

---

**Bericht über die  
Sonderprüfung  
bei der TIWAG zum „Sonderprojekt Kaunertal“  
sowie der Verwendung der für Werbung,  
Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen  
bilanzierten Mittel in den Jahren 2008, 2009 und  
2010 bisher**

## Abkürzungsverzeichnis

a.o.	außerordentlich
CBL	Crossboarder 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
lt.	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](mailto:landesrechnungshof@tirol.gv.at)

Erstellt: Oktober 2010 - März 2011

Herstellung: Landesrechnungshof

Redaktion: Landesrechnungshof

Herausgegeben: BE-0101/74, 5.5.2011

# Inhaltsverzeichnis

---

1. Allgemeines.....	2
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 kommunikation .....	17
3.1. Auftrag .....	17
3.2. Leistungsabrechnungen.....	17
3.3. Leistungsnachweise.....	17
3.3.1 Stundenaufzeichnungen .....	17
3.3.2 Schriftliche Aufzeichnungen .....	17
3.4. Einzelne Leistungen.....	17
4. Öffentlichkeitsarbeit.....	17
4.1. Allgemeines .....	17
4.2. Sponsoring.....	17
4.3. Externe Beratungsunternehmen .....	17
4.4. Einschaltungen in Medien .....	17
4.5. Veranstaltungen und Agenturen.....	17
5. Sponsoring in Kraftwerksgemeinden .....	17
5.1. Gemeinde Silz .....	17
5.2. Gemeinde Kاونertal .....	17
5.3. Marktgemeinde Matri i.O.....	17
5.4. Andere Projektsgemeinden.....	17
5.5. Exkurs: Sonstige Zuwendungen an Gemeinden.....	17
6. Zusammenfassende Bemerkungen.....	17

*Anhang: Stellungnahme der Regierung*



# Sonderprüfung bei der TIWAG zum „Sonderprojekt Kاونertal“ sowie der Verwendung der für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen bilanzierten Mittel in den Jahren 2008, 2009 und 2010 bisher

**Sonderprüfung**                      Gemäß § 3 Abs. 3 lit. d des Tiroler LRHG<sup>1</sup> haben der Grüne Landtagsklub und der fritzklub Bürgerforum Tirol mit Schreiben vom 6.5.2010 einen Antrag auf Sonderprüfung bei der TIWAG zum „Sonderprojekt Kاونertal“ sowie der Verwendung der für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen bilanzierten Mittel in den Jahren 2008, 2009 und 2010 bisher gestellt. Dem Prüfungsauftrag waren 22 Fragen und ein der Internetseite 'www.dietiwag.org' entnommenes zehenseitiges Konvolut betreffend Gemeinderatswahl 2010 der Gemeinde Kاونertal iVm der TIWAG und der Agentur Hofherr kommunikation GmbH beigefügt (siehe Anlage 1).

**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 Prüfungszeitpunkt 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<sup>2</sup> eine mit 1.1.2011 in Kraft getretene Kompetenzerweiterung für den Rechnungshof in Bezug auf Gebarungsprüfungen von Gemeinden beschlossen hat. Weiters hat er die Landesverfassungsgesetzgeber ermächtigt, Regelungen

---

<sup>1</sup> Gesetz vom 12.12.2002 über den Tiroler Landesrechnungshof (Tiroler Landesrechnungshofgesetz), LGBl. Nr. 18/2003.

<sup>2</sup> u.a. Änderung des Bundes-Verfassungsgesetzes und des Rechnungshofgesetzes 1948, kundgemacht am 14.12.2010 im BGBl. Nr. 98/2010.

vorzusehen, 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** Der LRHD hat mit Prüfungsauftrag vom 7.7.2010 eine Sonderprüfung angeordnet. Eine Prüferin und ein Prüfer des LRH haben damit in der 37. Kalenderwoche begonnen. Sie führten die Einschau vorwiegend in den Räumlichkeiten der TIWAG durch.

Das Unternehmen stellte den Prüfern alle angeforderten Unterlagen zur Verfügung und gab die hierzu notwendigen Auskünfte. Die Prüfer nahmen Einsicht in die bereitgestellten Akten, Buchhaltungs- und sonstigen prüfungsrelevanten Unterlagen. Weitere Gespräche hat der LRH auch mit dem Aufsichtsratsvorsitzenden der TIWAG, dem Landeshauptmann als Eigentümervertreter des Landes Tirol bei der Hauptversammlung der TIWAG sowie mit Vertretern der Agentur Hofherr Kommunikation geführt. Diese Gespräche waren zur Beantwortung der im Prüfungsauftrag enthaltenen Fragestellungen notwendig.

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

**Prüfungszeitraum** Entsprechend dem Prüfungsauftrag umfasste die Prüfung die Jahre 2008, 2009 und das erste Halbjahr 2010. Der LRH weist darauf hin, dass aufgrund der Unternehmenseigenschaft des geprüften Unternehmens die im Bericht angeführten Beträge durchwegs netto, d.h. ohne Umsatzsteuer, dargestellt sind.

## **1. Allgemeines**

**Satzung der TIWAG** Die Satzung der TIWAG enthält insbesondere Regelungen über den Gegenstand des Unternehmens, das Grundkapital und Aktien, die Organe (Vorstand, Aufsichtsrat und Hauptversammlung) sowie den Jahresabschluss. Diese Satzung hat die Hauptversammlung zuletzt am 10.5.2010 geändert. Die Änderungen betrafen insbesondere deren Anpassung an das Aktienrechtsänderungsgesetz 2009.

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

1. Planung, Bau und Betrieb energiewirtschaftlicher, insbesondere elektritätswirtschaftlicher 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**

bestehende  
Kraftwerke

Die TIWAG verfügt zum Prüfungszeitpunkt über neun große<sup>3</sup> sowie rd. 40 kleine Kraftwerke. Darüber hinaus verfügt der TIWAG-Konzern über viele Umspannwerke, Umspann- und Verteilerstationen sowie ein großes Leitungsnetz.

---

<sup>3</sup> Als große Kraftwerke gelten solche mit einer Leistung von mehr als 10 MW.

Zu den großen Erzeugungsanlagen der TIWAG zählen:

- Kraftwerksgruppe Sellrain-Silz mit den Kraftwerken Kühtai und Silz sowie den Speichern Finstertal und Längental (Höchstleistung 781 MW, Regeljahreerzeugung 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 Kaiserbach (11,7 MW, 61,4 GWh).

Das Kraftwerk Langkampfen ging - als letztes der vorhin erwähnten - Ende November 1998 in Betrieb. Seither wurden von der TIWAG keine neuen großen Kraftwerke errichtet. Die Bauinvestitionen der letzten Jahre bezogen sich durchwegs auf die Erhaltung und Verbesserung der Betriebssicherheit und Leistungsfähigkeit der bestehenden Erzeugungsanlagen.

Kraftwerksleistung	Im Jahr 2009 belief sich die gesamte verfügbare Kraftwerksleistung der TIWAG auf 1.540 MW, womit insgesamt 3.611 GWh erzeugt werden konnten. Die Wasserkraftwerke der TIWAG (wie auch jene anderer Tiroler Energieversorgungsunternehmen) zeichnen sich durch einen hohen Anteil an Speicherkraftwerken aus. Diese erzeugen hochwertige Spitzen- und Regelenergie, welche im thermohydraulischen Verbund im europäischen Netz gegen die zur Landesversorgung notwendige Grundlast abgetauscht wird. Ein Teil dieser Tauschverträge wurde zum 30.9.2010 vorzeitig beendet.
Stromverbrauch in Tirol	Der Anteil von Strom am gesamten Endenergieverbrauch <sup>4</sup> in Tirol lag im Jahr 2009 bei rd. 22 %. Der Tiroler Gesamtstromverbrauch betrug rd. 6.000 GWh und wurde zu rd. drei Viertel durch heimische Wasserkraft - zum Teil im Abtausch mit deutschen Elektrizitätsunternehmen - aufgebracht. Das restliche Viertel zur Deckung der Landesversorgung stand aus Bezugsrechten und getätigten Stromimporten zur Verfügung.

---

<sup>4</sup> 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	Die veränderten energiewirtschaftlichen und energiepolitischen Rahmenbedingungen (z.B. Liberalisierung der Strommärkte, EU-Energieaktionsplan, EU-Wasserrahmenrichtlinie, Energiestrategie Österreich, Nationaler Gewässerbewirtschaftungsplan usw.) haben in Tirol bezüglich der Frage der Nutzung von Wasserkraft zu einer intensiven und teils kontroversiellen Auseinandersetzung sowohl auf gesellschaftlicher als auch politischer Ebene geführt. Hervorgehoben wurde dabei auch die Wichtigkeit eines nachhaltigen Umgangs mit den vorhandenen Energieressourcen. Der Ausbau der erneuerbaren Energie im Allgemeinen und der Wasserkraft im Besonderen nahm einen hohen Stellenwert ein <sup>5</sup> .
politische Zielsetzungen	Der Tiroler Landtag und die Tiroler Landesregierung haben sich grundsätzlich und mehrfach zu einem weiteren, naturschonenden und umweltgerechten Ausbau der heimischen Wasserkraft bekannt (siehe etwa Regierungsprogramm 2008 - 2013 sowie Entschließung des Tiroler Landtags vom 6.7.2006). Das Bekenntnis zu einer umweltfreundlichen, sicheren und kostengünstigen Energieversorgung Tirols kommt auch im Energieleitbild Tirol 2000 - 2003 <sup>6</sup> und in der Tiroler Energiestrategie 2020 <sup>7</sup> sehr deutlich zum Ausdruck.
Energiestrategie	<p>Im Kontext zu den EU-Vorgaben verfolgt die Energiepolitik Österreichs und des Landes Tirol im Wesentlichen folgende Strategien:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Steigerung der Energieeffizienz und Energiesparen,</li><li>• Ausbau erneuerbarer Energien u.a. durch Wasserkraft und</li><li>• langfristige Sicherstellung der Energieversorgung.</li></ul> <p>Dadurch sollen die ambitionierten Klimaschutzzielvorgaben erreicht und die Abhängigkeit von Energieimporten vermindert werden.</p>
Optionenbericht	In Bezug auf den Kraftwerksausbau in Tirol hat die TIWAG im Jahr 2004 einen (16 Varianten umfassenden) Optionenbericht über mögliche Kraftwerksstandorte erstellt. Diesem Bericht lag insbesondere die Strategie zu Grunde, vorhandene Kraftwerke durch Zu- und Erweiterungsbauten ausbauen zu wollen.

<sup>5</sup> Das Klima- und Energiepaket der EU sieht etwa eine Steigerung des Anteil der erneuerbaren Energieträger bis zum Jahr 2020 (von derzeit 23,3 %) auf 34 % am Bruttoendenergieverbrauch vor.

<sup>6</sup> mit Beschluss vom 3.7.2003 vom Tiroler Landtag zur Kenntnis genommen.

<sup>7</sup> am 9.10.2007 von der Tiroler Landesregierung beschlossen.

Stellungnahme der Regierung	<p>Was die Anmerkung des Landesrechnungshofes 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.</p>
Synthesebericht	<p>Aufgrund kontroversieller Diskussionen beauftragte die Tiroler Landesregierung ein interdisziplinäres Team mit einer Vorprüfung dieses Berichtes. Dessen Ergebnis wurde im sog. Synthesebericht, den die Tiroler Landesregierung mit Beschluss vom 15.8.2005 zur Kenntnis genommen hat, festgehalten.</p> <p>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</p> <ol style="list-style-type: none"><li>1. Ausbau des Kraftwerkes Kaunertal</li><li>2. Ausbau der Kraftwerksgruppe Sellrain-Silz</li><li>3. Neubau eines Speicherkraftwerkes Malfontal und</li><li>4. Neubau eines Speicherkraftwerkes Matrei i.O.</li></ol> <p>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 (Ausleitungskraftwerk am Tauernbach) ausgearbeitet.</p>
Kriterienkatalog	<p>Das Land Tirol hat im März 2009 ein Expertenteam mit der Ausarbeitung eines Kriterienkatalog-Entwurfs zur Wasserkraftnutzung in Tirol beauftragt. Dieser Kriterienkatalog sollte Projektwerbern und Behörden eine Argumentationshilfe schaffen und der Bewertung einer sinnvollen Nutzung des vorhandenen Wasserkraftpotentials dienen. Der Entwurf wurde im Dezember 2009 präsentiert und einer breiten Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Der endgültige Kriterienkatalog, der auch die vielen Rückmeldungen und Stellungnahmen zum Entwurf berücksichtigen sollte, wurde am 15.3.2011 von der Tiroler Landesregierung beschlossen.</p>

### 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<sup>8</sup> enthält:

#### Ausbauprojekte der TIWAG

Projekte	Ausbauleistung	Regelerzeugung pro Jahr	Direkt betroffene Gemeinden	Am Rande betroffene Gemeinden
Ausbau Kraftwerksgruppe Sellrain-Silz (Speicherkraftwerk Kühtai 2)	130 MW	216 GWh	Silz, Längenfeld, Neustift	Fulpmes, Umhausen, Ötz, Sautens, Haiming, Roppen, Mötztal
Ausbau Kraftwerk Kaunertal				
Speichervariante Taschach	220 MW	627 GWh	Sölden, St. Leonhard i.P., Kaunertal, Prutz	Faggen, Längenfeld, Umhausen, Ötz, Sautens, Haiming, Roppen, Mötztal
Speichervariante Fernergrieß	200 MW	643 GWh	Sölden, Kaunertal, Prutz	St. Leonhard i.P., Faggen, Längenfeld, Umhausen, Ötz, Sautens, Haiming, Roppen, Mötztal

<sup>8</sup> diese Gemeinden werden im gegenständlichen Bericht als Projektsgemeinden bezeichnet. Im Gegensatz dazu sind Kraftwerksgemeinden solche, in denen bereits Kraftwerke betrieben werden.

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

\* lt. Presseaussendung der TIWAG vom 4.2.2011 wird diese Variante als bestgeeigneter Standort für einen Oberstufenspeicher zur Ausführung vorgeschlagen.

Bei den beiden erstgenannten Projekten handelt es sich um Ausbauprojekte von bereits bestehenden Kraftwerken. Beide Projekte sind UVP-pflichtig. Die TIWAG hat das Projekt Speicherkraftwerk Kühtai samt Umweltverträglichkeitserklärung am 23.12.2009 bei der Tiroler Landesregierung eingereicht und den Antrag auf Durchführung einer UVP gestellt.<sup>9</sup> Für das Speicherkraftwerk Kaunertal wurden zum Prüfungszeitpunkt die Entscheidungsgrundlagen vorbereitet.

<sup>9</sup> Das Einreichoperat besteht aus 38 Ordnern mit rd. 10.800 Seiten und 53 Plänen.

Für die kleineren Kraftwerksprojekte Bruckhäusl und Finsing waren aufgrund ihrer Größe keine aufwändigen UVP-Verfahren notwendig, sodass diese Bewilligungsverfahren (Naturschutz, Wasserrecht) rascher abwickelbar waren. Beide Projekte betreffen bereits bestehende Kraftwerksanlagen, die sowohl baulich als auch elektro-maschinell überaltet waren. Aus wirtschaftlichen Gründen wurde von einer Generalsanierung abgesehen und stattdessen ein Neubau geplant.

Beteiligungen an Projekten

Neben diesen eigenen Wasserkraftprojekten ist die TIWAG auch an weiteren Projekten, so etwa am grenzüberschreitenden Kraftwerksvorhaben Gemeinschaftskraftwerk Inn - GKI mit 36 %<sup>10</sup> oder am Regionalkraftwerk Inn Kundl/Breitenbach - RKI mit 51 %<sup>11</sup> 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-

---

<sup>10</sup> Weitere Projektpartner sind die Verbund AG (50 %) und die Engadiner Kraftwerke AG (14 %). Leistung 86,9 MW; Jahreserzeugung 417 GWh.

<sup>11</sup> Weitere Projektpartner sind die Energie West (40 %) und die E-Werke Reutte (9 %). Leistung 20 - 25 MW; Jahreserzeugung 130 GWh.

wahlen 2010. Protokolliert war hingegen die Problematik, dass einzelne Projektsgemeinden ihre Zustimmungen zum Kraftwerksausbau mit der Erfüllung bestimmter „Begehrlichkeiten“, wie Ausbau des Gletscherschigebietes, Genehmigung eines Notweges (Talabfahrt), lawinensichere Zufahrt zum Gletscherschigebiet, Neuverhandlung der Entschädigungen, zu verknüpfen versuchten.

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

In Bezug auf den Prüfungsauftrag hat der LRH den Aufsichtsratsvorsitzenden Ferdinand Eberle mit den ihn betreffenden Fragen konfrontiert. Er schloss dabei dezidiert aus, dass - sofern ein Beratungsunternehmen Leistungen für eine wahlwerbende Gruppe erbracht hat - diese Leistungen von der TIWAG bezahlt worden seien. Der Vorstand der TIWAG wisse genau, dass man Sponsoring an Gemeinden einerseits und Leistungen an wahlwerbende Gruppen andererseits klar auseinander halten müsse.

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 Sponsorings 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.

Bei diesen Sitzungen wurden die Jahresabschlüsse, Konzernabschlüsse und Lageberichte des jeweils abgelaufenen Jahres sowie die Berichte des Aufsichtsrats und des Abschlussprüfers vorgelegt und zur Kenntnis genommen. Weiters wurden die Verwendung der Bilanzgewinne beschlossen, die Mitglieder des Vorstandes und Aufsichtsrates entlastet sowie der Abschlussprüfer und gegebenenfalls die Mitglieder des Aufsichtsrates gewählt.

In einer a.o. Hauptversammlung am 8.5.2009 hat diese die Genehmigung über eine Teilnahme der TIWAG an der befristeten Schwerpunktaktion 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

Der LRH hat auch den Landeshauptmann in seiner Funktion als Eigentümerversorger in der Hauptversammlung der TIWAG am 10.2.2011 mit den ihn betreffenden Fragen konfrontiert. Dabei betonte er, von einer allfälligen Korruption weder in der Gemeinde Kaunertal noch in einer anderen Gemeinde informiert gewesen zu sein und von diesen Vorwürfen erst aus den Medien erfahren zu haben. Er verwies diesbezüglich auf das laufende Verfahren der Korruptionsstaatsanwaltschaft.

