**Abkürzungsverzeichnis**

a.o.  außerordentlich  
CBL  Crossboader Leasing  
d.h.  das heißt  
GKI  Gemeinschaftskraftwerk Inn  
GWH  Gigawattstunden  
idR  in der Regel  
iSd  im Sinne der  
iVm  in Verbindung mit  
LRH  Landesrechnungshof  
LRHD  Landesrechnungshofdirektor  
LRHG  Landesrechnungshofgesetz  
l.  laut  
MW  Megawatt  
NGO  Non government organisation  
o.  ordentlich  
rd.  rund  
RKI  Regionalkraftwerk Inn Kundl/Breitenbach  
sog.  sogenannt  
TIWAG  Tiroler Wasserkraft AG  
u.a.  unter anderem  
UVP  Umweltverträglichkeitsprüfung  

**Auskünfte**

Landesrechnungshof  
A-6010 Innsbruck, Eduard-Wallnöfer-Platz 3  
Telefon: 0512/508-3030  
Fax: 0512/508-3035  
E-mail: landesrechnungshof@tirol.gv.at  

Erstellt: Oktober 2010 - März 2011  
Herstellung: Landesrechnungshof  
Redaktion: Landesrechnungshof  
Herausgegeben: BE-0101/74, 5.5.2011
Inhaltsverzeichnis

1. Allgemeines .................................................................................................................. 1
  1.1. Bestehende Wasserkraftwerke .................................................................................. 3
  1.2. Energiestrategien ....................................................................................................... 5
  1.3. Kraftwerksprojekte - Ausbau der Wasserkraft .......................................................... 7
  1.4. Organe der TIWAG ................................................................................................... 9
  1.5. Prüfungsvolumen ..................................................................................................... 11
2. Beratungsaufwand ........................................................................................................... 12
3. Agentur Hofherr communikation ..................................................................................... 17
  3.1. Auftrag ..................................................................................................................... 17
  3.2. Leistungsabrechnungen ............................................................................................ 19
  3.3. Leistungsnachweise .................................................................................................. 23
    3.3.1 Stundenaufzeichnungen ....................................................................................... 23
    3.3.2 Schriftliche Aufzeichnungen ................................................................................ 25
  3.4. Einzelne Leistungen ................................................................................................... 27
4. Öffentlichkeitsarbeit ......................................................................................................... 33
  4.1. Allgemeines .............................................................................................................. 33
  4.2. Sponsoring ............................................................................................................... 37
  4.3. Externe Beratungsunternehmen ............................................................................... 44
  4.4. Einschaltungen in Medien ....................................................................................... 46
  4.5. Veranstaltungen und Agenturen ............................................................................. 53
5. Sponsoring in Kraftwerksgemeinden ............................................................................. 54
  5.1. Gemeinde Silz .......................................................................................................... 55
  5.2. Gemeinde Kaunertal ................................................................................................ 56
  5.3. Marktgemeinde Matrei i.O. ...................................................................................... 59
  5.4. Andere Projektsgemeinden ...................................................................................... 61
  5.5. Exkurs: Sonstige Zuwendungen an Gemeinden ...................................................... 62
6. Zusammenfassende Bemerkungen .................................................................................. 63

Anhang: Stellungnahme der Regierung

Sonderprüfung


Prüfungsumfang

Die Prüfung bezog sich ausschließlich auf die im 100 %-igen Eigentum des Landes Tirol stehende TIWAG. Gemäß § 1 Abs. 1 lit. c leg. cit. ist der LRH zur Prüfung der Gebarung von Unternehmen, an denen das Land Tirol allein oder gemeinsam mit prüfungsunterworfenen Rechtsträgern mit mindestens 50 v.H. des Stamm-, Grund- oder Eigenkapitals beteiligt ist, befugt. Der LRH hat jedoch keine Prüfungskompetenz bezüglich der erwähnten Agentur.

Hinweis - Prüfungskompetenz

Die Prüfung umfasste auch nicht die Gebarung der im Prüfungsauftrag ausdrücklich erwähnten Gemeinden. Denn nach der zum Prüfungstermin geltenden Rechtslage ist der LRH nicht zur Prüfung von Gemeindegebarungen legitimiert.

Der LRH weist in diesem Zusammenhang darauf hin, dass der Nationalrat am 17.11.2010\(^2\) eine mit 1.1.2011 in Kraft getretene Kompetenzweiterung für den Rechnungshof in Bezug auf Gebarungsprüfungen von Gemeinden beschlossen hat. Weiters hat er die Landesverfassungsgesetzgeber ermächtigt, Regelungen

\(^1\) Gesetz vom 12.12.2002 über den Tiroler Landesrechnungshof (Tiroler Landesrechnungshofgesetz), LGBI. Nr. 18/2003.
vorbzusehen, dass die Landesrechnungshöfe grundsätzlich Gemeinden mit weniger als 10.000 Einwohnern und unter bestimmten Voraussetzungen Gemeinden mit mehr als 10.000 Einwohnern überprüfen können. Die entsprechende Umsetzung auf Landesebene ist in Tirol noch nicht erfolgt.

Prüfungsauftrag


Schwerpunkte der Prüfung
Die Schwerpunkte der Prüfung bezogen sich im Wesentlichen auf die im Prüfungsauftrag konkretisierten Themenbereiche und Fragestellungen.

Prüfungsauftrag

1. Allgemeines

Satzung der TIWAG
Gegenstände des Unternehmens sind nach der Satzung der TIWAG u.a. folgende:

1. Planung, Bau und Betrieb energiewirtschaftlicher, insbesondere elektrizitätswirtschaftlicher Anlagen, von Anlagen zur Erzeugung und Verteilung von Wärme und die damit zusammenhängenden Aufgaben, wie der Handel mit Energie und Energiederivaten, insbesondere von Strom und Bündelprodukten entweder im eigenen Namen für eigene Rechnung oder als Dienstleistung für Dritte;

[...]

7. Planung, Bau und Betrieb von Anlagen zur Nutzung von Wasser, die Beteiligung an derartigen Unternehmungen sowie alle damit im Zusammenhang stehenden Aktivitäten;

[...]

Die Stromerzeugung durch die TIWAG erfolgt im Wesentlichen aus Wasserkraftwerken. Dieser Bereich zählt neben dem Stromhandel und dem Stromabsatz zu ihren wesentlichen Geschäftsfeldern.

**Ad Fragen 18 und 19 im Prüfauftrag**

Zwei Fragestellungen des Prüfungsauftrags bezogen sich auf die Satzung der TIWAG im Zusammenhang mit der im Prüfungsauftrag behaupteten Verwendung von TIWAG-Mitteln für eine Bürgermeister-Kampagne und für eine Kampagne gegen eine Bürgerinitiative bzw. konkurrierend wahlwerbende Gemeinderatslisten. Die Satzung der TIWAG sieht keine Regelungen in Bezug auf die konkreten Fragestellungen vor.

Da die Fragestellungen des Prüfungsauftrages auch mit den Kraftwerksplänen der TIWAG in Beziehung stehen, wird im Folgenden ein Überblick über die bestehenden und geplanten Kraftwerke der TIWAG gegeben.

**1.1. Bestehende Wasserkraftwerke**

<table>
<thead>
<tr>
<th>bestehende Kraftwerke</th>
<th>Die TIWAG verfügt zum Prüfungszeitpunkt über neun große(^3) sowie rd. 40 kleine Kraftwerke. Darüber hinaus verfügt der TIWAG-Konzern über viele Umspannwerke, Umspann- und Verteilerstationen sowie ein großes Leitungsnetz.</th>
</tr>
</thead>
</table>

\(^3\) Als große Kraftwerke gelten solche mit einer Leistung von mehr als 10 MW.
Zu den großen Erzeugungsanlagen der TIWAG zählten:

- Kraftwerksgruppe Sellrain-Silz mit den Kraftwerken Kühtai und Silz sowie den Speichern Finstertal und Längental (Höchstleistung 781 MW, Regeljahreserzeugung 718,6 GWh),
- Kraftwerk Kaunertal mit dem Speicher Gepatsch (392 MW, 661 GWh),
- Achenseekraftwerk mit dem Speicher Achensee (79 MW, 213,5 GWh),
- Kraftwerk Imst (81,5 MW, 500 GWh),
- Kraftwerk Amlach (60 MW, 219 GWh),
- Kraftwerk Langkampfen (31,5 MW, 168,6 GWh),
- Kraftwerk Kirchbichl (24 MW, 141,1 GWh),
- Kraftwerk Kalserbach (11,7 MW, 61,4 GWh).


Kraftwerksleistung


Stromverbrauch in Tirol


⁴ Rd. 70 % des gesamten Endenergieverbrauchs wird durch die fossilen Energieträger Erdöl, Erdgas und Kohle gedeckt. Seit dem Jahr 2000 hat die Nachfrage nach den erneuerbaren Energieträgern Biomasse/Holz und Solar stark zugenommen (Quellen: Statistik Austria, Energiebilanzen; Tiroler Energiestrategie 2020).
1.2. Energiestrategien

veränderte Rahmenbedingungen


politische Zielsetzungen


Energiestrategie

Im Kontext zu den EU-Vorgaben verfolgt die Energiepolitik Österreichs und des Landes Tirol im Wesentlichen folgende Strategien:

- Steigerung der Energieeffizienz und Energiesparen,
- Ausbau erneuerbarer Energien u.a. durch Wasserkraft und
- langfristige Sicherstellung der Energieversorgung.

Dadurch sollen die ambitionierten Klimaschutzzielvorgaben erreicht und die Abhängigkeit von Energieimporten vermindert werden.

Optionenbericht


5 Das Klima- und Energiepaket der EU sieht etwa eine Steigerung des Anteils der erneuerbaren Energieträger bis zum Jahr 2020 (von derzeit 23,3 %) auf 34 % am Bruttoendenergieverbrauch vor.
6 mit Beschluss vom 3.7.2003 vom Tiroler Landtag zur Kenntnis genommen.
7 am 9.10.2007 von der Tiroler Landesregierung beschlossen.
Allgemeines

Stellungnahme der Regierung

Was die Anmerkung des Landesrechungshofes zum Optionenbericht betrifft, so bedarf die Formulierung über die Strategie „vorhandene Kraftwerke durch Zu- und Erweiterungsbauten ausbauen zu wollen“ insofern einer Klarstellung, als neun der 16 Optionen im Optionenbericht als Neubauten und nur sieben als Ausbauten vorhandener Kraftwerke bezeichnet wurden.

Synthesebericht


Darauf aufbauend legte die TIWAG im Jahre 2006 dem Land Tirol einen Fortschrittbericht vor, den die Tiroler Landesregierung am 27.6.2006 und der Tiroler Landtag am 6.7.2006 zur Kenntnis genommen haben. In weiterer Folge wurde die TIWAG ersucht, zu den Projekten

1. Ausbau des Kraftwerkes Kaunertal
2. Ausbau der Kraftwerksgruppe Sellrain-Silz
3. Neubau eines Speicherkraftwerkes Malfontal und
4. Neubau eines Speicherkraftwerkes Matrei i.O.

Planungen durchzuführen. Die TIWAG sollte für die erforderlichen UVP-Verfahren geeignete Einreichunterlagen erstellen und alle zur Realisierung erforderlichen Maßnahmen setzen. Das letztgenannte Projekt wurde schließlich geändert und ein Alternativprojekt (Ausleitungs Kraftwerk am Tauernbach) ausgearbeitet.

Kriterienkatalog

1.3. Kraftwerksprojekte - Ausbau der Wasserkraft

Masterplan

Entsprechend dem Auftrag des Landes Tirol im Jahr 2006 hat die TIWAG einen Masterplan für künftige Kraftwerksprojekte erstellt und diesen der Öffentlichkeit präsentiert. Dieser Plan enthielt neben den bereits erwähnten großen Kraftwerken auch kleinere Projekte. Bis zum Prüfungszeitpunkt wurden nachfolgende Projekte vom Aufsichtsrat beschlossen, wobei die Darstellung - bezogen auf das Prüfungsthema - auch die direkt betroffenen (Kriterium: oberirdische Bauteile) und die am Rande betroffenen (Kriterium: unterirdische Bauteile bzw. Restwasser) Gemeinden\(^8\) enthält:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Projekte</th>
<th>Ausbauleistung</th>
<th>Regel- erzeugung pro Jahr</th>
<th>Direkt betroffene Gemeinden</th>
<th>Am Rande betroffene Gemeinden</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Ausbau Kraftwerksgruppe Sellrain-Silz (Speicherkraftwerk Kühtai 2)</td>
<td>130 MW</td>
<td>216 GWh</td>
<td>Silz, Längenfeld, Neustift</td>
<td>Fulpmes, Umhausen, Ötz, Sautens, Haiming, Roppen, Mötz</td>
</tr>
<tr>
<td>Ausbau Kraftwerk Kaunertal</td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Speichervariante Taschach</td>
<td>220 MW</td>
<td>627 GWh</td>
<td>Sölden, St. Leonhard i.P., Kaunertal, Prutz</td>
<td>Faggen, Längenfeld, Umhausen, Ötz, Sautens, Haiming, Roppen, Mötz</td>
</tr>
<tr>
<td>Speichervariante Fernergrieß</td>
<td>200 MW</td>
<td>643 GWh</td>
<td>Sölden, Kaunertal, Prutz</td>
<td>St. Leonhard i.P., Faggen, Längenfeld, Umhausen, Ötz, Sautens, Haiming, Roppen, Mötz</td>
</tr>
</tbody>
</table>

\(^8\) diese Gemeinden werden im gegenständlichen Bericht als Projektsgemeinden bezeichnet. Im Gegensatz dazu sind Kraftwerksgemeinden solche, in denen bereits Kraftwerke betrieben werden.


<table>
<thead>
<tr>
<th>Projekte</th>
<th>Ausbauleistung</th>
<th>Regel-erzeugung pro Jahr</th>
<th>Direkt betroffene Gemeinden</th>
<th>Am Rande betroffene Gemeinden</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Speichervariante Platzertal *</td>
<td>400 MW</td>
<td>601 GWh</td>
<td>Sölden, Kaunertal, Pfunds, Prutz</td>
<td>St. Leonhard i.P., Faggen, Tösens, Längenfeld, Umhausen, Ötzt, Sautens, Haiming, Roppen, Mötz</td>
</tr>
<tr>
<td>Neubau Speicherkraftwerk Malfon</td>
<td>65 MW</td>
<td>52 GWh</td>
<td>Pettneu a.A., Kappl</td>
<td>See, Tobadill</td>
</tr>
<tr>
<td>Neubau Kraftwerk Tauernbach-Matrei i.O.</td>
<td>62 MW</td>
<td>135 GWh</td>
<td>Matrei i.O.</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Neubau Druckschacht und Wasserschloss KW Kaunertal</td>
<td></td>
<td></td>
<td>Fendels, Prutz</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Neubau Kraftwerk Bruckhäusl</td>
<td>3 MW</td>
<td>15 GWh</td>
<td>Itter, Wörgl</td>
<td>Kirchbichl</td>
</tr>
<tr>
<td>Neubau Kraftwerk Finsing-Einstufenlösung</td>
<td>4,6 MW</td>
<td>21,5 GWh</td>
<td>Fügenberg, Uderns</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

* Das Einreichoperat besteht aus 38 Ordnern mit rd. 10.800 Seiten und 53 Plänen.

**Beteiligungen an Projekten**

Neben diesen eigenen Wasserkraftprojekten ist die TIWAG auch an weiteren Projekten, so etwa am grenzüberschreitenden Kraftwerksvorhaben Gemeinschaftskraftwerk Inn - GKI mit 36 %\(^{10}\) oder am Regionalkraftwerk Inn Kundl/Breitenbach - RKI mit 51 %\(^ {11}\) beteiligt. Die Finanzierung dieser Projekte erfolgt über Baukostenzuschüsse der Projektpartner.

**Erhöhung der Eigenstromversorgung**

Mit den Projekten der TIWAG sollte die Eigenstromversorgung aus Wasserkraft erhöht und damit der Endenergieverbrauch um weitere rd. 1.100 GWh abgedeckt werden können.

### 1.4. Organe der TIWAG

**Aufsichtsrat**

Der LRH nahm Einsicht in die Protokolle der im Prüfungszeitraum durchgeführten Aufsichtsratssitzungen der TIWAG. Er stellte fest, dass der Aufsichtsrat in zwölf Sitzungen den Wasserkraftausbau in Tirol thematisiert hat und er von den beiden Vorständen über den jeweiligen Stand der einzelnen Verfahren informiert wurde.

In diesen Sitzungen standen u.a. Fragen zu den Kraftwerksprojekten, wie UVP-Verfahren GKI und Sellrain-Silz (Kühtai 2), CBL-Thematik, Restwassermengen, Einreichung KW Bruckhäusl und KW Finsing, sowie bestimmten Themen, wie rechtliche und politische Rahmenbedingungen, Talverträge, Ausgleichsmaßnahmen, regionale Zukunftspakete und Kriterienkatalog, zur Diskussion.

Aus den vorgelegten Protokollen ergaben sich keine Hinweise auf Agenturleistungen und Einschaltungen iVm den Gemeinderats-

\(^{10}\) Weitere Projektpartner sind die Verbund AG (50 %) und die Engadiner Kraftwerke AG (14 %). Leistung 86,9 MW; Jahreserzeugung 417 GWh.

\(^{11}\) Weitere Projektpartner sind die Energie West (40 %) und die E-Werke Reutte (9 %). Leistung 20 - 25 MW; Jahreserzeugung 130 GWh.

