



## Allgemeine Information zu Prüfungen des Rechnungshofs

Der Rechnungshof Österreich (RH) teilt das Ergebnis seiner Überprüfung in Form eines vertraulichen Rohberichtes der Stadt Wien mit, die dann innerhalb von drei Monaten unter Bekanntgabe der allenfalls getroffenen Maßnahmen dazu Stellung zu nehmen hat. Diese erfolgt durch Beschluss des Wiener Stadtsenats.

Die Rohberichte des RH sind aufgrund bundesgesetzlicher Bestimmungen solange vertraulich zu behandeln, bis diese vom RH als Wahrnehmungsberichte auf seiner Homepage veröffentlicht werden.

Die Stellungnahme des Wiener Stadtsenats bezieht sich ausschließlich auf den seinerzeitigen Rohbericht des RH.

Sollte der nunmehr veröffentlichte Wahrnehmungsbericht des RH vom Rohbericht abweichen (z.B. durch adaptierte Seiteninhalte sowie -numerierungen, Überschriften usw.) liegt dies nicht im Einflussbereich der Stadt Wien.

Aus diesem Grund und zum besseren Verständnis wurde die mit dem Original übereinstimmende beiliegende Stellungnahme des Wiener Stadtsenats zum vormaligen vertraulichen Rohbericht - sofern erforderlich - mit entsprechenden Anmerkungen (z.B. RH-Bericht NEU ...) zur Aktualität der Fundstellen versehen und ein Abkürzungsverzeichnis in diese eingefügt.

Die Stadt Wien hat nach der Übermittlung der Stellungnahme des Wiener Stadtsenats zum vertraulichen Rohbericht an den RH kein weiteres Mitwirkungsrecht im Verfahren.

## *Chronologie der vorliegenden Prüfung*

*Das Prüfungsergebnis bzw. der vertrauliche Rohbericht des RH langte bei der Stadt Wien am 10.5.2024 ein.*

*Die Stellungnahme des Wiener Stadtsenats zum vertraulichen Rohbericht wurde dem RH am 5.8.2024 übermittelt.*

*Der nunmehrige Wahrnehmungsbericht des RH ist seit 17.1.2025 auf seiner Homepage veröffentlicht.*

*Die Stellungnahme des Wiener Stadtsenats zum vertraulichen Rohbericht des RH ist seit 24.1.2024 auf der Homepage der Stadt Wien veröffentlicht.*

**Stellungnahme des Stadtsenats**

**zum Ergebnis der Überprüfung (Rohbericht) betreffend**

**Kostentransparenz bei der Medienarbeit – Stadt Wien**

**durch den Rechnungshof**

**Abkürzungsverzeichnis**

Abs.	Absatz
Art.	Artikel
B-VG	Bundes-Verfassungsgesetz
BVG	
BVergG	Bundesvergabegesetz
bzw.	beziehungsweise
etc.	et cetera
EUR	Euro
ff	folgende
G(es)mbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
inkl.	Inclusive
leg. cit	legis citatae
MA	Magistratsabteilung
MD	Magistratsdirektion
MedKF-TG	Medienkooperations- und -förderungs- Transparenzgesetz
RH	Rechnungshof
RTR/KommAustria	Rundfunk und Telekom Regulierungs- GmbH/Kommunikationsbehörde Austria
TZ	Textzahl(en)
vgl	vergleiche
z.B.	zum Beispiel
%	Prozent

## I. Präambel

- a) Der Rechnungshof hat infolge der Überprüfung der Kostentransparenz der Medienarbeit von Bundeskanzleramt, Finanzministerium und Klimaschutzministerium auch die Kostentransparenz der Medienarbeit der Stadt Wien überprüft.

Andere Bundesländer, Städte oder Gemeinden wurden vom Rechnungshof nicht geprüft. Der Rechnungshof hat formal dem Umstand Rechnung getragen, dass Wien insbesondere als Gemeinde, Stadt mit eigenem Statut und Bundesland eine Sonderstellung zukommt, die eine direkte Vergleichbarkeit mit Bundeskanzleramt oder Ministerien de facto verunmöglicht, indem die Überprüfung der Kostentransparenz der Medienarbeit in zwei gesonderte Berichte gefasst wurde. Der Bericht zur Kostentransparenz der Medienarbeit von Bundeskanzleramt, Finanzministerium und Klimaschutzministerium wurde bereits vorab veröffentlicht.

Leider wurde aus inhaltlicher Sicht die unterschiedliche Struktur von Bundeskanzleramt und Ministerien in Relation zur Stadt Wien<sup>1</sup> nur teilweise berücksichtigt, die allein schon aufgrund des höchst unterschiedlichen Aufgabenportfolios offensichtlich ist. Denn während die Medienarbeit in Bundeskanzleramt und anderen Bundesministerien nach einem zentralistischen Modell erfolgt, gibt es in der Stadt Wien das Modell der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit, welches der MA 53 – Kommunikation und Medien (vormals Presse- und Informationsdienst) per Erlass einige zentrale Verantwortlichkeiten zuweist, die Öffentlichkeits- und Medienarbeit der Stadt Wien aber grundsätzlich in der Verantwortung der einzelnen Dienststellen liegt. Dies wird richtigerweise im Rohbericht des Rechnungshofs auf Seite 10, Kapitel „Strategie, Organisation und Personal“, Zeile 4, [RH-Bericht NEU Seite 10, Kapitel „Strategie, Organisation und Personal“, Zeile 5] auch ausgeführt, hätte aber in den Beurteilungen und Empfehlungen noch deutlicher herausgearbeitet werden können. In Kenntnis der Struktur der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit sah der Rechnungshof aus Ressourcengründen von einer Überprüfung der Öffentlichkeits- und Medienarbeit sämtlicher Dienststellen ab und konzentrierte seine Prüfaktivitäten auf die MA 53 mit der Begründung, dass über diese Dienststelle die meisten Kampagnen abgewickelt werden und dort auch die Meldung für den gesamten Rechtsträger Stadt Wien im Zusammenhang mit dem Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) erfolgt.

---

<sup>1</sup> Bei der Verwendung der Bezeichnung „Stadt Wien“ in dieser Stellungnahme sind (auch) immer die Zuständigkeiten Wiens als Gemeinde, Stadt mit eigenem Statut und als Land gemeint bzw. beinhaltet.

Die Prüfeinschränkung auf die MA 53 wurde vom Rechnungshof in Kenntnis der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit und in dem Wissen vorgenommen, dass der Dienststelle die Akten anderer Dienststellen der Stadt Wien im Zusammenhang mit Agenturleistungen oder allfällig weiterer Aufwendungen für die Öffentlichkeits- und Medienarbeit nicht vorliegen.

Erfreulich ist, dass die Stadt Wien, wie vom Rechnungshof erwähnt, mit der „Mediendiskursstudie“ eine anforderungsorientierte, objektive Planungsgrundlage für Medienkampagnen bzw. -schaltungen etabliert hat. Auch würdigte der Rechnungshof die Veröffentlichung des Jahresberichts der Stadtkommunikation, in dem die Stadt Wien – als einzige Gebietskörperschaft österreichweit – seit 2021 die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen nachvollziehbar darlegt. Genauso positiv ist die Sicht des Rechnungshofs, dass die im Jänner 2024 aufgrund der Änderung des Bundesverfassungsgesetzes Medienkooperation und Medienförderung (BVG MedKF-T) sowie des Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) erfolgte Anpassung des „Öffentlichkeitsarbeitserlasses“, welche die zentrale Beauftragung von entgeltlichen Werbeleistungen durch die MA 53 vorsah, geeignet ist, die Übersicht der Stadt Wien über ihre Aufwendungen für Medienarbeit (insbesondere Medienschalungen) zu erhöhen.

Im Hinblick auf die vom Rechnungshof empfohlenen Optimierungen kann vorweg angemerkt werden, dass diese zu großen Teilen entweder inzwischen bereits den Status quo abbilden oder von der Stadt Wien berücksichtigt werden. Dazu zählt insbesondere, dass die Stadt Wien im Bereich der Öffentlichkeits- und Medienarbeit im Vergleich zu anderen österreichischen Gebietskörperschaften deutlich transparenter ist und diese Vorreiterrolle auch künftig weiter ausbauen möchte. Auch das Bestreben, die Meldepflichten lückenlos zu erfüllen, gilt als gegeben. Einige wenige Empfehlungen werden unter Hinweis auf triftige Gründe nicht aufgegriffen.

- b) In Vorbereitung zur Schlussbesprechung wurde am 18. Dezember 2023 vom Rechnungshof eine Zahlenkontrolle mit der Bitte um Prüfung übermittelt. Die MA 53 hat dazu am 10. Jänner 2024 eine detaillierte Stellungnahme inkl. Unterlagen übermittelt. Im Rahmen der am 19. Februar 2024 im Büro des Magistratsdirektors abgehaltenen Schlussbesprechung wurden seitens der Vertreter\*innen des Rech-

nungshofs die vorläufigen Prüferkenntnisse im Rahmen einer Kurzpräsentation dargelegt und diskutiert, die Stellungnahme vom 10. Jänner 2024 wurde dabei nur teilweise berücksichtigt. Etwaige Tischvorlagen/Tabellen/der Rohbericht des Rechnungshofs gelangten nicht zur Verteilung. Im Zuge der Schlussbesprechung wurde die Übermittlung von weiteren Unterlagen zur Bestätigung der dargelegten Sachverhalte vereinbart. Diese Unterlagen wurden zeitnah am 23. Feber 2024 an den Rechnungshof übermittelt, jedoch im Rohbericht des Rechnungshofs ebenfalls nur teilweise berücksichtigt.