### 1.5. Prüfungsvolumen

---

Allgemeines

Zur Beantwortung des Themenbereiches „Ausgaben für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen“ ist der LRH zunächst von den im Jahresabschluss der TIWAG ausgewiesenen zwei Aufwandspositionen „Beratungsaufwand“ sowie „Inserate und Werbeaufwendungen“ ausgegangen. Zusätzlich wurden auch die Aufwendungen mitberücksichtigt, die inhaltlich damit in Zusammenhang stehen, aber auf anderen Konten verbucht wurden.

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

---

#### Prüfungsvolumen

	2008	2009	1. Hj. 2010
Beratungsaufwand (Beratung, Honorare, Kursgebühren)	8.126.998	11.512.346	3.311.210
Inserate und Werbeaufwendungen	8.008.584	7.466.383	3.440.954
andere Konten	232.220	256.077	263.496
<b>Summe</b>	<b>16.367.802</b>	<b>19.234.806</b>	<b>7.015.660</b>

---

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

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

---

### Beratungsleistungen 2008 - 2010

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>1. Hj. 2010</b>	<b>2008-2010</b>
Beratungen für technische Leistungen	1.866.059	3.197.368	864.760	5.928.186
Rechtsberatung (plus Rechnungswesen)	2.631.030	3.595.368	902.036	7.128.434
CBL	1.426.726	2.622.244	188.182	4.237.153
Beratungen für Managementthemen	981.317	1.388.284	1.034.404	3.404.005
Beratungen für Öffentlichkeitsarbeit	689.616	760.183	296.667	1.746.466
Sonstige Aufwendungen	633.989	214.493	273.017	1.121.500
<b>Summe*</b>	<b>8.228.737</b>	<b>11.777.941</b>	<b>3.559.067</b>	<b>23.565.744</b>

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

---



Beratungen für technische Leistungen

Der im Zeitraum 2008, 2009 sowie (Jänner bis Juni) 2010 für „technische“ Beratungsleistungen aufgewendete Betrag von insgesamt 5,9 Mio. € verteilt sich auf rd. 110 verschiedene Auftragnehmer. Die Steigerung von 2008 auf 2009 erklärt sich insbesondere durch die für die UVP-Genehmigungsverfahren (Kraftwerk Sellrain-Silz und Kaunertal) erforderlichen Fachbeitragerstellungen. Eine detaillierte Einschau in Verträge und konkrete Inhalte von Beauftragungen hat der LRH in diesem Bereich nicht vorgenommen.

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 €):

---

**Rechts- und Wirtschaftsberatung**

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>1. Hj. 2010</b>	<b>2008-2010</b>
Rechtsberatung	2.372.276	3.000.589	755.107	6.127.972
Wirtschaftsberatung	258.754	594.779	146.929	1.000.462
<b>Summe</b>	<b>2.631.030</b>	<b>3.595.368</b>	<b>902.036</b>	<b>7.128.434</b>

---

Die Rechtsberatung umfasst Leistungen von 17 unterschiedlichen Anwälten und Notaren für allgemeine Rechtsberatungs- und Vertretungsleistungen, für Beratungsleistungen beim Abschluss von Sponsorverträgen sowie für Leistungen in Zusammenhang mit der Realisierung von Kraftwerksprojekten, wobei letztere den erhöhten Aufwand im Jahr 2009 verursacht haben. Auf die beiden Rechtsanwaltskanzleien mit den umfangreichsten Mandaten entfielen dabei 85 % der Aufwendungen (2008) bzw. 87 % der Aufwendungen (2009). Die vereinbarten Stundensätze lagen zwischen € 150,-- (Mitarbeiter) und € 360,-- (Seniorpartner).

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

*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 Geschäftsführung die Sorgfalt eines ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleiters anzuwenden. Zur Erfüllung dieser speziellen Sorgfaltspflicht haben sich die Vorstandsmitglieder nach ständiger Rechtsprechung – je nach Komplexität und Schwierigkeit der zu besorgenden Geschäftsfälle – 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 Wasserkraftplanungen) sowie die Vorbereitung und Führung von UVP-Verfahren nur unter Verwendung hochqualifizierter und z.T. extrem spezialisierter externer Dienstleister erfolversprechend 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) zweckmäßigerweise 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.*

*Vor diesem Hintergrund erscheint der Aufbau von „unternehmensinternem 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. Dessen ungeachtet werden wir den Ausbau unternehmensinterner Personalressourcen prüfen und zur Besorgung häufig wiederkehrender, mehr oder weniger standardisierter Geschäftsfälle auch realisieren.*

CBL-Transaktionen Die Beratungskosten im Zusammenhang mit den CBL-Transaktionen bezogen sich auf die laufende Vertragsbewirtschaftung sowie die Beibringung von ergänzenden Besicherungen. Die TIWAG hatte in den Jahren 2008 und 2009 aufgrund vertraglicher Verpflichtungen und der im Zuge der Finanzmarktkrise bei diversen Finanzinstituten vorgenommenen Ratingabstufungen zusätzliche Sicherungsinstrumente (Letter of credits, befristete Anpassung einer Zahlungsüberebnahmevereinbarung) zu erbringen.

Management Die Position „Management“ umfasst Beratungsleistungen für Aufträge zur Unternehmensstrategie und Unternehmenskultur sowie für Projekte im Bereich Organisations- und Personalmanagement. Die beauftragten Unternehmen sind in Anlage 2 aufgelistet.

---

Managementaufträge

Inhalt der Aufträge	Anzahl der externen Beratungsunternehmen	Aufwendungen 2008-2010 in €
Unternehmensstrategie	2	475.507
Organisationsentwicklung	5	1.498.607
Personalmanagement	6	1.429.891
<b>Summe</b>		<b>3.404.005</b>

---

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.

Beim Abgleich der Verträge mit den verbuchten Aufwendungen hat der LRH festgestellt, dass bei einem sehr umfangreichen Projekt, das seit 2006 läuft und dessen vertragliche Grundlage auch auf 2006 befristet war, keine schriftliche Verlängerung des Vertrages erfolgt ist. Bei zwei weiteren Beratungsunternehmen wurde die vereinbarte Auftragssumme überschritten, ohne dafür eine schriftliche Regelung zu treffen.

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 kommunikation**

---

Der erste Teil des gegenständlichen Prüfungsauftrags umfasste die Themenbereiche 'Gemeinderatswahl Kaunertal' und 'weitere Gemeinderatswahlen'. Es wurde dabei auf die Internetseite 'www.dietiwag.org' Bezug genommen, in der sich seit 3.5.2010 eine Dokumentation unter dem Titel „Politische Korruption in Dokumenten: Wie sich die TIWAG den Bürgermeister vom Kaunertal gekauft hat“ befand. Aus diesem Grund wird das Vertragsverhältnis und die daraus erbrachten Leistungen der Agentur Hofherr kommunikation ausführlicher dargestellt.

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

#### **3.1. Auftrag**

---

Die TIWAG hat im Jahr 2005 eine Ausschreibung für die Leistungen im Zusammenhang mit der Kommunikations- und Mediationsberatung zur Umsetzung der ausgewählten Kraftwerksoptionen durchgeführt. Den Auftrag erhielt die in Innsbruck ansässige, prüfungsgegenständliche Kommunikationsagentur als Bestbieter.

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.

Aufgrund der prüfungsgegenständlichen Relevanz wird auf den dritten Punkt des Auftragsgegenstandes dezidiert hingewiesen. Demnach hatte die Agentur den Auftraggeber in der Kommunikation und Betreuung von landesweiten und regionalen Interessensvertretungen, NGOs, aller von Projekten unmittelbar involvierten Stellen und Bürgern und in späteren Verfahrensschritten Beteiligten mit Parteistellung zu unterstützen. Als Hauptaufgabe wurde definiert, ein aktives Netzwerk vor Ort aufzubauen, durch ein proaktives Engagement im Tal/vor Ort zu den Gemeinden, Agrargemeinschaften, sonstigen Interessensgruppen und Bürgern Vertrauen aufzubauen (win-win-Situationen aufbauen) und auch Unterstützung zu geben (z.B. den Bürgermeistern).

#### Leistungsumfang

Der Vertrag wurde auf unbefristete Zeit abgeschlossen. In einem Mengenkontrakt wurde der Leistungsumfang mit 18 Einheiten für die Grundbetreuung sowie 2.000 Stunden für sonstige Leistungen festgelegt. Für die Grundbetreuung wurde eine Pauschale von monatlich € 7.000,- vereinbart, die sonstigen Leistungen waren mit Stundensätzen zwischen € 48,- und € 200,- nach tatsächlichem Aufwand abzurechnen. In diesen Stundensätzen waren alle bei der Abwicklung des Auftrages anfallenden Nebenkosten (z.B. Reisekosten, Fahrtkosten, Diäten, Nächtigung) abgedeckt. Für Stunden außerhalb der Normalarbeitszeit durfte keine Beaufschlagung erfolgen. Drittkosten waren ebenfalls ohne Aufschlag an die TIWAG weiterzuerrechnen.

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

Der Vorstand gab diesem Vertrag am 11.8.2005 seine Zustimmung. Die TIWAG hat mit der betreffenden Agentur keine weiteren schriftlichen Vereinbarungen getroffen.

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 unterstützend für die kommunikativen Ziele der TIWAG (Zustimmung zu Kraftwerken, positives Meinungsklima) und übergeordneten Unternehmenszielen (effizienter Energieeinsatz, Meinungsbildung zur CO<sub>2</sub>-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

Die Agentur Hofherr kommunikation hat im Juni 2010 den TIWAG-Auftrag aufgrund eines behaupteten, nicht angezeigten Datendiebstahls<sup>12</sup> in der Agentur bis zur Vorlage des gegenständlichen LRH-Berichtes zurückgelegt. Nach Auskunft der TIWAG wurde die dadurch entstandene Lücke durch erhöhten Einsatz eigener Kapazitäten sowie durch verstärktes Heranziehen einer anderen Agentur teilweise ausgeglichen. Dies wurde jedoch nur als Übergangslösung gesehen.

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

### **3.2. Leistungsabrechnungen**

Die Agentur Hofherr kommunikation 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 (Beträge in €):

---

<sup>12</sup> Den Datendiebstahl hat die Agentur Hofherr kommunikation aus internen Überlegungen nicht zur Anzeige gebracht.

Beratungsleistungen - Agentur Hofherr kommunikation

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

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

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

**Beratungsleistungen** Die Beratungsleistungen wurden im Beobachtungszeitraum mit durchschnittlich € 20.094,- pro Monat verrechnet. Die Bandbreite lag zwischen € 2.196,- (Juni 2010) und € 32.288,- (November 2008). Der durchschnittlich verrechnete Stundensatz betrug rd. € 120,-.

Diesen Honorarzahungen 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.

**Stundenausmaß** Den Zahlungen an die Agentur standen insgesamt 5.038 Stunden lt. Stundenaufzeichnungen gegenüber. Dies entspricht einem Ausmaß von durchschnittlich 168 Stunden pro Monat. Davon wurden durchschnittlich 62 Stunden mit der Pauschale und das restliche Stundenausmaß mit den vereinbarten Stundensätzen verrechnet.

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.

Der LRH stellte weiters fest, dass die Vereinbarung mit der beauftragten Agentur keine Regelung im Falle der Erfüllung des Leistungsauftrags (z.B. Verlängerung des Auftrags, Neuausschreibung der Leistung) enthielt. Die Vereinbarung wurde wohl im beiderseitigen Einvernehmen stillschweigend zu den im Jahr 2005 vereinbarten Konditionen verlängert.



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	<i>Die TIWAG wird der Anregung des LRH Rechnung tragen.</i>
Coaching	Neben den Beratungsleistungen stellte die Agentur mehrmals auch die Leistung „Coaching“ gesondert in Rechnung. Die in der Tabelle dargestellten Zahlungen in Höhe von insgesamt € 66.650,-- bezogen sich auf 16 Termine. Diese Leistungen hat die Agentur Hofherr kommunikation unter fallweiser Beziehung von Experten eines Subunternehmens für den Vorstandsvorsitzenden erbracht.
Vereinbarung	<p>Zu Beginn der Coachings wurde diesbezüglich ein Pauschalhonorar von € 4.300,-- pro Termin vereinbart. Das Pauschalhonorar umfasste je einen Tag Mediencoaching, inhaltliche Vor- und Nachbereitung und Kameraführung, weiters die Miete für Raum und Technik sowie die Analyse der Berichterstattungen, Zusammenfassung von Aufzeichnungen und laufendes Monitoring der Berichterstattungen. Nach Auskunft der TIWAG war die Bestellung dieser Sonderleistungen eine Reaktion auf die seinerzeit wiederholt geäußerte Kritik am - angeblich - unzureichenden Öffentlichkeitsauftritt der TIWAG bzw. ihres Vorstandsvorsitzenden.</p> <p>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.</p>
Drittkosten	In der Position „Drittkosten“ waren insbesondere Leistungen erfasst, welche die Agentur Hofherr kommunikation im Auftrag der TIWAG erbrachte. 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

des WCO Sölden 2007 (€ 746,--) enthalten.

weitere  
Beratungsleistungen

Die Leistungen des erwähnten Beratungsunternehmens bezogen sich großteils auf das Jahr 2008. Den diesbezüglichen Honoraren lag ein Stundensatz von € 400,-- zu Grunde.

Bei diesen Beratungstätigkeiten ging es lt. Auskunft der TIWAG um fachspezifisches Lobbying mit den österreichischen Umweltorganisationen und um Kontakte zur österreichischen Bundesregierung im Zuge von Gesetzesnovellen und Regierungsprogrammen. Dabei wurde die Position der TIWAG für die maßgeblichen Entscheidungsträger aufbereitet und präsentiert. In diesem Zusammenhang wies die TIWAG auf eine hierauf erfolgte Änderung in der Regierungserklärung der amtierenden Bundesregierung hin.

Die Beauftragung erfolgte im Anlassfall durch den Vorstandsvorsitzenden und wurde aufgrund der engen Abstimmung mit der Agentur Hofherr kommunikation (z.B. Vorprüfung der vorgelegten Honorarnoten) über diese abgewickelt. Über die Beauftragung gab es keine schriftlichen Unterlagen.

Reisekosten

Die TIWAG hat im Prüfungszeitraum in zwei Fällen auch die Reisekosten von Agenturmitarbeitern nach Wien und Frankfurt am Main im Ausmaß von insgesamt € 1.144,-- übernommen. Diesbezüglich verwies der LRH auf den mit der Agentur geschlossenen Vertrag, wonach in den Stundensätzen sämtliche Nebenkosten (u.a. Reisekosten, Fahrtkosten, Diäten, Nächtigungen) enthalten waren. Die Agentur Hofherr kommunikation hat die Reisekosten noch während der Einschau zurückgezahlt.

Der LRH hat festgestellt, dass die Rechnungen der Agentur Hofherr kommunikation 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

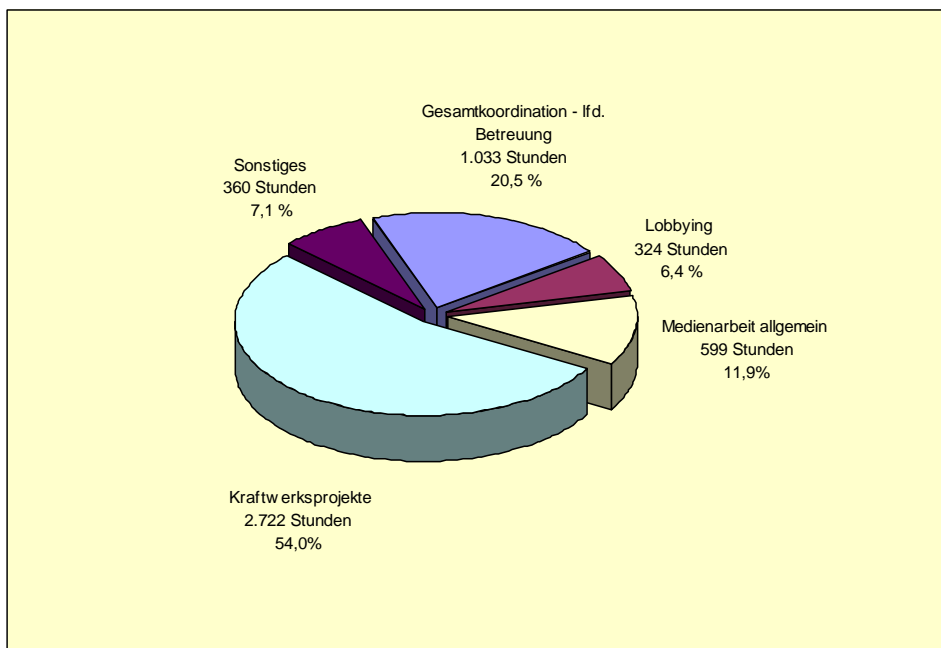
Die von der Agentur Hofherr kommunikation erbrachten und in Rechnung gestellten Beratungsleistungen waren einerseits durch Stundenaufstellungen und andererseits durch die der TIWAG zur Verfügung gestellten Dokumente belegt. Weiters wurde dem LRH der im Prüfungszeitraum geführte Schriftverkehr (Dokumente, E-Mails) zwischen den Agenturmitarbeitern und den TIWAG-Ansprechpartnern (Vorstandsvorsitzender, Abteilungsvorstand, Projektleiter) zur Verfügung gestellt.

