

ZUKUNFT FÜR

Niederösterreich

Mehr zur
EVN Klima-Initiative



Landesrechnungshof
Niederösterreich

**EVN AG sowie deren
Tochtergesellschaften, Prüfauftrag**
Bericht 2 | 2023

Impressum:

Medieninhaber, Hersteller und Herausgeber:

Landesrechnungshof Niederösterreich

A-3109 St. Pölten, Wiener Str. 54/A

Redaktion:

Landesrechnungshof Niederösterreich

Bildnachweis:

EVN AG

Foto Deckblatt und Rückseite: Klimainitiative Wind

Druck:

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung LAD3, Amtsdruckerei

Herausgegeben:

St. Pölten, im März 2023



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

**EVN AG sowie deren
Tochtergesellschaften**

Prüfauftrag vom 28. April 2022

Bericht 2 | 2023

Vorbemerkung

Der vorliegende Bericht 2/2023 „EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften, Prüfauftrag“ besteht aus dem vorläufigen Überprüfungsergebnis der Sonderprüfung vom 23. Dezember 2022, den Stellungnahmen der EVN AG und der NÖ Landesregierung vom 3. beziehungsweise 7. März 2023 sowie den Äußerungen des Landesrechnungshofs dazu.

Damit berichtet der Landesrechnungshof über das Ergebnis der mit Prüfauftrag vom 28. April 2022, Ltg.-2065/A-2/75-2022, beantragten Sonderprüfung. Diese hat er entsprechend der NÖ Landesverfassung 1979 (NÖ LV 1979) so umgesetzt, dass der Betrieb der überprüften Unternehmen keine unnötige Behinderung erfuhr und keine Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse oder andere zu schützende Daten verletzt wurden (Artikel 54 Absatz 4 und 5 NÖ LV 1979). Eine Prüfungszuständigkeit für die davon betroffenen natürlichen und juristischen Personen oder die Parteienfinanzierung kam ihm dabei nicht zu. Aus rechtlichen und prüfungsökonomischen Gründen erforderte der Umfang von 30.000 Buchungszeilen eine stichprobenartige Überprüfung.

Das vorläufige Ergebnis einer Überprüfung ist nach Artikel 55 Absatz 2 NÖ LV 1979 vertraulich zu behandeln. Ab 15. März 2023 erfolgten jedoch vorzeitige Veröffentlichungen aus dem Überprüfungsergebnis und den Stellungnahmen in Medien.

Das vorläufige Überprüfungsergebnis über die Sonderprüfung hat der Landesrechnungshof am 23. Dezember 2022 fertiggestellt und der EVN AG sowie der NÖ Landesregierung zur Abgabe einer Stellungnahme übermittelt. Der weitere Prüfauftrag vom 18. Jänner 2023, Ltg.-2455/A-2/92-2023, konnte dabei naturgemäß nicht berücksichtigt werden. Diesen wird der Landesrechnungshof gesondert behandeln und darüber berichten.

Der Landesrechnungshof legt hiermit seinen Bericht über die am 28. April 2022, Ltg.-2065/A-2/75-2022, beantragte Sonderprüfung der Gebarung der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften vor.

**EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften,
Prüfauftrag
Inhaltsverzeichnis**

Zusammenfassung	I
1. Prüfungsauftrag	1
2. Gebarungsumfang	4
3. Zuständigkeiten	9
4. Rechtliche Grundlagen	10
5. Organisatorische Grundlagen	14
6. Strategische Grundlagen	19
7. Inserate und Werbung	25
8. Förderungen	41
9. Spenden	42
10. Sponsoring	47
11. Kooperationsvereinbarungen	61
12. Dienstleistungen	65
13. Mitgliedschaften in Vereinen	72
14. Abkürzungen und Begriffe	80
15. Tabellenverzeichnis	84

EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften, Prüfauftrag Zusammenfassung

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 wendeten die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften 48.654.140,24 Euro für Inserate, Werbung, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen auf.

Im Mittelpunkt stand die Kommunikationsstrategie der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften, die auf den Kernstrategien 2030 sowie der EVN Klimastrategie beruhte und sich vor allem auf die Geschäftsfelder Energie und Umwelt mit einer starken Ausrichtung auf Nachhaltigkeit, Klimaschutz und Regionalität bezog.

Als Kommunikationsmittel dienten neben Printmedien, Onlinemedien und sozialen Medien vor allem Rundfunkmedien und Außenwerbung.

Inserate und Werbung von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen für Inserate und Werbung der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften betragen 36.406.611,40 Euro. Davon entfielen 4.942.255,42 Euro auf Printmedien, 4.183.628,04 Euro auf Onlinemedien und 1.974.595,60 Euro auf Rundfunkmedien. Die restlichen Aufwendungen in Höhe von 25.306.132,34 Euro betrafen im Wesentlichen Außenwerbung, wie Plakate, Werbetafeln oder Leuchtreklame, die Konzeption und Produktion von Werbekampagnen, Werbeartikel, Messeauftritte sowie Veranstaltungen.

Die Aufwendungen zu den Stichproben standen im Einklang mit der Kommunikationsstrategie. Zu zwei von 41 Stichproben lagen keine durchgängigen schriftlichen Dokumentationen vor.

Spenden von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen für Spenden der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften betragen 768.869,23 Euro. Der Großteil in Höhe von 588.860,98 Euro entfiel auf soziale Einrichtungen und der Rest auf die Bereiche Bildung, Blaulicht, Kultur und Sport. Für Spenden an soziale Einrichtungen bestand ein Sozialfonds, der gemäß interner Richtlinien mit jährlich 100.000,00 Euro dotiert war. Der Vorsitzende des Beirats des Sozialfonds war zeitgleich Präsident einer begünstigten karitativen Einrichtung.

Die überprüften Spenden standen im Einklang mit der Kommunikationsstrategie.

Sponsoring von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen der EVN AG für Sponsoring betrugen 6.275.060,02 Euro, wovon 1.061.169,81 Euro auf die kabelplus GmbH entfielen, die von der Prüfung nicht umfasst war.

Auf den Bereich Sport entfielen 2.186.229,50 Euro, auf den Bereich Kultur 1.824.643,39 Euro, auf den Bereich Medien-, Programm- und Eventsponsoring 808.964,91 Euro, auf den Bereich Bildung 700.329,14 Euro, auf den Bereich Soziales 444.819,68 Euro und auf den Bereich Ökologie 310.073,40 Euro.

Die Sponsoring-Richtlinie der EVN AG untersagte Sponsoring an politische Parteien und parteinahe Organisationen. Richtlinien betreffend Inserate und Werbung, Spenden, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften in Vereinen enthielten diese Regelung nicht.

Die 41 Stichproben betreffend Sponsoring standen thematisch im Einklang mit der Sponsoring-Richtlinie und dem Unternehmensgegenstand. Weiters lag zu jeder Stichprobe eine Bestätigung vor, dass das Ansuchen um Sponsoring keine politische Partei, keine wahlwerbende Partei, keine parteinahe Organisation im Sinn des Parteiengesetzes 2012 und des NÖ Parteienfinanzierungsgesetzes 2012, kein parlamentarischer Klub im Sinn des Klubfinanzierungsgesetzes 1985, kein Rechtsträger im Sinn des Publizistikförderungsgesetzes 1984, keine Behörde oder kein Rechtsträger einer Behörde gestellt hatte.

Aufgrund des damit verbundenen finanziellen Aufwands fehlten teilweise Analysen und Nachweise zur Öffentlichkeits- und Werbewirksamkeit. Bei zwei Stichproben war keine lückenlose schriftliche Dokumentation vorhanden.

Kooperationen von März 2017 bis Mai 2022

Die Kooperationsvereinbarungen der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften verursachten einen Aufwand von 1.598.252,32 Euro. Dieser Betrag war eine Teilsumme der Positionen Inserate und Werbung sowie Spenden.

Der Bezug zur Kommunikationsstrategie war für alle Stichproben nachvollziehbar. Bei drei von vier Stichproben lagen keine schriftlichen Vereinbarungen und somit keine nachvollziehbare Dokumentation vor.

Dienstleistungen von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen für Dienstleistungen der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften beliefen sich auf 40.791.118,51 Euro. Dieser Betrag war eine Teilsumme der Positionen Inserate und Werbung sowie Sponsoring.

Ein Bezug zur Kommunikationsstrategie und zum Unternehmensgegenstand war bei allen Stichproben gegeben. Bei zwei von 20 Stichproben fehlten Unterlagen, wie Vergleichsangebote.

Vereinsmitgliedschaften von März 2017 bis Mai 2022

Die Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften beliefen sich auf 6.264.769,40 Euro. Davon entfiel der Großteil in Höhe von 6.181.329,40 Euro auf Berufs- und Fachverbände, der Rest betraf die Bereiche Sport, Bildung, Forschung und Kultur.

Zu den 20 Stichproben lagen Vereinsstatuten und Rechnungen vor. Diese standen im Einklang mit dem Unternehmensgegenstand und den Strategien der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften beziehungsweise waren Ausdruck der Corporate Social Responsibility-Strategie.

Keine Aufwendungen für Förderungen

Von März 2017 bis Mai 2022 vergaben die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften keine Förderungen.

Die EVN AG informierte in ihrer Stellungnahme vom 3. März 2023 über die geplanten beziehungsweise bereits gesetzten Maßnahmen.

Die NÖ Landesregierung sagte in ihrer Stellungnahme vom 7. März 2023 zu, die Empfehlung des Landesrechnungshofs umzusetzen und verwies im Übrigen auf die Stellungnahme der EVN AG.

1. Prüfungsauftrag

Der Landesrechnungshof überprüfte die Gebarung der EVN AG und deren Tochtergesellschaften in Bezug auf Rechtsgeschäfte mit juristischen und natürlichen Personen im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022.

Der Überprüfung lag der Antrag, Landtagszahl Ltg.-2065/A-2/75-2022, betreffend Sonderprüfung der EVN AG (51 Prozent Land NÖ) sowie deren Tochtergesellschaften vom 28. April 2022 zu Grunde. Der Prüfauftrag der 26 Abgeordneten des NÖ Landtags stützte sich auf Artikel 51 Absatz 3 litera c der NÖ Landesverfassung 1979.

Ziel war, diesen 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 EVN AG sowie die NÖ Landesregierung auf mögliche Verbesserungen hinzuweisen und dem NÖ Landtag zur Wahrnehmung seiner Budget- und Kontrollhoheit darüber zu berichten.

1.1 Anlass des Prüfauftrags

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

Der Antrag nannte die „Niederösterreich Zeitung“ und das Magazin „Partei intern“ sowie die „Innova Verlags GmbH“, die Einnahmen aus Inseraten im Jahr 2019 mit 130.000,00 Euro beziffert haben. Vor allem Unternehmen des Landes NÖ hätten trotz des hohen Tarifs von 10.000,00 Euro für eine Seite Anzeigen geschaltet. Diese Mutmaßungen betrafen die Vollziehung des Parteiengesetzes des Bundes beziehungsweise deren Kontrolle durch den Rechnungshof und den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat.

1.2 Gegenstand des Prüfauftrags

Der Prüfauftrag beschränkte sich auf die Überprüfung der Rechtsgeschäfte mit juristischen und natürlichen 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 Vereinbarungen im Einklang mit oder aufgrund einer Kommunikationsstrategie der überprüften Gesellschaft erfolgten oder ob es sich um „ad hoc Rechtsgeschäfte“ handelte.

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

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

1.3 Zeithorizont und Datensätze

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

Die NÖ Landesverfassung 1979 verpflichtete den Landesrechnungshof dazu, dem Rechnungshofausschuss regelmäßig über seine Überprüfungstätigkeit zu berichten und über besondere Wahrnehmungen unverzüglich Bericht zu erstatten. Zeithorizonte und Vorberichte sah die Landesverfassung nicht vor. Dem standen mündliche Informationen über die Umsetzung des Prüfauftrags am 30. Juni und 13. Oktober 2022 nicht entgegen.

1.4 Prüfungsmethode

Die Umsetzung des Prüfauftrags orientierte sich methodisch an den Standards und Richtlinien der INTOSAI „International Standards of Supreme Audit Institutions“ und der EURORAI „European Organisation of Regional Audit Institutions“.

Der Landesrechnungshof übermittelte den Prüfauftrag dem Vorstand der EVN AG und forderte dazu Daten und Unterlagen nach einer vorgegebenen Struktur an. Die Daten mussten in Excel-Tabellen exportiert beziehungsweise eingetragen, erläutert und belegt werden. Die Übermittlung der Daten und der Unterlagen erfolgte über eine verschlüsselte Cloud (NÖ-Box) oder eine andere sichere Verbindung.

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

Der Landesrechnungshof behandelte die Geschäftsfälle betreffend Inserate und Werbung, Spenden, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedsbeiträge an Vereine so, wie diese von der EVN AG buchhalterisch zugeordnet wurden. Im Prüfzeitraum wurden keine Förderungen verbucht.

Aus einer Grundgesamtheit (Population) von 40.034 Datensätzen (N), einem angestrebten Konfidenzniveau von 95 Prozent (bedeutet einen z-Wert von 1,96) mit einer aus Gründen der Verhältnismäßigkeit gewählten Standardabweichung von zehn Prozent (p) und einer Fehlerspanne von fünf Prozent (e)

ergab sich eine Stichprobenanzahl von 138 Datensätzen. Diese wurde auf die Bereiche Inserate und Werbung, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen verteilt und einer Überprüfung unterzogen. Um die Objektivität zu wahren, wurden Stichproben, die sich als Fehlbuchungen erwiesen, nicht durch andere ersetzt, wobei die Fehlbuchungen keiner weiteren Prüfung unterzogen wurden.

Die Stichprobengröße wurde anhand der Standardformel für bekannte Populationen wie folgt berechnet:

$$\text{Stichprobengröße} = \frac{\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2}}{1 + \left(\frac{z^2 \times p(1-p)}{e^2 N} \right)}$$

Die EVN AG bestätigte die Vollständigkeit der übermittelten Daten und Unterlagen.

1.5 Berichterstattung

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

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

2. Gebarungsumfang

Der Prüfungszeitraum erstreckte sich von März 2017 bis Mai 2022. In diesem Zeitraum war die EVN AG eine börsennotierte Aktiengesellschaft, die sich in den Bereichen Energie, Wasser und Umwelt betätigte und zahlreiche Tochtergesellschaften und Beteiligungen an Unternehmungen im In- und Ausland hielt. Ihr Geschäftsjahr dauerte von 1. Oktober eines Jahres bis 30. September des Folgejahres.

Im Geschäftsjahr 2020/2021 umfasste der Konzernabschluss der EVN AG 70 Beteiligungen, davon 35 im Ausland. In diesem Geschäftsjahr bestanden weitere 23 Beteiligungen, diese wurden jedoch aufgrund von Unwesentlichkeit in den Konzernabschluss der EVN AG nicht einbezogen.

Der Landesrechnungshof bezog die EVN AG und folgende neun hundertprozentige Inlandstöchter, welche Aufwendungen im Sinne des Prüfauftrags verbuchten, in die Sonderprüfung ein:

- EVN Energievertrieb GmbH & Co KG, kurz EVN Energievertrieb
- evn naturkraft Erzeugungsgesellschaft mbH, kurz evn naturkraft
- Netz Niederösterreich GmbH, kurz Netz Niederösterreich
- EVN Wasser GmbH, kurz EVN Wasser
- EVN Wärmekraftwerke GmbH, kurz EVN Wärmekraftwerke
- EVN Wärme GmbH, kurz EVN Wärme
- EVN Umweltholding und Betriebs-GmbH, kurz EVN Umweltholding
- EVN Beteiligung 40 GmbH, kurz EVN Beteiligung 40
- UTILITAS Dienstleistungs- und Beteiligungs-Gesellschaft m.b.H., kurz UTILITAS

Bei der kabelplus GmbH handelte es sich um eine indirekte Beteiligung der EVN AG. Diese war daher vom Prüfumfang nicht umfasst.

2.1 Kenndaten

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wiesen die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften folgende Kenndaten auf:

Tabelle 1: Kenndaten EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften in Millionen Euro sowie in Anzahl an Personen

Unternehmen	Gesamtkapital	Eigenkapital	Umsatzerlöse und Sonstige Erträge	Gesamtaufwand	Werbeaufwand	Personal Anzahl
EVN AG	4.523,59	2.346,58	570,27	480,38	8,52	589
EVN Energievertrieb	477,83	116,83	435,56	359,40	0,00	24
evn naturkraft	399,13	142,01	101,05	67,77	0,04	6
Netz Niederösterreich	2.115,48	735,33	567,82	475,44	0,05	1.181
EVN Wasser	164,75	77,11	49,79	39,67	0,01	54
EVN Wärmekraftwerke	163,22	74,43	113,56	104,03	0,00	137
EVN Wärme	289,45	112,23	166,80	154,31	0,00	68
EVN Umweltholding	92,39	83,01	6,89	8,46	0,00	28
EVN Beteiligung 40	0,20	0,20	0,00	0,00	0,00	0
UTILITAS	45,13	45,10	0,36	0,06	0,00	0

Kenndaten EVN AG

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die EVN AG ein Gesamtkapital von 4.523.587.476,50 Euro aus. Davon entfielen 2.346.580.712,22 Euro oder 51,9 Prozent auf Eigenkapital und 2.177.006.764,28 Euro oder 48,1 Prozent auf Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 570.267.938,18 Euro. Diesem stand ein Gesamtaufwand von 480.380.776,67 Euro gegenüber, von dem 8.523.080,32 Euro oder 1,8 Prozent auf Werbeaufwand entfielen. Davon betrafen 4.611.314,20 Euro die EVN Energievertrieb, die die EVN AG dieser Gesellschaft anteilig verrechnete. Aus verrechnungstechnischen Gründen war es der EVN AG nicht möglich, die konzernintern umgelegten Werbeaufwendungen der EVN Energievertrieb getrennt auszuwerten. Daher wurden die Aufwände der EVN AG inklusive der EVN Energievertrieb dargestellt. Weitere 1.012.983,38 Euro an Werbeaufwendungen entfielen auf die kabelplus GmbH, einer indirekten Beteiligung der EVN AG.

Das Personal der EVN AG bestand im Jahresdurchschnitt aus 589 Personen.

Kenndaten EVN Energievertrieb GmbH & Co KG

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die EVN Energievertrieb ein Gesamtkapital von 477.825.604,62 Euro aus. Davon entfielen 116.834.823,94 Euro oder 24,5 Prozent auf Eigenkapital und 360.990.780,68 Euro oder 75,5 Prozent auf

Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 435.557.497,27 Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 359.403.495,42 Euro gegenüber. Die Gesellschaft wies in diesem Geschäftsjahr keinen Werbeaufwand aus. Dieser war in bezogenen Verwaltungsleistungen von insgesamt 23.014.425,00 Euro enthalten, welche die EVN AG dieser Gesellschaft in Form einer Umlage verrechnete. Das Personal bestand im Jahresdurchschnitt aus 24 Personen.

Kenndaten evn naturkraft Erzeugungsgesellschaft mbH

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die evn naturkraft ein Gesamtkapital von 399.126.548,26 Euro aus. Davon entfielen 142.009.031,40 Euro oder 35,6 Prozent auf Eigenkapital und 257.117.516,86 Euro oder 64,4 Prozent auf Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 101.046.519,72 Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 67.773.581,44 Euro gegenüber, von dem 44.915,67 Euro oder 0,07 Prozent auf Werbeaufwand entfielen. Das Personal bestand im Jahresdurchschnitt aus 6 Personen.

Kenndaten Netz Niederösterreich GmbH

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die Netz Niederösterreich ein Gesamtkapital von 2.115.477.643,61 Euro aus. Davon entfielen 735.325.784,02 Euro oder 34,8 Prozent auf Eigenkapital und 1.380.151.859,59 Euro oder 65,2 Prozent auf Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 567.820.750,13 Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 475.442.325,07 Euro gegenüber, von dem 45.098,43 Euro oder 0,01 Prozent auf Werbeaufwand entfielen. Das Personal bestand im Jahresdurchschnitt aus 1.181 Personen auf Vollzeitbasis.

Kenndaten EVN Wasser GmbH

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die EVN Wasser ein Gesamtkapital von 164.746.187,99 Euro aus. Davon entfielen 77.113.484,54 Euro oder 46,8 Prozent auf Eigenkapital und 87.632.703,45 Euro oder 53,2 Prozent auf Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 49.787.609,12 Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 39.671.535,45 Euro gegenüber, von dem 14.579,73 Euro oder 0,04 Prozent auf Werbeaufwand entfielen. Das Personal bestand im Jahresdurchschnitt aus 54 Personen.

Kenndaten EVN Wärmekraftwerke GmbH

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die EVN Wärmekraftwerke ein Gesamtkapital von 163.217.848,97 Euro aus. Davon entfielen 74.432.634,55 Euro oder 45,6 Prozent auf Eigenkapital und 88.785.214,42 Euro oder 54,4 Prozent auf

Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 113.564.307,86 Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 104.033.516,67 Euro gegenüber, von dem 9.524,21 Euro auf Werbeaufwand entfielen. Das Personal bestand im Jahresdurchschnitt aus 137 Personen.

Kenndaten EVN Wärme GmbH

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die EVN Wärme ein Gesamtkapital von 289.451.389,11 Euro aus. Davon entfielen 112.229.211,97 Euro oder 38,8 Prozent auf Eigenkapital und 177.222.177,14 Euro oder 61,2 Prozent auf Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 166.800.274,54 Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 154.309.419,60 Euro gegenüber, von dem 815,11 Euro auf Werbeaufwand entfielen. Das Personal bestand im Jahresdurchschnitt aus 68 Personen auf Vollzeitbasis.

Kenndaten EVN Umweltholding und Betriebs-GmbH

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die EVN Umweltholding ein Gesamtkapital von 92.391.221,01 Euro aus. Davon entfielen 83.006.365,46 Euro oder 89,8 Prozent auf Eigenkapital und 9.384.855,55 Euro oder 10,2 Prozent auf Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 6.887.677,66 Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 8.458.979,99 Euro gegenüber, der keinen Werbeaufwand enthielt. Das Personal bestand im Jahresdurchschnitt aus 28 Personen.

Kenndaten der EVN Beteiligung 40 GmbH

Die EVN Beteiligung 40 wurde aufgelöst, die Löschung aus dem Firmenbuch erfolgte mit 14. Jänner 2021. Der letzte verfügbare Jahresabschluss für das Geschäftsjahr 2018/2019 wies ein Gesamtkapital von 20.300,63 Euro aus. Davon entfielen 19.861,63 Euro oder 97,8 Prozent auf Eigenkapital und 439,00 Euro oder 2,2 Prozent auf Fremdkapital. Die EVN Beteiligung 40 verzeichnete keine Umsatzerlöse. Ihr Gesamtaufwand betrug 207,38 Euro. Dieser enthielt 50,88 Euro oder 24,5 Prozent Werbeaufwand. Die Gesellschaft beschäftigte kein eigenes Personal.

Kenndaten UTILITAS Dienstleistungs- und Beteiligungs-Gesellschaft m.b.H.