Ad Fragen 3, 4, 6, 14 und 15 im Prüfungsauftrag


Der Aufsichtsratsvorsitzende betonte weiters, dass er sich in seiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender weitestgehend aus den operativen Agenden der TIWAG heraushalte. Dies habe auch für den Bereich des Sponsoringes gegolten - lediglich die „großen“ Sponsorfälle (d.h. Fussball, Eishockey) seien zwischen dem Vorstand und ihm abgesprochen worden. Er sehe im Sponsoring von verschiedenen Veranstaltungen grundsätzlich eine Imagewerbung für die TIWAG vor Ort.

Hauptversammlung

Die o. Hauptversammlungen der TIWAG fanden einmal jährlich statt. Der Alleinaktionär Land Tirol war dabei durchwegs durch den jeweiligen Landeshauptmann vertreten.


In einer a.o. Hauptversammlung am 8.5.2009 hat diese die Genehmigung über eine Teilnahme der TIWAG an der befristeten Schwerpunktaaktion des Landes Tirol zur thermischen Gebäudesanierung durch Förderung der Sanierung der Haustechnik („Energieeffizienzbonus“) beschlossen.
Aus den Protokollen der Hauptversammlungen ergaben sich ebenfalls keine Hinweise iVm den Gemeinderatswahlen 2010.

Ad Fragen 2, 4, 13 und 15 im Prüfungsauftrag


1.5. Prüfungsvolumen

Allgemeines


Damit ergibt sich folgendes „finanzielles“ Prüfungsvolumen (Beträge in €):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Prüfungsvolumen</th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Beratungsaufwand (Beratung, Honorare, Kursgebühren)</td>
<td>8.126.998</td>
<td>11.512.346</td>
<td>3.311.210</td>
</tr>
<tr>
<td>Inserate und Werbeaufwendungen</td>
<td>8.008.584</td>
<td>7.466.383</td>
<td>3.440.954</td>
</tr>
<tr>
<td>andere Konten</td>
<td>232.220</td>
<td>256.077</td>
<td>263.496</td>
</tr>
</tbody>
</table>

In diesem Zusammenhang weist der LRH daraufhin, dass „Aufwendungen“ entsprechend der Buchführung einer Gesellschaft nicht identisch sind mit dem Begriff „Ausgaben“, der im Prüfungsauftrag verwendet wird. Dies hat zur Folge, dass sich der vorliegende
Beratungsaufwand

Bericht, der sich am Rechnungswesen der TIWAG orientiert, grundsätzlich auf „Aufwendungen“ (d.h. periodisierte Ausgaben) bezieht und daher in diesen Positionen insbesondere auch Rückstellungen enthalten sind.

Gliederung LRH

Um einen Überblick über die Verwendung dieser Mittel zu geben, hat der LRH zunächst folgende Strukturierung vorgenommen:

- Aufwand für externe Beratungsleistungen
- Aufwand für Öffentlichkeitsarbeit

2. Beratungsaufwand

Der LRH hat die externen Beratungsleistungen nach inhaltlichen Kriterien in fünf Bereiche zusammengefasst ( Beträge in €):

- Beratungen für technische Leistungen (einschließlich Datenverarbeitung)
- Rechtsberatungen
- Beratungen in Zusammenhang mit CBL
- Beratungen für Managementthemen
- Beratungen für Öffentlichkeitsarbeit

<table>
<thead>
<tr>
<th>Beratungsleistungen 2008 - 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2008</td>
</tr>
<tr>
<td>--------</td>
</tr>
<tr>
<td>Beratungen für technische Leistungen</td>
</tr>
<tr>
<td>Rechtsberatung (plus Rechnungswesen)</td>
</tr>
<tr>
<td>CBL</td>
</tr>
<tr>
<td>Beratungen für Managementthemen</td>
</tr>
<tr>
<td>Beratungen für Öffentlichkeitsarbeit</td>
</tr>
<tr>
<td>Sonstige Aufwendungen</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Summe</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

*die Differenz zum „Beratungsaufwand“ in der vorigen Tabelle resultiert aus der Berücksichtigung der auf anderen Konten verbuchten Aufwendungen
Beratungsaufwand

Beratungen für technische Leistungen

Rechts- und Wirtschaftsberatung
In dieser Position sind Aufwendungen für Leistungen von Rechtsanwälten und Notaren sowie für Beratungsleistungen betreffend das betriebliche Rechnungswesen und Versicherungsangelegenheiten zusammengefasst (Beträge in €):

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
<th>2008-2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Rechtsberatung</td>
<td>2.372.276</td>
<td>3.000.589</td>
<td>755.107</td>
<td>6.127.972</td>
</tr>
<tr>
<td>Wirtschaftsberatung</td>
<td>258.754</td>
<td>594.779</td>
<td>146.929</td>
<td>1.000.462</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe</td>
<td>2.631.030</td>
<td>3.595.368</td>
<td>902.036</td>
<td>7.128.434</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Die Wirtschaftsberatungen betreffen neben allgemeinen Beratungsleistungen insbesondere Aufträge für spezielle Bewertungsthemen sowie das interne Kontrollsystem.
Empfehlung an die TIWAG

Im Hinblick auf diesen hohen Beratungsaufwand empfiehlt der LRH generell den Aufbau von unternehmensinternem Know-How zu forcieren und in Folge externe Beratungsleistungen - neben den gesetzlich vorgeschriebenen Vertretungsfällen - auf Spezialfragen zu beschränken.

Stellungnahme der TIWAG


In diesem Zusammenhang ist auf die hochentwickelte Komplexität, Differenzierung und „Europäisierung“ unseres Rechts- und Wirtschaftssystems Bedacht zu nehmen. Somit können anspruchsvolle wirtschaftsrechtliche Angelegenheiten (wie zuletzt z.B. die vorzeitige Auflösung eines Stromtauschvertrages mit der EnBW), aber auch technische Projekte (wie z.B. größere Wasserkraftplanungen) sowie die Vorbereitung und Führung von UVP-Verfahren nur unter Verwendung hochqualifizierter und z.T. extrem spezialisierter externer Dienstleister erfolgversprechend abgewickelt werden.

Nach den Grundregeln der Betriebswirtschaftslehre setzt die (beabsichtigte) Erzielung betrieblicher Erträge den (vorgelagerten) Einsatz betrieblicher Aufwendungen (Sachaufwendungen, Personalaufwendungen, Finanzaufwendungen) voraus. Im stellungnahme-gegenständlichen Zusammenhang geht es also (lediglich) um die Frage, in welchem Umfang die notwendigen betrieblichen Aktivitäten auf einerseits Eigenleistungen (des unternehmenseigenen Personals) und andererseits Fremdleistungen (externer Dienstleister) zweckmäßig erweise aufzuteilen sind. Die schon erwähnte hohe Spezialisierung, Arbeitsteilung und Flexibilisierung sowie die rasch wechselnden Rahmenbedingungen haben bewirkt, dass der Fremdleistungsanteil tendenziell ansteigt und gerade überdurchschnittlich erfolgreiche, innovative Unternehmen zumeist den vergleichsweise höchsten
Fremdleistungsanteil aufweisen.

Gemäß § 70 Abs. 1 AktG hat der Vorstand u.a. die Gesellschaft so zu leiten, wie es das Wohl des Unternehmens erfordert; das heißt, Chancen zu nutzen und Gefahren bestmöglich abzuwenden. Wir sind überzeugt, dass der nachhaltige, überdurchschnittliche Unternehmenserfolg der TIWAG (im Geschäftsjahr 2010 wurde ein EGT von Euro 103 Millionen erwirtschaftet) die Richtigkeit unserer Vorgehensweise bestätigt.


Managementaufträge

<table>
<thead>
<tr>
<th>Inhalt der Aufträge</th>
<th>Anzahl der externen Beratungsunternehmen</th>
<th>Aufwendungen 2008-2010 in €</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Unternehmensstrategie</td>
<td>2</td>
<td>475.507</td>
</tr>
<tr>
<td>Organisationsentwicklung</td>
<td>5</td>
<td>1.498.607</td>
</tr>
<tr>
<td>Personalmanagement</td>
<td>6</td>
<td>1.429.891</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe</td>
<td></td>
<td>3.404.005</td>
</tr>
</tbody>
</table>
Die Beratungsaufträge zur Unternehmensstrategie betrafen Themenstellungen zur unternehmenskulturellen Weiterentwicklung sowie die Überarbeitung der Unternehmensstrategie.

Im Bereich der Organisationsentwicklung waren die umfangreichsten Projekte die Neuorganisation des Rechnungswesens sowie die Optimierung von Arbeitsabläufen.

Das zentrale Projekt im Personalmanagement (mit intensivem Bezug zur Unternehmenskultur) ist das Projekt KOMMIT, mit dem zwei Beratungsunternehmen in Kooperation beauftragt sind. Ein weiteres Projekt betrifft das Entgeltsystem (Stellenbeschreibung, Funktionsbewertung), zwei Beratungsunternehmen sind als Headhunter beauftragt, ein Berater ist regelmäßig mit der Durchführung von speziellen Schulungen beauftragt.


Anregung

Im Sinne einer erhöhten Transparenz und Rechtssicherheit regt der LRH an, für Leistungen von externen Unternehmen, die über die ursprüngliche Beauftragung hinausgehen, schriftliche Vereinbarungen zu treffen.

Stellungnahme der TIWAG

Die TIWAG wird die Anregung des Rechnungshofes umsetzen.

Beratungen für Öffentlichkeitsarbeit

Die Beratungsleistungen für die Öffentlichkeitsarbeit sind unter Punkt 4 ausführlich dargestellt.

sonstige Aufwendungen

In der Position „Beratungsaufwand“ sind auch Aufwendungen für spezielle Kurse und Ausbildungen für die Mitarbeiter der TIWAG sowie diverse Gebühren, die allerdings nicht mit Beratungsleistungen in Zusammenhang stehen, verbucht.
3. Agentur Hofherr communikation


Die der Sonderprüfung beigefügten (der erwähnten Internetseite entnommenen) Dokumente bezogen sich durchwegs auf die Agentur Hofherr communikation und die Gemeinde Kaunertal. Da sich die gegenständlichen Fragestellungen aber auch auf weitere, im Prüfauftrag allerdings nicht erwähnte Gemeinden erstreckten, sah sich der LRH veranlasst, für den Prüfungszeitraum alle Rechnungen dieser Agentur, die dazugehörigen Leistungsunterlagen (Stundenaufzeichnungen, Dokumente, Unterlagen usw.) sowie den gesamten zwischen TIWAG und der Agentur geführten Schriftverkehr einzufordern.

3.1. Auftrag


Auftragsgegenstand Vertragsgemäß waren folgende Leistungen zu erbringen:

- Beratung in der Weiterentwicklung eines gesamthaften und langfristigen Kommunikationskonzeptes (unter der Leitung des Abteilungsleiters Marketing/Communication, gemeinsam mit dem Berater für Öffentlichkeitsarbeit und der PR-Agentur),
- Beratung im Vermeiden/Erkennen und Lösen von Konflikten,
• Beratung in der zielgruppenspezifischen Information, Kommunikation und Beratung sowie
• Moderation von größeren Informationsveranstaltungen.

Ausdrücklich wurde festgehalten, dass Medieneinschaltungen nicht Teil dieses Auftrages waren.


Leistungsumfang


Sämtliche mit diesem Auftrag zusammenhängende Aktivitäten, Leistungen und Änderungen waren mit dem Auftraggeber zeitgerecht abzusprechen und einvernehmlich festzulegen.

ergänzende Vorgaben

Sehr wohl aber gab es seitens der TIWAG ergänzende Vorgaben in Form von Arbeitsaufträgen. Diese betrafen zwar nicht unmittelbar die Kommunikation der Kraftwerksprojekte, wurden aber unterstüztend für die kommunikativen Ziele der TIWAG (Zustimmung zu Kraftwerken, positives Meinungsklima) und übergeordneten Unternehmenszielen (effizienter Energieeinsatz, Meinungsbildung zur CO₂-Problematik) als notwendig erachtet.

Die Aufträge für die konzeptive Arbeit und die Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen erfolgten in der Art, dass die einzelnen Aufgaben in Besprechungen aller Beteiligten den Organisationseinheiten der TIWAG und den beauftragten Drittleistern zugeteilt wurden. Hierüber wurden keine Protokolle geführt.

Zurücklegung des Auftrags


Der LRH stellte fest, dass eine schriftliche Kündigung der Zusammenarbeit mit der Agentur Hofherr communikation bis zum Prüfungszeitpunkt ebenso wenig erfolgt war wie eine schriftliche Auftragserweiterung an die andere Agentur. Die notwendigen Ablauf- und Organisationsänderungen wurden mündlich angeordnet.

3.2. Leistungsabrechnungen

Die Agentur Hofherr communikation hat ihre Beratungsleistungen monatlich und die übrigen Leistungen im Anlassfall in Rechnung gestellt. Im Prüfungszeitraum fielen für die beauftragte Agentur Aufwendungen im folgenden Ausmaß an (Betrag in €):

12 Den Datendiebstahl hat die Agentur Hofherr communikation aus internen Überlegungen nicht zur Anzeige gebracht.
Beratungsleistungen - Agentur Hofherr communication

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
<th>2008-2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Beratungsleistungen</td>
<td>*324.753</td>
<td>**252.541</td>
<td>72.099</td>
<td>649.394</td>
</tr>
<tr>
<td>Coaching</td>
<td>34.400</td>
<td>**32.250</td>
<td>0</td>
<td>66.650</td>
</tr>
<tr>
<td>Drittkosten</td>
<td>8.311</td>
<td>5.144</td>
<td>667</td>
<td>14.122</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe</td>
<td>367.464</td>
<td>289.935</td>
<td>72.766</td>
<td>730.165</td>
</tr>
</tbody>
</table>

* einschl. Rückstellung in Höhe von insgesamt € 71.275,--.
** einschl. Rückstellung in Höhe von insgesamt € 23.000,--.


Diesen Honorarzahlungen lag der tatsächliche Arbeitsaufwand zu Grunde, wobei ein Teil davon (insbesondere die „Gesamtkoordination - laufende Betreuung“, teilweise aber auch sonstige Leistungsbereiche) mit der erwähnten Monatspauschale von € 7.000,-- abgegolten war.


Der LRH stellte fest, dass das im Jahr 2005 vereinbarte Mengenkontrakt (18 Einheiten, 2.000 zusätzliche Stunden) weit überschritten wurde. Allein die im Prüfungszeitraum erbrachten Leistungen lagen mit 30 Einheiten (= 1.785 Stunden) und 3.253 zusätzlichen Stunden deutlich über dem vereinbarten Leistungsumfang.

Anregung

Da zum Prüfungszeitpunkt - wie erwähnt - das Vertragsverhältnis mit der Agentur Hofherr kommunikation unterbrochen war und der schriftlich vereinbarte Leistungsumfang deutlich überschritten wurde, regt der LRH an, vor Wiederaufnahme dieser Geschäftsbeziehungen die gegenständlichen Leistungen (unter Einbeziehung der eigenen Kapazitäten) neu zu definieren und auszuschreiben.

Stellungnahme der TIWAG

Die TIWAG wird der Anregung des LRH Rechnung tragen.

Coaching


Vereinbarung


Der LRH stellte in diesem Zusammenhang fest, dass neben diesen erwähnten Leistungen auch in den monatlichen Abrechnungen der Agentur Hofherr kommunikation diesbezügliche Leistungen enthalten waren. Die Agentur hat für die erwähnten 16 Termine insgesamt 130 Stunden (Teilnahme, Vorbereitung) für die Leistung „Coaching“ aufgezeichnet. Diese Leistungen wurden durchwegs vom geschäftsführenden Gesellschafter der Agentur erbracht.

Drittkosten

In der Position „Drittkosten“ waren insbesondere Leistungen erfasst, welche die Agentur Hofherr kommunikation im Auftrag der TIWAG erbracht. Darin waren etwa die Kosten für ein am 13.8.2008 in Wien durchgeführtes Medientraining (€ 3.481,--), für Beratungstätigkeiten (Lobbying) eines in Grafenwörth ansässigen Beratungsunternehmens (Honorare insgesamt € 8.667,--), Übernachtungs- und Reisekosten € 861,--), für zwei Pressekonferenzen der TIWAG (€ 1.160,--) und für die Nächtigung von Medienvertretern anlässlich
weitere Beratungsleistungen


Reisekosten


Der LRH hat festgestellt, dass die Rechnungen der Agentur Hofherr communikation großteils vom Leiter der Abteilung Marketing/Communication und in Einzelfällen vom Vorstandsvorsitzenden gegengezeichnet wurden. Diese hatten damit die in Rechnung gestellten Leistungen als erbracht bestätigt („inhaltlich und fachlich geprüft und in Ordnung befunden“).
3.3. Leistungsnachweise


3.3.1 Stundenaufzeichnungen

Stundenaufzeichnungen

Die erbrachten Beratungsleistungen sind detailliert und nach Leistungsbereichen gegliedert aufgezeichnet. Die Beratungsleistungen im Gesamtausmaß von 5.038 Stunden verteilen sich im Prüfungszeitraum demnach auf folgende Bereiche:

Leistungsbereiche

![Diagramm der Leistungsbereiche]

Gesamtkoordination - lfd. 
- Betreuung 1.033 Stunden 20,5 %
- Lobbying 324 Stunden 6,4 %
- Medienarbeit allgemein 599 Stunden 11,9 %
- Kraftwerksprojekte 2.722 Stunden 54,0 %
- Sonstiges 369 Stunden 7,1 %
Kraftwerksprojekte

Etwas mehr als die Hälfte dieser Beratungsleistungen betraf die neuen Kraftwerksprojekte, wobei rd. 80 % davon den beiden größten Projekten Kaunertal (1.205,5 Stunden) und Sellrain-Silz (938,5 Stunden) zuordenbar war.