## II. Zu den Ausführungen des Rechnungshofrohberichts wird wie folgt Stellung genommen:

Zu Punkt Intro, Seite 8, 3. Absatz: [\[RH-Bericht NEU zu Punkt Kostentransparenz bei der Medienarbeit – Stadt Wien, Seite 6, 4. Absatz\]](#)

Der Rechnungshof formuliert in Hinblick auf die Gebarungsgrundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit die Empfehlung, dass bei der Planung und Durchführung von Maßnahmen zur Information über Angebote der Stadt Wien auf die Eigenmedien verstärkt Bedacht genommen werden soll, da er der Meinung sei, dass sich dadurch Mediensaltungen reduzieren lassen und die Kosten-Nutzen-Relation optimiert wird. Hiezu ist festzuhalten, dass die dem Rechnungshof vorgelegte Nutzungsabtestung des Printprodukts „Mein Wien“ aus dem Oktober 2022 klar zeigt, dass die Nutzung des Produkts durch die Wiener\*innen den Mittelaufwand rechtfertigt. Die Bekanntheit lag bei 57 %, die durchschnittliche Nutzung bei 23 %, aber insbesondere bei der Zielgruppe 50 Jahre und älter bei 41 %. In dieser Altersgruppe nehmen 70 % „Mein Wien“ auch immer aus dem Postkasten mit. Die Ergebnisse zeigen aber ebenfalls eindeutig, dass weder „Mein Wien“, noch die anderen Eigenmedien eine komplette Zielgruppenabdeckung erreichen. Die Kommunikation und Information über die eigenen Medienkanäle der Stadt Wien läuft immer komplementär zu Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen, kann diese aber nicht vollständig ersetzen.

Zu Punkt Intro, Seite 8, 4. Absatz: [\[RH-Bericht NEU zu Punkt Kostentransparenz bei der Medienarbeit – Stadt Wien, Seite 6, 5. Absatz\]](#)

Der Rechnungshof würdigte die Veröffentlichung des Jahresberichts der Stadtkommunikation, in dem die Stadt Wien – als einzige Gebietskörperschaft österreichweit – seit 2021 die Ziele, Zielgruppen und

das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen nachvollziehbar darlegt. Ebenfalls dargelegt wurden die im Rohbericht des Rechnungshofs erwähnten Kampagnen über kostenlose oder kostengünstige Freizeitmöglichkeiten im Sommer in Wien und über die Bio-Eigenmarke „Wiener Gusto“. Weshalb dem Rechnungshof die Begründung über den konkreten Bedarf und die Zweckmäßigkeit in Relation zu den anderen Kampagnen nicht ausreicht, erschließt sich der MA 53 nicht.

Zu Punkt Intro, Seite 9, 2. Absatz: [RH-Bericht NEU zu Punkt Kostentransparenz bei der Medienarbeit – Stadt Wien, Seite 7, 1. Absatz]

Der Rechnungshof vermerkte, dass in mehr als einem Drittel der stichprobenweise überprüften Fälle kein Angebot des beauftragten Unternehmens enthalten war. In diesem Zusammenhang darf darauf hingewiesen werden, dass es sich dabei fast ausschließlich um Akten handelt, die Medienschaltungsaufträge waren und somit auf Basis der veröffentlichten Mediadaten der Medienunternehmen erfolgt sind, die von der MA 53 zentral abgelegt werden. Darauf wurde im Zuge der Überprüfung seitens der MA 53 auch hingewiesen bzw. wurden die Unterlagen zur Verfügung gestellt. Die Akten selbst enthielten, wie vom Rechnungshof auch anerkannt, Auftragsschreiben, Belegexemplar und den Vergabevermerk. Die Anmerkung, dass bei Direktvergaben von Kreativ- und Produktionsleistungen keine Vergleichsangebote eingeholt wurden, wurde dem Rechnungshof erläutert. Dies deshalb, da einerseits wie vom Rechnungshof festgestellt, in den Jahren 2019 bis 2021 insgesamt 90 unterschiedliche Agenturen (vgl. 15.1 (2), Seite 55) [RH-Bericht NEU, Seite 57] durch die MA 53 beauftragt wurden, was die bestehende Marktübersicht unterstreicht und andererseits im Kreativbereich die Herstellung eines Wettbewerbs aufgrund der branchenüblichen Abschlagszahlungen zu Mehrkosten führt sowie die Vorbereitungsdauer erheblich verlängert.

Die Schlussfolgerung, wonach 17 Einzelaufträge aufgrund vergaberechtlicher Vorgaben zu acht Aufträgen hätten zusammengerechnet werden müssen, ist aus Sicht der MA 53 trotz der Identität des Auftragnehmers aufgrund nicht zusammengehöriger sachlicher, zeitlicher und inhaltlicher Aspekte nicht nachvollziehbar und wurde dem Rechnungshof entsprechend erläutert.

Zu Punkt Intro, Seite 9, 3. Absatz: [RH-Bericht NEU zu Punkt Kostentransparenz bei der Medienarbeit – Stadt Wien, Seite 7, 2. Absatz]

Dass seitens des Rechnungshofs ein vermeintliches Steuerungsdefizit hergeleitet wird, da es keine Übersicht über Aufwendungen für Medienkampagnen und -schaltungen, Agenturleistungen und Eigenmedien gebe, kann seitens der MA 53 nicht nachvollzogen werden. Diese Übersicht besteht sowohl in der MA 53 in ihrem Verantwortungsbereich als auch in den einzelnen Dienststellen, die ihre Öffentlichkeits- und Medienarbeit in wiederum ihrem Verantwortungsbereich durchführen und diese Arbeit entsprechend steuern. Der Rechnungshof verweist auf den Jahresbericht der Stadtkommunikation, in dem die Stadt Wien seit 2021 die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen nachvollziehbar darlegt sowie auch die entsprechenden Agenturen anführt. Seit 2023 werden zudem die Medienschaltungen, unabhängig davon, ob sie den Meldeverpflichtungen gemäß MedKF-TG unterliegen oder nicht, ebenfalls im Jahresbericht der Stadtkommunikation nachvollziehbar publiziert. Im Jahresbericht enthalten sind Agenturleistungen für die MA 53, nicht jedoch für andere Dienststellen der Stadt Wien sowie die Aufwendungen für Eigenmedien. Beide Informationen liegen jedoch in den jeweiligen Dienststellen für die erforderliche Steuerung vor. Unter diesem Gesichtspunkt kann ein vermeintliches Steuerungsdefizit nicht nachvollzogen werden. Generell muss hier angeführt werden, dass aufgrund der Novelle des MedKF-TG und der drastisch erweiterten Meldebestimmungen mit 18. Jänner 2024 eine neue Version des Erlasses „Öffentlichkeitsarbeit, Corporate Design, digitale Kommunikation, entgeltliche Werbeleistungen“ in Kraft getreten ist, der nun regelt, dass sämtliche entgeltliche Werbeleistungen (auch in Form von unbaren Tauschgeschäften) zentral im Wege der MA 53 abgewickelt werden müssen. Dies ist ein weiterer Schritt nach dem Prüfzeitraum des Rechnungshofs, um einen zentralen Überblick über die Werbeleistungen der Stadt Wien zu ermöglichen. Damit in Verbindung sei nochmals auf die seit Anfang 2024 deutlich erweiterten Melde- und Berichtspflichten gemäß MedKF-TG hingewiesen, womit sich das im Prüfzeitraum vom Rechnungshof wahrgenommene Transparenzdefizit weiter relativiert, wenn nicht sogar erübrigt.

Zu Punkt Aufwendungen, Seite 11, 2. Absatz (TZ 4): [RH-Bericht NEU Seite 10, 2. Absatz]

Der Rechnungshof vermisst eine vollständige Übersicht über die für die Medienarbeit anfallenden Aufwendungen; allerdings liegen nach dem Prinzip der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Wien



lediglich einige zentrale Verantwortlichkeiten bei der MA 53, die Öffentlichkeits- und Medienarbeit der Stadt Wien liegt aber grundsätzlich in der Verantwortung der einzelnen Dienststellen. Wie der Rechnungshof ausführt, gibt es mit dem Rechnungsabschluss, dem Rahmenkommunikationsplan und dem Jahresbericht der Stadtkommunikation mehrere Instrumente, mit denen die Steuerung der Medienarbeit erfolgt. Wenngleich eine Steuerung der unterjährigen Medienarbeit eher nicht mit dem Rechnungsabschluss erfolgt, ist dieser jedoch öffentlich abrufbar, der Jahresbericht der Stadtkommunikation ist ebenfalls öffentlich abrufbar und finden sich die Inhalte des Rahmenkommunikationsplans im Jahresbericht wieder. Der Jahresbericht der Stadtkommunikation selbst entstand aus der Diskussion rund um das Thema Medientransparenz und wurde in Form und Inhalt im Koalitionsabkommen 2020 festgehalten. Die mediale und politische Debatte im Vorfeld drehte sich dabei ausschließlich um „Werbeleistungen“, weshalb der Jahresbericht auch so erarbeitet und weiterentwickelt wurde, wie er heute strukturiert ist. Steuerungsrelevante Informationen im Rahmen des Integrativen Öffentlichkeitsarbeitsmodells und der zugeordneten Verantwortlichkeiten auf Basis der Geschäftseinteilung des Magistrats der Stadt Wien (GEM) im Zusammenhang mit den jeweiligen Geschäftsgruppenzuständigkeiten liegen somit vor. Auch in diesem Zusammenhang darf nochmals auf die deutlich erweiterten Melde- und Berichtspflichten seit Anfang 2024 gemäß MedKF-TG hingewiesen werden.