Im Geschäftsjahr 2020/2021 wies die UTILITAS ein Gesamtkapital von 45.127.806,42 Euro aus. Davon entfielen 45.104.591,67 Euro oder 99,9 Prozent auf Eigenkapital und 23.214,75 Euro oder 0,1 Prozent auf Fremdkapital. Die Umsatzerlöse und die Sonstigen betrieblichen Erträge betragen 359.289,43

Euro. Diesen stand ein Gesamtaufwand von 56.615,14 Euro gegenüber, der keinen Werbeaufwand enthielt. Die Gesellschaft beschäftigte keine Mitarbeiter.

3. Zuständigkeiten

Im Zusammenhang mit der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften bestanden 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 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 seit 19. April 2017 in die Zuständigkeit von Landeshauptfrau Mag.^a Johanna Mikl-Leitner. Davor war der damalige Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll zuständig.

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

Kollegiale Beratung und Beschlussfassung

Der kollegialen Beratung und Beschlussfassung der NÖ Landesregierung unterlagen die Entsendung von Vertretern des Landes NÖ oder der NÖ Landesregierung in juristische Personen.

3.2 Amt der NÖ Landesregierung

Die Geschäftseinteilung des Amtes der NÖ Landesregierung wies die Aufgaben im Zusammenhang mit Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens und die Verwaltung von Geschäftsanteilen des Landes NÖ, soweit diese keiner anderen Abteilung zugewiesen waren, der Abteilung Finanzen F1 zu. Das umfasste auch die Anteilsverwaltung an der EVN AG.

Der Leiter der Gruppe Finanzen war seit 21. Jänner 2021 Mitglied im Aufsichtsrat und Vorsitzender im Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der EVN AG.

4. Rechtliche Grundlagen

Den rechtlichen Rahmen für die EVN AG und deren Rechtsgeschäfte im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen bildeten neben europäischen Normen bundes- und landesrechtliche Grundlagen sowie konzerninterne Vorschriften.

4.1 Europarecht

Im Europarecht bildeten die Richtlinie 2014/95/EU zur Angabe nichtfinanzieller und die Diversität betreffender Informationen (NFI-Richtlinie), die EU-Richtlinie zum Schutz von Hinweisgeberinnen und die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr maßgebliche Grundlagen.

4.2 Bundesrecht

Zu den maßgeblichen Bundesgesetzen zählten das Bundesgesetz über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetzbuch – UGB), dRGI S 1897/219, das Bundesgesetz über Aktiengesellschaften (Aktengesetz – AktG), BGBl 1965/98, das Gesetz vom 6. März 1906 über die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH-Gesetz – GmbH), RGBl 1906/58, das Bundesgesetz über die Vergabe von Aufträgen (Bundesvergabegesetz 2018, BVergG 2018), BGBl I 2018/65, sowie das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz – DSG), BGBl I 1999/165.

Unternehmensgesetzbuch

Das Bundesgesetz über besondere zivilrechtliche Vorschriften für Unternehmen (Unternehmensgesetzbuch – UGB) regelte unter anderem das Firmenrecht (Führung des Firmenbuchs, Namen von Unternehmen), die Buchführung und die Rechnungslegung von Unternehmungen (Gliederung, Bewertung, Lagebericht, Abschlussprüfung, Offenlegung, Veröffentlichung) sowie allgemeine Vorschriften für unternehmensbezogene Geschäfte.

Aktiengesetz

Das Gesetz über Aktiengesellschaften (Aktiengesetz – AktG) regelte unter anderem Gründung und Verfassung der Aktiengesellschaft, Aktien, Rechtsverhältnisse der Gesellschaft und der Gesellschafter sowie Aufgaben und Verantwortung der Organe (Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung).

Im Unterschied zur Geschäftsführung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung leitete der Vorstand eine Aktiengesellschaft grundsätzlich unter eigener Verantwortung.

Haftung für pflichtwidriges Handeln und gesellschaftsfremde Vorteile

Das Aktiengesetz verpflichtete die Mitglieder des Vorstands und des Aufsichtsrats zum Schadenersatz, wenn diese pflichtwidrig handelten, um für sich oder einen anderen gesellschaftsfremde Vorteile zu erlangen. Außerdem haftete die Person, welche unter Ausnutzung ihres Einflusses auf die Aktiengesellschaft vorsätzlich ein Vorstands- oder Aufsichtsratsmitglied dazu bestimmte oder die Beeinflussung vorsätzlich veranlasste.

Diese Ersatzpflicht trat nicht ein, wenn diese Vorteile schutzwürdigen Interessen dienten.

Bestimmte Rechtsgeschäfte sollten jedoch nur mit Zustimmung des Aufsichtsrats vorgenommen werden. Dazu zählten unter anderem der Erwerb und die Veräußerung von Beteiligungen sowie der Erwerb, die Veräußerung und die Stilllegung von Unternehmen und Betrieben; die Errichtung und die Schließung von Zweigniederlassungen; der Erwerb, die Veräußerung und die Belastung von Liegenschaften, soweit dies nicht zum gewöhnlichen Geschäftsbetrieb gehörte; Investitionen ab einer bestimmten Höhe sowie die Aufnahme oder Gewährung von Darlehen und Krediten ab einem bestimmten Betrag oder die Erteilung der Prokura.

Darüber hinaus konnte der Aufsichtsrat bestimmte Arten von Geschäften seiner Zustimmung unterwerfen.

Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung

Das Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH-Gesetz – GmbHG) regelte unter anderem die Errichtung, die Organisation, die Rechtsverhältnisse der Gesellschaft und der Gesellschafter, die Stellung im Rechtsverkehr sowie die Auflösung dieser Form der Kapitalgesellschaft. Zudem legte das Gesetz fest, welche Regelungen die Errichtungserklärung oder der Gesellschaftsvertrag einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung enthalten mussten.

Die Geschäftsführung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung war grundsätzlich an Anordnungen der Gesellschafter und des Aufsichtsrats gebunden.

Bundesvergabegesetz 2018

Das Bundesgesetz über die Vergabe von Aufträgen (Bundesvergabegesetz 2018 – BVergG 2018) 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.

Datenschutzgesetz und Datenschutz-Grundverordnung

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

4.3 Landesrecht

Zum maßgeblichen Landesrecht zählten neben der Voranschlags- und Rechnungsabschlussverordnung 2015 bis zum 10. Juni 2022 auch das Handbuch Beteiligungsmanagement.

Voranschlags- und Rechnungsabschlussverordnung 2015

Die Voranschlags- und Rechnungsabschlussverordnung 2015 – VRV 2015, BGBl II 2015/313, löste beginnend mit dem Finanzjahr 2020 die Voranschlags- und Rechnungsabschlussverordnung 1997 ab. Die VRV 2015 regelte Form und Gliederung der Voranschläge und Rechnungsabschlüsse der Länder und der Gemeinden und stellte auf einen integrierten Ergebnis-, Finanzierungs- und Vermögenshaushalt um. Dafür galt es, die finanzielle Lage möglichst getreu, vollständig und einheitlich, nach den Grundsätzen der Transparenz, Effizienz und weitgehenden Vergleichbarkeit in der Haushaltsführung, darzustellen.

In Bezug auf Beteiligungen regelte die VRV 2015 unter anderem Begriff (verbundene, assoziierte und sonstige Unternehmen), Ausmaße (Anteil des Landes NÖ an einem Unternehmen), Bewertung und Ausweis im Rechnungsabschluss.

Handbuch Beteiligungsmanagement

Das „Handbuch Beteiligungsmanagement des Bundeslandes Niederösterreich“ vom 23. Juni 2009 enthielt Anforderungen an eine wirtschaftliche und wirksame Beteiligungsverwaltung des Landes NÖ sowie dafür erforderliche 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 des Amts der NÖ Landesregierung 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 das Controlling. Die Steuerung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung konnte mit Gesellschafterweisungen sowie mit Geschäftsbesorgungs- und Leistungsverträgen erfolgen.

Die Vorschrift bildete eine Beilage zur damaligen Dienstanweisung über die Durchführung des Rechnungsabschlusses des Landes NÖ und wurde mit 10. Juni 2022 aufgehoben. Die Abteilung Finanzen F1 plante, das Handbuch Beteiligungsmanagement neu aufzusetzen.

Der Landesrechnungshof empfahl der NÖ Landesregierung, dass die Abteilung Finanzen F1 ein zweckmäßiges Regelwerk für die Verwaltung der Anteile des Landes NÖ an Unternehmungen ausarbeitet.

Ergebnis 1

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

Stellungnahme der NÖ Landesregierung:

Die Empfehlung des NÖ Landesrechnungshofes wird umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

5. Organisatorische Grundlagen

Aufgrund ihrer Satzung verfügte die EVN AG über ein Grundkapital von 330.000.000,00 Euro, das sich in 179.878.402 nennwertlose Stückaktien unterteilte. Das Land NÖ hielt über die NÖ Landes-Beteiligungsholding GmbH 51,0 Prozent am Grundkapital der EVN AG. Weitere 28,4 Prozent der Anteile am Grundkapital hielt die Wiener Stadtwerke GmbH. Im Streubesitz befanden sich 19,7 Prozent der Aktien. Ein Anteil von 0,9 Prozent entfiel auf eigene Aktien der EVN AG. Diese Angaben bezogen sich auf das Jahr 2022.

5.1 Unternehmensgegenstand

Die EVN AG hatte ihren Sitz in Maria Enzersdorf in Niederösterreich. Die Gesellschaft notierte an der Wiener Börse. Die wesentlichen Geschäftszweige bildeten das Energiegeschäft und das Umweltgeschäft.

Energiegeschäft

Das Energiegeschäft unterteilte sich in die Sparten Energie, Erzeugung, Netze und Südosteuropa beziehungsweise in Erzeugung von Strom aus erneuerbarer Energie, Beschaffung und Handel von Strom, Erdgas und Primärenergieträgern, Wärmeproduktion und Wärmeverkauf. Dazu zählten auch der Betrieb einer thermischen Abfallverwertungsanlage, der Betrieb von Netzinfrasturktur sowie Kabel-TV- und Telekommunikationsdienstleistungen.

Das Energiegeschäft in Südosteuropa (Bulgarien, Nordmazedonien, Kroatien) bestand aus Energiehandel, Betrieb von Netzen und Netzinfrasturktur für Strom, Stromverkauf, Stromerzeugung aus Wasserkraft und Photovoltaik, Wärmeproduktion, Wärmeverteilung und Wärmeverkauf sowie aus Errichtung und Betrieb von Gasnetzen.

Umweltgeschäft

Das Umweltgeschäft umfasste Wasserversorgung, Abwasserentsorgung sowie Auslandsprojekte zur Planung, Finanzierung, Errichtung und zum Betrieb von Anlagen für die Wasserversorgung und -entsorgung sowie zur thermischen Abfallverwertung.

Sonstige Geschäfte

Die sonstige Geschäftstätigkeit betraf Beteiligungen sowie Konzerndienstleistungen.

5.2 Organe

Die Organe der EVN AG waren laut Aktiengesetz und Satzung Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung.

Vorstand

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bestand der Vorstand der EVN AG aus zwei Mitgliedern. Diese vertraten die Aktiengesellschaft gemeinsam oder einzeln mit einem Prokuristen.

Der Vorstand hatte die Aktiengesellschaft unter eigener Verantwortung zum Wohl des Unternehmens unter Berücksichtigung der Interessen der Aktionäre und der Arbeitnehmer sowie des öffentlichen Interesses zu leiten.

Dabei hatten die Mitglieder des Vorstands die Sorgfalt einer ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleitung anzuwenden, über vertrauliche Angaben Stillschweigen zu bewahren und ein Wettbewerbsverbot einzuhalten. Die gebotene Sorgfalt lag vor, wenn unternehmerische Entscheidungen nicht von sachfremden Interessen geleitet wurden und auf Grundlage angemessener Information angenommen werden durfte, zum Wohle der Gesellschaft zu handeln.

Der Vorstand hatte innerhalb der ersten fünf Monate eines jeden Geschäftsjahres den Jahresabschluss für das vergangene Geschäftsjahr (Jahresbilanz, Gewinn- und Verlustrechnung, Anhang) und den Geschäftsbericht zu erstellen und nach Prüfung durch den Abschlussprüfer mit einem Vorschlag für die Gewinnverteilung dem Aufsichtsrat vorzulegen.

Nachhaltigkeitsorganisation

Der Vorstand trug in Abstimmung mit dem Aufsichtsrat die Gesamtverantwortung für die Angelegenheiten Umweltschutz, Soziales und nachhaltige Unternehmensführung (ESG – Environment, Social, Governance). Ein Lenkungsausschuss für Nachhaltigkeit und eine Stabstelle für Innovation, Nachhaltigkeit und Umweltschutz sowie Nachhaltigkeitsbeauftragte sorgten mit externer Unterstützung für Weiterentwicklung, Steuerung und Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategien.

Organisation des Compliance-Managements

Die EVN AG verfügte über ein konzernweites Compliance-Management System, um im Arbeitsalltag integrires und gesetzestreuces Verhalten sicherzustellen. Die Gesamtverantwortung lag beim Vorstand, der sich auf die Stabsstelle Corporate Compliance Management, den Chief Compliance Officer, dezentrale

Compliance Officer und Mitarbeitende stützte. Das System umfasste neben regelmäßigen Analysen auch Schulungsprogramme zu Themen wie Menschenrechte, Unternehmensethik, Korruptionsprävention, öffentliches Auftreten und Wettbewerbsverhalten sowie ein anonymes Hinweisgebersystem.

Aufsichtsrat

Der Aufsichtsrat konnte aus mindestens acht und höchstens zwölf Mitgliedern bestehen, die von der Hauptversammlung für die Dauer von fünf Jahren gewählt wurden. Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bestand der Aufsichtsrat aus zehn gewählten Mitgliedern und fünf entsandten Mitgliedern der Arbeitnehmervertretung.

Der Aufsichtsrat hatte die Geschäftsführung zu überwachen und konnte jederzeit einen Bericht über die Angelegenheiten der Gesellschaft oder einer Konzernunternehmung verlangen, Bücher und Schriften einsehen und prüfen oder Prüfungen beauftragen. Außerdem oblag es dem Aufsichtsrat, allgemeine Grundsätze der Geschäftspolitik und der Vergütungspolitik festzulegen sowie Betragsgrenzen für zustimmungspflichtige Rechtsgeschäfte festzusetzen.

Zur Unterstützung der Aufsichtsratsangelegenheiten und zur Vorbereitung der Beschlüsse bestanden ein Prüfungsausschuss, ein Arbeitsausschuss, ein Nominierungsausschuss sowie ein Vergütungsausschuss.

Zu den Aufgaben des Prüfungsausschusses gehörten die Überwachung des Rechnungslegungsprozesses, des internen Kontroll- und Risikomanagementsystems und der Abschluss- und der Konzernabschlussprüfung. Weitere Aufgaben betrafen die Berichterstattung an den Aufsichtsrat über den Jahres- beziehungsweise Konzernabschluss, die Abschlussprüfung, die Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung, den Vorschlag für die Gewinnverteilung, den Lagebericht und den Corporate Governance-Bericht.

Hauptversammlung

Die Hauptversammlung diente der gemeinschaftlichen Willensbildung der Aktionäre in den Angelegenheiten der Gesellschaft. Ihre Einberufung oblag dem Vorstand oder dem Aufsichtsrat unter Vorlage der Tagesordnung, des Jahres- und Konzernabschlusses, des Lageberichts, des Corporate Governance-Berichts, des Berichts des Aufsichtsrats sowie gegebenenfalls des Vorschlags für die Gewinnverwendung.

Die ordentliche Hauptversammlung war in den ersten acht Monaten eines Geschäftsjahrs einzuberufen, um die Entlastung des Vorstands und des Aufsichtsrats, die Vergütungspolitik und den Vergütungsbericht, die Gewinnverteilung,

die Wahl der Abschlussprüfer und allenfalls auch die Feststellung des Jahresabschlusses zu beschließen. Sie konnte dabei den Bilanzgewinn ganz oder teilweise von der Verteilung ausschließen. Nicht behobene Gewinnanteile der Aktionäre verfielen drei Jahre nach Fälligkeit zugunsten der freien Rücklage.

Die EVN AG veröffentlichte Unterlagen und Beschlüsse zu den ordentlichen Hauptversammlungen auf ihrer umfangreichen Website.

5.3 Konsolidierter Corporate Governance-Bericht

Die EVN AG veröffentlichte jährlich einen Corporate Governance-Bericht nach dem österreichischen Aktien- und Kapitalmarktrecht, dem Österreichischen Corporate Governance Kodex sowie den Geschäftsordnungen ihrer Organe. Die Einhaltung der Corporate Governance-Regeln ließ sie alle drei Jahre extern evaluieren.

Der Bericht über die externe Evaluierung des Corporate Governance-Berichts und die Einhaltung des Österreichischen Corporate Governance Kodex durch die EVN AG im Geschäftsjahr 2020/2021 vom 24. November 2021 ergab in wesentlichen Belangen eine Übereinstimmung mit den gesetzlichen Vorschriften und den maßgeblichen Regeln mit zwei Ausnahmen, soweit diese von der Verpflichtungserklärung der EVN AG umfasst waren.

Die Ausnahmen betrafen die Nichtbestellung eines Vorsitzenden des Vorstands und die Mitgliedschaft eines Geschäftsführers der Wiener Stadtwerke GmbH im Aufsichtsrat der EVN AG, die im Wettbewerb zu den Stadtwerken stand.

5.4 Richtlinien der EVN AG

Zu den rechtlichen und organisatorischen Grundlagen der EVN AG zählten neben der Satzung in der jeweils geltenden Fassung Konzern- und Geschäftsanweisungen und Richtlinien. Die Satzung stammte ursprünglich vom 24. August 1989 (Beschluss der außerordentlichen Hauptversammlung), wurde wiederholt angepasst und war im Internet abrufbar.

Zu den Konzern- und Geschäftsanweisungen und Richtlinien zählten unter anderem der Verhaltenskodex, die Integritätsklausel der EVN Gruppe, die Konzernanweisung betreffend Beschaffungswesen mit der Regelung des Umgangs mit Interessenkonflikten, die Unterschriftenregelungen der EVN AG, die Allgemeinen Einkaufsbedingungen der EVN Gruppe, die Geschäftsanweisung betreffend Vorgangsweise bei der Beschaffung von Lieferungen und Leistungen, die Aufgabenverteilung zwischen den Fachbereichen des EVN-Konzerns als Bedarfsträger und der Konzernfunktion „Beschaffung und Einkauf“, die Konzernanweisung betreffend Information und Kommunikation im EVN Konzern, der

Sponsoring-Leitfaden der EVN AG für das Geschäftsjahr 2021/2022, Kriterien für den NÖ Sozialfonds und die Regelung zur Verwaltung und Zuordnung von Mitgliedschaften.

Der Sponsoring-Leitfaden schloss ein Sponsoring von politischen Parteien, wahlwerbenden Parteien oder parteinahen Organisationen im Sinn des Parteiengesetzes 2012 und des NÖ Parteienfinanzierungsgesetzes 2012, von Rechtsträgern im Sinn des Publizistikförderungsgesetzes 1984, von Behörden oder Rechtsträgern von Behörden und von parlamentarischen Klubs im Sinn des Klubfinanzierungsgesetzes 1985 aus.

Der Landesrechnungshof empfahl der EVN AG, diese Vorgabe sinngemäß und über das aktuell gesetzte Ausmaß hinaus in Richtlinien und Regelungen zu ergänzen, die mit Inseraten und Werbung, Spenden, Kooperationen, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Mitgliedschaften in Vereinen in Zusammenhang stehen, soweit damit kein Wettbewerbsnachteil verbunden ist. Hierbei wären die in Rede stehenden gesetzlichen Novellierungen zu berücksichtigen.

Ergebnis 2

Die EVN AG sollte diese Vorgabe in Richtlinien und Regelungen, die mit Inseraten und Werbung, Spenden, Kooperationen, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Mitgliedschaften in Vereinen in Zusammenhang stehen, sinngemäß ergänzen, soweit damit kein Wettbewerbsnachteil verbunden ist.

Stellungnahme der EVN AG:

Die EVN AG wird diese Vorgabe zukünftig in Richtlinien und Regelungen, die für Inserate und Werbung, Spenden und Kooperationen gelten, berücksichtigen. Weiters soll diese Regelung - soweit damit kein Wettbewerbsnachteil verbunden ist - auch bei Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Mitgliedschaften in Vereinen angewandt werden.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

6. Strategische Grundlagen

Die EVN AG richtete ihre Kommunikation und ihr Marketing an ihrem Unternehmensleitbild (Vision, Mission, Werte) und an ihren Kernstrategien 2030 aus. Sie setzte auf Nachhaltigkeit als langfristiges Unternehmenskonzept und informierte über ihre Strategien und Unternehmungen ausführlich unter www.evn.at.

6.1 Unternehmensprofil

Die EVN AG stellte sich als ein führendes, internationales, börsennotiertes Energie- und Umweltdienstleistungsunternehmen mit einer soliden Kapitalstruktur und verlässlichen Dividenden dar, das nachhaltige Leistungen in Strom-, Gas-, Wärme- und Trinkwasserversorgung, Abwasserentsorgung oder thermischer Abfallverwertung von höchster Qualität erbringt. Der Qualitätsanspruch beruhte auf Exzellenz, hoher Effizienz, modernster Infrastruktur und stetiger Innovationsbereitschaft.

Weiters bekannte sich die EVN AG zu ethischen Prinzipien sowie zur nachhaltigen Unternehmensführung (ESG – Environment, Social, Governance) unter ausgewogener Berücksichtigung ökonomischer, ökologischer und sozialer Gesichtspunkte und angemessenem Ausgleich aller Anliegen von Anspruchsgruppen und am Unternehmen Interessierten.

United Nations Global Compact

Die EVN AG nahm am United Nations Global Compact, dem Globalen Pakt der Vereinten Nationen teil und gehörte seit dem Jahr 2012 dem Lenkungsausschuss des Österreichischen Global Compact Netzwerks an.

Diese Initiative der Vereinten Nationen entstand am 31. Jänner 1999 auf dem Weltwirtschaftsforum in Davos, um die Globalisierung sozialer und ökologischer zu gestalten. Die Mitglieder verpflichteten sich dazu, zehn vorgegebene Prinzipien des ethischen und wirtschaftlichen Handelns in Bezug auf Menschenrechte, Arbeit, Umwelt, Korruptionsbekämpfung sowie 17 Nachhaltigkeitsziele für Soziales, Wirtschaft und Umwelt der Agenda 2030 der Vereinten Nationen einzuhalten und darüber regelmäßig zu berichten.

Die Prinzipien leiteten sich aus der Menschenrechtscharta der Vereinten Nationen, der Deklaration der International Labour Organization über fundamentale Arbeitsrechte und -prinzipien, der Konvention der Vereinten Nationen gegen Korruption und der Resolution der Vereinten Nationen „Transformation unserer Welt: die Agenda 2030 für nachhaltige Entwicklung“ vom 25. September 2015 (Sustainable Development Goals, kurz SDG) ab.