Gesamtkoordination

Ein sehr großer Anteil der erbrachten Beratungsleistungen bezog sich auf den Leistungsbereich „Gesamtkoordination - laufende Betreuung“. Dazu zählte vor allem die Betreuung des Vorstands (z.B. Unterstützung bei den Coachings) und der Projektsleiter in allen Fragen der Projektkommunikation sowie der laufende Kontakt zu den Medien und Medienvertretern.

Lobbying


Sonstiges

Unter „Sonstiges“ waren Leistungen zusammengefasst, die vereinzelt und über einen kurzen Zeitraum erbracht wurden. So waren für die Leistung „Konzeption OEE“ (= Offensive Energie Effizienz) insgesamt 218,75 Stunden und für die Leistung „Kriterienkatalog“ insgesamt 74,5 Stunden ausgewiesen.

Arten der Tätigkeiten

Die von der Agentur Hofherr kommunikation erbrachten Beratungsleistungen umfassten verschiedene Tätigkeiten. Dabei handelte es sich im Wesentlichen um

- Beratung des Auftraggebers in allen Fragen der Projektkommunikation,
- Aufbau und Pflege von Kontakten,
- Dialog und Begegnung mit ausgewählten Bezugsgruppen,
- Entwicklung von Kommunikations- und Marketingstrategien,
- Umsetzung von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen,
- Entwicklung von Marketing- und PR-Konzepten für das Unternehmen TIWAG und
- Erstellung von Unterlagen, Newslettern, Presseaussendungen, PR-Seiten.

**Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen**


**strategische Konzepte**


### 3.3.2 Schriftliche Aufzeichnungen


Analog den Stundenaufzeichnungen bezogen sich die meisten schriftlichen Dokumente auf die beiden größten Kraftwerksprojekte. Als Dokumente wurden Strategiepapiere, Medien- und Bürgerinformationen, Maßnahmenpläne und Argumentarien vorgelegt.

**Dokumente Coaching**

Neben diesen Dokumenten erhielt der LRH eine umfangreiche Dokumentensammlung der Agentur Hofherr kommunikation betreffend die Vorbereitung und inhaltliche Ausrichtung der einzelnen Coachingtermine. Zusammenfassend wurde bei allen
Coachingterminen die aktuelle Themenlage für die Elektrizitätswirtschaft, das Unternehmen TIWAG und die einzelnen Kraftwerksprojekte analysiert, die Chancen und Risiken bewertet und daraus Handlungsoptionen abgeleitet.


Außerdem erhielt der LRH unzählige Schriftstücke (E-Mail-Schriftverkehr, Aktenvermerke, Besprechungsvermerke, Presseartikel), die iVm den TIWAG-Kraftwerksprojekten und der Agentur Hofherr communication angefertigt wurden. Diese Schriftstücke haben der Vorstand, der Leiter der Abteilung Marketing/Communication und die jeweiligen Projektverantwortlichen - gesammelt in acht Ordern - zusammengestellt.

3.4. Einzelne Leistungen

Tourismuskonzept Kühtai

Im Zuge der Planung und Realisierung des Kraftwerksprojekts Sellrain/Silz (Kühtai 2) hat die TIWAG großen Wert auf die Einbindung der regionalen Entscheidungsträger und besonders der Tourismusverantwortlichen gelegt. Aus diesem Grund hat das geprüfte Unternehmen die Erarbeitung eines Konzeptes für die kommunikative Unterstützung des Tourismus im Kühtai mitgetragen. Die TIWAG hat die Agentur Hofherr communicaton mit der Federführung der Konzeptentwicklung beauftragt.


Sonderprojekt Kaunertal


dem „Sonderprojekt“ Platzertal als möglichen Speicherstandort mehrere Unterlagen, wie Aktenvermerke über die Einschätzung und Vorgangsweisen, einen Maßnahmenplan, Newsletter und Medieninformationen, zur Verfügung gestellt.


Strategieplanung nach den Gemeinderatswahlen’ oder ‘laufende Informationseinholung zum Gemeinderatswahlkampf’. Diese Leistungen bezogen sich auf mehrere, großteils jedoch auf die Kaunertaler Kraftwerksprojekte (Ausbau, Druckschacht).

Der LRH hat zu einzelnen konkreten Eintragungen die entsprechenden Informationen und - sofern vorhanden - Dokumente erhalten. Aufgrund der erwähnten knappen und teils mehrdeutigen Formulierungen haben einzelne Eintragungen offensichtlich zu entsprechenden Mutmaßungen geführt. Für den LRH ergaben sich jedoch keine konkreten Beweise, dass die Agentur Hofherr communicaton diese Leistungen für einzelne wahlwerbende Gemeinderatslisten erbracht und der TIWAG in Rechnung gestellt hat.


Grundsätzlich sind die von der Agentur Hofherr communation erstellten Papiere - entsprechend der Beauftragung durch die TIWAG - im Sinne einer „Pro TIWAG Kraftwerksprojekte“ Strategie konzipiert. Sie beinhalten u.a. Informationen über die Projektdaten und den Stand der Projektsplanung ebenso wie Argumentationslinien einschließlich von Hinweisen für den Umgang mit kritischen Fragestellungen. Da für die TIWAG die politischen Entscheidungs träger in den Gemeinden wichtige Ansprechpartner sind, „erhalten“ sie bereits auf diesem Weg die wesentlich von der Agentur Hofherr communation erarbeiteten Informationsinstrumente und können diese in Folge auch im Sinne eigener Interessen „weiterverwenden“. In welchem Umfang dies tatsächlich der Fall war, konnte vom LRH aber nicht überprüft werden.
Dem LRH erschien in Bezug auf die Gemeinderatswahl 2010 die Frage, ob die Agentur Hofherr communikation im Zeitraum Jänner bis März 2010 mehr Leistungen als in den beiden Vorjahren erbracht und verrechnet hat, von Interesse. Nachfolgende Darstellung zeigt das Ausmaß (in Stunden) der im erwähnten Zeitraum erbrachten Leistungen der Agentur Hofherr communikation:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Leistungen Jänner - März</th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Jänner</td>
<td>138,25</td>
<td>246,00</td>
<td>140,00</td>
</tr>
<tr>
<td>Februar</td>
<td>214,00</td>
<td>218,50</td>
<td>192,50</td>
</tr>
<tr>
<td>März</td>
<td>207,00</td>
<td>231,50</td>
<td>216,75</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe</td>
<td>559,25</td>
<td>696,00</td>
<td>549,25</td>
</tr>
</tbody>
</table>


Beim Dokument, das auf das „Timing und die Abstimmung mit den Beteiligten“ Bezug nahm, handle es sich um ein Strategiepapier, das sich auf die Bekanntgabe des Speicherstandortes bezogen habe.


Die weiteren Auszüge aus den Dokumenten würden sich auf die Gemeinderatswahl in der Gemeinde Kaunertal beziehen. Es gebe keinen Bezug zur TIWAG und deshalb auch nicht zu diesen Dokumenten. Eine Stellungnahme dazu sei daher nicht möglich.

Leistungen für wahlwerbende Gemeinderatslisten

Der LRH kann und darf seine Feststellungen und Schlussfolgerungen nur anhand der ihm zur Verfügung gestellten Unterlagen treffen. Er kann sich dabei auch nur auf Fakten stützen und darf keine Mutmaßungen anstellen.


Der LRH weist allerdings auch darauf hin, dass die Ergebnisse von Besprechungen nur zum Teil als Dokumente beim Auftraggeber und/oder Auftragnehmer abgelegt waren. Überdies konnten einzelne Dokumente infolge des behaupteten Datendiebstahl bei der Agentur Hofherr communikation nicht vorgelegt werden. Über die diesbezüglichen Leistungen konnte der LRH daher keine Feststellungen treffen.

von Informationsleistungen umfassen. In Diskussion steht auch ein Verhaltenskodex betreffend die Beziehung zwischen Entscheidungsträger und Lobbyisten.

4. Öffentlichkeitsarbeit

Als Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit hat der LRH folgende Bereiche, die inhaltlich allerdings nicht durchgängig abzugrenzen sind, zusammenfasst:

- Sponsorleistungen
- Leistungen von externen Beratungsunternehmen
- Einschaltungen in Medien
- Durchführung von Veranstaltungen und Leistungen von Agenturen

4.1. Allgemeines


„Strategiepapier“

Zusammengefasst sieht sich die TIWAG mit dem Paradoxen konfrontiert, dass einer grundsätzlichen Einschränkung im zielgerichteten Einsatz von Marketing- und PR-Instrumenten (inklusive Sponsoring) eine beträchtliche Erwartungshaltung des Eigentümers, der Bedarfsträger und Vereine sowie der Bevölkerung gegenüber stehe. Dabei werde die zuletzt genannte Erwartungshaltung der Bevölkerung allerdings durch die - generell verstandene - Forderung nach einem sparsamen Mitteleinsatz der TIWAG überlagert.

Der Alleinaktionär Land Tirol erwarte die Förderung gesellschaftspolitisch wichtiger Großinitiativen und -projekte in den Bereichen

- Sport - z.B. FC Wacker Innsbruck, HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck
- Kultur - z.B. Festwochen der alten Musik
- Gesellschaft - z.B. Tiroler Landesfeuerwehrverband
- Soziales - z.B. Netzwerk Tirol

sowie das Durchdringen des gesamten Landes Tirol durch Förderung auch von Klein- und Kleinstinitiativen.

Die Förderungs werber erwarten eine Anerkennung der Wichtigkeit ihres jeweiligen Ansuchen und sehen die Förderung „anderer“ Initiativen nicht selten kritisch. Mangels alternativer Sponsoren verbleibe die TIWAG zudem häufig als „automatischer“ Ansprechpartner.

Seit einigen Jahren sei die Kommunikationspolitik der TIWAG zudem von zwei „neuen“ Zielsetzungen geprägt:

- Werbung um die Zustimmung der Bevölkerung zur Errichtung neuer Wasserkraftwerke
- Werbung und Kommunikation in Richtung „Energieeffizienz“ sowie für den Umbau der Energiesysteme in Richtung „alternativer Energieträger“ („Energiewende“)
Die TIWAG bekennt sich eindeutig dazu, dass das Unternehmensziel „Realisierung von Kraftwerksprojekten“ eine logische und gewollte verstärkte Präsenz in den Kraftwerksbauregionen erfordert (siehe auch Punkt 5).


In der Folge werden auszugsweise einige Ergebnisse, die mit den von der TIWAG genannten Imagezielen in Zusammenhang stehen, dargestellt:

Die allgemeine Zufriedenheit mit der TIWAG als Stromversorger hat im Jahr 2010 gegenüber den vergangenen Jahren den höchsten Wert erreicht - 46 % waren „sehr zufrieden“, 38 % waren „zufrieden“.


In den Kundenbefragungen wurde zum Thema Image weiter eroben, wie wichtig den Kunden der TIWAG bestimmte Aspekte bei einem Tiroler Stromversorger sind. Die folgende Tabelle zeigt den Prozentanteil der Befragten, die diese Aspekte als „sehr wichtig“ oder „wichtig“ bewertet haben.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kundenbefragungen - Image</th>
<th>2007</th>
<th>2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Die Wertschöpfung für Tirol und die damit verbundenen Arbeitsplätze</td>
<td>91%</td>
<td>93%</td>
</tr>
<tr>
<td>Die faire Preisgestaltung bei Sozialfällen</td>
<td>81%</td>
<td>82%</td>
</tr>
<tr>
<td>Persönliches Service vor Ort durch Kundenbetreuer/Energieberater</td>
<td>77%</td>
<td>81%</td>
</tr>
<tr>
<td>Unterstützung von Jugendaktivitäten *</td>
<td>68%</td>
<td>71%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sponsoring von Tiroler Vereinen</td>
<td>46%</td>
<td>46%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sponsoring des Tiroler Spitzensports</td>
<td>39%</td>
<td>42%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sponsoring von Kulturveranstaltungen</td>
<td>39%</td>
<td>35%</td>
</tr>
</tbody>
</table>

*deutscher Aspekt ist nicht näher spezifiziert

Die Daten zeigen, dass weniger als 50 % der Befragten die diversen Sponsoraktivitäten eines Stromversorgers als wichtig einstufen und somit die spezielle Interessenslage der Sponsorempfänger nicht allgemein geteilt wird.

Zur Werbeerinnerung ist zunächst festzustellen, dass sich weniger als 50 % der Befragten (44 % im Jahr 2007, 34 % im Jahr 2010) spontan an Werbung eines Stromversorgers erinnern konnten, wobei die Werbeerinnerung an die TIWAG mit 28 % im Jahr 2007.
und 21 % im Jahr 2010 im Vergleich zu anderen Stromversorgern höher war. Die Werbung von Stromversorgern ist am häufigsten in Printmedien und im Fernsehen aufgefallen, Sportveranstaltungen (auch Dressen) wurden von lediglich 2 % der Befragten genannt.

Die folgende Tabelle zeigt (auszugsweise) die Assoziationen der Kunden, die sich konkret an Werbungen der TIWAG erinnern konnten.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kundenbefragungen - Assoziationen</th>
<th>2007</th>
<th>2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>rotes TIWAG Logo</td>
<td>19%</td>
<td>14%</td>
</tr>
<tr>
<td>Wasserkraft / Ausbau Wasserkraft / Bau neuer Kraftwerke</td>
<td>18%</td>
<td>21%</td>
</tr>
<tr>
<td>Sponsoringaktivitäten</td>
<td>11%</td>
<td>14%</td>
</tr>
<tr>
<td>Energiespartipps / Energieberatung / Austausch alter E-Geräte</td>
<td>5%</td>
<td>4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Werbung für saubere Energie / für sauberen Strom</td>
<td>3%</td>
<td>4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Werbung für erneuerbare / alternative Energie</td>
<td>2%</td>
<td>4%</td>
</tr>
<tr>
<td>Tarifgestaltung / Strompreis</td>
<td>2%</td>
<td>3%</td>
</tr>
</tbody>
</table>


### 4.2. Sponsoring

Die Sponsorleistungen der TIWAG umfassen ein sehr breites Spektrum von Sponsorprojekten und reichen von Kleinstbeträgen (€ 100,--) bis zum Hauptsponsoring beim FC Wacker Innsbruck und dem HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck.

Zuständigkeiten

Entsprechend der Geschäftsordnung der TIWAG sind für Sponsorvereinbarungen und Spenden mit einem Wert von mehr als € 7.500,-- Beschlüsse des Gesamtvorstandes erforderlich. Über Sponsoringprojekte mit geringeren Beträgen, welche die TIWAG intern als „Kleinsponsoring“ bezeichnet, entscheidet (unter Einhal-

Mit einigen Sportvereinen werden zusätzlich zu einem Fixbetrag für die Spielsaison auch Leistungsprämien für das Erreichen bestimmter sportlicher Ziele vereinbart.


Für die TIWAG betrifft dies primär das Sponsoring des FC Wacker Innsbruck sowie des HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck. Die TIWAG ist beim HCI nicht nur Hauptsponsor, sondern auch Namenssponsor und in diesem Zusammenhang erhöht die Namensgebung der kleinen Eishalle „Tiroler Wasserkraft Arena“ als Heimspielstätte des HCI die Bindung und Intensität dieses Sponsorprojektes zusätzlich.
Sponsorbeiträge

Die folgende Tabelle zeigt im Überblick die Aufwendungen der TIWAG für ihre Sponsoraktivitäten einschließlich der Nebenkosten (Beträge in €):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sponsoraktivitäten</th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Sponsoring &quot;Sport und Jugend&quot;</td>
<td>3.427.070</td>
<td>3.096.639</td>
<td>1.265.557</td>
</tr>
<tr>
<td>Sponsoring &quot;Kultur und Gesellschaft&quot;</td>
<td>670.022</td>
<td>865.408</td>
<td>295.102</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Zwischensumme</strong></td>
<td><strong>4.097.092</strong></td>
<td><strong>3.962.047</strong></td>
<td><strong>1.560.659</strong></td>
</tr>
<tr>
<td>Kleinsponsoring (einschließlich Inserate)</td>
<td>1.448.967</td>
<td>1.548.084</td>
<td>633.436</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Gesamtsumme</strong></td>
<td><strong>5.546.059</strong></td>
<td><strong>5.510.131</strong></td>
<td><strong>2.194.095</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Wie die Tabelle zeigt, liegt der Schwerpunkt der Sponsoraktivitäten im Sportbereich. Ohne Berücksichtigung des Kleinsponsorings betrug die Relation zwischen „Sportsponsoring“ und „Kultursponsoring“ im Jahr 2008 84 % zu 16 %, im Jahr 2009 verringerte sich das Sportsponsoring auf 78 %.

Sponsoring "Sport und Jugend"

Das Sportsponsoring betrifft zum überwiegenden Teil die Förderung von Sportvereinen/Sportverbänden, dazu kommt die Unterstützung von diversen Veranstaltungen (Beträge in €):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sportsponsoring</th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Sportvereine/Sportverbände</td>
<td>2.403.261</td>
<td>2.683.418</td>
<td>1.111.815</td>
</tr>
<tr>
<td>Sportveranstaltungen</td>
<td>469.598</td>
<td>187.702</td>
<td>64.500</td>
</tr>
<tr>
<td>Sonstiges Sportsponsoring*</td>
<td>554.211</td>
<td>225.519</td>
<td>89.242</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Summe Sponsoring &quot;Sport und Jugend&quot;</strong></td>
<td><strong>3.427.070</strong></td>
<td><strong>3.096.639</strong></td>
<td><strong>1.265.557</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Sportvereine

Die größten Sponsorleistungen betreffen
- den HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck (Eishockey) sowie
- den FC Wacker Innsbruck (Fußball).
Der an diese beiden Vereine geleistete Betrag belief sich im Jahr 2008 auf € 1.987.000,-- (somit 83 % der Leistungen an Sportvereine) und erhöhte sich im Jahr 2009 aufgrund der höheren Sponsoreleistungen für den FC Wacker Innsbruck auf € 2.286.000,-- und somit 85 % der Aufwendungen für Sportvereine.

