu Wirtschaftsereignissen in Niederösterreich, welche die NÖ Werbung der NÖ Wirtschaftsagentur weiterverrechnete.

Die Stichprobe 14 betraf eine Rechnung vom 8. Februar 2018 über 4.900,00 Euro netto für wöchentliche Aussendungen im Jahr 2018. Angebot und Auftrag lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur nicht auf. Ein beispielhafter Nachweis für eine Aussendung vom 2. November 2018 zu elf Themen im Umfang von sieben Seiten lag vor.

Die Stichprobe 47 betraf eine Rechnung vom 18. Jänner 2021 über 3.000,00 Euro netto für 40 Aussendungen im Jahr 2021. Ein beispielhafter Nachweis einer Wochenmeldung vom 26. März 2021 über elf Pressemeldungen im Umfang von neun Seiten lag bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Pressedienst und dessen Verteiler. Die Aussendungen standen mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichproben 15** (025 IW) und **19** (029 IW) umfassten Inserate und Werbung in einem Monatsmedium und in einem Sonderheft. Die Einschaltungen erfolgten durch die NÖ Werbung, wobei nur die Schaltung der Stichprobe 15 in der Mediaplanung aufschien.

Die Stichprobe 15 betraf eine Einschaltung in einem Monatsmedium mit einer Auflage von 48.200 Stück vom 12. Februar 2018 im Umfang von eineinhalb Seiten für 7.329,00 Euro netto. Sie diente der Werbung für Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur allgemein sowie für die Lange Nacht der Forschung. Eine Rechnung mit Agenturrabatt und Sonderpreis lag bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Der Nachweis über die Schaltung lag vor.

Die Stichprobe 19 umfasste eine Einschaltung in einem Sonderheft des Monatsmediums mit einer Auflage von 42.200 Stück im Umfang von einer Seite für 7.585,20 Euro netto. Sie bewarb die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur allgemein. Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltungen standen mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 16** (026 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einer Festschrift zum Zehnjahresjubiläum eines Vereins für Journalismus mit einer Auflage von 1.000 Stück im Umfang von einer Seite für 2.677,50 Euro netto. Die

Einschaltung vom 12. April 2018 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur. Angebot, Rechnung und Nachweis über die Einschaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, der Auftrag nicht. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf den Verteiler. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 17** (027 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem alle zwei Wochen erscheinenden Fachmagazin für Verkehr mit einer Auflage von 9.296 Stück im Umfang einer Drittel Seite um 2.185,91 Euro netto. Die Einschaltung vom 1. Juni 2018 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung im Rahmen einer jährlichen Kampagne für Wirtschaftsparks und diente der Werbung für den Bereich Standort und Service. Eine Rechnung mit Agenturrabatt und Sonderpreis sowie ein Nachweis über die Schaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 20** (030 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem regionalen Wochenmedium mit einer Auflage von 4.000 Stück im Umfang einer Viertel Seite für 924,00 Euro netto. Die Einschaltung vom 18. Oktober 2018 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur. Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Ein Agenturrabatt entfiel wegen eines Sonderpreises. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft zum Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 22** (032 IW) umfasste ein ganzseitiges Inserat und Werbung zur Betriebsansiedlung in einer kommunalen Wohnbau-Broschüre eines Vereins für Bürgerservice einer Stadt in Niederösterreich mit einer Auflage von 27.700 Stück um 5.250,00 Euro netto. Die Einschaltung vom April 2019 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung. Eine Rechnung ohne Rabattangaben und ohne Vermerk der Rechnungsprüfung dazu sowie ein Nachweis lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf. Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Vertragspartner. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2019 für das Geschäftsfeld Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 23** (033 IW) umfasste ein Inserat und Werbung zur Langen Nacht der Forschung im ein- bis zweimonatlich erscheinenden Magazin einer Stadtgemeinde mit einer Auflage von 28.500 Stück im Umfang einer Drittel Seite für 1.007,48 Euro netto. Die Einschaltung beauftragte die NÖ Wirtschaftsagentur und war nicht Teil der Mediaplanung. Angebot, Auftrag und Rechnung über eine Drittelseite in der April-Ausgabe des Jahres 2018 sowie ein Nachweis lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt, um die Bekanntheit sowie die Wahrnehmung von Forschung, Entwicklung und Jobmöglichkeiten zu verbessern. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichproben 24** (034 IW) und **62** (133 IW) umfassten Inserate und Werbung in einem gratis Wochenmedium. Die Einschaltungen erfolgten durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung.

Die Stichprobe 24 betraf ein Inserat im Umfang einer Drittel Seite um 7.158,55 Euro netto und einer Auflage von 722.555 Stück. Die Einschaltung vom 31. Oktober 2018 diente der Werbung für den Lebensmittel Cluster mit der Botschaft „Innovation durch Kooperation“, um dessen Bekanntheit bei Wirtschaft und Bevölkerung in für Endkunden relevanten Medien zu steigern. Angebot, Auftrag, Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen vor. Bei der Auftragsvergabe dokumentierte die NÖ Wirtschaftsagentur einen Sonderrabatt zuzüglich 15 Prozent Agenturrabatt sowie einen Preisvergleich mit zwei auflagenstarken Medien.

Die Stichprobe 62 betraf ein ganzseitiges Inserat um 21.000,00 Euro netto zur Bewerbung der Langen Nacht der Forschung und einer Auflage von 734.406 Stück. Für die Einschaltung vom Mai 2022 lagen eine Rechnung mit einem Agenturrabatt von 15 Prozent sowie ein Nachweis über die Schaltung vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur verwies auf eine langjährige Partnerschaft zum Medium.

Die Einschaltungen standen mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für das Geschäftsfeld Cluster NÖ sowie mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die **Stichproben 25** (035 IW), **38** (080 IW) und **57** (128 IW) umfassten Inserate und Werbung in einem Tagesmedium mit einer Auflage für Sonntag von 447.000 Stück für die Jahre 2018 und 2020 und 400.408 Stück für das Jahr 2022. Die Einschaltungen erfolgten aufgrund der Mediaplanung, Stichprobe 57 wickelte die NÖ Werbung ab.

Die Stichprobe 25 betraf eine Einschaltung in einer Sonderausgabe anlässlich des österreichischen EU-Ratsvorsitzes im zweiten Halbjahr 2018 im Umfang

einer halben Seite um 11.054,47 Euro netto. Diese Einschaltung vom 30. Juni 2018 diente der Werbung für den Wirtschaftsstandort Niederösterreich sowie für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur. Angebot, Auftrag, eine Rechnung direkt an die NÖ Wirtschaftsagentur und ein Nachweis über die Schaltung lagen vor.

Die Stichprobe 38 betraf eine Einschaltung im Umfang einer Seite um 15.750,00 Euro netto. Die Einschaltung vom 28. Juni 2020 diente der Werbung für den Onlinehandel während der Corona-Pandemie. Eine Rechnung direkt an die NÖ Wirtschaftsagentur und ein Nachweis über die Einschaltung lagen vor. Angebot und Auftrag dazu fehlten.

Die Stichprobe 57 betraf ein Inserat in der Sonntagsausgabe im Umfang einer Seite um 16.363,43 Euro netto zum Thema 20 Jahre „NÖ Cluster“. Für die Einschaltung vom 30. Jänner 2022 lagen Rechnung und Nachweis bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht.

Die Rechnungen wiesen Sonderrabatte über die Höhe eines Agenturrabatts von 15 Prozent aus. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf eine langjährige Partnerschaft mit dem Medium sowie auf Sonderrabatte und Reichweite. Die Einschaltungen der Stichproben 25 und 38 standen mit dem Kommunikationskonzept im Einklang und die Einschaltung der Stichprobe 57 mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für das Geschäftsfeld Cluster NÖ.

Die **Stichprobe 26** (050 IW) umfasste ein Inserat und Werbung zum Haus der Digitalisierung in einem regionalen Onlinemedium mit 1.894.330 Seitenaufrufen im Jahr 2019 für 389,00 Euro netto. Die Einschaltung von 11. Februar bis 25. Februar 2019 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung. Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Auf der Rechnung fehlten Angaben zum Agenturrabatt der NÖ Werbung. Ein Vermerk der Rechnungsprüfung dazu blieb aus. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Schaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 28** (052 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem Wochenmedium mit einer Auflage von 107.961 Stück im Umfang einer halben Seite um 5.302,50 Euro netto. Die Einschaltung in der Kalenderwoche 23 im Jahr 2019 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für Betriebsansiedlungen. Rechnung und Nachweis lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Auf der Rechnung fehlten Angaben zum Agenturrabatt der NÖ Werbung, allerdings war ein

Sonderpreis angegeben. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2019 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 29** (053 IW) umfasste eine Rechnung vom 27. Juni 2019 der Service Gesellschaft eines Rundfunkmediums über 20.000,00 Euro netto für die nicht-ausschließlichen Nutzungsrechte von werbewirksamem Videomaterial über Luft- und Raumfahrt in Niederösterreich für Veranstaltungen, Pressekonferenzen und Delegationen. Auftrag und Rechnung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, ein Angebot fehlte. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Zahlung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 30** (054 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem Kommunalmedium mit einer Auflage von 5.500 Stück im Umfang von einer Seite um 1.312,50 Euro netto. Die Einschaltung in der Ausgabe Drei aus dem Jahr 2019 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur. Rechnung und Nachweis lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Angaben über den Agenturrabatt fehlten. Ein Vermerk der Rechnungsprüfung dazu blieb aus. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 33** (057 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem Wochenmedium einer gesetzlichen beruflichen Vertretung in Niederösterreich, mit einer Auflage von 91.367 Stück im Umfang einer halben Seite um 2.532,24 Euro netto. Die Einschaltung vom 26. April 2019 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für Veranstaltungen der vier Cluster „Bau.Energie.Umwelt“, „Lebensmittel“, „Kunststoff“ und „Mechatronik“ sowie zur Elektromobilität, um Teilnehmende an den Veranstaltungen und an Clusterpartnerschaften insbesondere Gewerbetreibende zu gewinnen. Angebot, Auftrag, Rechnung und Nachweis über die Einschaltung lagen der NÖ Wirtschaftsagentur vor. Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Die Rechnung wies Sonderrabatte und einen Agenturrabatt aus. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Teilnehmenden und Interessenten. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2019 für das Geschäftsfeld Cluster NÖ im Einklang.

Die **Stichprobe 35** (077 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem regionalen Fernsehsender mit 420.000 Sehern um 5.145,00 Euro netto. Die Einschaltung vom 3. April bis 1. Mai 2020 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für Onlinehandel während der Corona-Pandemie. Eine Rechnung und ein Nachweis über die Ausstrahlung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur vor, Angebot und Auftrag nicht. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 36** (078 IW) umfasste ein Inserat und Werbung zur Allgemeinwerbung der NÖ Wirtschaftsagentur in einem sechsmal im Jahr erscheinenden Magazin einer Studentenverbindung mit einer Verteilung an 13.000 Haushalte im Umfang einer halben Seite um 1.995,00 Euro netto. Die Einschaltung erfolgte durch die NÖ Wirtschaftsagentur. Sie begründete dies mit dem Erreichen „zukünftiger wichtiger Partner“. Eine Rechnung vom 22. April 2020 und ein Nachweis lagen vor. Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Abwicklung durch die damalige Leitung der Unternehmenskommunikation, welche den Auftrag mündlich erteilt habe. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 37** (079 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem viermal jährlich erscheinenden Regionaljournal einer Werbeagentur mit einer Auflage von 9.500 Stück im Umfang einer Seite um 1.449,00 Euro netto. Die Einschaltung vom 27. April 2020 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für einen Wirtschaftspark. Eine Rechnung und ein Nachweis über die Einschaltung lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur vor, Angebot und Auftrag nicht. Angaben über den Agenturrabatt fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Der geschäftsführende Gesellschafter der Werbeagentur (Herausgeberin und Medieninhaberin des Journals) war Aufsichtsratsmitglied der NÖ Wirtschaftsagentur. Die Antikorruptionsrichtlinie der NÖ Wirtschaftsagentur regelte den Umgang mit Interessenskonflikten, wonach schon bei bloßem Anschein bei sämtlichen Beauftragungen eine genaue Prüfung und Dokumentation der Preisangemessenheit vorzunehmen war.

Dazu legte die Geschäftsführung einen Aktenvermerk vom 8. März 2016 vor, der einen Vergleich mit anderen Regionalmedien und mit einer Auflage zwischen 10.000 und 20.000 Stück festhielt. Jedoch fehlten nachvollziehbare Angaben zu diesen Medien und deren Anzeigenpreisen.

Der geschäftsführende Gesellschafter der Werbeagentur (Herausgeberin und Medieninhaberin des Journals) war Aufsichtsratsmitglied der NÖ Wirtschaftsagentur. Für eine Prüfung und Dokumentation der Preisangemessenheit fehlten nachvollziehbare Vergleichsdaten.

Die **Stichprobe 39** (081 IW) umfasste eine Rechnung vom 13. Oktober 2020 einer Agentur für Kinowerbung um 3.848,70 Euro netto für einen Werbespot in 16 Kinos mit insgesamt 66 Sälen. Den Auftrag erteilte die NÖ Wirtschaftsagentur zur Unterstützung der Werbekampagne für die Lange Nacht der Forschung. Angebot, Auftrag und eine Rechnung lagen der NÖ Wirtschaftsagentur vor sowie eine Aufstellung über die tatsächlichen Ausstrahlungen. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2020 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die **Stichprobe 40** (082 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einem Wochenmedium mit einer Auflage von 118.300 Stück im Umfang von zwei Seiten um 15.750,00 Euro netto. Die Schaltung vom 8. Oktober 2020 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für das Haus der Digitalisierung. Auftragsbestätigung, Auftrag und Rechnung sowie der Nachweis für eine Schaltung in der Kalenderwoche 42/2020 lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf. Angaben zum Agenturrabatt fehlten in den Unterlagen. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2020 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die **Stichprobe 41** (083 IW) umfasste ein Inserat und Werbung in einer Ausgabe der vier- bis sechsmal jährlich erscheinenden Schriftenreihe eines Vereins für den ländlichen Raum im Umfang einer halben Seite über 1.260,00 Euro netto. Die Einschaltung vom 20. Juli 2020 erfolgte durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung und diente der Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur. Rechnung und Nachweis lagen bei der NÖ Wirtschaftsagentur auf, Angebot und Auftrag nicht. Angaben zum Agenturrabatt fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft zum Medium. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang und sprach Multiplikatoren an.

Die **Stichproben 42** (084 IW) und **43** (085 IW) betrafen 18 Einschaltungen, davon 17 in Printmedien und eine bei einem Radiosender für das NÖ Konjunkturprogramm. Sie umfassten Inserate und Werbung in vier Tagesmedien mit Auflagen zwischen 34.299 und 145.359 Stück, drei Wochenmedien mit Auflagen bis zu 728.462 Stück, einem Gratis-Monatsmedium und einem Privatradio mit einer Tagesreichweite von 158.980 Hörern über zehn Jahre (GfK Radiotest 2022) im Umfang zwischen einer fünftel und ganzen Seite um insgesamt 46.187,53 Euro netto. Die 18 Einschaltungen zwischen 20. September und 11. November 2020 erfolgten durch die NÖ Werbung aufgrund der Mediaplanung im Rahmen der Kampagne „Konjunkturpaket“ und dienten der Belebung der niederösterreichischen Wirtschaft. Die Rechnung der NÖ Werbung (Stichprobe 42) wurde in Folge eines Rechenfehlers rückabgewickelt. Die Stichprobe 43 betraf die neuerliche Zahlung der NÖ Wirtschaftsagentur an die NÖ Werbung in Höhe von 56.687,54 Euro netto. Für die Einschaltungen lagen Rechnung und Nachweise in den Printmedien vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Einschaltungen standen mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichproben 44** (086 IW) und **53** (112 IW) umfassten Inserate und Werbung in einem Fachmagazin für Wirtschaft, Technik und Forschung mit einer Auflage von 8.975 Stück. Die Einschaltungen erfolgten durch die NÖ Wirtschaftsagentur.