Die EVN AG sprach insbesondere die Ziele betreffend „Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen“ (Ziel 6), „Bezahlbare und saubere Energie“ (Ziel 7), „Nachhaltige/r Konsum und Produktion“ (Ziel 12) und „Maßnahmen zum Klimaschutz“ (Ziel 13) an.

6.2 Kernstrategien 2030

Die Kernstrategien 2030 „Nachhaltiger.Digitaler.Effizienter“ richteten alle Geschäftsfelder auf Klimaneutralität, Digitalisierung, Trinkwasserversorgung, Wachstum und Effizienzsteigerung sowie auf Kreislaufwirtschaft aus.

Die Investitionsschwerpunkte lagen auf Netzinfrastruktur, Versorgungssicherheit und Versorgungsqualität.

Die EVN Klimainitiative verfolgte einen Dekarbonisierungspfad bis 2034 und Klimaneutralität durch Windkraft und Photovoltaik in ausgewählten Tochtergesellschaften. Weiters setzte sie auf konsequente Digitalisierung im Vertrieb und Endkundengeschäft.

Die Kernstrategie zur Trinkwasserversorgung in Niederösterreich setzte auf den Ausbau von Leitungsnetzen und Pumpwerken, die Errichtung von Naturfilteranlagen zur Reduktion der Nitratbelastung und der Wasserhärte sowie auf die Erschließung neuer Trinkwasserquellen zur Abdeckung von Mehrbedarfen und witterungsbedingten Verbrauchsspitzen.

Im Hinblick auf die Ausbringungsverbote der Europäischen Union für Klärschlamm konzentrierte sich die Kernstrategie zur Kreislaufwirtschaft auf Konzepte und Projekte zur thermischen Klärschlamm- beziehungsweise Abfallverwertung.

Im internationalen Umweltgeschäft lag der Schwerpunkt auf der kommunalen Wasserversorgung und Abwasserentsorgung mit individuellen Lösungen für ausgewählte Kommunen und Länder.

Handlungsfelder

Die strategischen Handlungsfelder bildeten nachhaltige Unternehmenswertsteigerung, Versorgungssicherheit, Kundenorientierung, Attraktivität der Arbeitsplätze, Klimaschutz, Umweltschutz, Innovation und Digitalisierung sowie laufender Stakeholder-Dialog mit den Anspruchsgruppen. Diesen waren Nachhaltigkeitsziele sowie Leistungen, Wirkungen und Maßnahmen zugewiesen.

Der Stakeholder-Dialog bezog sich zum Beispiel auf die Nachbarschaft von Betriebsanlagen, die Wissensvermittlung an Kinder und Jugendliche sowie auf die Verbesserung der Lebensqualität von Menschen in herausfordernden Lebenssituationen und die Bekämpfung von Energiearmut.

Customer-Relations-Strategie 2025

Customer-Relations-Strategie 2025 bezeichnete die Strategie für Kundenbeziehungen und zielte auf die nachhaltige Optimierung aller kundenbezogenen Prozesse durch schnelles, kompetentes und freundliches Auftreten sowie durch ein wirksames Beschwerdemanagement zur Verbesserung der Servicequalität ab.

6.3 Kommunikationsstrategien

Die EVN AG richtete ihre Kommunikation und ihr Marketing auf ihre Kernstrategien, ihre Klimainitiative sowie auf ihre Attraktivität als Arbeitgeber, auf Kundenorientierung, Nachhaltigkeit und Versorgungssicherheit aus.

Die lang- und mittelfristige Ausrichtung der Kommunikation für die EVN Gruppe bildete in Abstimmung mit dem Vorstand die Grundlage für die jährliche Planung der Öffentlichkeitsarbeit und der Kampagnen. Hinzu kamen aufgrund aktueller Anforderungen „Ad hoc-Maßnahmen“.

Markt- und Wettbewerbsumfeld

Die Kommunikationsstrategie befasste sich mit den maßgeblichen Entwicklungen auf dem Energiemarkt und dessen Herausforderungen, wie einem Blackout. Weitere Grundlagen bildeten Analysen des aktuellen Umfelds, die Anforderungen der Zielgruppen sowie Evaluierungen der vorangegangenen Auftritte, Maßnahmen und Strategien.

Kernbotschaften Energie.Wasser.Leben

Die Kernbotschaften spiegelten das Unternehmensprofil und die Werte der Marken der EVN Gruppe sowie die Themenführerschaft für Klimaschutz und gesellschaftliche Verantwortung wider. Dazu zählten Erfahrung, Kundenorientierung, Regionalität, Versorgungsqualität und Versorgungssicherheit.

Die Öffentlichkeitsarbeit war Teil der Markenführung und diente der Vermittlung von Informationen, Projekten und Themen, der Stärkung des positiven Images und der Markenbekanntheit sowie dem Austausch mit den Anspruchsgruppen und der Vertriebsunterstützung.

Die Inhalte vermittelten beispielsweise die Positionierung als attraktiver Arbeitgeber, als regionaler Energieversorger mit persönlicher Beratung und Service in der Nähe, die Einführung des Smart Meter oder die EVN Bonuspunkte Spendenaktion.

Zielgruppen

Zielgruppen bildeten im Rahmen der NÖ Gesamtbevölkerung insbesondere die Aktionäre, Mitarbeitende und Kunden sowie Innovatoren und Multiplikatoren beziehungsweise innovativ denkende und handelnde Personen sowie Interessierte an den Themen Bauen, Wohnen, Sanieren, Energie und Mobilität.

EVN Schulservice

Das EVN Schulservice bot unter www.young.evn.at rund um das Thema Energie und Umwelt Informationen, Lehr- und Lernbehelfe (Lernspiele, Wettbewerbe, EnergieSparMeisterKurse, Forschungssets mit Videos) sowie Veranstaltungen (Exkursionen, Workshops) für Schulen (Volksschulen, Sekundarstufen I und II) an.

Mediaplanung

Die Mediaplanung legte aufgrund der Budgets sowie der Kommunikations- und Marketingziele die einzelnen Kampagnen, Instrumente und Medien im Jahresverlauf fest. Der Mediamix umfasste Außenwerbung, Print-, Online- und Rundfunkmedien sowie soziale Medien.

Die Entscheidung für den Mitteleinsatz fiel auf Grundlage von Kennzahlen, wie Reichweiten in der jeweiligen Zielgruppe, Tausenderkontaktpreise, Preis-per-1000 (CPM – Cost per Mille) oder Preis-pro-Kontaktadresse (CPL – Cost per Lead) sowie Indikatoren wie Glaubwürdigkeit oder Sichtbarkeit.

Zudem beinhaltete die Mediaplanung der EVN AG eine laufende Optimierung entlang der gesamten Kampagne: von der Kreation (Gestaltung der Werbemittel und Landing Page) über die treffsichere Auswahl der Medien anhand der maßgeblichen Kennzahlen bis hin zur Erfolgsmessung (Kampagnen Tracking, Reporting). Das betraf auch die Produktion von multimediafähigen Inhalten und den Aufbau sowie die Pflege eines Corporate Content Hubs (Verknüpfung aller Marketing-Inhalte).

Medienmix

Der Bereich Kommunikation und Werbung der EVN AG setzte Außenwerbung, Printmedien, Online- und soziale Medien sowie Rundfunkmedien ein, um die EVN Marke, ihre Dienstleistungen, Themen und Projekte konstant und authentisch zu platzieren und auf allen Kanälen präsent zu halten.

Sponsoring

Die EVN AG betrieb verschiedene Arten von Sponsoring als Teil ihrer Konzernkommunikation, insbesondere, um ihre regionale Markenbekanntheit, Kundennähe, Anlagen, Dienstleistungen, Produkte und Projekte zu unterstützen sowie wichtige Themen, wie Versorgungssicherheit oder erneuerbare Energien, zu vermitteln. Sie unterschied zwischen Sport-Sponsoring, Kultur-Sponsoring, Öko- und Sozio-Sponsoring für Umweltschutz und soziale Einrichtungen, Schul- und Hochschul-Sponsoring für Bildungseinrichtungen, Medien- und Programm-Sponsoring zur Unterstützung von medialen Beiträgen, wie Spielfilme, sowie Event-Sponsoring für Veranstaltungen.

Das Sponsoring in Niederösterreich konzentrierte sich prinzipiell auf Gemeinden und Städte, insbesondere Standortgemeinden von Kraftwerken, Einsatzorganisationen, Einrichtungen zur Unterstützung von Kindern und Jugendlichen, Teams und Vereine sowie Sozialprojekte, an denen Mitarbeitende der EVN Gruppe mitwirkten. Seit dem Jahr 1995 unterhielt die EVN AG eine eigene Kunstsammlung. Für das Sponsoring im Sozialbereich bestand seit dem Jahr 2008 ein Sozialfonds.

Die Abwicklung des Sponsorings oblag der Konzernfunktion „Information und Kommunikation“, gegebenenfalls in Abstimmung mit der Geschäftsführung einer Tochterunternehmung. Dafür galten eine Konzernanweisung und ein Sponsoring-Leitfaden. Der Leitfaden schloss ein Sponsoring von politischen Parteien aus, regelte Voraussetzungen, Werbewerte, Gegenleistungen und enthielt Muster für Sponsoringverträge ab einem Betrag von 5.000,00 Euro.

EVN Sozialfonds

Der EVN Sozialfonds unterstützte Vorhaben, welche direkt oder indirekt (über die Eltern) die soziale Teilhabe benachteiligter junger Menschen bis zum vollendeten 25. Lebensjahr in Niederösterreich nachhaltig verbessern konnten. Der Fonds wurde gemäß interner Richtlinien jährlich mit 100.000,00 Euro dotiert, wobei angabegemäß eine Aufstockung auf 120.000,00 Euro geplant war.

Seit der Gründung des EVN Sozialfonds im Jahr 2008 wurden bereits mehr als 200 Projekte diverser gemeinnütziger Organisationen unterstützt. Im Geschäftsjahr 2020/2021 waren dies 14 Projekte mit einem Gesamtbetrag von rund 120.000,00 Euro, im Geschäftsjahr 2019/2020 waren es 16 Projekte mit einem Gesamtbetrag von rund 123.080,00 Euro, im Geschäftsjahr 2018/2019 waren es 19 Projekte mit rund 124.500,00 Euro und im Geschäftsjahr 2017/2018 waren dies 14 Projekte mit insgesamt rund 119.400,00 Euro.

Die Bewertung der eingereichten Anträge erfolgte durch einen Beirat unter dem Vorsitz des Präsidenten einer karitativen Einrichtung nach Vergabegerechtigkeit und festgelegten Kriterien. Das sechsköpfige Gremium wählte zwei Mal im Jahr förderungswürdige Projekte aus. Informationen zur Antragstellung und die Förderkriterien befanden sich unter www.evn.at.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass der Beiratsvorsitzende des Sozialfonds der EVN AG als Präsident einer karitativen Einrichtung vorstand, die Unterstützungen aus dem Fonds erhielt oder indirekt davon profitierte.

Somit empfahl der Landesrechnungshof der EVN AG, den Beirat so zu gestalten, dass Interessenkollisionen vermieden werden.

Ergebnis 3

Die EVN AG sollte den Beirat ihres Sozialfonds so gestalten, dass Interessenkollisionen vermieden werden.

Stellungnahme der EVN AG:

Eingangs ist festzuhalten, dass die Beschlussfassungen im Sozialfonds stets einstimmig erfolgten. Aufgrund des Ausscheidens des Präsidenten der Caritas Österreich wird in Zukunft jedenfalls der Anschein einer Interessenkollision vermieden. Der Vorsitz des Beirates wird darüber hinaus demnächst so besetzt werden, dass mögliche Interessenskollisionen jedenfalls vermieden werden.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

7. Inserate und Werbung

In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden von der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte beziehungsweise Kosten?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrugen die Aufwendungen der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften für Inserate und Werbung 40.392.927,70 Euro. Davon entfielen 3.986.316,30 Euro auf die kabelplus GmbH, die der internen Leistungsverrechnung dienten und keinen Einfluss auf das Ergebnis der EVN AG hatten, weil sie sich in gleicher Höhe in den Erträgen wiederfanden. Somit verblieben Aufwendungen für Inserate und Werbung von 36.406.611,40 Euro. Die folgende Tabelle zeigt, wie sich dieser Gesamtaufwand auf die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften und auf die Geschäftsjahre verteilte:

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

Unternehmen	März bis September 2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	Oktober 2021 bis Mai 2022	Summe
EVN AG	4.090.080,60	7.539.384,47	7.303.276,71	7.330.606,37	6.556.682,15	2.948.870,64	35.768.900,94
evn naturkraft	6.589,14	119.719,72	28.117,91	84.859,15	44.915,67	12.103,29	296.304,88
Netz Niederösterreich	17.706,32	119.628,02	36.863,91	6.609,37	44.048,43	43.661,13	268.517,18
EVN Wasser	1.146,05	11.045,92	12.511,79	3.376,30	14.579,73	56,00	42.715,79
EVN Wärmekraftwerke	253,60	5.874,37	2.520,77	105,00	289,00	12.608,50	21.651,24
EVN Wärme	1.046,97	1.994,44	1.500,45	846,90	815,11	1.837,24	8.041,11
EVN Beteiligung 40	50,88	50,88	50,88	278,30	0,00	0,00	430,94
UTILITAS	124,32	-75,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49,32
Summe	4.116.997,88	7.797.622,82	7.384.842,42	7.426.681,39	6.661.330,09	3.019.136,80	36.406.611,40

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrug der Gesamtaufwand der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften für Inserate und Werbung 36.406.611,40 Euro. Davon entfielen 35.768.900,94 Euro oder 98,3 Prozent auf die EVN AG. Auf die evn naturkraft entfielen 296.304,88 Euro oder 0,8 Prozent und auf die Netz Niederösterreich 268.517,18 Euro oder 0,7 Prozent.

Die restlichen Aufwendungen verteilten sich auf die EVN Wasser mit 42.715,79 Euro, die EVN Wärmekraftwerke mit 21.651,24 Euro, die EVN Wärme mit 8.041,11 Euro, die EVN Beteiligung 40 mit 430,94 Euro und die UTILITAS mit 49,32 Euro.

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 wies der Jahresaufwand für Inserate und Werbung eine Bandbreite zwischen 3.019.136,80 Euro im laufenden Geschäftsjahr 2021/2022 und 7.797.622,82 Euro im Geschäftsjahr 2017/2018 auf.

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

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien insgesamt 11.100.479,06 Euro. Das entsprach einem Anteil von 30,5 Prozent am Gesamtaufwand für Inserate und Werbung in Höhe von 36.406.611,40 Euro.

Die restlichen Aufwendungen von 25.306.132,34 Euro oder 69,5 Prozent betrafen im Wesentlichen Außenwerbung, wie Plakate, Werbetafeln oder Leuchtreklame, die Konzeption und Produktion von Werbekampagnen, Werbeartikel, Messeauftritte sowie Veranstaltungen.

Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien

Die folgende Tabelle zeigt die Aufteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien in Euro und in Prozent:

Tabelle 3: Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien

Medien	Betrag in Euro	Anteil
Printmedien	4.942.255,42	44,5 Prozent
Onlinemedien	4.183.628,04	37,7 Prozent
Rundfunkmedien	1.974.595,60	17,8 Prozent
Summe	11.100.479,06	100,0 Prozent

Die Aufwendungen für Inserate und Werbung in Printmedien betragen 4.942.255,42 Euro oder 44,5 Prozent, in Onlinemedien 4.183.628,04 Euro oder 37,7 Prozent und in Rundfunkmedien 1.974.595,60 Euro oder 17,8 Prozent.

Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien nach Mediengruppen

Die Aufteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung nach Mediengruppen, wobei die Aufwendungen für Print-, Online- und Rundfunkmedien für den Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 zusammengefasst wurden, stellte sich wie folgt dar:

Tabelle 4: Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien nach Mediengruppen

Mediengruppe	Betrag in Euro	Anteil
Mediengruppe 1	1.278.297,74	11,5 Prozent
Mediengruppe 2	1.181.261,47	10,6 Prozent
Mediengruppe 3	1.157.641,80	10,4 Prozent
Mediengruppe 4	1.061.672,91	9,6 Prozent
Mediengruppe 5	915.613,26	8,3 Prozent
Mediengruppe 6	733.096,83	6,6 Prozent
Mediengruppe 7	606.424,02	5,5 Prozent
Mediengruppe 8	591.177,87	5,3 Prozent
Mediengruppe 9	496.283,02	4,5 Prozent
Mediengruppe 10	419.152,85	3,8 Prozent
Mediengruppe 11	338.128,55	3,1 Prozent
Mediengruppe 12	335.944,73	3,0 Prozent
Mediengruppe 13	289.323,44	2,6 Prozent
Mediengruppe 14	112.907,50	1,0 Prozent
Mediengruppe 15	68.029,10	0,6 Prozent
Mediengruppe 16	67.365,00	0,6 Prozent
Mediengruppe 17	47.564,32	0,4 Prozent
Mediengruppe 18	42.639,61	0,4 Prozent
Mediengruppe 19	41.697,78	0,4 Prozent

Mediengruppe	Betrag in Euro	Anteil
Mediengruppe 20	37.453,82	0,3 Prozent
Mediengruppe 21	31.278,60	0,3 Prozent
Mediengruppe 22	24.445,00	0,2 Prozent
Mediengruppe 23 (sonstige Medien)	1.223.079,84	11,0 Prozent
Gesamtaufwand	11.100.479,06	100,0 Prozent

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 entfiel auf Mediengruppe 1 ein Anteil von 1.278.297,74 Euro oder 11,5 Prozent der gesamten Aufwendungen für Inserate und Werbung, gefolgt von Mediengruppe 2 mit 1.181.261,47 Euro oder 10,6 Prozent und Mediengruppe 3 mit 1.157.641,80 Euro oder 10,4 Prozent.

Auf Mediengruppe 4 entfielen 1.061.672,91 Euro oder 9,6 Prozent und auf Mediengruppe 5 entfielen 915.613,26 Euro oder 8,3 Prozent der Aufwendungen für Inserate und Werbung.

Die Aufwendungen für die nächstfolgenden Mediengruppen betrugen 733.096,83 Euro oder 6,6 Prozent, 606.424,02 Euro oder 5,5 Prozent, 591.177,87 Euro oder 5,3 Prozent und 496.283,02 Euro oder 4,5 Prozent. Dahinter lagen Mediengruppen mit 419.152,85 Euro oder 3,8 Prozent, 338.128,55 Euro oder 3,1 Prozent, 335.944,73 Euro oder 3,0 Prozent, 289.323,44 Euro oder 2,6 Prozent, 112.907,50 Euro oder 1,0 Prozent, 68.029,10 oder 0,6 Prozent, 67.365,00 Euro oder 0,6 Prozent und 47.564,32 Euro oder 0,4 Prozent. Danach folgten fünf Mediengruppen mit Aufwendungen zwischen 42.639,61 Euro und 24.445,00 Euro mit einem Anteil zwischen 0,4 und 0,2 Prozent.

Der Rest in Höhe von 1.223.079,84 Euro oder 11,0 Prozent setzte sich aus verschiedenen kleineren Beträgen zusammen, wie beispielsweise Magazine von Sportvereinen, Festschriften von Blaulichtorganisationen beziehungsweise Vereinen, Kindergartenbroschüren, Jahresberichte für Schulen oder Kulturmagazine.

Die Auftragsvergabe von Inseraten und Werbung an Mediengruppen orientierte sich an Kennzahlen und Indikatoren wie Reichweiten, Tausenderkontaktpreis oder Glaubwürdigkeit. Darüber hinaus lagen keine Analysen zur Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit der getroffenen Verteilung vor.

Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien nach strategischen Schwerpunkten

Durch Kommunikations- und Marketingmaßnahmen verfolgte die EVN AG das Ziel, die Markenbekanntheit auf konstant hohem Niveau zu halten und das Markenimage zu entwickeln und zu pflegen (Awareness und Branding). Ziel war die Schaffung einer starken Dachmarke, die der EVN AG eine optimale Positionierung im Wettbewerb und eine starke und vertrauensvolle Kundenbeziehung erlaubte. Die thematischen Pfeiler der Markenwerbung waren „Erneuerbare Energie und Klimaschutz“, „Energiedienstleistung und -versorgung“, „Beratung und Service“, das Kundenbindungsprogramm „EVN Bonuswelt“, der Aufbau der Arbeitgeber-Marke „Employer Branding“ und „Trinkwasser-Versorgung“.

In der vertriebsunterstützenden Marketing-Kommunikation „Performance und Sales“ lagen die Schwerpunkte auf der Verkaufsanbahnung und Lead-Generierung für die Energiedienstleistungen Photovoltaik, Speicher, Energiemanagement und Ladeinfrastruktur für E-Mobilität sowie die laufende Suchmaschinenoptimierung (SEO – Search Engine Optimization, Performance Search).

Der dritte strategische Schwerpunkt „Interaktion und Community-Management“ verlangte nicht nach Werbeaktivitäten. Im Community Management moderierte die EVN AG Diskussionsprozesse und unterstützte bei Fragen und Anliegen.

Die folgende Tabelle zeigt die geschätzten Durchschnittswerte der Aufwendungen für Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 nach strategischen Schwerpunkten:

Tabelle 5: Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien nach strategischen Schwerpunkten

Strategischer Schwerpunkt	Aufwand in Euro	Anteil
Awareness und Branding	8.425.263,61	75,9 Prozent
<i>davon Erneuerbare Energie und Klimaschutz</i>	2.530.909,23	
<i>davon EVN Bonuswelt</i>	2.053.588,63	
<i>davon Beratung und Service</i>	1.676.172,34	
<i>davon Energiedienstleistung und -versorgung</i>	1.431.961,80	
<i>davon Trinkwasser-Versorgung</i>	444.019,16	
<i>davon Employer Branding</i>	288.612,46	
Performance und Sales	2.675.215,45	24,1 Prozent
<i>davon Energiedienstleistung</i>	1.953.684,31	
<i>davon Performance Search</i>	721.531,14	
Summe	11.100.479,06	100,0 Prozent

Auf den strategischen Schwerpunkt „Awareness und Branding“ entfielen 8.425.263,61 Euro oder 75,9 Prozent, wobei „Erneuerbare Energie und Klimaschutz“ 2.530.909,23 Euro, die „EVN Bonuswelt“ 2.053.588,63 Euro, „Beratung und Service“ 1.676.172,34 Euro, „Energiedienstleistung und -versorgung“ 1.431.961,80 Euro, „Trinkwasser-Versorgung“ 444.019,16 Euro und „Employer Branding“ 288.612,46 Euro betrafen. Der strategische Schwerpunkt „Performance und Sales“ belief sich auf 2.675.215,45 Euro oder 24,1 Prozent, wobei 1.953.684,31 Euro auf „Energiedienstleistung“ und 721.531,14 Euro auf „Performance Search“ entfielen.

7.2 Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte aus der Grundgesamtheit 41 Stichproben mit einer Summe von insgesamt 1.223.835,86 Euro aus. Das entsprach einem Anteil von 3,4 Prozent der gesamten Aufwendungen für Inserate und Werbung in Höhe von 36.406.611,40 Euro.