In diesen Beträgen sind neben den „reinen“ Sponsorsummen, die auch aufgrund medialer Berichterstattung allgemein bekannt sind (€ 900.000,-- pro Saison an den HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck, € 550.000,-- pro Saison sowie € 800.000,-- ab 2008/2009 an den FC Wacker Innsbruck) auch die Aufwendungen enthalten, die die TIWAG - wie bereits erwähnt - für Nebenkosten zusätzlich an die Vereine erbringt.

Dazu kommen noch Leistungen an andere Empfänger, die ebenfalls mit dem Sponsoring in Zusammenhang stehen. Diese umfassen insbesondere

- die Aufwendungen für Werbemaßnahmen,
- die Aufwendungen für Catering und Repräsentation,
- die Zusammenarbeit mit einer Veranstaltungsagentur,
- die Aufwendungen für die Olympia Sport- und Veranstaltungs GmbH (für Trainingsstunden des HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck sowie das Namensrecht „Tiroler Wasserkraft Arena“) und


findende Ereignisse gesponsert, wobei der größte Betrag (ca. € 255.000,--) auf die UEFA EURO 2008 entfiel.

sonstiges Sportsponsoring

Das sonstige Sport sponsoring betrifft - wie bereits erwähnt - insbesondere Leistungen in Zusammenhang mit dem Sponsoring des HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck und des FC Wacker Innsbruck sowie die Unterstützung einzelner Sportler.

Kultur und Gesellschaft

Die Sponsoraktivitäten der TIWAG im Bereich Kultur und Gesellschaft betreffen eine Vielzahl von Einrichtungen und Veranstaltungen (siehe Anlage 4), wobei 26 der 49 angeführten Empfänger in mehreren Jahren gesponsert wurden.

Die folgende Tabelle zeigt im Überblick die jährliche Gesamthöhe dieser Sponsorleistungen sowie für die Jahre 2008 und 2009 die Anzahl der Gesponserten und die durchschnittliche Höhe der Sponsorbeiträge. Der jeweils am häufigste geleistete Unterstützungsbeitrag betrug € 10.000,--.

Als Besonderheit für das Jahr 2009 ist auf die Unterstützung des Landes-Feuerwehrverbandes in Höhe von € 300.000,-- hinzuweisen. Dieser Betrag wurde bei der Berechnung des durchschnittlichen Sponsorbetrages nicht berücksichtigt.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Sponsoring Kultur und Gesellschaft</th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>jährliche Gesamtsumme</td>
<td>€ 670.022</td>
<td>€ 865.408</td>
<td>€ 295.102</td>
</tr>
<tr>
<td>Anzahl der gesponserten Einrichtungen bzw. Events</td>
<td>37</td>
<td>31</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>durchschnittlicher Sponsorbetrag</td>
<td>€ 18.109</td>
<td>€ 18.239</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>minimaler Sponsorbetrag</td>
<td>€ 8.300</td>
<td>€ 5.800</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>maximaler Sponsorbetrag</td>
<td>€ 53.700</td>
<td>€ 55.000</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Kleinsponsoring

betrag betrug rd. € 1.800,--. Der LRH stellte fest, dass einige Begünstigte jährlich mehrmals Kleinsponsorbeträge für verschiedene Zwecke erhielten.

Die Kleinsponsorleistungen bezogen sich durchwegs auf Geldleistungen und wurden überwiegend an die jeweiligen Sponsoringwerber, vereinzelt auch an Dritte (z.B. Druckereien, Agenturen) erbracht. Zusätzlich werden auch Sponsorleistungen in Form von Sachleistungen, wie etwa Werbeartikel, gewährt.

Die nachfolgende Darstellung zeigt für das Jahr 2009 die Verteilung des Kleinsponsoringetats nach Empfängergruppen (Beträge in €):

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>Anzahl</th>
<th>Summe</th>
<th>Durchschnitt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Sport</td>
<td>309</td>
<td>554.937</td>
<td>1.796</td>
</tr>
<tr>
<td>Kultur</td>
<td>130</td>
<td>373.251</td>
<td>2.871</td>
</tr>
<tr>
<td>Schulen, Universität</td>
<td>58</td>
<td>25.601</td>
<td>441</td>
</tr>
<tr>
<td>Universität</td>
<td>25</td>
<td>50.294</td>
<td>2.012</td>
</tr>
<tr>
<td>Jugend</td>
<td>19</td>
<td>19.719</td>
<td>1.038</td>
</tr>
<tr>
<td>Feuerwehren</td>
<td>30</td>
<td>32.914</td>
<td>1.097</td>
</tr>
<tr>
<td>Traditionsvereine</td>
<td>33</td>
<td>33.950</td>
<td>1.029</td>
</tr>
<tr>
<td>Tourismus</td>
<td>15</td>
<td>53.992</td>
<td>3.599</td>
</tr>
<tr>
<td>Landwirtschaft</td>
<td>40</td>
<td>62.681</td>
<td>1.567</td>
</tr>
<tr>
<td>Soziales</td>
<td>39</td>
<td>68.437</td>
<td>1.755</td>
</tr>
<tr>
<td>Gemeinden</td>
<td>19</td>
<td>30.619</td>
<td>1.612</td>
</tr>
<tr>
<td>Sonstiges</td>
<td>128</td>
<td>186.271</td>
<td>1.455</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Summe</strong></td>
<td><strong>845</strong></td>
<td><strong>1.492.665</strong></td>
<td><strong>1.766</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

*die Summe weicht von voriger ab, da die Rückstellungen und Jahresabgrenzungen nicht berücksichtigt wurden.

Begünstigte

Die TIWAG hat Initiativen, Events oder Veranstaltungen primär in den Bereichen des Breitensports und - in den letzten Jahren vermehrt - der Volkskultur (Musikkapellen, Sängerrunden, Schützenkompanien) gesponsert.

Schulen
Die relativ hohe Anzahl der Sponsorfälle für Schulen betraf vor allem Spenden für Maturabälle, Inserate in Schulzeitungen sowie Schulveranstaltungen und -projekte. Der Großteil dieser Sponsorbeträge lag zwischen € 100,-- und € 500,--.

Gemeinden

Die Bürgermeister einer Gemeinde waren vielfach in den Förderprozess (sei es für die Gemeinde als Begünstigte oder für bestimmte Organisationen in der Gemeinde) involviert. Der LRH stellte dazu fest, dass teilweise Sponsorleistungen für Vereine, für welche sich ein Bürgermeister verwendet hat, in Folge an die betreffende Gemeinde ausbezahlt wurden. Die Gemeinde hatte die Sponsorgelder dann an den jeweiligen Begünstigten weiterzuleiten.

Kritik

Stellungnahme der TIWAG
Die TIWAG wird der Kritik des LRH Rechnung tragen und die Sponsorgelder in Hinkunft ausnahmslos unmittelbar den Leistungsbegünstigten überweisen.

### Ausmaß der Sponsoringleistungen

Der LRH stellte fest, dass Maßstab für das Ausmaß von (Klein)Sponsoringleistungen nicht nur Finanzierungslücken, sondern auch persönliche Bekanntschaften und emotionale Bindungen waren. Die geschäftliche Nutzererwartung war bei einigen (Klein)Sponsoraktivitäten nach Ansicht des LRH sehr gering.

### Verwendungsnachweise

Da Sponsoring als Marketinginstrument genutzt wurde, erwartete die TIWAG von den Gesponserten eine unmittelbare Gegenleistung idR in Form von Werbung. Das Sponsoring der TIWAG hatten die Gesponserten meist durch bestimmte, im Zusicherungsschreiben vereinbarte Werbeleistungen nachzuweisen.

Der LRH hat stichprobenweise festgestellt, dass die Auszahlung der zugesicherten Sponsoringleistungen durchwegs nach Erhalt des Nachweises der vereinbarten Werbeleistungen mittels Belegexemplaren oder Belegfotos und nach Rechnungslegung erfolgte.


### 4.3. Externe Beratungsunternehmen

Für die Unternehmens- und Marktkommunikation sind für die TIWAG im Wesentlichen drei externe Beratungsunternehmen tätig.

### „Zuständigkeiten“ der Berater

Die externen Beratungsunternehmen haben grundsätzlich unterschiedliche Schwerpunkt-Aufgabenfelder wahrzunehmen sowie sich regelmäßig auszutauschen und zu koordinieren.
Öffentlichkeitsarbeit

Medienberater


Agentur Hofherr communication

Wie bereits im Punkt 3 ausführlich dargelegt, hatte die Agentur Hofherr communication den Auftrag, die TIWAG beim Ausbau der Wasserkraft und den damit verbundenen flankierenden Kommunikations- und Lobbyingmaßnahmen umfassend zu beraten.

Werbeagentur


Aufwendungen für externe Beratungsunternehmen

Die folgende Tabelle zeigt die Aufwendungen für externe Beratungsunternehmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit (Betrag in €):

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
<th></th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Agentur Hofherr communication</td>
<td>367.464</td>
<td>289.935</td>
<td>72.766</td>
<td>730.165</td>
</tr>
<tr>
<td>Prologo Advertising GmbH*</td>
<td>51.507</td>
<td>27.130</td>
<td>17.278</td>
<td>95.915</td>
</tr>
<tr>
<td>Medienberater</td>
<td>133.697</td>
<td>146.363</td>
<td>67.597</td>
<td>347.657</td>
</tr>
<tr>
<td>Werbeagentur</td>
<td>136.948</td>
<td>81.182</td>
<td>56.000</td>
<td>274.130</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe</td>
<td>689.616</td>
<td>760.183</td>
<td>296.667</td>
<td>1.746.466</td>
</tr>
</tbody>
</table>

*Gesellschafter: Agentur Hofherr communication (51 %) und Tiroler Bauernbund (49 %)
Unter „Sonstige“ wurden die Aufwendungen für die Tätigkeiten

- eines Konsulenten für die Erledigung spezieller Aufgaben und die Übernahme von Sonderprojekten (letztmalig 2008),
- eines Marktforschungsunternehmens sowie
- zweier Unternehmen für graphische Gestaltungen (insbesondere Geschäftsbericht) und Präsentationen zusammengefasst.

### 4.4. Einschaltungen in Medien

Die mediale Präsenz der TIWAG (Fernsehen/Radio, Printmedien) steht einerseits im Zusammenhang mit den Sponsoringaktivitäten und Veranstaltungen der TIWAG, zum anderen werden dadurch inhaltliche Themen lanciert.


Für spezielle regional wechselnde Schwerpunkte wird ein entsprechend kleinerer Schaltplan umgesetzt - so wird für Vorhaben in Osttirol im Osttiroler Boten, in den Bezirksblättern-Ausgabe Osttirol und in der Kleinen Zeitung mit Osttirol-Ausgabe geschaltet. Für Informationen, die den Schwerpunkt Westtirol betreffen, kommen die
Oberländer Rundschau-Ausgaben für die Bezirke in Westtirol, die Bezirksblätter-Ausgaben Landeck und/oder Imst sowie die - bis zur Einstellung im November 2010 - Tiroler Woche in Frage.

Zielsetzungen

In den letzten Jahren hat die TIWAG bei ihren Themenschwerpunkten folgende Zielsetzungen verfolgt:

- Verdeutlichung des günstigen Strompreises der TIWAG, wobei der Preisvorteil von der Nutzung der heimischen erneuerbaren Wasserkraft stammt,
- Information über wesentliche Investitionen in bauliche Maßnahmen zum Kraftwerksbau (z.B. Kühtai, Bruckhäusl),
- Verdeutlichung der energiepolitischen Ziele für den Kraftwerksbau in Tirol durch die TIWAG,
- Investitionen zur Gewährleistung der Versorgungssicherheit in Tirol (neues Umspannwerk Vill, Erneuerung Zillertalleitung) und
- Darstellung der TIWAG als gut aufgestelltes, professionelles Unternehmen und als großer Arbeitgeber im Land Tirol (Lehrlingsausbildung, Jubilarehrung).

Einschaltungen über den Medienberater

Die folgende Tabelle zeigt den Umfang der Einschaltungen, die über den Medienberater für Kampagnen erfolgt sind:

<table>
<thead>
<tr>
<th>2008</th>
<th>Beträge in €</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>20 Jahre KW Amlach und 60 Jahre TIWAG Osttirol</td>
<td>35.170</td>
</tr>
<tr>
<td>Lehrlingsseiten und Ehrungsseiten (Jubilare)</td>
<td>75.333</td>
</tr>
<tr>
<td>Sonderbeilagen/Energiebeilagen TT</td>
<td>116.311</td>
</tr>
<tr>
<td>Niedrigenergiepreis u.a. Bezirksblätter</td>
<td>45.528</td>
</tr>
<tr>
<td>Gerätetauschaktion Bezirksblätter</td>
<td>37.582</td>
</tr>
<tr>
<td>Beilagen Krone/Kurier</td>
<td>6.338</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Summe</strong></td>
<td><strong>316.262</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>2009</th>
<th>Beträge in €</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Umspannwerk Vill</td>
<td>35.877</td>
</tr>
<tr>
<td>Lehrlingsseiten und Ehrungsseiten (Jubilare)</td>
<td>77.818</td>
</tr>
<tr>
<td>Energiebeilage/Energiewirtschaft TT</td>
<td>94.044</td>
</tr>
<tr>
<td>Beilagen Krone/Kurier</td>
<td>72.000</td>
</tr>
<tr>
<td>Seilbahnaktion</td>
<td>10.837</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Summe</strong></td>
<td><strong>290.577</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>
Öffentlichkeitsarbeit

<table>
<thead>
<tr>
<th>Thema</th>
<th>Beträge in €</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Kraftwerksoffensive</td>
<td>14.792</td>
</tr>
<tr>
<td>Energiesparlampenaktion</td>
<td>29.099</td>
</tr>
<tr>
<td>Energieeffizienz</td>
<td>34.174</td>
</tr>
<tr>
<td>Energiebeilage TT</td>
<td>29.068</td>
</tr>
<tr>
<td>Beilagen Krone/Kurier</td>
<td>41.899</td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Summe</strong></td>
<td><strong>149.032</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Bei den fettgedruckten Themen handelte es sich jeweils um sog. Großkampagnen mit Einschaltungen in mehreren Medien.

Einschaltungen über Agentur Hofherr communication

Im Prüfungszeitraum hat auch die Agentur Hofherr communication Werbeeinschaltungen für die TIWAG platziert und zwar im folgenden Ausmaß:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Jahr</th>
<th>Inseratserie</th>
<th>Beträge in €</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2008</td>
<td>Inseratserie April/Mai</td>
<td>145.255</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Inseratserie August/September</td>
<td>120.644</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Gerätetauschaktion</td>
<td>8.350</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Einzelinserate</td>
<td>63.691</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td><strong>Summe</strong></td>
<td><strong>337.941</strong></td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Jahr</th>
<th>Beträge in €</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>2009</td>
<td>Einzelinserate</td>
</tr>
<tr>
<td>1. Hj. 2010</td>
<td>Einzelinserate</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Bei den fettgedruckten Themen handelte es sich jeweils um sog. Großkampagnen mit Einschaltungen in mehreren Medien.

Für die jeweils dreiteilige Inseratenserie wurden verschiedene Strompreisvergleiche (Vergleich zu den Nachbarländern Bayern und Südtirol, zu den acht anderen Landesenergieversorgern sowie zum Verbraucherpreisindex und dem Anstieg der Steuern und Abgaben auf Strom) ausgearbeitet. Die Inserate waren in zehn Printmedien geschaltet.

Provisionen der Berater-Agenturrabatt

Die in der Tabelle angeführten Summen entsprechen den Rechnungsbeträgen der Medienunternehmen (nach Abzug der Agenturrabatte). Der Gesamtaufwand für die TIWAG erhöht sich um Fremdleistungen (Graphiker, Fotos) sowie insbesondere um die „Provisionen“ für die Berater, wobei diese nicht ausdrücklich als solche einheitlich berechnet und ausgewiesen werden. Vielmehr verrechnen die Berater die ihnen von den Medien eingeräumten Provisionen (durchwegs in Höhe von 15 %) und/oder Rabatte nicht zur Gänze an die TIWAG weiter - idR wurden bis Herbst 2008 50 % und ab November 2008 80 % davon weiter verrechnet.

Gesamtaufwand für TIWAG

Damit ergibt sich für die Einschaltungen der beiden Agenturen folgender Gesamtaufwand für die TIWAG (Beträge in €):

<table>
<thead>
<tr>
<th>Einschaltung der beiden Agenturen</th>
<th>Medienberater</th>
<th>Agentur Hofherr kommunikation</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Einschaltungen - Durchläufer</td>
<td>316.262</td>
<td>290.577</td>
</tr>
<tr>
<td>Fremdleistungen</td>
<td>1.947</td>
<td>1.755</td>
</tr>
<tr>
<td>&quot;Provisionen&quot;</td>
<td>18.956</td>
<td>9.427</td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamtaufwand</td>
<td>337.165</td>
<td>301.759</td>
</tr>
</tbody>
</table>
In der Diktion der TIWAG werden regelmäßige Einschaltungen in Printmedien - im Unterschied zu einzelnen Inseraten - ebenfalls als Kampagnen definiert.

