



Bozen, 07.12.2022

Bearbeitet von:  
Funktionsbereich TourismusFrau Landtagspräsidentin  
Rita Mattei  
Südtiroler Landtag  
dokumente@landtag-bz.orgHerrn L. Abg.  
Paul Köllensperger,  
Team K  
Südtiroler Landtag  
team.k@landtag-bz.org**Beantwortung der Anfrage zur aktuellen Fragestunde Nr. 28-12 22: IDM Marketingbudgets und Overhead**

Sehr geehrte Frau Landtagspräsidentin, sehr geehrter Herr Landtagsabgeordneter,  
mit Bezug auf die im Betreff genannte Anfrage teile ich Folgendes mit:

**1. Welche Spesen sind in den 51,7 Mio € Overhead inbegriffen? Bitte um komplette Auflistung.**

Bei der angeführten Tabelle handelt es sich um die gesamte Budgetplanung für einen Zeitraum von 3 Jahren, wobei das Jahr 2022 von den zuständigen Gremien genehmigt ist. Entsprechend handelt es sich nicht um definitive Werte.

Für die Overhead-Kosten werden folgende Spesen eingeplant:

	Planung 2022
Personalkosten	13.200.000
Außendienste	300.000
Gremien, Kundenbetreuung und Pressearbeit	195.000
Unternehmenskommunikation	200.000
HR & Weiterbildungen	300.000
Personalverwaltung	260.000
Nachhaltigkeitsprogramme in IDM	50.000
Unternehmenslager	250.000
Transparente Verwaltung, Antikorruption, Rechtsberatung, Sicherheit & Gesundheit am Arbeitsplatz, Versicherungen und Privacy	140.000
Buchhaltung	460.000
IT	685.000
Facility Management	900.000
Gesamt	16.940.000

**2. Sind in diesen Overhead-Spesen externe Berater- und Dienstleisterspesen (Agenturen, Lieferanten) beinhaltet?**

Folgende Beraterspesen werden im Overhead geplant:

- Arbeitsrechtsberatung,
- Unterstützung für Lohnausarbeitung,
- Beistand bei Schlichtungsverfahren



- ODV (Organismo di vigilanza) und OIV (Organismo indipendente di valutazione)
- Rechtsbeistand für gerichtliche & außergerichtliche Streitigkeiten, Bewertungsgutachten
- Betriebsarzt
- Responsabile Servizio Prevenzione e Protezione
- Data Protection Officer
- Steuer- & Wirtschaftsberater,
- Steuervertreter Ausland

Folgende Dienstleistungsspesen werden im Overhead geplant:

- Reisespesen, Unterkunft und Verpflegung
- Teambuilding Maßnahmen
- Media – Monitoring, Clipping – Dienst und redaktionelle Beiträge
- IDM - Webpage, Übersetzungen & Lektorate, Foto-Shooting, Berichte und Programme
- Weiterbildungsmaßnahmen für Personal
- Recruiting
- Elektronische Essengutscheine
- Software für Personal- & Außendienstverwaltung und für Spesenabrechnungen
- CO2 Fußabdruckmessung, Maßnahmen zur CO2 Reduzierung (Eco-Strom Mehrkosten, Recycling-Tonnen, Initiativen für nachhaltiges Pendeln)
- Instandhaltung Ausstattungen und Ankauf Verbrauchsmaterial
- Mietvertrag zentrales Lager, Reinigung, Elektroenergie, Heizung, Instandhaltung
- digitale Unterschriften, ANAC-Beitrag für Ausschreibungen, Übersetzung technischer Ausschreibungsunterlagen, Software Transparente Verwaltung
- Versicherungen
- Verwaltungssoftware (Buchhaltung, Budgetverwaltung, Bestellungen, Freigabe der Zahlungen, elektronische Zahlungsmandate, usw.) Bankspesen, Indirekte Steuern & Gebühren
- Ausstattung Arbeitsplätze, Helpdesk, Miete bzw. Wartung Drucker, Wartung Telefonzentrale, Telefonie, Netzwerkinfrastruktur, Internet, WAN, MAN
- Virtual Data Centre & VDI, Domainverwaltung, MS Office 365, MS Dynamics, Adobe, Personalverwaltungssoftware, usw.
- Mietverträge IDM Sitze, Elektroenergie, Heizkosten, Instandhaltungen, Reinigung, Wasser, Abwasser, Müllentsorgung, Kondominiumspesen, Parkplatzmieten
- Langzeitmieten, Wartung & Versicherung Fahrzeuge im Eigentum, Treibstoffkosten, Autobahngebühren, Vignetten für Ausland, Stromkosten Elektrofahrzeuge
- Büro- & Verbrauchsmaterial, Postspesen, Kurierdienst, Reisplanung