Die folgende Tabelle listet die Stichproben, den Betrag der Stichprobe und die Art des Mediums auf und gibt einen Überblick, ob die Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen sowie ein Einklang mit den Strategien vorhanden waren:

Tabelle 6: Stichproben zu Inserate und Werbung

Stichprobe	Betrag in Euro	Art des Mediums	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit den Strategien vorhanden
Stichprobe 1	411.703,01	Tages- und Wochenmedien, Magazine, Onlinemedien, Rundfunkmedien und sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 2	297.000,00	Tages-, Wochen- und Rundfunkmedien und sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 3	178.417,87	Rundfunkmedien	ja / ja
Stichprobe 4	58.764,24	Sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 5	58.517,92	Sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 6	37.147,94	Fehlbuchung	nicht anwendbar
Stichprobe 7	31.215,00	Sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 8	20.895,00	Tagesmedium	ja / ja
Stichprobe 9	15.750,00	Tagesmedium	ja / ja
Stichprobe 10	15.597,60	Tagesmedium	ja / ja
Stichprobe 11	10.150,35	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 12	6.338,80	Sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 13	6.300,00	Magazin	ja / ja
Stichprobe 14	5.239,50	Magazin	ja / ja
Stichprobe 15	5.239,50	Magazin	ja / ja
Stichprobe 16	4.929,32	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 17	4.116,00	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 18	3.889,47	Sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 19	3.664,50	Magazin	ja / ja
Stichprobe 20	3.450,00	Magazin	ja / ja
Stichprobe 21	3.213,00	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 22	3.000,00	Magazin	ja / ja

Stichprobe	Betrag in Euro	Art des Mediums	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit den Strategien vorhanden
Stichprobe 23	2.949,75	Magazin	ja / ja
Stichprobe 24	2.614,50	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 25	2.520,00	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 26	2.500,00	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 27	1.994,74	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 28	1.785,00	Magazin	ja / ja
Stichprobe 29	1.785,00	Magazin	ja / ja
Stichprobe 30	1.650,00	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 31	1.575,00	Sonstiges Printmedium	nein / ja
Stichprobe 32	1.417,50	Magazin	ja / ja
Stichprobe 33	1.323,00	Wochenmedium	ja / ja
Stichprobe 34	1.310,40	Magazin	ja / ja
Stichprobe 35	1.260,00	Sonstiges Printmedium	nein / ja
Stichprobe 36	570,00	Sonstige Werbung	ja / ja
Stichprobe 37	509,25	Magazin	ja / ja
Stichprobe 38	500,00	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 39	250,00	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 40	241,50	Sonstiges Printmedium	ja / ja
Stichprobe 41	12.541,20	Tagesmedium	ja / ja

Stichprobe 1 umfasste 25 Rechnungen für den Zeitraum Jänner bis April 2022 in Höhe von insgesamt 411.703,01 Euro. Diese Rechnungen betrafen Leistungen aus einer Rahmenvereinbarung über die Planung, Gestaltung und Durchführung von Medialeistungen in Höhe von 7.500.000,00 Euro für eine Laufzeit von zwei Jahren. Die Vertragspartnerin war eine Mediengesellschaft. Die Rechnungen setzten sich aus Inseraten in Tages- und Wochenmedien sowie Online-medien, Schaltungen im Rundfunk, Außenwerbung, Mutter-Kind-Boxen und aus dem Agenturhonorar für die Planung, Gestaltung und Durchführung von Medienleistungen zusammen.

Auf Außenwerbung, wie beispielsweise Plakate, Screens oder City Lights, entfielen 222.039,99 Euro oder 53,9 Prozent, auf das Agenturhonorar 7.816,00 Euro und auf 2.314 Stück Mutter-Kind-Boxen 1.161,64 Euro.

112.317,45 Euro betrafen 15 Inserate im Umfang von einer Drittel bis einer halben Seite in Tages- und Wochenmedien sowie Magazinen mit Auflagen innerhalb einer Bandbreite von 56.323 bis 734.406 Stück.

Die Inserate in Onlinemedien in Höhe von 51.734,00 Euro gliederten sich gemäß Mediaplanung der EVN AG wie folgt:

- Medium A: drei Inserate für jeweils ein Monat, Reichweite in NÖ: 96,4 Prozent
- Medium B: ein Inserat für 17 Tage und ein Inserat für 13 Tage, Reichweite in NÖ: 47,1 Prozent
- Medium C: ein Inserat für 17 Tage und ein Inserat für 27 Tage, Reichweite in NÖ: 34,8 Prozent
- Medium D: ein Inserat für 17 Tage und ein Inserat für 13 Tage, Reichweite in NÖ: 51,6 Prozent
- Medium E: ein Inserat für 17 Tage und ein Inserat für 13 Tage, Reichweite in NÖ: 55,0 Prozent
- Medium F: ein Inserat für 17 Tage und ein Inserat für 13 Tage, Reichweite in NÖ: 51,6 Prozent
- Medium G: ein Inserat für 17 Tage, Reichweite nicht angegeben
- Medium H: ein Inserat für 13 Tage, Reichweite in NÖ: 28,8 Prozent
- Medium I: ein Inserat für 27 Tage, Reichweite in NÖ: 76,5 Prozent

Die Schaltungen im Rundfunk in Höhe von 16.633,93 Euro gliederten sich wie folgt:

- Radio 1: 37 Schaltungen im Umfang von 740 Sekunden mit einer Tagesreichweite von 12,5 Prozent
- Radio 2: 29 Schaltungen im Umfang von 580 Sekunden mit einer Tagesreichweite von 21,5 Prozent
- Radio 3: 30 Schaltungen im Umfang von 600 Sekunden mit einer Tagesreichweite von 10 Prozent

Themen bildeten vor allem die Bewerbung der EVN Service Center und Photovoltaik-Anlagen. Sie standen mit der Kommunikationsstrategie und der Mediaplanung im Einklang. Nachweise über die beauftragten Schaltungen lagen vor.

Stichprobe 2 umfasste 19 Rechnungen über insgesamt 296.608,74 Euro für den Zeitraum Februar bis April 2021. Die Auftragswerte betragen 297.000,00 Euro. Die Differenz von 391,26 Euro wurde nach Rechnungserhalt erfolgswirksam ausgebucht. Die Rechnungen beruhen auf einer Rahmenvereinbarung über die Planung, Gestaltung und Durchführung von Medialeistungen für zwei Jahre in Höhe von insgesamt 7.600.000,00 Euro mit einer Mediengesellschaft. Sie setzten sich aus Inseraten in Tages- und Wochenmedien, aus Schaltungen im Rundfunk, aus Außenwerbung, aus Mutter-Kind-Boxen und aus dem Agenturhonorar für die Planung, Gestaltung und Durchführung von Medienleistungen zusammen.

Auf Außenwerbung entfielen 161.262,11 Euro oder 54,4 Prozent, auf 3.476 Stück Mutter-Kind-Boxen 1.744,96 Euro und auf Agenturhonorare für Medienleistungen 5.565,63 Euro.

Die zwölf Rechnungen betreffend Inserate und Werbung in Höhe von zusammen 128.036,04 Euro verteilten sich mit 80.408,88 Euro auf Tages- und Wochenmedien und mit 47.627,16 Euro auf Rundfunk. Bei den Inseraten handelte es sich um elf Schaltungen im Umfang von je einer halben Seite in Tages- und Wochenmedien mit Auflagen innerhalb einer Bandbreite von 47.117 bis 729.811 Stück. Die Schaltungen im Rundfunk gliederten sich wie folgt:

- Radio 4: 140 Schaltungen im Umfang von 3.500 Sekunden mit einer Tagesreichweite von 2,8 Prozent
- Radio 5: 48 Schaltungen im Umfang von 1.200 Sekunden mit einer Tagesreichweite von 21,5 Prozent
- Radio 6: 37 Schaltungen im Umfang von 925 Sekunden mit einer Tagesreichweite von 10 Prozent
- Radio 7: 148 Schaltungen im Umfang von 3.700 Sekunden mit einer Tagesreichweite von 12,5 Prozent
- Webradio: 84.774 Kontakte in 15 Tagen

Das Thema betraf durchgängig erneuerbare Energien und stand mit der Kommunikationsstrategie und der Mediaplanung im Einklang. Nachweise über die beauftragten Schaltungen lagen vor.

Stichprobe 3 umfasste eine Rechnung vom 31. Oktober 2017 über 178.417,87 Euro für 844 Schaltungen im Umfang von 19.275 Sekunden im Rundfunk. Das Thema betraf die EVN Bonuswelt und stand mit der Kommunikationsstrategie und der Mediaplanung im Einklang. Die Abrechnung beruhte auf einer Rahmenvereinbarung für Planung, Gestaltung und Durchführung von Medialeis-

tungen in Höhe von 10.500.000,00 Euro für drei Jahre mit einer Mediengesellschaft. Die vorgelegten Unterlagen waren nachvollziehbar. Ein Nachweis über die Ausstrahlung lag vor.

Stichprobe 4 beinhaltete eine Rechnung einer Gesellschaft über 58.764,24 Euro für die Umsetzung von so genannten Erlebnisstationen für EVN Teens. Davon umfasst waren die Produktion von Veranstaltungsmodulen für erneuerbare Energien mit den Tools „Mit Energie ins Abenteuer“, „Mit der Kraft des Windes“, „Wasserpower“, „Faszination Holz“, „Sonnige Strahlkraft“, „Energieeffizienz und Umwelt“ und „Greenbox“ sowie ein Begleitheft und die Einschulung der Modulbetreuer. Die Bestellung stimmte mit der Rechnung überein. Die Vergabe erfolgte direkt, eine Erklärung für den reduzierten Wettbewerb lag mit der Begründung vor, dass die von der EVN AG gemeinsam mit der Gesellschaft entwickelten Stationen eine Spezialanfertigung waren und die Umsetzung mit einem anderen Unternehmen mit erheblichem Mehraufwand verbunden gewesen wäre. Die Gesellschaft hatte große Erfahrung und Kompetenz im pädagogischen Bereich und besaß auch eine eigene Fertigungsstätte.

Stichprobe 5 umfasste eine Rechnung einer Gesellschaft über 58.517,92 Euro für 6.008 Weihnachtsgeschenksets, die mit Essig, Öl und Salz befüllt waren. Die Vergabe erging von drei Anbietern an jenen mit dem niedrigsten Preis. Die Bestellung umfasste 5.500 Stück um insgesamt 54.970,00 Euro. Die Nachbestellung war nicht schriftlich dokumentiert, der Stückpreis entsprach der Bestellung.

Stichprobe 6 erwies sich als Fehlbuchung in Höhe von 37.147,94 Euro, die keinen Aufwand für Inserate und Werbung darstellte, sondern archäologische Arbeiten in einem Windpark betraf. Die Buchung wurde keiner weiteren Prüfung unterzogen.

Stichprobe 7 umfasste eine Rechnung einer Illustratorin über 31.215,00 Euro für Illustrationen für den EVN Schulservice im Zeitraum 1. September 2017 bis 31. September 2018. Die Rechnung beruhte auf einer Bestellung über 71.600,00 Euro für Illustrationsleistungen im Zeitraum Oktober 2016 bis Dezember 2019, wobei von drei Angeboten das mit dem niedrigsten Preis den Zuschlag erhielt. Die Leistung stand im Hinblick auf Jugendförderung im Einklang mit der Kommunikationsstrategie.

Stichprobe 8 betraf ein Inserat im Umfang von einer Seite für 20.895,00 Euro in einer Tageszeitung mit einer Auflage von 436.133 Stück. Das Inserat behandelte das Thema Versorgungssicherheit mit Gas, Strom und Wärme während der Coronakrise. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 9 umfasste ein Inserat im Umfang von einer Seite für 15.750,00 Euro in einer Tageszeitung mit einer Auflage von 168.448 Stück. Das Inserat vermittelte das Thema „Wasser in Niederösterreich“. Auftrag und Rechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 10 beinhaltete zwei Rechnungen über gesamt 15.597,60 Euro für Kundmachungen im Rahmen einer Umweltverträglichkeitsprüfung in Tageszeitungen für einen Windpark. Der Betrag wurde der evn naturkraft per Bescheid durch das Land NÖ zur Bezahlung an einen Zeitungs- und Zeitschriftenverlag vorgeschrieben. Der Bescheid und die Rechnungen lagen vor.

Stichprobe 11 umfasste ein Inserat im Umfang von einer Seite für 10.150,35 Euro in einem Printmedium mit einer Auflage von 700.000 Stück. Das Inserat warb für das Spenden von EVN Bonuspunkten zu Gunsten von Einsatzorganisationen. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 12 beinhaltete eine Rechnung eines Einzelunternehmers über 6.338,80 Euro für Werbeanhänger und Werbetafeln betreffend Biomassekraftwerk in Biedermannsdorf. Angebot, Bestellung und Rechnung lagen vor. Die Leistung stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 13 umfasste ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 6.300,00 Euro in einem Jahresprogramm für 2018 mit einer Auflage von 360.000 Stück. Das Inserat warb für das Hotelrestaurant Ottenstein der EVN AG. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 14 umfasste ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 5.239,50 Euro in einem Magazin mit einer Auflage von 80.000 Stück. Angebot, Rechnung und Nachweis über die Schaltung lagen vor. Das Inserat handelte von erneuerbarer Energie und stand im Einklang mit der Kommunikationsstrategie.

Stichprobe 15 betraf ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 5.239,50 Euro in einem Magazin mit einer Auflage von 80.000 Stück. Das Inserat warb für das Hotelrestaurant Ottenstein der EVN AG. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 16 beinhaltet eine Rechnung in Höhe von 4.929,32 Euro für Schaltungen und Abwicklung von 24 Inseraten in regionalen Medien. Bei **Stichprobe 30** handelte es sich um eine Rechnung in Höhe von 1.650,00 Euro für die Abwicklung von 22 Anzeigen in regionalen Medien. Beide Rechnungen beruhen auf einer Rahmenvereinbarung für Corporate Publishing Leistungen im Umfang von 1.999.890,00 Euro aus dem Jahr 2015. Die Vereinbarung mit einer ARGE wies eine Laufzeit von drei Jahren mit einer Zielwerterhöhung auf. Die abgerechneten Leistungen stimmten mit der Rahmenvereinbarung überein.

Stichprobe 17 umfasste ein Inserat im Umfang von einer Seite für 4.116,00 Euro in einem Printmedium mit einer Auflage von 100.000 Stück. Das Inserat bewarb das Atomkraftwerk Zwentendorf als Veranstaltungsort. Der Preis entsprach dem Angebot. Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 18 betraf das Mietentgelt an eine Marktgemeinde für Werbetafeln in Höhe von 3.889,47 Euro. Dieser Betrag wurde irrtümlich doppelt und inklusive Mahnspesen überwiesen. Verträge und Berechnungen lagen vor. Die EVN AG anerkannte die Differenz als ihren Fehler und forderte keine Rückzahlung der Mahnspesen.

Stichprobe 19 umfasste ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 3.664,50 Euro in einem Magazin mit einer Auflage von 78.000 Stück. Das Inserat warb für das Atomkraftwerk Zwentendorf als Veranstaltungsort. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 20 betraf ein Inserat im Umfang von einer Seite für 3.450,00 Euro in der Print- und Online-Ausgabe eines Magazins mit einer Auflage von vier Mal jährlich 15.000 Stück. Das Inserat warb für die Einlösung von EVN Bonuspunkten. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung der beauftragten Leistungen lag vor. Die Einschaltung stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 21 umfasste ein Inserat im Umfang von drei Mal einer Seite für 3.213,00 Euro in einer Kulturzeitung mit einer Auflage von 20.000 Stück. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 22 betraf ein Inserat im Umfang von einer Seite für 3.000,00 Euro in einem Magazin mit einer Auflage von 13.000 Stück. Das Inserat warb für das Hotelrestaurant Ottenstein der EVN AG. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 23 umfasste ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 2.949,75 Euro in einem Magazin mit einer Auflage von 45.000 Stück. Das Inserat beinhaltete Werbung für die EVN Energieberater. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 24 umfasste ein Inserat im Umfang von einer Seite für 2.614,50 Euro in einem Jahrbuch aus 2017 mit einer Auflage von 700 Stück. Das Inserat warb für das Hotelrestaurant Ottenstein der EVN AG. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 25 umfasste ein Inserat im Umfang von einer Seite für 2.520,00 Euro in einer Schriftenreihe zum Thema Freiwilligenpreis 2020 mit einer Auflage von 2.000 Stück. Das Inserat beinhaltete Werbung für die EVN Energieberater. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 26 umfasste die finanzielle Unterstützung eines Vereins sowie ein Inserat im Umfang von einer Seite für 2.500,00 Euro in einer Publikation zu den Themen Nationalismus, Sicherheitsempfinden und Vertrauen in die Europäische Union mit einer Auflage von 250 Stück zur Bewerbung der EVN Service Center. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 27 umfasste ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 1.994,74 Euro in einer Zeitung mit einer Auflage von 60.000 Stück. Das Inserat warb für das Hotelrestaurant Ottenstein der EVN AG. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 28 betraf ein Inserat im Umfang von einer viertel Seite für 1.785,00 Euro in einem Magazin mit einer Auflage von 60.000 Stück. Das Inserat warb für Photovoltaik-Anlagen. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 29 umfasste ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 1.785,00 Euro in einem Magazin mit einer Auflage von 70.000 Stück. Das Inserat bewarb die EVN Energieberatung beim Bauen, Wohnen und Sanieren. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 31 umfasste ein Inserat im Umfang von 105 mal 60 Millimeter für 1.575,00 Euro in einem Frühlings-/Sommerprogramm des Jahres 2017 mit einer Auflage von 40.000 Stück. Das Inserat warb für das Atomkraftwerk Zwentendorf als Veranstaltungsort. Die Abwicklung erfolgte nach Angabe der EVN AG telefonisch. Die Rechnung und ein Nachweis über die Schaltung lagen vor. Die Einschaltung stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 32 betraf ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 1.417,50 Euro in einem Kulturmagazin für Kinder mit einer Auflage von 150.000 Stück. Das Inserat warb für die Einlösung von EVN Bonuspunkten. Das Angebot lag um 100,00 Euro über dem Auftrag. Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 33 umfasste ein Inserat im Umfang von einer halben Seite für 1.323,00 Euro in einer Wochenzeitung mit einer Auflage von 3.500 Stück. Das Inserat warb für Photovoltaik-Anlagen. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 34 betraf eine Rechnung über 1.310,40 Euro für ein Inserat im Umfang von einer halben Seite in einem Magazin mit einer Auflage von 28.500 Stück. Das Inserat bewarb die Einlösung von EVN Bonuspunkten. Das Angebot und die Rechnung stimmten überein. Die Einschaltung stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 35 umfasste ein Inserat in Höhe von 1.260,00 Euro in einem Herbst-/Winterprogramm für 2018/2019 mit einer Auflage von 40.000 Stück. Das Inserat warb für das Atomkraftwerk Zwentendorf als Veranstaltungsort. Ein schriftliches Ansuchen und eine Zusage lagen nicht vor. Die Abwicklung erfolgte nach Angabe der EVN AG telefonisch. Der Umfang des Inserats war nicht bekannt. Die Rechnung war vorhanden. Die Einschaltung stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 36 betraf eine Rechnung über 570,00 Euro für eine schauspielerische Leistung im Rahmen einer Kulturveranstaltung im Atomkraftwerk Zwentendorf. Die Abwicklung erfolgte ohne formalem Bestellvorgang. Das war nach den Richtlinien der EVN AG aufgrund des geringen Betrags zulässig. Ein Nachweis über die Veranstaltung lag vor und stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 37 umfasste ein Inserat im Umfang von einer viertel Seite für 509,25 Euro in einem Magazin. Die Auflage war nicht bekannt. Das Inserat warb für die EVN Service Center. Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 38 betraf ein Inserat in einem Veranstaltungs- und Heurigenkalender für das Jahr 2018 in Höhe von 500,00 Euro. Die Auflage war nicht bekannt. Die Abwicklung erfolgte ohne formalem Bestellvorgang. Das war nach den Richtlinien der EVN AG aufgrund des geringen Betrags zulässig. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor und stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 39 umfasste ein Inserat im Umfang von einer viertel Seite im Jahresbericht 2020 einer Freiwilligenorganisation für 250,00 Euro. Das Inserat warb für die EVN Service Center. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 40 betraf ein Inserat im Umfang von 87 mal 90 Millimeter für 241,50 Euro in einem Ortsplan aus dem Jahr 2020. Das Inserat warb für die EVN Service Center. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Stichprobe 41 umfasste ein Inserat im Umfang von einer Seite für 12.541,20 Euro in einer Tageszeitung mit einer Auflage von 133.702 Stück. Das Inserat warb für Photovoltaik-Anlagen. Angebot, Auftrag und Abrechnung stimmten überein. Ein Nachweis über die Schaltung lag vor, sie stand mit der Kommunikationsstrategie im Einklang.

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass zu allen Stichproben ein Nachweis über die Schaltung (Leistung) vorlag und sie mit der Kommunikationsstrategie im Einklang standen. Bis auf zwei Fälle lag eine durchgängige Dokumentation vor. Aus Gründen der Nachvollziehbarkeit sollte die EVN AG Angebote und Aufträge schriftlich abwickeln oder zumindest schriftlich dokumentieren.

Ergebnis 4

Die EVN AG sollte Angebote und Aufträge schriftlich abwickeln oder zumindest schriftlich dokumentieren, damit der Weg zur Leistungserbringung eindeutig nachvollziehbar ist.

Stellungnahme der EVN AG:

Die bei den Stichproben entdeckten Dokumentationsmängel waren geringfügig (in 2 von 41 Stichproben). Durch zusätzliche Sensibilisierung der für die Abwicklung verantwortlichen Personen soll hier eine durchgängige punktgenaue Dokumentation sichergestellt werden.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Preisangemessenheit der Stichproben

Die Tausenderkontaktpreise (Listenpreise) für Inserate und Werbung lagen bei Tageszeitungen zwischen 107,00 und 461,00 Euro, bei Wochenzeitungen zwischen 159,00 und 171,00 Euro, bei Radiosendern tageszeitabhängig bei durchschnittlich 23,00 Euro, bei digitalen Medien zwischen 20,00 und 30,00 Euro sowie bei Außenwerbung (Plakat, Leuchtreklamen) bei 16,00 bis 17,00 Euro.

Betreffend Feststellung der Preisangemessenheit oder des Kosten-Nutzen-Verhältnisses wurde für die Stichproben 1 bis 3 eine detaillierte Mediaplanung inklusive Leistungswerte vorgelegt. Für die Stichproben 8, 9 und 41, welche Tageszeitungen betrafen, wurden Tausenderkontaktpreise durch die EVN AG ermittelt. Diese lagen im unteren Bereich der Bandbreite der oben angeführten Tausenderkontaktpreise auf Basis der Listenpreise. Für die restlichen Stichproben war laut Angabe der EVN AG eine Berechnung des Tausenderkontaktpreises nicht möglich, weil in der Mediaanalyse keine Brutto-Reichweite erfasst war und daher keine Berechnung des Tausenderkontaktpreises möglich war. Laut Angabe der EVN AG waren Inserate und Werbung dennoch sinnvoll, um bestimmte Zielgruppen zu erreichen.