Die Stichprobe 44 betraf ein ganzseitiges Inserat für 2.205,00 Euro netto. Die Schaltung vom September 2020 beruhte auf einer Jahreskooperation für das Technopolprogramm um insgesamt 114.850,00 Euro netto, um Forschungsschwerpunkte und Forschungspartner bekannt zu machen. Ein Angebot, eingeholt nach vorheriger Bekanntmachung durch eine Rechtsanwaltskanzlei, Zuschlagserteilung und Auftrag lagen vor, Vergleichsangebote weiterer Bieter nicht. Der Nachweis der Schaltung lag vor. Der Nachweis der Wirkung beschränkte sich auf Angaben über Rückmeldungen von Technopol Partnern, die jedoch nicht dokumentiert waren. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2020 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die Stichprobe 53 betraf die Gestaltung einer Serie von fünf Reportagen im Jahr 2021 zum Geschäftsfeld Cluster NÖ um 9.000,00 Euro netto. Auftrag, Angebot, Rechnung und Nachweise lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Reportagen in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Auswahl begründete sie mit Leistungen des Auftragnehmers. Als Wirkungsnachweis verwies sie auf das Interesse an Veranstaltungen der Cluster sowie neue Cluster-Partnerschaften. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichproben 45** (088 IW) und **55** (114 IW) umfassten Inserate und Werbung in einem Onlinemedium mit monatlich durchschnittlich 2,1 Millionen Seitenzugriffen und 34.000 Beziehenden (Abonnements) der Tagesneuigkeiten. Die Einschaltungen erfolgten durch die NÖ Wirtschaftsagentur.

Die Stichprobe 45 betraf ein Werbebanner im Wirtschaftsportal mit Video- und Fotogalerien für 25 Tage um 4.990,00 Euro netto. Ein Angebot und eine Rechnung vom 18. Juni 2020 mit Auftragsnummer lagen vor, Unterlagen zum Auftrag fehlten.

Die Stichprobe 55 betraf Online-Werbung und E-Mail-Aussendungen von 10.000,00 Euro netto zum Schwerpunkt Immobilien für Firmenkunden und einer Verknüpfung des Werbebanners mit ihrer Website. Die Werbung zwischen März und Juni 2021 beruhte auf einer langjährigen Partnerschaft.

Die Einschaltungen standen mit dem Kommunikationskonzept beziehungsweise dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 48** (107 IW) betraf ein vierspaltiges Inserat und Werbung in einer Tageszeitung mit einer Auflage von 133.290 Stück zum Thema Wirtschaftspark um 1.761,80 Euro netto. Die Einschaltung vom 28. Mai 2021 erfolgte durch die NÖ Werbung. Rechnung und Nachweis der Schaltung lagen vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Zahlung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Medium sowie auf die jährliche Kampagne zu den Wirtschaftsparks. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 49** (108 IW) betraf ein Inserat und Werbung in einem Tagesmedium mit einer Auflage von 62.696 Stück im Umfang einer Seite um 15.750,00 Euro netto zum Thema Wirtschaftsparks. Die Einschaltung vom 10. September 2021 erfolgte durch die NÖ Werbung. Rechnung und Nachweis lagen vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft zum Medium sowie die jährliche Kampagne zu den Wirtschaftsparks. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 50** (109 IW) betraf ein ganzseitiges Inserat und Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur allgemein in einem Fachmagazin für Kulinarik und Genuss mit einer Auflage von 500.000 Stück um 5.250,00 Euro netto in der Ausgabe Herbst 2021. Die Einschaltung erfolgte durch die NÖ Wirtschaftsagentur und diente der Ansprache neuer Zielgruppen. Inseratenspiegel, Rechnung und Nachweis lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zur Auswahl verwies sie auf die Kooperation mit der NÖ Werbung, eine Beauftragung durch diese

blieb jedoch ohne Beleg. Die Medieninhaberin verrechnete ihre Leistung direkt an die NÖ Wirtschaftsagentur. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 51** (110 IW) betraf ein viertelseitiges Inserat und Werbung für Betriebsansiedelungen um 1.178,10 Euro netto in einem Fachmagazin für Verkehr. Im Jahr 2021 erschien das Magazin 22-mal mit einer Auflage von 10.000 Stück. Die Einschaltung vom 15. Oktober 2021 erfolgte durch die NÖ Werbung im Rahmen der Mediaplanung. Rechnung und Nachweis lagen vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft zum Medium sowie die jährliche Kampagne zu den Wirtschaftsparks. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 52** (111 IW) betraf eine Information der Mitarbeitenden der NÖ Wirtschaftsagentur „Wir sind ecoplus“ als Podcast von 1.276,44 Euro netto. Eine interne Freigabe und Rechnung vom 23. Dezember 2021 lagen vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur berief sich auf Erfahrungen mit dem Auftragnehmer, einem Einzelunternehmen. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Mitarbeiterinformation in ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Zahlung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 54** (113 IW) betraf Inserate und Werbung im Umfang einer halben Seite zum Lebensmittel Cluster NÖ und dem Technopol Tulln in einer Online-Fachzeitschrift der Lebensmittelbranche um 2.919,00 Euro netto. Die Einschaltung erfolgte durch die NÖ Wirtschaftsagentur und diente der Hebung des Bekanntheitsgrads und der Kontaktherstellung zu zukünftigen Projektpartnern des Clusters. Angebot und Auftrag lagen vor. Die Rechnung vom 10. Dezember 2021 und der Auftrag stimmten überein. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die enge Kooperation mit dem Lebensmittel Cluster, dem Technopol Tulln sowie Forschungsfragen im Futter- und Lebensmittelbereich. Die Auswahl begründete sie mit der Reichweite und leichter Abrufbarkeit für innovative Unternehmen. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 56** (115 IW) umfasste Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur allgemein im Online-TV einer Tageszeitung um 1.108,80 Euro netto. Die Einschaltungen im November 2021 erfolgten durch die NÖ Wirtschaftsagentur. Rechnung und Auftrag lagen vor, ein Angebot fehlte. Der Sender gab im November 2020 eine Reichweite von täglich bis zu 155.000 Zusehern an. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung der Werbe-Spots von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft mit dem Tagesmedium. Die Auswahl des Mediums begründete sie mit

der Reichweite und dem Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Einschaltung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 58** (129 IW) betraf ein halbseitiges Inserat und Werbung für einen Wirtschaftspark in einer Regionalzeitschrift mit einer Auflage von 19.740 Stück um 1.038,49 Euro netto. Die Einschaltung erfolgte durch die NÖ Wirtschaftsagentur. Eine Rechnung vom 27. Februar 2022 und ein Nachweis für die Einschaltung lagen vor, Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft zum Medium. Die Auswahl des Mediums begründete sie mit marktüblichem Preis, Zielgruppe und Regionalität. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für den Bereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 59** (130 IW) betraf ein Inserat und Werbung in einer Sonderausgabe eines Fachmagazins für Tourismus mit einer Auflage von 31.500 Stück im Umfang einer halben Seite um 3.045,00 Euro netto. Die Einschaltung vom 11. März 2022 erfolgte durch die NÖ Wirtschaftsagentur. Eine Rechnung lag vor. Angebot, Auftrag und Nachweis der Einschaltung fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf den Fokus Wirtschaft in der Sonderausgabe des Magazins. Die Auswahl des Mediums begründete sie mit marktüblichem Preis, Zielgruppe und Regionalität. Ohne Nachweis und Kenntnis der Werbebotschaft war der Einklang mit dem Kommunikationskonzept nicht überprüfbar.

Die **Stichprobe 60** (131 IW) umfasste ein Inserat und Werbung für einen Wirtschaftspark in einem Ortsplan mit einer Auflage von 10.000 Stück um 3.307,50 Euro netto. Dafür lagen Rechnung und Nachweis vor. Angebot und Auftrag fehlten. Die Einschaltung vom 1. April 2022 erfolgte durch die NÖ Werbung und diente dazu, die Lage des Wirtschaftsparks im Ortsplan auszuweisen. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Partnerschaft zum Medium. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 61** (132 IW) umfasste ein Inserat und Werbung für die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur allgemein in einem Kommunalmedium mit einer Auflage von 35.000 Stück im Umfang von einer Seite um 6.825,00 Euro netto. Die Einschaltung in der Ausgabe April 2022 erfolgte durch die NÖ Wirtschaftsagentur. Rechnung und Nachweis lagen vor. Ein Angebot fehlte. Die Belege enthielten keine Angaben zum Agenturrabatt. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Auswahl des Mediums begründete sie mit Zielgruppe und Inhalten des Magazins. Die

Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für den Bereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 63** (134 IW) betraf Schaltungen in einem Regionalfernsehsender. Für die Zahlung über 990,00 Euro netto lagen Angebot, ein Auftrag der NÖ Wirtschaftsagentur und eine entsprechende Rechnung vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Regionalität des Senders. Die Auswahl begründete sie mit der Bewerbung ihrer Serviceleistungen. Die Einschaltung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für den Bereich Standort & Service im Einklang.

Hinweise zu den Inseraten und Werbung

Die Auswahl der Medien traf die NÖ Wirtschaftsagentur teilweise in Kooperation mit der NÖ Werbung insbesondere aufgrund langjähriger Geschäftspartnerschaft, Marktanalyse, Reichweite, Regionalität des Mediums, Art des Mediums, Ziele und Zielgruppe der Einschaltungen und Branchenüblichkeit.

Von 63 Stichproben zu Inseraten und Werbung standen 59 im Einklang mit dem Kommunikationskonzept, den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen beziehungsweise dem Betriebsgegenstand. Bei einer Stichprobe (59) war der Einklang nicht überprüfbar, da kein Nachweis mehr vorlag. Zu zwei Stichproben (2, 11) enthielten das Kommunikationskonzept beziehungsweise die Maßnahmen- und Aktivitätenpläne keine Angaben, eine Stichprobe (32) betraf eine Umbuchung. Bei 35 Stichproben von insgesamt rund 0,30 Millionen Euro bestand eine Kooperation mit der Niederösterreich-Werbung GmbH.

Die Zweckmäßigkeit der Einschaltungen war in Bezug auf den Betriebsgegenstand, Geschäftsfelder, der Kommunikationsstrategie oder Mediaplanung gegeben. Die Wirksamkeit der Einschaltungen wurde jedoch mit der erbrachten Leistung als nachgewiesen angesehen. Bei einigen Stichproben erfolgte die Wirksamkeitsmessung zum Beispiel an den Rückmeldungen von Teilnehmenden, an der Entwicklung von Anfragen oder Bekanntheitsgraden.

Im Hinblick auf die unterschiedlichen Medien, Auflagen und Reichweiten empfahl der Landesrechnungshof der NÖ Wirtschaftsagentur, die Wirksamkeit ihrer Inserate und Werbung zumindest stichprobenartig zu messen, um die Erfahrungswerte, die Auswahl der Medien und die Angemessenheit des Preis-Leistungsverhältnisses der Einschaltungen zu evaluieren beziehungsweise zu objektivieren.

Ergebnis 9

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte die Wirkung ihrer Inserate und Werbung zumindest stichprobenartig messen und die Angemessenheit des Preis-Leistungsverhältnisses der Einschaltungen evaluieren.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Es wurde ein System für Wirkungskontrollen und Evaluierungen – wo möglich – im Rahmen des Kommunikationskonzeptes 2023 - 2027 festgelegt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Die NÖ Wirtschaftsagentur hielt das Vier-Augen-Prinzip bei der Freigabe von Rechnungen durchgängig ein.

Der Landesrechnungshof stellte jedoch fest, dass bei einer Stichprobe (59) über 3.045,00 Euro ein Nachweis für Schaltungen und Werbung fehlte. Außerdem fehlten bei 24 Stichproben, die die NÖ Werbung abwickelte, Angebote, Aufträge beziehungsweise Angaben zum Agenturrabatt und damit wesentliche Grundlagen der Rechnungsprüfung.

Daher empfahl der Landesrechnungshof der NÖ Wirtschaftsagentur, die Rechnungslegung durch die NÖ Werbung beziehungsweise anderer Geschäftspartner sowie die Rechnungsprüfung so zu regeln, dass für die Rechnungsprüfung auf sachliche und rechnerische Richtigkeit vollständige Angaben und Belege vorhanden sein müssen. Fehlende Angaben und Belege wären vom Rechnungslegenden nachzufordern.

Ergebnis 10

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte bei der Rechnungsprüfung auf sachliche und rechnerische Richtigkeit aufgrund von vollständigen Angaben und Belegen achten sowie fehlende Angaben und Belege nachfordern. Die Rechnungslegung der Niederösterreich-Werbung GmbH und anderer Geschäftspartner wäre entsprechend zu regeln.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Dies wird in der schriftlichen Vereinbarung der Zusammenarbeit mit der Niederösterreich Werbung GmbH geregelt.

Ecoplus GmbH bedient sich der internen Medienagentur der Niederösterreich Werbung GmbH. Diese Agentur führt Medienplanung, Medien Kooperationen und Koordination durch. Des Weiteren wickelt sie im Auftrag der ecoplus GmbH Inserate und Werbungen ab. Aufgrund dieser Kooperation nutzt ecoplus GmbH deren Spezialwissen und den Agenturrabatt.

Die Geschäftsfälle, welche die Niederösterreich Werbung GmbH abwickelt, werden künftig mittels entsprechender Dokumentation der Angebote, Aufträge bzw. Nachweise (für den Medienrabatt) im Sinne einer transparenten und nachvollziehbaren Rechnungsprüfung abgehandelt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

9. Förderungen

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?

Für den Zeitraum von März 2017 bis Mai 2022 verneinte die NÖ Wirtschaftsagentur die Vergabe von Förderungen aus eigenen Mitteln im Zusammenhang mit der Kommunikationsstrategie.

Unter den Stichproben (Stichprobe 065 DL) befand sich jedoch eine Zahlung vom 28. Mai 2019 über 1.750,00 Euro zur Dotierung eines „Fonds“ in Form eines Bankkontos, lautend auf „EH-Projekt“ vom Sachkonto Werbung.

Die Dotierung des „Fonds“ beruhte auf einer Vereinbarung zwischen der NÖ Wirtschaftsagentur, einer Stadtgemeinde, einem regionalen Verein zur Stärkung der Wirtschaft und Werbung und der Wirtschaftskammer NÖ vom 30. April 2003 betreffend die Stärkung des Handels und Gewerbes in einer Innenstadt. Der Zahlung lag ein Aktenvermerk vom 23. Jänner 2014 zugrunde, der monatliche Zahlungen der Stadtgemeinde von 875,00 Euro und der NÖ Wirtschaftsagentur von 1.750,00 Euro ab Jänner 2014 für voraussichtlich neun Jahre festhielt. Zahlungen der Wirtschaftskammer NÖ waren in der Vereinbarung nicht vorgesehen.

