



Landesrechnungshof
Niederösterreich

Radland GmbH
Prüfauftrag
Bericht 10 | 2022

Impressum:

Medieninhaber, Hersteller und Herausgeber:

Landesrechnungshof Niederösterreich

A-3109 St. Pölten, Wienerstraße 54

Redaktion:

Landesrechnungshof Niederösterreich

Bildnachweis:

Foto Deckblatt: Radfahrerin – © Josef Bollwein

Foto Rückseite: Sujet Radfahrerin – © Radland GmbH

Druck:

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung LAD3, Amtsdruckerei

Herausgegeben:

St. Pölten, im Dezember 2022



Europäisches Qualitätszertifikat

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



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



Landesrechnungshof
Niederösterreich

Radland GmbH
Prüfauftrag

Bericht 10 | 2022

Radland GmbH, Prüfauftrag Inhaltsverzeichnis

| | |
|----------------------------------|----|
| Zusammenfassung | I |
| 1. Prüfungsauftrag | 1 |
| 2. Gebarungsumfang | 4 |
| 3. Zuständigkeiten | 6 |
| 4. Rechtliche Grundlagen | 8 |
| 5. Organisatorische Grundlagen | 12 |
| 6. Strategische Grundlagen | 14 |
| 7. Inserate und Werbung | 20 |
| 8. Förderungen | 22 |
| 9. Spenden | 22 |
| 10. Sponsoring | 22 |
| 11. Dienstleistungen | 23 |
| 12. Kooperationen | 26 |
| 13. Mitgliedschaften in Vereinen | 26 |
| 14. Abkürzungen und Begriffe | 28 |
| 15. Tabellenverzeichnis | 31 |

Radland GmbH, Prüfauftrag Zusammenfassung

Die Radland GmbH bestand seit 3. Mai 2021 (Errichtungserklärung) als „Agentur für Aktive Mobilität“. Die Gesellschaft stand im Alleineigentum des Landes Niederösterreich und finanzierte sich im Wesentlichen aus Gesellschafterzuschuss, Umsatzerlösen und sonstigen Erträgen, wie zum Beispiel Sponsorgeldern.

Ihre zentrale Aufgabe bestand darin, Radfahren und Zufußgehen als modernen, nachhaltigen Lebensstil zu verbreiten und Menschen dazu anzuregen sowie Mobilitätsdienstleistungen wie das Leihradsystem „nextbike“ zu betreiben.

Marketingstrategie 2021-2023 weiterentwickeln

Der Anteil der täglich mit dem Rad und zu Fuß zurückgelegten Wege sollte von 22,0 auf 44,0 Prozent im Jahr 2030 verdoppelt werden. Dieses Ziel aus der „Strategie für mehr Aktive Mobilität in NÖ“ vom März 2021 verfolgte die Radland GmbH an Hand ihrer noch sehr allgemein gehaltenen Marketingstrategie vom Juni 2022. Dieser Strategie fehlten insbesondere noch Marketinginstrumente, Mediaplanungen außerhalb des Budgets, Leistungs- und Wirkungskennzahlen sowie Termine.

Inserate und Werbung

Von Anfang Mai 2021 bis Ende Mai 2022 gab die Radland GmbH 7.521,32 Euro netto für vier Inserate aus. Davon entfielen zwei auf Print- und zwei auf Online-Inserate. Die Zahlungen stimmten mit den Aufträgen beziehungsweise mit den zuvor eingeholten Preisauskünften überein.

Die Ausgaben für die Inserate standen im Einklang mit der noch sehr allgemein gehaltenen Marketingstrategie vom Juni 2022.

Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

Die personelle Ausstattung der Radland GmbH umfasste von 31. Dezember 2021 bis 31. Mai 2022 sieben Personen mit einer Praktikantin oder 3,78 Vollzeitäquivalente im Jahresdurchschnitt 2021. Die Gesellschaft lagerte Aufgaben im Bereich des Marketings und der Öffentlichkeitsarbeit an externe Agenturen aus. Die Personalverrechnung und das Finanzwesen besorgte eine Steuerberatungskanzlei.

Ein Zusatzauftrag für eine Bewusstseins-Kampagne überschritt das ursprünglich beauftragte Volumen um rund 230 Prozent aufgrund einer nachträglichen Umplanung, wobei für die Zusatzleistungen keine Vergleichsangebote eingeholt wurden.

Förderungen, Spenden, Sponsoring und Kooperationen

Von Mai 2021 bis Mai 2022 vergab die Radland GmbH keine Förderungen, gewährte keine Spenden und betrieb kein Sponsoring. Sie konnte jedoch Sponsoren gewinnen und erhielt daraus Einnahmen.

In diesem Zeitraum schloss die Gesellschaft auch keine Kooperationsvereinbarungen ab, die mit Zahlungen an juristische oder natürliche Personen verbunden waren. Es bestand jedoch bereits eine Medienkooperation mit einer Österreichischen Tageszeitung, bei der die erbrachten Leistungen der Radland GmbH und der Tageszeitung für das Leihradsystem nextbike gegenverrechnet beziehungsweise saldiert wurden.

Die Compliance Richtlinie der Radland GmbH behielt die Zusage von Spenden, Zuwendungen für gemeinnützige Zwecke und Sponsoring der Geschäftsführung vor. Die Marketingstrategie vom Juni 2022 beinhaltete jedoch weder Spenden noch Sponsoring an Dritte.

Mitgliedschaften in drei Vereinen

Von Mai 2021 bis Mai 2022 war die Radland GmbH Mitglied in den Vereinen „Walk-Space.at – der österreichische Verein für FußgängerInnen“, „Radkompetenz Österreich“ und „Marketing Club Österreich“. Dafür fielen im Jahr 2021 Mitgliedsbeiträge von 1.230,00 Euro und bis Mai 2022 von 420,00 Euro an. Die Mitgliedschaften in diesen Vereinen standen mit den strategischen Zielen der Radland GmbH im Einklang. Deren Marketingstrategie vom Juni 2022 sah auch keine Vereinsmitgliedschaften vor.

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

1. Prüfungsauftrag

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

Der Überprüfung lag der Antrag, Landtagszahl Ltg.-2067/A-2/77-2022, vom 28. April 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 NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH, der NÖ Familienland GmbH, der Radland GmbH, der Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG), der Natur im Garten GmbH mit der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH sowie der NÖ.Regional.GmbH.

Die Radland GmbH wurde am 3. Mai 2021 (Errichtungserklärung) als „Agentur für Aktive Mobilität“ sowie als zentrale Anlauf- und Servicestelle für Radfahrer und Fußgänger errichtet.

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 Radland GmbH und die NÖ Landesregierung auf mögliche Verbesserungen hinzuweisen und dem NÖ Landtag zur Wahrnehmung seiner Budget- und Kontrollhoheit darüber zu berichten.

1.1 Anlass des Prüfauftrags

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

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

des Bundes beziehungsweise deren Kontrolle durch den Rechnungshof und den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat.

Gegenstand des Prüfauftrags

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

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

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

Da die Radland GmbH am 3. Mai 2021 errichtet wurde, beschränkte sich der Überprüfungszeitraum von Anfang Mai 2021 bis Ende Mai 2022.

Zeithorizont und Datensätze

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

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

1.2 Prüfungsmethode

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

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

Die Radland GmbH bestätigte im Zuge der Schlussbesprechung am 27. September 2022 die Vollständigkeit der übermittelten Daten und Unterlagen.