8. Förderungen

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 vergaben die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften keine Förderungen an natürliche und juristische Personen.

9. Spenden

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Aufwendungen der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften für Spenden 768.869,23 Euro. Das entsprach einem Jahresdurchschnitt von 146.451,28 Euro.

Vom Gesamtbetrag entfielen 670.258,41 Euro oder 87,2 Prozent auf steuerrechtlich als Betriebsausgaben abzugsfähige Spenden. 98.610,82 Euro oder 12,8 Prozent wurden als nicht abzugsfähige Spenden verbucht.

Die EVN AG gewährte im Durchschnitt rund 90 Prozent der Spenden aus dem EVN Sozialfonds, wobei nach den Kriterien für den EVN Sozialfonds vorgegangen wurde, welche Bestandteil des EVN Strategiepapiers und entsprechend in der Kommunikationsstrategie verankert waren. Für die restlichen 10 Prozent der Spenden lagen keine Regelungen vor.

Der Landesrechnungshof empfahl der EVN AG, auch für Spenden, die nicht über den EVN Sozialfonds abgewickelt werden, eine Regelung unter Berücksichtigung einer Bagatellgrenze zu erstellen.

Ergebnis 5

Die EVN AG sollte auch die Gewährung und Abwicklung von Spenden außerhalb des EVN Sozialfonds in einem Regelwerk unter Berücksichtigung einer Bagatellgrenze festlegen.

Stellungnahme der EVN AG:

Eine entsprechende eigene Richtlinie für alle Spenden außerhalb des EVN Sozialfonds ist aktuell in Ausarbeitung.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Aufwendungen für Spenden auf die Unternehmen verteilen:

Tabelle 7: Aufwendungen für Spenden im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Unternehmen	März bis September 2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	Oktober 2021 bis Mai 2022	Summe
EVN AG	59.576,10	171.186,90	87.782,36	158.130,00	133.563,28	149.283,34	759.521,98
Netz Niederösterreich	1.200,00	1.290,00	1.360,00	1.390,00	1.050,00	1.550,00	7.840,00
EVN Wärmekraftwerke	100,00	573,75	244,25	239,25	0,00	200,00	1.357,25
EVN Wasser	0,00	0,00	0,00	150,00	0,00	0,00	150,00
Summe	60.876,10	173.050,65	89.386,61	159.909,25	134.613,28	151.033,34	768.869,23

Bei der EVN AG fiel ein Aufwand für Spenden in Höhe von 759.521,98 Euro oder 98,8 Prozent an. Die restlichen Aufwendungen verteilten sich mit 7.840,00 Euro auf die Netz Niederösterreich, mit 1.357,25 Euro auf die EVN Wärmekraftwerke und mit 150,00 Euro auf die EVN Wasser.

Die EVN AG ordnete Aufwendungen in Höhe von 758.853,98 Euro der Kommunikationsstrategie zu und bezeichnete 10.015,25 Euro als „ad hoc“ Zahlungen. Bei den „ad hoc“ Zahlungen handelte es sich um Beträge zwischen 20,00 und 1.000,00 Euro, wie beispielsweise Zahlungen aus den Handkassen der regionalen Service Center für Sternsingeraktionen, Faschingskräpfen für Schulkinder oder Ballspenden.

Art und Verteilung der Spenden

Von 119 Spendenempfängern waren 75 oder 63,0 Prozent soziale Einrichtungen und benachteiligte Familien oder Personen. Weiters erhielten 17 Blaulichtorganisationen, wie beispielsweise Freiwillige Feuerwehren oder Rettungsdienste, Spenden. Unter den Spendenempfängern befanden sich auch 13 Bildungseinrichtungen, darunter Höhere Technische Bundeslehranstalten, Hochschulen sowie gemeinnützige Vereine zur Unterstützung von Kindern mit Lernschwächen. Neun Spendenempfänger waren dem Bereich Kultur zuzuordnen. Dazu zählten unter anderem Musikkapellen oder Jugendorganisationen. Fünf Spendenempfänger waren Sportvereine.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Spenden in Euro nach Art und Anzahl der Empfänger.

Tabelle 8: Verteilung der Spenden von März 2017 bis Mai 2022

Art	Betrag in Euro	Anzahl der Empfänger
Soziales	588.860,98	75
Bildung	85.572,00	13
Blaulicht	79.570,00	17
Kultur	12.256,25	9
Sport	2.610,00	5
Summe	768.869,23	119

Auf Spenden für Soziales entfielen 588.860,98 Euro oder 76,6 Prozent, gefolgt von Spenden für Bildung mit 85.572,00 Euro oder 11,1 Prozent, für Blaulichtorganisationen mit 79.570,00 Euro oder 10,4 Prozent, für Kultur mit 12.256,25 Euro oder 1,6 Prozent sowie für Sport mit 2.610,00 Euro oder 0,3 Prozent.

Die Bandbreite an Aufwendungen für Spenden lag zwischen 20,00 Euro für die Sternsinger und 41.880,00 Euro für eine karitative Einrichtung.

Der Landesrechnungshof fasste zusammen, dass die Spenden überwiegend an juristische Personen und vereinzelt an natürliche Personen gingen und sich darunter keine politischen Parteien, parteinahe Vereine oder das Alois Mock Institut – Forum für Zukunftsfragen befanden.

Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte zehn Stichproben mit einer Summe von 85.732,00 Euro aus. Das entsprach einem Anteil von 11,2 Prozent der gesamten Aufwendungen für Spenden. Davon entfielen fünf Stichproben beziehungsweise 59.880,00 Euro oder 69,8 Prozent auf Spenden für Soziales.

Tabelle 9: Stichproben zu Spenden

Stichprobe	Betrag in Euro	Art	Empfänger kategorisiert	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit den Strategien vorhanden
Stichprobe 1	1.000,00	Soziales	Karitative Einrichtung	ja / ja
Stichprobe 2	152,00		Fehlbuchung	nicht anwendbar
Stichprobe 3	41.880,00	Soziales	Karitative Einrichtung	ja / ja
Stichprobe 4	6.000,00	Kultur	Kulturelle Einrichtung	ja / ja
Stichprobe 5	5.000,00	Soziales	Karitative Einrichtung	ja / ja
Stichprobe 6	10.000,00	Soziales	Karitative Einrichtung	ja / ja
Stichprobe 7	9.200,00	Blaulicht	Einsatzorganisation	ja / ja
Stichprobe 8	2.000,00	Soziales	Elterninitiative	ja / ja
Stichprobe 9	500,00	Kultur	Kulturelle Einrichtung	ja / ja
Stichprobe 10	10.000,00	Bildung	Bildungseinrichtung	ja / ja

Stichprobe 1 beinhaltetete eine Spende in Höhe von 1.000,00 Euro an einen gemeinnützigen Verein. Die Spende diente dem Zweck der gesellschaftlichen Inklusion von Fremden und stand im Einklang mit der Kommunikationsstrategie. Die vorgelegten Unterlagen waren nachvollziehbar.

Bei **Stichprobe 2** handelte es sich um eine Fehlbuchung in Höhe von 152,00 Euro. Der Aufwand betraf keine Spende, sondern die Spesenabrechnung eines Vorstandsmitglieds und wurde keiner weiteren Prüfung unterzogen.

Stichprobe 3 umfasste eine Spende aus dem Sozialfonds in Höhe von 41.880,00 Euro an eine karitative Einrichtung zur Mitfinanzierung von fünf Projekten. Die Projekte unterstützten Teambuilding für unbegleitete minderjährige Flüchtlinge, die Anschaffung eines E-Lastenrads zur Etablierung eines regionalen Zustell- und Abholservices (betrieben von Asylwerbern und subsidiär Schutzberechtigten), die Organisation von Kultur-Ausflügen für junge Asylwerber und Asylwerberinnen aus dem Industrieviertel, das Angebot zur Freizeitgestaltung und Betreuung von Schulkindern in den Ferien sowie die Förderung der emotionalen Kompetenz, der positiven Lebenseinstellung und der Beziehungsfähigkeit von sozial benachteiligten jungen Menschen in Wiener Neustadt und Umgebung. Die Bewertung durch den Beirat und die Genehmigung durch den Vorstand der EVN AG lagen vor und waren nachvollziehbar.

Der Landesrechnungshof bekräftigte seine Empfehlung, bei der Zusammensetzung des Beirats des Sozialfonds Interessenkollisionen der Mitglieder zu vermeiden.

Stichprobe 4 umfasste eine Spende in Höhe von 6.000,00 Euro an eine kulturelle Einrichtung zur Unterstützung einer Ausstellung einer Künstlerin in der Landesgalerie Niederösterreich. Die vorgelegten Unterlagen sowie der Zweck der Spende waren nachvollziehbar.

Stichprobe 5 umfasste eine Spende in Höhe von 5.000,00 Euro an eine karitative Einrichtung für eine wegen eines Todesfalls in Not geratene Familie. Die vorgelegten Unterlagen sowie der Zweck der Spende waren nachvollziehbar.

Stichprobe 6 umfasste eine Spende aus dem Sozialfonds in Höhe von 10.000,00 Euro an eine karitative Einrichtung für ein Projekt zum Thema Kinderschutz, welches die Ausarbeitung von Kinderschutzrichtlinien im Rahmen von Workshops mit Kindern und Jugendlichen betraf. Die Bewertung durch den Beirat des Sozialfonds und die Genehmigung durch den Vorstand lagen vor.

Stichprobe 7 umfasste eine Spende aus dem Sozialfonds in Höhe von 9.200,00 Euro an eine Blaulichtorganisation für ein Projekt, welches die Lernförderung für Volksschulkinder aus sozial benachteiligten Familien unterstützte. Die Bewertung durch den Beirat sowie die Genehmigung durch den Vorstand lagen vor.

Stichprobe 8 betraf eine Spende in Höhe von 2.000,00 Euro an einen gemeinnützigen, sozialen Verein, der kranke Kinder unterstützte. Die Spendenzahlung erfolgte jährlich nach Zusendung eines Zahlscheines.

Bei Stichprobe 9 handelte es sich um eine Spende in Höhe von 500,00 Euro an eine kulturelle Einrichtung für Sanierungsarbeiten an einer Kirche. Die vorgelegten Unterlagen waren nachvollziehbar.

Stichprobe 10 umfasste eine Spende aus dem Sozialfonds in Höhe von 10.000,00 Euro an einen Verein für ein Projekt zur Unterstützung von benachteiligten Jugendlichen zwischen 14 und 16 Jahren bei der Arbeitsfindung durch Mentoren. Die Bewertung durch den Beirat sowie die Genehmigung durch den Vorstand lagen vor.

Der Landesrechnungshof hielt fest, dass die überprüften Stichproben mit der Kommunikationsstrategie im Einklang standen und die gewährten Spenden dokumentiert und nachvollziehbar waren.

10. Sponsoring

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen haben die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betrugen die Aufwendungen für Sponsoring insgesamt 6.275.060,02 Euro. Darin waren auch Buchungen der kabelplus GmbH in Höhe von 1.061.169,81 Euro enthalten, die der internen Leistungsverrechnung dienten und keinen Einfluss auf das Ergebnis der EVN AG hatten, weil sie sich in gleicher Höhe in den Erträgen wiederfanden. Somit verblieben Aufwendungen für Sponsoring in Höhe von 5.213.890,21 Euro.

Die EVN AG plante und betrieb Sponsoring als Teil ihrer Kommunikationsstrategie, wobei nach Angabe der EVN AG im Prüfzeitraum kein Sponsoring „ad hoc“ erfolgte.

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

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

Unternehmen	März bis September 2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	Oktober 2021 bis Mai 2022	Summe
EVN AG	657.464,84	1.309.652,77	1.028.052,32	769.456,40	817.977,87	631.286,01	5.213.890,21

Die EVN AG unterschied Sport-, Kultur-, Öko- und Sozio-Sponsoring für Umweltschutz und soziale Einrichtungen, Schul- und Hochschul-Sponsoring für Bildungseinrichtungen sowie Medien-, Programm- und Event-Sponsoring und unterhielt Vereinbarungen mit 803 Sponsoringpartnern.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Aufwendungen nach Art des Sponsorings und Anzahl der Sponsoringpartner einschließlich der Aufwendungen und Partner, welche auf die kabelplus GmbH entfielen, da sie aus verrechnungstechnischen Gründen von der EVN AG nicht getrennt dargestellt werden konnten.

Tabelle 11: Verteilung der Aufwendungen für Sponsoring von März 2017 bis Mai 2022

Art	Betrag in Euro	Anteil	Anzahl der Sponsoringpartner
Sport	2.186.229,50	34,8 Prozent	199
Kultur	1.824.643,39	29,1 Prozent	185
Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	808.964,91	12,9 Prozent	94
Bildung	700.329,14	11,2 Prozent	109
Soziales	444.819,68	7,1 Prozent	196
Ökologie	310.073,40	4,9 Prozent	20
Summe	6.275.060,02	100,0 Prozent	803

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 wendete die EVN AG für den Bereich Sport 2.186.229,50 Euro oder 34,8 Prozent der Aufwendungen für Sponsoring auf und schloss Vereinbarungen mit 199 Sponsoringpartnern. Auf den Bereich Kultur entfielen 1.824.643,39 Euro und damit ein Anteil von 29,1 Prozent. Dieser Betrag verteilte sich auf 185 Sponsoringpartner. Medien-, Programm- und Event-Sponsoring betrafen 808.964,91 Euro oder 12,9 Prozent an 94 Sponsoringpartner. Weitere 700.329,14 Euro oder 11,2 Prozent wendete die EVN AG für Bildungssponsoring für Schulen und Hochschulen beziehungsweise andere Bildungseinrichtungen an 109 Sponsoringpartner auf. Auf Soziales entfielen 444.819,68 Euro oder 7,1 Prozent der Aufwendungen für Sponsoring an 196 Sponsoringpartner. Die Aufwendungen für Öko-Sponsoring betrugen 310.073,40 Euro oder 4,9 Prozent und verteilten sich auf 20 Sponsoringpartner.

Die Sponsoringzahlungen gingen überwiegend an juristische Personen und vereinzelt an natürliche Personen. Die Bandbreite der Aufwendungen lag zwischen 15,00 Euro für eine Einzelperson und 150.000,00 Euro für einen Sportverein.

Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte 41 Stichproben mit einer Gesamtsumme von 724.320,45 Euro aus. Das entsprach einem Anteil von 13,9 Prozent der Aufwendungen für Sponsoring.

Die folgende Tabelle listet die Stichproben, den Betrag der Stichprobe und die Art des Sponsorings auf und gibt einen Überblick, ob die Nachvollziehbarkeit

der relevanten Unterlagen, ein Einklang mit den Strategien und ein Nachweis über die Gegenleistung vorhanden waren:

Tabelle 12: Stichproben zu Sponsoring

Stichprobe	Betrag in Euro	Art	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit den Strategien und Gegenleistung vorhanden
Stichprobe 1	11.000,00	Bildung	ja / ja
Stichprobe 2	20.000,00	Sport	ja / ja
Stichprobe 3	67.500,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 4	3.000,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 5	2.000,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 6	500,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 7	5.000,00	Sport	ja / ja
Stichprobe 8	8.000,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 9	25.000,00	Ökologie	ja / ja
Stichprobe 10	2.000,00	Bildung	ja / ja
Stichprobe 11	10.500,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 12	40.000,00	Sport	ja / ja
Stichprobe 13	10.000,00	Soziales	ja / ja
Stichprobe 14	36.500,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 15	2.000,00	Soziales	ja / ja
Stichprobe 16	40.000,00	Bildung	ja / ja
Stichprobe 17	54.545,45	Kultur	ja / ja
Stichprobe 18	60.000,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 19	3.500,00	Ökologie	nein / ja
Stichprobe 20	25.000,00	Bildung	ja / ja
Stichprobe 21	4.000,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja

Stichprobe	Betrag in Euro	Art	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit den Strategien und Gegenleistung vorhanden
Stichprobe 22	8.000,00	Bildung	ja / ja
Stichprobe 23	30.000,00	Ökologie	ja / ja
Stichprobe 24	6.000,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 25	4.000,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 26	10.500,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 27	4.800,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	nein / ja
Stichprobe 28	4.725,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 29	1.000,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 30	500,00	Sport	ja / ja
Stichprobe 31	4.000,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 32	10.500,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 33	10.000,00	Ökologie	ja / ja
Stichprobe 34	94.500,00	Kultur	ja / ja
Stichprobe 35	15.000,00	Bildung	ja / ja
Stichprobe 36	15.000,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 37	4.000,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 38	10.250,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja
Stichprobe 39	40.000,00	Sport	ja / ja
Stichprobe 40	8.000,00	Sport	ja / ja
Stichprobe 41	13.500,00	Medien-, Programm- und Event-Sponsoring	ja / ja

Die Stichproben 1, 2, 3, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 16, 17, 18, 20, 22, 23, 24, 26, 32, 33, 34, 35, 36, 38, 39, 40 und 41 überstiegen den Wert von 5.000,00 Euro, so dass laut Sponsoring-Richtlinie ein schriftlicher Vertrag abzuschließen war. Diese Verträge konnten zu allen Stichproben vorgelegt werden. Vereinbarungen über kleinere Beträge wurden mit E-Mail dokumentiert.

Sport-Sponsoring

Unter Sport-Sponsoring fielen folgende Stichproben:

Stichprobe 2 betraf das Sponsoring an einen Sportverein in Höhe von 20.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Verein dazu, in der Saison 2016/2017 Werbung für die EVN AG mit ihrem Logo auf Transparenten, Kopfbedeckungen der Athleten, in der Verbandszeitschrift im Umfang von zwei Mal einer viertel Seite und auf der Internetplattform des übergeordneten Verbands zu betreiben. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 7 umfasste das Sponsoring eines europäischen Sportevents im Jahr 2018 in Höhe von 5.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete einen gemeinnützigen Verein, die EVN AG mit ihrem Logo auf zwei Werbebanner ober- und unterhalb der Zeitanzeige und im Programmheft zu nennen. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistungen lagen vor.

Stichprobe 12 betraf die erste Tranche des Sponsorings an einen Sportverein in Höhe von 40.000,00 Euro für das Jahr 2019. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Verein dazu, das Logo der EVN AG auf allen Dressen und Präsentationsanzügen, den Seitentüren der Sponsorfahrzeuge, einer Werbebande oberhalb der Haupttribüne, dem Hallenboden, der Wand im Interviewbereich und allen Drucksorten anzubringen sowie 30 Eintrittskarten und zehn VIP-Karten zur Verfügung zu stellen. Die Spieler der Kampfmannschaft mussten an Veranstaltungen, wie Empfängen, Autogrammstunden oder Eröffnungen von Geschäftsstellen, teilnehmen. Weiters war ein Link (elektronischer Verweis) zur Website der EVN AG herzustellen. Vertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistungen lagen vor. Die Werbewertanalyse einer Medien- und Informationsagentur bescheinigte für den Zeitraum 16. Juni 2018 bis 15. Juni 2019 einen Gegenwert der Werbeleistungen in Höhe von 161.934,00 Euro.

Stichprobe 30 betraf das Sponsoring eines interregionalen Sportbewerbs am 21. August 2021 an einen Sportverein in Höhe von 500,00 Euro. Die Sponsoringvereinbarung verpflichtete den Verein, das Logo der EVN AG auf Drucksorten, Bandenflächen, T-Shirts und der Website anzuführen. Ansuchen, Zusage und Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 39 umfasste den zweiten Teilbetrag des Sponsorings eines Sportturniers im Jahr 2021 in Höhe von 40.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete eine Werbe- und Handelsgesellschaft, das Logo der EVN AG in den Turniernamen und in Social Media Aktivitäten einzubeziehen. Zudem war das Logo sichtbar entlang der Spielfelder, im Kamerabereich der Übertragungen (Livestream), auf Drucksorten, Aussendungen, Einladungen, Eintrittskarten und Postern anzubringen. Ein Link zur Website der EVN AG war herzustellen. Weiters erhielt die EVN AG Freikarten, wobei das Kontingent vertragsgemäß aufgrund der Covid-19 Pandemie kurzfristig festgelegt wurde. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor. Die Werbewertanalyse einer Medien- und Informationsagentur bescheinigte einen Gegenwert der Werbeleistungen für die gesamte Veranstaltung in Höhe von 228.165,00 Euro.