Nach den Förderrichtlinien waren Förderverträge nach Zustimmung eines Beirats abzuschließen, dem laut seiner Geschäftsordnung je ein Vertreter der Vertragsparteien angehörte. Die Vertretung der Gemeinschaft und des Fonds oblag der NÖ Wirtschaftsagentur. Beschlüsse über die Vergabe und Verwendung der

Fondsmittel waren mit Dreiviertelmehrheit zu fassen, wobei jedenfalls ein Beschluss der Zustimmung der NÖ Wirtschaftsagentur und der Stadtgemeinde bedurfte.

Die folgende Tabelle zeigt die Aufwendungen der NÖ Wirtschaftsagentur für die Dotierung des Fondskontos im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022:

Tabelle 7: Aufwendungen für das Fondskonto von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Bezeichnung	3-12/2017	2018 bis 2021	1-5/2022	Summe
Zahlungen an Fondskonto	17.500,00	84.000,00	8.750,00	110.250,00

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrug der Gesamtaufwand für Zahlungen zur Dotierung des Fondskontos 110.250,00 Euro. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Zahlungen an den Fonds von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Standortstärkung der Gemeinde.

Der Landesrechnungshof bekräftigte seine Empfehlung aus dem Bericht 4/2017 System der NÖ Wirtschaftsförderung im Bereich Handel, Gewerbe und Industrie, die Anzahl der mit Angelegenheiten der NÖ Wirtschaftsförderung befassten Stellen und damit die Komplexität des NÖ Wirtschaftsfördersystems möglichst niedrig zu halten beziehungsweise tunlichst zu verringern.

Er empfahl an diesem Beispiel der NÖ Wirtschaftsagentur, die Zweckmäßigkeit, die Wirksamkeit und die Wirtschaftlichkeit der bestehenden Förderungen zu evaluieren und allenfalls zu beenden.

Ergebnis 11

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte die Zweckmäßigkeit, die Wirksamkeit und die Wirtschaftlichkeit der bestehenden Förderungen evaluieren und allenfalls beenden.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Ecoplus GmbH agiert in diesem Fall als eine Art Treuhänder. Die Dotierungen werden im Jahr 2023 eingestellt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Einstellung der Dotierung zur Kenntnis. Er bekräftigte, dass allenfalls bestehende Förderungen zu evaluieren sind.

10. Spenden

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gewährte die NÖ Wirtschaftsagentur Spenden von insgesamt 6.300,00 Euro. Diese verteilten sich auf drei natürliche und zwei juristische Personen. Darunter befanden sich keine politische Partei, keine wahlwerbende Partei und keine parteinahe Organisation im Sinn des Parteiengesetzes 2012 und des NÖ Parteienfinanzierungsgesetzes 2012, kein parlamentarischer Klub im Sinn des Klubfinanzierungsgesetzes 1985, kein Rechtsträger im Sinn des Publizistikförderungsgesetzes 1984, keine Behörde oder kein Rechtsträger einer Behörde.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Spenden von den strategischen Grundlagen gedeckt, verfügte dazu jedoch über keine Regelungen. Die Gewährung der Spenden erfolgte anlassbezogen und daher ad hoc. Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Verteilung der Spenden darstellte:

Tabelle 8: Aufwendungen für Spenden von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Bezeichnung	3-12/2017	2018	2019	2020	2021	1-5/2022
Spenden	2.100,00	200,00	0,00	4.000,00	0,00	0,00

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrug der Gesamtaufwand für Spenden 6.300,00 Euro. Davon fielen 4.000,00 Euro oder 63,5 Prozent auf das Jahr 2020. In den Jahren 2019, 2021 und 2022 gewährte die NÖ Wirtschaftsagentur keine Spenden.

Stichproben

Der Landesrechnungshof überprüfte je eine Stichprobe aus dem Jahr 2017 und 2020. Die folgende Tabelle zeigt die ausgewählten Stichproben:

Tabelle 9: Stichproben zu Spenden

Stichprobe	Betrag in Euro	Empfänger
1 (143 Spe)	2.000,00	Österreichische Rettungsorganisation
2 (144 Spe)	1.500,00	Tierschutzveranstaltung einer Privatperson

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Die **erste Stichprobe** (143 Spe) betraf eine Spende von 2.000,00 Euro an eine österreichische Rettungsorganisation als Beitrag zur Anschaffung eines Krankentransportwagens im Jahr 2017. Eine Bestätigung des Spendenempfängers lag vor.

Die **zweite Stichprobe** (144 Spe) betraf eine Spende von 1.500,00 Euro für eine Tierschutzveranstaltung im Jahr 2020. Dafür wurden die Mittel für gedruckte Weihnachtskarten verwendet, die durch die Umstellung auf digitale Weihnachtskarten eingespart werden konnten.

Für beide Stichproben lagen die Zustimmung der Geschäftsführung zur Spendenzahlung und der Zahlungsbeleg vor.

Der Landesrechnungshof verwies auf sein Ergebnis, im Kommunikationskonzept Aussagen und Regelungen über Spenden zu ergänzen und empfahl, Spenden weiterhin auf Ausnahmefälle zu beschränken.

11. Sponsoring

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 wendete die NÖ Wirtschaftsagentur für Sponsoring insgesamt 673.767,96 Euro auf. Der Gesamtaufwand verteilte sich auf 128 Buchungen und 68 Sponsoringpartner. Darunter befanden sich keine politische Partei, keine wahlwerbende Partei und keine parteinahe Organisation im Sinn des Parteiengesetzes 2012 und des NÖ Parteienfinanzierungsgesetzes 2012, kein parlamentarischer Klub im Sinn des Klubfinanzierungsgesetzes 1985, kein Rechtsträger im Sinn des Publizistikförderungsgesetzes 1984, keine Behörde oder kein Rechtsträger einer Behörde.

Die Aufwendungen bezogen sich auf die Schwerpunkte Regionalisierung, Cluster, Technopole und andere drittfinanzierte Projekte sowie Wirtschaftsstandort, Wirtschaftsparks. Die Kommunikationsstrategie enthielt keine Aussagen zum Sponsoring.

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Aufwendungen für Sponsoring auf die Jahre verteilen:

Tabelle 10: Aufwendungen für Sponsoring von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Bezeichnung	3-12/2017	2018	2019	2020	2021	1-5/2022
Sponsoring	127.383,40	178.669,53	193.727,47	62.094,60	92.406,96	19.486,00

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrug der Gesamtaufwand für Sponsoring 673.767,96 Euro und wies eine Bandbreite zwischen 19.486,00 Euro im laufenden Jahr 2022 und 193.727,47 Euro im Jahr 2019 auf.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Aufwendungen nach Art des Sponsorings, Betrag, Anteil und Anzahl der Sponsoringpartner:

Tabelle 11: Verteilung der Aufwendungen für Sponsoring nach Schwerpunkten

Schwerpunkt des Sponsorings	Aufwand in Euro	Anteil in Prozent	Anzahl der Sponsoringpartner
Regionalisierung	402.097,67	59,7	16
Cluster, Technopole, andere drittfinanzierte Projekte	268.737,09	39,9	51
Wirtschaftsstandort, Wirtschaftsparks	2.933,20	0,4	1
Summe Aufwendungen	673.767,96	100,0	68

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 entfielen 402.097,67 Euro oder 59,7 Prozent der Aufwendungen für Sponsoring auf Regionalisierung und 16 Sponsoringpartner.

Auf 51 Sponsoringpartner des Schwerpunkts Cluster, Technopole und andere drittfinanzierte Projekte entfielen 268.737,09 Euro und damit ein Anteil von 39,9 Prozent am Gesamtaufwand für Sponsoring.

Das Sponsoring zum Schwerpunkt Wirtschaftsstandort, Wirtschaftsparks von 2.933,20 Euro oder 0,4 Prozent an den Gesamtaufwendungen betraf die Bewirtung einer Netzwerkveranstaltung eines Vereins für die Interessen der Bundesländer Wien und NÖ. Die Geschäftsführung der NÖ Wirtschaftsagentur hatte in diesem Verein eine Funktion inne. Die Geschäftsführung begründete im Aktenvermerk vom 9. Jänner 2018 die Zahlung mit der Präsentation der NÖ Wirtschaftsagentur vor hochkarätigen Gästen und verwies auf eine eingehende Angebotsprüfung und Vergleich mit ähnlichen Veranstaltungen

Eine Prüfung und Dokumentation der Preisangemessenheit entsprechend der Antikorruptionsrichtlinie lag nicht vor.

Das Sponsoring betraf 61 juristische Personen und sieben natürliche Personen. Die Bandbreite der Aufwendungen lag zwischen 90,00 Euro für das Unterrichtsmaterial „Chemie-Koffer“ und 52.500,00 Euro für Veranstaltungen zur Elektromobilität der NÖ Energie- und Umweltagentur.

Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte vier Stichproben mit einer Gesamtsumme von 121.817,00 Euro aus. Das entsprach einem Anteil von 18,1 Prozent der Aufwendungen für Sponsoring.

Die folgende Tabelle zeigt die ausgewählten Stichproben:

Tabelle 12: Stichproben zu Sponsoring

Stichprobe	Betrag in Euro	Schwerpunkt	Sponsoringpartner
1 (001 Spo)	52.500,00	Regionalisierung	NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH
2 (002 Spo)	12.717,00	Regionalisierung	Verein zur Unterstützung von Kunst
3 (049 Spo)	21.600,00	Cluster, Technopole, drittfinanzierte Projekte	Kommunikationsagentur
4 (127 Spo)	35.000,00	Regionalisierung	Verein zur Vermittlung des europäischen Gedankens

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Die **Stichprobe 1** (001 Spo) betraf das Sponsoring in Höhe von 52.500,00 Euro für den Elektromobilitätstag am 20. Mai 2017 in Melk sowie für vier weitere Veranstaltungen mit kolportierten 5.000 Besuchern. Der Sponsoringvertrag

verpflichtete die NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH, auf die Unterstützung der NÖ Wirtschaftsagentur am Veranstaltungsort (Roll-ups, Platzierung im Bühnenprogramm) hinzuweisen und das Logo auf verschiedenen Medien wie auf Plakaten, Postkarten, Einladungskarten und im Ausstellungsverzeichnis anzubringen. Angebot, Auftrag und Rechnung sowie ein Projektbericht der NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH über die Gegenleistungen am Elektromobilitätstag lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah das Sponsoring von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Die Unterstützung begründete sie mit Sichtbarmachung von Elektromobilität für ein breites Publikum, Zielgruppe und Beratungsmöglichkeiten vor Ort.

Die **Stichprobe 2** (002 Spo) betraf den zweiten Teilbetrag eines Kultursponsorings über 12.717,00 Euro für das Jahr 2017. Das Sponsoring beruhte auf einer Kooperationsvereinbarung vom April 2017 über die Vergabe eines Kultursponsoringspreises der NÖ Wirtschaftsagentur mit der NÖ Wirtschaftskammer und einem Verein. Die Vereinbarung sah das Land NÖ und die NÖ Wirtschaftskammer als Finanzgeber vor, ohne Gegenleistungen festzulegen. Die NÖ Wirtschaftsagentur beteiligte sich damit an der Finanzierung von drei Preisen, ohne dafür eine Werbeleistung zu vereinbaren. Über die Verleihung entschied eine Jury, der die Geschäftsführung der NÖ Wirtschaftsagentur angehörte. Zwei Preise wurden für gelungenes Kultursponsoring von Unternehmen aus Niederösterreich und ein Preis für erfolgreiche Zusammenarbeit von Kultur und Wirtschaft verliehen.

Die NÖ Wirtschaftsagentur schien als Sponsor der Kulturpreise unter anderem auf Einladungen, Urkunden, Roll-ups, auf Pressefotos mit den Preisträgern, dem Beiblatt für die Gala sowie vor Ort durch Bühnenauftritt, Interview und Verleihung eines Sonderpreises durch die Geschäftsführung auf. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah das Sponsoring von ihren strategischen Grundlagen gedeckt, um den Innovationswert von Kunst und Kultur zu vermitteln sowie das Thema Sponsoring für kreativ tätige Unternehmen zu bewerben. Das Kommunikationskonzept enthielt jedoch keine Aussagen zum Kunst und Kultur Sponsoring.

Die **Stichprobe 3** (049 Spo) betraf das Sponsoring eines internationalen Wirtschafts- und Politikkongresses im Jahr 2018 in Höhe von 21.600,00 Euro brutto. Die Veranstaltung zum Aufbau und Austausch von Information verfolgte das Ziel, den Wirtschaftsstandort Österreich zu stärken, Lösungen für wettbewerbsfähiges Wirtschaften zu entwickeln und mediale Aufmerksamkeit auf die Anliegen der Wirtschaft zu richten. Die Veranstaltung zählte 1.108 Teilnehmende. Die Beauftragung vom 20. Dezember 2017 sah als Gegenleistungen Moderation und Podiumsplatz in einem Panel sowie einem Workshop, zehn Eintrittskarten zum Kongress, zwei Eintrittskarten zum Kamingsgespräch und

zur Speakers Reception im Wiener Rathaus, zwei Eintrittskarten zum Executive Lunch im Hotel Imperial sowie die Anbringung des Logos auf den Einladungen, sonstigen Drucksorten und Aufstellern vor. Eine Dokumentation zu den Gegenleistungen legte sie vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah das Sponsoring von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die internationale Sichtbarkeit von Niederösterreich als Technologieland, den Kontakt zu internationalen Entscheidungsträgern und wissenschaftlichen Experten.

Die **Stichprobe 4** (127 Spo) betraf das Sponsoring von zwei Veranstaltungen im Jahr 2021 für einen Verein zur Vermittlung des europäischen Gedankens mit den Themen „A healthy Europe“, „A green Europe“, „A regional Europe“ und „A communicative Europe“ in Höhe von 35.000,00 Euro. Der Sponsoringvertrag sah als Gegenleistungen die Logopräsenz im Internet und auf einer zwölf Quadratmeter Messewand, Werbemittel auf den Tischen vor Ort, inhaltliche Mitgestaltung einer Online-Wirtschaftsveranstaltung, die Teilnahme an einer Podiumsdiskussion, Präsentationsmöglichkeiten während der Übertragung, die Zuspieldung eines Imagefilms sowie Markenpräsenz auf Flyern, Programmheften, in Newslettern und bei der Pressearbeit vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah das Sponsoring von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die öffentlichkeitswirksamen Gegenleistungen. Eine Dokumentation der Gegenleistungen legte sie nicht vor.

Hinweise zum Sponsoring

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass die Gegenleistungen bei drei der vier Stichproben zum Sponsoring dokumentiert waren und in Sponsoringverträgen Gegenleistungen zu vereinbaren sind. Außerdem fehlte ein Konzept für Kunst- und Kultursponsoring.

Der Landesrechnungshof bekräftigte daher seine Empfehlung, dass die NÖ Wirtschaftsagentur ihr Sponsoring in den strategischen Grundlagen regeln und auch den Bereich Kunst und Kultur miteinbeziehen sollte. In den Sponsoringverträgen wären öffentlichkeitswirksame Gegenleistungen zu vereinbaren und Nachweise über die erbrachten Gegenleistungen zu dokumentieren.