Der Prüfauftrag stellte auf Zahlungsflüsse, Zahlungen, Auftragswerte, Kosten, Förderbeträge und Spendenbeträge ab. Daher erhob der Landesrechnungshof zunächst die Aufwendungen und ermittelte im Rahmen von stichprobenartigen Überprüfungen die Auftragswerte. Zudem führte er vertiefende Überprüfungen in ausgewählten Fällen durch. Dazu holte er ergänzende Informationen ein und nahm Einsicht in Geschäftsstücke.

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

1.3 Berichterstattung

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

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

2. Gebarungsumfang

Die Radland GmbH befand sich im Alleineigentum des Landes NÖ und war mit einem Stammkapital von 35.000,00 Euro ausgestattet. Die Gesellschaft verfügte über einen nichtbetrieblichen Teil, der sich mit Bewusstseinsbildung und Kampagnen zur Förderung der aktiven Mobilität mit dem Rad oder zu Fuß befasste, und einen betrieblichen Teil. Dieser umfasste im Wesentlichen das Leihradsystem nextbike.

Im Jahr 2021 finanzierte sich die Gesellschaft über den Gesellschafterzuschuss des Landes NÖ von 727.000,00 Euro, aus Umsatzerlösen von 305.418,54 Euro und sonstigen betrieblichen Erträgen von 17.502,41 Euro. Diese sonstigen betrieblichen Erträge stammten hauptsächlich aus der Auflösung von Investitionszuschüssen für Nextbike-Räder, die von der Energie- und Umweltagentur des Landes NÖ übernommen worden waren.

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

Tabelle 1: Kenndaten der Radland GmbH

| Kenndaten | 31. Dezember 2021 |
|--|--------------------------|
| Bilanzsumme in Euro | 427.199,97 |
| Gesellschafterzuschuss des Landes in Euro | 727.000,00 |
| Bilanzverlust in Euro | 160.055,69 |
| Anzahl der Beschäftigten/Vollzeitäquivalente | 7/3,78 |
| Personalaufwand in Euro | 265.830,14 |

Die Bilanzsumme der Radland GmbH zum 31. Dezember 2021 betrug 427.199,97 Euro. Die Aktiva setzten sich aus dem Anlagevermögen in Höhe von 186.613,18 Euro, dem Umlaufvermögen mit den Forderungen und einem Bankguthaben in Höhe von 235.966,03 Euro sowie aus Rechnungsabgrenzungsposten in Höhe von 4.620,00 Euro zusammen. Das Anlagevermögen bestand größtenteils aus Nextbike-Rädern.

Die Passiva bestanden aus dem Eigenkapital in Höhe von 261.531,78 Euro, Investitionszuschüssen in Höhe von 20.416,41 Euro, Rückstellungen in Höhe von 35.772,00 Euro, kurzfristige Verbindlichkeiten hauptsächlich auf Verrechnungskonten in Höhe von 78.494,86 Euro sowie Rechnungsabgrenzungsposten in Höhe von 30.984,82 Euro. Das Eigenkapital setzte sich aus dem Stammkapital, der nicht gebundenen Kapitalrücklage und dem Bilanzverlust in Höhe von 160.055,69 Euro zusammen.

Der Gesellschafterzuschuss des Landes NÖ von 727.000,00 Euro bedeckte teilweise den Jahresfehlbetrag, sodass sich ein Bilanzverlust von 160.055,69 Euro ergab.

Der Personalaufwand der Radland GmbH im Jahr 2021 in Höhe von 265.830,14 Euro stellte 33,7 Prozent der Gesamtaufwendungen dar. Die Gesellschaft verfügte über sechs Beschäftigte und eine Praktikantin mit acht Wochenstunden beziehungsweise 3,78 Vollzeitäquivalenten im Jahresdurchschnitt 2021.

Für den Geschäftsverlauf im Jahr 2022 war aufgrund der ausreichenden Rücklagen kein Liquiditätsproblem zu erwarten.

Die Radland GmbH betrieb die Fachbereiche Mobilität Rad und Mobilität Gehen sowie das Leihradssystem nextbike, das sich bis zum Jahr 2024 aus dem Betrieb finanzieren sollte.

In der Fahrradsaison 2021 wurden die nextbikes 55.960 Mal gebucht. In der Saison 2022 waren 945 Nextbike-Räder an 209 Verleihstationen in 58 Gemeinden im Einsatz, wobei fünf neue Verleihstandorte in Amstetten, Wiener Neustadt und Hollabrunn zur Verfügung standen.

3. Zuständigkeiten

Im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 fanden sich im Zusammenhang mit der Radland GmbH folgende Zuständigkeiten der NÖ Landesregierung und des Amtes der NÖ Landesregierung:

3.1 NÖ Landesregierung

Aufgrund der Verordnung über die Geschäftsordnung der NÖ Landesregierung fielen unter anderem die Verwaltung der Gesellschaftsanteile des Landes NÖ und der daraus erzielten Einnahmen, soweit diese Angelegenheiten keinem anderen Mitglied der NÖ Landesregierung zugewiesen waren, sowie die Entsendung von Vertreterinnen und Vertretern des Landes NÖ oder der NÖ Landesregierung in öffentliche Körperschaften oder andere juristische Personen in die Zuständigkeit von Landeshauptfrau Mag.^a Johanna Mikl-Leitner.

Landeshauptfrau-Stellvertreter für Kommunale Verwaltung, Konsumentenschutz, Bau- und Verkehrsrecht Franz Schnabl war unter anderem für Angelegenheiten des Verkehrswesens zuständig, soweit diese keinem anderen Mitglied der NÖ Landesregierung zugewiesen waren.

Dem Landesrat für Finanzen und Mobilität Dipl.-Ing. Ludwig Schleritzko waren neben den Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens, unter anderem Gesamtverkehrsangelegenheiten, Angelegenheiten von Straßen, alle damit direkt zusammenhängenden verkehrstechnischen Angelegenheiten und Radwege zugeordnet.

Die Zuständigkeiten des Landesrats für Wohnen, Arbeit und internationale Beziehungen Dr. Martin Eichinger umfassten auch die Angelegenheiten der umweltbewussten Lebensführung.

Die Zuständigkeiten des Landesrats für Wirtschaft, Tourismus und Sport Mag. Jochen Danninger umfassten die touristische Nutzung der Radrouten in Niederösterreich.

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, Zinszuschüsse, Beihilfen und sonstige Förderungsmaßnahmen von über 80.000,00 Euro, soweit der Leistungsempfänger nicht bereits im Landesvoranschlag bezeichnet war.

3.2 Amt der NÖ Landesregierung

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

Abteilung Finanzen F1

In den Aufgabenbereich der Abteilung Finanzen F1 fielen neben den Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens unter anderem die Verwaltung der Gesellschaftsanteile des Landes NÖ, soweit diese Angelegenheiten nicht einer anderen Abteilung zugewiesen waren. Die Vertretung des Landes NÖ in der Radland GmbH nahm der Leiter der Abteilung Raumordnung und Gesamtverkehrsangelegenheiten RU7 wahr.

Abteilung Verkehrsrecht RU6

Der Abteilung Verkehrsrecht RU6 oblagen neben der Straßenpolizei das Kraftfahrwesen und das Verkehrswesen, soweit diese Angelegenheiten nicht einer anderen Abteilung zugewiesen waren.