Stichprobe 40 betraf das Sponsoring an eine Sportunion für die Saison 2019/2020 in Höhe von 8.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Verein, das Logo der EVN AG auf den Heim- und Auswärtsdressen anzubringen, einen Spieler beziehungsweise eine Spielerin als Testimonial für eine Social Media Kampagne abzustellen und einen Link zur Website der EVN AG herzustellen. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Kultur Sponsoring

Unter Kultur-Sponsoring fielen folgende Stichproben:

Stichprobe 3 umfasste das Sponsoring von Veranstaltungen einer Kulturgesellschaft im Jahr 2017 in Höhe von 65.700,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Sponsoringnehmer dazu, das Logo der EVN AG auf der Website der Veranstaltungsbetriebe sowie auf den Drucksorten der Veranstaltungen (Eintrittskarten, Programmhefte, Folder, Plakate) anzubringen und ein Kontingent von insgesamt 210 Karten für elf Veranstaltungsbetriebe zur Verfügung zu stellen. Der Sponsorvertrag, die Rechnung und eine Dokumentation der Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 4 betraf das Sponsoring eines Balls im Jahr 2016 mit rund 6.500 Besuchern in Höhe von 3.000,00 Euro. Die Sponsoringvereinbarung verpflichtete den Veranstalter, das Logo der EVN AG auf seiner Sponsorentafel und seiner Website anzubringen sowie zwei mobile Aufsteller (Roll-ups) der EVN AG während des Balls zu platzieren. Ansuchen, Zusage und Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 5 umfasste das Sponsoring eines Kulturabos für 2017/2018 an eine Künstler- und Veranstaltungsagentur in Höhe von 2.000,00 Euro für vier Veranstaltungen am 21. Oktober 2017, 19. Jänner 2018, 2. März 2018 und 14. April 2018. Die Sponsoringvereinbarung verpflichtete den Veranstalter dazu, das Logo der EVN AG auf Eintrittskarten, Veranstaltungsplakaten, Programmen und Folder anzubringen. Ansuchen, Zusage und Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 6 betraf das Sponsoring einer Benefizveranstaltung eines Vereins zur Erhaltung einer Kirche in Höhe von 500,00 Euro am 17. Juni 2018. Der Veranstalter verpflichtete sich, das Logo der EVN AG auf den Einladungen und auf seiner Website anzubringen. Ansuchen, Zusage und Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 8 betraf das Sponsoring eines Festivals im Jahr 2018 in Höhe von 8.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete eine Veranstaltungsgesellschaft, das Logo der EVN AG auf der Sponsorentafel, den Drucksorten (Programme, Plakate, Folder) und auf seiner Website anzubringen, ein einseitiges Inserat im Programmfolder abzdrukken, ein Transparent (Werbeplane) am Festivalgelände zu platzieren sowie sechs Freikarten zur Verfügung zu stellen. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 11 umfasste das Sponsoring an einen Verein in Höhe von 10.500,00 Euro für einen Zeitraum von zehn Jahren (1. Jänner 2019 bis 31. Dezember 2028). Der „Donatorenvertrag“ verpflichtete den Verein, eine seiner acht Tribünen dauerhaft und ausschließlich mit dem EVN-Logo zu versehen und „EVN-Tribüne“ zu nennen sowie die EVN AG auf 90 Prozent der Tickets, im Programmheft sowie auf der Website des Vereins als Donator (Spender, Unterstützer) auszuweisen. Weiters erhielt die EVN AG pro Saison vier Premierenkarten und zehn weitere Freikarten für die restlichen Vorstellungen. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 14 betraf das Sponsoring einer Ausstellung im Jahr 2019 in Höhe von 36.500,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete eine Gesellschaft, das Logo der EVN AG auf Website, Foldern, Katalogen, Sponsortafeln, anderen Werbemitteln und in Newslettern anzubringen. Außerdem erhielt die EVN AG eine Werbemöglichkeit auf Bildschirmen im Foyer, bei ausgewählten Großveranstaltungen sowie Sonderkonditionen für Kunden und 100 Freikarten für Mitarbeitende. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 17 umfasste das Sponsoring an eine kulturelle Institution im Jahr 2019 in Höhe von 54.545,45 Euro. Das Sponsoring bestand aus einem allgemeinen Teil (Sockelbetrag) und aus einer Exklusivpartnerschaft für eine von der Institution ausgerichteten Großveranstaltung. Die Institution verpflichtete sich im Sponsorvertrag für den allgemeinen Teil, das EVN-Logo auf allen Werbemitteln anzubringen, die EVN AG mit Logo bei Veranstaltungen ihrer Imagekampagne und auf Druckwerken zu nennen sowie ein ganzseitiges Inserat in einer von der Institution herausgegebenen Zeitschrift zu schalten. Für die Exklusivpartnerschaft hatte die Institution das EVN-Logo auf allen Plakaten und Karten für diese Veranstaltung anzubringen sowie ein ganzseitiges Inserat im Programmheft zu platzieren. Der Sponsorvertrag, die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 24 betraf das Sponsoring eines Festivals im Jahr 2020 in Höhe von 6.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Verein, das Logo der EVN AG auf Sponsorentafeln und Drucksorten zu platzieren, ein Transparent am Festivalgelände anzubringen, ein Inserat im Programm zu schalten, auf der Internetplattform einen Link zur EVN AG einzurichten sowie zwei Freikarten für die Premiere und zwei Freikarten für jede Vorstellung zur Verfügung zu stellen. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 29 umfasste das Sponsoring einer kulturellen Veranstaltung an einen Verein in Höhe von 1.000,00 Euro im Jahr 2021. Als werbliche Gegenleistung war das Logo der EVN AG auf Plakaten, Flyern, im Programmheft und auf einer Dankes-Tafel genannt. Ansuchen, Zusage, Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 31 umfasste das Sponsoring eines Fundraising Dinners am 1. Oktober 2021 in Höhe von 4.000,00 Euro. Als werbliche Gegenleistung wurde das Logo der EVN AG samt namentlicher Danksagung auf sechs Bildschirmen während der Veranstaltung genannt. Weiters wurde Werbematerial der EVN AG in Geschenksackerl verteilt. Ansuchen, Zusage, Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 34 betraf das Sponsoring von kulturellen und musikalischen Veranstaltungen in Höhe von 94.500,00 Euro im Jahr 2021. Der Hauptsponsorvertrag legte die einzelnen Leistungen fest. Dazu zählten beispielsweise die Verwendung des Logos der EVN AG als „Offizieller Hauptsponsor“ bei sämtlichen Presseaktivitäten, auf Festivalplakaten, Fahnen und Leuchtwerbung (City Light). Die EVN AG konnte auch in ihrer Kommunikation als „Offizieller Hauptsponsor“ auftreten, erhielt Ermäßigungen auf Kartenpreise und die Patronanz (Schirmherrschaft) für ein Sommerkonzert. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Medien-, Programm- und Event-Sponsoring

Unter Medien-, Programm- und Event-Sponsoring fielen folgende Stichproben:

Stichprobe 18 betraf das Sponsoring einer Imagekampagne im Jahr 2019 in Höhe von 60.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Sponsoringnehmer, das Logo der EVN AG samt Botschaften in Wort und Bild bei sämtlichen Aussendungen und Veröffentlichungen zu verwenden, unter Einbindung der EVN AG großflächige Plakate zur Kampagne zu befestigen, ein VideofORMAT über den Auftakt der Kampagne herzustellen sowie Pressearbeit in regionalen und überregionalen Tages- und Wochenzeitungen, Magazinen und Fachzeitschriften zu leisten. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 21 umfasste ein Preisgeld in Höhe von 4.000,00 Euro zur Auszeichnung und Förderung von innovativen Unternehmen im Jahr 2019 in Niederösterreich. Als werbliche Gegenleistung konnte die EVN AG eine Vertretung in die Jury entsenden und den Scheck der EVN AG auf der Bühne überreichen. Zudem wurde das Logo der EVN AG auf der Website des Veranstalters und in Inseraten platziert. Ansuchen, Zusage, Bankausgangsbeleg sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 25 umfasste ein Preisgeld in Höhe von 4.000,00 Euro zur Auszeichnung und Förderung von innovativen Unternehmen im Jahr 2020 in Niederösterreich. Als werbliche Gegenleistung war die EVN AG im Team der Juroren vertreten. Auf Grund von Maßnahmen zur Verhinderung der Ausbreitung der Covid-19 Pandemie entfiel die Veranstaltung zur Preisverleihung. Daher erfolgte die Kommunikation über Website, E-Broschüren und soziale Medien, in denen die EVN AG als Sponsor aufschien. Ansuchen, Zusage, Bankausgangsbeleg sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 26 betraf das Sponsoring einer Aktion für Nahversorger in Höhe von 10.500,00 Euro im Jahr 2020. Der Sponsoringnehmer verpflichtete sich im Sponsorvertrag, die EVN AG mit Logo auf Papiertragetaschen, Infofoldern,

Teilnahmekarten, Gutscheintafeln und auf der Website zu nennen. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 32 betraf den gleichen Sachverhalt in gleicher Höhe (10.500,00 Euro) wie Stichprobe 26 für das Jahr 2021. Der Sponsoringnehmer verpflichtete sich im Sponsorvertrag, die EVN AG mit ihrem Logo auf Tragetaschen, Infofoldern, Teilnahmekarten, Gutscheintafeln und auf der Website zu nennen. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Der Landesrechnungshof anerkannte den Werbewert der Stichproben 26 und 32, empfahl jedoch der EVN AG, Werbeauftritte oder Logopartnerschaften mit politischen Parteien zukünftig zu vermeiden, soweit damit kein Wettbewerbsnachteil verbunden ist.

Ergebnis 6

Die EVN AG sollte Werbeauftritte oder Logopartnerschaften mit politischen Parteien vermeiden.

Stellungnahme der EVN AG:

Die EVN hält sich bereits seit Jahren an diese Empfehlung, soweit dadurch für die EVN kein Wettbewerbsnachteil entsteht.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm zur Kenntnis, dass die EVN AG der Empfehlung in Zukunft nachkommen wird, was im Prüfungszeitraum nicht durchgängig der Fall war.

Stichprobe 27 umfasste das Sponsoring einer eintägigen Konferenz zum Thema Klima im Oktober 2020 in Höhe von 4.800,00 Euro. Die Sponsoringvereinbarung verpflichtete den Sponsoringnehmer, als werbliche Gegenleistung das Logo der EVN AG bei der Online-Veranstaltung zu präsentieren. Ansuchen und Zusage lagen nicht vor und erfolgten laut EVN AG telefonisch. Die Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 28 betraf das Sponsoring einer Online-Preisverleihung im Jahr 2021 in Höhe von 4.725,00 Euro. Die Sponsoringvereinbarung verpflichtete den Sponsoringnehmer, das Logo der EVN AG auf den Broschüren sowie digital und in sozialen Medien zu nennen, im Vorspann sowie während der Schlussmoderation einzublenden und die EVN AG von der Moderatorin zu erwähnen. Ansuchen, Zusage, Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 36 betraf das Sponsoring einer Veranstaltung im Jahr 2021 in Höhe von 15.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Veranstalter, das Logo der EVN AG auf allen Drucksorten, Inseraten, Werbetexten zur Veranstaltung und in sozialen Medien anzubringen. Weiters erhielt die EVN AG 50 Freikarten für die Veranstaltung. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 37 umfasste das Sponsoring diverser Events in einem Veranstaltungszentrum in Höhe von 4.000,00 Euro im Jahr 2017. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Veranstalter, das Logo sowie ein Banner der EVN AG auf der Website anzuzeigen und der EVN AG einen 20prozentigen Rabatt auf Einschaltungen in einem Magazin zu gewähren. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 38 betraf das Sponsoring eines Sicherheitspreises im Jahr 2017 in Höhe von 10.250,00 Euro. Der Sponsorvertrag verpflichtete die Veranstaltungsgesellschaft, das Logo der EVN AG auf verschiedenen Medien anzubringen sowie die Verteilung von Werbe- und Streuartikel zu ermöglichen. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 41 umfasste das Sponsoring von Leistungsbewerben einer Blaulichtorganisation in Höhe von 13.500,00 Euro im Jahr 2017 mit über 15.000 aktiven Teilnehmern und Besuchern. Der Sponsorvertrag verpflichtete eine Marketingagentur, die EVN AG als „Offiziellen Partner“ im Rahmen der TV-Ankündigungstrailer zu nennen sowie das Logo der EVN AG auf Drucksorten, Inseraten, der offiziellen Veranstaltungs-Website und dem Veranstaltungsgelände anzubringen. Weiters erhielt die EVN AG 20 Eintrittskarten für einen Cup und acht VIP-Einladungen für sämtliche Empfänge. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Bildungs-Sponsoring

Unter Bildungs-Sponsoring fielen folgende Stichproben:

Stichprobe 1 betraf das Sponsoring einer Bildungsveranstaltung am 23. März 2017 in Höhe von 11.000,00 Euro. Der Sponsorvertrag berechnete die EVN AG dazu, im Rahmen der Veranstaltung einen Infostand zu betreiben, ihr Logo auf den Plakaten und Foldern zu platzieren sowie zu einem Interview im Rahmen der Siegerehrung. Sponsorvertrag, Rechnung und Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 10 betraf das Sponsoring an eine Stiftung zur Unterstützung der beruflichen Aus- und Weiterbildung von Jugendlichen in Höhe von 2.000,00 Euro im Jahr 2019. Die werbliche Gegenleistung verpflichtete die Stiftung, das Logo der EVN AG auf der Ankündigung zur Stipendienverleihung anzubringen. Ansuchen, Zusage, Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 16 in Höhe von 40.000,00 Euro betraf das Sponsoring zweier Veranstaltungen eines Vereins im Jahr 2019, wobei die EVN AG einmal als Hauptsponsor und einmal als Sponsor-Partner auftrat. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Verein, das Logo der EVN AG auf allen Drucksorten für diese Veranstaltungen anzubringen sowie Präsentationsmittel, wie Roll-ups, bei den Veranstaltungen zu platzieren. Zudem konnte die EVN AG Kunden, Mitarbeitende und Partner zu den Veranstaltungen einladen. Der Verein stimmte Inhalte und mögliche Referate mit der EVN AG ab, der als Hauptsponsor auch die Begrüßung zukam. Rechnung und Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 20 betraf das Sponsoring eines Lernhilfe-Sozialprojekts eines Vereins in Höhe von 25.000,00 Euro im Schuljahr 2018/2019. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Verein, über die sozialen Aktivitäten des EVN Konzerns zu berichten und das Logo der EVN AG dauerhaft auf der Website der Einrichtung sowie auf allfälligen Sponsorentafeln anzubringen. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 22 betraf das Sponsoring einer Konferenz zum Thema Arbeit am 23. Oktober 2019 in Höhe von 8.000,00 Euro an ein Institut. Der Sponsorvertrag verpflichtete das Institut, die EVN AG als Partner auf der Website zu nennen, fünf Tickets für die Nachmittags- und 20 Tickets für die Abendveranstaltung zur Verfügung zu stellen sowie das Logo der EVN AG auf Bannern und Roll-ups abzubilden. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 35 umfasste das Sponsoring in Höhe von 15.000,00 Euro im Stipendienjahr 2020/2021 an einen Verein, der Preise und Stipendien für den Einstieg in die Berufswelt vergab. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Verein, das Logo der EVN AG auf Drucksorten, elektronischen Aussendungen und Ausschreibungen anzubringen, die EVN AG auf der Website als Sponsor zu nennen sowie einen Link zur Website der EVN AG einzurichten. Weiters konnte die EVN AG an Veranstaltungen des Vereins teilnehmen und Werbung betreiben, beispielsweise durch Roll-ups, auf Bildschirmen oder mit Werbegeschenken. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Sozial-Sponsoring

Unter Sozial-Sponsoring fielen folgende Stichproben:

Stichprobe 13 umfasste das Sponsoring an einen Verein in Höhe von 10.000,00 Euro im Jahr 2019. Der Verein förderte Kinder und Jugendliche in herausfordernden Lebenssituationen mit individuellem Mentoring. Der Sponsorvertrag verpflichtete die Organisation, die EVN AG als Förderpartnerin auf der Website zu nennen sowie das Logo der EVN AG in Foldern und Einladungen für das Sommerfest 2019, im Jahresbericht und in Presseaussendungen abzubilden. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 15 umfasste das Sponsoring eines Fussballturniers an einen Verein in Höhe von 2.000,00 Euro im Jahr 2019, das für einen karitativen Zweck durchgeführt wurde. Die werbliche Gegenleistung verpflichtete den Verein, das Logo der EVN AG auf Plakaten, Flyern, Postwurfsendungen, Transparenten und verschiedenen Websites anzuführen. Ansuchen, Zusage, Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Öko-Sponsoring

Unter Öko-Sponsoring fielen folgende Stichproben:

Stichprobe 9 umfasste das Sponsoring der Wiederauspflanzung von Hecken in Höhe von 25.000,00 Euro im Jahr 2018. Der Sponsorvertrag verpflichtete einen Verband, das Logo der EVN AG auf Website, Förderungsrichtlinie, Förderungsantrag, Pflanzenausfolgeschein, Presseaussendungen und in seiner monatlichen Fachzeitschrift mit einer Auflage von 46.500 Stück anzubringen. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 19 umfasste das Sponsoring eines internationalen Magazins über Energie, Mobilität und Umwelt in Höhe von 3.500,00 Euro im Jahr 2020. Die werbliche Gegenleistung verpflichtete den Sponsoringnehmer zu Bannerwerbung auf ihrer Website. Das Ansuchen erfolgte telefonisch. Zusage, Rechnung sowie eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 23 umfasste das Sponsoring eines Weltnaturerbeprojekts in Höhe von 30.000,00 Euro für das Jahr 2020. Der Sponsorvertrag verpflichtete den Sponsoringnehmer, die EVN AG auf der Unterstützer-Tafel, einem weiteren Objekt sowie der Website zu nennen und das Logo der EVN AG in allen Medien der Organisation, wie Drucksorten, Publikationen, Aussendungen und sozialen Medien, aufzunehmen. Zudem war die EVN AG berechtigt, im geschäftlichen Verkehr das Unterstützer-Logo zu verwenden. Sponsorvertrag, Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Stichprobe 33 umfasste das Sponsoring einer Photovoltaik-Anlage für das neue Gebäude einer Freiwilligenorganisation in Höhe von 10.000,00 Euro im Jahr 2021. Der Sponsorvertrag verpflichtete die Organisation, Transparente der EVN AG bei der Eröffnung des Neubaus sowie weiteren Veranstaltungen zu platzieren, das Logo der EVN AG auf der Website und in sozialen Medien zu nennen sowie eine Werbetafel mit Unterstützungserklärung anzubringen. Die Rechnung und eine Dokumentation über die Gegenleistung lagen vor.

Der Landesrechnungshof hielt fest, dass die EVN AG zu jeder Stichprobe über eine Bestätigung verfügte, dass das Ansuchen um Sponsoring keine politische Partei, keine wahlwerbende Partei, keine parteinahe Organisation im Sinn des Parteiengesetzes 2012 und des NÖ Parteienfinanzierungsgesetzes 2012, kein parlamentarischer Klub im Sinn des Klubfinanzierungsgesetzes 1985, kein Rechtsträger im Sinn des Publizistikförderungsgesetzes 1984, keine Behörde oder kein Rechtsträger einer Behörde gestellt hatte.

Weiters anerkannte er, dass zu allen Stichproben betreffend Sponsoring eine Dokumentation der Gegenleistung vorlag und sie der Sponsoring-Richtlinie entsprachen. In zwei Fällen (Stichprobe 19 und 27) war keine durchgängige Dokumentation vorhanden. In einem Fall fehlte das Ansuchen und im zweiten Fall fehlten das Ansuchen und die Zusage.

Zu den Stichproben 12 und 39 mit Sponsoringbeträgen von je 40.000,00 Euro stellte der Landesrechnungshof fest, dass Werbewertanalysen vorlagen. Bei den Stichproben 3, 7, 8, 11, 13, 14, 16, 17, 20, 22, 23, 24, 26, 33, 34, 35, 36, 37, 40 und 41 konnte die EVN AG gemäß Sponsorvertrag von ihrem Vertragspartner eine Werbewirksamkeitsanalyse verlangen. Sie machte davon jedoch keinen Gebrauch und berief sich dabei auf die hohen Kosten.

Dazu bemerkte der Landesrechnungshof, dass die angestrebte Öffentlichkeits- und Werbewirksamkeit (Anzahl an Teilnehmenden, Besuchern, Zusehenden, Publikum) eine Entscheidungsgrundlage darstellen und sich zumindest auf Erfahrungswerte stützen sollte.

Er empfahl der EVN AG, neben einer zweckmäßigen und nachvollziehbaren Dokumentation, Sponsoring auf Analysen und Nachweise zur Wirksamkeit zu stützen. Diese wären bei höheren Aufwendungen für Sport- und Großveranstaltungen von den Gesponserten einzufordern und auf Richtigkeit zu prüfen.

Ergebnis 7

Die EVN AG sollte höhere Sponsoringaufwendungen auf Analysen und Nachweise zur Öffentlichkeits- und Werbewirksamkeit stützen und jedes Sponsoring zweckmäßig und nachvollziehbar dokumentieren.

Stellungnahme der EVN AG:

Die EVN wird diese Empfehlung in der Sponsoringrichtlinie verankern und künftig ab einer festgelegten Wertgrenze verpflichtend eine Werbewertanalyse / Werbewertgutachten einfordern bzw. beauftragen. Ausgenommen davon werden nur Socialsponsorings sein.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

11. Kooperationsvereinbarungen

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen haben die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Kooperationsvereinbarungen (zB. Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur) abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Aufwendungen für Kooperationen, bereinigt um die Buchungen der kabelplus GmbH, 1.598.252,32 Euro. Dieser Betrag war eine Teilsumme der Positionen Inserate und Werbung sowie Spenden.

Die folgende Tabelle weist diese Aufwendungen, gegliedert nach Unternehmen und Geschäftsjahren, aus:

Tabelle 13: Aufwendungen für Kooperationen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Unternehmen	März bis September 2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	Oktober 2021 bis Mai 2022	Summe
EVN AG	169.990,81	343.418,70	237.695,21	318.745,13	294.939,30	224.115,92	1.588.905,07
Netz Niederösterreich	1.200,00	1.290,00	1.360,00	1.390,00	1.050,00	1.550,00	7.840,00
EVN Wärmekraftwerke	100,00	573,75	244,25	239,25	0,00	200,00	1.357,25
EVN Wasser	0,00	0,00	0,00	150,00	0,00	0,00	150,00
Summe	171.290,81	345.282,45	239.299,46	320.524,38	295.989,30	225.865,92	1.598.252,32

Die Aufwendungen für Kooperationen verteilten sich mit 1.588.905,07 Euro und einem Anteil von 99,4 Prozent auf die EVN AG, mit 7.840,00 Euro auf die Netz Niederösterreich, mit 1.357,25 Euro auf die EVN Wärmekraftwerke und mit 150,00 Euro auf die EVN Wasser.

Die Periode März bis September 2017 wies im Vergleich zu den Folgejahren weniger Aufwendungen aus, weil die Aufwendungen des Zeitraums Oktober 2016 bis Februar 2017 des Geschäftsjahrs 2016/2017 nicht in den Prüfungszeitraum fielen. Die Aufwendungen der Periode Oktober 2021 bis Mai 2022 waren im Vergleich zu den Vorjahren niedriger, weil das Geschäftsjahr 2021/2022 im Mai 2022 noch nicht abgeschlossen war.

Von den Gesamtaufwendungen für Kooperationen entfielen 829.383,09 Euro oder 51,9 Prozent im Wesentlichen auf Rundfunkleistungen und 768.869,23 Euro oder 48,1 Prozent auf Spenden, zu welchen Stichproben im Punkt „Spenden“ dargestellt wurden.

Stichproben

Der Landesrechnungshof überprüfte vier weitere Stichproben mit einer Summe von 57.555,15 Euro. Das entsprach einem Anteil von 6,9 Prozent der Aufwendungen für Kooperationen ohne Spendenaufwand. Die folgende Tabelle weist die vier Stichproben aus:

Tabelle 14: Stichproben zu Kooperationen

Stichprobe	Betrag in Euro	Gegenstand	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit der Kommunikationsstrategie vorhanden
Stichprobe 1	35.201,25	Diverse Produktionen unter dem Titel EVN	ja / ja
Stichprobe 2	17.143,90	Videoproduktion über Jugend und Klima	nein / ja
Stichprobe 3	4.200,00	Kurzreportage betreffend Smart Meter	nein / ja
Stichprobe 4	1.010,00	Beitrag zum Thema Naturwärme	nein / ja

Stichprobe 1 umfasste eine Teilrechnung einer Rundfunkgesellschaft vom 14. August 2017 über 35.201,25 Euro für Teilleistungen zu einem Kooperationsvertrag über insgesamt 115.145,00 Euro für organisatorische, journalistische, künstlerische und technische Leistungen für die Konzeption und Herstellung einer Rundfunkproduktion. Ein Nachweis der Leistungserbringung lag vor. Betreffend Preisangemessenheit bestätigte die EVN AG, dass die Sendungspartnerschaften zu marktüblichen Preisen angeboten wurden. Weitere Dokumentationen dazu lagen nicht vor.