Ergebnis 12

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte ihr Sponsoring in den strategischen Grundlagen regeln und auch den Bereich Kunst und Kultur miteinbeziehen. In den Sponsoringverträgen wären öffentlichkeitswirksame Gegenleistungen zu vereinbaren und Nachweise über die erbrachten Gegenleistungen zu dokumentieren.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wurde bereits im Rahmen des Kommunikationskonzeptes 2023 - 2027 umgesetzt (z.B. Leistungs- und Wirkungskennzahlen) und um Regelungen zu Spenden, Sponsoring (inkl. Einbeziehung des Bereiches Kunst und Kultur) sowie Mitgliedschaften in Vereinen ergänzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

12. Dienstleistungen

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

Für den Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldete die NÖ Wirtschaftsagentur Aufwendungen für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen von insgesamt 7.965.731,13 Euro verteilt auf 9.004 Buchungszeilen. Dieser Betrag enthielt eine Zahlung über 42.730,78 Euro an eine Gesellschaft für Werbung für eine Außenwerbung zu Betriebsansiedlungen, die restlichen rund 7,92 Millionen Euro waren eine Teilsumme der Positionen Inserate und Werbung sowie Sponsoring.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Aufwendungen für Dienstleistungen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022:

Tabelle 13: Aufwendungen für Dienstleistungen von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Bezeichnung	3-12/2017	2018	2019	2020	2021	1-5/2022
Dienstleistung	1.211.561,29	1.541.162,01	1.891.439,84	1.277.569,30	1.554.158,17	489.840,52

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 fielen jährlich Zahlungen in einer Bandbreite zwischen 489.840,52 Euro im laufenden Jahr 2022 und 1.891.439,84 Euro im Jahr 2019 an.

Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte aus der Grundgesamtheit von 9.004 Buchungen 62 Stichproben mit einer Summe von 930.929,99 Euro aus. Das entsprach einem Anteil von 11,7 Prozent der Aufwendungen für Dienstleistungen. Bei sechs von 62 Stichproben über 167.597,53 Euro bestand eine Kooperation mit der NÖ Werbung. Das entsprach einem Anteil von 18,0 Prozent.

Die folgende Tabelle listet die Stichproben mit Betrag und Thema samt anonymisierten Geschäftspartnern auf:

Tabelle 14: Stichproben aus Dienstleistungen

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Geschäftspartner
1 (008 DL)	42.730,78	Außenwerbung zu Betriebsansiedlung	Gesellschaft für Werbung
2 (009 DL)	29.970,00	Ausarbeitung Werbekampagne Unternehmerland NÖ	Werbeagentur
3 (010 DL)	1.440,00	Lagerung Messestand	Möbeltischlerei
4 (020 DL)	3.125,00	Kommunikationsberatung	Kommunikations- und Marketinggesellschaft
5 (036 DL)	12.070,00	Anpassungen zum Werbeauftritt der NÖ Wirtschaftsagentur	Marketing-Agentur
6 (037 DL)	20.000,00	Nutzung einer Rundfunksendung	Rundfunkunternehmen
7 (038 DL)	1.360,00	Entwurf von Drucksorten	Einzelunternehmen für Grafik und Design
8 (039 DL)	2.041,45	Aktualisierung Förderübersicht	Gesellschaft für Beratung und Kommunikation
9 (040 DL)	390,00	Betrieb Website für Galerien und Kunstschaffende	Einzelunternehmen
10 (041 DL)	4.113,62	Betreuung Internetkampagnen	Online Marketing-Agentur
11 (042 DL)	14.246,75	Netzwerkveranstaltung	NÖ Werbung
12 (043 DL)	12.166,67	großflächige Außenwerbung über das Land NÖ in Bezug auf Kultur, Tradition, Natur, Industrie sowie Technologie	Flughafenbetreiber

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Geschäftspartner
13 (044 DL)	5.000,00	Teilnahme an Fachmesse für Immobilien und Investitionen	Gesellschaft für Werbung und Kommunikation
14 (045 DL)	32.808,00	Technik und Personal für Veranstaltung	Gesellschaft im Bereich Veranstaltungsorganisation
15 (046 DL)	500,00	Entwurf Werbebotschaft	Marketing-Agentur
16 (047 DL)	750,00	Sponsoring für Kinderbetreuungsprogramm, Kinder Uni	Verein für naturnahes und ökologisches Gärtnern
17 (048 DL)	21.500,00	Kostenbeitrag für ein Fachseminar	Gesellschaft im Bereich Forschung und Technologie
18 (058 DL)	1.335,00	Entwurf und Druck einer Broschüre in englischer Sprache	Gesellschaft im Bereich Konzeption und Produktion von Medien
19 (059 DL)	-1.335,00	Umbuchung zu Stichprobe 18	
20 (060 DL)	9.450,00	Inserat in einer Tageszeitung	Verlag
21 (061 DL)	5.000,00	Kostenbeitrag für Veranstaltung	Verein zur Vermittlung des europäischen Gedankens
22 (062 DL)	2.200,00	Ausstellungsorganisation	Kunstschaffende
23 (063 DL)	100,00	Unterstützung der Vereinstätigkeit	Verein für Fragen der Zukunft
24 (064 DL)	3.045,00	Inserat in einem Magazin	Studentenverbindung
25 (066 DL)	31.544,00	Organisation, Ausstattung und Personal für eine Veranstaltung	Gesellschaft im Bereich Veranstaltungsorganisation
26 (067 DL)	3.506,40	Werbebegleitung einer Delegation	Internationale Marketing-Agentur für Industrie und Internet
27 (068 DL)	130,91	Konzertkarten	Kulturbetrieb
28 (069 DL)	-130,91	Umbuchung zu Stichprobe 27	
29 (070 DL)	13.703,70	Netzwerkveranstaltung	NÖ Werbung

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Geschäftspartner
30 (071 DL)	10.000,00	Betreuung Internetkampagne und Videoerstellung	Marketing-Agentur
31 (072 DL)	3.375,00	Kampagne in Sozialen Medien	Marketing-Agentur
32 (073 DL)	22.529,62	Netzwerkveranstaltung	NÖ Werbung
33 (074 DL)	7.526,54	Konzertkarten Grafenegg	Kulturbetrieb
34 (075 DL)	8.429,00	Tagungsorganisation	Konferenz-Gesellschaft
35 (090 DL)	1.950,00	Internet-Marketing für eine Veranstaltung	NÖ Werbung
36 (091 DL)	14.000,00	Bewerbung Gewinnspiel NÖ Tourismus	NÖ Werbung
37 (092 DL)	4.230,01	Gestaltung und Produktion eines Kunstkalenders	Kunstschaffender
38 (093 DL)	900,00	Ankauf eines Kunstwerkes einer ecoart-Ausstellung	Kunstschaffende
39 (094 DL)	10.575,00	Kampagne in Sozialen Medien	Marketing-Agentur
40 (095 DL)	10.350,00	Wartung und Anpassungen einer Website	IT-Werbeagentur
41 (096 DL)	18.663,00	Kampagne für Spezialimmobilien	Werbeagentur
42 (097 DL)	2.210,00	Gestaltung und Produktion eines Kunstkalenders	Kunstschaffender
43 (098 DL)	7.869,75	Rundfunkschaltungen	Fernseh- und Rundfunkunternehmen
44 (099 DL)	3.310,00	Organisation eines Webinars	Webinar-Agentur
45 (100 DL)	24.074,00	Ausstattung und Personal für eine Veranstaltung	Ausstatter für Mediensysteme
46 (116 DL)	101.167,46	Kampagne zu Geschäftswiederaufnahmen	NÖ Werbung
47 (117 DL)	2.560,00	Anpassungen von Vorlagen	Einzelunternehmen
48 (118 DL)	23.555,90	Bereitstellung eines Corona-Testbusses	Fahrdienstunternehmen
49 (119 DL)	9.000,00	Überlassung Werknutzungsrecht	Marketing-Agentur

Stichprobe	Betrag in Euro	Thema	Geschäftspartner
50 (120 DL)	163.201,00	Nutzung von Medien und Kommunikationskanälen	Luftfahrtgesellschaft
51 (121 DL)	22.328,75	Entwicklung und Durchführung einer Kampagne	Werbeagentur
52 (122 DL)	21.225,00	Videoerstellung	Werbeagentur
53 (123 DL)	9.197,90	technische Umsetzung einer Veranstaltung im Internet	Einzelunternehmen
54 (124 DL)	43.478,00	Technik und Filmproduktion für eine Veranstaltung	Einzelunternehmen
55 (125 DL)	29.250,00	Organisation einer Veranstaltung	Marketing-Agentur
56 (126 DL)	19.975,00	Konzept zu Marketingmaßnahmen und Projektplan zum 60-Jahr-Jubiläum der NÖ Wirtschaftsagentur	Werbeagentur
57 (135 DL)	4.333,33	Verbesserungen einer Website	Digital-Agentur
58 (136 DL)	5.850,00	Marktstudie	Marktforschungsinstitut
59 (137 DL)	18.078,00	Werbeartikel für Lange Nacht der Forschung	Werbeartikelhandel
60 (138 DL)	25.000,00	Sponsor Partnerschaft für eine Veranstaltung	Werbe-Design-Gesellschaft
61 (139 DL)	7.800,00	Webauftritt Cluster NÖ in englischer Sprache	Verlag
62 (140 DL)	2.176,36	Hotelkosten für Fachexkursion der Gastgebercoaches	Beherbergungsbetrieb

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Die **Stichproben 1** (008 DL) und **15** (046 DL) betrafen eine großflächige Außenwerbung an der Autobahn A4 im Bereich des Flughafens Wien-Schwechat im Jahr 2017 zum Thema Betriebsansiedlung und Freiflächen mit durchschnittlich angegebenen 3,16 Millionen Sichtkontakten pro Monat.

Die Stichprobe 1 beinhaltet die Rechnung einer Gesellschaft für Werbung über 42.730,78 Euro netto für das Leistungsjahr 2017. Angebot, Auftrag und Nachweis (Belegexemplar) lagen vor. Die Auftragssumme betrug 47.287,80 Euro brutto.

Die Stichprobe 15 beinhaltet die Rechnung einer Marketing-Agentur vom 20. Dezember 2018 über 500,00 Euro netto für den Entwurf der Werbebotschaft für diese Außenwerbung. Ein Kostenvoranschlag und ein Nachweis (Belegfoto) mit der Botschaft „ecoplus.öffnet standorte.“ lagen vor.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Außenwerbung und die Neugestaltung des Werbeinhalts von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die öffentliche Wahrnehmung, die Verkehrsdichte sowie auf die frühere Zusammenarbeit. Die Außenwerbung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2017 und 2018 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichproben 2** (009 DL), **41** (096 DL) und **56** (126 DL) umfassten drei Rechnungen von zwei verbundenen Werbeagenturen für unterschiedliche Marketing-Maßnahmen.

Die Stichprobe 2 betraf die Rechnung vom 23. Oktober 2017 über 29.970,00 Euro netto für die Ausarbeitung der Kampagne „Unternehmerland NÖ“. Der Betrag lag um 55,00 Euro über der Auftragssumme. Vergleichsangebote und Auftrag lagen vor. Der Auftragnehmer war nicht der Billigstbieter. Zwei Angebote enthielten nur Positionspreise ohne Angebotssummen. Die NÖ Wirtschaftsagentur begründete das Preis-Leistungsverhältnis mit der intensiven Konzeptionierung. Die Entscheidungsgründe waren nicht dokumentiert. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die Stichprobe 41 (096 DL) betraf die Rechnung vom 14. April 2020 über eine Teilzahlung von 18.663,00 Euro netto für eine Frühjahrskampagne für Immobilien an Technologie- und Forschungszentren. Die Zahlung beruhte auf einem Auftrag über 39.300,00 Euro netto für eine Frühjahrs- und eine Herbstkampagne. Angebot und Auftrag lagen vor. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan für das Geschäftsfeld Technopole 2020 im Einklang.

Die Stichprobe 56 (126 DL) betraf die Rechnung vom 14. Dezember 2021 über 19.975,00 Euro netto für die Ausarbeitung eines Marketingkonzepts und eines Projektplans für das 60-Jahr-Jubiläum der NÖ Wirtschaftsagentur im Jahr 2022. Angebot und Auftrag vom 13. Dezember 2021 für den Leistungszeitraum August bis November 2021 lagen vor.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Kampagnen und das Marketing für das Jubiläum von ihren strategischen Grundlagen gedeckt, um den Wirtschaftsstandort NÖ, die Immobilien sowie die Leistungen der NÖ Wirtschaftsagentur zu bewerben. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die langjährige Zusammenarbeit mit dem Auftragnehmer, die Erfahrungswerte, die Marktüblichkeit und auf Ergebnisse. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Der Landesrechnungshof hielt zur Stichprobe 56 jedoch fest, dass Leistungen vor ihrer Erbringung zu beauftragen sind.

Die **Stichprobe 3** (010 DL) betraf die Rechnung einer Möbeltischlerei vom 10. Jänner 2018 über 1.440,00 Euro brutto für die Lagerung eines Messestands für das Jahr 2017. Ein Angebot aus dem Jahr 2015 lag vor. Ein Auftrag fehlte. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf Marktüblichkeit und die räumliche Nähe des Auftragnehmers. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 4** (020 DL) betraf die Rechnung einer Kommunikations- und Marketinggesellschaft vom 3. April 2017 über eine Monatspauschale von 3.125,00 Euro netto unter anderem für Beratung und Optimierung, Briefing für Geschäftsführung und Unternehmenskommunikation. Die Monatspauschale beruhte auf einem unbefristeten Vertrag vom 8. November 2016 zwischen der NÖ Wirtschaftsagentur und der Vorgesellschaft der Kommunikations- und Marketinggesellschaft der früheren Leitung der Kommunikation der NÖ Wirtschaftsagentur. Im Jahr 2017 erhielt die Gesellschaft (Eintragung in das Firmenbuch am 21. Jänner 2017) von der NÖ Wirtschaftsagentur zehn weitere monatliche Zahlungen von insgesamt 34.375,00 Euro. Auftragswert, Vergleichsangebote und Angebot lagen nicht vor. Die Monatspauschale beinhaltete bis zu 25 Stunden pro Monat, ab der 26. Stunde galt ein erhöhter Stundensatz.

Der Vertrag umfasste insbesondere strategische Beratung und Konzeption, Marketingberatung sowie Briefings für die NÖ Wirtschaftsagentur und nahm weitere Projekte wie Veranstaltungsorganisation und -durchführung aus. Er sah keine Leistungsnachweise vor. Die Kündigungsfrist betrug sechs Monate. Die Stundenaufstellungen von Jänner, Februar und März 2017 wiesen 10,5 Stunden, 26,0 Stunden und 20,0 Stunden aus.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah den Vertrag von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf ein persönliches Gespräch auf Basis eines Aufgabenkatalogs sowie auf die gute Zusammenarbeit mit der Auftragnehmerin. Eine Dokumentation lag dazu nicht vor.

Der Landesrechnungshof wies die NÖ Wirtschaftsagentur auf den zulässigen Auftragswert für eine Direktvergabe von wiederkehrenden und unbefristeten Dienstleistungen von 100.000,00 Euro ohne Umsatzsteuer hin.

Die **Stichproben 5** (036 DL), **49** (119 DL) und **55** (125 DL) umfassten drei Rechnungen einer Marketing-Agentur für unterschiedliche Leistungen. Die Agentur entwarf auch die Botschaft für eine Außenwerbung (Stichprobe 15).

Die Stichprobe 5 betraf die Rechnung vom 15. März 2018 über 12.070,00 Euro netto für eine Teilleistung zu Anpassungen des Werbeauftritts an eine zeitgemäße Form. Der gesamte Auftrag umfasste 58.000,00 Euro netto. Ein Angebot lag vor, Nachweise und Belege fehlten.

Die Stichprobe 49 betraf die Rechnung vom 15. September 2021 über 9.000,00 Euro netto für die Überlassung des Werknutzungsrechts für die Verlängerung der Werbelinie zur Unternehmensidentität der NÖ Wirtschaftsagentur. Auftrag und Angebot lagen vor.