#### 3.3.1 Stundenaufzeichnungen

Stundenaufzeichnungen

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

Leistungsbereiche



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 Projektleiter in allen Fragen der Projektkommunikation sowie der laufende Kontakt zu den Medien und Medienvertretern.
Lobbying	Der Leistungsbereich „Lobbying - Gespräche/Hintergrundgespräche“ war mit einem Stundenausmaß von insgesamt 324 Stunden dokumentiert, das entspricht einem durchschnittlichen Arbeitsaufwand von 10,8 Stunden pro Monat. Als Gesprächspartner waren in den Aufzeichnungen verschiedene Medien, Einzelpersonen und Institutionen, wie Bundesregierung, Bundesministerien, Tiroler Landesregierung, Amt der Tiroler Landesregierung und Umweltdachverband, erwähnt. Viele Kontaktaufnahmen erfolgten über Auftrag des Vorstands.
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	<p>Die von der Agentur Hofherr kommunikation erbrachten Beratungsleistungen umfassten verschiedene Tätigkeiten. Dabei handelte es sich im Wesentlichen um</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Beratung des Auftraggebers in allen Fragen der Projektkommunikation,</li><li>• Aufbau und Pflege von Kontakten,</li><li>• Dialog und Begegnung mit ausgewählten Bezugsgruppen,</li><li>• Entwicklung von Kommunikations- und Marketingstrategien,</li><li>• Umsetzung von Kommunikations- und Marketingmaßnahmen,</li><li>• Entwicklung von Marketing- und PR-Konzepten für das Unternehmen TIWAG und</li><li>• Erstellung von Unterlagen, Newslettern, Presseaussendungen, PR-Seiten.</li></ul>

Nach Auskunft der Agentur erfolgte der Großteil dieser Tätigkeiten in persönlichen Gesprächen mit den Auftraggebern und den ausgewählten Bezugsgruppen, wie Projektleiter, Bürgermeister, Medienvertreter und lokal Beteiligte. Die Ergebnisse dieser Besprechungen wurden nur zum Teil als Dokumente beim Auftraggeber und/oder Auftragnehmer abgelegt.

Entwicklung und Umsetzung von Maßnahmen

Die Entwicklung und Umsetzung von einzelnen Maßnahmen erfolgte gemeinsam mit den TIWAG-Projektleitern für die einzelnen Kraftwerksprojekte, den zuständigen TIWAG-Mitarbeitern sowie in ausgewählten Fällen auch mit dem Vorstand direkt.

strategische Konzepte

Die strategischen Konzepte wurden unter Einbeziehung der Informationen der Projektleiter, der Informationen aus dem Projektgebiet und daraus resultierenden Überlegungen von Mitarbeitern der Agentur erstellt. Nach Auskunft der Agentur Hofherr kommunikation war ein Teil der strategischen Papiere interne Überlegungen, die nicht an die TIWAG weitergeleitet wurden. Diese Papiere dienen der Entwicklung von Strategien sowie Ideen, der Vorbereitung von Gesprächen und der internen Dokumentation.

### **3.3.2 Schriftliche Aufzeichnungen**

---

schriftliche Aufzeichnungen der Agentur

Angesichts des umfangreichen Leistungsspektrums hat der LRH die Vorlage von schriftlichen Ergebnissen in Bezug auf die Leistungserbringung verlangt. Er erhielt - als weiteren Leistungsnachweis - die von der Agentur Hofherr kommunikation erstellten und von der TIWAG zur Verfügung gestellten schriftlichen Unterlagen mit strategischer Ausrichtung. Die entsprechenden Dokumente waren in drei Ordnern erfasst. Eine Übersicht der übergebenen Dokumente ist der Anlage 3 zu diesem Bericht zu entnehmen.

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.

Die Analyse erfolgte an Hand von Medienberichten und relevanter Informationen aus Gesprächen und Recherchen zu den einzelnen Themenbereichen. Nach Auskunft der TIWAG wurden zu einzelnen Themenbereichen aus Gründen der Vertraulichkeit und Geheimhaltung keine schriftlichen Unterlagen erstellt. Die Positionen dazu wurden in den Terminen gemeinsam erarbeitet. Weiters wurden die umgesetzten Kommunikationsmaßnahmen evaluiert und auf die Zielerreichung überprüft sowie die Zusammenarbeit besprochen und die weiteren Maßnahmen festgelegt.

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

Dieser großteils aus E-Mails bestehende Schriftverkehr enthielt verschiedene projektsrelevante Informationen (z.B. energie- und kraftwerksbezogene Presseartikel oder Medieninformationen) sowie koordinatorische und organisatorische Fragestellungen zu bestimmten Ereignissen (Besprechungen, Veranstaltungen, Pressekonferenzen), Medieneinschaltungen (Zeitungen, Radiospots), Sponsorprojekten, Berichten, Konzepten sowie Besichtigungstouren. Häufigere Kontakte waren im Zusammenhang mit bestimmten gesellschaftlichen bzw. gesellschaftspolitischen Ereignissen, wie Fussball-EM 2008 oder Gemeinderatswahlen 2010, festzustellen.

### **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 kommunikation mit der Federführung der Konzeptentwicklung beauftragt.

Die Agentur hat im 38-seitigen Tourismuskonzept Strategien und Maßnahmen zur längerfristigen Stärkung des Tourismus entwickelt. Das Konzept beinhaltet Vorschläge zur Verbesserung der Infrastruktur und touristischen Produktangebotspalette sowie Handlungsanleitungen in den Bereichen Marketing und Kommunikation.

Dieser Auftrag war im Zeitraum Jänner bis April 2008 mit rd. 130 Stunden (lt. Stundenaufzeichnungen) dokumentiert. Nach Ansicht des LRH waren diese Leistungen als regionale Unterstützung für den Kühtai Tourismus zu sehen. Dieses Beispiel zeigt deutlich, dass die Agentur Hofherr kommunikation auch mit Themen beauftragt war, die nur im weitesten Sinn den Kraftwerksprojekten zuordenbar sind.

Sonderprojekt  
Kaunertal

In den Stundenaufzeichnungen der Agentur war ein mit „Sonderprojekt Kaunertal“ bezeichneter Leistungsbereich mit insgesamt 95,5 Stunden, erbracht im Zeitraum Feber bis Mai 2010, ausgewiesen. Unter dieser Bezeichnung war nach Auskunft der TIWAG die Kommunikationsbetreuung und strategische Beratung im Zusammenhang mit dem alternativen Speicherstandort „Platzertal“ und des Sondierstollens im Bereich des Speichers Gepatsch gemeint. Mit der Vorbereitung der Kommunikation des alternativen Standortes wurde bereits im Herbst 2009 begonnen, die diesbezüglichen Leistungen waren in den Stundenaufzeichnungen aber erst ab Feber 2010 unter der Bezeichnung „Sonderprojekt Kaunertal“ vermerkt.

Den Stundenaufzeichnungen zufolge bezogen sich die diesbezüglichen Leistungen insbesondere auf ein 'Konzept Speicherstandort', einen 'Sondernewsletter Speicherstandort' und 'Medienarbeit Speicherstandort'. Die TIWAG hat dem LRH im Zusammenhang mit

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

In diesem Zusammenhang hält der LRH fest, dass diese übermittelten Dokumente - wie alle Dokumente betreffend die Agentur Hofherr kommunikation - den verrechneten Leistungen nicht zugeordnet waren. Daher waren die konkreten Tätigkeiten der Agentur und deren Verrechnung nicht unmittelbar ersichtlich. Der Kontext ergab sich für den LRH aus dem Inhalt der jeweiligen Papiere, wobei der LRH bemängelte, dass für einzelne verrechnete Leistungen keine schriftlichen Unterlagen vorhanden waren. Dies betrifft insbesondere die Leistungen „Konzept Speicherstandort“ sowie „Planung Kommunikation Speicherstandort“, die im Ausmaß von insgesamt 19,5 Stunden für April 2010 in Rechnung gestellt wurden.

Gespräche mit  
Bürgermeistern

Die Agentur Hofherr kommunikation hat während des gesamten Prüfungszeitraums (u.a. auch in der Zeit vor den Gemeinderatswahlen 2010) mit vielen Bezugspersonen, wie Bürgermeister, Interessensgruppen oder direkt Beteiligte, Gespräche geführt. Es ging dabei insbesondere um die Einschätzung der jeweiligen (auch politischen) Situation in den Projektsgemeinden.

In den Stundenaufzeichnungen der Agentur war grundsätzlich das Ausmaß und ein kurzer Hinweis auf den konkreten Inhalt der Beratungsleistungen dokumentiert. Viele Leistungen waren dabei sehr allgemein erfasst, wie folgende Beispiele im Zeitraum Jänner bis März 2010 zeigen: 'Lobbying lt. Vorstand', 'Besprechung mit lokal Beteiligten', 'Lobbying Gemeinde Neustift', 'Info Gemeinde Längenfeld', 'Termin in Sölden', 'Hintergrundgespräch', 'Pressetext verfassen', 'Konzeption', 'Rechercharbeiten' oder 'Wording Bgm'. Allein aus diesen Informationen ließen sich keine eindeutigen, objektiven Aussagen über die erbrachten Leistungen treffen.

Gemeinderatswahlen  
2010

Den Stundenaufzeichnungen war weiters zu entnehmen, dass für Leistungen der Agentur im Ausmaß von rd. 40 Stunden (erbracht im Zeitraum November 2009 bis April 2010) ein unmittelbarer Zusammenhang mit den Gemeinderatswahlen 2010 bestand. Dokumentiert waren diese Leistungen etwa mit 'Maßnahmenplanung GR-Wahlkampf Kaunertal', 'Recherchen von Gemeinderatslisten und Bürgermeisterkandidaten', 'regionale Kontakte im Zusammenhang mit Gemeinderatswahl', 'Wahlanalysen', 'Dokumentation der Wahlergebnisse von Projektsgemeinden', 'Maßnahmen- und



Strategieplanung nach den Gemeinderatswahlen' oder 'laufende Informationseinholung zum Gemeinderatswahlkampf'. Diese Leistungen bezogen sich auf mehrere, größtenteils 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 kommunikation diese Leistungen für einzelne wahlwerbende Gemeinderatslisten erbracht und der TIWAG in Rechnung gestellt hat.

Beispielsweise hat die TIWAG für die mit 'Maßnahmenplanung GR-Wahlkampf Kaunertal' beschriebene und mit sechs Stunden verrechnete Leistung mit einem (allerdings nicht datierten) dreiseitigen Dokument belegt, das zweifellos nicht für eine wahlwerbende Gemeinderatsliste verfasst wurde. In diesem Dokument waren die Zusammenhänge der Projekte Kaunertal (Variante Platzertal) und GKI beschrieben, wobei insbesondere die damalige Situation in den Gemeinden Pfunds, Tösens, Prutz und Ried iVm dem bevorstehenden Gemeinderatswahlkampf 2010 beleuchtet wurde. Das Dokument enthielt auch eine Empfehlung, dass eine öffentliche Vorstellung bzw. Kommunikation der Speichervariante im Platzertal erst nach der Gemeinderatswahl 2010 erfolgen sollte.

Grundsätzlich sind die von der Agentur Hofherr kommunikation 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 Projektplanung ebenso wie Argumentationslinien einschließlich von Hinweisen für den Umgang mit kritischen Fragestellungen. Da für die TIWAG die politischen Entscheidungsträger in den Gemeinden wichtige Ansprechpartner sind, „erhalten“ sie bereits auf diesem Weg die wesentlich von der Agentur Hofherr kommunikation 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.

Zeitraum Jänner -  
März 2010

Dem LRH erschien in Bezug auf die Gemeinderatswahl 2010 die Frage, ob die Agentur Hofherr kommunikation 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 kommunikation:

---

Leistungen Jänner - März

	2008	2009	2010
Jänner	138,25	246,00	140,00
Februar	214,00	218,50	192,50
März	207,00	231,50	216,75
<b>Summe</b>	<b>559,25</b>	<b>696,00</b>	<b>549,25</b>

---

Die Leistungen des Jahres 2010 waren in etwa gleich hoch wie 2008, aber deutlich geringer als 2009. Die Mehrleistungen des Jahres 2009 waren insbesondere auf den Monat Jänner zurückzuführen, in dem ein im Vergleich zu den beiden anderen Jahren hohes Ausmaß an Beratungsleistungen verzeichnet war.

Dokumente zur  
Anlage des  
Prüfungsauftrags

Wie eingangs erwähnt, war dem gegenständlichen Prüfungsauftrag als Beilage das Dokument „Politische Korruption in Dokumenten: Wie sich die TIWAG den Bürgermeister vom Kaunertal gekauft hat.“ beigelegt. Darin waren auszugsweise Dokumente der Agentur Hofherr kommunikation abgebildet. Auf besonderes Verlangen des LRH hat die TIWAG - sofern vorhanden - diese Dokumente bereitgestellt. Zu den einzelnen Auszügen hat die TIWAG folgendes mitgeteilt:

Der Dokumentenauszug mit der Überschrift „Gemeinde Kaunertal“ sei der TIWAG nicht bekannt. Nach Auskunft der Agentur Hofherr kommunikation handle es sich dabei um einen internen Entwurf. Das Dokument beziehe sich auf eine strategische Überlegung für alle Kraftwerksgemeinden. Das Dokument bzw. der abgebildete Ausschnitt sei aufgrund des behaupteten Datendiebstahls bei der Agentur nicht verfügbar.

Beim Vermerk für „Herrn Fredy Pfurtscheller“ habe es sich um eine interne Information der Agentur Hofherr kommunikation an diese Person gehandelt. Dieses Dokument sei der TIWAG ebenso wenig bekannt wie der Vermerk über ein Telefongespräch mit dem Kaunertaler Bürgermeister.

Beim Ausschnitt „Strategische Überlegungen“ gehe es um einen Vermerk des zuständigen Projektleiters und eines Mitarbeiters der Agentur Hofherr kommunikation und den daraus resultierenden Überlegungen.

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.

Das Dokument mit der Überschrift „Besprechung mit DW“ beziehe sich auf eine interne Punktation der Agentur Hofherr kommunikation für eine Besprechung mit dem Vorstandsvorsitzenden. Die darin verwendete Formulierung 'Unterstützung Bürgermeister' habe bedeutet, dass im Wahlkampf keine Aktionen gesetzt werden sollten, die zu Diskussionen in den Gemeinden führen könnten.

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 hatte im Zuge seiner Prüfung Gelegenheit, Einsicht in eine an die Heimatliste Kaunertal adressierte Rechnung in Höhe von € 950,- zu nehmen. Diese Rechnung war von einem Tochterunternehmen der Agentur Hofherr kommunikation ausgestellt und bezog sich auf die Gestaltung, das Layout, die Reinzeichnung und die Produktion von 400 Folder-Postwürfen, 250 Briefen an die Wähler, 200 Briefen an die Jungwähler und 100 Kärtchen. Der Zahlungseingang war ebenfalls dokumentiert. Nach Auskunft der Agentur Hofherr kommunikation wurden die diesbezüglichen, von einem anderen Unternehmen hergestellten Wahlgeschenke (Karabiner) und die Postrechnungen unmittelbar vom Bürgermeister beglichen.

- Conclusio
- 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.
- Ad Fragen 1, 5 sowie 7-12
- Der LRH hat im Zuge der Prüfung eine Vielzahl von Unterlagen (Stundenaufzeichnungen, Berichte, Argumentarien, Maßnahmenpläne, Strategiepapiere, Aktenvermerke und E-Mails) erhalten. Die vorgelegten Unterlagen nahmen durchwegs Bezug auf die TIWAG und/oder deren Kraftwerksprojekte. Mitunter waren auch die Gemeinderatswahlen 2010 und deren Auswirkungen auf die Projekte thematisiert. Aus den im Auftrag der TIWAG erstellten Unterlagen ergaben sich aber letztlich keine Beweise, dass die Agentur Hofherr kommunikation Leistungen für wahlwerbende Gemeinderatslisten erbracht hat und diese Leistungen von der TIWAG bezahlt wurden.
- 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 kommunikation nicht vorgelegt werden. Über die diesbezüglichen Leistungen konnte der LRH daher keine Feststellungen treffen.
- Lobbying
- Insgesamt ist die Tätigkeit der Agentur Hofherr kommunikation unter dem Aspekt zu sehen, dass ihr Arbeitsauftrag für die TIWAG auch Lobbyarbeit für ihre Kraftwerksprojekte umfasst. Im generellen Verständnis besteht Lobbying in der Einflussnahme auf politische Gestaltungsprozesse (Einzelfallentscheidungen ebenso wie die Gestaltung von Rahmenbedingungen), um spezielle Interessen durchzusetzen. Persönliche Kontakte, die Kommunikation mit politischen Entscheidungsträgern und umfangreiche Informationsleistungen - vor allem um komplexe Zusammenhänge aufzubereiten und zu präsentieren - sind dabei ein wesentliches Element. Diese Aufgaben hat die Agentur Hofherr kommunikation - wie im Bericht dargestellt - auch wahrgenommen. Zur Problematik, wie weit diese Einflussnahme - auch wenn sie nicht gegen gesetzliche Bestimmungen verstößt - gehen „darf“, kann der LRH lediglich auf die international geführte Diskussion verweisen, in der iSd Anforderungen an „Good Governance“ sowohl an politische Entscheidungsträger und Behördenvertreter als auch an Lobbyisten insbesondere die Forderung nach einer stärkeren Transparenz der Lobbyarbeit gestellt wird. Diese würde Informationen über Auftraggeber und Ziele des Lobbying, das Offenlegen der Geldflüsse sowie die Nachvollziehbarkeit

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

## **4. Öffentlichkeitsarbeit**

---

Öffentlichkeitsarbeit,  
Ad Fragen 20-22

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

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

### **4.1. Allgemeines**

---

organisatorische  
Zuständigkeiten

Nach der Geschäftsverteilung der TIWAG gehört der Bereich „Kommunikation“ zum Ressort von Dr. Bruno Wallnöfer. Ihm unterstellt ist die Abteilung „Marketing/Communication“, die von Dr. Wolfgang Mader geleitet wird und für die strategische Planung, Budgetierung, Koordination und (nach Genehmigung durch den Vorstandsvorsitzenden) für die Umsetzung von Aktivitäten zuständig ist.

LRH - Bericht 2006

Die Themenbereiche „Öffentlichkeitsarbeit, Kommunikation sowie Sponsoring der TIWAG“ waren bereits Gegenstand eines Berichts des LRH aus dem Jahr 2006. Der LRH hat darin in den Empfehlungen an die TIWAG zum einen die nachvollziehbar dokumentierte Festlegung von Zielen und Messgrößen zur Bewertung der Zielerreichung der verschiedenen Maßnahmen gefordert und zum anderen angeregt, die Möglichkeit einer Koordination der Sponsoringaktivitäten zwischen den Landesgesellschaften bzw. -organisationen TIWAG, Hypo Tirol Bank AG, Tirol Werbung GmbH und der Landesverwaltung (Abteilungen Sport und Kultur) zu prüfen.