Stichprobe 2 umfasste eine Rechnung einer Mediengesellschaft vom 25. November 2020 über 17.143,90 Euro für Dreharbeiten betreffend einer Online-Sendung zum Thema Jugend und Klima. Dazu lag kein schriftlicher Vertrag vor, weil die Kooperation mit der Mediengesellschaft telefonisch vereinbart wurde. Somit war die Höhe des Auftrags nicht nachvollziehbar. Die Rechnung lag zwar vor, deren Höhe und Abrechnungsmodalitäten waren jedoch ebenso nicht nachvollziehbar. Ein Nachweis der Leistungserbringung lag in Form eines Filmes vor. Die Preisangemessenheit erklärte die EVN AG damit, dass professionelles Filmmaterial dauerhaft verwendbar war und sich die EVN AG in einer jungen, kritischen Zielgruppe positionierte. Weitere Dokumentationen dazu waren nicht vorhanden.

Stichprobe 3 umfasste eine Rechnung einer Mediengesellschaft vom 26. Jänner 2021 über 4.200,00 Euro für die redaktionelle Gestaltung einer Kurzreportage zum Austausch der Stromzähler gegen Smart Meter. Dazu lag kein schriftlicher Kooperationsvertrag vor, weil der Auftrag telefonisch erteilt wurde. Somit war die Höhe des Auftrags nicht nachvollziehbar. Die Rechnung lag zwar vor,

deren Höhe und Abrechnungsmodalitäten waren jedoch ebenso nicht nachvollziehbar. Ein Nachweis der Leistungserbringung in Form eines Videos lag vor. Die Preisangemessenheit erklärte die EVN AG damit, dass die strategische Kooperation mit dieser Mediengesellschaft bei dem sensiblen Thema wichtig war. Weitere Dokumentationen dazu lagen nicht vor.

Stichprobe 4 umfasste eine Rechnung einer Mediengesellschaft vom 10. Jänner 2018 über 1.010,00 Euro für Produktion und Ausstrahlung eines Berichts zum Thema Naturwärme. Dazu lag kein schriftlicher Kooperationsvertrag vor. Der Auftrag wurde telefonisch erteilt. Somit war die Höhe des Auftrags nicht nachvollziehbar. Die Rechnung war zwar vorhanden, deren Höhe und Abrechnungsmodalitäten waren jedoch ebenso nicht nachvollziehbar. Ein Nachweis der Leistungserbringung lag vor. Die Ausstrahlung erfolgte im Zeitraum vom 16. bis 23. Jänner 2018. Die Preisangemessenheit erklärte die EVN AG damit, dass diese Mediengesellschaft mit ihrem Rundfunksender ein wichtiger strategischer Partner bei der Vorbereitung des Projekts einer neuen Biomasseanlage war. Weitere Dokumentationen dazu lagen nicht vor.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die vier überprüften Stichproben zu Kooperationen im Einklang mit der Kommunikationsstrategie standen. Die Überprüfung ergab zudem, dass drei von vier Kooperationen auf mündlichen Aufträgen und Vereinbarungen beruhten, womit keine schriftlichen Verträge und keine nachvollziehbare Dokumentation vorhanden waren. Dokumentationen zur Preisangemessenheit lagen nicht vor.

Daher empfahl der Landesrechnungshof der EVN AG, Kooperationen schriftlich zu vereinbaren und die wesentlichen Inhalte zweckmäßig zu dokumentieren, um eine angemessene Nachvollziehbarkeit sicherzustellen. Dazu zählten insbesondere die Grundlagen der Auftragsvergabe, die Auftragshöhe und die Preisangemessenheit. Weiters sollte anhand der Rechnung ersichtlich sein, welche Leistungen in welcher Höhe verrechnet wurden.

Ergebnis 8

Die EVN AG sollte die Kooperationen schriftlich vereinbaren und die wesentlichen Inhalte zweckmäßig dokumentieren.

Stellungnahme der EVN AG:

Diese Empfehlung wird künftig auch im Bagatellbereich umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

12. Dienstleistungen

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen haben die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Vereinbarungen über Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen abgeschlossen, welche Leistungen wurden dabei bezogen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Aufwendungen für Dienstleistungen, ohne die Buchungen der kabelplus GmbH, insgesamt 40.791.118,51 Euro. Dieser Betrag war eine Teilsumme der Positionen Inserate und Werbung sowie Sponsoring. Die folgende Tabelle weist die Aufwendungen für Dienstleistungen, gegliedert nach Unternehmen und Geschäftsjahr, aus:

Tabelle 15: Aufwendungen für Dienstleistungen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Unternehmen	März bis September 2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	Oktober 2021 bis Mai 2022	Summe
EVN AG	4.637.130,73	8.676.805,44	8.181.416,17	7.939.447,64	7.213.284,00	3.505.324,07	40.153.408,05
evn naturkraft	6.589,14	119.719,72	28.117,91	84.859,15	44.915,67	12.103,29	296.304,88
Netz Niederösterreich	17.706,32	119.628,02	36.863,91	6.609,37	44.048,43	43.661,13	268.517,18
EVN Wasser	1.146,05	11.045,92	12.511,79	3.376,30	14.579,73	56,00	42.715,79
EVN Wärmekraftwerke	253,60	5.874,37	2.520,77	105,00	289,00	12.608,50	21.651,24
EVN Wärme	1.046,97	1.994,44	1.500,45	846,90	815,11	1.837,24	8.041,11
EVN Beteiligung 40	50,88	50,88	50,88	278,30	0,00	0,00	430,94
UTILITAS	124,32	-75,00	0,00	0,00	0,00	0,00	49,32
Summe	4.664.048,01	8.935.043,79	8.262.981,88	8.035.522,66	7.317.931,94	3.575.590,23	40.791.118,51

Von den Aufwendungen für Dienstleistungen entfielen 40.153.408,05 Euro oder 98,4 Prozent auf die EVN AG, 296.304,88 Euro oder 0,7 Prozent auf die evn naturkraft und 268.517,18 Euro oder 0,7 Prozent auf die Netz Niederösterreich.

Die weiteren Aufwendungen für Dienstleistungen verteilten sich mit 42.715,79 Euro auf die EVN Wasser, mit 21.651,24 Euro auf die EVN Wärmekraftwerke, mit 8.041,11 Euro auf die EVN Wärme, mit 430,94 Euro auf die EVN Beteiligung 40 und mit 49,32 Euro auf die UTILITAS.

Die Periode März bis September 2017 wies im Vergleich zu den Folgejahren weniger Aufwendungen aus, weil die Aufwendungen des Zeitraums Oktober 2016

bis Februar 2017 des Geschäftsjahrs 2016/2017 nicht in den Prüfungszeitraum fielen. Die Aufwendungen der Periode Oktober 2021 bis Mai 2022 waren im Vergleich zu den Vorjahren niedriger, weil das Geschäftsjahr 2021/2022 im Mai 2022 noch nicht abgeschlossen war.

Stichproben

Der Landesrechnungshof zog aus den Aufwendungen für Dienstleistungen 20 Stichproben mit einer Summe von 771.061,20 Euro. Das entsprach einem Anteil von 3,3 Prozent der gesamten Aufwendungen für Dienstleistungen ohne Aufwendungen für Sponsoring sowie Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien. Die folgende Tabelle weist die Stichproben aus:

Tabelle 16: Stichproben zu Dienstleistungen

Stichprobe	Betrag in Euro	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit Kommunikationsstrategie vorhanden	Grundlage
Stichprobe 1	156.555,00	ja / ja	zwei Angebote
Stichprobe 2	84.000,00	ja / ja	zwei Angebote
Stichprobe 3	50.364,04	ja / ja	drei Angebote
Stichprobe 4	45.159,86	ja / ja	Rahmenvereinbarung
Stichprobe 5	36.851,65	ja / ja	drei Angebote
Stichprobe 6	34.040,04	ja / ja	zwei Angebote
Stichprobe 7	33.000,00	ja / ja	drei Angebote
Stichprobe 8	31.227,66	ja / ja	drei Angebote
Stichprobe 9	30.875,00	ja / ja	drei Angebote
Stichprobe 10	29.900,00	ja / ja	Rahmenvereinbarung
Stichprobe 11	28.500,00	ja / ja	Einzelanbieter
Stichprobe 12	28.290,53	ja / ja	vier Angebote
Stichprobe 13	27.342,80	nicht anwendbar	nicht anwendbar
Stichprobe 14	27.120,00	nein / ja	kein Vergleichsangebot
Stichprobe 15	23.882,70	nein / ja	zwei Angebote
Stichprobe 16	23.800,00	ja / ja	fünf Angebote

Stichprobe	Betrag in Euro	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Einklang mit Kommunikationsstrategie vorhanden	Grundlage
Stichprobe 17	21.186,92	ja / ja	Einzelanbieter
Stichprobe 18	17.520,00	ja / ja	Einzelanbieter
Stichprobe 19	15.285,00	ja / ja	drei Angebote
Stichprobe 20	26.160,00	ja / ja	Rahmenvereinbarung

Stichprobe 1 betraf die Bestellung vom 26. Februar 2021 betreffend technischer Dienstleistungen für Websites in Höhe von 156.555,00 Euro. Die Rechnungen über insgesamt 156.882,66 Euro lagen um 327,66 Euro über der Bestellsumme. Vor der Vergabe der Dienstleistung wurden fünf Bieter zur Angebotslegung eingeladen. Dazu langten zwei Angebote ein. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigeren Angebot. Angebot, Bestellung und Rechnung waren nachvollziehbar.

Stichprobe 2 betraf die Bestellung vom 24. August 2018 betreffend technischer Ausstattung des EVN Mitarbeiterfests 2018 bei einer Eventgesellschaft in Höhe von 84.000,00 Euro. Für diesen Auftrag wurden nur zwei Angebote eingeholt, weil eine Veranstaltung in dieser Vielfältigkeit und Größe die Zusammenarbeit mit einem Komplettanbieter erforderte. Eine Erklärung zu reduziertem Wettbewerb lag vor. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigeren Angebot auf Basis einer Nachverhandlung. Die Rechnung vom 7. September 2018 über 90.539,78 Euro war um 6.539,78 Euro oder 7,8 Prozent höher als die Bestellsumme, weil zusätzliches Material benötigt wurde. Gemäß der Geschäftsanweisung für Beschaffungswesen der EVN AG fiel eine Überschreitung von bis zu 25 Prozent der Auftragssumme in die Toleranzgrenze für Bestellwertüberschreitungen.

Stichprobe 15 betraf die Rechnung einer Eventausstattungs-gesellschaft vom 11. September 2018 für die Möblierung und Ausstattung des EVN Mitarbeiterfests 2018 über 23.882,70 Euro. Auch für diesen Auftrag wurden nur zwei Angebote eingeholt. Eine Erklärung zu reduziertem Wettbewerb lag vor, jedoch war deren Begründung für den Landesrechnungshof nicht nachvollziehbar. Angebot, Bestellung und Rechnung lagen vor.

Die Leistungen zu den Stichproben 2 und 15 betrafen die Ausgestaltung eines Mitarbeiterfestes und stellten somit keine Werbeaufwendungen, sondern freiwilligen Sozialaufwand dar. Die Verbuchung der Rechnungen auf dem Aufwandskonto „Werbeaufwand/PR“ war daher nicht richtig.

Stichprobe 3 betraf die Rechnung einer Druckerei vom 18. Juni 2019 über 50.364,04 Euro für den Druck des EVN Journals 02/2019 mit einer Auflage von 715.000 Stück. Die Bestellung vom 11. Dezember 2018 umfasste eine Summe von 391.872,00 Euro für die Jahre 2019 und 2020. Dazu lagen drei Angebote und ein Verhandlungsprotokoll vor. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigsten Angebot. Der Rechnungsbetrag war nicht nachvollziehbar und wurde im Zuge der Prüfung durch die EVN AG mit dem Auftragnehmer geklärt. Die entstandene Gutschrift in Höhe von 4.273,57 wurde im Dezember 2022 gegengerechnet.

Stichprobe 5 betraf die Rechnung einer Druckerei vom 31. Dezember 2021 über 36.851,65 Euro für den Druck des EVN Journals 04/2021. Grundlage dafür war die gleiche Bestellung wie für Stichprobe 3, deren Laufzeit am 10. Februar 2021 bis 31. Dezember 2021 verlängert und der Zielwert um 148.523,39 Euro erhöht wurde. Die Auflage betrug 620.000 Stück. Die Rechnung war nachvollziehbar.

Stichprobe 4 betraf die Rechnung einer Werbegesellschaft vom 6. August 2020 über 45.159,86 Euro für die Konzeption, Entwicklung und Produktion der Werbekampagne „joulie Balkonien“ im Juli 2020. Die abgerechneten Leistungen konnten aus einer Rahmenvereinbarung vom 5. November 2018 abgerufen werden. Die Abrechnung erfolgte nach Stunden.

Stichprobe 6 betraf die Rechnung eines Messebauunternehmens vom 26. April 2022 über 34.040,04 Euro für Produktion, Lagerung, Instandhaltung sowie Auf- und Abbau eines Mietstands für eine Messe im Jahr 2022. Vor der Vergabe der Leistung wurden vier Bieter zur Angebotslegung eingeladen. Dazu langten zwei Angebote ein. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigeren Angebot. Angebote, Verhandlungsprotokoll, Auftrag und Rechnung lagen vor.

Stichprobe 7 betraf die Bestellung vom 20. September 2018 bei einer Werbeagentur für die Produktion von Plakaten betreffend Kampagnen „EVN Service Center“ und „EVN Energieberater“ in Höhe von 33.000,00 Euro im Jahr 2018. Der Rechnungsbetrag über 32.088,82 Euro lag um 911,18 Euro unter der Bestellsumme. Dem Auftrag lagen drei Angebote zu Grunde. Den Zuschlag erhielt

der Bieter mit dem preislich niedrigsten Angebot, mit dem eine Rahmenvereinbarung über den Zeitraum 2016 bis 2018 abgeschlossen wurde.

Stichprobe 8 betraf eine Rückstellung in Höhe von 31.227,66 Euro für Gestaltung und Druck der Kochbücher „Echt hausgemacht“. Die Bestellung einer Druckerei vom 3. Juni 2019 belief sich auf 20.620,00 Euro bei. Die Auflage betrug 3.000 Stück. Dazu wurden drei Angebote eingeholt. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigsten Angebot. Die Rechnung vom 11. Dezember 2019 belief sich auf 15.614,21 Euro, weil der Aufwand für das Layout geringer ausfiel als veranschlagt. Die Rechnung lag damit um 15.613,45 Euro unter dem Betrag der Rückstellung, der laut EVN AG nach Zahlung der Rechnung ausgebucht wurde.

Stichprobe 9 betraf die Rechnungen eines Meinungsforschungsinstituts vom 28. September und 15. Dezember 2021 über insgesamt 30.875,00 Euro für eine Motivforschung über „Wechselmotive und Bonusprogramm der EVN“ mit 65 Studienteilnehmer im Jahr 2021. Dazu wurden drei Angebote eingeholt. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigsten Angebot.

Stichprobe 10 betraf die Rechnung einer Mediengesellschaft vom 2. April 2021 über 29.900,00 Euro für das EVN Journal mutiert (ohne Art Direction). Diese Leistungen beruhten auf einer Rahmenvereinbarung vom 19. Jänner 2021. Verhandlungsprotokoll, Bestellung und Rechnung lagen vor.

Stichprobe 11 betraf die Rechnungen einer Medienanalysegesellschaft vom 30. Juli 2019, 9. Oktober 2019, 28. Jänner und 22. April 2020 über insgesamt 28.500,00 Euro für Social Media Monitoring im Zeitraum August 2019 bis Juli 2020. Dazu lagen keine Vergleichsangebote vor, weil eine Markterhebung ergeben hatte, dass nur der beauftragte Dienstleister die gestellten Anforderungen in Bezug auf die österreichische Energiebranche umsetzen konnte. Eine Erklärung zu reduziertem Wettbewerb lag vor. Angebot, Bestellung und Rechnungen lagen vor und waren nachvollziehbar.

Stichprobe 12 betraf die Rechnung einer Eventmanagement-Firma vom 3. November 2021 über 28.290,53 Euro für die Abwicklung von Führungen in den EVN Kraftwerken Theiß, Zwentendorf und Wienerbruck im Oktober 2021 im Ausmaß von 971,25 Stunden. Von vier Vergleichsangeboten wies nur jenes der Eventmanagement-Firma keine Arbeitskräfteüberlassung auf und erfüllte damit alle Anforderungen. Mit diesem Anbieter wurde eine Rahmenvereinbarung abgeschlossen. Die Abrechnung der Leistungen für Oktober 2021 erfolgte nach Stunden, nachdem diese am 3. November 2021 vollständig vorlagen. Die Ab-rufbestellung erfolgte allerdings erst am 9. November 2021 und bezog sich auf

Lieferdatum November 2021. Die EVN AG teilte dazu mit, dass im SAP®-System die Buchung einer Rechnung zu einer Rahmenvereinbarung erst nach der Abrufbestellung möglich war. Das Ausmaß der erbrachten Leistung stand erst nach der Leistungsbestätigung durch den Lieferanten fest. Daher konnte erst danach die Abrufbestellung im SAP®-System getätigt werden.

Stichprobe 13 betraf Schadenersatzzahlungen in Höhe von 27.342,80 Euro für eine Lizenzanalogie und Kosten der Rechtsverfolgung an eine Rechtsanwaltskanzlei. Diese Buchung wies keinen Bezug zu Dienstleistungen im Bereich Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen oder zu einem anderen Gegenstand der Sonderprüfung auf und wurde keiner weiteren Prüfung unterzogen.

Stichprobe 14 betraf die Rechnung eines Fotografen über 27.120,00 Euro vom 28. Dezember 2021 für fotografische Dienstleistungen für die Website, das Intranet und die EVN Zeitschriften. Vergleichsangebote wurden nicht eingeholt. Die Bestellung erfolgte aufgrund von Zeitdruck laut EVN AG mündlich. Es wurde auf eine Rahmenvereinbarung vom 5. Juni 2018 für Fotografiendienstleistungen zurückgegriffen, die jedoch nur einen Teil der Leistungen umfasste. Für den Rest war keine Abrufbestellung möglich, weil Pauschalen und Produktionskosten nicht im Vertrag abgebildet waren. Angebot und Rechnung lagen vor. Zwischenzeitlich wurde die Rahmenvereinbarung erweitert. Außerdem teilte die EVN AG mit, dass die Leistungen der Fotografen im Jahr 2023 neu ausgeschrieben und verhandelt werden.

Stichprobe 16 betraf die Rechnung einer Handelsgesellschaft über 23.800,00 Euro vom 21. Mai 2019 für Werbeartikel. Dazu waren fünf Angebote eingeholt worden. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigsten Angebot. Das Angebot, das Verhandlungsprotokoll, die Bestellung sowie die Rechnung lagen vor und waren nachvollziehbar.

Stichprobe 17 betraf eine Wareneingangsbuchung vom 27. Dezember 2018 für Marktanalysen zur Optimierung der Mediaselektion sowie Werbewertberechnungen in Höhe von 21.186,92 Euro betreffend den Auftrag an ein Marktforschungsinstitut vom 4. Oktober 2018. Die dazugehörige Rechnung vom 28. November 2018 belief sich auf 2.114,66 Euro. Die Differenz zwischen der Wareneingangsbuchung und dem Rechnungsbetrag in Höhe von 19.072,26 Euro wurde ausgebucht. Vergleichsangebote wurden nicht eingeholt, weil die Dienstleistung nur von einem Unternehmen angeboten wurde. Eine Erklärung zu reduziertem Wettbewerb sowie Angebot, Bestellung und Rechnung lagen vor.

Stichprobe 18 betraf die Rechnung einer Nachrichtenagentur vom 16. Jänner 2020 über 17.520,00 Euro für Nachrichtenselektion im Jahr 2020. Ver-

gleichsangebote wurden nicht eingeholt, weil diese Dienstleistung nur von diesem Anbieter angeboten wurde. Eine Erklärung zu reduziertem Wettbewerb sowie Angebot, Bestellung und Rechnung lagen vor.

Stichprobe 19 betraf die Rechnung einer Mediengesellschaft vom 14. April 2020 über 15.285,00 Euro für die Entwicklung der Website „Mein Leben im NOW“ (Aufbau der Jugendkommunikation, Zielgruppe 14 bis 19 Jahre). Dazu wurden drei Angebote eingeholt. Den Zuschlag erhielt der Bieter mit dem preislich niedrigsten Angebot. Angebot, Bestellung und Rechnung lagen vor.

Stichprobe 20 betraf die Bestellung bei einer Mediengesellschaft vom 27. März 2020 für den Druck von Foldern zum Thema „Smart Meter“ über 26.160,00 Euro. Diese Dienstleistung wurde aus einer Rahmenvereinbarung aus dem Jahr 2015 abgerufen. Dazu lagen drei Teilrechnungen für den Druck von 480.000 Foldern über insgesamt 14.307,92 Euro vor. Laut EVN AG waren noch weitere Rechnungen zu dieser Bestellung ausständig.

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass die Stichproben im Einklang mit dem Unternehmensgegenstand und der Kommunikationsstrategie standen. Er stellte aber auch fest, dass bei zwei Stichproben der Dienstleistungen Unterlagen fehlten. In einem Fall wurde keine aussagekräftige Erklärung zu reduziertem Wettbewerb erstellt. Im zweiten Fall fehlten Vergleichsangebote, die Bestellung erfolgte mündlich und war nur teilweise von der bestehenden Rahmenvereinbarung umfasst. Bei einer weiteren Stichprobe war der Rechnungsbetrag nicht nachvollziehbar und wurde im Zuge der Prüfung durch die EVN AG geklärt.

Der Landesrechnungshof empfahl der EVN AG, auf eine nachvollziehbare und zweckmäßige Dokumentation der Angebote, Auftragsvergaben, Bestellungen und Rechnungen zu achten.

Zum Zweck von Rechnungsprüfungen sollten die maßgeblichen Unterlagen zu jedem Auftrag sowie die Bestellungen in schriftlicher Form vorhanden sein und archiviert werden.

Ergebnis 9

Die EVN AG sollte auf eine nachvollziehbare und zweckmäßige Dokumentation von Auftragsvergaben, Bestellungen und Rechnungen achten.

Stellungnahme der EVN AG:

Durch zusätzliche Sensibilisierung der für die Abwicklung verantwortlichen Personen soll hier eine durchgängige Dokumentation sichergestellt werden.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

13. Mitgliedschaften in Vereinen

In welchen Vereinen sind die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Mitglieder und wie hoch sind die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge an Vereine 6.264.769,40 Euro.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Mitgliedsbeiträge der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften in den Geschäftsjahren:

Tabelle 17: Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro

Unternehmen	März bis September 2017	2017/2018	2018/2019	2019/2020	2020/2021	Oktober 2021 bis Mai 2022	Summe
EVN AG	451.907,75	880.806,98	893.504,79	1.003.285,14	979.425,29	638.908,02	4.847.837,97
Netz Niederösterreich	8.014,00	59.411,00	93.295,00	203.156,03	171.494,48	77.975,36	613.345,87
evn naturkraft	55.635,31	97.142,93	109.387,24	129.843,80	130.218,77	49.233,40	571.461,45
EVN Wärmekraftwerke	9.545,00	22.560,00	23.071,23	78.992,17	63.113,16	15.095,03	212.376,59
EVN Wärme	510,00	510,00	510,00	6.677,64	5.646,67	1.852,08	15.706,39
EVN Umweltholding	0,00	1.041,13	1.000,00	1.000,00	1.000,00	0,00	4.041,13
Summe	525.612,06	1.061.472,04	1.120.768,26	1.422.954,78	1.350.898,37	783.063,89	6.264.769,40

Die Mitgliedsbeiträge verteilten sich auf die EVN AG mit 4.847.837,97 Euro oder 77,4 Prozent, die Netz Niederösterreich mit 613.345,87 Euro oder

9,8 Prozent, die evn naturkraft mit 571.461,45 Euro oder 9,1 Prozent, die EVN Wärmekraftwerke mit 212.376,59 Euro oder 3,4 Prozent, die EVN Wärme mit 15.706,39 Euro und die EVN Umweltholding mit 4.041,13 Euro.