Die Stichprobe 55 betraf die Rechnung vom 15. Oktober 2021 über 29.250,00 Euro netto für Konzeption, Organisation und Umsetzung einer Podiumsdiskussion im Rahmen einer Veranstaltung für Wirtschaft und Sport. Angebot und Auftrag lagen vor, Vergleichsangebote nicht.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Anpassung ihres Werbeauftritts, den Erwerb des Werknutzungsrechts sowie die Konzeption und Umsetzung der Podiumsdiskussion von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Sie verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die Notwendigkeit der Überarbeitung des Erscheinungsbilds beziehungsweise eines unbefristeten Nutzungsrechts, die langjährige Erfahrung mit der Agentur sowie die Marktüblichkeit. Die Leistungen standen bei Stichprobe 5 mit dem Kommunikationskonzept, bei den Stichproben 49 und 55 mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 6** (037 DL) betraf die Rechnung eines Rundfunkunternehmens vom 7. Juni 2018 über 20.000,00 Euro netto für die Nutzung einer Sendung über die Auswirkungen der Wirtschaft auf die Gesellschaft. Auftrag und Rechnung stimmten überein. Ein Angebot fehlte. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Nutzung der Sendung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Geschäftspartnerschaft sowie den Einsatz der Videos bei Veranstaltungen, Pressekonferenzen und Delegationen. Zum Preis-Leistungsverhältnis führte sie das Alleinstellungsmerkmal an. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 7** (038 DL) betraf die Rechnung eines Grafikdesign-Büros vom 27. Februar 2018 über 1.360,00 Euro netto für den Entwurf von Drucksorten

für eine Fachtagung zur Elektromobilität. Angebote, Auftrag und eine Dokumentation der Leistungen lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Herstellung der Drucksorten von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die seit dem Jahr 2015 unveränderten Preise. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 8** (039 DL) betraf die Rechnung einer Gesellschaft für Beratung und Kommunikation vom 14. Dezember 2018 über die Abschlussrate von 2.041,45 Euro brutto für die Aktualisierung der internen Förderübersicht. Der Auftragswert betrug insgesamt 4.082,89 Euro brutto. Ein Angebot lag vor, Vergleichsangebote fehlten wegen des Spezialwissens der Beratungstätigkeit und der marktüblichen Stundensätze von 68,00 Euro netto. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Aktualisierung der Förderübersicht von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die langjährige Geschäftspartnerschaft. Demnach lag ein interner Arbeitsbehelf für Förderungen vor, weshalb die Leistung mit dem Betriebsgegenstand im Einklang stand.

Die **Stichprobe 9** (040 DL) betraf die Rechnung einer Einzelunternehmung vom 28. Jänner 2018 über eine Jahrespauschale von 390,00 Euro netto für den Betrieb einer Website für Galerien und Kunstschaffende. Angebot, Vergleichsangebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur verwies auf mündliche Aufträge aufgrund einer Vereinbarung aus dem Jahr 2008, in dem es nur einzelne solcher Anbieter gegeben hätte. Sie sah die Zahlung für den Betrieb der Website von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die Ankündigung von Veranstaltungen wie für ecoart, auf die Zufriedenheit mit dem Auftragnehmer sowie auf die Verknüpfung und Dokumentationen der Galerien. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 10** (041 DL) betraf eine Rechnung einer Online Marketing-Agentur vom 10. Juli 2018 über 4.113,62 Euro netto zu einem Auftrag für die Betreuung von drei Internetkampagnen im Gesamtwert von 12.240,00 Euro jährlich. Angebot, drei Vergleichsangebote und Auftrag lagen vor. Der Auftrag und die Leistungen in der Rechnung umfassten ein Jahr. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Betreuung der Internetkampagnen von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf eine Markterkundung, welche den Auftragnehmer als Bestbieter ergab. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichproben 11** (042 DL), **29** (070 DL) und **32** (073 DL) umfassten Rechnungen der NÖ Werbung für Netzwerkveranstaltungen des Landes NÖ, welche die NÖ Werbung abwickelte. Angebote und Aufträge fehlten.

Die Stichprobe 11 betraf die Rechnung vom 23. Juli 2018 über 14.246,75 Euro netto zu einer Veranstaltung in Hagenbrunn mit Teilnehmenden aus den Bereichen Wirtschaft, Kunst, Wissenschaft, Sport und Politik. Dazu legte die NÖ Wirtschaftsagentur ein Sujet mit ihrem Logo vor. Die Geschäftsführung der NÖ Wirtschaftsagentur vermerkte, dass die Veranstaltung vom Land NÖ durchgeführt wurde und als Netzwerktreffen der niederösterreichischen Wirtschaft diene. Weiters hielt sie fest, mit ihrer Präsenz die Chance genutzt zu haben, um Wirtschaftstreibende, die in Niederösterreich ansässig sind und vielleicht in Zukunft ihren Betrieb erweitern möchten, auf die Vorzüge des heimischen Standorts aufmerksam zu machen.

Die Stichprobe 29 betraf die Rechnung vom 29. Juli 2019 über 13.703,70 Euro netto zu einer Veranstaltung in Tattendorf mit Teilnehmenden aus den Bereichen Wirtschaft, Kunst, Wissenschaft, Sport und Politik. Die Geschäftsführung vermerkte, dass die Veranstaltung als Netzwerktreffen der Niederösterreichischen Wirtschaft diene, es sollten die vielfältigen Serviceangebote der NÖ Wirtschaftsagentur präsentiert werden.

Die Stichprobe 32 betraf die Rechnung vom 30. April 2019 über 22.529,62 Euro netto zu einer Veranstaltung in Kitzbühel mit Teilnehmenden aus den Bereichen Wirtschaft, Kunst, Wissenschaft, Sport und Politik. In der NÖ Wirtschaftsagentur lagen Nachweise zu Drucksorten und Speisekarte mit ihrem Logo auf. Die Geschäftsführung vermerkte, dass die Veranstaltung als Präsentationsplattform für den Wirtschaftsstandort Niederösterreich und als Netzwerktreffen genutzt wurde, um Kontakt zu nationalen und internationalen Betrieben zu knüpfen.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Netzwerkveranstaltungen von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Präsentation ihrer Serviceangebote, marktübliche Kosten sowie auf neue Kontakte und Anfragen.

Die Initiative für diese Veranstaltungen ging nicht von der NÖ Wirtschaftsagentur aus. Daher war diese gefordert, die Veranstaltungen in ihre Kommunikationsstrategien aufzunehmen oder der NÖ Werbung als Tourismuswerbung zu überlassen.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur, die Beteiligung an Veranstaltungen der NÖ Werbung oder anderer Fremdveranstalter in ihre Kommunikationsstrategien aufzunehmen oder andernfalls der NÖ Werbung zu überlassen.

Ergebnis 13

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte die Beteiligung an Veranstaltungen der NÖ Werbung oder anderer Fremdveranstalter in ihre Kommunikationsstrategien aufnehmen oder andernfalls der NÖ Werbung überlassen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Wir nehmen dieses Ergebnis zur Kenntnis und werden ab sofort diese in unsere Kommunikationsstrategie aufnehmen, detaillierte Vertragswerke ausfertigen und diese um eine Leistungsbeschreibung bzw. einen Leistungsnachweis ergänzen.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Die **Stichprobe 12** (043 DL) betraf die Teilrechnung einer Aktiengesellschaft vom 27. Juli 2018 über 12.166,67 Euro netto für großflächige Außenwerbung über das Land NÖ in Bezug auf Kultur, Tradition, Natur, Industrie sowie Technologie. Der Vertrag zwischen einem Flughafenbetreiber einerseits und der NÖ Wirtschaftsagentur, der NÖ Werbung GmbH und der NÖ Kulturwirtschaft GesmbH. umfasste insgesamt 89.000,00 Euro und verteilte sich auf die NÖ Wirtschaftsagentur, die NÖ Werbung und die NÖ Kulturwirtschaft GesmbH. zu gleichen Teilen. Angebot und Vergleichsangebote fehlten, weil die Werbemaßnahme im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft Österreichs erfolgte. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Außenwerbung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die Zielgruppe, den einmaligen Standort und die Marktüblichkeit des Preises. Belegfotos lagen vor. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang. Die Marktüblichkeit war wegen der Einmaligkeit nicht nachvollziehbar.

Die **Stichprobe 13** (044 DL) betraf die Teilrechnung einer Gesellschaft für Werbung und Kommunikation vom 6. August 2018 über 5.000,00 Euro netto für die Teilnahme an einer internationalen Fachmesse für Immobilien und Investitionen in München. Ein Angebot über 9.035,00 Euro netto und ein Auftrag über 7.500,00 Euro brutto lagen vor. Die Auftragssumme wich von der Summe der angebotenen Positionen ab. Die Rechnung konnte anhand des Angebots plausibilisiert werden. Auf die Abweichung zum beauftragten Wert ging die Rechnungsprüfung nicht ein. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Teilnahme an der Fachmesse von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-

Leistungsverhältnis auf die Information über ihre Serviceleistungen, die Marktüblichkeit sowie die Fachgespräche am Messestand mit Firmenlogo. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichproben 14** (045 DL) und **25** (066 DL) umfassten zwei Rechnungen einer Event-Agentur für die Ausstattung (Technik, Transport, Personal) und die Organisation von zwei Veranstaltungen.

Die Stichprobe 14 betraf die Rechnung vom 22. September 2018 über 32.808,00 Euro netto für die Jubiläumsgala eines Wirtschaftsparks. Der Rechnungsbetrag überstieg den Auftrag um 332,00 Euro. Ein Angebot lag vor, Vergleichsangebote und eine Begründung für die Abweichungen fehlten.

Die Stichprobe 25 betraf die Rechnung vom 25. Juni 2019 über 31.544,00 Euro netto für eine Festveranstaltung in einem Wirtschaftspark, die den Auftrag um 1.721,00 Euro überschritt. Eine Begründung dafür fehlte. Angebot und Auftrag lagen vor.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Veranstaltungen für Partner und Unternehmer aus der Region von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die langjährige Partnerschaft und die Erfahrungswerte aus früheren Veranstaltungen. Die Leistungen standen mit den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen 2018 sowie 2019 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 16** (047 DL) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer eines Vereins vom 14. September 2018 über 750,00 Euro für ein Sponsoringpaket für die Kinder Uni Tulln in Kooperation mit der Natur im Garten GmbH. Die NÖ Wirtschaftsagentur schien mit ihrem Logo als Sponsor auf der Website und in der Pressearbeit auf. Angebot, Auftrag und Nachweise lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah das Sponsoring von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf das Technopolprogramm zur Entwicklung von Technologiezentren aus Wissenschaft, Bildung und Wirtschaft, auf das Preis-Leistungsverhältnis sowie auf die gestiegene Nachfrage nach der Veranstaltungsreihe und die sinnvolle Ferienbeschäftigung für Kinder. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die **Stichprobe 17** (048 DL) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer einer Gesellschaft für Forschung und Technologie vom 13. September 2018 über 21.500,00 Euro für einen Kostenbeitrag zu den Alpbacher Technologiegesprächen. Auftrag und Angebot lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah den Kostenbeitrag von ihren strategischen Grundlagen und dem Technopolprogramm gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf den Leistungsumfang, die mediale Berichterstattung und auf die langjährige Kooperation mit der Gesellschaft. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichproben 18** (058 DL) und **19** (059 DL) betrafen die Rechnung einer Druckerei vom 31. Oktober 2018 über 1.335,00 Euro netto für eine Broschüre zum „Haus der Digitalisierung“ in englischer Sprache. Angebot, zwei Vergleichsangebote sowie ein Vermerk zu Auswahl und Auftrag des Bestbieters lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Druckkosten von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf eine frühere Beauftragung sowie auf die Verwendung bei internationalen Veranstaltungen.

Die Stichprobe 19 betraf eine Korrekturbuchung über 1.335,00 Euro infolge einer internen Umbuchung zwischen zwei Projekten. Diese war aus den übermittelten Aufstellungen nachvollziehbar.

Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2018 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die **Stichprobe 20** (060 DL) betraf die Rechnung eines Verlags vom 31. Dezember 2019 über 9.450,00 Euro netto für ein ganzseitiges Inserat zur Bewerbung des Investorenservice und der Website „www.standortkompass.at“ in einer Tageszeitung mit einer Auflage von 459.202 Stück. Angebot und Auftrag fehlten, ein Nachweis für die Einschaltung lag vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und als Ergänzung zu einer jährlichen Kooperation. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf günstige Preise und mehr Aufmerksamkeit für die NÖ Wirtschaftsagentur. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2019 für das Geschäftsfeld Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 21** (061 DL) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer eines Vereins vom 8. März 2019 über 5.000,00 Euro für eine europapolitische Veranstaltung zum Thema Etablierung einer erfolgreichen Marke für Europa und seine Regionen. Angebot und Auftrag fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur schien auf Webseiten und Drucksorten als Kooperationspartner oder Sponsor auf. Sie sah die Unterstützung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-

Leistungsverhältnis verwies sie auf Präsentation, Eintrittskarten, Erfahrungswerte und Kontakte. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 22** (062 DL) betraf die Rechnung einer Kunstschaaffenden vom 2. April 2019 über 2.200,00 Euro netto für Konzeption und Umsetzung von zwei ecoart-Ausstellungen im Palais Niederösterreich. Auftrag und Angebot lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die ecoart-Ausstellungen von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die kulturelle Plattform zum Aufbau und zur Pflege von Netzwerken. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 23** (063 DL) betraf ein Ansuchen eines Vereins vom April 2019 um einen Komiteebeitrag über 100,00 Euro zur Unterstützung von Vereinsaktivitäten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Unterstützung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf das Programm 2019 zu Europa- und Arbeits-Themen sowie auf die Teilnahme an Veranstaltungen. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 24** (064 DL) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer einer Studentenverbindung vom 17. Mai 2019 über 3.045,00 Euro für ein ganzseitiges Inserat in ihrem Magazin zum Thema Europa, das auch online verfügbar war. Angebot und ein Auftrag durch die ausgeschiedene Leitung der Kommunikation fehlten, ein Nachweis (Belegexemplar) lag vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die Zielgruppe von zukünftigen Partnern und Führungskräften sowie auf Marktüblichkeit. Die Einschaltung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 26** (067 DL) betraf die Rechnung einer internationalen Marketing-Agentur für Industrie und Internet vom 30. Juni 2019 über 3.506,40 Euro netto für die journalistische Betreuung und Werbebegleitung einer Delegation in Deutschland. Die Zahlung betraf 80,0 Prozent des Auftrags zuzüglich einer Kommunikationspauschale. Ein Angebot lag vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Betreuung der Delegation von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf Erfahrungswerte sowie auf die Begleitung und die Unterstützung während der Delegationsreise. Sie schien auf der Website der Agentur als Referenz auf. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichproben 27** (068 DL) und **28** (069 DL) betrafen die Rechnung eines Kulturbetriebs vom 23. Juli 2019 über 130,91 Euro netto für zwei Konzertkarten zum Probehören einer Aufführung. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah den Kauf der Konzertkarten von ihren strategischen Grundlagen gedeckt, was nicht

nachvollziehbar war. Die Stichprobe 28 betraf eine Korrekturbuchung zur Stichprobe 27 von 130,91 Euro. Die interne Umbuchung zwischen zwei Sachkonten war aus den übermittelten Aufstellungen nachvollziehbar.

Die **Stichproben 30** (071 DL), **31** (072 DL) und **39** (094 DL) umfassten zwei Rechnungen einer Marketing-Agentur für die Betreuung von Internetkampagnen.