Abteilung Raumordnung und Gesamtverkehrsangelegenheiten RU7

Die Aufgaben der Abteilung Raumordnung und Gesamtverkehrsangelegenheiten RU7 umfassten unter anderem das NÖ Mobilitätskonzept, den Alltagsradverkehr und die Radverkehrskoordination, die Förderung einer raum-, umwelt- und klimaverträglichen Mobilität, innovative Mobilitätsformen sowie die Verwaltung der Anteile des Landes NÖ an der Radland GmbH.

Abteilung Landesstraßenplanung ST3

Zu den Aufgaben der Abteilung Landesstraßenplanung ST3 zählte die Förderung von Radverkehrsanlagen.

Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie WST3

Zu den Aufgaben der Abteilung Wirtschaft, Tourismus und Technologie WST3 zählte die Förderung von touristisch genutzten Radrouten im Rahmen der Regionalförderung, die von der ecoplus. Niederösterreichs Wirtschaftsagentur GmbH abgewickelt wurde.

4. Rechtliche Grundlagen

Den rechtlichen Rahmen für die Radland GmbH bildeten bundes- und landesgesetzliche Grundlagen, die Errichtungserklärung sowie Vereinbarungen und 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, das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz – DSG), BGBl I 1999/165 und die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), namens Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr.

Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung

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

Datenschutzgesetz und Datenschutz-Grundverordnung

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

Bundesvergabegesetz 2018 – BVergG 2018

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

4.2 Landesrecht

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

Handbuch Beteiligungsmanagement

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

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

Ergebnis 1

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

Stellungnahme der NÖ Landesregierung:

Die Empfehlung des Landesrechnungshofes wird umgesetzt.

Stellungnahme der Radland GmbH:

Dieses Thema betrifft das gesamte Beteiligungsmanagement des Landes und fällt in den Zuständigkeitsbereich der Abteilung F1.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahmen zur Kenntnis.

Rahmenvereinbarung mit Eventagenturen

Für Rechtsgeschäfte im Zusammenhang mit Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Kooperationen bestand seit 24. März 2020 eine Rahmenvereinbarung des Landes NÖ „Eventmanagement 2019“ mit vier Vertragspartnern.

Die Rahmenvereinbarung beruhte auf einer europaweiten Ausschreibung von Leistungen für Eventagenturen nach dem Bundesvergabegesetz 2018 und dem Bestbieterprinzip im Jahr 2019.

Den Gegenstand bildeten die Organisation beziehungsweise das Eventmanagement von Veranstaltungen der NÖ Landesregierung und des NÖ Landtags. Dazu zählten Empfänge, Konferenzen, Workshops, Bürgerinformationen und messeähnliche Veranstaltungen.

Das Amt der NÖ Landesregierung konnte die Leistungen für ein Eventmanagement entweder nach dem Rotationsprinzip aus der Rahmenvereinbarung abrufen oder die Vertragspartner zur Angebotslegung einladen. Die Vereinbarung galt auch für taxativ angeführte landesnahe Gesellschaften und Vereine. Eine Abnahmeverpflichtung bestand nicht.

Die Abteilung Gebäudeverwaltung LAD3 informierte die Gruppenleitungen des Amtes der NÖ Landesregierung mit E-Mail vom 24. März 2020 über diese Rahmenvereinbarung und ersuchte, die Nachricht an die Abteilungsleitungen und die Geschäftsführungen der landesnahen Organisation weiterzuleiten.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Radland GmbH keine Kenntnis von der möglichen Inanspruchnahme dieser Rahmenvereinbarungen hatte. Er empfahl der Radland GmbH, die Rahmenvereinbarung als Vergleichsgrundlage heranzuziehen und zu klären, ob eine Anwendung durch die Gesellschaft (als Rechtsnachfolgerin) in Frage kommt.

Ergebnis 2

Die Radland GmbH sollte die Rahmenvereinbarung des Landes NÖ mit Eventagenturen als Vergleichsgrundlage bei Angebotseinholungen heranziehen.

Die Geschäftsführung der Radland GmbH teilte im Zuge der Schlussbesprechung mit, dass laut Auskunft der Abteilung Finanzen F1 eine nachträgliche Aufnahme in die Rahmenvereinbarung nicht möglich war.

Der Landesrechnungshof betrachtete daher diese Empfehlung als umgesetzt.

Stellungnahme der Radland GmbH:

Dieser Punkt wird seitens des Landesrechnungshofs bereits als umgesetzt betrachtet.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

4.3 Compliance-Richtlinie der Radland GmbH

Die Compliance-Richtlinie der Radland GmbH vom 8. Juni 2022 wurde vom Aufsichtsrat per Umlaufbeschluss genehmigt und den Mitarbeitenden zwischen 10. Juni und 6. Juli 2022 nachweislich zur Kenntnis gebracht.

Die Richtlinie sollte ein gemeinsames Verständnis für das richtige Verhalten in der täglichen Zusammenarbeit, in Bezug auf Bestechung und Korruption, Geschenke und Entertainment, Betrug und Diebstahl sowie den richtigen Umgang mit geschützten oder vertraulichen Daten von Geschäftspartnern, Kunden und sonstigen Anspruchsberechtigten (Stakeholdern) schaffen. Diese durften nur aufgrund der Datenschutzgrundverordnung und den internen Richtlinien erhoben, gespeichert und verarbeitet werden.

Die Compliance Richtlinie orientierte sich an dem gemeinsamen Verhaltenskodex zur Korruptionsprävention im öffentlichen Dienst „Die VerANTWORTung liegt bei mir“ des Landes NÖ und des Bundesministeriums für Kunst, Kultur, öffentlichen Dienst und Sport aus dem Jahr 2021 sowie der Fibel zum Korruptionsstrafrechtsänderungsgesetz 2012 „Korruptionsstrafrecht Neu“. Diese waren der Compliance-Richtlinie beigelegt.

Spenden, Zuwendungen für gemeinnützige Zwecke und Sponsoring behielt die Richtlinie ausschließlich die Geschäftsführung vor.

5. Organisatorische Grundlagen

Die Radland GmbH entstand aus der Vorgängergesellschaft NÖVOG Infrastruktur GmbH (Errichtungserklärung am 3. Jänner 2017, Firmenbucheintragung am 12. Jänner 2017).

Die Errichtungserklärung der Radland GmbH vom 3. Mai 2021 (Firmenbucheintragung am 11. Mai 2021) legte unter anderem Gegenstand, Zweck, Stammkapital, Geschäftsanteile, Organe (Gesellschafterversammlung, Geschäftsführung, Aufsichtsrat), Aufgaben, Rechte und Pflichten sowie Mittel und Rechnungslegung fest. Den rechtlichen Rahmen bildete das Bundesgesetz über die Gesellschaften mit beschränkter Haftung.

Der Unternehmensgegenstand der Radland GmbH wies die Gesellschaft als zentrale Anlauf- und Servicestelle für Radfahrer und Fußgänger aus. Weitere Gegenstände waren Evaluierung, Strukturierung und Umsetzung von Konzepten im Bereich Mobilität, Multimodalität, nachhaltige Logistik und Infrastruktur, Information, Sensibilisierung und Aktivierung der Bevölkerung in Hinblick auf Mobilitätsstrategien des Landes NÖ sowie Planung, Umsetzung, Bereitstellung und Betrieb von Infrastruktur und Dienstleistungen im Bereich der Multimodalität, nachhaltigen Logistik und aktiven Mobilität.