Dazu gehören vor allem Einschaltungen in folgenden Zeitungen:

- Tiroler Tageszeitung
- Echo
- Wirtschaft im Alpenraum
- Econova
- Weekend Magazin

Liste Printmedien

Die Aufwendungen der TIWAG für die Einschaltungen in Printmedien (einschließlich der Online-Dienste) umfassen die Einschaltungen durch den Medienberater und die Agentur Hofherr kommunikation sowie die durch die TIWAG selbst vorgenommen Inserierungen und betrugen in Summe

- im Jahr 2008: € 1.284.000,--
- im Jahr 2009: € 1.040.000,-- und
- im 1. Hj 2010: € 488.000,--.

Die höheren Aufwendungen im Jahr 2008 ergaben sich im Zusammenhang mit der über die Agentur Hofherr kommunikation geschalteten Inseratenserie.

In Anlage 5 sind die Printmedien aufgelistet, in denen im Prüfungszeitraum Einschaltungen über € 1.000,-- pro Jahr erfolgt sind. Die in Summe für Einschaltungen in der Tiroler Tageszeitung und den Bezirksblättern aufgewendeten Beträge beliefen sich auf ca. 50 % des Gesamtbetrages.

Zur Frage im Prüfungsauftrag bezüglich der Einschaltungen in Zeit- schriften oder sonstigen Veröffentlichungen von politischen Parteien bzw. deren Vorfeld- oder Teilorganisationen hat der LRH folgende Inseratenschaltungen festgestellt:
### Einschaltungen

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Bauernzeitung</td>
<td>51.009</td>
<td>31.922</td>
<td>20.311</td>
</tr>
<tr>
<td>Bauernbund (für Informationsmaterial im Eduard Wallnöfer Schülerheim)</td>
<td>3.634</td>
<td>4.500</td>
<td>4.500</td>
</tr>
<tr>
<td>Horizonte (Österreichischer Seniorenbund)</td>
<td>9.450</td>
<td>6.867</td>
<td>1.890</td>
</tr>
<tr>
<td>Unsere Generation (Pensionistenverband Österreichs)</td>
<td></td>
<td>2.814</td>
<td>11.256</td>
</tr>
<tr>
<td>Academia - Verbandszeitschrift des Cartellverbandes der katholischen deutschen Studentenverbindung</td>
<td>1.785</td>
<td>1.785</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>ÖPU-Nachrichten</td>
<td>1.339</td>
<td>2.499</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Politische Akademie der ÖVP</td>
<td>2.615</td>
<td>2.615</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tiroler Mittelschülerverband</td>
<td>2.100</td>
<td>4.200</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Tiroler Wirtschaft - Die Zeitung der Wirtschaftskammer Tirol</td>
<td></td>
<td>3.996</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td><strong>Summe</strong></td>
<td>71.932</td>
<td>57.202</td>
<td>41.953</td>
</tr>
</tbody>
</table>


**ÖPU** Die ÖPU (Österreichische Professoren Union) ist eine Interessensgemeinschaft der drei Organisationen FCG (Fraktion Christlicher Gewerkschafter), ÖAAB (Österreichischer Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmerbund) und VCL (Vereinigung christlicher Lehrerinnen und Lehrer an höheren und mittleren Schulen Österreichs).
Hörfunk und Fernsehen

Neben den Printmedien finanziert die TIWAG auch Einschaltungen in Hörfunk und Fernsehen (s. Anlage 5). Die an diese Medien übermittelten Beträge beliefen sich

- im Jahr 2008 auf € 416.000,--,
- im Jahr 2009 auf € 387.000,-- und
- im Jahr 2010 auf € 72.000,--.

Ca 80 % dieser Aufwendungen entfielen auf den ORF Club Radio Tirol sowie die ORF Radiospots.

ORF Club Radio Tirol


Die wesentlichsten Kooperationen mit dem ORF Club Radio Tirol betreffen

- Energiespartipps
- jährliche Produktion „ORF Tirol Sommerfrische“
- Live Übertragungen von Spielen des FC Wacker Innsbruck
- Internet Wetter Logopatronanz
- diverse Veranstaltungen und Messen

ORF Radiospots

Ein großer Teil der Hörfunkeinschaltungen betraf auch Radiospots des ORF Radio Tirol. Die Spots bezogen sich insbesondere auf die Strompreisgarantie der TIWAG, auf die vorteilhaften Preisvergleiche mit anderen österreichischen Anbietern sowie auf die Erläuterung des Wasserkraftvorteils.

keine schriftlichen Vereinbarungen


Anregung

Der LRH regt an, künftig auch bei Medieneinschaltungen, deren Abwicklung Dritten übertragen wird, schriftliche (Rahmen)Vereinbarungen abzuschließen.

Stellungnahme der TIWAG

Die TIWAG wird die Anregung des LRH umsetzen.

4.5. Veranstaltungen und Agenturen

Der Großteil der von der TIWAG unterstützen Veranstaltungen wurde bereits im Rahmen des Kapitels „Sponsoring“ dargestellt.


Im Jahr 2008 wurden für die Veranstaltungen „20 Jahre Kraftwerk Amlach“ und „60 Jahre TIWAG Osttirol“ insgesamt rd. € 235.000,-- aufgewendet.

Dem Bereich „Veranstaltungen“ sind auch die Informationsveranstaltungen der TIWAG sowie die regelmäßige Teilnahme an Messen (insbesondere die Frühjahrsmesse und Herbstmesse in Innsbruck) zugeordnet.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Leistungen an Agenturen (Beträge in €). Die Agenturen sind in Anlage 6 aufgelistet.

<table>
<thead>
<tr>
<th>Leistungen an Agenturen</th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anzahl Agenturen</td>
<td>7</td>
<td>13</td>
<td>8</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe Aufwendungen</td>
<td>636.378</td>
<td>530.715</td>
<td>296.826</td>
</tr>
</tbody>
</table>

5. Sponsoring in Kraftwerksgemeinden

Förderungsregionen

Wie erwähnt verteilte sich das Sponsoring der TIWAG auf das gesamte Land Tirol. Die TIWAG hat jedoch bei den Sponsorgeldern in Regionen, in denen sich bereits eigene Kraftwerke befanden, vor allem aber auch dort, wo solche geplant waren, seit jeher verstärkt ein besonderes Augenmerk gelegt.

Nachfolgende Ausführungen beziehen sich auf Sponsorleistungen in einzelnen ausgewählten Kraftwerksgemeinden. Es wird darauf hingewiesen, dass sich die Ausführungen lediglich auf die Einschau bei der TIWAG beziehen und - mangels Prüfungskompetenz - keine Einsicht in die Gebarungen der Gemeinden und den Vereinen genommen wurde.
5.1. Gemeinde Silz

Der Standort der größten und leistungsfähigsten TIWAG-Kraftwerke mag wohl der Grund dafür sein, dass jährlich sehr viele Sponsoringleistungen an die Gemeinde Silz und der dort ansässigen Organisationen gingen. Nachfolgende Darstellung zeigt das Sponsoring der TIWAG für die Gemeinde und die dortigen Organisationen/Unternehmen:

Sponsoring Silz 2008 - 2010

<table>
<thead>
<tr>
<th></th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anzahl der Begünstigten</td>
<td>10</td>
<td>9</td>
<td>5</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe der Sponsorings in €</td>
<td>67.362</td>
<td>63.726</td>
<td>27.742</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Begünstigte der Sponsoringleistungen waren im Prüfungszeitraum die Gemeinde Silz, der SV Silz 1930, die SPG Silz/Mötz, die Bergbahnen Kühtai GmbH, das Pfarramt Silz, die Freiwillige Feuerwehr Silz, der Krippenverein Silz, der Theaterverein Silz, die Musikkapelle Silz, der Männerchor Silz, die Werbegemeinschaft Silz, die Agrargemeinschaft Silzer Alpen sowie die Polytechnische Schule Silz.

Einzelne Begünstigte erhielten jährlich Sponsoringleistungen, der Großteil der Leistungen war jedoch einmalig und projektsbezogen. Die Sponsoringbeiträge reichten im Einzelfall von € 75,-- - € 20.000,--.


Die Sponsoringbeiträge hat die Gemeinde Silz u.a. mit bestimmten Werbeleistungen (z.B. Platzierung einer Tafel mit einem vorgegebenen Schriftzug und Firmenlogo) abgegolten.
5.2. Gemeinde Kaunertal

Ein ähnliches Ausmaß an Sponsorleistungen war auch für die Gemeinde Kaunertal festzustellen. Im Prüfungszeitraum erhielten die Gemeinde bzw. dortige Organisationen/Unternehmen folgende Sponsorleistungen der TIWAG ausbezahlt:

<table>
<thead>
<tr>
<th>Anzahl der Begünstigten</th>
<th>2008</th>
<th>2009</th>
<th>1. Hj. 2010</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Anzahl der Begünstigten</td>
<td>6</td>
<td>6</td>
<td>3</td>
</tr>
<tr>
<td>Summe der Sponsorings in €</td>
<td>70.000</td>
<td>50.638</td>
<td>35.000</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Begünstigte der dargestellten Leistungen waren die Gemeinde Kaunertal, die Kaunertaler Gletscherbahnen GmbH, der Tourismusverband Tiroler Oberland (als Organisator der Kaunertaler Gletscherläufe), die Pfarre Kaltenbrunn, die Schützengilde Kaunertal, die Musikkapelle Kaunertal und die Bergrettung Kaunertal. Das Ausmaß der Einzelsponsorings reichte von € 500,-- - € 20.000,--.

Der LRH stellte fest, dass der Bürgermeister der Gemeinde Kaunertal in mehreren Fällen im jeweiligen Förderungsprozess involviert war. Er hat sich etwa für das Sponsoring diverser Sportveranstaltungen oder für die Innenrenovierung der Wallfahrtskirche Kaltenbrunn verwendet. In einzelnen Fällen hat die TIWAG ihre Sponsorleistungen auch über die Gemeinde Kaunertal finanziell abgewickelt.

Bericht der Bezirks-
hauptmannschaft
Landeck


Das Sparbuch war in der Gemeindebuchhaltung nicht erfasst. Es wurde auch weder der Gemeindeaufsichtsbehörde noch dem Überprüfungsausschuss der Gemeinde bei ihren bisher vorgenommenen Kassenprüfungen vorgelegt. Trotzdem gab der frühere Finanzverwalter\(^\text{13}\) eine diesbezügliche Erklärung auf Vollständigkeit ab.


Der Bericht der Bezirkshauptmannschaft Landeck enthielt im Wesentlichen folgende Feststellungen:

- Die Einnahmenbelege der Bank lauteten fast durchgängig auf die Gemeinde Kaunertal,
- die vorhandenen Rechnungen waren mit einer Ausnahme an die Gemeinde Kaunertal gerichtet,
- die Einnahmen und Ausgaben waren durchwegs der Gemeinde Kaunertal und nicht dem Bürgermeister als Privatperson zuordnenbar,
- der Geldfluss war nachvollziehbar und mit wenigen Ausnahmen belegbar sowie
- die Sponsorgelder wurden durchwegs für Sport- und Kulturveranstaltungen im Kaunertal verwendet.

\(^{13}\) mit 30.3.2010 fand ein Wechsel in dieser Funktion statt.


Weiteres Girokonto

Im Zuge der gegenständlichen Prüfung stellte der LRH beim Sponsoring von zwei „gemeindefremden“ Veranstaltungen fest, dass der Bürgermeister der Gemeinde Kaunertal der TIWAG gegenüber als Bankverbindung ein Girokonto der Gemeinde Kaunertal bekannt gab. Dieses Konto war allerdings im vorhin erwähnten Bericht, welcher sämtliche Bankverbindungen der Gemeinde Kaunertal enthielt, nicht aufgelistet. Über Ersuchen des LRH führte daher die Bezirkschefmannschaft Landeck als Gemeindeaufsichtsbehörde am 8.2.2011 eine entsprechende Prüfung durch. Sie kam zu folgenden Feststellungen:

- Das vom Bürgermeister angegebene Girokonto gehört dem Schiclub Kaunertal und ist kein Konto der Gemeinde Kaunertal, der Bürgermeister ist darüber auch nicht zeichnungsberechtigt,
- in beiden Fällen hat der Bürgermeister das angegebene Girokonto fälscherweise als Konto der Gemeinde bezeichnet,
- über Ersuchen des Bürgermeisters hat der Kassier dieses Vereins freiwillig die entsprechenden Unterlagen (Auszüge von Girokonto und Kassabuch) offen gelegt,
- in einem Fall wurde das auf dieses Girokonto überwiesene Sponsoring in Höhe von € 2.000,-- wieder storniert und auf das „geheime“ Sponsoringparbuch der Gemeinde Kaunertal überwiesen,
- im zweiten Fall hat die TIWAG eine Schiveranstaltung (FIS Masters Cup Ski Alpin, 19./20.12.2009), welche der Schiclub Kaunertal abgewickelt hat, mit € 5.000,-- gesponsert und
- in beiden Fällen wurde die vereinbarte Werbeleistung (Werbe-transparent, Roll up - belegt mit Fotos) erbracht.
Hubertusfeier des Bezirks Landeck


Wallfahrtskirche Kaltenbrunn


5.3. Marktgemeinde Matrei i.O.

Die TIWAG hat im Prüfungszeitraum - wie vielen anderen Tiroler Gemeinden - auch der Marktgemeinde Matrei i.O. Sponsoreleistungen für verschiedene Zwecke gewährt.

Teambuildinglehrgang


OLALA 2009

Für das vom 28.7. - 2.8.2009 durchgeführte 18. Internationale Straßentheaterfestival Lienz (OLALA) gewährte die TIWAG der veranstaltenden Lienzer Kulturinitiative einen Sponsorbeitrag in Höhe von € 5.000,--. Weiters hat die TIWAG auch die Marktgemeinde Matrei i.O. mit € 3.000,-- gesponsert. Dieser Beitrag wurde aufgrund der besonderen Verbundenheit mit der Marktgemeinde
Sponsoring in Kraftwerksgemeinden

Matrei i.O. für eine in der dortigen Gemeinde durchgeführte Zusatzveranstaltung (30.7.2009) gewährt. Den Beitrag hat die Marktgemeinde Matrei i.O. umgehend weitergeleitet.

Vorwürfe


Die konkreten Vorwürfe gegen den Matreier Bürgermeister bezogen sich auf einen finanziellen Beitrag der TIWAG für ein als Sonderbeilage im Osttiroler Boten im Dezember 2009 erschienenes Gemeindeportrait sowie eine finanzielle Zuwendung der TIWAG an die Schützenkompanie Matrei i.O.

Gemeindeportrait

Das Gemeindeportrait enthielt neben zahlreichen anderen Werbeanzeigen auch eine doppelseitige Projektinformation der TIWAG über das „Ausleitungskraftwerk als Kompromiss und Konsenslösung am Tauernbach“. Der Herausgeber des Osttiroler Boten stellte der TIWAG für diese Einschaltung einen Druckkostenbeitrag in Höhe von € 10.500,— (inkl. 5% Werbeabgabe) in Rechnung. Der Zahlungsfluß erfolgte direkt zwischen diesen beiden Unternehmen.

Schützenkompanie Matrei i.O.

5.4. Andere Projektsgemeinden

Gemeinde Umhausen


Entsprechend den vorgelegten Ansuchen war die Gemeinde Umhausen Veranstalter oder Mitveranstalter (u.a. mit dem Ötztal Tourismus), trat jedoch gegenüber der TIWAG als Sponsorwerberin und -empfängerin auf. Die erwähnten Sponsormaßnahmen wurden über die Gemeinde Umhausen abgewickelt.

Die Gemeinde Umhausen hat für diese Sponsoringbeiträge die Nachweise durch verschiedene Werbeleistungen (z.B. Platzierung des TIWAG-Logos auf den Drucksorten und auf Transparenten) erbracht.

Theaterverein Prutz


Weltcup Opening Sölden 2009

5.5. Exkurs: Sonstige Zuwendungen an Gemeinden

„Begehrliehkeiten“


Nachfolgende beispielhaft dargestellte Leistungen waren nicht prüfungsrelevant und werden daher - ohne auf nähere Details einzugehen - auch nur kurz erwähnt.

Talverträge


Aufgrund dieser Verträge erhielten die jeweiligen Vertragspartner jährliche Geldleistungen - beispielsweise für das Jahr 2009 im Ausmaß von insgesamt 1,0 Mio. €. In diesen Verträgen wurden insbesondere die finanziellen Abgeltungen von nicht messbaren Schäden für die betroffenen Gemeinden und/oder Regionen geregelt (Ausgleichszahlungen). Die Aufteilungen der Ausgleichszahlungen, welche mitunter bereits in den 60er Jahren des vorigen Jahrhunderts fixiert wurden, sind zwar vertraglich vereinbart, teils aber umstritten.

Den bisher letzten „Talvertrag“ hat die TIWAG im Frühjahr 2010 mit zwölf Gemeinden entlang des Innkraftwerkes Prutz-Imst, welches bereits im Jahr 1956 in Betrieb ging, getroffen. Die diesbezügliche Vereinbarung sah eine einmalige Ausgleichszahlung für die durch die Anlage verursachten Schäden in Höhe von 1,5 Mio. € sowie eine jährliche Entschädigung in Höhe von 0,7 Mio. € vor. Die Einmalzahlung wurde im Jahr 2010 geleistet, die jährlichen Entschädi-
gungen erhalten die betroffenen Gemeinden ab dem Jahr 2011.