Die Stichprobe 30 betraf die Rechnung vom 23. Oktober 2019 über 10.000,00 Euro netto für die Betreuung der Internetkampagne „Unternehmen und Regionen am Eisernen Vorhang“ und das Erstellen eines Videos. Auftrag und Angebot lagen vor.

Die Stichproben 31 und 39 betrafen die Rechnung vom 12. März 2020 über 13.950,00 Euro netto zu einem Auftrag in Höhe von 15.000,00 Euro für die Betreuung der Internetkampagne „Klima- und ressourcenschonende Innovationen der NÖ Wirtschaft“ in den Jahren 2019 und 2020 sowie für die Produktion von Werbeauftritten in Sozialen Medien. Davon entfielen 3.375,00 Euro auf das Jahr 2019 und 10.575,00 Euro auf das Jahr 2020. Die Rechnung sollte am Tag des ersten Unternehmensbesuchs gelegt werden. Die NÖ Wirtschaftsagentur teilte den Rechnungsbetrag auf den Leistungszeitraum auf. Sie sah die internetbasierten Werbemaßnahmen von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf Erfahrungswerte und Beiträge im Internet.

Die Leistungen standen mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Der Landesrechnungshof empfahl jedoch, im Vertrag Zahlungen grundsätzlich nicht im Voraus, sondern entsprechend dem Leistungsfortschritt festzulegen.

Die **Stichprobe 33** (074 DL) betraf die Umbuchung einer Zahlung vom 14. Oktober 2019 über 7.526,54 Euro netto für 76 Konzertkarten für interessierte Teilnehmende der „Food and Feed“ Fachveranstaltung der NÖ Wirtschaftsagentur. Sie sah auch den Konzertbesuch von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die Marktüblichkeit.

Die **Stichprobe 34** (075 DL) betraf die Rechnung einer Konferenz-Gesellschaft vom 10. Oktober 2019 über 8.429,00 Euro netto für die Organisation einer Tagung zu Elektromobilität. Auftrag und Angebot lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Netzwerkveranstaltung zu Elektromobilität in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf eine Markterkundung, wonach der Auftragnehmer der Bestbieter war, und auf die Expertise der Teilnehmenden. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2019 für das Geschäftsfeld Cluster NÖ im Einklang.

Die **Stichprobe 35** (090 DL) betraf die Rechnung der NÖ Werbung vom 2. April 2020 über eine Teilzahlung von 1.950,00 Euro netto für Marketing in Sozialen Medien zu einer Fachveranstaltung zu Nachhaltigkeit und Ökologie. Angebot und Auftrag über 3.900,00 Euro netto und ein Nachweis (Internetadresse) lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Fachveranstaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die Qualifikation des Auftragnehmers und die Internetadresse zur Veranstaltung. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 36** (091 DL) betraf die Rechnung der NÖ Werbung vom 15. September 2020 über 14.000,00 Euro netto für Inserate zum NÖ Tourismus in einer Tages- und einer Wochenzeitung sowie für Plakatwerbung. Nachweise zu Inseraten in der Tageszeitung lagen vor. Darin wurde ein Gewinnspiel angepriesen, bei dem für die Einreichung von Sommerbildern aus Niederösterreich Gutscheine eines Vereins für Kulinarik gewonnen werden konnten. Angebot, Auftrag und Nachweise zu Inseraten in der Wochenzeitung und zur Plakatwerbung fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah Inserate und Werbung für Tourismus in ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Geschäftspartnerschaft, die Einschaltung zu einem Gewinnspiel sowie auf die Kontrolle der Belege. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2020 für den Unternehmensbereich Projekte & Impulse im Einklang.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass für eine ordnungsgemäße Rechnungsprüfung auf sachliche und rechnerische Richtigkeit der Auftrag und die Nachweise der verrechneten Leistungen vorhanden sein müssen.

Die **Stichproben 37** (092 DL) und **42** (097 DL) umfassten zwei Rechnungen vom 23. September 2020 und vom 13. März 2020 über 4.230,01 Euro netto zu Stichprobe 37 und 2.210,00 Euro netto zu Stichprobe 42 für Konzeption und Produktion des „Jungforscher*innen“ Kalenders. Angebot und Auftrag lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah den Kunstkalender zur Nachwuchsforschung in ihren strategischen Grundlagen beziehungsweise dem Technopolprogramm gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die künstlerische Leistung, eine Stundenabschätzung und einen Radiobeitrag sowie auf die Erweiterung des Forschungsnetzwerks. Die Leistungen standen mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2020 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die **Stichprobe 38** (093 DL) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer einer Kunstschaffenden vom 18. Februar 2020 über 900,00 Euro für den Ankauf eines Kunstwerks aus einer ecoart-Ausstellung. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah den Ankauf von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die

ecoart-Ausstellungen als Format für Netzwerktreffen sowie auf die Marktüblichkeit. Die Zuordnung eines Bildankaufs als Dienstleistung des Bereichs Marketing und Werbung war nicht nachvollziehbar.

Die **Stichprobe 40** (095 DL) betraf die Rechnung einer IT-Werbeagentur vom 10. April 2020 über eine Wartungspauschale von 10.350,00 Euro netto für die Wartung und Anpassungen der Website der NÖ Wirtschaftsagentur. Angebot und Auftrag lagen vor. Die Vertragslaufzeit erstreckte sich auf das Jahr 2020. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah Wartung und Anpassung der Website von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf einen Kostenvergleich mit einer anderen Agentur, eine Übersicht der Aufträge und Stundenabrechnungen. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 43** (098 DL) betraf die Rechnung vom 17. September 2020 eines privaten Fernseh- und Rundfunkunternehmens für Ostösterreich über 7.869,75 Euro netto für die Produktion von zwei Imagefilmen mit je vier Minuten und zehn Ausstrahlungen pro Sendetag sowie zwei Social Media Beiträgen mit je 20 Sekunden zum Technopolprogramm mit einem Leistungszeitraum von Juni bis September 2020. Angebot und Auftrag lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Einschaltungen in ihren strategischen Grundlagen beziehungsweise dem Technopolprogramm gedeckt, um verfügbare Standorte für Unternehmen und Forschungspartner bekannt zu machen. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf einen Preisvergleich mit anderen Anbietern und die Regionalität des Senders sowie auf positive Rückmeldungen von Technopolpartnern. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 44** (099 DL) betraf die Rechnung einer Webinar-Agentur vom 26. Mai 2020 über die zweite Teilzahlung von 3.310,00 Euro netto für die Organisation einer virtuellen „ecoplus business Lounge“ während der Coronapandemie. Angebot und Auftrag über 6.620,00 Euro netto lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah das Webinar von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf Marktüblichkeit und die Zugriffe auf die Veranstaltung während der Übertragung. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 45** (100 DL) betraf die Rechnung eines Ausstatters für Mediensysteme vom 9. September 2020 über 24.074,00 Euro netto für Technik und Personal einer Veranstaltung zur NÖ Wirtschaft in der Europäischen Union. Die Zahlung überschritt den Auftrag um 909,00 Euro für Materialmiete und Lizenzen. Angebot, Auftrag und Vermerk der Rechnungsprüfung zu den Mehrkosten lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Veranstaltung (Diskussionrunde) von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-

Leistungsverhältnis auf Marktüblichkeit und den reibungslosen Ablauf. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 46** (116 DL) betraf die Rechnung der NÖ Werbung vom 7. September 2021 über 101.167,46 Euro netto für eine fünfwöchige Kampagne in sieben Printmedien zu Geschäftswiederaufnahme von Unternehmen nach der Corona-Pandemie. Die Kampagne trugen die NÖ Wirtschaftsagentur gemeinsam mit der NÖ Gründeragentur und der NÖ Werbung mit der Marke SPORT.LAND. Die Zahlung lag um 5.964,54 Euro unter dem Auftrag und beruhte auf einer Aufstellung zu Umfang und Terminen der geplanten Einschaltungen. Angebot und Unterlagen zur Vergabe legte sie nicht vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Durchstarterkampagne von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die NÖ Werbung und die Belegkontrolle. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 47** (117 DL) betraf die Rechnung einer Grafikdesignerin vom 16. Februar 2021 über 2.560,00 Euro netto für Anpassungen von Präsentationvorlagen der NÖ Wirtschaftsagentur auf das Niederösterreich Logo. Ein Angebot lag vor, ein Auftrag fehlte. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die grafischen Anpassungen von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies zum Preis-Leistungsverhältnis auf die Preisangemessenheit zahlreicher Vorprojekte. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 48** (118 DL) betraf die Rechnung eines Fahrdienst-Unternehmens vom 7. Juni 2021 über 23.555,90 Euro netto für die Bereitstellung eines Corona-Testbusses für NÖ Betriebe gemeinsam mit der Wirtschaftskammer. Angebot, Auftrag und Tagessätze lagen vor. Angaben zur Auftragshöhe und Anzahl der Einsatztage fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Bereitstellung eines Corona-Testbusses von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die Verfügbarkeit des Auftragnehmers in der Region, auf die Fahrpläne und die durchgeführten Testungen.

Der Landesrechnungshof bekräftigte seinen Hinweis, Auftragssummen auszuweisen.

Die **Stichprobe 50** (120 DL) betraf die Rechnung einer Luftfahrtgesellschaft vom 21. Dezember 2021 über 163.201,00 Euro netto für die Nutzung von Medien und Kommunikationskanälen am Flughafen Wien-Schwechat im Zeitraum Oktober bis Dezember 2021. Das betraf das Anbringen von Links beziehungsweise Logos auf Medien, Werbespots und Bannerwerbung. Die Zahlung unterschritt die Auftragssumme um 3.799,00 Euro. Vergleichsangebote lagen nicht vor. Die undatierte Marketing-Vereinbarung 2021 verwies auf zwei gleichlau-

tende Verträge mit Einrichtungen des Landes NÖ. Nachweise zu den Newslettern und einer Präsentation im Wartebereich lagen in der NÖ Wirtschaftsagentur auf. Die Einschaltung stand dem Grunde nach mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Kooperation zur Stärkung des Wirtschaftsstandorts und zur Steigerung ihrer Bekanntheit von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die Einmaligkeit der Kooperation im Jahr 2021, einen Marketingplan mit Reichweiten, Zahlen zu Downloads, Zugriffen und Empfängern.

Der Landesrechnungshof verwies auf die Schließungen und Einschränkungen des Flugbetriebs im Corona-Jahr 2021 und die fehlenden Nachweise über die Wirksamkeit.

Die **Stichprobe 51** (121 DL) betraf die Rechnung einer Werbeagentur vom 27. Dezember 2021 über 22.328,75 Euro netto für die Entwicklung und Durchführung einer Kampagne zum regionalen Handel in der Weihnachtszeit. Ein Angebot lag vor. Die Zahlung lag um 5.171,25 Euro unter der Auftragssumme. Eine Begründung dafür fehlte. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Kampagne in ihren strategischen Grundlagen gedeckt, um die Wertschöpfung in der Vorweihnachtszeit in Niederösterreich zu halten. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf frühere Erfahrungen mit dem Auftragnehmer, Marktüblichkeit und Werbebotschaften. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 52** (122 DL) betraf die 3. Teilrechnung vom 2. Juli 2021 einer Werbeagentur über 21.225,00 Euro netto für die Erstellung von Videos zu vier Technopolstandorten, um dort angesiedelte Unternehmen und universitäre Einrichtungen vorzustellen. Zwei Vergleichsangebote, davon eines mit einer Angebotssumme, lagen vor. Der Auftrag führte einzelne Positionen ohne Mengenangaben und Gesamtsumme an. Auftragswert und Angebotssumme fehlten. Zwei Positionen der Rechnung entsprachen dem Auftrag. Zu zwei Positionen waren Mehrkosten angegeben, eine Position überschritt das Angebot um das Doppelte. Für drei Positionen fehlten Angaben im Auftrag. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Erstellung von Videos zu den Technopolstandorten für die Öffentlichkeitsarbeit von ihren strategischen Grundlagen beziehungsweise vom Technopolprogramm gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf den Preisvergleich einzelner, jedoch teilweise nicht vergleichbarer Positionen und die wiederholte, erfolgreiche Verwendung des Filmmaterials und die Zugriffszahlen. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Der Landesrechnungshof bekräftigte, dass der geschätzte Auftragswert zu ermitteln, Angebote mit vergleichbaren Positionen und Angebotssummen

aller Leistungen einzuholen sowie entsprechende Aufträge zu erteilen sind. Zudem sollte die Rechnungsprüfung aufgrund der Aufträge und der Nachweise die sachlich richtige Leistungserbringung und Abrechnung umfassen und Abweichungen begründen.

Die **Stichprobe 53** (123 DL) betraf die Rechnung einer natürlichen Person vom 26. Mai 2021 über 9.197,90 Euro netto für die technische Umsetzung einer Online-Veranstaltung mit einer Diskussionsrunde zur Bewältigung der Corona-Krise im Palais Niederösterreich. Angebot und Auftrag lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Online-Veranstaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die langjährige Erfahrung mit dem Auftragnehmer und die Marktüblichkeit. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 54** (124 DL) betraf die Rechnung eines Einzelunternehmens vom 28. September 2021 über 43.478,00 Euro netto für die Technik und die Filmproduktion zu einer Veranstaltung im Zeichen des Austauschs von Sport und Wirtschaft. Die Anzahl der Teilnehmenden war nicht bekannt. Angebot und Auftrag lagen vor. Die Zahlung überschritt die Auftragssumme um 1.608,00 Euro. Eine Begründung für die Überschreitung fehlte. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Ausstattung und die Produktion zur Veranstaltung von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die langjährige Erfahrung mit dem Auftragnehmer und die Marktüblichkeit. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Die **Stichprobe 57** (135 DL) betraf eine Teilzahlung über 4.333,33 Euro netto aus der Rechnung einer Digital-Agentur vom 24. Dezember 2021 über 5.200,00 Euro netto für Analysen und Verbesserungen zur Barrierefreiheit der Website der NÖ Wirtschaftsagentur im Jahr 2022. Die Rechnung betraf den Auftrag vom 25. November 2021 über Analysen und die Verbesserung der Barrierefreiheit der Website der NÖ Wirtschaftsagentur. Ein Angebot lag vor, Vergleichsangebote fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Optimierung der Barrierefreiheit ihrer Internetseiten von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die Marktüblichkeit und die Berichte des Dienstleisters, ohne diese jedoch vorzulegen. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 58** (136 DL) betraf die Rechnung eines Marktforschungsinstituts vom 28. Februar 2022 über eine Teilzahlung von 5.850,00 Euro netto für eine Marktstudie zum Wirtschaftsstandort Niederösterreich. Angebot und Auftrag lagen vor, Nachweise fehlten. Der Gesamtauftrag betrug 11.700,00 Euro

netto. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Marktstudie und regelmäßige Befragungen zu Stimmungslage und Anliegen der NÖ Unternehmen von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die Vergleichsangebote und die Studie samt Präsentation. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für den Unternehmensbereich Standort & Service im Einklang.

Die **Stichprobe 59** (137 DL) betraf die Rechnung eines Werbeartikel Händlers vom 22. März 2022 über 18.078,00 Euro netto für nachhaltige Werbeartikel für die „Lange Nacht der Forschung“. Dazu lagen ein Angebot und zwei Aufträge vor. Vergleichsangebote fehlten. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Werbeartikel für die Veranstaltungsreihe im Jahr 2022 von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die langjährige Erfahrung mit dem Auftragnehmer, dessen Verfügbarkeit von nachhaltigen Werbeartikeln, die fristgerechte Lieferung und die Verteilung der Artikel. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für das Geschäftsfeld Technopole im Einklang.