Diese Empfehlungen wurden bisher nicht umgesetzt. Da es keine „offiziell“ beschlossene „Strategie“ der TIWAG für ihre Öffentlichkeitsarbeit gibt, hat der LRH im Zuge der gegenständlichen Prüfung den Leiter der Abteilung „Marketing/Communication“ ersucht, die grundlegenden „gelebten Strategien“ der TIWAG für die Marketing- und Sponsoringaktivitäten schriftlich zu dokumentieren. Dem LRH wurde daraufhin eine „Punktation“ mit folgenden wesentlichen Aussagen zur Verfügung gestellt:

„Strategiepapier“

Zusammengefasst sieht sich die TIWAG mit dem Paradoxon 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 Förderungswerber 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).

Aufgrund der dargestellten Zusammenhänge ist daher nach Ansicht der TIWAG eine betriebswirtschaftlich relevante Effizienzmessung und Schwerpunktsetzung bei den Marketing- und PR-Aktivitäten nur sehr eingeschränkt möglich. Als entscheidend werden das Image des Unternehmens sowie die Positionierung und die Sympathie des Unternehmens in der Öffentlichkeit gesehen.

TIWAG  
Kundenbefragungen

Über Nachfrage des LRH, ob die TIWAG das Erreichen dieser Ziele misst, wurden dem LRH die von einem externen Marktforschungsunternehmen im Auftrag der TIWAG durchgeführten „TIWAG Kundenbefragungen“ 2007 und 2010 zur Verfügung gestellt. In diesen Untersuchungen wurden Kunden der TIWAG (Geschäfts- und Privatkunden) zu ihrer Kundenzufriedenheit (allgemein und bezüglich bestimmter Dienstleistungen) sowie zu einer Reihe von anderen Themen befragt, u.a. zu ihrer Haltung zur Energieberatung, zum Energiesparen und zum Ökostrom.

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“.

Das Image der TIWAG (ebenso wie anderer Stromversorger) wurde anhand von 17 unterschiedlichen Kriterien erhoben. Zusammengefasst hat sich dabei gezeigt, dass die TIWAG die höchsten Zustimmungsergebnisse und somit das höchste Imageniveau bei den Kriterien „zuverlässiger Versorger“, „wichtig für die Region“ sowie „leistungsfähiges Unternehmen“ erzielt hat. Das ausdrücklich abgefragte Kriterium „ist sympathisch“ lag im Mittelfeld, die geringste Zustimmung betraf die Parameter „betreibt eine offene und ehrliche Informationspolitik“ sowie „unterstützt erneuerbare Energieformen wie Sonne, Wind und Wasser“.

Von 2007 auf 2010 haben sich nur geringfügige Veränderungen ergeben. Demgemäß hat sich die durchschnittliche Beurteilung sämtlicher 17 Kriterien von 2007 auf 2010 nur wenig verbessert - 57 % aller Bewertungen im Jahr 2007 und 58 % im Jahr 2010 entsprachen dem höchsten Imageniveau.

In diesem Zusammenhang ist darauf hinzuweisen, dass die TIWAG im Rahmen des „Energieeffizienz-Pakets 2011“, das im Februar 2011 in den Medien präsentiert wurde, mit zehn unterschiedlichen Förderprogrammen und Aktionen den Einsatz alternativer Energieträger und die Förderung einer effizienten Energieverwendung forcieren möchte.

In den Kundenbefragungen wurde zum Thema Image weiters erhoben, 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.

Kundenbefragungen - Image

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

\*dieser 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.

Werbeerinnerung

Zur Werbeerinnerung ist zunächst festzustellen, dass sich weniger als 50 % der Befragten (44 % im Jahr 2007, 34 % im Jahr 2010) spontan an Werbung eines Stormversorgers 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.

#### Kundenbefragungen - Assoziationen

	2007	2010
rotes TIWAG Logo	19%	14%
Wasserkraft / Ausbau Wasserkraft / Bau neuer Kraftwerke	18%	21%
Sponsoringaktivitäten	11%	14%
Energiespartipps / Energieberatung / Austausch alter E-Geräte	5%	4%
Werbung für saubere Energie / für sauberen Strom	3%	4%
Werbung für erneuerbare / alternative Energie	2%	4%
Tarifgestaltung / Strompreis	2%	3%

Die Gefallenswerte für die Werbung (nach Schulnotensystem) sind minimal von 2,60 (2007) auf 2,75 (2010) gesunken, was jedoch vom externen Marktforschungsunternehmen als „eher bescheiden“ qualifiziert wird.

#### **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-

tung des Gesamtbudgets) der Abteilungsleiter Marketing/Communication in Abstimmung mit dem zuständigen Vorstand.

## Sponsorverträge

Grundsätzlich regeln Sponsorverträge (Kooperationsvereinbarungen) zwischen der TIWAG als Sponsor und dem Gesponserten (idR einem Verein, einer Gesellschaft oder einem Veranstalter) im Wesentlichen die Höhe des Sponsorbeitrages der TIWAG (Hauptleistung) sowie die dafür zu erbringenden Werbeleistungen des Gesponserten. Diese umfassen insbesondere das Anführen des Schriftzuges der TIWAG „Tiroler Wasserkraft“ auf diversen Werbemitteln, Werbetransparente, Bandenwerbung, Werbeflächen, Inseratsleistungen, Internetwerbung und Verlinkung zur Sponsor Homepage, Werbedurchsagen, Aufdrucke auf Spielerdressen, VIP-Cards und Freikartenkontingente sowie Gäste- und Kundenbetreuung bei Events.

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

Neben der Hauptleistung übernimmt die TIWAG - wie beim Sponsoring üblich - auch Kosten von Nebenleistungen. Dazu gehören vor allem die Kosten, die dem Gesponserten durch die Werbeleistungen für den Sponsor entstehen, sowie die anfallenden Vertragserrichtungskosten, insbesondere die Anwaltskosten. In Ausnahmefällen (unvorhergesehene Kosten, „schwierige“ finanzielle Situation des Gesponserten) leistet die TIWAG auch darüber hinausgehende Zahlungen.

Nach Angaben der TIWAG sind im europäischen Vergleich von Sponsoren insgesamt - abhängig von der Größe des Sponsorprojekts, der Besucherintensität (Massen- oder Rand- bzw. Elitesportart) und der Art der Sponsorschaft (Neben- oder Hauptsponsor) - zwischen 10 % und 20 % der Summe des Hauptsponsorvertrages als zu erwartende Sponsornebenkosten anzusetzen.

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 €):

Sponsoraktivitäten

	2008	2009	1. Hj. 2010
Sponsoring "Sport und Jugend"	3.427.070	3.096.639	1.265.557
Sponsoring "Kultur und Gesellschaft"	670.022	865.408	295.102
<b>Zwischensumme</b>	<b>4.097.092</b>	<b>3.962.047</b>	<b>1.560.659</b>
Kleinsponsoring (einschließlich Inserate)	1.448.967	1.548.084	633.436
<b>Gesamtsumme</b>	<b>5.546.059</b>	<b>5.510.131</b>	<b>2.194.095</b>

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 €):

Sportsponsoring

	2008	2009	1. Hj. 2010
Sportvereine/Sportverbände	2.403.261	2.683.418	1.111.815
Sportveranstaltungen	469.598	187.702	64.500
Sonstiges Sportsponsoring*	554.211	225.519	89.242
<b>Summe Sponsoring "Sport und Jugend"</b>	<b>3.427.070</b>	<b>3.096.639</b>	<b>1.265.557</b>

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 Sponsorleistungen 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
- die Kooperation mit dem ORF Club Radio Tirol für Einschaltungen bei Übertragungen von Spielen des FC Wacker Innsbruck.

In Summe betragen diese Aufwendungen für beide Vereine € 461.000,-- (2008) und € 199.000,-- (2009). In der oben angeführten Tabelle sind diese Beträge im „Sonstigen Sportsponsoring“ enthalten.

Die weiteren Sportvereine/Sportverbände, die von der TIWAG gesponsert werden, sind in Anlage 4 aufgelistet. Die größte Unterstützung erhält das Hypo Tirol Volleyballteam (Volleyball Herren), die übrigen Vereine/Verbände wurden mit durchschnittlich ca. € 39.500,-- (2008) und ca. € 37.200,-- (2009) gesponsert.

Sportveranstaltungen    Zudem unterstützt die TIWAG regelmäßig diverse Veranstaltungen - die in den Jahren 2008 und 2009 mit jeweils durchschnittlich € 21.500,-- (2008) bzw. € 17.100,-- (2009) gesponserten Events sind in Anlage 4 aufgelistet. Darüber hinaus wurden auch einmalig statt-

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

sonstiges  
Sportsponsoring

Das sonstige Sportsponsoring 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.

#### Sponsoring Kultur und Gesellschaft

	2008	2009	1. Hj 2010
jährliche Gesamtsumme	€ 670.022	€ 865.408	€ 295.102
Anzahl der gesponserten Einrichtungen bzw. Events	37	31	
durchschnittlicher Sponsorbetrag	€ 18.109	€ 18.239	
minimaler Sponsorbetrag	€ 8.300	€ 5.800	
maximaler Sponsorbetrag	€ 53.700	€ 55.000	

Kleinsponsoring

Die Sponsoraktivitäten der TIWAG umfassen neben dem dargestellten Großsponsoring auch zahlreiche Kleinsponsorprojekte (bis zu einem Betrag von € 7.500,--), die sich im Jahr 2008 auf 26 % und im Jahr 2009 auf 28 % der gesamten Sponsoraktivitäten beliefen. Im Prüfungszeitraum hat die TIWAG rd. 780 Fälle mit 1,4 Mio. € (2008), rd. 850 Fälle mit 1,6 Mio. € (2009) und rd. 330 Fälle mit 0,6 Mio. € (erstes Halbjahr 2010) unterstützt. Der durchschnittliche Sponsor-

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 €):

#### Kleinsponsorleistungen 2009

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

\*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.

Die Kleinsponsoring-Aktivitäten der TIWAG stellten ein wichtiges finanzielles Standbein der Tiroler Vereinslandschaft dar. Begünstigte waren neben den vielen Vereinen auch Schulen, Universitäten, Studentenheime, Studentenverbindungen und Gemeinden.

**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** Im Prüfungszeitraum waren folgende Gemeinden Empfänger von Kleinsponsoringaktivitäten der TIWAG: Arzl i.P., Fulpmes, Gaimberg, Gries i.S., Grinzens, Hopfgarten i.D., Kaltenbach, Kappl, Kaunertal, Kauns, Längenfeld, Matrei i.O., Mötz, Nikolsdorf, St. Jakob i.H., St. Jakob i.D., Silz, Thurn, Umhausen, Wiesing und Zams. Die diesbezüglichen Sponsorleistungen im Ausmaß zwischen € 100,-- und € 7.000,-- wurden für eigene Projekte (z.B. landschaftsplanerische Gestaltung eines Kreisverkehrs, Errichtung eines Wasserbegegnungsplatzes, Neuerrichtung eines Kinderspielplatzes, Neuanschaffung der Weihnachtsbeleuchtung), für Veranstaltungen (z.B. Seefest, Kirchtag, Almrosenfest, 25 Jahre ÖRK, „Rote Nasen Lauf“), für Investitionen von Vereinen und Einrichtungen (z.B. Instrumentenankauf, Ankauf von Leitern) oder für Werbeeinschaltungen in Gemeindezeitungen gewährt.

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** Nach Ansicht des LRH ist diese Vorgangsweise nicht zweckmäßig. Die Sponsorgelder sollten - ohne Umwege - unmittelbar den Leistungsbegünstigten überwiesen werden.

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

Unter 'Sonstiges' wurden verschiedene, nicht einem der obigen Bereiche zuordenbare Sponsorleistungen subsumiert. Sonstige Leistungsempfänger waren beispielsweise die Wildbach- und Lawinerverbauung, IPA-International Police Association, Pfarren, der Alpenzoo oder eine Werbegemeinschaft aus Wirtschaftsbetrieben.

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 Nutzenerwartung 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 Sponsoringbeiträge durchwegs nach Erhalt des Nachweises der vereinbarten Werbeleistungen mittels Belegexemplaren oder Belegfotos und nach Rechnungslegung erfolgte.

Einen Verwendungsnachweis über die tatsächliche Verwendung der Sponsorgelder, wie er bei der Gewährung von öffentlichen Förderungen durch Bundes- oder Landesverwaltungen üblich ist (z.B. durch Vorlage von Originalbelegen samt Zahlungsbestätigungen und Jahres- oder Projektabrechnungen), hatten die Begünstigten idR nicht zu erbringen. Solche Nachweise hat die TIWAG auch nicht verlangt.

### **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.



- Medienberater** Mit einem Medienberater wurden für die PR- und Medienarbeit der TIWAG Dreijahresverträge (2007 - 2009 sowie 2010 - 2012) mit einem Jahres-Pauschalhonorar abgeschlossen, wobei Art und Umfang der Leistungen vertraglich näher präzisiert sind. Er berät die TIWAG in Fragen der allgemeinen Unternehmenskommunikation; dazu gehören insbesondere die strategische Beratung des Vorstandes, die Organisation und Durchführung von Pressekonferenzen, die Konzeption und Durchführung von Presseausendungen sowie die Konzeption und Schaltung von PR-Seiten.
- Agentur Hofherr kommunikation** Wie bereits im Punkt 3 ausführlich dargelegt, hatte die Agentur Hofherr kommunikation den Auftrag, die TIWAG beim Ausbau der Wasserkraft und den damit verbundenen flankierenden Kommunikations- und Lobbyingmaßnahmen umfassend zu beraten.
- Werbeagentur** Seit Oktober 2008 ist eine Werbeagentur mit „Werbedienstleistungen“ beauftragt; dazu gehören - wie im Vertrag präzisiert - Corporate Design, Mediaplanung, Konzeption von Image- und Produktinseraten, Gestaltung von Drucksorten, Broschüren, Direct-Marketing (werbliche Unterstützung von Produktmarketing, Gestaltung von Werbeartikeln und Give-aways) sowie Event-Marketing.
- Aufwendungen für Berater** Die folgende Tabelle zeigt die Aufwendungen für externe Beratungsunternehmen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit (Beträge in €):

Aufwendungen für externe Beratungsunternehmen

	2008	2009	1. Hj. 2010	2008-2010
Agentur Hofherr kommunikation	367.464	289.935	72.766	730.165
Prologo Advertising GmbH*	51.507	27.130	17.278	95.915
Medienberater	133.697	146.363	67.597	347.657
Werbeagentur		215.573	83.026	298.599
Sonstige	136.948	81.182	56.000	274.130
<b>Summe</b>	<b>689.616</b>	<b>760.183</b>	<b>296.667</b>	<b>1.746.466</b>

\*Gesellschafter: Agentur Hofherr kommunikation (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.

#### Kampagnen

Grundlage dafür sind „Kampagnen“, deren wesentliche Zielsetzung, Inhalte und Zielgruppen in Strategie-Gesprächen mit dem Vorstand der TIWAG, dem PR-Leiter und dem Medienberater oder der Agentur Hofherr kommunikation (vor Beendigung der Zusammenarbeit) festgelegt werden. Im Hinblick auf die seit Jahren durch Indiskretionen erfolgten Veröffentlichungen von TIWAG internen Themen werden diese Gespräche nicht schriftlich dokumentiert. In der Folge entwirft der Medienberater den Text für den zu schaltenden Inhalt, die redaktionelle Gestaltung samt Layout und erstellt den Vorschlag über die Schalt-Streuung der Kampagne.

Dabei wird bei Themen von landesweitem Interesse der sogenannte „große Schaltplan“ umgesetzt, der folgende Medien umfasst: Tiroler Tageszeitung samt www.tt.com (seit 2010), Tiroler Kronenzeitung, Tirol Kurier, Bezirksblätter, Osttiroler Bote, Kleine Zeitung Osttirol, ECHO am Freitag, bis zur Einstellung im November 2010 auch die Tiroler Woche, seither Rundschau mit den Ausgaben Landeck, Reutte, Telfs, Imst sowie Tiroler Woche mit den Ausgaben Kufstein und Schwaz und Tiroler Wirtschaft.

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:

Einschaltungen über den Medienberater

2008	Beträge in €
<b>20 Jahre KW Amlach und 60 Jahre TIWAG Osttirol</b>	<b>35.170</b>
<b>Lehrlingsseiten und Ehrungsseiten (Jubilare)</b>	<b>75.333</b>
Sonderbeilagen/Energiebeilagen TT	116.311
Niedrigenergiepreis u.a. Bezirksblätter	45.528
Gerätetauschaktion Bezirksblätter	37.582
Beilagen Krone/Kurier	6.338
<b>Summe</b>	<b>316.262</b>
2009	Beträge in €
<b>Umspannwerk Vill</b>	<b>35.877</b>
<b>Lehrlingsseiten und Ehrungsseiten (Jubilare)</b>	<b>77.818</b>
Energiebeilage/Energiewirtschaft TT	94.044
Beilagen Krone/Kurier	72.000
Seilbahnaktion	10.837
<b>Summe</b>	<b>290.577</b>

1. Hj. 2010	Beträge in €
<b>Kraftwerksoffensive</b>	<b>14.792</b>
<b>Energiesparlampenaktion</b>	<b>29.099</b>
<b>Energieeffizienz</b>	<b>34.174</b>
Energiebeilage TT	29.068
Beilagen Krone/Kurier	41.899
<b>Summe</b>	<b>149.032</b>

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

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

Einschaltungen über Agentur Hofherr kommunikation

2008	Beträge in €
<b>Inseratserie April/Mai</b>	<b>145.255</b>
<b>Inseratserie August/September</b>	<b>120.644</b>
Gerätetauschaktion	8.350
Einzelinserate	63.691
<b>Summe</b>	<b>337.941</b>

2009	Beträge in €
Einzelinserate	<b>45.416</b>

1. Hj. 2010	Beträge in €
Einzelinserate	<b>10.353</b>

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

Die TIWAG hat über die Agentur Hofherr kommunikation im Frühjahr 2008 und im Herbst 2008 jeweils eine Inseratenserie in verschiedenen Medien geschaltet. Ziel dieser Kampagne war es, den Kunden und dem öffentlichen Meinungsklima den Tiroler Strompreisvorteil bewusst zu machen. Der Vorstand der TIWAG sah aufgrund von Meinungsumfragen und Kundenbefragungen hierfür einen konkreten Handlungsbedarf.