Für das Kraftwerk Kaunertal besteht eine weitere Vereinbarung zur Abgeltung von Schäden und Beeinträchtigungen in der Kraftwerksregion. Demnach hat sich die TIWAG verpflichtet, dem Land Tirol jährlich 3 % der gesamten im Kraftwerk Kaunertal erzeugten Energie unentgeltlich zur Verfügung zu stellen und diese jeweils wieder zurückzukaufen (sog. „Konzessionsfreistrom“). Das Land Tirol wiederum hat mit allen Betroffenen weitere Verträge über die Verteilung dieser Mittel abgeschlossen. Das Land Tirol erhielt hiefür beispielsweise 1,0 Mio. € für das Jahr 2009 überwiesen.


So beteiligte sich die TIWAG im Prüfungszeitraum u.a. an Lawinenschutzprojekten im Kaunertal (€ 450.000,--) und in Kühtai (€ 351.000,--) sowie an der Sanierung eines Weges im Platzertal (€ 250.000,--).

6. Zusammenfassende Bemerkungen

Vorausgeschickt wird, dass der LRH bei der Erstellung des vorliegenden Berichtes in besonderer Weise mit dem Spannungsfeld konfrontiert war, einerseits die zum Teil sehr detaillierten Fragestellungen im Prüfungsauftrag möglichst umfassend zu beantworten und andererseits die Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse der TIWAG zu beachten. Der LRH hat daher auf der Grundlage der vorgelegten Unterlagen für die Darstellung im Bericht einzelne Daten zusammengefasst und Gesamtsummen, Durchschnittswerte und Bandbreiten angegeben.

Der erste Teil des gegenständlichen Prüfungsauftrags umfasste die Themenbereiche 'Gemeinderatswahl Kaunertal' und 'weitere Gemeinderatswahlen'. Da sich einzelne Fragen im Prüfungsauftrag auf den Aufsichtsratsvorsitzenden der TIWAG und den Landeshauptmann in seiner Funktion als Eigentümervertreter in der Haupt-
versammlung der TIWAG bezogen, hat der LRH diese beiden Personen mit den diesbezüglichen Fragen konfrontiert.

**Aufsichtsratsvorsitzender**


**Landeshauptmann als Eigentümervertreter**


**Agentur Hofherr kommunikation**

Mehrere Fragestellungen im Prüfungsauftrag bezogen sich auf die Agentur Hofherr kommunikation, sodass der LRH dieses Vertragsverhältnis und die erbrachten Leistungen im Bericht ausführlicher behandelt hat. Die betreffende Agentur hat im geprüften Zeitraum für Beratungsleistungen im Ausmaß von rd. 5.000 Stunden insgesamt rd. € 650.000,-- verrechnet. Weiters hat sie für 16 Termine des Leistungsbereichs „Coaching“ insgesamt rd. € 67.000,-- in Rechnung gestellt.

Der LRH hat in diesem Zusammenhang eine Vielzahl von Unterlagen (Stundenaufzeichnungen, Berichte, Argumentarien, Maßnahmenpläne, Strategiepapiere, Aktenvermerke und E-Mails) erhalten. Teilweise waren in diesen Unterlagen auch die Gemeinderatswahlen 2010 und deren mögliche Auswirkungen auf die Kraftwerksprojekte der TIWAG thematisiert.

Zusammenfassende Bemerkungen

Der LRH hielt aber fest, dass die übermittelten Dokumente den von der Agentur Hofherr communication verrechneten Leistungen nicht direkt zugeordnet waren. Daher waren die konkreten inhaltlichen Tätigkeiten der Agentur und der dafür verrechnete zeitliche Aufwand nicht unmittelbar ersichtlich. Der Kontext ergab sich für den LRH aus dem Inhalt der jeweiligen Papiere, wobei er festgestellt hat, dass für einzelne verrechnete Leistungen keine schriftlichen Unterlagen vorhanden waren.

Außerdem wies die TIWAG darauf hin, dass die Ergebnisse von Besprechungen nur zum Teil als Dokumente beim Auftraggeber und/oder Auftragnehmer abgelegt waren und einzelne Dokumente in Folge des behaupteten Datendiebstahl bei der Agentur Hofherr communication nicht vorgelegt werden konnten. Über die diesbezüglichen Leistungen konnte der LRH daher keine Feststellungen treffen.

Letztlich ergaben sich aus den, dem LRH vorgelegten Dokumenten keine konkreten Beweise, dass die Agentur Hofherr communication Leistungen für wahlwerbende Gemeinderatslisten erbracht hat und diese Leistungen von der TIWAG bezahlt wurden.

Lobbying

Der LRH hat sich weiters mit dem Aspekt befasst, dass die Agentur Hofherr communication entsprechend ihrem Arbeitsauftrag für die TIWAG auch Lobbyarbeit für Kraftwerksprojekte betreibt. So waren die von der Agentur Hofherr communication erstellten Papiere im Sinne einer „Pro-TIWAG-Kraftwerksprojekte“ Strategie konzipiert. Sie beinhalteten u.a. Informationen über die Projektsdaten und den Stand der Projektsplanung ebenso wie Argumentationslinien einschließlich von Hinweisen für den Umgang mit kritischen Fragestellungen. Da für die TIWAG die politischen Entscheidungsträger in den Gemeinden wichtige Ansprechpartner waren, „erhielten“ sie bereits auf diesem Weg die wesentlich von der Agentur Hofherr communication erarbeiteten Informationsinstrumente und konnten diese in Folge auch im Sinne eigener Interessen „weiterverwenden“. In welchem Umfang dies tatsächlich der Fall war, konnte vom LRH aber nicht überprüft werden.

Zur Problematik, wie weit die Einflussnahme von Lobbying - auch wenn sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt - gehen „darf“, hat der LRH grundsätzlich auf die international geführte Diskussion verwiesen. Dabei wird im Sinne der Anforderungen an „Good Governance“ sowohl an politische Entscheidungsträger und Behördenvertreter als auch an Lobbyisten insbesondere die Forde-
Zusammenfassende Bemerkungen

Der zweite Fragenkomplex bezog sich auf den Themenbereich „Ausgaben für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen“. Diesbezüglich hat der LRH festgestellt, dass die TIWAG im Prüfungszeitraum für Beratungsleistungen insgesamt 23,6 Mio. € und für die Öffentlichkeitsarbeit insgesamt 19,0 Mio. € - in Summe somit 42,6 Mio. € - ausgegeben hat.

Die Beratungsleistungen bezogen sich auf technische Beratungen mit insgesamt 5,9 Mio. €, Rechtsberatungen mit insgesamt 7,1 Mio. €, Beratungen in Zusammenhang mit CBL mit insgesamt 4,2 Mio. €, Beratungen für Managementthemen mit insgesamt 3,4 Mio. €, Beratungen für Öffentlichkeitsarbeit mit insgesamt 1,7 Mio.€ und sonstige Beratungen mit insgesamt 1,1 Mio.€.

Im Hinblick auf den hohen Rechtsberatungsaufwand empfahl der LRH generell den Aufbau von unternehmerischen Know-how zu forciern und in Folge externe Beratungsleistungen - neben den gesetzlich vorgeschriebenen Vertretungsfällen - auf Spezialfragen zu beschränken.

Zu den Aufwendungen für die Öffentlichkeitsarbeit hat der LRH die Bereiche Sponsorleistungen, Leistungen für externe Beratungsunternehmen, Einschaltung in Medien sowie die Durchführung von Veranstaltungen und Leistungen von Agenturen zusammengefasst, wobei diese inhaltlich nicht durchgängig abzugrenzen waren.

Die TIWAG sieht sich grundsätzlich mit dem Paradoxon konfrontiert, dass einer möglichen Einschränkung im Einsatz von Marketing- und PR-Instrumenten (inklusive Sponsoring) eine beträchtliche Erwartungshaltung des Eigentümers, der Bedarfsträger und Vereine sowie der Bevölkerung gegenüber stehe.

Eindeutig bekennt sich die TIWAG dazu, dass das Unternehmensziel „Realisierung von Kraftwerksprojekten“ eine logische und gewollte verstärkte Präsenz in den Kraftwerksbauregionen erfordert.
### Zusammenfassende Bemerkungen

| Kundenbefragung | Die von einem externen Marktforschungsunternehmen in Auftrag der TIWAG durchgeführten Kundenbefragungen (2007 und 2010) haben u.a. gezeigt, dass weniger als 50% der Befragten die diversen Sponsoraktivitäten eines Stromversorgers als wichtig einstuften, und somit die spezielle Interessenslage der Sponsorempfänger nicht allgemein geteilt wurde. |
| Schwerpunkt der Sponsoraktivitäten | Der Schwerpunkt der Sponsoraktivitäten der TIWAG lag im Sportbereich, wobei der Großteil der Leistungen auf die bereits erwähnten zwei Vereine entfielen. Die Sponsoraktivitäten der TIWAG im Bereich Kultur und Gesellschaft betrafen eine Vielzahl von Einrichtungen und Veranstaltungen. |
| externe Beratungsunternehmen | Das Sponsoring der TIWAG verteilte sich auf das gesamte Land Tirol, wobei die TIWAG bei Sponsorgeldern in Regionen, in denen sich bereits Kraftwerke befanden, vor allem aber auch dort, wo solche geplant waren, seit jeher verstärkt ein besonderes Augenmerk gelegt hat. |
|  | Für die Unternehmens- und Marktkommunikation waren für die TIWAG im Wesentlichen drei externe Beratungsunternehmen tätig. Diese hatten grundsätzlich unterschiedliche Schwerpunkt-Aufgabenfelder wahrzunehmen und sich regelmäßig auszutauschen und zu koordinieren. |
|  | Die mediale Präsenz der TIWAG (Fernsehen/Radio, Printmedien) stand einerseits im Zusammenhang mit den Sponsoringaktivitäten und Veranstaltungen der TIWAG, zum anderen wurden dadurch inhaltliche Themen lanciert. |
Medieneinschaltungen


Stellungnahme TIWAG

In zusammenfassender Würdigung des Berichtes des LRH kommen wir zum Schluss, dass uns der LRH eine korrekte Vorgehensweise, eine – unbeschadet einzelner Kritikpunkte – funktionierende Administration und ein zeitgemäßes Rechnungswesen attestiert hat.

DI Reinhard Krismer
Innsbruck, am 5.5.2011

Darüber hinaus hat der LRH die Äußerung der Regierung dem Endbericht als Beilagen anzuschließen. In Erfüllung dieses gesetzlichen Auftrages ist im Folgenden die Äußerung der Regierung angeschlossen, wobei die nicht bereits in den Bericht eingearbeiteten Textpassagen durch die Schriftart „fett - kursiv - rot“ gekennzeichnet sind. Alle nicht so gekennzeichneten Textstellen der Stellungnahme wurden bereits eingearbeitet.


Was die Anmerkung des Landesrechnungshofes zum Optionenbericht auf Seite 6 betrifft, so bedarf die Formulierung über die Strategie „vorhandene Kraftwerke durch Zu- und Erweiterungsbauten ausbauen zu wollen“ insofern einer Klarstellung, als neun der 16 Optionen im Optionenbericht als Neubauten und nur sieben als Ausbauten vorhandener Kraftwerke bezeichnet wurden. Im Übrigen wird der gegenständliche Rohbericht des Landesrechnungshofes zur Kenntnis genommen. Die Stellungnahme der TIWAG – Tiroler Wasserkraft AG ist dieser Äußerung angeschlossen.

Für die Landesregierung:

Günther Platter
Landeshauptmann
Datum: 14.04.2011

Tiroler Wasserkraft – Energie mit Perspektiven
An das
Amt der Tiroler Landesregierung
Abteilung Verwaltungsentwicklung
z.H. Herrn Dr. Gerhard Brandmayr
Landhaus
6020 Innsbruck

per Email

Betreff: Landesrechnungshof;
Stellungnahme der geprüften Gesellschaft

Bezug: Ihr Schreiben ZI VEntw- RL-82/2-2011 vom 28.03.2011

Sehr geehrter Herr Dr. Brandmayr!

Unter höflicher Bezugnahme auf Ihr Schreiben vom 28.03.2011 zu obigem Betreff bedanken wir uns für die Übermittlung einer Ausfertigung des Rohberichtes des Landesrechnungshofes und äußern uns als geprüfte Gesellschaft in offener Frist wie folgt:

- Zur Empfehlung auf Seite 14 oben:
  „Im Hinblick auf diesen hohen Beratungsaufwand empfiehlt der LRH generell den Aufbau von unternehmensinternem Know-how zu forcieren und in Folge externe Beratungslieferungen – neben den gesetzlich vorgeschriebenen Vertretungsfällen – auf Spezialfragen zu beschränken.“

Wenn der LRH empfiehlt, die Aufwendungen (insbesondere) für „Rechtsberatung“ und „Wirtschaftsberatung“ zu reduzieren und den Aufbau von „unternehmensinternem Know-how“ entsprechend zu forcieren, so vermag die TiWAG dieser Empfehlung nur in sehr eingeschränktem Umfang zu folgen. Die – grundsätzlich nachvollziehbaren – Überlegungen des LRH stehen nämlich in einem Spannungsverhältnis zu folgenden entscheidungswesentlichen Gesichtspunkten:
Gemäß § 84 Abs. 1 AktG haben die Vorstandsmitglieder (einer Aktiengesellschaft) bei ihrer Geschäftsleitung die Sorgfalt eines ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsführers anzuwenden. Zur Erfüllung dieser speziellen Sorgfaltpflicht haben sich die Vorstandsmitglieder nach ständiger Rechtsprechung – je nach Komplexität und Schwierigkeit der zu besorgenden Geschäfte – ausreichender und qualifizierter Beratung zu bedienen.

In diesem Zusammenhang ist auf die hochentwickelte Komplexität, Differenzierung und „Europäisierung“ unseres Rechts- und Wirtschaftssystems Bedacht zu nehmen. Somit können anspruchsvolle wirtschaftsrechtliche Angelegenheiten (wie zuletzt z.B. die vorzeitige Auflösung eines Stromtauschvertrages mit der EnBW), aber auch technische Projekte (wie z.B. größere Wasserkraftanlagen) sowie die Vorbereitung und Führung von UVP-Verfahren nur unter Verwendung hochqualifizierter und z.T. extrem spezialisierter externer Dienstleister erfolgversprechend abgewickelt werden.

Nach den Grundregeln der Betriebswirtschaftslehre setzt die (beabsichtigte) Erzielung betrieblicher Erträge den (vorgeplanten) Einsatz betrieblicher Aufwendungen (Sachaufwendungen, Personaleinlagen, Finanzaufwendungen) voraus. Im stellungsannahmegegenständlichen Zusammenhang geht es also (lediglich) um die Frage, in welchem Umfang die notwendigen betrieblichen Aktivitäten auf einerseits Eigenleistungen (des unternehmenseigenen Personals) und andererseits Fremdleistungen (externer Dienstleister) zweckmäßigerverweise aufzuteilen sind. Die schon erwähnte hohe Spezialisierung, Arbeitsteilung und Flexibilisierung sowie die rasch wechselnden Rahmenbedingungen haben bewirkt, dass der Fremdleistungsanteil tendenziell ansteigt und gerade überdurchschnittlich erfolgreiche, innovative Unternehmen zumeist den vergleichsweise höchsten Fremdleistungsanteil aufweisen.

Gemäß § 70 Abs. 1 AktG hat der Vorstand u.a. die Gesellschaft so zu leiten, wie es das Wohl des Unternehmens erfordert; das heißt: Chancen zu nutzen und Gefahren bestmöglich abzuwenden. Wir sind überzeugt, dass der nachhaltige, überdurchschnittliche Unternehmenserfolg der TWAG (im Geschäftsjahr 2010 wurde ein EGT von Euro 103 Millionen erwirtschaftet) die Richtigkeit unserer Vorgehensweise bestätigt.
Vor diesem Hintergrund erscheint der Aufbau von „unternehmensinternen Know-how“ qualitativ und quantitativ sowie wegen der – jeweils in concreto – zu geringen „Fallzahl“ nur sehr eingeschränkt möglich und im Ergebnis zu wenig leistungsfähig und zu teuer.

Dessenunachtet werden wir den Ausbau unternehmensinterner Personalsressourcen prüfen und zur Besorgung häufig wiederkehrender, mehr oder weniger standardisierter Geschäftsfälle auch realisieren.

○ Zur Anregung auf Seite 15, 3. Absatz:
  „Im Sinne einer ernstehenden Transparenz und Rechtssicherheit regt der LRH an, für Leistungen von externen Unternehmen, die über die ursprüngliche Beauftragung hinausgehen, schriftliche Vereinbarungen zu treffen."

Die TIWAG wird die Anregung des Rechnungshofes umsetzen.

○ Zur Anregung auf Seite 19, 5. Absatz:
  „Da zum Prüfungsortpunkt – wie erwähnt – das Vertragsverhältnis mit der Agentur Hofherr Communkation GmbH unterbrochen war und der schriftlich vereinbarte Leistungsumfang deutlich überschritten wurde, regt der LRH an, vor Wiederaufnahme dieser Geschäftsbeziehungen die gegenständlichen Leistungen (unter Einbeziehung der eigenen Kapazitäten) neu zu definieren und auszuschreiben."

Die TIWAG wird der Anregung des LRH Rechnung tragen.

○ Zur Kritik des LRH auf Seite 41 unten:

Die TIWAG wird der Kritik des LRH Rechnung tragen und die Spargelder in Hinkunft ausnahmslos unmittelbar den Leistungsbegünstigten überweisen.
Zur Anregung auf Seite 50 letzter Absatz:
"Der LRH regt an, künftig auch bei Medieneinschaltungen, deren Abwicklung Dritten übertragen wird, schriftliche (Rahmen)Vereinbarungen abzuschließen."