Die **Stichprobe 60** (138 DL) betraf die Rechnung einer Werbe-Design Gesellschaft vom 17. Mai 2022 über 25.000,00 Euro netto für das Sponsoring einer dreitägigen Design Veranstaltung mit 30.000 Besuchenden. Angebot und Vertrag lagen vor. Die Gegenleistungen umfassten das Anbringen des Logos der NÖ Wirtschaftsagentur auf allen Drucksorten, Presseaktivitäten, die Bewerbung zur Besuchermobilisierung und die Teilnahme an der Veranstaltung zur Präsentation der Serviceleistungen, belegt durch ein Rückblickdokument zur Veranstaltung. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah das Sponsoring von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die Zielgruppen, die Möglichkeit zum Netzwerken und die Leistungsnachweise zur Veranstaltung. Die Leistung stand mit dem Kommunikationskonzept im Einklang.

Die **Stichprobe 61** (139 DL) betraf die Rechnung der Verlagsgesellschaft eines Magazins für Wirtschaft, Technik und Forschung vom 23. Dezember 2021 über 7.800,00 Euro brutto für die Erstellung von englischen Beiträgen zum Geschäftsfeld Cluster NÖ für die Internetseite der NÖ Wirtschaftsagentur. Die Beiträge waren Teil einer Jahreskooperation über 119.400,00 Euro netto aufgrund einer Direktvergabe mit vorheriger Bekanntmachung. Angebot, Auftrag (Zuschlag) und Nachweise lagen vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Jahreskooperation zur Weiterentwicklung und Sichtbarkeit der NÖ Forschungs- und Innovationslandschaft von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die Unterlagen zur Vergabe sowie auf

Rückmeldungen der Technopolpartner und den internationalen Internetauftritt. Die Leistung stand mit dem Maßnahmen- und Aktivitätenplan 2022 für das Geschäftsfeld Cluster NÖ im Einklang.

Die **Stichprobe 62** (140 DL) betraf die Rechnung eines Beherbergungsbetriebs vom 6. Mai 2022 über 2.176,36 Euro netto für eine Fachexkursion von 16 Gastgebercoaches. Eine Kostenschätzung der Veranstaltungsorganisation über 2.125,00 Euro lag vor. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Weiterbildung und -entwicklung der Gastgebercoaches von ihren strategischen Grundlagen und von der Tourismusstrategie 2025 gedeckt. Zum Preis-Leistungsverhältnis verwies sie auf die Abstimmungen mit dem Veranstaltungsorganisateur und dem Tourismusverband der Unterkunftsgemeinde und die Evaluierung der Gastgebercoaches. Die Leistung stand mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

Hinweise zu Dienstleistungen

Von 62 Stichproben zu Dienstleistungen standen 52 im Einklang mit dem Kommunikationskonzept, den Maßnahmen- und Aktivitätenplänen beziehungsweise dem Betriebsgegenstand. Zu acht Stichproben (4, 11, 27, 29, 32, 33, 38, 48) lagen keine Nachweise vor beziehungsweise enthielten das Kommunikationskonzept sowie die Maßnahmen- und Aktivitätenpläne dazu keine Angaben. Zwei Stichproben (19, 28) waren Umbuchungen zwischen Sachkonten. Drei Stichproben (46, 48 und 53) über 133.921,26 Euro stellten coronabedingte Sonderfälle dar.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die NÖ Werbung sechs Stichproben (11, 29, 32, 35, 36 und 46) über 0,17 Millionen Euro abwickelte, davon fehlten bei fünf Stichproben teilweise Angebote oder Aufträge.

Bei den Stichproben der NÖ Wirtschaftsagentur fehlten zu sechs Stichproben (3, 9, 20, 21, 24, 47) schriftliche Aufträge und damit eine wesentliche Grundlage für die ordnungsgemäße Rechnungsprüfung auf sachliche Richtigkeit. Zudem wiesen die Rechnungen bei fünf Stichproben (13, 14, 25, 51, 54) keine Begründung für die Abweichungen gegenüber dem Auftrag aus.

Ein Vertrag regelte, Leistungen im Voraus zu erstatten (Stichproben 31, 39), bei Stichprobe 56 lag der Auftrag erst nach der Leistungserbringung vor.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur daher, eine Richtlinie für eine ordnungsgemäße Rechnungsprüfung auf sachliche und rechnerische Richtigkeit und deren Dokumentation zu erlassen. Das mit Aufgaben der Rechnungsprüfung betraute Personal wäre entsprechend zu schulen. Um Vorauszahlungen zu vermeiden, sollten Rechnungslegung und Zahlung nach

der vereinbarungsgemäß erbrachten Leistung beziehungsweise Teilleistung erfolgen.

Ergebnis 14

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte im Bereich Marketing und Organisation eine Richtlinie für die Rechnungsprüfung festlegen und das damit betraute Personal entsprechend schulen. Rechnungslegung und Zahlung hätten nach vereinbarungsgemäß erbrachter Leistung zu erfolgen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Die Empfehlung wurde für die ecoplus GmbH Unternehmenskommunikation bereits mit entsprechender Regelung für Rechnungslegung/-prüfung und Zahlung umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Die NÖ Wirtschaftsagentur begann bereits mit der Umsetzung.

Die NÖ Wirtschaftsagentur unterlag dem Bundesvergabegesetz. Eine interne Richtlinie für die Vergabe von Aufträgen und deren Dokumentation bestand dazu nicht. In Bezug auf die Angemessenheit des Preis-Leistungsverhältnisses verwies die NÖ Wirtschaftsagentur bei sechs Stichproben auf die Kooperation mit der NÖ Werbung und bei 27 Stichproben (1, 2, 3, 5, 6, 8, 9, 12, 13, 14, 15, 17, 24, 25, 33, 38, 41, 44, 45, 49, 51, 53, 54, 55, 56, 57, 59) auf langjährige Geschäftspartnerschaften, Marktüblichkeit oder Alleinstellungsmerkmale.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur die ordnungsgemäße Vergabe und Dokumentation von Aufträgen sowie von Kooperationen durch eine Richtlinie sicherzustellen und das mit Vergaben betraute Personal entsprechend zu schulen. Für wiederkehrende Dienstleistungen sollte sie die Wirtschaftlichkeit und die Zweckmäßigkeit einer Rahmenvereinbarung oder eines Rahmenvertrags erwägen. Umfang und Inhalt von Monats- oder Grundbetreuungspauschalen wären schriftlich festzulegen.

Ergebnis 15

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte im Bereich Marketing und Organisation eine Richtlinie für die Vergabe von Aufträgen und deren Dokumentation festlegen und das damit betraute Personal entsprechend schulen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Es bestehen für die gesamte ecoplus GmbH entsprechende Richtlinien zur Verfahrensauswahl, zu allfälligen Bekanntmachungserfordernissen und zur Dokumentation bzgl. dem BVergG. Diese werden regelmäßig an die aktuellen gesetzlichen Entwicklungen angepasst (zuletzt im Juli 2023 an die „neue“ Schwellenwerte VO). Diese Informationen stehen dem betroffenen Personal in digitaler Form zur Verfügung und werden auch in entsprechenden Maßnahmen vertiefend geschult.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm zur Kenntnis, dass nunmehr entsprechende Richtlinien zur Verfügung stehen.

Die NÖ Wirtschaftsagentur beauftragte Marktstudien (Stichprobe 58) und berücksichtigte aktuelle Entwicklungen (Ratspräsidentenschaft, Corona-Pandemie).

Eine systematische Evaluierung an Hand von Indikatoren oder Kennzahlen (wie Anzahl der Teilnehmenden, Kontakte) lag dem Landesrechnungshof nicht vor. Wie der Landesrechnungshof bereits zu anderen Bereichen empfahl, sollte die NÖ Wirtschaftsagentur Leistungen und angestrebte Wirkungen mit entsprechenden Nachweisen festlegen.

Ergebnis 16

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte zu Dienstleistungsaufträgen oder Kostenbeteiligungen Leistungen und angestrebte Wirkungen mit entsprechenden Nachweisen festlegen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Wir nehmen diese Empfehlung zur Kenntnis und setzen diese auch bereits um.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

13. Kooperationen

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat die ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH Kooperationsvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten für das geprüfte Unternehmen?

Die NÖ Wirtschaftsagentur gab Aufwendungen für zwei Kooperationen im Zusammenhang mit Werbung von insgesamt 1.165.121,19 Euro an. Daneben bestand die Zusammenarbeit mit der NÖ Werbung. Davon entfielen 737.500,00 Euro oder 63,3 Prozent auf eine international tätige Beratungsgesellschaft und 427.621,19 Euro oder 36,7 Prozent auf eine Marketinggesellschaft.

Die NÖ Wirtschaftsagentur beauftragte die Beratungsgesellschaft, die kleine und mittlere Unternehmen bei der Erschließung von Auslandsmärkten, der Sicherung ihrer internationalen Wettbewerbsfähigkeit, die Positionierung der NÖ Wirtschaft in Auslandsmärkten sowie die Akquisition von Unternehmen und Ansiedlung in Niederösterreich unterstützte, mit Werbe- und Dienstleistungen. Für den Zeitraum 2016 bis 2023 galten drei Verträge.

Die zweite Kooperation mit einer Marketinggesellschaft diente dazu, den Wirtschaftsraum Burgenland, Niederösterreich und Wien gemeinschaftlich international zu positionieren, weiter zu entwickeln und die großräumigen Standortfaktoren innerhalb der Region zu verbessern.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Aufwendungen für Kooperationen auf die Jahre 2017 bis 2022:

Tabelle 15: Aufwendungen für Kooperationen von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Bezeichnung	3-12/2017	2018	2019	2020	2021	1-5/2022
Kooperationen	172.050,00	229.550,00	229.550,00	233.541,19	221.950,00	78.480,00

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrug der Gesamtaufwand für die beiden Kooperationen 1.165.121,19 Euro. Die jährlichen Aufwendungen lagen zwischen 78.480,00 Euro im laufenden Jahr 2022 und 233.541,19 Euro im Jahr 2020.

Stichproben

Zu den beiden Kooperationen zog der Landesrechnungshof jeweils eine Buchung als Stichprobe:

Die **Stichprobe 1** (141 Koo) betraf die Rechnung der Beratungsgesellschaft vom 1. April 2021 über die zweite von vier gleich hohen Teilzahlungen von 37.500,00 Euro netto. Die Rechnung beruhte auf dem Vertrag vom 16. Juni 2020 über Marketing-Leistungen im Zeitraum 1. Jänner 2021 bis 31. Dezember 2023. In den Jahren 2016 bis 2021 betrug das jährliche Entgelt 150.000,00 Euro netto und für die Jahre 2022 und 2023 jährlich 80.000,00 Euro netto.

Die Marketingleistungen umfassten die Platzierung des Logos der NÖ Wirtschaftsagentur sowie des Landes NÖ auf der Website der Beratungsgesellschaft, in Informationsbroschüren und bei sämtlichen Veranstaltungen, die Verlinkung von Websites, Aussendungen (Newsletter) und Werbebriefe (Direct-Mailing) sowie die Platzierung und Verteilung von Informationsmaterial der NÖ Wirtschaftsagentur.

Außerdem hatte die Beratungsgesellschaft der NÖ Wirtschaftsagentur Quartalsberichte über ihre Leistungen vorzulegen. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Kooperation vom Programm „Internationalisierung“ und von ihrer Kommunikationsstrategie gedeckt und verwies zur Wirtschaftlichkeit und Wirksamkeit auf die Quartalsberichte. Zu den Marketingleistungen legte sie eine Fotodokumentation vor.

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass die Quartalsberichte die Aktivitäten und Leistungen der Beratungsgesellschaft darstellten. Er wies jedoch darauf hin, dass die Berichte nicht erkennen ließen, inwieweit die vereinbarten Gegenleistungen erbracht wurden.

Die **Stichprobe 2** (142 Koo) betraf die Rechnung der Marketinggesellschaft vom 26. Juli 2021 über die dritte von vier gleichen Teilzahlungen von 22.015,00 Euro netto für Markenauftritt, Werbematerial, Werbeaktionen, Erstellung von Wirtschaftsdaten der Region, Wissensmanagement, Adaptierung, Aktualisierung und Erweiterung des Internetauftritts, Öffentlichkeitsarbeit (Public Relations) sowie die Organisation von Veranstaltungen im In- und Ausland.

Die Zahlung beruhte auf dem Vertrag vom 2. Dezember 2020, abgeschlossen zwischen der NÖ Wirtschaftsagentur und zwei weiteren Agenturen. Auf die NÖ Wirtschaftsagentur entfiel ein Anteil von 37,0 Prozent des vereinbarten Pauschalentgelts, das in vier Teilzahlungen zu entrichten war. Das Entgelt betrug für die Jahre 2017, 2018 und 2019 jeweils 79.550,00 Euro sowie für die Jahre 2020 und 2021 jeweils 88.060,00 Euro. Die Endabrechnung mit einer Dokumentation der Gegenleistung lag vor.

Für das Jahr 2022 lag ein unterfertigter, undatierter Kooperationsvertrag mit einem vereinbarten Pauschalentgelt von 208.000,00 Euro vor. Davon entfielen

76.960,00 Euro auf die NÖ Wirtschaftsagentur. Das entspricht im Vergleich zum Vorjahr einer Verringerung um 11.100,00 Euro oder 12,6 Prozent. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Kooperation von ihren strategischen Grundlagen gedeckt.

Die Zahlungen für die beiden Kooperationen standen mit dem Betriebsgegenstand im Einklang.

14. Mitgliedschaften in Vereinen

In welchen Vereinen ist die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH Mitglied und wie hoch sind die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Aufwendungen für Mitgliedschaften in 26 Vereinen 101.009,48 Euro. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Mitgliedschaften von ihren strategischen Grundlagen gedeckt. Das Kommunikationskonzept 2016-2020 nahm keinen Bezug auf Vereinsmitgliedschaften.

Die folgende Tabelle zeigt die jährliche Verteilung der Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge:

Tabelle 16: Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Bezeichnung	3-12/2017	2018	2019	2020	2021	1-5/2022
Mitgliedsbeitrag	4.299,27	4.772,27	30.886,00	27.974,07	29.239,07	3.838,80

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrug die Gesamtaufwendung für 26 Mitgliedschaften 101.009,48 Euro mit einer Bandbreite zwischen 3.838,80 Euro im laufenden Jahr 2022 und 30.886,00 Euro im Jahr 2019. Die Steigerung im Jahr 2019 resultierte aus dem Beitritt zu einem Verein zur Förderung der Zukunftsarbeit im Bereich Bildung, Forschung und Technologie in einer Region in NÖ mit einem jährlichen Mitgliedsbeitrag von 20.000,00 Euro netto.

Nach ihrem Vereinszweck verteilten sich Mitgliedschaften auf Vereine der „Bildung, Wissenschaft und Forschung“, „Fachspezifische Vereine“ und Mitgliedschaften für „Netzwerk und Kommunikation“.