Hinsichtlich des letzten Satzes auf der Seite 12 oben (TZ 5) [\[RH-Bericht NEU Seite 11, 2. Absatz\]](#), der am Ende die Wortfolge enthält: „... für zu Unrecht geltend gemachte Vorsteuer ...“ wird auf die sachliche Begründung des Rechnungshofs in der Tabelle 1, Fußnote 1, auf Seite 25 [\[RH-Bericht NEU Seite 26\]](#) hingewiesen, die nachstehende Passage enthält: „... und ab Oktober 2021 (wegen des teilweisen Entfalls der Berechtigung zum Vorsteuerabzug; TZ 5<sup>2</sup>) teilweise inkl. Umsatzsteuer.“

Zu Punkt Medientransparenz, Seite 12, 3. Absatz (TZ 8): [\[RH-Bericht NEU Seite 11, 3. Absatz\]](#)

Der Rechnungshof führt auch die Auskunftsbegehren nach dem Wiener Auskunftspflichtgesetz zu Medienkampagnen und -schaltungen der Stadt Wien an sowie das Erkenntnis des Verwaltungsgerichts Wien (VGW) und letztendlich auch des Verwaltungsgerichtshofs (VwGH), dass eines dieser Auskunftsbegehren aufgrund des für die Auskunftserteilung erforderlichen, unverhältnismäßig hohen Aufwands, zurecht nicht erteilt werden konnte. Der Rechnungshof gab zu bedenken, dass die Auskunft letztlich aufgrund der internen Organisationsstrukturen und eines fehlenden Gesamtüberblicks nicht gegeben

---

<sup>2</sup> Hervorhebung durch Unterstreichung nicht im Original.

werden konnte. Ein Gesamtüberblick über die Aufträge und Medienschaltungen lag allerdings vor. Dessen strukturierte Organisation basierte damals aber auf der zu dieser Zeit gültigen Gesetzeslage. Diese beinhaltete nicht den erforderlichen Filter im Prozess, um auf die sehr spezifische Fragestellung des Auskunftsbegehrens antworten zu können. Aufgrund der seit Anfang 2024 deutlich erweiterten Melde- und Berichtspflichten gemäß MedKF-TG und der entsprechenden Anpassung der abteilungsinternen Prozesse dürfte das wahrgenommene Transparenzdefizit zudem inzwischen nicht mehr gegeben sein.

Zu Punkt Medienkampagnen und -schaltungen, Seite 13, 1. Absatz (TZ 9): [RH-Bericht NEU Seite 12]

Durch die Formulierung des Rechnungshofs, die Stadt Wien hätte im Jahr 2021 mit rund 72 % mit Abstand die meisten Mittel für Schaltungen in Printmedien geplant, könnte der Eindruck entstehen, es gebe mit der Mediendiskursstudie keine Themen- und Zielgruppenabhängigkeit, sondern lediglich eine an Mediengattungen orientierte Planungsgrundlage. Für die MA 53 ist aber wesentlich, in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass auf Basis der themen- und zielgruppenabhängigen Kampagnenplanung es innerhalb der einzelnen Kampagnen zu stark wechselnden Mediengattungssplits kommen kann bzw. kommt. So gab es genauso Kampagnen mit einem Printmedienanteil von 0 %. Das Ergebnis der Einzelkampagnenplanungen mit wechselnden Botschaften, Inhalten und Zielgruppen ergibt schließlich, dass über alle Kampagnen hinweg 72 % des Mitteleinsatzes in Printmedien geflossen sind, nicht nur aufgrund der stark unterschiedlichen Preisstruktur der Mediengattungen, sondern auch aufgrund der unterschiedlichen Streuverlusteffekte.

Zu Punkt Medienkampagnen und -schaltungen, Seite 13, 3. Absatz (TZ 10): [RH-Bericht NEU Seite 12]

Wie der Rechnungshof korrekt festhält, ermöglichen die auf Grundlage des MedKF-TG erlassenen Richtlinien der Wiener Landesregierung über die inhaltliche Gestaltung audiovisueller, kommerzieller Kommunikation und entgeltlicher Einschaltungen auch Sachinformationen über Serviceangebote der Stadt Wien. Im Jahresbericht der Stadtkommunikation werden, wie auch der Rechnungshof bestätigt, die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen nachvollziehbar darlegt. Ebenfalls dargelegt wurden die im Rohbericht des Rechnungshofs erwähnten Kampagnen über kostenlose oder kostengünstige Freizeitmöglichkeiten im Sommer in Wien und über die Bio-Eigenmarke „Wiener Gusto“. Weshalb dem Rechnungshof die Begründung über den konkreten Bedarf und die Zweckmäßigkeit in Relation zu den anderen Kampagnen nicht ausreicht, erschließt sich der MA 53 nicht.

Zu Punkt Medienkampagnen und -schaltungen, Seite 13, 4. Absatz bzw. Seite 14, 1. Absatz (TZ 18):

[RH-Bericht NEU Seite 13, 1. Absatz]

Der Rechnungshof stellt das Beispiel eines Falles dar, bei dem Schaltungen einzelner Inserate bzw. Advertorials oder Medienkooperationen auch auf Initiative von Medien erfolgen. Initiativangebote von Medien für Medienkooperationen oder -schaltungen sind – je nachdem welche aktiven Kommunikationsthemen von öffentlichen oder privaten Organisationen wahrgenommen werden – branchenüblich und mediengattungsunabhängig nichts Ungewöhnliches. Die vom Rechnungshof erwähnte Medienschaltung wurde vorgenommen, da sie sich mit dem thematisch-inhaltlichen Ziel eines bereits vorhandenen Kommunikationsthemas deckte, für das es auch ein konkretes Informationsbedürfnis gab, nämlich Arbeit und Wirtschaft nach der Corona-Pandemie. Auch wenn das Informationsbedürfnis nicht gesondert im Akt festgehalten wurde, erschließt es sich jedoch eindeutig aus den im Akt dokumentierten Leistungsnachweisen. Dass dieses Sonderthema budgetär außerhalb des kalkulierten Mediasplits lag, wurde zugunsten der Zielgruppeninformation abgewogen und lag nicht an einer vermeintlichen Urgenz. Unerwähnt blieb in diesem Abschnitt (dies wird erst unter Punkt 18.2 ausgeführt), [RH-Bericht NEU Punkt 18.1(2)] dass in einem anderen Fall, in dem der erwähnte Geschäftsführer mit einem Angebot an die Stadt Wien herantrat und es abermals eine Urgenz gegeben haben soll, dies seitens der MA 53 abgelehnt wurde, weil es thematisch nicht in die Kommunikationsplanung passte.

Zur Betonung des Rechnungshofs, dass – wie auch schon in seinem Bericht „Kostentransparenz bei der Medienarbeit – Bundeskanzleramt, Finanzministerium, Klimaschutzministerium“, Reihe Bund 2024/4, dargelegt – Medienkampagnen und -schaltungen Instrumente der Information der Bevölkerung sind und keine Instrumente der Medienfinanzierung oder Politikwerbung sein dürfen, darf dies für die Medienarbeit in Wien als gegeben angenommen werden, da die Beauftragung von Schaltungen einzig der Fachabteilung auf Basis ihrer Zuständigkeiten und Expertise vorbehalten ist. Zu einer Einflussnahme kam es zu keinem Zeitpunkt.

Zu „Mein Wien“, Seite 14, 4. Absatz (TZ 12): [RH-Bericht NEU Seite 13]

Der Rechnungshof formuliert die Ansicht, dass bei der Planung und Durchführung von Maßnahmen zur Information über die für das unmittelbare Lebensumfeld der Wiener Bevölkerung relevanten Angebote

der Stadt Wien – vor allem bei der Prüfung des Bedarfs an Medienkampagnen und -schaltungen – auf die (zentralen) Eigenmedien und dabei insbesondere auf „Mein Wien“, das alle 14 Tage jedem Wiener Haushalt zugestellt wird, verstärkt Bedacht zu nehmen ist. Dabei vertritt er die Meinung, dass dadurch kostenintensive Medienschaltungen reduziert werden können. Hiezu ist festzuhalten, dass die dem Rechnungshof vorgelegte Nutzungsabtestung des Printprodukts „Mein Wien“ aus Oktober 2022 zur Verfügung gestellt wurde, die klar zeigt, dass die Nutzung des Produkts durch die Wiener\*innen den Mittelaufwand rechtfertigt. Die Bekanntheit lag bei 57 %, die durchschnittliche Nutzung bei 23 %, aber insbesondere bei der Zielgruppe 50 Jahre und älter bei 41 %. In dieser Altersgruppe nehmen 70 % „Mein Wien“ auch immer aus dem Postkasten mit. Die Ergebnisse zeigen aber ebenfalls eindeutig, dass weder „Mein Wien“, noch die anderen Eigenmedien eine komplette Zielgruppenabdeckung erreichen. Die Kommunikation und Information über die eigenen Medienkanäle der Stadt Wien läuft immer komplementär zu Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen, kann diese aber nicht vollständig ersetzen. Der Einsatz der eigenen Medienkanäle ist ein integraler Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation.

Zu Punkt Beschaffungen, Seite 15, 1. Absatz (TZ 13, TZ 14, TZ 15 und TZ 16): [RH-Bericht NEU Seite 14]

Der Rechnungshof vermeinte Mängel darin zu erkennen, dass in mehr als einem Drittel der überprüften Fälle kein Angebot des beauftragten Unternehmens enthalten war. In diesem Zusammenhang darf darauf verwiesen werden, dass es sich dabei fast ausschließlich um Akten handelt, die Medienschaltungsaufträge waren. Diese sind somit auf Basis der veröffentlichten Mediadaten der Medienunternehmen erfolgt, die von der MA 53 zentral abgelegt werden. Darauf wurde im Zuge der Überprüfung seitens der MA 53 auch hingewiesen bzw. wurden die Unterlagen zur Verfügung gestellt. Die Akten selbst enthielten, wie vom Rechnungshof auch anerkannt, Auftragschreiben, Belegexemplar und den Vergabevermerk. Allfällig vereinbarte Rabatte wurden durchgängig im Auftragschreiben dokumentiert. Die Anmerkung, dass bei Direktvergaben von Kreativ- und Produktionsleistungen keine Vergleichsangebote eingeholt wurden, wurde dem Rechnungshof erläutert, da einerseits, wie vom Rechnungshof festgestellt, in den Jahren 2019 bis 2021 insgesamt 90 unterschiedliche Agenturen durch die MA 53 beauftragt wurden (vgl. 15.1 (2), Seite 55), [RH-Bericht NEU vgl. 15.2(2), Seite 57] was die bestehende umfassende Marktübersicht und das Expert\*innenwissen in der Branche unterstreicht und andererseits im Kreativbereich die Herstellung eines Wettbewerbs aufgrund der branchenüblichen Abschlagszahlungen zu

Mehrkosten führt sowie die Vorbereitungsdauer erheblich verlängert. In Relation zur Anzahl der abzuwickelnden Kommunikationsprojekte erscheint die vom Rechnungshof vorgeschlagene Vorgehensweise zeitlich und administrativ als nicht umsetzbar.