5.1 Aufgaben und Organe

Die Radland GmbH übernahm von der NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH die Initiativen „Radland“ und „Niederösterreich radelt“ sowie den Betrieb des NÖ Leihradsystems nextbike. Darüber hinaus sollte die Gesellschaft im Bereich der aktiven Mobilität, die neben dem Radfahren auch das Zufußgehen umfasste, neue bewusstseinsbildende Aktivitäten entwickeln und durchführen.

In der Radland GmbH wurden die Zuständigkeiten für Bewusstseinsbildung, Information, Mobilitätsdienstleistung und Mehrwertdienste wie nextbike oder Radboxen zu einer „Agentur für Aktive Mobilität“ zusammengeführt.

Von Mai 2021 bis Mai 2022 bestand die Radland GmbH aus der Geschäftsführung (Alleingeschäftsführung), der Gesellschafterversammlung, dem Aufsichtsrat sowie aus dem sechsköpfigen Personal. Eine Person entfiel auf Kommunikation, Marketing und Public Relations. Außerdem verstärkte eine Praktikantin im Zeitraum vom 4. Oktober 2021 bis 30. Juni 2022 den Bereich der administrativen Assistenz mit einem Beschäftigungsausmaß von acht Wochenstunden. Diese Stelle wurde laut Geschäftsführung ab September 2022 mit einer Teilzeitkraft besetzt. Sitz der Gesellschaft war in Sankt Pölten.

Die Vertretung des Landes NÖ in der Generalversammlung nahm der Leiter der Abteilung Raumordnung und Gesamtverkehrsangelegenheiten RU7 (Vollmacht der Landeshauptfrau vom 15. April 2021) wahr. Dieser berief am 17. Mai 2021 eine außerordentliche Generalversammlung ein, welche die vier Mitglieder des Aufsichtsrats und die neue Geschäftsführung bestellte sowie die Geschäftsordnung für die Geschäftsführung der Gesellschaft erließ (Firmenbucheintragung am 15. Juni 2021). Der Aufsichtsrat konstituierte sich am 2. Juni 2021 und gab sich eine Geschäftsordnung.

Neben der Steuerung und der Kontrolle der Gesellschaft behielt die Geschäftsordnung dem Aufsichtsrat die Zustimmung für bestimmte Maßnahmen und Rechtsgeschäfte vor. Dazu zählten:

- die Festlegung allgemeiner Grundsätze der Geschäftspolitik oder der Erwerb, die Veräußerung und Belastung von Liegenschaften,
- Empfehlungen an die Generalversammlung, beispielsweise zu Bestellung, Wiederbestellung und/oder Abberufung der Geschäftsführung und
- Verträge mit einem Mitglied der Geschäftsführung oder deren Änderungen.

Dazu fanden zumindest vier Sitzungen pro Geschäftsjahr statt.

Die Gesellschaft war projektbezogen organisiert. Die Organisation stellte sich folgendermaßen dar:

Abbildung 1: Organigramm Radland GmbH



Quelle: Radland GmbH; eigene Darstellung Landesrechnungshof

Kommunikation, Marketing und Public Relations (PR) der Radland GmbH waren neben Assistenz und Administration als Stabstelle unmittelbar der Geschäftsführung unterstellt. Darunter befanden sich die Organisationseinheiten für nextbike, Mobilität (Rad), Mobilität (Gehen) und Projektmitarbeit für nextbike und Mobilität.

Internes Kontrollsystem

Das interne Kontrollsystem der Radland GmbH beruhte auf Prozessvorgaben für die Bearbeitung von Bestellungen und Eingangsrechnungen, weiters auf Aufgabenverteilung, Stellenbeschreibungen und Funktionstrennung der Bestätigung der rechnerischen und sachlichen Richtigkeit, der Vorkontierung und der Bankanweisung von Rechnungen.

Die Alleingeschäftsführung verfügte über Zeichnungs- und Unterschriftsberechtigungen. Um das Vier-Augen-Prinzip zu wahren, nahm die Steuerberatungskanzlei die Banküberweisungen aufgrund der Bestätigung der rechnerischen und sachlichen Richtigkeit vor.

6. Strategische Grundlagen

Die Radland GmbH richtete ihre Unternehmensstrategie und ihre Marketingstrategie 2021 – 2023 an der „Strategie für mehr Aktive Mobilität in NÖ“ aus.

6.1 Strategie für mehr Aktive Mobilität NÖ

Die „Strategie für mehr Aktive Mobilität in NÖ“ mit dem Untertitel „Fit in die Zukunft – Fit für die Zukunft“ vom März 2021 baute auf das NÖ Mobilitätskonzept 2030+ vom Juni 2015 auf, das unter anderem bereits eine Stärkung der Aktivverkehre, Radfahren und Zufußgehen beinhaltete.

Die „Strategie für mehr Aktive Mobilität in NÖ“ setzte sich fünf Ziele, um den Anteil der täglich mit dem Rad und zu Fuß zurückgelegten Wege von 22,0 Prozent auf 44,0 Prozent im Jahr 2030 zu verdoppeln.

Die fünf Ziele lauteten „Vorteile auf kurzen Wegen“, „Die clevere Alternative für mittellange Wege“, „Aktive Mobilität und Öffentlicher Verkehr“, „Die Vorzüge (er-)kennen“ und „Die Aktive Mobilität steht auf einem starken Fundament“. Damit sollte Radfahren und Zufußgehen als beste Option auf kurzen Wegen, als interessante Alternative auf Strecken mittlerer Länge, als Lösung für die erste und letzte Meile von längeren Wegen sowie als gesellschaftlich anerkannte Wahl für viele Alltagswege verbreitet werden. Zudem sollte eine effiziente und zielgerichtete Unterstützung der aktiven Mobilität ermöglicht werden.

Diese Zielsetzungen sollten durch sichere Straßenraumgestaltung, durch Angebote für reibungslose, multimodale Wegeketten, durch eine treffsichere Imagekampagne und eine breite Kooperation mit Gemeinden, Wirtschaft, Schulen und anderen Akteuren erreicht werden.

Dazu enthielt die Strategie Handlungsfelder, Maßnahmen, Indikatoren, Zielwerte und Ausgangslagen.

Handlungsfelder und strategische Ziele

Die Handlungsfelder umfassten „Infrastruktur“, „Multimodalität“, „Neue Mobilitätsmöglichkeiten“, „Information und Kooperation“ sowie „Förderung und Organisation“ und beinhalteten zum Beispiel Radschnellwege, Rad-Basisnetze, Bike&Ride-Offensive, nextbike und andere Leihsysteme (Sharing) sowie die Kooperation „Niederösterreich radelt“ mit Gemeinden.

Als Indikatoren und Zielwerte dienten zum Beispiel die Länge der geschaffenen Radschnellwege von 200 Kilometern bis zum Jahr 2030, die Anzahl beziehungsweise die Fertigstellung der Rad-Basisnetz-Projekte bis 2030, die Anzahl von 7.000 zusätzlichen Bike&Ride Stellplätzen und eine fünfzigprozentige Erhöhung ihrer Auslastung, eine Verdoppelung der 65.200 nextbike Verleihvorgänge bis 2030, eine deutliche jährliche Steigerung der Anzahl an 3.400 Teilnehmenden an „Niederösterreich radelt“ und der 1,40 Millionen dabei aufgezählten Kilometer sowie eine Vervielfachung der jährlichen Investitionen von drei Millionen Euro für Radverkehr von Bund und Land.