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 €):

Einschaltung der beiden Agenturen

	Medienberater			Agentur Hofherr kommunikation		
	2008	2009	1. Hj. 2010	2008	2009	1. Hj. 2010
Einschaltungen - Durchläufer	316.262	290.577	149.032	337.941	45.416	10.353
Fremdleistungen	1.947	1.755	1.586	3.314	0	0
"Provisionen"	18.956	9.427	8.554	27.329	1.560	348
<b>Gesamtaufwand</b>	<b>337.165</b>	<b>301.759</b>	<b>159.172</b>	<b>368.584</b>	<b>46.976</b>	<b>10.701</b>

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 communication sowie die durch die TIWAG selbst vorgenommen Inserierungen und betragen 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 communication 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.

#### Ad Fragen 20 und 21

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

Einschaltungen

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

**Tiroler Bauernzeitung** Die über den Medienberater erfolgten Einschaltungen betrafen die Lehrlingsseite (2008), die Jubilarseite (2009) sowie die Kampagne „Energieeffizienz“ (2010). Die Einschaltungen durch die Agentur Hofherr communication erfolgten lediglich im Jahr 2008 im Zusammenhang mit der oben angeführten Inseratenserie. Zudem inserierte die TIWAG regelmäßig im Ausmaß von jährlich durchschnittlich ca. € 35.000,-- in der Tiroler Bauernzeitung, in Sondernummern und Beilagen („Waldbauerntag“, „Heizen mit Holz“, „Energie und Umwelt“) sowie im Bauernkalender.

„Horizonte“ und „Unsere Generation“ Die Einschaltungen in diesen Medien werden über zwei unterschiedliche Agenturen abgewickelt.

**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 Kooperationen mit den Medien werden jeweils für bestimmte Produktionen in einzelnen Verträgen geregelt. Die Vereinbarungen legen im Wesentlichen die Leistung eines Pauschalbetrages durch die TIWAG sowie die konkrete Werbeleistung - die Anzahl und Platzierung des Patronanz-Hinweises - fest, wobei die Programmhöhe des Medienunternehmens hinsichtlich inhaltlicher Gestaltung und Ausrichtung der Produktionen ausdrücklich gewahrt bleibt.

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.

Die Agentur Hofherr kommunikation hat für diese Radiospots insgesamt € 102.709,-- (weiter)verrechnet. Die durchwegs 30 Sekunden dauernden Radiospots wurden in mehreren Etappen im Zeitraum Mai 2008 bis Dezember 2009 gesendet.



keine schriftlichen Vereinbarungen	Der LRH stellte fest, dass hinsichtlich der Medieneinschaltungen keine schriftlichen Vereinbarungen zwischen TIWAG und der Agentur Hofherr kommunikation vorlagen. Wie erwähnt umfasste der im Jahr 2005 abgeschlossene Vertrag lediglich Beratungsleistungen und schloss Medieneinschaltungen dezidiert aus. Die auf den einzelnen Rechnungen ausgewiesenen und der TIWAG teilweise weitergegebenen Konditionen (Rabatte, Provisionen, Skonti) beruhten somit auf mündliche Vereinbarungen.
Anregung	Der LRH regt an, künftig auch bei Medieneinschaltungen, deren Abwicklung Dritten übertragen wird, schriftliche (Rahmen)Vereinbarungen abzuschließen.
Stellungnahme der TIWAG	<i>Die TIWAG wird die Anregung des LRH umsetzen.</i>

#### **4.5. Veranstaltungen und Agenturen**

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

Darüber hinaus subventioniert die TIWAG den jährlich von der Tiroler Tageszeitung und der Agentur Alp Events organisierten „TT Wandercup“, bei dem von Mai/Juni bis September rd. zehn verschiedene Wanderungen einschließlich einem Unterhaltungsprogramm veranstaltet werden. Die Aufwendungen dafür betragen 2008 und 2009 jeweils rd. € 62.000,--, wobei 90 % dieser Summe über die Eventagentur bezahlt wurden.

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.

Speziell für den Veranstaltungsbereich (auch für Sponsorprojekte) beauftragt die TIWAG „Event-Agenturen“, deren Aufgabenbereich grundsätzlich die Konzepterstellung, die Marketingmaßnahmen, die Werbung und die Öffentlichkeitsarbeit sowie die Organisation vor Ort umfasst. Die intensivste Zusammenarbeit (ca. 70% der Aufwendungen) besteht dabei mit den Unternehmen „Alp Events GmbH“ und „Tirol Musikkontakt“. Das Unternehmen „Luna promotion“ wird vor allem für Veranstaltungen des HCI sowie Events in der Jugendszene beauftragt, mit dem Ziel, die Werbewirkung der TIWAG zu verbessern.

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

---

### Leistungen an Agenturen

	2008	2009	1. Hj. 2010
Anzahl Agenturen	7	13	8
Summe Aufwendungen	636.378	530.715	296.826

---

## 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

	2008	2009	1. Hj. 2010
Anzahl der Begünstigten	10	9	5
Summe der Sponsorings in €	67.362	63.726	27.742

Begünstigte der Sponsorleistungen 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 Sponsorleistungen, der Großteil der Leistungen war jedoch einmalig und projektsbezogen. Die Sponsorbeiträge reichten im Einzelfall von € 75,- - € 20.000,-.

In der obigen Darstellung waren Sponsorleistungen an die Gemeinde Silz im Ausmaß von € 15.000,- im Jahr 2008 (eine Auszahlung) und von € 23.500,- im Jahr 2009 (vier Auszahlungen) enthalten. Die gesponserten Projekte bezogen sich auf die Errichtung des Wasserbegegnungsplatzes und des Kinderspielplatzes, den Ankauf von Leitern sowie eine Veranstaltung („Rote-Nasen-Lauf“).

Die Sponsorbeiträge 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:

---

### Sponsoring Kaunertal 2008 - 2010

	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>1. Hj. 2010</b>
Anzahl der Begünstigten	6	6	3
Summe der Sponsorings in €	70.000	50.638	35.000

---

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.

außerbücherliches  
Sparbuch

Im Zusammenhang mit der Thematik „Wahlkampffinanzierung durch die TIWAG“ gab es in der Gemeinde Kaunertal Hinweise und Anfragen in Bezug auf ein in der Gemeindebuchhaltung nicht enthaltenes Sparbuch. Weiters standen Vorwürfe der widmungswidrigen Verwendung von Sponsorgeldern, welche die Gemeinde Kaunertal von der TIWAG lukrierte und deren Verrechnung sie über dieses Sparbuch abwickelte, im Raum.

Bericht der Bezirkshauptmannschaft Landeck

In der diesbezüglichen Causa hat die Bezirkshauptmannschaft Landeck als Gemeindeaufsichtsbehörde am 11.5.2010 in der Gemeinde Kaunertal eine stichprobenweise, auf bestimmte Bereiche bezogene Prüfung durchgeführt und darüber einen Bericht erstellt. Dabei wurde u.a. ein identifiziertes, mit einem Lösungswort versehenes Überbringersparbuch mit der Bezeichnung 'Sponsoring' überprüft. Dieses am 21.10.2004 angelegte Sparbuch wies zum erwähnten Prüfungszeitpunkt ein Guthaben von € 2.569,40 auf.

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<sup>13</sup> eine diesbezügliche Erklärung auf Vollständigkeit ab.

Über dieses außerbücherlich geführte Sparbuch wurden im gesamten Zeitraum Sponsorgelder in Höhe von insgesamt € 55.100,-- vereinnahmt. Davon hat die TIWAG insgesamt € 44.000,-- zur Unterstützung der Veranstaltungen „Seniorenweltcup“ (2005 und 2007), „Europacup Damen“ (2007), „Kaunertaler Gletscherkaiser“ (2007 und 2009) sowie „Hubertusfeier“ (2009) geleistet.

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 zuordenbar,
- der Geldfluss war nachvollziehbar und mit wenigen Ausnahmen belegbar sowie
- die Sponsorgelder wurden durchwegs für Sport- und Kulturveranstaltungen im Kaunertal verwendet.

---

<sup>13</sup> mit 30.3.2010 fand ein Wechsel in dieser Funktion statt.

Der Gemeinderat der Gemeinde Kaunertal beschloss am 11.6.2010, das Sponsoringsparbuch aufzulösen und das vorhandene Guthaben in Höhe von € 2.570,57 als Spende für die Renovierung der Wallfahrtskirche Kaltenbrunn zu verwenden. Die entsprechenden Transaktionen wurden am 14.7.2010 durchgeführt.

Die Prüfung durch die Gemeindeaufsichtsbehörde ergab keine zweckwidrige Verwendung der TIWAG-Sponsorgelder. Die Führung eines Sparbuchs zur Abwicklung von Gemeindegeldern außerhalb der Gemeindebuchhaltung widersprach aber den allgemeingültigen buchhalterischen Grundsätzen.

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 Bezirkshauptmannschaft 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 fälschlicherweise 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“ Sponsoringsparbuch 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  
Erstgenannte Sponsoringmaßnahme betraf die Hubertusfeier des Bezirks Landeck, welche am 8.11.2008 in Feichten durchgeführt wurde und für dessen Sponsoring sich der Bürgermeister der Gemeinde Kaunertal bei der TIWAG verwendet hat. Der letztlich auf das Sponsoringsparbuch überwiesene Betrag wurde jedoch weder vom Bezirksjägermeister angefordert noch an diesen weitergeleitet. Nach Auskunft des Bürgermeisters wird auf dessen Nachfrage beim Bezirksjägermeister am 8.2.2011 dieser Betrag auch nicht mehr angefordert. Die betreffende Feier sei finanziell ausgeglichen und abgeschlossen.

Wallfahrtskirche Kaltenbrunn  
Eine Weiterleitung des Sponsorbeitrags wäre zum jetzigen Zeitpunkt auch schwierig, da - wie erwähnt - das Sponsoringsparbuch im Juli 2010 aufgelöst und die Gemeinde Kaunertal das Guthaben (ein Großteil davon bezog sich auf diesen nicht weitergeleiteten Sponsorbeitrag) der Pfarre Kaltenbrunn für die Renovierung der Wallfahrtskirche gespendet hat. Die damalige Weiterleitung des Sponsorbeitrages (als Teil des Sparbuchguthabens) erfolgte ohne Zustimmung der Sponsors. In diesem Zusammenhang ist jedoch zu erwähnen, dass auch die TIWAG die Pfarre Kaltenbrunn für die Renovierung der Kirche in den Jahren 2008 - 2010 mit einem jährlichen Sponsorbeitrag von jeweils € 10.000,-- (insgesamt somit € 30.000,--) unterstützt hat.

### 5.3. Marktgemeinde Matrei i.O.

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

Teambuildinglehrgang  
So erhielt die Marktgemeinde Matrei i.O. für einen in dieser Gemeinde durchgeführten Teambuildinglehrgang des FC Wacker Innsbruck (10. - 14.9.2008) eine finanzielle Zuwendung in Höhe von € 3.500,--. Diese Veranstaltung hat die Gemeinde organisiert.

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

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

Der Bürgermeister der Marktgemeinde Matrei i.O. trat aus eigener Initiative an den LRH heran, um zu den Vorwürfen „Mögliche Wahlkampfunterstützungen seitens der TIWAG für Bürgermeister von Kraftwerksgemeinden“ und „eigene Konten oder Sparbücher für die Abwicklung von Vereinsförderungen in TIWAG-Kraftwerksgemeinden“ Stellung zu beziehen. Er übergab dem LRH unaufgefordert hierzu relevante Unterlagen. Daraus ergaben sich jedoch für den LRH in Bezug auf die gegenständliche Sonderprüfung keine zusätzlichen Erkenntnisse.

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 Werbeinseraten 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.

Die Schützenkompanie Matrei i.O. hat durch deren Obmann am 4.11.2009 bei der TIWAG ein Ansuchen um Gewährung eines Zuschusses für die Anschaffung von Trachtenbundhosen in Leder gestellt. Es wurde darauf hingewiesen, dass trotz finanzieller Zuwendungen durch das Land Tirol und der Marktgemeinde Matrei i.O. sowie einen Selbstbehalt noch eine beträchtliche Finanzierungslücke in Höhe von € 20.000,- bestand. Die TIWAG hat diesem Verein eine Zuwendung in Höhe von € 3.000,- zugesichert und ihm letztlich diesen Beitrag auch überwiesen. Entsprechend den Förderunterlagen der TIWAG war die Marktgemeinde Matrei i.O. im gegenständlichen Fall nicht involviert.



#### 5.4. Andere Projektsgemeinden

---

Gemeinde Umhausen Die Gemeinde Umhausen war im Prüfungszeitraum in fünf Fällen Empfängerin von Sponsorleistungen der TIWAG. Sie erhielt für das jährliche Seefest (2008, 2009 und 2010), ein Kirchtagsfest (2008) und ein Stuibentalfest (2009) Sponsorgelder im Ausmaß von insgesamt € 16.700,--.

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 Der LRH erhielt im Zusammenhang mit dieser Prüfung von einem Fall Kenntnis, der sehr deutlich die enge Verflechtung des Landes Tirol zu seinem Tochterunternehmen zeigt. Der Obmann der Heimatbühne Prutz/Faggen hat im Frühjahr 2009 das Land Tirol um eine Unterstützung für eine Freilichtaufführung zum 200. Gedenkjahr ersucht. Die erbetene Förderung hat letztlich die TIWAG in Form eines Sponsorbeitrages in Höhe von € 4.000,-- geleistet. Entscheidungsgrundlage für die TIWAG war das an das Land Tirol gerichtete Ansuchen sowie ein entsprechendes Ersuchen des Landes Tirol (Büro Landeshauptmann) um Gewährung eines Sponsorbeitrages. Die Unterstützung erfolgte letztlich aufgrund der jahrzehntelangen guten Zusammenarbeit der Gemeinde Prutz mit der TIWAG.

Weltcup Opening  
Sölden 2009 Unter den Sponsorleistungen des Jahres 2009 befand sich auch eine Auszahlung in Höhe von € 5.650,-- für das Sponsoring Weltcup Opening Sölden vom 23. - 25.10.2009. Im Gegensatz zu den anderen, dem LRH zur Verfügung gestellten Sponsorfällen lag diesem Fall weder ein Ansuchen noch ein entsprechender Leistungsnachweis bei. Zahlungsgrundlage war lediglich eine Pauschalrechnung eines Hotelbetriebes der Skiliftgesellschaft Sölden - Hochsölden GmbH. Daraus geht jedoch nicht hervor, für welche Leistungen diese Abrechnung erfolgte.

### 5.5. Exkurs: Sonstige Zuwendungen an Gemeinden

„Begehrlichkeiten“

Der LRH stellte im Zusammenhang mit dieser Prüfung fest, dass die (Klein)Sponsorleistungen der TIWAG nur einen (Bruch)Teil jener Leistungen, welche die Kraftwerks-/Projektsgemeinden erhielten, darstellten. In vielen Projektsgemeinden gab es weitaus größere „Begehrlichkeiten“ in Form von finanziellen Zuwendungen, Entschädigungen, Infrastruktur- und Ausgleichsmaßnahmen, regionalen Zukunftspaketen oder Arbeitsplätzen in der Region. Es entsprach auch bisher der Intention der TIWAG, dass die betroffenen Gemeinden von einem Kraftwerksbetrieb profitieren sollten. Deren Bevölkerung sollte an den Erträgen der Kraftwerke entsprechend beteiligt werden und einen Anteil an der Wertschöpfung erhalten.

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

Talverträge

Neben den zahlreichen Nutzungsverträgen (Servituts- und Entschädigungsverträge), mit denen vorwiegend messbare Schäden abgegolten werden, hat die TIWAG mit mehreren Kraftwerksgemeinden sog. „Talverträge“ abgeschlossen. Solche „Talverträge“ bestehen für die Kraftwerke Achensee, Strassen-Amlach, Kaunertal, Sellrain-Silz und Prutz-Imst.

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 hierfür beispielsweise 1,0 Mio. € für das Jahr 2009 überwiesen.

sonstige finanzielle  
Zuwendungen

Darüber hinaus hatte die TIWAG auch sonstige finanzielle Leistungen für verschiedene Zwecke erbracht. Die TIWAG hat insbesondere in Gemeinden mit großen Kraftwerksprojekten mehrere Infrastrukturprojekte gemeinsam mit dem Land Tirol und den betreffenden Gemeinden verwirklicht.

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.

Gemeinderatswahlen  
Kaunertal und andere  
Gemeinden

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.

Aufsichtsrats-  
vorsitzender

Der Aufsichtsratsvorsitzende schloss dabei dezidiert aus, dass - sofern ein Beratungsunternehmen Leistungen für eine wahlwerbende Gruppe erbracht hat - diese Leistungen von der TIWAG bezahlt worden seien. Er habe sich in seiner Funktion als Aufsichtsratsvorsitzender weitestgehend aus den operativen Agenden der TIWAG herausgehalten. Dies habe auch für den Bereich des Sponsorings gegolten - lediglich die „großen“ Sponsorfälle (d.h. Fussball, Eishockey) seien zwischen dem Vorstand und ihm abgesprochen worden.

Landeshauptmann  
als Eigentümer-  
vertreter

Der Landeshauptmann betonte, von einer allfälligen Korruption weder in der Gemeinde Kaunertal noch in einer anderen Gemeinde informiert gewesen zu sein und von diesen Vorwürfen erst aus den Medien erfahren zu haben. Er verwies dazu auch auf das laufende Verfahren der Korruptionsstaatsanwaltschaft.

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.

Die TIWAG hat auch die auf der Internetseite [www.dietiwag.org](http://www.dietiwag.org) auszugsweise abgebildeten Dokumente der Agentur Hofherr kommunikation bereitgestellt. Einzelne Dokumente bezogen sich lt. TIWAG auf die Gemeinderatswahl in der Gemeinde Kaunertal. Hierzu hätte es daher keinen Bezug zur TIWAG und auch nicht zu diesen Dokumenten gegeben. Eine Stellungnahme dazu sei daher nicht möglich gewesen.

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-

rung nach einer stärkeren Transparenz der Lobbyarbeit gestellt. Diese Transparenz würde Informationen über Auftraggeber und Ziele des Lobbying, das Offenlegen der Geldflüsse sowie die Nachvollziehbarkeit von Informationsleistungen umfassen. In Diskussion steht auch ein Verhaltenskodex betreffend die Beziehung zwischen Entscheidungsträger und Lobbyisten.