Die Schlussfolgerung, wonach 17 Einzelaufträge aufgrund vergaberechtlicher Vorgaben zu acht Aufträgen hätten zusammengerechnet werden müssen, ist aus Sicht der MA 53 trotz der Identität des Auftragnehmers aufgrund nicht zusammengehöriger sachlicher, zeitlicher und inhaltlicher Aspekte nicht nachvollziehbar und wurde dem Rechnungshof entsprechend erläutert.

Zu Punkt Zentrale Empfehlungen, Seite 16 (TZ 4, TZ 10, TZ 12, TZ 15 und TZ 17): [RH-Bericht NEU

Seite 15]

- Der Rechnungshof empfiehlt, die interne Organisation der Medienarbeit der Stadt Wien so zu gestalten, dass eine Übersicht über die Aufwendungen sämtlicher Dienststellen für Medienarbeit (insbesondere Medienkampagnen und -schaltungen inklusive Kreativ- und Produktionsleistungen) sichergestellt ist. Informationen über die Medienarbeit mitsamt den dafür eingesetzten Mitteln wie auch über die für die Herausgabe eigener Medien eingesetzten Mittel wären der Öffentlichkeit zugänglich zu machen und über mehrere Jahre auf der Website der Stadt Wien zur Verfügung zu stellen. Dazu ist festzuhalten, dass der Rechnungshof bereits die Veröffentlichung des Jahresberichts der Stadtkommunikation als grundsätzlich geeignet erachtete, um Kostentransparenz in der Medienarbeit herzustellen und somit ausdrücklich würdigte, dass die Stadt Wien seit 2021 die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen nachvollziehbar darlegt samt Schaltungen, Kreativ- und Produktionsleistungen. Die Jahresberichte 2023 und 2022 sind ebenfalls bereits rückwirkend abrufbar. In Hinblick auf die interne Organisation der Medienarbeit der Stadt Wien gilt es zu berücksichtigen, dass im Rahmen der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit lediglich einige zentrale Verantwortlichkeiten bei der MA 53 liegen, die Öffentlichkeits- und Medienarbeit der Stadt Wien aber grundsätzlich in der Verantwortung der einzelnen Dienststellen liegt. Wie der Rechnungshof ausführt, gibt es neben dem bereits erwähnten Jahresbericht der Stadtkommunikation auch den öffentlich abrufbaren Rechnungsabschluss. Inwieweit die vom Rechnungshof aufgezählten Informationen, die über

die Website der Stadt Wien zur Verfügung gestellt werden sollen, mit den seit Anfang 2024 deutlich erweiterten Melde- und Berichtspflichten gemäß MedKF-TG bzw. der Veröffentlichung dieser Daten im Rahmen der RTR/KommAustria korrelieren, wird im Detail zu prüfen sein. In diesem Kontext kann darüber hinaus angeführt werden, dass aufgrund der Novelle des MedKF-TG und der drastisch erweiterten Meldebestimmungen mit 18. Jänner 2024 eine neue Version des Erlasses „Öffentlichkeitsarbeit, Corporate Design, digitale Kommunikation, entgeltliche Werbeleistungen“ in Kraft getreten ist, der nun regelt, dass sämtliche entgeltliche Werbeleistungen (auch in Form von unbaren Tauschgeschäften) zentral im Wege der MA 53 abgewickelt werden müssen. Dies ist ein weiterer Schritt nach dem Prüfzeitraum des Rechnungshofs, um einen zentralen Überblick über die Werbeleistungen der Stadt Wien zu ermöglichen. Die Stadt Wien wird somit diese Empfehlung des Rechnungshofs prüfen (TZ 4).

- Der Rechnungshof empfiehlt, bei der Beauftragung von Medienkampagnen bzw. -schaltungen die Gebarungsgrundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit zu beachten. Medienkampagnen bzw. -schaltungen wären nur in jenem Umfang durchzuführen, in dem sie sachlich geboten sind, und nur in jenen Medien zu beauftragen, die nach Maßgabe der Kommunikationsziele und Zielgruppen die effizienteste Kommunikation gewährleisten. Dazu ist festzuhalten, dass die Stadt Wien in ihrem Jahresbericht der Stadtkommunikation die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen veröffentlicht, um somit auch die sachliche Begründung nachvollziehbar zu machen. Weiters hat die Stadt Wien, wie vom Rechnungshof erwähnt, mit der „Mediendiskursstudie“ eine anforderungsorientierte, objektive Planungsgrundlage für Medienkampagnen bzw. -schaltungen etabliert. Dabei handelt es sich um eine Umfrage unter der Wiener Bevölkerung zu Themeninteressen, Mediennutzung und Informationsverhalten, die auch Untersuchungen zur Nutzung konkreter Einzelmedien enthielt. Auch der Einsatz der eigenen Medienkanäle ist bereits ein integraler Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation. Die Stadt Wien wird daher dieser Empfehlung weiter nachkommen (TZ 10).
- Der Rechnungshof empfiehlt, dass bei der Planung und Durchführung von Maßnahmen zur Information über Angebote der Stadt Wien auf die Eigenmedien verstärkt Bedacht genommen werden soll, da er der Meinung sei, dass sich dadurch Medienschaltungen reduzieren lassen und

die Kosten-Nutzen-Relation optimiert wird. Hierzu ist festzuhalten, dass die Kommunikation und Information über die eigenen Medienkanäle der Stadt Wien immer komplementär zu Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen läuft, diese aber nicht ersetzen kann. Hinsichtlich der Empfehlung gilt, dass der Einsatz der eigenen Medienkanäle bereits einen integralen Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation darstellt.

- Der Rechnungshof empfiehlt, bei der Beauftragung von Kreativ- und Produktionsleistungen einen angemessenen und transparenten Wettbewerb sicherzustellen. Dazu ist anzumerken, dass der Rechnungshof selbst anführt, dass von 2019 bis 2021 insgesamt 90 unterschiedliche Agenturen durch die MA 53 beauftragt wurden. Hieraus kann wohl unstrittig ein angemessener Wettbewerb abgeleitet werden, weshalb die Empfehlung als bereits umgesetzt betrachtet werden kann (TZ 15).
- Der Rechnungshof empfiehlt, die Nutzung künftiger Rahmenvereinbarungen der Bundesbeschaffung GmbH für Schaltungen in Medien zu prüfen. Die Stadt Wien wird eine entsprechende Prüfung vornehmen.

Zu Punkt Prüfungsablauf und -gegenstand, Punkt 1 (1), Seite 18: [RH-Bericht NEU Seite 19]

Der Rechnungshof führt in seiner Einleitung an, dass die MA 53 die für die Öffentlichkeitsarbeit hauptzuständige Magistratsabteilung ist. Dazu darf präzisiert werden, dass in der Stadt Wien nach dem Modell der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit gearbeitet wird, welches der MA 53 per Erlass einige zentrale Verantwortlichkeiten zuweist, dass die Öffentlichkeits- und Medienarbeit der Stadt Wien aber grundsätzlich in der Verantwortung der einzelnen Dienststellen liegt, was im Rohbericht des Rechnungshofs auf Seite 10, Kapitel „Strategie, Organisation und Personal“, Zeile 4, [RH-Bericht NEU Zeile 5] auch ausgeführt wird, in den Beurteilungen und Empfehlungen aber nur kurz erwähnt wird. In Kenntnis der Struktur der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit sah der Rechnungshof aus Ressourcengründen von einer Überprüfung der Öffentlichkeits- und Medienarbeit sämtlicher Dienststellen ab und konzentrierte seine Prüfaktivitäten auf die MA 53 mit der Begründung, dass über diese Dienststelle die meisten Kampagnen abgewickelt werden und dort auch die Meldung für den gesamten Rechtsträger Stadt Wien im Zusammenhang mit dem MedKF-TG erfolgt. Die Prüfeinschränkung auf die MA 53 wurde vom Rechnungshof

in Kenntnis der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit und in dem Wissen vorgenommen, dass der MA 53 die Akten anderer Dienststellen der Stadt Wien im Zusammenhang mit Agenturleistungen oder allfällig weiteren Aufwendungen für die Öffentlichkeits- und Medienarbeit nicht vorliegen. Es ist daher der Vollständigkeit halber festzuhalten, dass mit dem vorliegenden Bericht aus der Überprüfung einer Dienststelle mit einigen, aber nicht sämtlichen zentralen Zuständigkeiten Empfehlungen für die gesamte Gebietskörperschaft abgeleitet werden.