Dem Ziel „Die Aktive Mobilität steht auf einem starken Fundament“ war die Bündelung der Personalressourcen für Aktivität als Indikator und die Gründung einer neuen Agentur für Aktive Mobilität als Zielwert zugeordnet.

Der Landesrechnungshof hielt fest, dass das Teilziel „Gründung einer Agentur für Aktive Mobilität“ mit der Errichtung der Radland GmbH am 3. Mai 2021 umgesetzt wurde.

6.2 Unternehmensstrategie

Die Unternehmensstrategie 2021-2023 der Radland GmbH vom Juni 2022 wies die Gesellschaft als zentrale Anlauf- und Servicestelle für das Ziel aus, Niederösterreich zum Land der Radfahrerinnen und Fußgängerinnen zu machen. Dazu sah die Strategie vor, alle zu informieren, zu vernetzen und zu unterstützen, die das Radfahren und Zufußgehen fördern.

Weiters sah die Unternehmensstrategie vor, dass die Radland GmbH mit dem Land NÖ, den Gemeinden, Bildungseinrichtungen, Betrieben und Partnerorganisationen an bewusstseinsbildenden Initiativen und Veranstaltungen arbeitet, um die aktive Mobilität mit Gehen und Radfahren zu fördern.

Dazu sollte ein vielfältiges Angebot aus Mitmach-Aktionen, Wettbewerben, Gewinnspielen, Verleihsystemen, Förderungen sowie einem Kursprogramm für Kinder und Senioren aufgelegt und umgesetzt werden. Das erste Jahr organisierte die Gesellschaft vor allem Pilotveranstaltungen und -aktionen zur Evaluierung von Nutzen und Erfolg, um darauf konkrete Ziele für 2023 und die Folgejahre aufzubauen.

6.3 Marketingstrategie 2021 – 2023

Die Marketingstrategie 2021 – 2023 der Radland GmbH beinhaltete auf neun Seiten die Abschnitte „Ausgangslage“, „Kundenanalyse“, „Kernbotschaft & Ziele“ sowie „Messen und Optimieren“.

Ausgangslage

Ausgehend von der „Strategie für mehr Aktive Mobilität in NÖ. Fit in die Zukunft – Fit für die Zukunft.“ war das Marketing der Radland GmbH auf die angestrebte Verdoppelung der täglichen Wege, die mit dem Rad und zu Fuß zurückgelegt werden, auf 44,0 Prozent im Jahr 2030 sowie auf die fünf Ziele „Vorteile auf kurzen Wegen“, „Die clevere Alternative für mittellange Wege“, „Aktive Mobilität und Öffentlicher Verkehr“, „Die Vorzüge (er-)kennen“ und „Die Aktive Mobilität steht auf einem starken Fundament“ auszurichten.

Weiters verwies die Marketingstrategie auf die fünf Handlungsfelder und die diesen zugeordneten Maßnahmen sowie auf die vorhandenen Newsletter-Formate, Newsletter-Abonnenten, Gewinnspiele, Veranstaltungen, Webseiten, und die Öffentlichkeitsarbeit, der besondere Bedeutung zukam.

Der gesamte Außenauftritt sollte jedoch erneuert werden, ohne die bestehende Marke „Radland“ zu schwächen.

Kundenanalyse und Dialoggruppen

Die Angebote der Radland GmbH sollten für alle Niederösterreicherinnen und Niederösterreicher unabhängig von Alter, Geschlecht, Wohnort und Bildungsstandard attraktiv und zugänglich sein und richteten sich an Schulen und Kindergärten sowie an Betriebe und alle Gemeinden in Niederösterreich.

Als primäre Zielgruppe führte die Marketingstrategie die Erwerbstätigen an, weil die Arbeitswege den größten Anteil an den Alltagswegen hatten. Aus Gründen der Verkehrssicherheit, der Hol- und Bringdienste der Erwerbstätigen sowie der Vermittlung des Mobilitätsverhalten in der Kindheit wurden Kinder sowie Seniorinnen und Senioren als ebenso wichtige Zielgruppen eingestuft.

Die Dialoggruppen umschrieben die Marketingstrategie mit „Niederösterreicherinnen und Niederösterreicher“, „Schulen und Kindergärten“ sowie „Gemeinden und Unternehmen“, wobei immer jene Individuen oder Organisationen gemeint sein sollten, die bereits aktiv mobil waren, sich für aktive Mobilität interessierten oder die Möglichkeit oder das Potenzial hatten, mit dem Rad oder zu Fuß unterwegs zu sein.

Kernbotschaft

Die Marketingstrategie richtete die Tätigkeiten der Radland GmbH auf die Bewusstseinsbildung für Radfahren und Zufußgehen im Alltag aus. Die Kernbotschaft dazu sollte die strategischen Ziele vermitteln und lautete: „Aktive Mobilität ausprobieren! Radfahren und Zufußgehen unterstützen deinen modernen, nachhaltigen Lebensstil und führen zu einem besseren Leben. Radland Niederösterreich ist für dich die Anlauf- und Servicestelle.“

Damit sollten Menschen inspiriert werden, aktive Mobilität auszuprobieren und zur Mobilitätswende beizutragen. Darüber hinaus sollte die Kernbotschaft insgesamt das Image des Bundeslandes Niederösterreich als Radland Nr. 1 stärken.

Als Nichtziel definierte die Gesellschaft die Einrichtung einer Anlaufstelle für Beschwerden oder Anfragen zur Finanzierung von Radwegen. Sie leitete Anfragen an die zuständigen Stellen (Abteilungen, Gemeinden) weiter.

Operative Ziele

Die strategischen Ziele der Radland GmbH sollten mittels folgender operativer Ziele mit Hilfe der entsprechenden Marketing-Instrumente erreicht werden:

- Neupositionierung der Marke „Radland“; Erarbeitung einer Corporate Identity (Design, Wording) und neues „look & feel“ von Radland.at

- Erarbeitung von relevanten KPIs (Key Performance Indicators) im Sinne der Messung, Evaluierung und Optimierung aller Aktivitäten im Bereich Marketing, Kommunikation und PR; Medienmonitoring, Digital KPI: Impressionen (Sichtkontakte), Anzahl von Besuchern, Klickraten, Verweildauer, Absprungrate, Öffnungsraten, Anzahl von Followern, Reichweite, Engagemtrate (likes, comments, shares)
- Aufbau und Umsetzung einer digitalen Content Strategie; Social Media (zum Beispiel: eigener Facebook Kanal), E-Mail-Marketing (zum Beispiel: Newsletter), Kunden-/Communitymanagement, Webseite
- Aufbau und Umsetzung einer digitalen Werbestrategie; SEA, Facebook, YouTube
- Erarbeitung von Imagekampagnen: Etablierung einer eigenen Submarke „niederösterride“ als Sinnbild für das neue Bewusstsein Niederösterreichs als Radland Nr. 1; Fokus auf den Bereich der Verkehrssicherheit als Grundvoraussetzung für sicheres Radfahren und Zufußgehen
- Aufbau von Testimonials; Menschen in den Regionen als authentische Role Models gewinnen: Leute wie du und ich, jedoch mit höherem Bekanntheitsgrad, die ihre Radfahr- und Zufußgeh-Story erzählen. Identifikation mit deren Lebenswelten („urban Lifestyle“)
- Radland-Partner als Multiplikatoren einbauen; Synergien vor allem im Bereich von Social Media nutzen
- Aufbau, Planung und Umsetzung aller PR-Aktivitäten; PR-Strategie (Themen, zeitliche Planung), Presseaussendungen, Etablierung eines Netzwerks zu Journalisten/Medien
- Offline-Marketing; bei Infoständen und Veranstaltungen (Infomaterial, Give-Aways) sowie mit zahlreichen Gewinnspielen (Verlosung von hochwertigen Sachpreisen)