Die TIWAG wird die Anregung des LRH umsetzen.

In zusammenfassender Würdigung des Berichtes des LRH kommen wir zum Schluss, dass uns der LRH eine korrekte Vorgehensweise, eine – unbeschadet einzelner Kritikpunkte – funktionierende Administration und ein zeitgemäßes Rechnungswesen attestiert hat.

Wir bitten höflich um Kenntnissnahme und weitere Veranlassung und verbleiben

Mit freundlichen Grüßen
TIWAG-Tiroler Wasserkraft AG

Dr. Bruno Wallnöfer

Dipl.-Ing. Alfred Fraidl
- Prüfauftrag .................................................................................................................. Anlage 1
- Beratungsunternehmen im Managementbereich......................................................... Anlage 2
- Leistungsnachweise der Agentur Hofherr kommunikation 2008 - 2010 .............. Anlage 3
- Sponsoring Sport ........................................................................................................ Anlage 4
- Listen der Printmedien & Hörfunk und Fernsehen..................................................... Anlage 5
- Liste Agenturen......................................................................................................... Anlage 6
Anlage 1 - Prüfauftrag

Grüner Landtagsklub

DDR. Herwig van Staa
im Hause

betreffend Antrag auf Prüfung nach § 3 Abs. 3 lit. c, in eventu lit. d des Tiroler Landesrechnungshofgesetzes 2002:


Sehr geehrter Herr Präsident!

Nach § 3 Abs. 3 lit. c, in eventu lit. d des Tiroler Landesrechnungshofgesetzes stellen die unterzeichneten Abgeordneten den Antrag auf Sonderprüfung bei der TIWAG zum „Sonderprojekt Kaunertal“.


Der Prüfungsgegenstand der Sonderprüfung durch den Landesrechnungshof ist die TIWAG im 100 %-Eigentum des Landes Tirol.

Der Prüfungsumfang umfasst die Klärung folgender Fragen:

Zum Themenbereich Gemeinderatswahl Kaunertal:


2. War die TIWAG-Generalversammlung – LH Günther Platter – von der „politischen Korruption“ informiert?

3. Waren TIWAG-Aufsichtsratspräsident Ferdinand Eberle bzw. der von ihm geführte Aufsichtsrat von diesen Vorgängen informiert?

4. Wenn ja, wie wurde diese Vorgangsweise kommentiert bzw. behandelt?
5. Wer bei der TIWAG hat diese „politische Korruption“ in Auftrag gegeben?

6. Hat der TIWAG-Vorstand dazu einen Auftrag aus dem Aufsichtsrat erhalten?

7. Wieviel Geld hat die TIWAG via Agenturen und Berater (z.B. Agentur Hofherr) für die Werbekampagne von BM Raich bezahlt?

8. Welche „Gegenleistungen“ bzw. Gegenwert steht diesem Finanzleinsatz gegenüber?

Zum Themenbereich weitere Gemeinderatswahlen:

9. Ist die dokumentierte Vorgangsweise ein Einzelfall oder gibt es weitere Beispiele in Gemeinden mit Kraftwerksplänen der TIWAG?

Wenn ja,

10. in welchen anderen Gemeinden (z.B. Matrei) und in welchem Umfang?

11. Wieviel Geld hat die TIWAG via Agenturen und Berater, (z.B. Agentur Hofherr) für diese Werbekampagnen insgesamt bezahlt?

12. Gibt es im Gegenzug zu diesen Leistungen dokumentierte Abmachungen wie im Fall des Kaunertaler Bürgermeisters?

13. War die TIWAG-Generalversammlung – LH Günther Platter – informiert?

14. Waren TIWAG-Aufsichtsratspräsident Ferdinand Eberle bzw. der von ihm geführte Aufsichtsrat informiert?

15. Wenn ja, wie wurde diese Vorgangsweise kommentiert bzw. behandelt?

16. Wer bei der TIWAG hat diese Fälle in Auftrag gegeben?

17. Hat der TIWAG-Vorstand dazu einen Auftrag aus dem Aufsichtsrat erhalten?

Zum Themenbereich Ausgaben für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen:

18. Ist die Verwendung von TIWAG-Mitteln für eine Bürgermeister-Kampagne durch die Satzungen der TIWAG gedeckt?

19. Ist die Verwendung von TIWAG-Mitteln für eine Kampagne gegen eine Bürgerinitiative bzw. konkurrierend wahlwerbende Gemeinderatsliste durch die Satzungen der TIWAG gedeckt?


21. Wie hoch sind die Kosten für diese Einschaltungen?

Wir ersuchen Sie, diesen Prüfauftrag an den Landesrechnungshof weiterzuleiten.

Mit freundlichen Grüßen

[Signatures]
Politische Korruption in Dokumenten:
Wie sich die TIWAG den Bürgermeister vom Kaunertal gekauft hat


Gemeinde Kaunertal

BM Pepi Raich kandidiert wieder. Für ihn ist die Wiederwahl wichtig. Auch für die TIWAG ist es wichtig mit Raich den gewohnten und verlässlichen Ansprechpartner zu haben.

Die Gegner werden Raich vorwerfen, dass er der TIWAG als BM und Obmann der Agrargemeinschaft Birgulpe alles erlaubt und das Tal an die TIWAG verkauft und dabei womöglich persönlich profitiert.

Pepi Raich braucht Unterstützung


„Kommunikatives Grundrauschen sicherstellen“

Nach dem Plan der TIWAG soll der hörige Bürgermeister unterstützt, die Bürgerinitiative aber ausgebootet werden. Die Lokalzeitung „Oberländer Rundschau“ (über einen teuren Kooperationsvertrag das Propagandasprachrohr der TIWAG in der Region) erhält eindeutige Anweisungen, was sie zu tun hat:

Vermerk für Herrn Fredy Pfurtscheller

Tiroler Woche und Oberländer Rundschau


Gemeinde Kaunertal


Raich wird klare Forderungen an die TIWAG und an das Land stellen. Er wird sich von der TIWAG abgrenzen. Dabei sollte er unterstützt werden, hält nicht zu pointieren. Er neigt zu Formulierungen, die er so drastisch nicht unbedingt meint.
Keine Bühne brauchen:

- Die Gegner von „Lebenswertes Kaunertal“
- Listen im Wahlkampf gegen Raich und das Kraftwerk
- Eugen Larcher, Ex BM, Ex TiWAG Angestellter und immer noch Gf der Gletscherbahnen, der Raich und die TiWAG schikaniert wo es nur geht. Man könnte ihn höchstens fragen, warum er das macht.
- Hans Rubatscher, wenn er unrealistische Forderungen stellt
- alle, die mit der TiWAG (Abgeltungen, Arbeitsplätze etc.) nicht zufrieden sind

Agentur Hofherr, Dezember 2009

Fredy Pfurtscheller ist Großkundenbetreuer von „Tiroler Woche / Oberländer Rundschau“

Von langer Hand geplant

Bereits Anfang 2009 beginnt man in der TiWAG „strategische Überlegungen“ anzustellen, wie die Marionette Raich im Bürgermeisteramt gehalten werden kann.

3. Strategische Überlegungen


Agentur Hofherr, Jänner 2009

Raich weiß genau, wie sehr ihn die TiWAG braucht. Er nützt das aus und lamentiert dementsprechend.

Agentur Hofherr, April 2009

<table>
<thead>
<tr>
<th>Kraftwerksprojekt Kaunertal</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Vermerk über ein Telefongespräch von mit BM Pepi Raich, Kaunertal vom 22.04.2009</td>
</tr>
</tbody>
</table>

Zusammenfassung

Der BM stellt fest, dass die Situation derzeit schwierig bis dramatisch ist. Die Bürgerinitiative sei sehr aktiv und die Gemeinde und er als BM hätten nichts vorzuweisen. Es gäbe weder eine konkrete Zusage der TiWAG oder des Landes für Verhandlungen oder Maßnahmen die umgesetzt würden.

Der Gemeinderat würde in dieser Situation eher gegen Verhandlungen stimmen, als dafür. Er gerate zunehmend unter Druck.

Die Bürgerinitiative, die fähige Leute habe, mache Druck auf mehr Information und eine Gemeindeversammlung. Es drohe die an und für sich gute Stimmung zu kippen.

Im Hintergrund hat der Alt-BM, der immer wieder von Hausaufgaben rede, welche die TiWAG zu erledigen habe. (Die lawinensichere Zufahrt zum Gletscher sei aber nicht das vordringlichste Anliegen der Kaunertaler)
Im Jahr 2005 hatte die TIWAG die PR-Agentur Hofherr Kommunikation beauftragt, die von der Bevölkerung abgelehnten Kraftwerksprojekte bei dieser durchzudrücken. Seither stürmen dort diese Berater mit einem Millionen-Euro-Aufwand an dieser Aufgabe herum.

Insbesondere setzen sie, von Ossiach bis ins Stubai und vom Ötztal bis ins Paznaun, auf die willigen Bürgermeister. Mit ihnen gibt es laufend Geheimtreffen und bereits Mitte 2009 vertrauliche Vorabstimmungen auf den Gemeinderatswahlkampf.


Es ist zu bedenken, dass in den Gemeinden zu dieser Zeit bereits der Wahlkampf für den Gemeinderat läuft und die BM auch nicht immer können, wie sie möchten und auf die Stimmung Rücksicht nehmen müssen.

Agentur Hofherr, Juli 2009

Das ganze geschieht natürlich im Wissen und mit Auftrag des TIWAG-Vorstands. Direktor Wallnöfer (DW) wird laufend informiert. Auch über die „Unterstützung“ der Bürgermeister (BM), insbesondere des „BM Raich“, wie ein interner Aktenvermerk belegt:

**Besprechen mit DW**

**Kaunertal**

Zeitplan für Bekanntgabe Speicherstandort, Sprachregelung

Auswirkungen Gemeinderatswahlen (Unterstützung BM), BM Raich

Tendenz der TT: BI- lastige Berichterstattung (siehe Artikel)

Agentur Hofherr, September 2009

Das Ergebnis dieser Besprechungen mit Wallnöfer ist, dass die TIWAG dem Kaunertaler Bürgermeister den kompletten Gemeinderatswahlkampf 2010 ausrichten wird. Hofherr Kommunikation wird beauftragt, ein Konzept vorzulegen, das die erforderlichen Maßnahmen und einzusetzenden Werbemittel enthält:

**Der Wahlkampf des TIWAG-Bürgermeisters Pepi Raich**

**Gemeinderatswahl Kaunertal**

| Wahlkampfkonzept | vom 18.02.2010 |

Agentur Hofherr, Februar 2010

In der heißen Phase wird das Wahlkampfkonzept der TIWAG-Agentur Hofherr Punkt für Punkt umgesetzt. Wobei die TIWAG ihrem Bürgermeister – im wahrsten Sinn des Wortes – alles vor-schreibt, was er bis zum Wahltag von sich zu geben haben wird.
a) Hofherr erfindet, textet und gestaltet „seinen“ Werbefolder:

Sicherheit


Infrastruktur

Die Verbesserung der Infrastruktur und die Fortentwicklung der Infrastruktur sind ein wichtiger Faktor für das Wachstum. Wir wissen, dass die Infrastruktur die Grundlage für das Wachstum ist. Daher müssen wir die Infrastruktur verbessern und die Fortentwicklung der Infrastruktur vorantreiben.

Wir im Kauertal


Die Heimat: Mittlerer Donnergau und Ostmark


Sicherheit


Infrastruktur

Die Verbesserung der Infrastruktur und die Fortentwicklung der Infrastruktur sind ein wichtiger Faktor für das Wachstum. Wir wissen, dass die Infrastruktur die Grundlage für das Wachstum ist. Daher müssen wir die Infrastruktur verbessern und die Fortentwicklung der Infrastruktur vorantreiben.

Wir im Kauertal


Die Heimat: Mittlerer Donnergau und Ostmark


b) Hofherr verfasst „seinen“ Brief an die „lieben Kaunertalerinnen und Kaunertaler“:

Kauertal, am 8. März 2012

Lieber Kaunertalerinnen und Kaunertaler!

Am Samstag trafen die Gemeinde- und Bürgermeisterkreise der Va. Die alle einsahen dass in diesem Fall das Kauertal als Gemeinde und als Bürgermeisterei zu verantworten war.


Unser gemeinsamer Ziel ein weiteres Jahr nach 2012 wollen wir auch schon in einem Informationsblatt ausführlich eingehend. So meinen wir:

- die Fortentwicklung der Lebensverwandtschaften
- der Schutz unserer Lebensverwandtschaften durch weitere Lebensverwandtschaften und Sicherheitsmaßnahmen
- den Ausbau und die Fortentwicklung der Infrastruktur (z.B. Kaunertalerinnen)
- die Förderung der Vereine und das Dazustellung von Leistung


Gruß

Dr. Reich
Geschäftsführer der Gemeinde Kauertal

Die Wahlkreis sind von links: politische Arbeit, Arbeitskreise der Gemeinde Kauertal, 52 76 12 00 00

Links: Hofherr-Vorgabe (Seite 2), rechts: Raich-Werbemittel (Seite 3) Zum Vergrößern auf die jeweilige Seite klicken!
c) Hofherr verfasst „seinen“ Brief an die „lieben jungen Kaunertaler und Kaunertalerninnen“:

Links: Hofherr-Vorgabe, rechts: Raich-Werbemittel
Zum Vergrößern auf die jeweilige Seite klicken!

Aber nicht nur das


Die TIWAG-Agentur verfasst die „Anmerkungen von Pepi Raich“ und bringt diese dann auch noch in der Oberländer Rundschau unter:
Anmerkungen von BM Pepi Raich zu den Aussagen von Bruno Wallnöfer in der Oberländer Rundschau

Habe mich von Beginn an skeptisch zum Speicherstandort Fernergriß geäußert. Daran hat sich nichts geändert.


Klar ist, dass die Gemeinde Kaunertal als Standortgemeinde des bestehenden Speichers von einem neuen Projekt erheblich profitieren muss. Wir werden erst dann entscheiden, wenn das Paket am Tisch liegt und wir wissen, was wir zu erwarten haben.

Der Verlust an Landschaft und die möglichen Folgen für den Sommertourismus müssen in die Entscheidung einbezogen werden. Es kann und darf nicht nur um Geld gehen. Es geht darum, dass bei Abwägen der Vor- und Nachteile die Vorteile nicht nur überwiegen. Es müsste sich eine große Chance für das Kaunertal auflösen.

Wir würden sicher anders verhandeln, als beim ersten Projekt. Die Zeiten haben sich geändert. Wenn die TIWAG bei uns investiert und letztlich davon auch profitiert, wollen wir unseren Teil des Kuchens bekommen.

Agentur Hofherr, Februar 2010

Selbst die Reaktion Raichs auf die TIWAG wird ihm also von der TIWAG vorgeschrieben: oben der fertige Text von Hofherr Kommunikation, unten dessen wortgetreue Wiedergabe durch Raich in der Oberländer Rundschau vom 4. Februar 2010:
Es muss sich eine große Chance auftun

Kaunertal: Bgm. Pepi Raichs Erwartungen an die Tiwag

(dgh) Bgm. Pepi Raich will „jetzt ins Tal etwas weiterbringen“ und das Kaunertal „nicht von der Kraftwerksdiskussion liehnen lassen“. Aber: Die Tiwag kann sich auf etwas gefasst machen.


KUCHEN FÜR KAUNER-

TAL. Sollte sich die Tiwag für Fernergries entscheiden, prophezeite Raich einen „intensiven Entscheiderprozess“. Letztendlich entstehe an der Mehrheit der Kaunertaler über die Haltung des Gemeinderates, kündigte er an. Ob’s eine Völkerabstimmung geben würde, sei die Entscheidung des Gemeinderates. Klar sei für Raich, dass das Kaunertal als Standortgemeinde des neuen Projekts erheblich profitieren muss. Es muss sich eine große Chance für Kaunertal auftun, sonst gäbe’s nichts zu tun.“ Raich will „einen großen Teil des Gesamtkuchens“ für das Tal. Er hat auch die Genügsamkeit der Tiwag in Sachen Kraftwerk bis zum nächsten Jahr nicht vergessen. Es werde vor kurzem ein Talvertrag ausgehandelt, nachdem bei Inhabernehmung vor 50 Jahren keine Entscheidungen für die betreffenden Gemeinden vereinbart worden waren. Man müsse auch im Kaunertal über die Vorgangsweise reden, also das bestehende Kraftwerk und die dazugehörigen Entscheidungen. In Sachen „Küh“ bitte habe die Tiwag „sich halt“ agiert, „und bei uns soll es nicht mehr angestaut werden!“, schrieb Raich. Nachsatz: „Das erwarten wir uns selbstverständlich auch.“

Wenige Tage vor der Wahl organisiert die TiWAG für Pepi Raich noch einen Pressetermin, für den sie ihn auch mit fertigem Sprechtext ausstattet. Da die Gefahr groß ist, dass die Gegner des Fernergriespeichers bei der Wahl sehr gut abschneiden werden, darf, nein, muss der Bürgermeisterkandidat der TiWAG sich jetzt sogar ein bisschen widerständig geben: „Sollte die Tiroler Wasserkraft ein konkretes, im Detail ausgearbeitetes Projekt einreichen, werden wir uns als Wahlwerber der Heimatliste unter Einbeziehung des bereits beauftragten Rechtsanwaltes gegen den Bau des zweiten Speichers im Fernergries wehren. Im Falle einer Erweiterung werden wir uns dafür einsetzen, dass die gesamte Talbevölkerung einmalig und dauerhaft entschädigt wird.“ Wortwörtlich spricht der ferngesteuerte TiWAG-Mann Raich das nach und brav drückt die TiWAG-hörige Rundschau das 1:1 ab, drei Tage vor der Wahl: „Sollte die Tiroler Wasserkraft ein konkretes, im Detail ausgearbeitetes Projekt einreichen, werden wir uns als Wahlwerber der Heimatliste unter Einbeziehung des bereits beauftragten Rechtsanwaltes gegen den Bau des zweiten Speichers im Fernergries wehren. Im Falle einer Erweiterung werden wir uns dafür einsetzen, dass die gesamte Talbevölkerung einmalig und dauerhaft entschädigt wird.“
Ein „ehliches Programm für die Zukunft des Kaunertals“?