Zu Punkt Prüfungsablauf und -gegenstand, Punkt 1 (3), Seite 18 ff (TZ 4): [RH-Bericht NEU Seite 19 ff]

Der Rechnungshof führt aus, dass er die Stadt Wien um die Übermittlung der Mediensaltungen bzw. entgeltlichen Veröffentlichungen für die Jahre 2019 bis 2021 ersuchte. Dies auf Basis einer Excel-Struktur, die bereits im Rahmen einer vorhergehenden Prüfung der Kostentransparenz in der Medienarbeit im Bundeskanzleramt, Finanzministerium und Klimaschutzministerium eingesetzt wurde. In dieser Form lagen die Daten jedoch nicht vor. Die MA 53 führt hingegen über sämtliche Mediensaltungen vollständige Aufzeichnungen sowie Unterlagen nach den gesetzlichen Vorgaben und Vorschriften, allerdings in einer anderen Struktur. Dies betrifft sowohl die Aktenführung, die bis November 2022 in Papierform erfolgte, als auch die budgetäre Gebarung sowie die ordnungsgemäße Durchführung der Meldepflichten gemäß MedKF-TG. Der Rechnungshof empfiehlt, die interne Organisation der Medienarbeit der Stadt Wien so zu gestalten, dass eine Übersicht über die Aufwendungen sämtlicher Dienststellen für Medienarbeit (insbesondere Medienkampagnen und -saltungen inklusive Kreativ- und Produktionsleistungen) sichergestellt ist. Der Rechnungshof attestiert hier ein vermeintliches Steuerungsdefizit, da es keine Übersicht über Aufwendungen für Medienkampagnen und -saltungen, Agenturleistungen und Eigenmedien geben soll. Diese Übersicht besteht, allerdings sowohl in der MA 53 in ihrem Verantwortungsbereich als auch in den einzelnen Dienststellen, die ihre Öffentlichkeits- und Medienarbeit in wiederum ihrem Verantwortungsbereich durchführen und diese Arbeit entsprechend steuern. Der Rechnungshof würdigte den Jahresbericht der Stadtkommunikation, in dem die Stadt Wien seit 2021 die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen nachvollziehbar darlegt sowie auch die entsprechenden Agenturen anführt. Seit 2023 werden zudem die Mediensaltungen, unabhängig davon, ob sie den Meldeverpflichtungen gemäß MedKF-TG unterliegen oder nicht,



ebenfalls im Jahresbericht der Stadtkommunikation nachvollziehbar publiziert. Nicht im Jahresbericht enthalten sind Agenturleistungen für über die MA 53 hinausgehende Dienststellen der Stadt Wien sowie die Aufwendungen für Eigenmedien. Beide Informationen liegen in den jeweiligen Dienststellen für die erforderliche Steuerung aber vor. In Folge kann ein vermeintliches Steuerungsdefizit nicht nachvollzogen werden. Generell muss hier angeführt werden, dass aufgrund der Novelle des MedKF-TG und der drastisch erweiterten Meldebestimmungen mit 18. Jänner 2024 eine neue Version des Erlasses „Öffentlichkeitsarbeit, Corporate Design, digitale Kommunikation, entgeltliche Werbeleistungen“ in Kraft getreten ist, der nun regelt, dass sämtliche entgeltliche Werbeleistungen (auch in Form von unbaren Tauschgeschäften) zentral im Wege der MA 53 abgewickelt werden müssen. Dies ist ein weiterer Schritt nach dem Prüfzeitraum des Rechnungshofs, um einen zentralen Überblick über die Werbeleistungen der Stadt Wien zu ermöglichen. Damit in Verbindung sei auch nochmals auf die seit Anfang 2024 deutlich erweiterten Melde- und Berichtspflichten gemäß MedKF-TG hingewiesen, womit sich das im Prüfzeitraum vom Rechnungshof wahrgenommene Transparenzdefizit inzwischen weiter relativiert, wenn nicht sogar erübrigt.

Zu Punkt Allgemeiner Teil; Strategie, Organisation, Personal, Aufwendungen, Kapitel Strategie, Punkt 2.2., Seite 20 (TZ 4): [RH-Bericht NEU Seite 22]

Der Rechnungshof hielt fest, dass die Stadt Wien über angemessene, strukturierte, strategische und gestalterische Vorgaben verfügte und die wesentlichen Arbeitsabläufe der MA 53 in Musterprozessen dokumentiert hatte. Zur Anmerkung des Rechnungshofs, dass eine vollständige Übersicht über die für Medienarbeit anfallenden Aufwendungen fehlte, wird darauf hingewiesen, dass eine solche Übersicht besteht, sowohl in der MA 53 in ihrem Verantwortungsbereich als auch im Sinne der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit in den einzelnen Dienststellen, die ihre Öffentlichkeits- und Medienarbeit in wiederum ihrem Verantwortungsbereich durchführen und diese Arbeit entsprechend steuern.

Zu Punkt Allgemeiner Teil; Strategie, Organisation, Personal, Aufwendungen, Kapitel Organisation und Personal, Punkt 3.2., Seite 23: [RH-Bericht NEU Seite 24]

Der Rechnungshof befand, dass es eine unklare Aufgabenabgrenzung gebe zwischen der Organisationseinheit Strategische Kommunikation, der MA 53 bzw. jenen der Pressesprecher\*innen, mit dem

Risiko von Doppelgleisigkeiten bei der Wahrnehmung von Verwaltungsaufgaben. Daher empfahl der Rechnungshof der Stadt Wien, die Zuständigkeiten der MA 53 von jenen der Magistratsdirektion – Strategische Kommunikation in den internen Regelwerken klar voneinander abzugrenzen. Die Empfehlung wird aufgenommen und eine Präzisierung in der Abgrenzung vorgenommen.

Zu Punkt Aufwendungen für Medienarbeit, Kapitel Aufwendungen der Stadt Wien (Gesamtaufwendungen), Punkt 4.1 (1), Seite 23: [RH-Bericht NEU Seite 24]

Der Rechnungshof führt aus, dass er die Stadt Wien um Übermittlung der Mediensaltungen bzw. entgeltlichen Veröffentlichungen für die Jahre 2019 bis 2021 ersuchte. Dies auf Basis einer Excel-Struktur, die bereits im Rahmen einer vorhergehenden Prüfung der Kostentransparenz in der Medienarbeit im Bundeskanzleramt, Finanzministerium und Klimaschutzministerium eingesetzt wurde. In dieser Form lagen die Daten jedoch nicht vor. Die MA 53 führt hingegen über sämtliche Mediensaltungen vollständige Aufzeichnungen sowie Unterlagen nach den gesetzlichen Vorgaben und Vorschriften, allerdings in einer anderen Struktur. Dies betrifft sowohl die Aktenführung, die bis November 2022 in Papierform erfolgte, als auch die budgetäre Gebarung sowie die ordnungsgemäße Durchführung der Meldepflichten gemäß MedKF-TG.

Zu Punkt Aufwendungen für Medienarbeit, Kapitel Aufwendungen der Stadt Wien (Gesamtaufwendungen), Punkt 4.2 (1), Seite 26 ff: [RH-Bericht NEU Seite 27 ff]

Der Rechnungshof vermisste eine vollständige Übersicht über die für Medienarbeit anfallenden Aufwendungen, allerdings liegen nach dem Prinzip der Integrativen Öffentlichkeitsarbeit der Stadt Wien lediglich einige zentrale Verantwortlichkeiten bei der MA 53, die Öffentlichkeits- und Medienarbeit der Stadt Wien liegt aber grundsätzlich in der Verantwortung der einzelnen Dienststellen. Wie der Rechnungshof weiters ausführt, gibt es mit dem Rechnungsabschluss, dem Rahmenkommunikationsplan und dem Jahresbericht der Stadtkommunikation mehrere Instrumente, mit denen die Steuerung der Medienarbeit erfolgt. Wenngleich eine Steuerung der unterjährigen Medienarbeit eher nicht mit dem Rechnungsabschluss erfolgt, ist dieser jedoch öffentlich abrufbar und finden sich die Inhalte des Rahmenkommunikationsplans im Jahresbericht wieder. Der Jahresbericht der Stadtkommunikation selbst

entstand aus der Diskussion rund um das Thema Medientransparenz und wurde in Form und Inhalt im Koalitionsabkommen 2020 festgehalten. Die mediale und politische Debatte im Vorfeld drehte sich dabei ausschließlich um „Werbeleistungen“, weshalb der Jahresbericht auch so erarbeitet und weiterentwickelt wurde, wie er heute strukturiert ist. Steuerungsrelevante Informationen im Rahmen des Integrativen Öffentlichkeitsarbeitsmodells und der zugeordneten Verantwortlichkeiten auf Basis der Geschäftseinteilung des Magistrats der Stadt Wien (GEM) im Zusammenhang mit den jeweiligen Geschäftsgruppenzuständigkeiten sind somit vorhanden. Auch in diesem Zusammenhang darf nochmals auf die seit Anfang 2024 deutlich erweiterten Melde- und Berichtspflichten gemäß MedKF-TG hingewiesen werden.

Zu Punkt Transparenz, Kapitel Analyse der gemeldeten Entgelte, Punkt 6.1 (1), Seite 30 ff: [RH-Bericht NEU Seite 33]

Der Rechnungshof stellt den in den Jahren 2019 bis 2022 von der Stadt Wien gemeldeten Daten an Entgelten für Mediensaltungen an die RTR/KommAustria nur jene Ausgaben von Bundeskanzleramt, Finanzministerium und Klimaschutzministerium gegenüber, wodurch ein verzerrtes Bild von Wiener und Bundesausgaben erzeugt wird. Korrekterweise müssten die Ausgaben der Stadt Wien unter Berücksichtigung ihrer Zuständigkeiten als Gemeinde, Stadt mit eigenem Statut und Bundesland im Vergleich zu Bundeskanzleramt und sämtlichen Ministerien betrachtet werden.

Zu Punkt Beilagen, Punkt 7.2 (2), Seite 35: [RH-Bericht NEU Seite 37]

Der Rechnungshof attestiert im Rahmen seiner Stichprobenkontrolle von 18 Beilagen, dass 17 nicht korrekt gemeldet wurden und es bei einer Beilage eine unterschiedliche Rechtsansicht gab, wiewohl es zur Rechtsansicht der Stadt Wien zum damaligen Zeitpunkt eine Abstimmung mit der RTR/KommAustria in Hinblick auf die korrekte Handhabung bzgl. der Meldung/Nichtmeldung gemäß MedKF-TG gab. Der Rechnungshof empfahl der Stadt Wien, die gesetzliche Meldepflicht von Saltungen und Medienkooperationen an die RTR/KommAustria lückenlos einzuhalten. Für die Stadt Wien ist diese Empfehlung in ihrem Bestreben eine Selbstverständlichkeit und wird daher umgesetzt, auch wenn seit der Novelle des MedKF-TG mit Anfang 2024 die zu meldenden Volumina zugenommen haben und die Komplexität weiter gestiegen ist.