Die Marketingstrategie ordnete diesen „operativen“ Zielen (noch) keine Marketinginstrumente, Zielwerte, Termine, Budgets oder Voranschläge und keine Erfolgs- oder Leistungskennzahlen (KPI) zu. Der Abschnitt „Messen und Optimieren“ kündigte deren Aufbau und Einsatz sowie deren laufende Beobachtung (Monitoring) an.

Auch eine Mediaplanung für Printmedien, Online Medien und Rundfunkmedien sowie für Veranstaltungen lag außerhalb der Budgetplanung noch nicht vor.

Hinsichtlich der Konkretisierung von Zielgrößen für das Jahr 2023 verwies die Geschäftsführung auf die Analyse und den Erfahrungsgewinn aus den bisherigen Aktivitäten seit Gründung der Gesellschaft im Mai 2021. Aus den Ergebnissen sollten im Herbst 2022 Benchmarks als Basis für die zukünftige Kommunikationsstrategie definiert werden.

Messen und Optimieren

Dem Abschnitt Messen und Optimieren zufolge, sollten die eingesetzten Indikatoren (Key Performance Indicators) laufend beobachtet und evaluiert werden, um eine immer genauere Kundenansprache zu erlauben.

Nach der Etablierung der Marketinginstrumente sollten in einem ersten Zwischenbericht quantitative Zielvorgaben für die nächste Periode erarbeitet werden. Ein Jahresbericht sollte detailliert über die Zielerreichung informieren. Zwischenberichte im Sommer sollten auch unter dem Jahr Analysen aus den bisherigen KPI-Messungen erlauben.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Marketingstrategie 2021-2023 der Radland GmbH mit dem Unternehmensgegenstand und der „Strategie für mehr Aktive Mobilität in NÖ. Fit in die Zukunft – Fit für die Zukunft“ im Einklang stand. Er sah die Organe der Radland GmbH jedoch gefordert, wie geplant zu den strategischen und den operativen Zielen zweckmäßige Marketinginstrumente sowie eine Mediaplanung zu entwickeln und dazu Ausgangswerte, Budgets, Termine sowie Leistungs- und Wirkungskennzahlen zur Erfolgsmessung festzulegen. Die Umsetzung der Vorgaben wäre durch ein unterjähriges Berichtswesen zu überwachen und rollierend anzupassen.

Ergebnis 3

Die Radland GmbH sollte ihre Marketingstrategie vom Juni 2022 vervollständigen und weiterentwickeln, eine Mediaplanung vornehmen, dazu Kennzahlen festlegen und ein angemessenes Berichtswesen einführen.

Stellungnahme der Radland GmbH:

Die Empfehlung wird seitens Radland GmbH umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Der NÖ Landesregierung empfahl der Landesrechnungshof, der Radland GmbH messbare Vorgaben für Ergebnisse zu erteilen und deren Gebarung durch ein unterjähriges Berichtswesen (Quartalsberichte mit Soll-Ist-Vergleichen) zu steuern. Dabei wäre sicherzustellen, dass die Gesellschaft ihren Zweck im Sinn der Mobilitätskonzepte und Strategien des Landes NÖ möglichst sparsam und wirtschaftlich erfüllt.

Ergebnis 4

Die NÖ Landesregierung sollte der Radland GmbH messbare Vorgaben für Ergebnisse erteilen und deren Gebarung durch ein unterjähriges Berichtswesen ergebnisbezogen steuern.

Die Geschäftsführung wies im Zuge der Schlussbesprechung auf ihre Berichte zu den vierteljährlichen Aufsichtsratssitzungen hin.

Stellungnahme der NÖ Landesregierung:

Die Empfehlung wird seitens der Abteilung Raumordnung und Gesamtverkehrsangelegenheiten umgesetzt.

Stellungnahme der Radland GmbH:

Dieses Thema fällt in den Zuständigkeitsbereich des Landes, der Abteilung RU7.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahmen zur Kenntnis.

7. Inserate und Werbung

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

Im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 betrugen die Ausgaben für Inserate und Werbung insgesamt 19.090,32 Euro ohne Umsatzsteuer. Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Gesamtausgaben für Inserate und Werbung auf die Jahre 2021 und 2022:

Tabelle 2: Ausgaben für Inserate und Werbung von Mai 2021 bis Mai 2022 in Euro

| Ausgaben | 2021 | 2022 |
|--------------------------|-----------------|-----------------|
| Inserate in Printmedien | 3.104,34 | 3.118,50 |
| Inserate in Onlinemedien | 1.298,48 | 0,00 |
| Werbung (nextbike Räder) | 5.107,60 | 6.461,40 |
| Gesamtausgaben | 9.510,42 | 9.579,90 |

Im Jahr 2021 gab die Radland GmbH 9.510,42 Euro für Inserate und Werbung aus, davon entfielen 3.104,34 Euro auf Print- und 1.298,48 Euro auf Onlinemedien sowie 5.107,60 Euro auf die Werbung auf nextbike Rädern. Im Jahr 2022 fielen für Inserate und Werbung Ausgaben von 9.579,90 Euro an, davon 3.118,50 Euro auf Printmedien und 6.461,40 Euro für Werbung auf nextbike Rädern und 21 Radservicestationen im südlichen Weinviertel.

In Rundfunkmedien erfolgte keine Werbung.

Von Mai 2021 bis Mai 2022 betragen die Ausgaben für Inserate und Werbung daher 19.090,32 Euro. In diesem Zeitraum schaltete die Radland GmbH insgesamt vier Inserate in drei verschiedenen Medien mit einer Summe von 7.521,32 Euro mit der Werbeabgabe ohne Umsatzsteuer. Die Ausgaben für zwei Inserate in Printmedien mit einer Auflage von 421.000 betragen 6.222,84 Euro und für zwei Inserate in Onlinemedien 1.298,48 Euro mit 4,5 Millionen Besuchern laut Eigenangabe des Mediums und 3,5 Millionen Besuchern laut Österreichischer Webanalyse ÖWA. Die Auftragswerte und die Zahlungen stimmten überein. Nachweise über die Schaltungen lagen vor.

Eine Einschaltung war ein Stelleninserat. Drei Inserate bewarben die Vorteile der Nextbike-Räder für Tagesausflüge in Niederösterreich in Kombination mit der NÖ-Card, um weitere Erstregistrierungen für nextbike zu erreichen. Außerdem vermittelten diese drei Inserate die Radland NÖ GmbH als Anlauf- und Servicestelle für Fragen rund um das Alltagsradeln und Zufußgehen.