Werbung,  
Öffentlichkeitsarbeit,  
Beratung und  
Agenturen

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.

Beratungsleistungen

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 forcieren und in Folge externe Beratungsleistungen - neben den gesetzlich vorgeschriebenen Vertretungsfällen - auf Spezialfragen zu beschränken.

Öffentlichkeitsarbeit

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.

Strategie der TIWAG

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.

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 einstufen, 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.
Kleinsponsoring	<p>Die Verteilung der zahlreichen Kleinsponsoringleistungen war breit gefächert. Begünstigte waren neben den vielen Vereinen auch Schulen, Universitäten, Studentenheime, Studentenverbindungen und Gemeinden. Die Kleinsponsoring-Aktivitäten der TIWAG stellen ein wichtiges finanzielles Standbein der Tiroler Vereinslandschaft dar.</p> <p>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.</p>
externe Beratungsunternehmen	<p>Für die Unternehmens- und Marktkommunikation waren für die TIWAG im Wesentlichen drei externe Beratungsunternehmen tätig. Diese hatten grundsätzlich unterschiedliche Schwerpunktaufgabenfelder wahrzunehmen und sich regelmäßig auszutauschen und zu koordinieren.</p> <p>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.</p>

Medien-  
einschaltungen

Grundlage dafür waren „Kampagnen“, deren wesentliche Zielsetzung, Inhalte und Zielgruppen in Strategie-Gesprächen mit dem Vorstand der TIWAG, dem PR-Leiter und dem Medienberater oder der Agentur Hofherr communication (vor Beendigung der Zusammenarbeit) festgelegt wurden. Die TIWAG hat in den letzten Jahren mehrere Themenschwerpunkte verfolgt und ihre Einschaltungen in verschiedenen Medien platziert. Ein großer Teil der Einschaltungen erfolgte über die externen Beratungsunternehmen.

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



## **Hinweise**

**Gemäß § 7 Abs. 1 des Gesetzes über den Tiroler Landesrechnungshof hat der LRH die Äußerung der Tiroler Landesregierung in seine Erwägungen einzubeziehen und in den Endbericht einzuarbeiten. Dies ist unter der jeweiligen Randzeile „Stellungnahme der Regierung“ und „Replik des LRH“ vollzogen worden.**

**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.**



Amt der Tiroler Landesregierung

**Verwaltungsentwicklung**

**Dr. Norbert Habel**

An den  
Landesrechnungshof

Telefon 0512/508-2136

Fax 0512/508-2125

verwaltungsentwicklung@tirol.gv.at

im Hause

DVR:0059463

---

**Rohbericht des Landesrechnungshofes "Bericht über die Sonderprüfung bei der TIWAG zum Sonderprojekt Kaunertal sowie der Verwendung der für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen bilanzierten Mittel in den Jahren 2008, 2009 und 2010 bisher";  
Äußerung der Landesregierung**

Geschäftszahl VEntw- RL-82/3-2011

Innsbruck, 28.04.2011

Der Landesrechnungshof hat von Oktober 2010 bis März 2011 eine Sonderprüfung bei der TIWAG zum „Sonderprojekt Kaunertal sowie der Verwendung der für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen bilanzierten Mittel in den Jahren 2008, 2009 und 2010 bisher“ durchgeführt und den Rohbericht vom 23. März 2011, Zl. BE-0101/71, erstellt. Die Tiroler Landesregierung erstattet aufgrund ihres Beschlusses vom 3. Mai 2011 hierzu folgende

**Ä u ß e r u n g:**

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

TIWAG-  
Tiroler Wasserkraft AG  
Eduard-Wallnöfer-Platz 2  
6020 Innsbruck  
www.tiroler-wasserkraft.at



Tiroler Wasserkraft - Energie mit Perspektiven

An das  
Amt der Tiroler Landesregierung  
Abteilung Verwaltungsentwicklung  
z.H. Herrn Dr. Gerhard Brandmayr  
Landhaus  
6020 Innsbruck

**Vorstand**

Dr. iur. Bruno Wallnöfer  
Dipl.-Ing. Alfred Fraidl

Telefon: +43 (0)50607 0  
Fax: +43 (0)50607 21004  
E-Mail: [vorstand@tiwag.at](mailto:vorstand@tiwag.at)

Eduard-Wallnöfer-Platz 2  
6020 Innsbruck

DW/Ko  
LRH.01/11

**per Email**

**Betr.:** Landesrechnungshof;

Bericht über die Sonderprüfung bei der TIWAG zum „Sonderprojekt Kautertal  
sowie der Verwendung der für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und  
Agenturen bilanzierten Mittel in den Jahren 2008, 2009 und 2010 bisher“;  
Stellungnahme der geprüften Gesellschaft

**Bezug:** Ihr Schreiben Zl. 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:

o 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 Beratungsleistungen – 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 Geschäftsführung die Sorgfalt eines ordentlichen und gewissenhaften Geschäftsleiters anzuwenden. Zur Erfüllung dieser speziellen Sorgfaltspflicht haben sich die Vorstandsmitglieder nach ständiger Rechtsprechung – je nach Komplexität und Schwierigkeit der zu besorgenden Geschäftsfälle – 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 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 stellungnahmegegenständlichen 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) zweckmäßigerweise 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.





Vor diesem Hintergrund erscheint der Aufbau von „unternehmensinternem 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.

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

o Zur Anregung auf Seite 15, 3. Absatz:

„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.“

Die TIWAG wird die Anregung des Rechnungshofes umsetzen.

o Zur Anregung auf Seite 19, 5. Absatz:

„Da zum Prüfungszeitpunkt – wie erwähnt – das Vertragsverhältnis mit der Agentur Hofherr Kommunikation 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.

o Zur Kritik des LRH auf Seite 41 unten:

„Nach Ansicht des LRH ist diese Vorgangsweise nicht zweckmäßig. Die Sponsorgelder sollten – ohne Umwege – unmittelbar den Leistungsbegünstigten überwiesen werden.“

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



Datum 14.04.2011

TIWAG-  
Tiroler Wasserkraft AG  
Eduard-Wallnöfer-Platz 2  
6020 Innsbruck  
www.tiroler-wasserkraft.at



o 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 Kenntnisnahme und weitere Veranlassung und verbleiben

Mit freundlichen Grüßen  
TIWAG-Tiroler Wasserkraft AG

  
Dr. Bruno Wallnöfer

  
Dipl.-Ing. Alfred Fraidl





# Anlagenverzeichnis

---

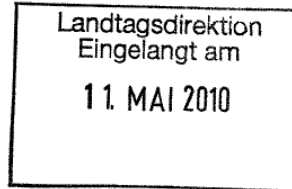
- Prüfauftrag ..... Anlage 1
- Beratungsunternehmen im Managementbereich ..... Anlage 2
- Leistungsnachweise der Agentur Hofherr kommunikation 2008 - 2010 ..... Anlage 3
- Sponsoring Sport ..... Anlage 4
- Listen der Printmedien & Hörfunk und Fernsehen ..... Anlage 5
- Liste Agenturen ..... Anlage 6



**Grüner Landtagsklub**

**fritzklub**  
Bürgerforum Tirol

Herrn Landtagspräsidenten  
DDr. Herwig van Staa  
im Hause



9.27 Uhr  
Edith Platter  
Innsbruck, am 6.5.2010

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

**Sonderprüfung bei der TIWAG zum „Sonderprojekt Kaunertal“ sowie der Verwendung der für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen bilanzierten Mittel in den Jahren 2008, 2009 und 2010 bisher**

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“.

Auf der Homepage [www.dietiwag.org](http://www.dietiwag.org) findet man seit 3. Mai 2010 eine Dokumentation unter dem Titel „Politische Korruption in Dokumenten: Wie sich die TIWAG den Bürgermeister vom Kaunertal gekauft hat“ (siehe Anhang). Es liegt damit auch der Verdacht nahe, dass die Mittel für Werbung, Öffentlichkeitsarbeit, Beratung und Agenturen nicht gemäß den in der Satzung aufgeführten Unternehmenszielen verwendet werden.

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:

1. Hat es wie in der beiliegenden Dokumentation „Politische Korruption“ belegt, Abmachungen zwischen der TIWAG bzw. von dieser beauftragten Unternehmen mit dem Kaunertaler Bürgermeister im Gegenzug zu den ebenfalls dokumentierten Wahlkampf –Agenturleistungen und Einschaltungen gegeben?
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 Finanzeinsatz 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. Matri) 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?
20. In welchen Zeitschriften oder sonstigen Veröffentlichungen von politischen Parteien bzw. deren Vorfeld- oder Teilorganisationen inseriert die TIWAG in den Jahren 2008, 2009 und 2010 bis dato?
21. Wie hoch sind die Kosten für diese Einschaltungen?



## **Politische Korruption in Dokumenten: Wie sich die TIWAG den Bürgermeister vom Kaunertal gekauft hat**

Die TIWAG möchte im Natura 2000-Schutzgebiet im hinteren Kaunertal einen riesigen Stausee errichten. Dafür braucht sie als erstes einen willfährigen Gemeindechef, im konkreten Falle die erfolgreiche Wiederwahl des Bürgermeisters Pepi Raich. Um diese sicherzustellen, hat die TIWAG ihm den Gemeinderatswahlkampf 2010 konzipiert, organisiert und finanziert.

### 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 Birgalpe alles erlaubt und das Tal an die TIWAG verkauft und dabei womöglich persönlich profitiert.

Pepi Raich braucht Unterstützung

Gemeinderatswahlkampf Kaunertal - TIWAG-Strategiepapier

Es gibt bekanntlich breiten Widerstand im Kaunertal gegen das Projekt eines Pumpspeicherkraftwerks im Gepatsch samt Stausee im Fernergrieß. Davor hat die TIWAG große Angst. Die Bevölkerung hat schon vor drei Jahren gegen einen Ausbau der bestehenden Anlage unterschrieben. Mehrheitlich. Und damals war ein *zusätzlicher* neuer Speicher im Tal noch gar nicht vorgesehen!

### **„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**

Das **Projekt Kaunertal** ist in der Phase der Entscheidung für den Speicherstandort. Im „Rennen“ sind das Taschachtal im Pitztal und das Fernergrieß im Kaunertal, wobei kaum jemand an das Pitztal glaubt. Die Entscheidung wird nicht vor der Gemeinderatswahl fallen.

### Gemeinde Kaunertal

BM **Pepi Raich** kandidiert wieder und wird das Rennen wohl machen. Ob es einen Gegenkandidat als BM gibt, ist nicht bekannt. Zu rechnen ist mit einer Liste aus dem Kreis der Gegner. Sie werden sich die Chance nicht entgehen lassen, im Zuge des Gemeinderatswahlkampfes zu polarisieren.

Raich wird klare Forderungen an die TIWAG und an das Land stellen. Er wird sich von der TIWAG abgrenzen. Dabei sollte er unterstützt werden, halt nicht zu pointiert. 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

Bei einer **Entscheidung im September über den Speicherstandort** ist bereits Wahlkampf für die Gemeinderatswahl 2010. Ohne Vorbereitung darauf, würde das den Gegnern des Kraftwerks eine starke Position verleihen.

Der Bürgermeister nimmt an, dass **eine gegnerische Gruppe bei der Gemeinderatswahl kandidieren** wird. Aus der Sicht des Bürgermeisters müssten daher vor der Gemeinderatswahl Verhandlungen stattfinden und es müsste eine Meinungsbildung im derzeitigen Gemeinderat erfolgen.

Agentur Hofherr, Jänner 2009

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

## Kraftwerksprojekt Kaunertal

Vermerk über ein Telefongespräch von mit BM Pepi Raich, Kaunertal

vom 22.04.2009

## 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 hetze 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)

Agentur Hofherr, April 2009

Im Jahr 2005 hatte die TIWAG die PR-Agentur Hofherr Kommunikation beauftragt, die von der Bevölkerung abgelehnten Kraftwerksprojekte bei dieser durchzudrücken. Seither stümpfern dort diese Berater mit einem Millionen-Euro-Aufwand an dieser Aufgabe herum. Insbesondere setzen sie, von Osttirol bis ins Stubai und vom Ötztal bis ins Paznaun, auf die willigen Bürgermeister. Mit ihnen gibt es laufend Geheimgespräche und bereits Mitte 2009 vertrauliche Vorabstimmungen auf den Gemeinderatswahlkampf.

**Ganz wichtig sind das Timing und die Abstimmung mit den Beteiligten. Zufällige Aussagen (wie z.B. der Sager von Pepi Raich bei der Pressekonferenz im Oktober 2008) müssen vermieden werden. Deshalb ist eine vertrauliche Vorabstimmung mit den wichtigsten Beteiligten (Raich, Hosp, Schöpf, Grundeigentümer) ganz wichtig.**

**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:



GR-Wahlen Kaurertal				Februar				März				Details
Maßnahmen	Details	Ziel	To Do	1	2	3	4	1	2	3	4	
				<b>Gesamtkoordination aller Maßnahmen:</b>								
PR												
Laufende Medienarbeit	Kommunikative Maßnahmen werden laufend abgestimmt und nach Definition umgesetzt	Kommunikatives Grundrauschen sicherstellen	Abstimmung, Wording, Versand									laufend
Flyer	Kommunikation der wichtigsten Inhalte und Vorstellen der Liste	Erreichen der Wählerschaft und Kommunikation der Wahlmotive	Abstimmung, Produktion, Wording, Versand									Prod: KW 5 Versand: 05. März
Bürgermoderbrief	Wichtigste Zukunftsthemen neuersch kommunizieren und Wahlmotive verdeutlichen	Wählerschaft zur Wahl der Liste und des Bgln.kandidaten motivieren	Wording, Produktion, Versand									Versand: 5 März
Jung-, Erwerbsbrief	Wahlaufruf an die Jungwählerschaft	Jugendliche zur Wahl motivieren	Wording, Produktion, Versand									Versand: 5 März
Presseausendung	Leben- und Themenpräsentation	Vorstellung der Kandidaten und inhaltlicher Schwerpunkte	Terminisierung, Teilnehmer und DJ festlegen, Einladung und Presseausendung und Fotos, pers. Briefe, etc.									KW 8
<b>Direktmarketing</b>												
Wahlveranstaltung	Freunde, Sympathisanten, Sponsorierer werden zur einer Infoveranstaltung eingeladen. Eventuell Teilnahme eines Vertreters der Landtagsregierung	Sympathie und Vertrauen in der Öffentlichkeit stärken, Bürgernähe zeigen	Location und Teilnehmer definieren, Besucher und Medienvertreter einladen, Essen bestellen									05. März
Vertikation/Hausbesuche	Verhalten von Gateways (Karabiner und Kärtchen)	Sympathie erzeugen, zur Wahl motivieren	Gateways organisieren, Kärtchen und Hausbesuche organisieren									12.11. März

Agentur Hofherr, Jänner 2010

Der „Maßnahmenplan“ enthält alle Details der Kampagne von der Sicherstellung des „kommunikativen Grundrauschens“ in den Medien bis zum Werbegeschenk („Karabiner mit Kärtchen“), die bei Hausbesuchen verteilt werden. Hofherr ist für alles zuständig, auch für die Produktion der Werbemittel und deren Versand.

### Der Wahlkampf des TIWAG-Bürgermeisters Pepi Raich

<b>Gemeinderatswahl Kaurertal</b>	
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:

UNSERE ZIELE FÜR DIE ZUKUNFT



**Sicherheit:**  
Wir leben in einem der schönsten Täler der Alpen, aber unser Lebensraum birgt auch Gefahren. Deshalb werden wir die **Fertigstellung der Lawinerverbauungen** und den **Weiterbau der sicheren Zufahrt (Kaltenbrunnegalerie)** ins Tal durchführen.

**Infrastruktur:**  
Die Verbesserung der Infrastruktur und Fortsetzung der Dorfentwicklung ist ein wichtiger Teil unserer Arbeit. Wir werden die Fertigstellung des **Gehsteiges Richtung Platz**, die **Verbesserung der Mutter Gasse** und die **Fertigstellung des Parkplatzes Kaltenbrunn** sowie die **Verkleidung Unterhäuser – Mühlbach – Grasse** umsetzen.

**Wir im Kautertal:**  
Die **Heimatliste** steht für das Miteinander im Kautertal. Wir werden weiterhin die **Vereine** und deren Zusammenarbeit fördern, die **Kommunikation zwischen Jung und Alt** fördern und so **gemeinsam Perspektiven für unsere Jugend** schaffen.

**Die Heimatliste:**  
Mit unserer **Heimatverbundenheit** und **Einheitsbereitschaft**, die wir in den verschiedenen Bereichen unseres Tales und in der **Gemeinde unter Beweis** stellen, **bürgen wir für sachliche und zielführende Arbeit** für die Bevölkerung. Wir **machen keine Versprechungen**, die wir nicht halten können, sondern haben ein **klares Programm** und **dauernde Erfahrung** für dessen Umsetzung. Jeder **erkennt** von sich kann durch seine **Wahlbeteiligung** unseren Weg stärken. Wir bitten Euch daher um **euer Vertrauen** und **Eure Stimme**.

**KRAFTWERKSPROJEKT**  
Eine große Herausforderung für uns alle wird sicherlich die **Entscheidung zum Thema „Ausbau des Kautertalstarkwerks“** werden. Vom **Land Tirol** und der **Tiroler Wasserkraft** werden uns **Projektvarianten** unterbreitet, über die wir uns **sachlichen und konstruktiven** die **Wörter austauschen** werden. Sollte die **Tiroler Wasserkraft** ein konkretes, im **Detaill** ausgearbeitetes **Projekt** einreichen, werden wir uns **als Wahlverbände der Heimatliste** unter **Einbeziehung** des **bereits beauftragten Rechtsanwaltes** **gegen den Bau des zweiten Speichers im Ferngraben wehren**.

**WIR IM KAUTERTAL**  
Die **Heimatliste** steht für das **Miteinander** im Kautertal. Wir werden weiterhin die **Vereine** und deren **Zusammenarbeit** fördern, die **Kommunikation** zwischen **Jung und Alt** fördern und so **gemeinsam Perspektiven** für unsere **Jugend** schaffen.