Zu Punkt Verfahren nach dem Wiener Auskunftspflichtgesetz, Punkt 8.2., Seite 38: [RH-Bericht NEU Seite 40]

Der Rechnungshof führt auch die Auskunftsbegehren nach dem Wiener Auskunftspflichtgesetz zu Medienkampagnen und -schaltungen der Stadt Wien an sowie das Erkenntnis des Verwaltungsgerichts Wien (VGW) und letztendlich auch des Verwaltungsgerichtshofs (VwGH), dass eines dieser Auskunftsbegehren aufgrund des für die Auskunftserteilung erforderlichen, unverhältnismäßig hohen Aufwands, zurecht nicht erteilt werden konnte. Der Rechnungshof gab zu bedenken, dass die Auskunft letztlich aufgrund der internen Organisationsstrukturen und eines fehlenden Gesamtüberblicks nicht gegeben werden konnte. Ein Gesamtüberblick über die Aufträge und Medienschalungen lag allerdings vor. Dessen strukturierte Organisation basierte damals aber auf der zu dieser Zeit gültigen Gesetzeslage. Diese beinhaltete nicht den erforderlichen Filter im Prozess, um auf die sehr spezifische Fragestellung des Auskunftsbegehrens antworten zu können. Aufgrund der seit Anfang 2024 deutlich erweiterten Melde- und Berichtspflichten gemäß MedKF-TG und der entsprechenden Anpassung der abteilungsinternen Prozesse dürfte das wahrgenommene Transparenzdefizit zudem inzwischen nicht mehr gegeben sein.

Zu Punkt Medienkampagnen und -schaltungen, Kapitel Planungsgrundlagen (Mediendiskursstudie), Punkt 9.2., Seite 40 ff (TZ 12): [RH-Bericht NEU Seite 42]

Dass der Rechnungshof die Bestrebungen der Stadt Wien anerkennt, mit der Mediendiskursstudie eine an den Anforderungen der Stadt orientierte, objektive Planungsgrundlage für Medienkampagnen bzw. -schaltungen zu etablieren, ist erfreulich. Durch die Formulierung des Rechnungshofs, die Stadt Wien hätte im Jahr 2021 mit rund 72 % mit Abstand die meisten Mittel für Schaltungen in Printmedien geplant, könnte der Eindruck entstehen, es gebe mit der Mediendiskursstudie keine Themen- und Zielgruppenabhängigkeit, sondern lediglich eine an Mediengattungen orientierte Planungsgrundlage. Für die MA 53 ist aber wesentlich, in diesem Zusammenhang darauf hinzuweisen, dass auf Basis der themen- und zielgruppenabhängigen Kampagnenplanung es innerhalb der einzelnen Kampagnen zu stark wechselnden Mediengattungssplits gekommen ist. So gab es genauso Kampagnen mit einem Printmedienanteil von 0 %. Das Ergebnis der Einzelkampagnenplanungen mit wechselnden Botschaften, Inhalten und Zielgruppen ergibt schließlich, dass über alle Kampagnen hinweg 72 % des Mitteleinsatzes in Printmedien geflossen sind, nicht nur aufgrund der stark unterschiedlichen Preisstruktur der Mediengattungen, sondern auch aufgrund der unterschiedlichen Streuverlusteffekte. Die Mediendiskursstudie ist die evidenzbasierte Planungsgrundlage für die Mediaplanung der Stadt Wien.

Der Rechnungshof erwähnt, dass die Stadt Wien die Nutzung ihrer zentralen Eigenmedien in einer eigenen Umfrage untersuchte, die zum damaligen Zeitpunkt nicht veröffentlicht wurde. Dies muss vor dem Hintergrund betrachtet werden, dass es in der Medienbranche üblicherweise nur dann als erforderlich bzw. relevant erscheint, Nutzungs- und Reichweitzahlen zu publizieren, wenn daran entsprechende Mediadaten, also Verkaufsabsichten von Werbung, Schaltungen oder Medienkooperationen gekoppelt sind. Da „Mein Wien“ traditionell ein werbefreies Produkt war, wurde von einer Veröffentlichung der Erkenntnisse abgesehen. Die Nutzungsabtestung des Printprodukts „Mein Wien“ aus Oktober 2022 zeigt klar, dass die Nutzung des Produkts durch die Wiener\*innen den Mittelaufwand rechtfertigt. Die Bekanntheit lag bei 57 %, die durchschnittliche Nutzung bei 23 %, aber insbesondere bei der Zielgruppe 50 Jahre und älter bei 41 %. In dieser Altersgruppe nehmen 70 % „Mein Wien“ auch immer aus dem Postkasten mit. Die Ergebnisse zeigen aber ebenfalls eindeutig, dass weder „Mein Wien“, noch die anderen Eigenmedien eine komplette Zielgruppenabdeckung erreichen. Die Kommunikation und Information über die eigenen Medienkanäle der Stadt Wien läuft immer komplementär zu Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen, kann diese aber nicht vollständig ersetzen. Der Rechnungshof empfahl, die Nutzung der zentralen Eigenmedien regelmäßig abzutesten und die Ergebnisse im Sinne der Transparenz zu veröffentlichen. Dazu ist anzumerken, dass es ohnehin für Studien, Gutachten und Umfragen, die seit dem 1. Jänner 2023 in Auftrag gegeben werden auf Basis des Art. 20 B-VG eine Veröffentlichungspflicht gibt. Die Stadt Wien wird die Empfehlung umsetzen und prüfen in welcher Regelmäßigkeit eine Abtestung in wirtschaftlicher und sparsamer Hinsicht zweckmäßig erscheint.

Zu Punkt Medienkampagnen, Punkt 10.2., Seite 45 ff: [\[RH-Bericht NEU Seite 46 ff\]](#)

Der Rechnungshof bestätigt, dass mit der Veröffentlichung des Jahresberichts der Stadtkommunikation seit 2021 die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen dokumentiert werden. Ebenfalls dargelegt wurden die im Rohbericht des Rechnungshofs erwähnten Kampagnen über kostenlose oder kostengünstige Freizeitmöglichkeiten im Sommer in Wien und über die Bio-Eigenmarke „Wiener Gusto“. Weshalb dem Rechnungshof die Begründung über den konkreten Bedarf und die Zweckmäßigkeit in Relation zu den anderen Kampagnen nicht ausreicht, erschließt sich der MA 53 nicht. Vor allem im Fall von „Wiener Gusto“ handelte es sich um die Produkteinführungskampagne mit erstmaliger Bekanntmachung des Webshops, weshalb allein schon deshalb kein Vorher-Nachher-Vergleich angestellt werden konnte.

Der Rechnungshof empfiehlt, bei der Beauftragung von Medienkampagnen bzw. -schaltungen die Gebarungsgrundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit zu beachten. Medienkampagnen bzw. -schaltungen wären nur in jenem Umfang durchzuführen, in dem sie sachlich geboten sind, und nur in jenen Medien zu beauftragen, die nach Maßgabe der Kommunikationsziele und Zielgruppen die effizienteste Kommunikation gewährleisten. Dazu ist festzuhalten, dass die Stadt Wien in ihrem Jahresbericht der Stadtkommunikation die Ziele, Zielgruppen und das Informationsbedürfnis ihrer Kampagnen veröffentlicht, um somit auch die sachliche Begründung nachvollziehbar zu machen. Weiters hat die Stadt Wien, wie vom Rechnungshof erwähnt, mit der „Mediendiskursstudie“ eine anforderungsorientierte, objektive Planungsgrundlage für Medienkampagnen bzw. -schaltungen etabliert. Dabei handelt es sich um eine Umfrage unter der Wiener Bevölkerung zu Themeninteressen, Mediennutzung und Informationsverhalten, die auch Untersuchungen zur Nutzung konkreter Einzelmedien enthielt. Auch der Einsatz der eigenen Medienkanäle ist bereits ein integraler Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation. Die Stadt Wien wird daher dieser Empfehlung weiter nachkommen.

Zu Punkt „Mein Wien“, Punkt 12.1. (2), Seite 48: [RH-Bericht NEU Seite 50 ff]

Der Rechnungshof hält fest, dass Eigenmedien keinerlei Relevanz für das Medientransparenzgesetz haben und auch nicht irgendwelche sonstigen gesetzlichen Einschränkungen dabei schlagend werden. Aus diesem Grund ist das Anführen der Tabelle 8 mit Fotos von amtsführenden Mitgliedern des Wiener Stadtsenats in „Mein Wien“ nicht nachvollziehbar.

Zu Punkt „Mein Wien“, Punkt 12.2 (1), Seite 49 ff (TZ 10): [RH-Bericht NEU Seite 51]

Der Rechnungshof empfahl, dass bei der Planung und Durchführung von Maßnahmen zur Information über Angebote der Stadt Wien auf die Eigenmedien verstärkt Bedacht genommen werden soll, da er der Meinung sei, dass sich dadurch Medienschaltungen reduzieren lassen und die Kosten-Nutzen-Relation optimiert wird. Hiezu ist festzuhalten, dass die Kommunikation und Information über die eigenen Medienkanäle der Stadt Wien immer komplementär zu Kampagnen bzw. Einzelmaßnahmen läuft, diese aber nicht ersetzen kann. Hinsichtlich der Empfehlung gilt, dass der Einsatz der eigenen Medienkanäle bereits einen integralen Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation darstellt.

Zu Punkt „Mein Wien“, Punkt 12.2 (2), Seite 50: [RH-Bericht NEU Seite 52]

Weiters hielt der Rechnungshof fest, dass „Mein Wien“ als Eigenmedium der Stadt Wien nicht den Regelungen des MedKF-TG unterlag und damit auch nicht vom Kopfverbot betroffen war. Dennoch wies der Rechnungshof darauf hin, dass „Mein Wien“ zur vielfachen Abbildung der amtsführenden Mitglieder des Wiener Stadtsenats genutzt wurde. Daher empfahl er der Stadt Wien, hinkünftig die Zahl der Abbildungen von Mitgliedern des Wiener Stadtsenats in „Mein Wien“ zu reduzieren und die Vermittlung von Sachinformationen in den Vordergrund zu stellen. Zu dieser Empfehlung ist anzumerken, dass der Rechnungshof selbst einräumt, dass Eigenmedien keinerlei Relevanz für das Medientransparenzgesetz haben und auch nicht irgendwelche sonstigen gesetzlichen Einschränkungen dabei schlagend werden. Bei sämtlichen öffentlichen Gebietskörperschaften und selbst bei Privatunternehmen ist es üblich, dass oberste Verantwortungsträger\*innen regelmäßig über die zur Verfügung stehenden Eigenmedien eines Unternehmens (Zeitung, Kund\*innen-Magazin, Website, Social-Media-Auftritt, Podcast, Jahresbericht, Broschüren etc.) kenntlich gemacht und ausgewiesen werden. In diesem Zusammenhang ist auch die Platzierung von Fotos von amtsführenden Mitgliedern des Wiener Stadtsenats zu sehen, da diese immer mit einem Projekt in ihrer politischen Ressortverantwortung abgebildet werden und somit im Zusammenhang mit einer konkreten Sachinformation. Die Empfehlung wird geprüft. Es wird aber darauf hingewiesen, dass „Mein Wien“ bereits jetzt viel Sachinformation bereitstellt und ressort- sowie projektverantwortliche Mitglieder des Wiener Stadtsenats für die Bürger\*innen transparent ausgewiesen werden sollten.