Eine Medienkooperation mit einer Österreichischen Tageszeitung aus dem Jahr 2021 beruhte auf einer Gegenverrechnung von Inseraten und redaktionellen Beiträgen der Radland GmbH mit den Marken (Werbebranding) der Tageszeitung auf Nextbike-Rädern, sodass kein Zahlungsfluss stattfand. Der Umfang betrug 40.320,00 Euro.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Ausgaben für Inserate und Werbung mit der allgemein gehaltenen Marketingstrategie der Radland GmbH vom Juni 2022 im Einklang standen, wobei jedoch noch keine Mediaplanung außerhalb der Budgetplanung bestand.

8. Förderungen

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

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Radland GmbH im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 keine Förderungen vergab.

9. Spenden

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

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Radland GmbH im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 keine Spenden gewährte.

10. Sponsoring

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

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Radland GmbH im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 Zahlungen von Sponsoren (Einnahmen) erhielt.

Die Gesellschaft schloss in diesem Zeitraum jedoch keine Sponsoringvereinbarungen ab, die mit Zahlungen an juristische und natürliche Personen verbunden waren.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass die Marketingstrategie vom Juni 2022 kein Sponsoring vorsah.

11. Dienstleistungen

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

Die Radland GmbH nahm von Mai 2021 bis Mai 2022 insgesamt 20 verschiedene Dienstleister, in Form von Personen- beziehungsweise Kapitalgesellschaften (GmbH), in Anspruch. Deren Dienstleistungen betrafen Beratung für PR und Online-Marketing, Grafikleistungen, IT-Dienstleistungen sowie Leistungen von Fotografen. Die Ausgaben für diese Dienstleistungen betrugen insgesamt 182.378,22 Euro ohne Umsatzsteuer und waren im Wesentlichen aufwandswirksam in den Sachkonten Fremdleistungen, Werbeaufwand sowie Service und Wartung verbucht worden.

Die folgende Tabelle verteilt diese Ausgaben auf die Jahre 2021 und 2022:

Tabelle 3: Ausgaben für Dienstleistungen von Mai 2021 bis Mai 2022 in Euro

| Ausgaben | 2021 | 2022 |
|--|-----------|------------|
| Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen | 19.131,30 | 163.246,92 |

Die Ausgaben für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen betrugen 19.131,30 Euro im Jahr 2021 und 163.246,92 Euro im Jahr 2022 jeweils ohne Umsatzsteuer.

Stichproben

Der Landesrechnungshof überprüfte sechs Stichproben mit einer Summe von 145.090,75 Euro und einem Anteil von 79,6 Prozent an den Gesamtausgaben von 182.378,22 Euro im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022.

Die Leistungen betrafen die Herstellung von professionellen Fotos, Agenturleistungen für online Marketing und eine Kampagnendurchführung, Gestaltung und Programmierung für die Webseite und Internetwerbung. Nachweise über die erbrachten Leistungen legte die Radland GmbH vor.

Die Stichproben 1 und 2 betrafen Fotografie-Leistungen von zwei unterschiedlichen Auftragnehmern. Dazu lagen keine schriftlichen Angebote vor.

Die Vergabe an die Auftragnehmer erfolgte nach deren kurzfristiger Verfügbarkeit. Die verrechneten Kosten betragen 300,00 Euro und 371,84 Euro und waren nachvollziehbar.

Die Stichproben 3, 4 und 5 betrafen die Modernisierung der Webseite „radland.at“. Dafür beauftragte die Radland GmbH Grafik- und Programmierleistungen in Höhe von 3.750,00 Euro, Leistungen einer Agentur für digitales Marketing zur Zielgruppen- und Reichweitenoptimierung in Höhe von 2.208,75 Euro sowie die diesbezügliche Verrechnung von Google-Werbeinschaltungen in Höhe von 852,67 Euro. Auftragswerte und Zahlungsbeträge stimmten überein.

Die Radland GmbH richtete ihre Marketingaktivitäten auf die Nutzung von Suchmaschinen wie Google aus, um als zentrale Anlauf- und Servicestelle für aktive Mobilität in Niederösterreich im Internet aufzuscheinen und gefunden zu werden. Daher sollten sämtliche Kommunikationsmittel auf die Webseite leiten, Zielgruppen gerichtete Online-Werbung geschaltet und der Erfolg der Benutzer gemessen werden.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Ausgaben der Radland GmbH für diese drei Dienstleistungen mit deren Marketingkonzept und dem Handlungsfeld „Information und Kooperation“ der „Strategie für mehr Aktive Mobilität in NÖ“ im Einklang standen.

Die Stichprobe 6 umfasste insgesamt vier Rechnungen in Höhe von 137.607,49 Euro einer Werbeagentur für das Projektmanagement der Bewusstseins-Kampagne „Niederösterride - Die neue Radbewegung“.

Die Radland GmbH beauftragte die Agentur nach Briefings (Informationsgespräche) mit fünf Agenturen und Einholung von Vergleichsangeboten direkt. Der Auftragswert vom 29. November 2021 betrug 60.580,00 Euro.

Im Hinblick auf die Einführung des flächendeckenden Parkpickerls in Wien mit 1. März 2022 sollte die NÖ Bevölkerung über Alternativen zum Pendeln mit dem Auto informiert werden. Neben dem öffentlichen Verkehr sollte dabei insbesondere die aktive Mobilität (zu Fuß, mit dem Rad, Leihrad nextbike, Faltrad) beworben werden.

Im Februar 2021 erweiterte die Geschäftsführung in Abstimmung mit der zuständigen Abteilung des Landes NÖ das Kampagnenbudget mit den Agenturhonoraren um 100.000,00 Euro auf insgesamt 160.000,00 Euro, um die Reichweite zu erhöhen und die Wirkung der Außenwerbung zu verstärken.

Damit lag der Auftragswert noch im Unterschwellenbereich beziehungsweise unter einem geschätzten Auftragswert von 215.000,00 Euro, jedoch über den maßgeblichen Schwellenwerten von 100.000,00 Euro beziehungsweise 130.000,00 Euro für Direktvergaben ohne vorherige Bekanntmachung.

Die Geschäftsführung holte Zusatzangebote der bereits beauftragten Agentur ein, die am 24. Februar 2022 und am 9. März 2022 einlangten.

Die Rechnungen enthielten auch Mediakosten für digitale Werbung auf Bahnhöfen, im öffentlichen Raum sowie für Print-, Online- und Social Media Inse-
rate.

Die Rechnungen summierten sich schließlich auf 137.607,49 Euro und überstiegen damit den ursprünglichen Auftragswert vom 29. November 2021 um rund 230 Prozent. Das wies auf die Unterschätzung des Auftragswerts aufgrund einer nachträglichen Umplanung hin, zumal die Stadt Wien bereits am 17. Juni 2021 die Einführung des flächendeckenden Parkpickerls in Wien ab 1. März 2022 bekanntgegeben hatte.

Der Landesrechnungshof empfahl, voraussichtliche Auftragswerte, Zweck und Mitteleinsatz im Vorfeld mit der Leitung der Abteilung Gesamtverkehrsangelegenheit RU7 abzustimmen. Zudem sollten auch für Zusatzaufträge Vergleichsangebote eingeholt werden, um einen Wettbewerb sicherzustellen und das bestmögliche Preis-Leistungsverhältnis zu erzielen.

Ergebnis 5

Die Radland GmbH sollte auch bei Zusatzaufträgen Vergleichsangebote einholen.