**INFRASTRUKTUR**  
Die **Verbesserung** der **Infrastruktur** und **Fortsetzung** der **Dorfentwicklung** ist ein **wichtiger Teil** unserer **Arbeit**. Wir werden die **Fertigstellung** des **Gehsteiges Richtung Platz**, die **Verbesserung** der **Mutter Gasse** und die **Fertigstellung** des **Parkplatzes Kaltenbrunn** sowie die **Verkleidung** **Unterhäuser – Mühlbach – Grasse** umsetzen.

**SICHERHEIT**  
Wir leben in einem der **schönsten Täler** der **Alpen**, aber unser **Lebensraum** birgt auch **Gefahren**. Deshalb werden wir die **Fertigstellung** der **Lawinerverbauungen** und den **Weiterbau** der **sicheren Zufahrt (Kaltenbrunnegalerie)** ins **Tal** durchführen.

**DIE HEIMATLISTE**  
Mit unserer **Heimatverbundenheit** und **Einheitsbereitschaft**, die wir in den **verschiedenen** **Bereichen** unseres **Tales** und in der **Gemeinde** **unter Beweis** stellen, **bürgen wir für sachliche und zielführende Arbeit** für die **Bevölkerung**. Wir **machen keine Versprechungen**, die wir nicht halten können, sondern **haben ein klares Programm** und die **dauernde Erfahrung** für dessen **Umsetzung**. Jeder **erkennt** von sich kann durch seine **Wahlbeteiligung** unseren **Weg** stärken. Wir bitten Euch daher um **euer Vertrauen** und **eure Stimme**.

Links: Hofherr-Vorgabe (Seite 2), rechts: Raich-Werbemittel (Seite 3)  
Zum Vergrößern auf die jeweilige Seite klicken!

b) Hofherr verfasst „seinen“ Brief an die „lieben Kautertalerinnen und Kautertaler“:

Kautertal, am 08. März 2010

Liebe Kautertalerinnen und Kautertaler!

Am Sonntag finden die Gemeinderats- und Bürgermeisterwahlen statt. Wir alle entscheiden an diesem Tag, wer das Kautertal als Gemeinderat und Bürgermeister in die Zukunft führen wird.

Die in unserer Gemeinde gelebte Arbeit zeigt, dass die **Heimatliste** die treibende Kraft für die Interessen aller Gemeindeglieder und des ganzen Tales ist. Jetzt stehen neue Aufgaben vor uns.

Die größte Herausforderung für uns alle wird sicherlich die Entscheidung zum Thema **„Ausbau des Kautertalstarkwerks“** werden. Vom **Land Tirol** und der **Tiroler Wasserkraft** werden uns **Projektvarianten** unterbreitet, über die wir uns in **sachlichen und konstruktiven** Gesprächen austauschen werden. Sollte die **Tiroler Wasserkraft** ein konkretes, im **Detaill** ausgearbeitetes **Projekt** einreichen, werden wir uns **als Wahlverbände der Heimatliste** unter **Einbeziehung** des **bereits beauftragten Rechtsanwaltes** **gegen den Bau des zweiten Speichers im Ferngraben wehren**. Im **Falle** einer **Erweiterung** werden wir uns **dafür einsetzen**, dass die **gesamte** **Bevölkerung** **einmütig und dauerhaft entschädigt** wird. Natürlich wollen wir auch erreichen, dass sich die **Tiroler Wasserkraft** und das **Land Tirol** zudem bei der **Verbesserung** der **Infrastruktur** im **Kautertal** maßgeblich beteiligen.

Unser **gemeinsames Programm** für die nächsten Jahre haben wir euch schon in einem **Informationsblatt** ausführlich vorgestellt. So stehen wir für:

- die **Förderung des Tourismus** und den **Ausbau** der **Schigebiete**
- die **nachhaltige Förderung der Landwirtschaft**
- den **Schutz** unseres **Lebensraumes** durch weitere **Lawinerverbauungen** und **Sicherheitsmaßnahmen**
- den **Ausbau und Verbesserung der Infrastruktur** (z.B. **Kautertalcenter**)
- die **Förderung der Vereine** und des **Zusammenlebens**

Um allen Aufgaben und der **Zukunft** des **Kautertales** gerecht zu werden, **bedarf** es **Erfahrung**. **Mut** und **Entschlossenheit** sowie der **Zusammenarbeit** aller. **Die Heimatliste** und **meine Person** bitten euch **daher** um **euer Vertrauen** am **Sonntag**.


Euer

Peter Raich  
Bürgermeister der Gemeinde Kautertal

Die **Wahlkiste** sind wie folgt geöffnet:  
Wahllokal Fetschen, Gemeindehaus: 07:00-12:00 Uhr  
Wahllokal Nulfs, Schule: 10:00-12:00 Uhr

... unsere Heimat - unser Tal ...

**Die Heimatliste**  
mit Bürgermeister **Josef Raich**



Kautertal, am 08. März 2010

Liebe Kautertalerinnen und Kautertaler!

Am Sonntag finden die Gemeinderats- und Bürgermeisterwahlen statt. Wir alle entscheiden an diesem Tag, wer das Kautertal als Gemeinderat und Bürgermeister in die Zukunft führen wird.

Die in unserer Gemeinde gelebte Arbeit zeigt, dass die **Heimatliste** die treibende Kraft für die Interessen aller Gemeindeglieder und des ganzen Tales ist. Jetzt stehen neue Aufgaben vor uns.

Die größte Herausforderung für uns alle wird sicherlich die Entscheidung zum Thema **„Ausbau des Kautertalstarkwerks“** werden. Vom **Land Tirol** und der **Tiroler Wasserkraft** werden uns **Projektvarianten** unterbreitet, über die wir uns in **sachlichen und konstruktiven** Gesprächen austauschen werden. Sollte die **Tiroler Wasserkraft** ein konkretes, im **Detaill** ausgearbeitetes **Projekt** einreichen, werden wir uns **als Wahlverbände der Heimatliste** unter **Einbeziehung** des **bereits beauftragten Rechtsanwaltes** **gegen den Bau des zweiten Speichers im Ferngraben wehren**. Im **Falle** einer **Erweiterung** werden wir uns **dafür einsetzen**, dass die **gesamte** **Bevölkerung** **einmütig und dauerhaft entschädigt** wird. Natürlich wollen wir auch erreichen, dass sich die **Tiroler Wasserkraft** und das **Land Tirol** zudem bei der **Verbesserung** der **Infrastruktur** im **Kautertal** maßgeblich beteiligen.

Unser **gemeinsames Programm** für die nächsten Jahre haben wir euch schon in einem **Informationsblatt** ausführlich vorgestellt. So stehen wir für:

- die **Förderung des Tourismus** und den **Ausbau** der **Schigebiete**
- die **nachhaltige Förderung der Landwirtschaft**
- den **Schutz** unseres **Lebensraumes** durch weitere **Lawinerverbauungen** und **Sicherheitsmaßnahmen**
- den **Ausbau und Verbesserung der Infrastruktur** (z.B. **Kautertalcenter**)
- die **Förderung der Vereine** und des **Zusammenlebens**

Um allen Aufgaben und der **Zukunft** des **Kautertales** gerecht zu werden, **bedarf** es **Erfahrung**. **Mut** und **Entschlossenheit** sowie der **Zusammenarbeit** aller. **Die Heimatliste** und **meine Person** bitten euch **daher** um **euer Vertrauen** am **Sonntag**.

Euer

Peter Raich  
Bürgermeister der Gemeinde Kautertal

Die **Wahlkiste** sind wie folgt geöffnet:  
Wahllokal Fetschen, Gemeindehaus: 07:00-12:00 Uhr  
Wahllokal Nulfs, Schule: 10:00-12:00 Uhr

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

c) Hofherr verfasst „seinen“ Brief an die „lieben jungen Kaurntaler und Kaurntalerinnen“:

Kaurntal am 08. März 2010

**Liebe junge Kaurntalerinnen und Kaurntaler!**

Am 14. März 2010 finden die Gemeinderats- und Bürgermeisterversammlungen in Tirol statt. Inmitten mit einer feierlichen Atmosphäre die Chance, die Zusammensetzung der politischen Gremien in dieser Gemeinde und somit die Zukunft des Kaurntales mitzubestimmen.

Als Bürgermeister bin ich natürlich stolz wenn sich junge Menschen in unserer Gemeinde engagieren und ihre Zukunft im Kaurntal sehen. Damit das so bleibt, werden die Heimbühnen und meine Person auch in den nächsten Jahren folgende Fortführer und Neugestaltung:

- Schaffung von weiteren **Wohlräumen** für junge Menschen und Familien
- Gründung einer **LMA** (Landschaftswirtschafts) Verbindung für die optimale Nutzung des Landes
- Ausbau der **öffentlichen Nahverkehrslinie** für eine umweltfreundliche und rasche Mobilität
- weiterer Ausbau der **Sportmöglichkeiten** im Winter und im Sommer
- weitere starke Förderung unserer **Wirtschaft und des Kulturbereichs**

An dieser Stelle möchte ich mich noch einmal herzlich für die vielen Stunden eurer ehrenamtlichen Arbeit für die Gemeinde bedanken. Gleichzeitig bitte ich auch weiter um euer Engagement für unsere Werte und Organisationen.

**Kraftwerkprojekt**

Auch hier ein offenes Wort und klare Position, denn wir machen keine Versprechungen, die wir später nicht halten können. Die Entscheidung zum Thema Ausbau des Kaurntalkraftwerkes wird natürlich die größte Herausforderung für uns alle werden. Sollte der Tiroler Wasserversorger ein konkretes Projekt einreichen, werden wir uns als **Waldeshofen der Hausdörfer** oder Einwohnern des bereits beauftragten Anwaltes **gegen den Bau des zweiten Speichers im Hanggraben wehren**. Im Fall einer Erweiterung werden wir uns dafür einsetzen, dass die gesamte Talbevölkerung **einseitig und dauerhaft entschädigt** wird.

Die Hausdörfer steht für ein klares Programm, die Förderung der jungen Menschen und Familien sowie die Begegnung der Generationen auf gleicher Augenhöhe.

Darüber appelliere ich an euch, am 14. März 2010 von eurem Wahlrecht Gebrauch zu machen und der Hausdörfer und mir euer Vertrauen zu schenken.

Lutz

Pepi Raich  
Bürgermeister der Gemeinde Kaurntal

Die Wahllokale sind wie folgt geöffnet:  
Waldeshofen, Gemeindefaust: 07.00-12.00 Uhr  
Waldeshofen, Schule: 10.00-13.00 Uhr


... unsere Heimat - unser Tal ...

**Die Heimatliste**  
mit Bürgermeister Josef Raich

Kaurntal, am 08. März 2010

**Liebe junge Kaurntalerinnen und Kaurntaler!**

Am 14. März 2010 finden die Gemeinderats- und Bürgermeisterversammlungen in Tirol statt. Inmitten mit einer feierlichen Atmosphäre die Chance, die Zusammensetzung der politischen Gremien in dieser Gemeinde und somit die Zukunft des Kaurntales mitzubestimmen.



Als Bürgermeister bin ich natürlich stolz wenn sich junge Menschen in unserer Gemeinde engagieren und ihre Zukunft im Kaurntal sehen. Damit das so bleibt, werden die Heimbühnen und meine Person auch in den nächsten Jahren folgende Fortführer und Neugestaltung:

- Schaffung von weiteren **Wohlräumen** für junge Menschen und Familien
- Gründung einer **LMA** (Landschaftswirtschafts) Verbindung für die optimale Nutzung des Landes
- Ausbau der **öffentlichen Nahverkehrslinie** für eine umweltfreundliche und rasche Mobilität
- weiterer Ausbau der **Sportmöglichkeiten** im Winter und im Sommer
- weitere starke Förderung unserer **Wirtschaft und des Kulturbereichs**

An dieser Stelle möchte ich mich noch einmal herzlich für die vielen Stunden eurer ehrenamtlichen Arbeit für die Gemeinde bedanken. Gleichzeitig bitte ich auch weiter um euer Engagement für unsere Werte und Organisationen.

**Kraftwerkprojekt**

Auch hier ein offenes Wort und klare Position, denn wir machen keine Versprechungen, die wir später nicht halten können. Die Entscheidung zum Thema Ausbau des Kaurntalkraftwerkes wird natürlich die größte Herausforderung für uns alle werden. Sollte der Tiroler Wasserversorger ein konkretes Projekt einreichen, werden wir uns als **Waldeshofen der Hausdörfer** oder Einwohnern des bereits beauftragten Anwaltes **gegen den Bau des zweiten Speichers im Hanggraben wehren**. Im Fall einer Erweiterung werden wir uns dafür einsetzen, dass die gesamte Talbevölkerung **einseitig und dauerhaft entschädigt** wird.

Die Hausdörfer steht für ein klares Programm, die Förderung der jungen Menschen und Familien sowie die Begegnung der Generationen auf gleicher Augenhöhe.

Darüber appelliere ich an euch, am 14. März 2010 von eurem Wahlrecht Gebrauch zu machen und der Hausdörfer und mir euer Vertrauen zu schenken.

Lutz

Pepi Raich  
Bürgermeister der Gemeinde Kaurntal

Die Wahllokale sind wie folgt geöffnet:  
Waldeshofen, Gemeindefaust: 07.00-12.00 Uhr  
Waldeshofen, Schule: 10.00-13.00 Uhr

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

**Aber nicht nur das**

Als Wallnöfer via Hofherr die „Oberländer Rundschau“ mit einer Textspende über die TIWAG-Projekte im Oberland beehrt (OR, 21.1.2010) und dabei wie beiläufig auch einen einzigen, nichtssagenden Satz über den möglichen Speicherstandort Fernnergriß fallen lässt, ist das als Aufg'legter für eine Stellungnahme Pepi Raichs gedacht. Und wer bereitet sie ihm vor?

Richtig, Hofherr.

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 Fernergrieß geäußert. Daran hat sich nichts geändert.

Wir werden die Entscheidung der TIWAG über den Speicherstandort abwarten und dann unsere Positionen festlegen. Eines kann ich aber jetzt schon sagen: **Wir werden keine einfachen Verhandlungspartner.**

Wichtig ist mir, dass wir jetzt **in der Gemeinde etwas weiterbringen und uns nicht von einer Kraftwerksdiskussion lähmen lassen.** Wir brauchen jetzt einen Entwicklungsschub und nicht erst in ein paar Jahren. Wir brauchen jetzt das Bekenntnis des Landes zum Tal, von der Straßenverbesserung und Lawinensicherheit bis zu einer positiven Einstellung zu neuen Projekten (z.B. Skigebiet Fendels) Unsere jungen Leute brauchen jetzt eine Perspektive, sonst wird es sehr schwierig in der Zukunft.

Sollte Fernergrieß beantragt werden, wird es in der Gemeinde sicher einen intensiven Entscheidungsprozess brauchen. Ich als Bürgermeister bin nur eine Stimme in der Gemeinde. Wir werden alle einbinden und dann entscheiden. **Letztlich entscheidet die Mehrheit der Bürgerinnen und Bürger der Gemeinde.**

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** auf tun.

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 im Tal etwas weiterbringen“ und das Kaunertal „nicht von der Kraftwerksdiskussion lähmen lassen“. Aber: Die Tiwag kann sich auf etwas gefasst machen.

Er sei dem möglichen Speicherstandort Fernnergries immer schon skeptisch gegenübergestanden. Man müsse nun aber die Entscheidung der Tiwag über den Standort des Oberstufenspeichers abwarten (Fernnergries im Kaunertal oder Täsachach im Pitztal) – erst dann würden die Positionen festgelegt, erklärt Bgm. Raich. Klar ist für ihn aber, dass man „kein einfacher Verhandlungspartner“ sein und sich „auf die Füße stellen“ werde. Gefragt seien bereits

jetzt Zusagen des Landes – für Maßnahmen, die Straßensicherheit betreffend, genauso Verbesserungen im Schigebiet wie die Bahn auf die Weißseespitze. Raich: „Unsere jungen Leute brauchen jetzt Perspektiven.“

**KUCHEN FÜRS KAUNERTAL.** Sollte sich die Tiwag für Fernnergries entscheiden, geophexzeit Raich einen „intensiven Entscheidungsprozess... Letztendlich ent-



Bgm. Pepi Raich: „... sonst gibt's sicher keine Zustimmung.“

scheidet sicher die Mehrheit der Kaunertaler“ über die Haltung der Gemeinde, kündigt er an. Ob's eine Volksbefragung geben wird, sei die Entscheidung des Gemeinderates. Klar ist für Raich, „dass das Kauner-

tal als Standortgemeinde des neuen Projekts erheblich profitieren muss ... Es muss sich eine große Chance fürs Kaunertal auftun, sonst gibt's sicher keine Zustimmung.“ Raich will „einen großen Teil des Gesamtkuchens“ für das Tal. Er hat auch die Großzügigkeit der Tiwag in Sachen Kraftwerk Imst nicht vergessen (es wurde vor kurzem ein Talvertrag ausgearbeitet, nachdem bei Inbetriebnahme vor gut 50 Jahren keine Entschädigungen für die betroffenen Gemeinden vereinbart worden waren). Man müsse auch im Kaunertal über die Vergangenheit reden, also das bestehende Kraftwerk und die diesbezüglichen Entschädigungen. In Sachen „KW Imst“ habe die Tiwag „sehr großzügig“ agiert, „und bei uns soll es nicht mehr angetastet werden?“, fragt 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 Fernnergrißspeichers 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 Fernnergries 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 Fernnergries wehren. Im Falle einer Erweiterung werden wir uns dafür einsetzen, dass die gesamte Talbevölkerung einmalig und dauerhaft entschädigt wird.“

Die Heimatliste Kaunertal und Bürgermeister Peppi Raich informieren zur Gemeinderatswahl 2010

### Mit einem erfahrenen Team und einem klarem, ehrlichen Programm für die Zukunft des Kaunertals!

Die zukünftigen Herausforderungen für die Gemeinde Kaunertal werden sicher nicht kleiner und große Entscheidungen, wie das Kraftwerkprojekt, stehen an. Mit einem erfahrenen und gut eingespielten Team werden daher die Heimatliste und Bürgermeister Josef Raich bei den Gemeinderatswahlen im Kaunertal antreten. Das Credo der Kandidaten lautet daher: „Nur gemeinsam können wir daher unseren erarbeiteten Wohlstand und die Sicherheit im Tal gewährleisten und stärken. Die Heimatliste steht für diese gemeinsamen Interessen unseres Tales und den vollen Einsatz für alle Menschen in unserer Gemeinde. Wir machen keine Versprechungen, die wir nicht halten können, sondern haben ein klares Programm und die notwendige Erfahrung für dessen Umsetzung.“

#### Das Programm der Heimatliste

Im Rahmen des Innovationsprojektes wurden gemeinsam mit der Bevölkerung Aufgaben, Perspektiven, Visionen und Ziele für unser Kaunertal erarbeitet. Diese möchte Bürgermeister Josef Raich zusammen mit Vizebürgermeister Ing. Günther Spaninger und dem bewährten Team der Heimatliste realisieren. Bürgermeister Peppi Raich: „Wir werden auch weiterhin für die Stärkung des Tourismus als Motor für unsere Lebensgrundlage eintreten. Dafür gilt es, das Gletscherschigebiet wieder auszubauen und zu attraktivieren sowie die Zusammenarbeit des Naturparkes mit dem Tourismus und der Landwirtschaft zu stärken.“ Die Heimatliste wird auch die Unterstützung der Land-, Forst- und Almwirtschaft fortsetzen und so das Einkommen der Bauern und den Erhalt unserer Kulturlandschaft sichern. Diese ist auch Voraussetzung für die Sicherheit im Tal und die Zukunft des Tourismus. Im Bereich Sicherheit werden zudem die Fertigstellung der Lawenverbauungen und den Weiterbau der sicheren Zufahrt (Kaltenbrunn-Galerie) ins Tal durch die Heimatliste angepeilt. Auch die Verbesserung der Infrastruktur und Fortsetzung der Dorfneuerung ist ein wichtiger Teil der Arbeit der Heimatliste in den nächsten Jahren. So sollen die Fertigstellung des Gefährliches Richtung Platz, die Verbreiterung der Nufer Gasse und die Fertigstellung des Parkplatzes Kaltenbrunn sowie die Verkabelung Unterhäuser – Mühlbach – Grasse umgesetzt werden. Die Heimatliste steht für das Miteinander im Kaunertal und wird weiterhin die Vereine und deren Zusammenarbeit fördern, die Kommunikation zwischen Jung und Alt forcieren und so gemeinsam Perspektiven für die Jugend im Tal schaffen.