Zu Punkt Beschaffungen, Kapitel Allgemeines, Punkt 13.2., Seite 52: [RH-Bericht NEU Seite 54]

Es ist erfreulich, dass aus Sicht des Rechnungshofs die im Jänner 2024 aufgrund der Änderung des BVG MedKF-T sowie des MedKF-TG erfolgte Anpassung des „Öffentlichkeitsarbeitserlasses“, welche die zentrale Beauftragung von entgeltlichen Werbeleistungen durch die MA 53 vorsah, geeignet ist, um die Übersicht der Stadt Wien über ihre Aufwendungen für Medienarbeit (insbesondere Medienschaltungen) zu erhöhen.

Zu Punkt Wahl des Vergabeverfahrens, Punkt 14.2 (1), Seite 54: [RH-Bericht NEU Seite 55]

Der Rechnungshof merkte an, dass der geltende Beschaffungsleitfaden der Stadt Wien vorsah, dass für die Vergabe von Bau-, Liefer- und Dienstleistungsaufträgen die Vergabeverfahren Direktvergabe und Verhandlungsverfahren ohne vorherige Bekanntmachung nur im Unterschwellenbereich (bei Dienstleistungsaufträgen bis zu einem geschätzten Auftragswert von unter 100.000 EUR) gewählt werden können, wiewohl die MA 53 dieses Vergabeverfahren auch für Mediensaltungen mit einem Auftragswert von über 100.000 EUR wählte. Daher empfahl der Rechnungshof der Stadt Wien sicherzustellen, dass sich alle Dienststellen an die Vorgaben des Beschaffungsleitfadens halten. Dazu ist anzumerken, dass sich die im Leitfaden beschriebene Vorgehensweise entsprechend der Fußnote auf Vergabeverfahren gemäß § 31 Abs. 6 BVergG 2018 bezieht. Die vom Rechnungshof angesprochenen Verhandlungsverfahren ohne vorherige Bekanntmachung, welche von der MA 53 durchgeführt wurden, erfolgten durchgängig, wie in den Vergabebermerken hinterlegt, gemäß § 37 Abs. 1 leg.cit. Für diese Verfahrensart gibt es keine Wertgrenze. Es lag bei den Vergabeverfahren der MA 53 somit keine Abweichung zum Vergabeleitfaden vor.

Zu Punkt Wahl des Vergabeverfahrens, Punkt 14.2 (2), Seite 54: [RH-Bericht NEU Seite 55 ff]

Weiters empfahl der Rechnungshof der Stadt Wien, im Falle der Nutzung eines vergaberechtlichen Ausnahmetatbestands, die Voraussetzungen für eine Inanspruchnahme (beispielsweise in den jeweiligen Vergabebermerken) nachvollziehbar zu dokumentieren. Die Stadt Wien wird die Empfehlung aufgreifen.

Zu Punkt Wahl des Vergabeverfahrens, Punkt 15.2 (1), Seite 55: [RH-Bericht NEU Seite 57]

Der Rechnungshof vermerkte, dass in mehr als einem Drittel der stichprobenweise überprüften Fälle kein Angebot des beauftragten Unternehmens enthalten war. In diesem Zusammenhang darf darauf hingewiesen werden, dass es sich fast ausschließlich um Akten handelt, die Mediensaltungsaufträge waren und somit auf Basis der veröffentlichten Mediadaten der Medienunternehmen erfolgt sind, die von der MA 53 zentral abgelegt werden. Darauf wurde im Zuge der Überprüfung seitens der MA 53 auch hingewiesen bzw. die Unterlagen zur Verfügung gestellt. Die Akten selbst enthielten, wie vom Rechnungshof auch anerkannt, Auftragsschreiben, Belegexemplar und den Vergabebermerk. Dem Auftragsschreiben waren auch die entsprechenden Preise und Rabatte einer Schaltung zu entnehmen.



Zu Punkt Wahl des Vergabeverfahrens, Punkt 15.2 (2), Seite 55: [RH-Bericht NEU Seite 57 ff]

Zur Kritik des Rechnungshofs, dass bei Direktvergaben von Kreativ- und Produktionsleistungen keine Vergleichsangebote eingeholt wurden, wurde dem Rechnungshof erläutert, dass die MA 53 über eine umfassende Marktübersicht und Expert\*innenwissen in ihrer Branche verfügt und es daher nicht erforderlich und überdies in Relation zur Anzahl der abzuwickelnden Kommunikationsprojekte zeitlich und administrativ unmöglich ist, dies so wie vom Rechnungshof vorgeschlagen, abzuwickeln. Der Sicht des Rechnungshofs, dass es bei der Durchführung von Kreativ- und Produktionsleistungen keinen angemessenen oder transparenten Wettbewerb gebe, ist entgegenzuhalten, dass der Rechnungshof selbst anführt, dass von 2019 bis 2021 insgesamt 90 unterschiedliche Agenturen durch die MA 53 beauftragt wurden. Hieraus kann wohl unstrittig ein angemessener Wettbewerb abgeleitet werden. Weiters hat die MA 53 gegenüber dem Rechnungshof erläutert, dass im Kreativbereich durch die Herstellung eines Wettbewerbs aufgrund der branchenüblichen Abschlagszahlungen Mehrkosten entstehen und es aufgrund der gewählten Schwerpunktsetzung der Agenturen fallweise einen stark eingeschränkten Kreis potenzieller Bieter\*innen, deren Preisgestaltung aufgrund der bestehenden Marktübersicht bekannt ist, im Zuge eines Wettbewerbs gibt. Aus Gründen der Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit wird daher auch künftig in der Regel auf die Einholung von Vergleichsangeboten bei Kreativleistungen verzichtet.

Zu Punkt Wahl des Vergabeverfahrens, Punkt 15.2 (3), Seite 56: [RH-Bericht NEU Seite 58]

Der Rechnungshof kritisierte, dass in den nach telefonischer Auftragserteilung (nacherfassten) schriftlichen Aufträgen teilweise keine Leistungsbeschreibungen enthalten waren. Der Rechnungshof empfahl daher, Beauftragungen von Medienschaltungen sowie von Kreativ- und Produktionsleistungen entsprechend den Vorgaben des Beschaffungsleitfadens zu dokumentieren und insbesondere den jeweiligen Leistungsgegenstand konkret zu beschreiben. Dazu ist anzumerken, dass der Beschaffungsleitfaden durchgängig korrekt umgesetzt wurde und insbesondere bei den Kreativ- und Produktionsleistungen aufgrund der vereinbarten Nutzungsrechte durchgängig auch bei schriftlicher Nacherfassung von Aufträgen eine umfassende Beschreibung des Leistungsgegenstands erfolgte. Die Stadt Wien wird weiterhin besonderes Augenmerk auf die Beschreibung des Leistungsgegenstands legen.

Zu Punkt Wahl des Vergabeverfahrens, Punkt. 16.2., Seite 57 ff: [RH-Bericht NEU Seite 60 ff]

Die Schlussfolgerung, wonach 17 Einzelaufträge aufgrund vergaberechtlicher Vorgaben zu acht Aufträgen hätten zusammengerechnet werden müssen, ist aus Sicht der MA 53 trotz der Identität des Auftragnehmers aufgrund nicht zusammengehöriger sachlicher, zeitlicher und inhaltlicher Aspekte nicht nachvollziehbar und wurde dem Rechnungshof entsprechend erläutert. Die Stadt Wien hat in der Vergangenheit immer besonderes Augenmerk auf die Bestimmungen zur Ermittlung des Auftragswerts gelegt und wird auch in Zukunft darauf achten.

Zu Punkt Preis- und Rabattgestaltung, Punkt 17.1 (3), Seite 58 ff: [RH-Bericht NEU Seite 61 ff]

Zur Analyse der Schaltungen, Skonti und Rabatte durch den Rechnungshof muss einleitend festgehalten werden, dass in die Betrachtung auch die in Aussicht gestellten Volumina für Medienkonzerne einbezogen werden müssen, die ein Anreiz sind, höhere Skonti oder Rabatte zu gewährleisten. Die MA 53 schließt im Gegensatz zu anderen Gebietskörperschaften bzw. Unternehmen keine „Jahresvereinbarungen“ ab bzw. sichert keine Mindestumsätze zu, um bei der Planung von einzelnen Kommunikationsprojekten die entsprechende Flexibilität zu haben, ausschließlich themen- und zielgruppenorientiert planen zu können. Wenn dies auch Einschränkungen aus Sicht der Sparsamkeit mit sich bringen mag, gewährleistet es jedenfalls in wirtschaftlicher und zweckmäßiger Hinsicht den Projekterfolg, da bei jeder Projektplanung die optimalen Mittel zur Zielgruppenerreichung gewählt werden können, ohne auf allfällig zugesagte Mindestumsätze achten zu müssen.

Zu Punkt Preis- und Rabattgestaltung, Punkt 17.2(1), Seite 59: [RH-Bericht NEU Seite 62]

Der Rechnungshof hielt fest, dass die Stadt Wien 2021 überwiegend 2 % bis 3 % Skonto bei Medienschaltungen lukrieren konnte. Demgegenüber hielt er fest, dass die Stadt Wien bei Schaltungen bei einem Medienkonzern lediglich 1 % Skonto verhandeln konnte. Daher empfahl der Rechnungshof der Stadt Wien, insbesondere bei häufig beauftragten Medien und auch bei hohen Auftragssummen, Skonti in der marktüblichen Höhe auszuverhandeln. Die Stadt Wien wird diese Empfehlung aufgreifen.