Die folgende Tabelle listet die Vereine nach deren Zweck sowie die Mitgliedsbeiträge auf, wobei manche Vereine umsatzsteuerbefreit waren:

Tabelle 17: Verteilung der Mitgliedsbeiträge von März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Mitgliedschaft	Mitgliedsbeitrag in Euro
Verein zur Förderung der Zukunftsarbeit im Bereich Bildung, Forschung und Technologie in einer Region in NÖ	72.000,00
Verein zur Förderung der Forschung und Erwachsenenbildung für den Bereich der molekularen Biowissenschaften und Biotechnologie	1.400,00
Verein für Studierendenhilfe und zur Förderung des Fachhochschulgedankens	1.160,00
Verein zur Förderung von Bildung, Wissenschaft und Forschung im Ingenieurwesen für einen Bezirk Deutschlands	740,00
Verein zur Förderung der Grundlagenforschung und angewandten Forschung	29,08
Plattform zu Fragen des Zusammenhangs von Umwelt, Technik und Wirtschaft	1.250,00
Summe Vereine für Bildung, Wissenschaft und Forschung	76.579,08
Verein zur Förderung des Rechts in seiner Theorie und Praxis	1.200,00
Verein zur Förderung der Informationstechnologie und ihrem effizienten Einsatz	1.040,00
Verein zur Unterstützung der Mitglieder in Angelegenheiten des schienengebundenen Verkehrs	340,00
Verein zur Förderung der österreichischen Interessen für Technologien im Bereich der Kleinstgrößen-Partikel	900,00
Verein zur Förderung des Campingwesens	1.000,00
Verein zum Schutz der Vermögenswerte der Mitglieder und der Interessen der Gläubiger	1.012,00
Verein zur Förderung des Innovationsmanagements	4.502,40
Fachvereinigung für Wasser und Abfall	2.595,00
Verein zur Vernetzung des Bereichs industrieller 3D Druck	1.500,00
Summe fachspezifische Vereine	14.089,40

Mitgliedschaft	Mitgliedsbeitrag in Euro
Europäisches Forschungs- und Innovationsnetzwerk	2.700,00
Verein zur Vernetzung von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft	600,00
Verein zur Förderung der Kommunikation von Wirtschaft, Wissenschaft, öffentlicher Verwaltung, Kultur und Gesellschaft	396,00
Verein zur Förderung von Führungskräften aus Unternehmen freier und demokratischer Wirtschaft	680,00
Verein zur Förderung zwischenstaatlicher Geschäftsbeziehungen	2.200,00
Vereinigung zur Vertretung der österreichischen Kunststoffwirtschaft	210,00
Verein zur Förderung des Unternehmertums	120,00
Verein zum Erfahrungsaustausch zu Teilbereichen des Managements und für fachspezifische Weiterbildung	100,00
Verein zur Förderung des Begleitschutzwesens in der Schweiz	335,00
Weltweites Netzwerk für Wettbewerb, Cluster und Innovation	1.000,00
Verein zur Förderung von Betriebsansiedelungen in Österreich	2.000,00
Summe Vereine für Netzwerk und Kommunikation	10.341,00
Gesamtaufwand für Vereinsmitgliedschaften	101.009,48

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 entfielen auf sechs Vereine der Bereiche Bildung, Forschung und Wissenschaft in Summe Mitgliedsbeiträge von 76.579,08 Euro. Das entsprach einem Anteil von 75,8 Prozent am Gesamtaufwand für Vereinsmitgliedschaften.

Auf neun Vereine mit unterschiedlicher fachlicher Ausrichtung entfielen 14.089,40 Euro oder ein Anteil von 14,0 Prozent am Gesamtaufwand für Vereinsmitgliedschaften.

Auf elf Vereine für „Netzwerk und Kommunikation“ entfielen 10.341,00 Euro oder ein Anteil von 10,2 Prozent am Gesamtaufwand für Vereinsmitgliedschaften.

Die Bandbreite der Zahlungen für Mitgliedsbeiträge lag zwischen 7,27 Euro an einen Verein zur Förderung der Grundlagenforschung und angewandten Forschung und 20.000,00 Euro netto an einen Verein zur Förderung der Zukunftsarbeit im Bereich Bildung, Forschung und Technologie in einer Region in NÖ.

Die NÖ Wirtschaftsagentur legte die Statuten für 25 Vereine vor. Die Nichtvorlage des Statuts für einen Verein, der als Plattform, auf der Manager regionaler und österreichischer Headquarters aktiv waren, begründete sie mit dessen Auflösung. Der Landesrechnungshof stellte anhand Vereinszwecken und Vereinsstatuten fest, dass die Mitgliedschaften im Einklang mit dem Betriebsgegenstand der NÖ Wirtschaftsagentur standen. Strategien zu den Vereinsmitgliedschaften fehlten.

Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte aus den Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge fünf Stichproben mit einer Summe von 20.620,00 Euro aus. Das entsprach einem Anteil von 20,4 Prozent. Die folgende Tabelle listet die Stichproben auf:

Tabelle 18: Stichproben zu Vereinsmitgliedschaften

Stichprobe	Betrag in Euro	Zweck (Kategorie)	Mitgliedschaft
1 (101 Ver)	100,00	Netzwerk und Kommunikation	Verein zur Vernetzung von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft
2 (102 Ver)	50,00	Netzwerk und Kommunikation	Verein zum Erfahrungsaustausch zu Teilbereichen des Managements und für fachspezifische Weiterbildung
3 (103 Ver)	170,00	Fachbereich schienengebundener Verkehr	Verein zur Unterstützung der Mitglieder in Angelegenheiten des schienengebundenen Verkehrs
4 (104 Ver)	20.000,00	Bildung, Wissenschaft und Forschung	Verein zur Förderung der Zukunftsarbeit im Bereich Bildung, Forschung und Technologie in einer Region in NÖ
5 (105 Ver)	300,00	Netzwerk und Kommunikation	Verein zur Vernetzung des Bereichs industrieller 3 D Druck

Quelle: NÖ Wirtschaftsagentur

Die **Stichprobe 1** (101 Ver) betraf die Vorschreibung vom 9. Juni 2017 für den Mitgliedsbeitrag eines Angestellten der NÖ Wirtschaftsagentur eines Vereins zur Vernetzung von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft über 100,00 Euro im

Jahr 2017. Der Zweck des gemeinnützigen Vereins umfasste die Verbindung zwischen Wirtschaft, Gesellschaft und Politik. Der Verein stellte für seine Mitglieder Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten bereit. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Mitgliedschaft von ihren strategischen Grundlagen gedeckt und verwies auf die Ziele der Cluster NÖ. Sie begründete die Mitgliedschaft mit dem Kontakt zum Topmanagement heimischer Unternehmen und der Erhöhung des Bekanntheitsgrads der Cluster in Niederösterreich.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass die NÖ Wirtschaftsagentur keine Mitgliedsbeiträge für persönliche Mitgliedschaften zahlen sollte.

Die **Stichprobe 2** (102 Ver) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer vom 29. Juni 2017 für den Mitgliedsbeitrag eines Vereins zum Erfahrungsaustausch zu Teilbereichen des Managements und für fachspezifische Weiterbildung von 50,00 Euro im Jahr 2017. Der Zweck des gemeinnützigen Vereins umfasste den Erfahrungsaustausch über Managementsysteme sowie die Weiterbildung in den Bereichen Qualität, Hygiene, Arbeitssicherheit, Normen und Regelwerken. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Mitgliedschaft von ihren strategischen Grundlagen und den Zielen des Clusters NÖ gedeckt. Sie verwies auf die Vereinsmitglieder aus den Sparten Kunststoff und Mechatronik sowie auf die Kontaktpflege zu Clusterpartnern.

Die **Stichprobe 3** (103 Ver) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer vom 18. August 2017 für den Mitgliedsbeitrag eines Vereins zur Unterstützung der Mitglieder in Angelegenheiten des schienengebundenen Verkehrs von 170,00 Euro im Jahr 2017. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Vertretung und Beratung seiner Mitglieder sowie deren Vertretung bei Verhandlungen mit Behörden, die Beratung in Angelegenheiten der Betriebsführung (Verträge, Schadensfälle und Versicherungen). Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Mitgliedschaft zur Vernetzung und zum Erfahrungsaustausch von ihren strategischen Grundlagen gedeckt, weil sie in den Wirtschaftsparken IZ NÖ Süd, Ennsdorf und Marchegg selbst Anschlussbahnen besaß.

Die **Stichprobe 4** (104 Ver) betraf die Rechnung vom 23. März 2020 für den Beitrag als förderndes Mitglied für einen Verein zur Förderung der Zukunftsarbeit im Bereich Bildung, Forschung und Technologie in einer Region in NÖ von 20.000,00 Euro netto für das Jahr 2020. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Steigerung des Bewusstseins für den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wert von Bildung. Er verwendete sich für tertiäre Aus- und Weiterbildungsangebote sowie für die Vernetzung von Auszubildenden und Wirtschaftstreibenden. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Mitgliedschaft zur wirtschaftlichen Förderung der Region von ihren strategischen Grundlagen und den Zielen des

Geschäftsfelds Cluster NÖ gedeckt. Sie verhandelte ihren Mitgliedsbeitrag, um als gleichwertiger Partner von zwei Städten aus der Region aufzutreten.

Der Landesrechnungshof verwies auf seine Empfehlungen zur Evaluierung von Leistungen und Wirkungen.

Die **Stichprobe 5** (105 Ver) betraf die Rechnung ohne Umsatzsteuer vom 11. Dezember 2020 für den Mitgliedsbeitrag des Vereins zur Vernetzung des Bereichs industrieller 3D-Druck von 300,00 Euro im Jahr 2020. Der gemeinnützige Verein bildete eine Plattform für Stärkung, Entwicklung und Verbreitung des industriellen 3D-Drucks. Die NÖ Wirtschaftsagentur sah die Mitgliedschaft von ihren strategischen Grundlagen, den Kunststoff- und Mechatronik-Cluster sowie der FTI Strategie NÖ gedeckt.

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass zu 25 der 26 Vereine Vereinsstatuten und Rechnungen zu Mitgliedsbeiträgen vorlagen. Ein Verein war bereits aufgelöst. Die Mitgliedschaften standen mit dem Betriebsgegenstand der NÖ Wirtschaftsagentur im Einklang.

Er empfahl der NÖ Wirtschaftsagentur jedoch, die Mitgliedschaften zu evaluieren und Mitgliedschaften in Vereinen und Verbänden, soweit zweckmäßig, nur als Organisation einzugehen.

Ergebnis 17

Die ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH sollte die Mitgliedschaften in Vereinen und Verbänden evaluieren und Mitgliedschaften in Vereinen und Verbänden, soweit zweckmäßig, nur als Organisation eingehen.

Stellungnahme der ecoplus.Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH:

Dies wurde bereits im Rahmen des Kommunikationskonzeptes 2023-2025 umgesetzt und um Regelungen zu Spenden, Sponsoring sowie Mitgliedschaften in Vereinen ergänzt. Dort wo es die entsprechenden Statuten zulassen, wird in Zukunft nur mehr die ecoplus GmbH als juristische Person Mitglied sein.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

St. Pölten, im Oktober 2023

Die Landesrechnungshofdirektorin

Dr.ⁱⁿ Edith Goldeband

15. Abkürzungen und Begriffe

Dem Bericht liegen folgende Abkürzungen und Begriffsinhalte zugrunde:

Akquisition

Der Begriff „Akquisition“ bezeichnete die Gewinnung von Investoren, Kunden, Partnern und Aufträgen.

Balanced Scorecard

Der englische Begriff „Balanced Scorecard“, wörtlich „Ausgewogenes Kennzahlensystem“, bezeichnete ein System von Kennzahlen aus allen Bereichen des Unternehmens zur Aufzeichnung, Messung, Steuerung und Verfolgung der Ergebnisse einer Unternehmung.

Cluster

Der englische Begriff „Cluster“ bezeichnete eine Gruppe.

Coach

Der englische Begriff „Coach“ bezeichnete eine persönliche Betreuungsperson, eine Lehrperson oder einen Trainer.

Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

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

Direct Mailing

Der englische Begriff „Direct Mailing“ (Direktwerbung) bezeichnete werbliche Ansprache einer bestimmten Zielgruppe.

Förderungen

Unter den Begriff „Förderungen“ fielen alle Zahlungen, welche die NÖ Wirtschaftsagentur als Förderungsgeberin für eigene Zwecke im Inland einer natür-

lichen 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 NÖ Wirtschaftsagentur 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 NÖ Wirtschaftsagentur oder über deren Produkte und Leistungen vermittelten. Inserate bildeten einen Teil von Werbung. Dazu zählten zum Beispiel Ankündigungen (Annoncen), Anzeigen, Einschaltungen, Audio- und Videobeiträge, Werbespots, Podcasts und Audioclips.

Internes Kontrollsystem

Als „Internes Kontrollsystem“ galten alle Maßnahmen und Verfahren innerhalb einer Organisation, die rechtmäßige, ordnungsgemäße, ethische, wirtschaftliche, zweckmäßige und wirksame Abläufe sicherstellten.

Kooperationen

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

Mediaplanung

Der Begriff „Mediaplanung“ bezeichnete die Auswahl der Werbeträger sowie die Festlegung eines Zeitplans und eines Budgets für die einzelnen Werbemaßnahmen. Das Ergebnis wurde in einem Mediaplan festgehalten.

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).

Mission Statement

Der englische Begriff „Mission Statement“ (Firmensteckbrief, Leitbild) drückte die gegenwärtigen Aufgaben und den Zweck des Unternehmens aus.

Mitgliedschaften in Vereinen

Unter den Begriff „Mitgliedschaften in Vereinen“ fielen Mitgliedschaften, unabhängig vom Zweck, an die die NÖ Wirtschaftsagentur Mitgliedsbeiträge leistete.

Spenden

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

Sponsoring

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

16. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Kenndaten der NÖ Wirtschaftsagentur	5
Tabelle 2: Aufwendungen für Inserate und Werbung von März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	33
Tabelle 3: Verteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung auf Medien	33
Tabelle 4: Verteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung nach Schwerpunkten	34
Tabelle 5: Verteilung der Inserate und Werbung nach Mediengruppen	35
Tabelle 6: Stichproben zu Inserate und Werbung.....	38
Tabelle 7: Aufwendungen für das Fondskonto von März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	61
Tabelle 8: Aufwendungen für Spenden von März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	62
Tabelle 9: Stichproben zu Spenden	63
Tabelle 10: Aufwendungen für Sponsoring von März 2017 bis Mai 2022 in Euro	64
Tabelle 11: Verteilung der Aufwendungen für Sponsoring nach Schwerpunkten	64
Tabelle 12: Stichproben zu Sponsoring.....	65
Tabelle 13: Aufwendungen für Dienstleistungen von März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	68
Tabelle 14: Stichproben aus Dienstleistungen.....	69
Tabelle 15: Aufwendungen für Kooperationen von März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	92
Tabelle 16: Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge von März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	94
Tabelle 17: Verteilung der Mitgliedsbeiträge von März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	95
Tabelle 18: Stichproben zu Vereinsmitgliedschaften	97

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 der ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH (100% Land NÖ)

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 ist auch die ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH (100% Land NÖ) gemäß dieser Bestimmung von der Rechnungshofprüfungspflicht umfasst.

Um die in der geschilderten anonymen Anzeige sowie den bezugnehmenden Medienberichten erhobenen Vorwürfe zu klären, ist es daher erforderlich, dass die wichtigsten landeseigenen Gesellschaften, zu denen auch die ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH zählt, 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 beschränken. 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 prüfendes Unternehmen:

- ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH (100% Land NÖ)

2. Prüfumfang:

Die Prüfung hat sich auf Rechtsgeschäfte mit Zahlungsflüssen 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 Straße 54/A · 3109 St. Pölten
T +43 2742 9005 12620 · F +43 2742 9005 13525
post.lrh@noel.gv.at · www.lrh-noe.at