Aufwendungen an Vereine betreffend „Inserate und Werbung“, „Spenden“ und „Sponsoring“ fanden sich in den jeweiligen Punkten zu diesen Themen (7. Inserate und Werbung, 9. Spenden und 10. Sponsoring), daher wurden in diesem Punkt nur Aufwendungen für Mitgliedschaften in Vereinen dargestellt.

Die Periode März bis September 2017 wies im Vergleich zu den Folgejahren weniger Aufwendungen aus, weil die Aufwendungen des Zeitraums Oktober 2016 bis Februar 2017 des Geschäftsjahrs 2016/2017 nicht in den Prüfungszeitraum fielen. Die Aufwendungen der Periode Oktober 2021 bis Mai 2022 waren im Vergleich zu den Vorjahren niedriger, weil das Geschäftsjahr 2021/2022 im Mai 2022 noch nicht abgeschlossen war.

Die EVN AG bestätigte dem Landesrechnungshof, dass Mitgliedschaften in Vereinen dem Unternehmenszweck, den strategischen Grundlagen und dem Leitbild des Unternehmens dienen.

Art und Verteilung der Mitgliedschaften in Vereinen

Der Landesrechnungshof gliederte die Mitgliedschaften der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften in die Kategorien Berufs- und Fachverbände, Sport, Bildung und Forschung sowie Kultur.

Die folgende Tabelle weist die Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge nach Kategorie und Anzahl der Mitgliedschaften aus:

Tabelle 18: Verteilung der Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge von März 2017 bis Mai 2022

Kategorie	Betrag in Euro	Anteil	Anzahl
Berufs- und Fachverbände	6.181.329,40	98,7 Prozent	80
Sport	41.340,00	0,7 Prozent	2
Bildung und Forschung	21.210,00	0,3 Prozent	5
Kultur	20.890,00	0,3 Prozent	3
Summe	6.264.769,4	100,0 Prozent	90

Die Aufwendungen für Mitgliedschaften in 80 Berufs- und Fachverbänden betragen 6.181.329,40 Euro oder 98,7 Prozent. Die Mitgliedsbeiträge an zwei

Sportvereine betragen 41.340,00 Euro oder 0,7 Prozent. Auf Bildung und Forschung entfielen fünf Mitgliedschaften mit Aufwendungen von 21.210,00 Euro oder 0,3 Prozent. Auf Kulturvereine entfielen drei Mitgliedschaften mit Aufwendungen von insgesamt 20.890,00 Euro oder 0,3 Prozent.

Die Bandbreite der Höhe der Buchungen lag zwischen 10,00 Euro für einen Schutzverband im Zusammenhang mit Wertpapieren und 155.053,00 Euro für einen österreichischen Verein für Elektrizitätswirtschaft.

Stichproben

Der Landesrechnungshof wählte aus den Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge 22 Stichproben mit einer Summe von 540.026,51 Euro aus. Das entsprach einem Anteil von 8,6 Prozent der gesamten Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge.

Die folgende Tabelle weist die Stichproben aus:

Tabelle 19: Stichproben zu Mitgliedschaften in Vereinen

Stichprobe	Betrag in Euro	Mitgliedschaft	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Bezug zum Unternehmensgegenstand vorhanden
Stichprobe 1	155.053,00	Österreichischer Verein für Elektrizitätswirtschaft	ja / ja
Stichprobe 2	80.000,00	Verein zur Erforschung neuartiger Energielösungen	ja / ja
Stichprobe 3	80.000,00	Vereinigung der Österreichischen Industrie	ja / ja
Stichprobe 4	66.975,00	Fachvereinigung für Gas und Wasser	ja / ja
Stichprobe 5	50.000,00	Europäischer Verein für Netz- und Cyber-Sicherheit	ja / nicht anwendbar Sitz in den Niederlanden
Stichprobe 6	22.190,00	Europäischer Verein der Stromverteilernetzbetreiber	ja / nicht anwendbar Sitz in Belgien
Stichprobe 7	20.486,74	Internationaler Interessenverband für Elektrizitäts- und Wärmeversorgung	ja / nicht anwendbar Sitz in Deutschland

Stichprobe	Betrag in Euro	Mitgliedschaft	Nachvollziehbarkeit der relevanten Unterlagen / Bezug zum Unternehmensgegenstand vorhanden
Stichprobe 8	13.000,00	Verein zur Entwicklung von Wasserstoff-technologien	ja / ja
Stichprobe 9	10.000,00	Sportverein	ja / ja
Stichprobe 10	10.000,00	Förderverein für Wirtschaftsjournalismus	ja / ja
Stichprobe 11	5.000,00	Gesellschaft zur Förderung internationaler Beziehungen	ja / ja
Stichprobe 12	5.000,00	Verein für Anwender von Open Source Software	ja / ja
Stichprobe 13	4.400,00	Verein zur Förderung der Lehrlingsausbildung	ja / ja
Stichprobe 14	3.970,00	Förderverein im Bereich Ökologie und Umwelt	ja / ja
Stichprobe 15	3.786,77	Wasserwerksverein	ja / ja
Stichprobe 16	3.500,00	Kulturverein	ja / ja
Stichprobe 17	2.500,00	Forschungsverein für den Donaauraum und Mitteleuropa	ja / ja
Stichprobe 18	1.500,00	Verein zur Erhaltung einer kirchlichen Einrichtung	ja / ja
Stichprobe 19	1.000,00	Verein zur Pflege bilateraler Auslandsbeziehungen	ja / ja
Stichprobe 20	730,00	Verein zur Förderung einer Fachhochschule	ja / ja
Stichprobe 21	600,00	Verein zur Weiterentwicklung einer Stadtgemeinde	ja / ja
Stichprobe 22	335,00	Sportverein	ja / ja

Stichprobe 1 betraf die vierte und letzte Tranche des Mitgliedsbeitrags 2019 an einen österreichischen Verein für Elektrizitätswirtschaft in Höhe von 155.053,00 Euro. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Pflege der Zusammenarbeit, die Wahrung der Interessen und die Beratung der Mitglieder in wirtschaftlichen, technischen und rechtlichen Belangen mit dem Ziel der Entwicklung einer wettbewerblich organisierten Elektrizitätswirtschaft unter Beachtung der rechtlich verbindlichen öffentlichen Interessen und Dienstleistungen.

Stichprobe 2 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein zur Erforschung neuartiger Energielösungen in Höhe von 80.000,00 Euro im Jahr 2022. Der Verein bezweckte, auf gemeinnütziger Grundlage wissenschaftliche Forschung zum Umweltschutz und der Versorgungssicherheit der Allgemeinheit mit nachhaltiger Energie zu betreiben sowie wissenschaftliche Grundlagen für neuartige Energielösungen zu erarbeiten.

Stichprobe 3 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an die Vereinigung der Österreichischen Industrie in Höhe von 80.000,00 Euro im Jahr 2022. Der Verein bezweckte die Vertretung der Interessen von industriellen und im Zusammenhang mit der Industrie stehenden Unternehmen in beruflicher, betrieblicher und wirtschaftlicher Hinsicht auf nationaler, europäischer und internationaler Ebene, die Förderung der industriellen Entwicklungen und die Sicherung der Rahmenbedingungen für Bestand und Entscheidungsfreiheit des Unternehmers.

Stichprobe 4 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an eine Fachvereinigung für Gas und Wasser in Höhe von 66.975,00 Euro im Jahr 2019. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Förderung des Gas- und Wasserfachs in wissenschaftlicher, technischer, wirtschaftlicher und rechtlicher Beziehung.

Stichproben 5, 6 und 7 betrafen die Mitgliedsbeiträge an ausländische Vereine für Netz- und Cyber-Sicherheit, für Stromverteilernetzbetreiber und für Elektrizitäts- und Wärmeversorgung. Der Prüfauftrag wurde auf inländische Mitgliedschaften eingeschränkt.

Stichprobe 8 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein zur Entwicklung von Wasserstofftechnologien in Höhe von 13.000,00 Euro im Jahr 2021. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Förderung der Wissenschaft, der Forschung und der Entwicklung von Technologien für Wasserstoff und erneuerbarem Gas.

Stichprobe 9 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Sportverein in Höhe von 10.000,00 Euro im Leistungszeitraum 1. Juli 2021 bis 30. Juni 2022. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Pflege des Sports, die Veranstaltung von Wettkämpfen und die Unterweisung von Sportlern durch geeignete Trainer.

Stichprobe 10 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Förderverein für Wirtschaftsjournalismus in Höhe von 10.000,00 Euro im Jahr 2017. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Förderung der Wirtschaftsberichterstattung und des österreichischen Wirtschaftsjournalismus. Die Vereinsmitgliedschaft endete im Jahr 2019.

Stichprobe 11 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an eine Gesellschaft zur Förderung internationaler Beziehungen in Höhe von 5.000,00 Euro im Jahr 2018. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Pflege von internationalen Kontakten und die Förderung des Austausches auf wirtschaftlicher, wissenschaftlicher und kultureller Ebene.

Stichprobe 12 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein für Anwender von Open Source Software in Höhe von 5.000,00 Euro im Jahr 2019. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Stärkung des Wirtschaftsstandorts Österreich, die Erhöhung der regionalen IT-Wertschöpfung sowie die Verbreitung und Positionierung des Open Source Modells bei Wirtschaftsunternehmen und Top-Entscheidern in Wirtschaft und Politik.

Stichprobe 13 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein zur Förderung der Lehrlingsausbildung in Höhe von 4.400,00 Euro im Jahr 2022. Der gemeinnützige Verein setzte sich dafür ein, dass der Lehre wieder mehr Bedeutung und Respekt zuteil wird, dass der Facharbeiterbedarf der Zukunft gedeckt werden kann und sich der Lehrberuf fachlich weiterentwickelt.

Stichprobe 14 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Forschungsverein im Bereich Ökologie und Umwelt in Höhe von 3.970,00 Euro im Jahr 2020. Der gemeinnützige Verein bezweckte als Kompetenzzentrum für ökologische Aufgabenstellungen die Förderung der wissenschaftlichen Forschung und Bildung auf dem Gebiet des Umweltschutzes, der Ethologie und der Ökologie.

Stichprobe 15 betraf einen Teilbetrag in Höhe von 3.786,77 Euro des jährlichen Mitgliedsbeitrags in Höhe von 32.620,00 Euro im Jahr 2021 an einen Wasserwerksverein. Der Verein bezweckte, für die fortwährende Ergiebigkeit des Wasserbezuges zu sorgen, eine geregelte Wasserführung zu erwirken, alle Hindernisse zu beseitigen und die Wasserrechte der Mitglieder zu wahren.

Stichprobe 16 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Kulturverein in Höhe von 3.500,00 Euro im Jahr 2022. Der Verein bezweckte die Förderung der Kunst und Kultur in Niederösterreich.

Stichprobe 17 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Forschungsverein für den Donaauraum und Mitteleuropa in Höhe von 2.500,00 Euro im Jahr 2018. Der spendenbegünstigte wissenschaftliche Verein bezweckte die Erforschung und die Vermittlung von sozialen, wirtschaftlichen, politischen, rechtlichen, kulturellen, historischen und ethnischen Problemen sowie die Ausarbeitung praktischer Lösungsvorschläge.

Stichprobe 18 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein zur Erhaltung einer kirchlichen Einrichtung in Höhe von 1.500,00 Euro im Jahr 2017. Der gemeinnützige Verein bezweckte, Mittel für die Erhaltung einer Kirche aufzubringen und die Entwicklung verbesserter Methoden für die Erhaltung der Kirche finanziell zu unterstützen.

Stichprobe 19 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein zur Pflege bilateraler Auslandsbeziehungen in Höhe von 1.000,00 Euro im Jahr 2020. Der gemeinnützige Verein bezweckte die Förderung der gegenseitigen Völkerverständigung und den Erfahrungsaustausch sowie die Koordination zur Darstellung der Länder unter Einbeziehung der tangierten Ministerien, gesetzgebenden Körperschaften, Regionen und sonstigen Institutionen und Organisationen. Laut Angabe der EVN AG wurde diese Mitgliedschaft am 28. April 2022 mit Wirkung vom 31. Dezember 2022 gekündigt.

Stichprobe 20 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein zur Förderung einer Fachhochschule in Höhe von 730,00 Euro im Vereinsjahr September 2021 bis August 2022. Der gemeinnützige Verein bezweckte, als Bindeglied zwischen der Hochschule, der Wirtschaft, den Eltern sowie den Studierenden und Absolventen zu fungieren.

Stichprobe 21 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Verein zur Weiterentwicklung einer Stadtgemeinde in Höhe von 600,00 Euro im Jahr 2020. Der gemeinnützige Verein bezweckte, die Vision der Stadt zu fördern und zu unterstützen, wonach zukunftsfähige Städte auf der Weiterentwicklung eines lebendigen, urbanen Kerns aufbauen.

Stichprobe 22 betraf den jährlichen Mitgliedsbeitrag an einen Sportverein in Höhe von 335,00 Euro im Jahr 2020. Der gemeinnützige Verein bezweckte vor allem den Zusammenschluss von Bootsportlern zur Pflege und Förderung der Zillenfahrer, des Boot-, Wasserski- und Tauchsports, die Förderung der sportlichen Weiterbildung, die Errichtung und Erhaltung der Steganlagen und unterhielt das Boot der Betriebsfeuerwehr eines Kraftwerks.

Der Landesrechnungshof hielt fest, dass zu allen Stichproben Vereinsstatuten und Rechnungen zu den Mitgliedsbeiträgen vorlagen. Diese standen im Einklang mit dem Unternehmensgegenstand und den Strategien der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften beziehungsweise waren Ausdruck der Corporate Social Responsibility-Strategie.

St. Pölten, im März 2023

Die Landesrechnungshofdirektorin

Dr.ⁱⁿ Edith Goldeband

14. Abkürzungen und Begriffe

Dem Bericht liegen folgende Abkürzungen und Begriffsinhalte zugrunde:

Abonnement

Der Begriff „Abonnement“, kurz „Abo“, bezeichnete die Bestellung oder den Bezug einer wiederkehrenden Leistung, zum Beispiel einer Tageszeitung oder Theatervorstellung.

Awareness

Der englische Begriff „Awareness“ bezeichnete die Markenbekanntheit und das Markenbewusstsein. Durch eine positive Wahrnehmung durch die Kunden und die Öffentlichkeit konnte diese erhöht werden.

Branding

Der englische Begriff „Branding“ bezeichnete im Marketing den Aufbau, die Entwicklung und die Pflege einer unverwechselbaren Marke mit hohem Ansehen, Vertrauen sowie Wiedererkennungswert und diente der Kundenbindung.

City Lights

Der englische Begriff „City Lights“ bezeichnete Leuchtwerbung an beliebten Standorten in Form von Vitrinen, Säulen oder hinterleuchteten Werbeflächen, die einen Blickfang bildeten und dadurch Aufmerksamkeit im öffentlichen Raum bewirkten.

Community Management

Der englische Begriff „Community Management“ bezeichnete Maßnahmen und Methoden zur Verwaltung, Betreuung und Führung von virtuellen Gemeinschaften, wie digitale Foren und soziale Netzwerke, die dem Dialog zwischen dem Unternehmen und den Kunden dienten.

Corporate Publishing

Der englische Begriff „Corporate Publishing“ bezeichnete alle Formen von redaktionellen Inhalten und Veröffentlichungen einer Unternehmung. Diese dienten dazu, das Selbstverständnis sowie Bekanntheit und Wertschätzung der Unternehmung zu stärken. Dazu zählten neben Kundenmagazinen und Mitarbeiterzeitungen auch Fachartikel und Geschäftsberichte sowie Blogs, Portale oder Applikationen.

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 von einer juristischen oder natürlichen Person für die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften eigenverantwortlich erbracht und von der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften aufgewendet wurden.

Donator

Der Begriff „Donator“ bezeichnete eine Person oder Organisation, die Mittel zur Unterstützung gab, wörtlich „Geber“.

Employer Branding

Der englische Begriff „Employer Branding“, wörtlich „Arbeitgebermarkenbildung“, bezeichnete alle Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreifen konnte, um die eigene Marke zu stärken und sich als attraktiver Arbeitgeber darzustellen.

ESG

ESG war die Abkürzung für „Environment, Social and Governance“ und bedeutete Umweltschutz, Soziales und nachhaltige Unternehmensführung.

Inserate und Werbung

Unter den Begriff „Inserate und Werbung“ fielen entgeltliche Veröffentlichungen in inländischen Print- und Rundfunkmedien sowie in Onlinemedien, die eine Botschaft über die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften beziehungsweise über deren Produkte und Leistungen vermittelten. Inserate waren Teil von Werbung. Dazu zählten zum Beispiel Ankündigungen, Anzeigen, Einschaltungen, Audio- und Videobeiträge, Werbespots, Podcasts oder Audioclips.

Kampagne

Der Begriff „Kampagne“ leitete sich aus dem lateinischen „campus“ für „flaches Feld“ ab und bezeichnete in Kommunikation und Marketing eine zeitlich befristete Aktion, um Informationen, Meinungen, Leistungen, Produkte oder ein bestimmtes Image (Bild) zu verbreiten, zum Beispiel durch eine „Imagekampagne“.

Interaktion

Der Begriff „Interaktion“ bezeichnete das aufeinander bezogene Handeln von Personen, insbesondere auch in sozialen Medien.

Konfidenzniveau

Der Begriff „Konfidenzniveau“ bezeichnete die Wahrscheinlichkeit, mit der die Ergebnisse der Stichproben die Ergebnisse der Gesamtheit widerspiegeln.

Kooperationen

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

Förderungen

Unter den Begriff „Förderungen“ fielen alle Zahlungen, welche die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften als Förderungsgeber für eigene Zwecke im Inland einer natürlichen oder juristischen Person gewährten, ohne dafür eine marktübliche Gegenleistung zu erhalten. Dazu zählten zum Beispiel nicht rückzahlbare finanzielle Beihilfen, Zuschüsse, Zuwendungen oder Stipendien.

Nicht dazu zählten jedoch Förderungen, welche die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften für einen anderen Förderungsgeber abwickelte oder auszahlte, zum Beispiel im Rahmen einer Geschäftsbesorgung.

Medien

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

Mediengruppe

Der Begriff „Mediengruppe“ bezeichnete ein Medium mit allen Ausgaben und Formaten, um die Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print- und Online-Ausgaben beziehungsweise Rundfunkformaten eines Mediums abbilden zu können. Dies diente dazu, die Konzentration beziehungsweise Verteilung der Aufwendungen auf die unterschiedlichen Medien darzustellen.

Mitgliedschaften in Vereinen

Unter den Begriff „Mitgliedschaften in Vereinen“ fielen alle inländischen Mitgliedschaften, unabhängig vom Zweck, an die die EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften Mitgliedsbeiträge und andere Zahlungen leisteten.

Performance und Sales

Der englische Begriff „Performance und Sales“ bezeichnete die Leistungs- und Vertriebsunterstützung.

Spenden

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

Sponsoring

Unter den Begriff „Sponsoring“ fielen alle Zahlungen der EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften an juristische und natürliche Personen, denen eine Werbeleistung der gesponserten Person im Inland gegenüberstand.

Stakeholder

Der englische Begriff „Stakeholder“, wörtlich „Anspruchs- oder Interessensgruppen“, bezeichnete jene Personen, die direkt oder indirekt von der Tätigkeit einer Organisation oder eines Unternehmens betroffen oder daran interessiert waren, Ansprüche und Erwartungen hatten sowie Einfluss ausüben konnten.

Tausenderkontaktpreis

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

Trailer

Der englische Begriff „Trailer“, wörtlich „Anhänger“, bezeichnete einen kurzen Werbefilm oder ein Video über ein Produkt oder eine Veranstaltung.

VIP

Die Abkürzung „VIP“ stand für den englischen Begriff „Very Important Person“ und bezeichnete wichtige Persönlichkeiten.

15. Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Kenndaten EVN AG sowie deren Tochtergesellschaften in Millionen Euro sowie in Anzahl an Personen.....	6
Tabelle 2:	Aufwendungen für Inserate und Werbung im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro	25
Tabelle 3:	Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien.....	26
Tabelle 4:	Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien nach Mediengruppen	27
Tabelle 5:	Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien nach strategischen Schwerpunkten.....	30
Tabelle 6:	Stichproben zu Inserate und Werbung.....	31
Tabelle 7:	Aufwendungen für Spenden im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro	43
Tabelle 8:	Verteilung der Spenden von März 2017 bis Mai 2022.....	44
Tabelle 9:	Stichproben zu Spenden	45
Tabelle 10:	Aufwendungen für Sponsoring im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro	47
Tabelle 11:	Verteilung der Aufwendungen für Sponsoring von März 2017 bis Mai 2022.....	48
Tabelle 12:	Stichproben zu Sponsoring.....	49
Tabelle 13:	Aufwendungen für Kooperationen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	62
Tabelle 14:	Stichproben zu Kooperationen.....	63
Tabelle 15:	Aufwendungen für Dienstleistungen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	65
Tabelle 16:	Stichproben zu Dienstleistungen	66
Tabelle 17:	Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 in Euro.....	72
Tabelle 18:	Verteilung der Aufwendungen für Mitgliedsbeiträge von März 2017 bis Mai 2022	73
Tabelle 19:	Stichproben zu Mitgliedschaften in Vereinen.....	74

ANTRAG

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

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

betreffend Sonderprüfung der EVN AG (51 % Land NÖ) sowie deren Tochtergesellschaften

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

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

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

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

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

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

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

Insbesondere ist auch die EVN AG (51 % Land NÖ) samt deren Tochtergesellschaften gemäß dieser Bestimmung von der Rechnungshofprüfungspflicht umfasst.

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

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

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

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

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

Prüfauftrag

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

1. Zu prüfende Unternehmen:

- EVN AG (51 % Land NÖ) sowie deren Tochtergesellschaften

2. Prüfumfang:

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

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

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

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

- In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden vom geprüften Unternehmen Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte bzw. Kosten?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?

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

4. Zeithorizont:

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

5. Datensätze:

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

ZUKUNFT FÜR

Niederösterreich

Mehr zur
EVN Klima-Initiative



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