Zu Punkt Preis- und Rabattgestaltung, Punkt 17.2(2), Seite 59: [RH-Bericht NEU Seite 62 ff]

In Hinblick auf die geringeren Rabatte bei Medienschaltungen empfahl der Rechnungshof der Stadt Wien, die Zweckmäßigkeit der Nutzung künftiger Rahmenvereinbarungen der Bundesbeschaffung

GmbH für Schaltungen in Medien zu prüfen. Die Stadt Wien wird die Empfehlung aufgreifen, weist jedoch darauf hin, dass die Rabattgestaltung zwischen Regional- und Gesamtausgabe eines Mediums nicht unmittelbar verglichen werden kann. Auch wird die Stadt Wien aus erläuterten Gründen zukünftig keine Mindestumsätze vereinbaren.

Zu Punkt Besonderer Teil, Kapitel Einflussnahme auf die Beauftragung von Medienschaltungen, Punkte 18.1., 18.2., Seite 60 ff (TZ 10): [RH-Bericht NEU Seite 64 ff]

Einleitend muss zum Titel dieses Kapitels kritisch bemerkt werden, dass es zu keinem Zeitpunkt eine Einflussnahme auf die Beauftragung einer Medienschaltung gab. Die bloße Weiterleitung von (Initiativ)Angeboten von Medien kommt laufend vor, über die unterschiedlichsten Stellen und ist an sich weder eine präjudizielle Entscheidung noch eine Weisung, da die letztendliche Beauftragung einzig und allein der Fachabteilung vorbehalten ist. Der Rechnungshof stellt das Beispiel eines Falles dar, bei dem Schaltungen einzelner Inserate bzw. Advertorials oder Medienkooperationen auch auf Initiative von Medien erfolgen. Initiativangebote von Medien für Medienkooperationen oder -schaltungen sind – je nachdem, welche aktiven Kommunikationsthemen von öffentlichen oder privaten Organisationen wahrgenommen werden – branchenüblich und mediengattungsunabhängig nichts Ungewöhnliches. Die vom Rechnungshof erwähnte Medienschaltung wurde vorgenommen, da sie sich mit dem thematisch-inhaltlichen Ziel eines bereits vorhandenen Kommunikationsthemas deckte, für das es auch ein konkretes Informationsbedürfnis gab, nämlich Arbeit und Wirtschaft nach der Corona-Pandemie. Dass dieses Sonderthema budgetär außerhalb des kalkulierten Mediasplits lag, wurde zugunsten der Zielgruppeninformation abgewogen und lag nicht an einer vermeintlichen Urgenz durch das Büro des Finanzstadtrats. Richtigerweise führt der Rechnungshof nämlich auch an, dass in einem anderen Fall, in dem der erwähnte Geschäftsführer mit einem Angebot an die Stadt Wien herantrat und es abermals eine Urgenz gegeben haben soll, dies seitens der MA 53 abgelehnt wurde, weil es thematisch nicht in die Kommunikationsplanung passte. Zur Betonung des Rechnungshofs, dass – wie auch schon in seinem Bericht „Kostentransparenz bei der Medienarbeit – Bundeskanzleramt, Finanzministerium, Klimaschutzministerium“, Reihe Bund 2024/4 dargelegt – Medienkampagnen und -schaltungen Instrumente der Information der Bevölkerung sind und keine Instrumente der Medienfinanzierung oder Politikwerbung sein dürfen, darf dies für die Medienarbeit in Wien als gegeben angenommen werden, da die Beauftragung von Schaltungen einzig der Fachabteilung auf Basis ihrer Zuständigkeiten und Expertise vorbehalten ist. Zu einer Einflussnahme kam es zu keinem Zeitpunkt.

Zu Punkt Leistungen für digitale Medien, Punkt 19.2 (1), Seite 63: [RH-Bericht NEU Seite 67 ff]

Der Rechnungshof empfahl der Stadt Wien, vor externen Leistungsbeschaffungen – insbesondere bei hohen Auftragsvolumina – den Bedarf sowie auch den erforderlichen Umfang der Beauftragung nachvollziehbar zu analysieren und zu dokumentieren. Dazu ist aus Sicht der MA 53 anzumerken, dass der Bedarf im Beschlussantrag ausführlich dargelegt wird, indem die Vorhaben Weiterentwicklung der digitalen Produktpalette, Produktionsleistungen, das Community-Management, die Videoproduktion sowie eine auf User Experience (UX) und Barrierefreiheit hin optimierte Digitalentwicklung ausgeführt werden. Grundsätzlich ist die Empfehlung für die Stadt Wien nachvollziehbar und wird daher aufgegriffen.

Zu Punkt Leistungen für digitale Medien, Punkt 19.2 (2), Seite 63 ff: [RH-Bericht NEU Seite 68]

Der Rechnungshof empfahl der Stadt Wien, bei In-House-Vergaben die Prüfschritte für alle drei Zulässigkeitskriterien (Kontrollkriterium, Wesentlichkeitskriterium, Beteiligungskriterium) nachvollziehbar zu dokumentieren, da bei der gegenständlichen Vergabe für den Rechnungshof die Überprüfung des Wesentlichkeitskriteriums nicht ausreichend dokumentiert erschien. Der Empfehlung des Rechnungshofs wird nachgekommen und diese bei der Beauftragung künftiger Gutachten berücksichtigt werden.

**III. Zu den Schlussempfehlungen wird wie folgt Stellung genommen:**

Zu Schlussempfehlung (1) (TZ 3)

Die Empfehlung wird aufgenommen und eine Präzisierung in der Abgrenzung vorgenommen.

Zu Schlussempfehlung (2) (TZ 4)

Der Gesetzgeber hat mit der Novelle des MedKF-TG die Transparenzvorgaben für werbliche Leistungen deutlich erhöht. Die Stadt Wien hat bereits seit 2021 ergänzend zu den Veröffentlichungspflichten gemäß MedKF-TG einen regelmäßigen Jahresbericht veröffentlicht, der auch die Ausgaben für Kreativ- und Produktionsleistungen umfasst. Darüberhinausgehende Informationen sind den jeweiligen Rechnungsabschlüssen zu entnehmen. Die Stadt Wien ist im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit im Vergleich zu anderen österreichischen Gebietskörperschaften deutlich transparenter und wird auch zukünftig diese Vorreiterrolle weiter ausbauen.

#### Zu Schlussempfehlung (3) (TZ 7)

Aus Sicht der Stadt Wien wurden die Meldepflichten gemäß MedKF-TG lückenlos eingehalten und ist die Stadt Wien auch in Zukunft bestrebt, den Meldepflichten lückenlos nachzukommen.

#### Zu Schlussempfehlung (4) (TZ 9)

Die Stadt Wien wird die Empfehlung umsetzen und prüfen, in welcher Regelmäßigkeit eine Abtestung in wirtschaftlicher und sparsamer Hinsicht zweckmäßig erscheint. Die Ergebnisse der Abtestungen wären zukünftig gemäß Art.20 B-VG zu veröffentlichen.

#### Zu Schlussempfehlung (5) (TZ 10)

Die Stadt Wien wird dieser Empfehlung weiter nachkommen.

#### Zu Schlussempfehlung (6) (TZ 12)

Hinsichtlich der Empfehlung gilt, dass der Einsatz der eigenen Medienkanäle bereits ein integraler Bestandteil der Wiener Stadtkommunikation ist.

#### Zu Schlussempfehlung (7) (TZ 12)

Die Empfehlung wird geprüft, es wird aber darauf hingewiesen, dass „Mein Wien“ bereits jetzt schon eine umfassende Sachinformation bereitstellt und ressort- sowie projektverantwortliche Mitglieder des Wiener Stadtsenats für die Bürger\*innen transparent ausgewiesen werden sollten.

#### Zu Schlussempfehlung (8) (TZ 14)

Aus Sicht der Stadt Wien wurde der Beschaffungsleitfaden im Zuge der geprüften Auftragsvergaben lückenlos eingehalten. Die Stadt Wien wird daher dieser Empfehlung weiter nachkommen.

#### Zu Schlussempfehlung (9) (TZ 14)

Die Stadt Wien wird diese Empfehlung aufgreifen.

#### Zu Schlussempfehlung (10) (TZ 15)

Aus Sicht der Stadt Wien ist bereits ein angemessener und transparenter Wettbewerb sichergestellt, weitere Maßnahmen sind nicht geplant.

#### Zu Schlussempfehlung (11) (TZ 15)

Hinsichtlich Kreativ- und Produktionsleistungen wird dieser Empfehlung bereits seit vielen Jahren entsprochen. Die Stadt Wien wird dieser Empfehlung bezüglich der Medienkooperationen zukünftig nachkommen.

#### Zu Schlussempfehlung (12) (TZ 16)

Aus Sicht der Stadt Wien wurden die vergaberechtlichen Bestimmungen bei den geprüften Auftragsvergaben lückenlos eingehalten. Die Stadt Wien wird auch in Zukunft ein besonderes Augenmerk auf die Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen legen.

#### Zu Schlussempfehlung (13) (TZ 17)

Die Stadt Wien wird diese Empfehlung aufgreifen.

#### Zu Schlussempfehlung (14) (TZ 17)

Die Stadt Wien wird die Empfehlung aufgreifen, weist jedoch darauf hin, dass die Rabattgestaltung zwischen Regional- und Gesamtausgabe eines Mediums nicht unmittelbar verglichen werden kann. Darüber hinaus wird die Stadt Wien aus erläuterten Gründen auch zukünftig keine Mindestumsätze vereinbaren.

#### Zu Schlussempfehlung (15) (TZ 19)

Die Stadt Wien wird diese Empfehlung aufgreifen.

#### Zu Schlussempfehlung (16) (TZ 19)

Die Stadt Wien wird diese Empfehlung umsetzen.