#### Die Positionen der Heimatliste zum Kraftwerksprojekt

Eine große Herausforderung für das Kaunertal wird sicherlich die Entscheidung zum Thema „Ausbau des Kaunertalkraftwerkes“ werden. Vom Land Tirol und der Tiroler Wasserkraft wurden der Gemeinde Projektvarianten unterbreitet, über die in sachlichen und konstruktiven Gesprächen diskutiert wurde. Peppi Raich zu dieser

wichtigen Zukunftsaufgabe: „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 Fernnergries wehren. Im Falle einer Erweiterung werden wir uns dafür einsetzen, dass die gesamte Talbevölkerung einmalig und dauerhaft entschädigt wird. Natürlich wollen wir auch erreichen, dass sich die Tiroler Wasserkraft und das Land Tirol zudem bei der Verbesserung der Infrastruktur im Kaunertal maßgeblich beteiligen.“ Um diesen schwierigen und zukunftsweisenden Aufgaben gerecht zu werden, bedarf es der Zusammenarbeit aller und der erfahrenen Kandidaten der Heimatliste mit Bürgermeister Josef Raich.

#### Wahlaufruf der Heimatliste und Information zur Arbeitsbilanz

Bürgermeister Peppi Raich abschließend: „Mit unserer Heimatverbundenheit und Einsatzbereitschaft, die wir in den verschiedensten Vereinen unseres Tales und in der Gemeinde unter Beweis stellen, bürgen wir für sachliche und zielführende Arbeit für die Bevölkerung. Wir machen keine Versprechungen, die wir nicht halten können, sondern haben ein klares Programm und die notwendige Erfahrung für dessen Umsetzung. Jeder einzelne von euch kann durch seine Wahlteilnahme unseren Weg stärken. Wir bitten Euch daher um Euer Vertrauen und Eure Stimme.“

## Nein zu „Fernnergries“

„Heimatliste Kaunertal“ gegen zweiten Stausee

(dgh) Bgm. Josef Raich und seine Heimatliste wollen keinen zweiten Stausee im Tal – man werde sich dagegen wehren.



Bgm. Peppi Raich (M.) mit Heimatliste-Mitgliedern

Foto: André Stal

Das Credo der Heimatliste lautet: „Nur gemeinsam können wir ... unseren erarbeiteten Wohlstand und die Sicherheit im Tal gewährleisten und stärken. Die Heimatliste steht für diese gemeinsamen Interessen unseres Tales und den vollen Einsatz für alle Menschen in unserer Gemeinde. Wir machen keine Versprechungen, die wir nicht halten können, sondern haben ein klares Programm und die notwendige Erfahrung für dessen Umsetzung“, so Bgm. Raich. Im Rahmen des Innovationsprojektes wurden gemeinsam mit der Bevölkerung Aufgaben, Perspektiven, Visionen und Ziele für unser Kaunertal erarbeitet. Diese wollen Bgm. Raich & Co. realisieren. Raich: „Wir werden auch weiterhin für die Stärkung des Tourismus als Motor für unsere Lebensgrundlage eintreten. Dafür gilt es, das Gletscherschigebiet weiter auszubauen und zu attraktivieren sowie die Zusammenarbeit des Naturparkes mit dem Tourismus und der Landwirtschaft zu stärken.“ Die Heimatliste wird auch die Unterstützung der Land-, Forst- und Almwirtschaft fortsetzen. Im Bereich Sicherheit werden zudem die Fertigstellung der Lawenverbauungen und der Weiterbau der sicheren Zufahrt (Kaltenbrunn-Galerie) ins Tal forcieren. Auch die Verbesserung der Infrastruktur und Fortsetzung der Dorfneuerung ist ein wichtiger Teil der Ar-

beit der Heimatliste in den nächsten Jahren. So sollen der Fertigstellung des Gefährliches Richtung Platz, die Verbreiterung der Nufer Gasse und die Fertigstellung des Parkplatzes Kaltenbrunn sowie die Verkabelung Unterhäuser – Mühlbach – Grasse umgesetzt werden. „Die Heimatliste steht für das Miteinander im Kaunertal und wird weiterhin die Vereine und deren Zusammenarbeit fördern, die Kommunikation zwischen Jung und Alt forcieren und so gemeinsam Perspektiven für die Jugend im Tal schaffen“, verspricht Raich.

#### NEIN ZU „FERNNERGRIES“

Eine Herausforderung für das Kaunertal wird die Entscheidung über den Ausbau des Kaunertalkraftwerkes. Raich: „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 Fernnergries wehren. Im Falle einer Erweiterung werden wir uns dafür einsetzen, dass die gesamte Talbevölkerung einmalig und dauerhaft entschädigt wird. Natürlich wollen wir auch erreichen, dass sich die Tiroler Wasserkraft und das Land Tirol zudem bei der Verbesserung der Infrastruktur im Kaunertal maßgeblich beteiligen.“

Ein „ehrliches Programm für die Zukunft des Kaunertals“?

Links der von Hofherr empfohlene Angriff Raichs auf die TIWAG, rechts (in der Rundschau vom 11.3.2010) die von ihm wortwörtlich nachgesprochenen Passagen.

### Codename „Sonderprojekt Kaunertal“

Wie versteckt man in der TIWAG-Buchhaltung die Kosten für solche massive Korruption eines Bürgermeisters? Wie macht man es bei Hofherr Kommunikation, dass dietiwig.org nicht dahinterkommt? Man lässt das ganze unter dem scheinbar unverfänglichen Decknamen „Sonderprojekt Kaunertal“ laufen. Da wird es der Wilhelm nie finden. Dachte man. (Und der Landesrechnungshof, der nicht einmal hinschaut, schon gar nicht.)

Und „Sonderprojekt Kaunertal“ stimmt ja auch. Die Manipulation der Bürgermeisterwahl in der Gemeinde Kaunertal ist wirklich ein Sonderprojekt der TIWAG, das auf keinen Fall zu den Bauprojekten gehört. Insofern ist der Begriff ja verräterisch.

<b>Sonderprojekt Kaunertal</b>				
Hofherr	03.02.2010	1,00		Sonderprojekt Kaunertal
Hofherr	22.02.2010	1,00		Sonderprojekt Kaunertal
Hofherr	24.02.2010	1,00		Sonderprojekt Kaunertal
			<b>3,00</b>	
Stark	11.02.2010	0,75		Sonderprojekt Kaunertal
			<b>0,75</b>	
Gruber	01.02.2010	4,00		Sonderprojekt Kaunertal
Gruber	03.02.2010	2,00		Sonderprojekt Kaunertal
Gruber	04.02.2010	1,00		Sonderprojekt Kaunertal
Gruber	11.02.2010	3,50		Sonderprojekt Kaunertal
Gruber	16.02.2010	4,00		Sonderprojekt Kaunertal
Gruber	18.02.2010	7,75		Sonderprojekt Kaunertal
Gruber	19.02.2010	4,25		Sonderprojekt Kaunertal
Gruber	23.02.2010	4,00		Sonderprojekt Kaunertal
			<b>30,50</b>	
Jurschitz	18.02.2010	5,00		Sonderprojekt Kaunertal
Jurschitz	22.02.2010	0,50		Sonderprojekt Kaunertal
Jurschitz	23.01.1904	0,25		Sonderprojekt Kaunertal
Jurschitz	24.02.2010	0,50		Sonderprojekt Kaunertal
Jurschitz	24.02.2010	1,50		Sonderprojekt Kaunertal
Jurschitz	25.02.2010	1,00		Sonderprojekt Kaunertal
Jurschitz	25.02.2010	4,25		Sonderprojekt Kaunertal
			<b>13,00</b>	
<b>Gesamtstunden</b>			<b>34,25</b>	

Agentur Hofherr, Februar 2010

Stundenaufstellung der TIWAG-Agentur Hofherr für das „Sonderprojekt Kaunertal“. Allein im Februar (die Vorarbeiten begannen bereits Anfang 2009) wurden der TIWAG 47,25 (34,25 + 13) Beraterstunden zu einem Mischsatz von ca. 142 Euro in Rechnung gestellt. Dazu kommen noch die Kosten für Grafik, Papier, Druck und Versand und anderes mehr. In welchem Umfang und unter welchen ersonnenen Titeln auch diese Rechnungen an die TIWAG ergangen sind, soll der Rechnungshof herausfinden. Ein bisschen was soll der ja auch noch zu tun haben.





## Anlage 2

### Beratungsunternehmen im Managementbereich

- A.T.Kearny
- BWI-Unternehmensberatung GmbH
- Czipin Consulting
- Delta Mangement 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

Leistungsnachweise	Inhalte	Datum
<b>Allgemein</b>		
Präsentationsunterlagen (31 Seiten)	Offensive Energie Effizienz	
Strategie- und Maßnahmenpapier (24 Seiten)	Offensive Energie Effizienz	16.01.2009
Konzept Vorgangsweise und Umsetzung PR Maßnahmen (7 Seiten)	Gerätetauschaktion 2009	13.02.2009
Strategiepapier (5 Seiten)	Offensive Energie Effizienz	06.04.2009
<b>Projektübergreifend</b>		
Überlegungen zur Bürgerinformation (4 Seiten)	Kraftwerksprojekte TIWAG	22.12.2008
Berichte über die Situation in den Projektsgemeinden (55 Seiten)	KW-Projekte Kaunertal und Kühtai	25.03.2009
Vorbereitung Hintergrundgespräch (2 Seiten)	Kraftwerksprojekte TIWAG	10.04.2009
Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (3 Seiten)	TIWAG Strategie Frühjahr 2009	10.04.2009
Argumentarien Kriterienkatalog Wasserkraft (8 Seiten)	"Meinungen zum Ausbau der Tiroler Wasserkraft"	05.02.2010
Maßnahmenplan (2 A3-Seiten)	Maßnahmen, Details, Ziel, To do	Frühjahr 2010
Leitfaden (8 Seiten)	Leitfaden zur Risikokommunikation der TIWAG und ihrer Projektleiter vor Ort	
<b>Kaunertal</b>		
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
Vorschlag für Vorgangsweise (8 Seiten)	Ausgangslage, Projektneustart, Kommunikationsmaßnahmen, Fragen und Antworten	30.09.2008
Vorlage Pressekonferenz (5 Seiten)	Inhalt und Ablauf, mögliche Fragen, Ergebnisse und Analysen Landtagswahl	08.10.2008
Newsletter 01/08 (3 mal 2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kaunertals, Pitztals und Ötztals sowie der Gden. Prutz, Faggen u. Fendels	Oktober 2008

Maßnahmenplan (1 A3-Seite)	Maßnahmen, Details, Ziel, To do	Oktober 2008 - Feber 2009
Newsletter 02/08 (2 mal 2 und 1 mal 4 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kauertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen, Fendels, Sölden, St. Leonhard	Dezember 2008
Newsletter 01/09 (2 mal 2 und 1 mal 4 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kauertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen, Fendels, Sölden, St. Leonhard	Mai 2009
Newsletter 02/09 (2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kauertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen und Fendels	Juni 2009
Vorschlag für Vorgangsweise Herbst 2009 (4 Seite)	Ausgangsbasis, Maßnahmen	14.07.2009
Newsletter 03/09 (2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kauertals sowie der Gemeinden Prutz, Faggen und Fendels	August 2009
Maßnahmenplan (1 A3-Seite)	Maßnahmen, Details, Ziel, To do	Oktober 2009 - Feber 2010
Newsletter 04/09 (2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kauertals	Dezember 2009
Maßnahmenplan Sonderprojekt Kauertal (1 A3- Seite)	Maßnahmen, Details, Ziel, To do	Feber 2010 - Juli 2010
Informationsblatt (2 A3-Seiten)	Erneuerung Druckschacht u Wasserschloss	
Newsletter Standort Platzertal (1 mal 2 und 1 mal 5 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kauertals und der Gemeinden Pfunds, Tösens	15.03.2010
Vermerk Einschätzung und Vorgangsweise neuer Speicherstandort (8 Seiten)	Sondierstollen, Speicherstandorte, Gemeinden Pfunds und Tösens, Strategie	19.03.2010
Kommunikationsüberlegungen Neubau Druckschacht KW Kauertal (4 Seiten)	Ausgangslage, Strategische Überlegungen, Projektbegründung	07.04.2010
Maßnahmenplan Druckschacht Kommunikationsmaßnahmen (1 A3-Seite)	Maßnahmen, Details, Ziel, To do	April 2010 - September 2010
Newsletter (4 Seiten)	Projektinformation für Bewohner des Kauertals	Mai 2010
Medieninformation (2 Seiten)	Projektinformation Platzertal	15.05.2010

Ablaufplan für den 25.5.2010, Medieninformation (2 Seiten)	Treffen Bürgermeister, Projektvorstellung Gemeinderäte, Pressetermin	18.05.2010
Presstext Medientermin	Erneuerung Druckschacht und Wasserschloss	25.05.2010
<b>Sellrain-Silz</b>		
Newsletter 01/08 (2 mal 2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz und Neustift	Feber 2008
Vorgangsweise erstes Halbjahr 2008 (5 Seiten)	Ausgangsbasis, Ziele, Strategie, Maßnahmen	20.02.2008
Tourismuskonzept (38 Seiten)	Tourismus in Kühtai	
Präsentationsunterlagen (27 Seiten)	Tourismus in Kühtai (für Mitglieder- versammlung am 2.4.2008)	
Newsletter (2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner der Gemeinde Neustift	Juli 2008
Newsletter 02/08 (2 mal 2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz und Längenfeld	August 2008
Newsletter (2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner der Gemeinde Längenfeld	Oktober 2008
Informationsblatt (4 A3-Seiten)	Wasserkraftausbau	
Überlegungen zur Bürgerinformation Gries im Sulztal (2 Seiten)	Überlegungen zu einer Info- Veranstaltung	17.12.2008
Newsletter 01/09 (4 mal 2 Seiten)	Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz, Neustift, Längenfeld sowie des Sellrain- und Nedertales	März 2009
Maßnahmenplan (1 A3-Seite)	Maßnahmen, Details, Ziel, To do	März - Juli 2009
Informationsblatt (6 Seiten)	Lobbying UVP-Gesetz und WR-Gesetz (Zielsetzung, Zielpersonen)	12.05.2009
Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (4 Seiten)	SWOT, Wording, Maßnahmen	26.05.2009
Maßnahmenplan UVE Einreichung (1 A3- Seite)	Maßnahmen, Details, Ziel, To do	Juni - Oktober 2009
Vorlage Pressekonferenz (3 Seiten)	Inhalt und Ablauf	08.10.2008
Newsletter 02/09 (3 mal 4 Seiten)	Projektinformation für Bewohner der Gemeinden Silz, Neustift und Längenfeld	November 2009

Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (5 Seiten)	Ausgangsbasis und Szenario, Handlungsoptionen, Maßnahmen	November 2009
Überlegungen zur weiteren Vorgangsweise (2 Seiten)	Kraftwerksprojekt Kühtai - Wieso jetzt einreichen?	
Medieninformation (3 Seiten)	Projekteinreichung bei UVP-Behörde	18.11.2009
Medieninformation (3 Seiten)	Projektinformation	14.12.2009
Sondernewsletter Silzer Messe (4 Seiten)	Projektinformation	April 2010

#### Tauernbach

Vorschlag für Vorgangsweise - Rohentwurf (11 Seiten)	Ausgangslage, Kommunikatives Umfeld, Analyse, Überlegungen und Strategie, Maßnahmen	26.01.2009
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)
- Landesradspportverband
- Österreichischer Rodelverband
- SV Kühtailer 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 (Wolfaufzuchtprogramm)
- 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
- Kühtaier Bergbahnen
- Landes-Feuerwehrverband
- Matzener Sommer
- Medailenevent Olympiateilnehmer
- Moser Holding (Tiroler Kultur- und Veranstaltungskalender)
- Musikkapelle Wilten
- Oldtimerclub Ötztal
- Öst. Wasser-Abfallwirtschafts Verband
- Österreichische Bundesforste (Naturschutzprojekt)
- Ötzidorf
- 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