Stellungnahme der NÖ Radland GmbH:

Die Empfehlung wird seitens Radland GmbH umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

12. Kooperationen

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

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Radland GmbH im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 keine Kooperationsvereinbarungen abschloss, die mit Zahlungen an juristische oder natürliche Personen verbunden waren.

Es bestand jedoch eine Medienkooperation mit einer Österreichischen Tageszeitung aus dem Jahr 2021, der Gegenleistungen beim Projekt nextbike gegenüberstanden und bei der sich die Rechnungsbeträge gegenseitig saldierten.

13. Mitgliedschaften in Vereinen

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

Im Zeitraum Mai 2021 bis Mai 2022 war die Radland GmbH Mitglied in den Vereinen „Walk-Space.at – der österreichische Verein für FußgängerInnen“, „Radkompetenz Österreich“ und „Marketing Club Österreich“.

Die Ausgaben für die Mitgliedsbeiträge dieser drei Vereine betragen 1.230,00 Euro im Jahr 2021 und danach 420,00 Euro bis einschließlich Mai 2022. Die folgende Tabelle schlüsselt die Mitgliedsbeiträge auf:

Tabelle 4: Ausgaben für Vereine von Mai 2021 bis Mai 2022 in Euro

| Mitgliedsbeitrag | 2021 | 2022 |
|---|-----------------|---------------|
| Walk-Space.at – der österreichische Verein für FußgängerInnen | 150,00 | 0,00 |
| Radkompetenz Österreich | 1.080,00 | 0,00 |
| Marketing Club Österreich | 0,00 | 420,00 |
| Gesamtausgaben | 1.230,00 | 420,00 |

Der Mitgliedsbeitrag im „Verein Walk-Space.at – der österreichische Verein für FußgängerInnen“ betrug 150,00 Euro im Jahr 2021. Der Verein bezweckte, die Interessen der Fußgänger in Österreich nachhaltig zu vertreten und dem „Zu Fuß gehen“ als integriertem Bestandteil des Gesamtverkehrs die notwendige Wichtigkeit in einer mobilen Gesellschaft zu verschaffen.

Der Mitgliedsbeitrag für die Plattform „Radkompetenz Österreich“ betrug 1.080,00 Euro im Jahr 2021. Die Plattform verstand sich als Anlaufstelle für Fragen zum Radverkehr. Ihre Ziele lagen in der Verbesserung des Radverkehrs in Österreich durch Expertise, Wissenstransfer und Qualität der Produkte und Dienstleistungen und Ergebnisse aus Österreich.

Der Mitgliedsbeitrag für den „Marketing Club Österreich“ betrug 420,00 Euro im Jahr 2022. Der Verein bildete eine Informations- und Kommunikationsplattform des Marketings und bot seinen Mitgliedern regelmäßige Veranstaltungen und Informationen.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die Mitgliedschaft in Vereinen und die Zahlungen für Mitgliedsbeiträge an Vereine mit den strategischen Zielen der Radland GmbH im Einklang standen. Er wies jedoch darauf hin, dass die sehr allgemein gehaltene Marketingstrategie vom Juni 2022 keine Mitgliedschaften in Vereinen vorsah.

Daher bekräftigte er seine Empfehlung, die Marketingstrategie der Radland GmbH weiterzuentwickeln.

St. Pölten, im Dezember 2022

Die Landesrechnungshofdirektorin

Dr.ⁱⁿ Edith Goldeband

14. Abkürzungen und Begriffe

Dem Bericht liegen folgende Abkürzungen und Begriffsinhalte zugrunde:

Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

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

Förderungen

Unter den Begriff „Förderungen“ fielen alle Zahlungen, welche die Radland GmbH als Förderungsgeberin für eigene Zwecke im Inland einer natürlichen oder juristischen Person gewährt, 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 Radland GmbH für einen anderen Förderungsgeber zum Beispiel im Rahmen einer Geschäftsbesorgung abwickelte oder auszahlte.

Google

Der Begriff „Google“ oder „google“ bezeichnete das Unternehmen und dessen gleichnamige kostenlose Suchmaschine, die sich auch durch Werbung finanziert. Der Name leitete sich aus dem mathematischen Begriff „googol“ oder „googol“ für eine Zahl mit 100 Nullen (1^{100}) ab.

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 Radland GmbH sowie über deren Produkte und Leistungen vermittelten. Inserate waren Teil von Werbung. Dazu zählten zum Beispiel Ankündigungen (Annoncen), Anzeigen, Einschaltungen, Audio- und Videobeiträge, Werbespots, Podcasts, Audioclips.

KPI – Key Performance Indicator

Die Großbuchstaben KPI kürzten den englischen Begriff „Key Performance Indicator“ ab, der Kennzahlen zur Erfolgs- und Leistungsmessung bezeichnete.

Kooperationen

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

Marketinginstrumente

Als Marketinginstrumente galt die Gesamtheit aller Maßnahmen, die zur Verwirklichung eines Marketingziels durchgeführt werden. Dazu zählten Produktpolitik, Preispolitik, Distributionspolitik und Kommunikationspolitik sowie Prozesspolitik (Process), Personalpolitik (People) und Ausstattungspolitik (Physical environment).

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).

Mitgliedschaften in Vereinen

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

Rahmenvereinbarung

Unter einer Rahmenvereinbarung verstand das Bundesvergabegesetz 2018 eine Vereinbarung ohne Abnahmeverpflichtung zwischen einem oder mehreren öffentlichen Auftraggebern und einem oder mehreren Unternehmen über die Bedingungen, Preise und Mengen für Aufträge während der Vertragslaufzeit.

Die vereinbarten Leistungen könnten nach der Abgabe von Angeboten mit oder ohne erneuten Aufruf zum Wettbewerb bezogen werden. Die genauen Abrufe ergaben sich aus dem Bedarf des Auftraggebers oder der Auftraggeber. Im Unterschied zu einem Rahmenvertrag bestanden keine Abnahmeverpflichtungen.

SEA – Search Engine Advertising

Die Großbuchstaben SEA kürzten den englischen Begriff „Search Engine Advertising“ für Suchmaschinenwerbung ab, einem Teilbereich von Suchmaschinenmarketing. Darunter fiel das Schalten von bezahlten Textanzeigen in Ergebnisseiten von Suchmaschinen über bestimmte Schlüsselbegriffe (Keywords).

Spenden

Unter den Begriff „Spenden“ fielen alle freiwilligen Zahlungen, welche die Radland GmbH 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 Radland GmbH an eine juristische und natürliche Person, denen eine Werbeleistung der gesponserten Person im Inland gegenübersteht.

Testimonial

Der Begriff „Testimonial“ bezeichnete Werbung, bei der eine bekannte Persönlichkeit ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Betätigung empfiehlt, als Fürsprecher auftritt und die Werbebotschaft verbreitet. Der Bekanntheitsgrad der Persönlichkeit sollte Kunden und Nachahmer anziehen.

15. Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Kenndaten der Radland GmbH | 5 |
| Tabelle 2: Ausgaben für Inserate und Werbung Mai 2021 bis Mai 2022 in Euro..... | 21 |
| Tabelle 3: Ausgaben für Dienstleistungen Mai 2021 bis Mai 2022 in Euro.... | 23 |
| Tabelle 4: Ausgaben für Vereine von Mai 2021 bis Mai 2022 in Euro | 26 |



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