Codename „Sonderprojekt Kaunertal“


<table>
<thead>
<tr>
<th>Mitarbeiter</th>
<th>Datum</th>
<th>Stunden</th>
<th>Projekt</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Hofherr</td>
<td>03.02.2010</td>
<td>1,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Hofherr</td>
<td>22.02.2010</td>
<td>1,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Hofherr</td>
<td>24.02.2010</td>
<td>1,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>3,00</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Stark</td>
<td>11.02.2010</td>
<td>0,75</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>0,75</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>01.02.2010</td>
<td>4,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>03.02.2010</td>
<td>2,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>04.02.2010</td>
<td>1,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>11.02.2010</td>
<td>3,50</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>16.02.2010</td>
<td>4,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>18.02.2010</td>
<td>7,75</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>19.02.2010</td>
<td>4,25</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Gruber</td>
<td>23.02.2010</td>
<td>3,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>30,50</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Jurschitz</td>
<td>18.02.2010</td>
<td>5,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Jurschitz</td>
<td>22.02.2010</td>
<td>0,90</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Jurschitz</td>
<td>23.01.2010</td>
<td>0,25</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Jurschitz</td>
<td>24.02.2010</td>
<td>0,90</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Jurschitz</td>
<td>24.02.2010</td>
<td>1,50</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Jurschitz</td>
<td>25.02.2010</td>
<td>1,00</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td>Jurschitz</td>
<td>25.02.2010</td>
<td>4,25</td>
<td>Sonderprojekt Kaunertal</td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td></td>
<td>13,00</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Gesamtsch.</td>
<td></td>
<td>34,25</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

Agentur Hofherr, Februar 2010

Anlage 2

Beratungsunternehmen im Managementbereich

- A.T.Kearny
- BWI-Unternehmensberatung GmbH
- Czipin Consulting
- Delta Management Beratung GmbH
- Devoteam Consulting
- Ecomera Betriebsberatung GmbH
- Horvath&Partners Management Consultants
- Neumann International AG
- next level consulting
- Sistema Consulting
- Steria Mummert Consulting
- The Advisory House
- Transformation Consulting
### Anlage 3 - Leistungsnachweise der Agentur Hofherr kommunikation 2008 - 2010

<table>
<thead>
<tr>
<th>Leistungsnachweise</th>
<th>Inhalte</th>
<th>Datum</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td><strong>Allgemein</strong></td>
<td></td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Präsentationsunterlagen (31 Seiten)</td>
<td>Offensive Energie Effizienz</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Strategie- und Maßnahmenpapier (24 Seiten)</td>
<td>Offensive Energie Effizienz</td>
<td>16.01.2009</td>
</tr>
<tr>
<td>Strategiepapier (5 Seiten)</td>
<td>Offensive Energie Effizienz</td>
<td>06.04.2009</td>
</tr>
</tbody>
</table>

<table>
<thead>
<tr>
<th>Projektübergreifend</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Überlegungen zur Bürgerinformation (4 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>Berichte über die Situation in den Projektsgemeinden (55 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>Vorbereitung Hintergrundgespräch (2 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (3 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>Argumentarien Kriterienkatalog Wasserkraft (8 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>Maßnahmenplan (2 A3-Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>Leitfaden (8 Seiten)</td>
</tr>
</tbody>
</table>

### Kaunertal

<p>| Vorschlag für Vorgangsweise erstes Halbjahr 2008 (2 Seiten) | Ausgangsbasis, Überlegung, Maßnahmen | 20.01.2008 |
| Vorschlag für Vorgangsweise 2008 (1 Seite) | Kommunikative Ausgangsbasis, Überlegung | 03.07.2008 |
| Vorlage Pressekonferenz (5 Seiten) | Inhalt und Ablauf, mögliche Fragen, Ergebnisse und Analysen Landtagswahl | 08.10.2008 |</p>
<table>
<thead>
<tr>
<th>Dokumenttyp</th>
<th>Inhalt</th>
<th>Datum</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>Maßnahmenplan (1 A3-Seite)</td>
<td>Maßnahmen, Details, Ziel, To do</td>
<td>Oktober 2008 - Feber 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>Newsletter 02/08 (2 mal 2 und 1 mal 4 Seiten)</td>
<td>Projektinformation für Bewohner des Kaunertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen, Fendels, Sölden, St. Leonhard</td>
<td>Dezember 2008</td>
</tr>
<tr>
<td>Newsletter 01/09 (2 mal 2 und 1 mal 4 Seiten)</td>
<td>Projektinformation für Bewohner des Kaunertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen, Fendels, Sölden, St. Leonhard</td>
<td>Mai 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>Newsletter 02/09 (2 Seiten)</td>
<td>Projektinformation für Bewohner des Kaunertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen und Fendels</td>
<td>Juni 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>Newsletter 03/09 (2 Seiten)</td>
<td>Projektinformation für Bewohner des Kaunertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen und Fendels</td>
<td>August 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>Maßnahmenplan (1 A3-Seite)</td>
<td>Maßnahmen, Details, Ziel, To do</td>
<td>Oktober 2009 - Feber 2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Newsletter 04/09 (2 Seiten)</td>
<td>Projektinformation für Bewohner des Kaunertals</td>
<td>Dezember 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>Maßnahmenplan Sonderprojekt Kaunertal (1 A3- Seite)</td>
<td>Maßnahmen, Details, Ziel, To do</td>
<td>Feber 2010 - Juli 2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Informationsblatt (2 A3-Seiten)</td>
<td>Erneuerung Druckschacht u Wasserschloss</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>Newsletter Standort Platzertal (1 mal 2 und 1 mal 5 Seiten)</td>
<td>Projektinformation für Bewohner des Kaunertals und der Gemeinden Pfunds, Tösens</td>
<td>15.03.2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Vermerk Einschätzung und Vorgangsweise neuer Speicherstandort (8 Seiten)</td>
<td>Sondierstollen, Speicherstandorte, Gemeinden Pfunds und Tösens, Strategie</td>
<td>19.03.2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Kommunikationsüberlegungen Neubau Druckschacht KW Kaunertal (4 Seiten)</td>
<td>Ausgangslage, Strategische Überlegungen, Projektbegründung</td>
<td>07.04.2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Maßnahmenplan Druckschacht Kommunikationsmaßnahmen (1 A3-Seite)</td>
<td>Maßnahmen, Details, Ziel, To do</td>
<td>April 2010 - September 2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Newsletter (4 Seiten)</td>
<td>Projektinformation für Bewohner des Kaunertals</td>
<td>Mai 2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Medieninformation (2 Seiten)</td>
<td>Projektinformation Platzertal</td>
<td>15.05.2010</td>
</tr>
<tr>
<td>Datum</td>
<td>Beschreibung</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>---------------------</td>
<td>-------------------------------------------------------------------------------</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>25.5.2010</td>
<td>Ablaufplan für den 25.5.2010, Medieninformation (2 Seiten)</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td></td>
<td>Treffen Bürgermeister, Projektvorstellung Gemeinderäte, Pressetermin</td>
<td></td>
</tr>
<tr>
<td>25.5.2010</td>
<td>Pressetext Medientermin Erneuerung Druckschacht und Wasserschloss</td>
<td></td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Sellrain-Silz**

<table>
<thead>
<tr>
<th>Datum</th>
<th>Beschreibung</th>
</tr>
</thead>
<tbody>
<tr>
<td>18.05.2010</td>
<td>Treffen Bürgermeister</td>
</tr>
<tr>
<td>18.05.2010</td>
<td>Projektvorstellung Gemeinderäte</td>
</tr>
<tr>
<td>20.02.2008</td>
<td>Ausgangsbasis, Ziele, Strategie, Maßnahmen</td>
</tr>
<tr>
<td>01/08</td>
<td>Präsentationsunterlagen (27 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>01/08</td>
<td>Projektinformation für Bewohner der Gemeinde Neustift</td>
</tr>
<tr>
<td>01/08</td>
<td>Tourismus in Kühtai</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Newsletter (2 mal 2 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz und Neustift</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Tourismus in Kühtai für Mitglieder-versammlung am 2.4.2008</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Newsletter (2 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Projektinformation für Bewohner der Gemeinde Neustift</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Juli 2008</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Newsletter (2 mal 2 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz und Längenfeld</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>August 2008</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Newsletter (2 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Projektinformation für Bewohner der Gemeinde Längenfeld</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Oktober 2008</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Informationsblatt (4 A3-Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Wasserkraftausbau</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Überlegungen zur Bürgerinformation Gries im Sulztal (2 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Überlegungen zu einer Info-Veranstaltung</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Newsletter 01/08 (4 mal 2 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz, Neustift, Längenfeld</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>sowie des Sellrain- und Nedertales</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>März 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Maßnahmenplan (1 A3-Seite)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Maßnahmen, Details, Ziel, To do</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>März - Juli 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Informationsblatt (6 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Lobbying UVP-Gesetz und WR-Gesetz (Zielsetzung, Zielpersonen)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>12.05.2009</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (4 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>SWOT, Wording, Maßnahmen</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>26.05.2009</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Maßnahmenplan UVE Einreichung (1 A3-Seite)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Maßnahmen, Details, Ziel, To do</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Juni - Oktober 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Vorlage Pressekonferenz (3 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Inhalt und Ablauf</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>08.10.2008</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Newsletter 02/09 (3 mal 4 Seiten)</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz, Neustift und Längenfeld</td>
</tr>
<tr>
<td>02/08</td>
<td>November 2009</td>
</tr>
<tr>
<td>Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (5 Seiten)</td>
<td>Ausgangsbasis und Szenario, Handlungsoptionen, Maßnahmen</td>
</tr>
<tr>
<td>Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (2 Seiten)</td>
<td>Kraftwerksprojekt Kühtai - Wieso jetzt einreichen?</td>
</tr>
<tr>
<td>Medieninformation (3 Seiten)</td>
<td>Projekteinreichung bei UVP-Behörde</td>
</tr>
<tr>
<td>Sondernewsletter Silzer Messe (4 Seiten)</td>
<td>Projektinformation</td>
</tr>
</tbody>
</table>

**Tauernbach**

| Newsletter 01/09 (1 Seite) | Projektinformation | Oktober 2009 |
| Lobbying Planquadrat (1 A3-Seite) | | |
| Maßnahmenplan (1 A3-Seite) | Maßnahmen, Details, Ziel, To do | Sept. 2009 - Jänner 2010 |
| Vorschlag für Vorgangsweise (8 Seiten) | Ausgangslage, Kommunikatives Umfeld, Analyse, Überlegungen und Strategie, Maßnahmen | 14.04.2010 |

**RKI Breitenbach**

| Bürgerinformation (2 Seiten) | Projektinformation | Oktober 2009 |
| Maßnahmenplan (1 A3-Seite) | Maßnahmen, Details, Ziel, To do | August - Dez. 2009 |
| Vorgangsweise "Startschuss" (2 Seiten) | Vorgangsweise, Wording, Fragen und Antworten | 31.08.2009 |
| Präsentationsunterlagen (10 Seiten) | Kommunikation Phase I | |
| Medieninformation (2 Seiten) | Projektinformation | 25.09.2009 |
| Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise Grundeigentümer (1 Seite) | Ablauf, To Dos | 10.10.2009 |
Anlage 4

Sponsoring Sport:

Sportvereine

- FC Wacker Innsbruck (Fußball)
- HC Tiroler Wasserkraft Innsbruck (Eishockey)
- HIT - Handball Innsbruck Tirol
- Hypo Tirol Volleyballteam (Volleyball Herren)
- Landesradsportverband
- Österreichischer Rodelverband
- SV Kühtaier Liftanlagen Raika Silz 1930 (Volleyball)
- Swarco Raiders Tirol (American Football)
- Tennisclub IEV Tiroler Wasserkraft
- TI - Volley (Volleyball Damen)
- Tiroler Skiverband

Sportveranstaltungen

- Achenseelauf
- ASVÖ Jugendspiele
- Finale Rhythmische Sportgymnastik
- Kaunertaler Gletscher Radevent
- Kaunertaler Gletscher Stauseelauf
- Kaunertaler Opening
- Ötztal Weltcup Opening
- Radrennen “Bergkaiser“
- Radweltmeisterschaft
- Schi WM Val d’Isere Tirol Berg
- Special Olympics
- St. Anton Tennis Trophy
- Tiroler Sportlerwahl
- UEFA EURO 2008
- World Masters der Professionals (Tanz)
Sponsoring Kultur und Gesellschaft
Sponsorprojekte (Empfänger und / oder Veranstaltung)

- 200 Jahr-Feier Andreas Hofer
- Agrargemeinschaft Falkauns-Alpe
- Agrargemeinschaft Mils (Revitalisierung Milser Auen)
- Agro Alpin Messe
- Alpenzoo (Woluaufzuchtprogramm)
- Alpinarium Galtür
- Ball der Tiroler Wirtschaft
- Fernsehproduktion „Winter im Defreggental“
- Festwochen der alten Musik
- Fischereiverband (Rettung Inn-Äsche)
- Franz Gschnitzer Preis
- Freiwillige Feuerwehr Kappl
- Freiwillige Feuerwehr Silz
- Gemeinde Faggen (Feuerwehrauto)
- Gemeinde Hopfgarten iD (Mühlegglift, Bauschlussfeier)
- Gemeinde Kauns (Kleinlöschfahrzeug, Kinderspielplatz)
- Gemeinde Prägraten iO - Schilifte
- Gemeinde Silz (Wasserbegegnungsplatz, Kinderspielplatz u.a.)
- Gemeinde St Sigmund iS (Tourenlehrpfad)
- Gemeinde Telfs (50% für Volksschauspiele)
- Hoch Oetz Schiregion
- Kühtai Bergbahnen
- Landes-Feuerwehrverband
- Matzener Sommer
- Medaillenevent Olympiateilnehmer
- Moser Holding (Tiroler Kultur- und Veranstaltungskalender)
- Musikkapelle Wilten
- Oldtimerclub Ötztal
- Öst. Wasser-Abfallwirtschafts Verband
- Österreichische Bundesforste (Naturschutzprojekt)
- Ötztal
- Ötztaler Heimat- u Freilichtmuseum
- Pfarramt Silz (Jugendheim Silz)
- Regionalmanagement für den Bezirk Landeck (z.T. für Energieleitbild Landeck)
- Schlager im Schnee
- Schlepplift Gries i.S.
- Schützengilde Kaunertal
- Souveräner Malteser-Ritter-Orden (Sommerlager)
- Tanzsommer
- Tierschutzverein Tirol
- Tirol Werbung (Tirol Snowcard)
- Tiroler Bildungsforum (Tagung erneuerbare Energie)
- Tiroler Kaiserjägermusik
- Tiroler Volksmusikverein (Alpenländischer Volksmusikwettbewerb)
- Tourismusverband Paznaun - Ischgl
- Verein Alt-Finstermünz
- Wallfahrtskirche Kaltenbrunn
- WIKO- EcoRegio Symposium
- Wiltener Sängerknaben
Anlage 5

Liste der Printmedien:

- Academia
- Bauernzeitung GmbH
- Bezirksblätter
- Der Schlossbichler
- Der Standard
- Die Presse
- ECHO Zeitschriften u. Verlags GmbH
- Econova Wirtschaftsmagazin
- EW Medien u Kongresse GmbH
- Exklusiv Verlag GmbH
- Heimat Werbung Tirol
- Horizonte
- Industriemagazin Verlag GmbH
- Journalverlag GmbH
- Kaiserblick Media KG
- Kleine Zeitung
- Krone/Kurier Tirol
- Kurt Egger, Rundschau-Zeitungsverlag
- Oberländer Verlags - GmbH
- ÖPU-Nachrichten
- Osttirol Journal
- Osttiroler Bote
- Politische Akademie der ÖVP
- RS Medien GmbH
- Salzburger Nachrichten
- Tiroler Mittelschülerverband
- Tiroler Tageszeitung
- Tiroler Wirtschaft
- Tiroler Woche
- Tirolerin Verlags GmbH
- Unsere Generation
- Weekend Magazin GmbH
- WestMedia Verlags-GmbH
- Wirtschaft im Alpenraum
- Wirtschaftsblattverlag
- Wirtschaftsnachrichten
- Zielgruppen Verlag - Zeitschrift West

Liste Hörfunk und Fernsehen:

- Antenne Österreich
- LFT Lokal Fernsehen Tirol
- Life Radio Tirol
- Lokal Radio Ibk - Welle
- ORF Club Radio Tirol
- ORF Radiospots
- Radio Osttirol
- Schubert TV FilmProduktion
- Tirol TV
- TV-u Filmproduktions GmbH
- Welle Tirol
Anlage 6

Liste Agenturen

- Agentur Resch
- AlpEvents GmbH
- Black Moon Event GmbH
- Boarders Palace Marketing
- Inn-Puls Kommunikationsagentur
- Luna Promotion
- Musik- und Werbeagentur
- OK Event Organisation
- PPI United Werbeagentur
- Seniormedia Marketing GmbH
- Silberball Bregenz GmbH
- Tirol Musikkontakt
- Zweiraum Werbeagentur