**3. Wieviele externe Berater und Dienstleister (Agenturen, Lieferanten) wurden seit der Gründung der IDM 2016 von IDM beauftragt und mit welchen Kosten? Bitte um komplette Auflistung (Name, Titel Auftrag, Summe, Datum).**

Die gesamten Beratungen und Dienstleistungen sind unter den folgenden Links vorzufinden:

<https://idm-suedtirol.portaletrasparenza.net/de/transparente-gesellschaft/berater-und-mitarbeiter/inhaber-von-mitarbeiter-oder-beraterauftraegen.html?pagina=4>

<http://www.pubblicamera.infocamera.it/gpub/pubblicazione/131914/4671>

**4. Wieso werden die Beratungsaufträge in der Regel an Agenturen aus Deutschland vergeben? Widerspricht das nicht dem Konzept der regionalen Kreisläufe? Geht die IDM und die Landesregierung davon aus, dass es in Südtirol keine Agenturen gibt, die gleichwertigen Beratungen liefern können?**

Die Agenturauswahl erfolgt grundsätzlich entsprechend den gesetzlichen Rahmenbedingungen. IDM geht zwecks Bewertung der Angebote nach dem Kriterium des wirtschaftlich günstigsten Angebots im Sinne von Art. 33 des LG Nr. 16/2015 vor. Der Zuschlag der Ausschreibung wird nach einem Kosten-Wirksamkeits-Ansatz an jenen Bieter erteilt, welcher das beste Preis-Leistungs-Verhältnis gewährleistet. Die technische oder qualitative Bewertung der Angebote erfolgt im Sinne von Art. 34 des LG Nr. 16/2015 durch eine eigens dazu ernannte Bewertungskommission.

Als Qualitätskriterien werden in der Regel die Qualifikation und Erfahrung des mit der Ausführung des Auftrags betrauten Teams, die vom Bieter vorgeschlagene Arbeits- oder Vorgehensweise sowie etwaige



vom Bieter bereits ausgeführte Aufträge, welche mit dem zu vergebenden Auftrag vergleichbar sind, falls sich daraus ein Mehrwert für IDM ergibt, berücksichtigt. Wenn der Wert der Ausschreibung den EU – Schwellenwert überschreitet, ist eine europäische Ausschreibung notwendig. Bei diesen Ausschreibungen nehmen Südtiroler Agenturen in der Regel nicht teil. Entsprechend bewerben sich vorwiegend Agenturen aus dem Ausland. In der Regel handelt es sich allerdings um Netzwerkagenturen, die für die Ausübung der Tätigkeit erforderlichen Standorte in allen bearbeiteten Quellmärkten haben.

Diesbezüglich ist anzumerken, dass in den vergangenen 3 Jahren Aufträge an über 40 Agenturen aus Südtirol für einen Gesamtwert von 3,85 Millionen Euro zwischen Media Budget, Honorare und Fees vergeben wurden.

**5. Wieviel Marketingbudgets wurden für die jeweiligen Bereiche seit 2016 pro Jahr ausgegeben, und insgesamt pro Jahr?**

Die Marketingbudgets lassen sich nicht pro Bereich trennen, da die meisten Maßnahmen synergetisch auf mehrere Bereiche einzahlen, wie beispielsweise die Brandkampagne, die Südtirol ganzheitlich als Herkunftsland für qualitativ hochwertige Agrarprodukte, als innovativer Standort für Handwerk und Industrie, sowie als Destination kommuniziert.

Folgende Budgets werden seit 2016 in Marketingmaßnahmen eingesetzt:

2016	2017	2018	2019	2020	2021
8.021.146	8.393.836	9.536.248	15.467.581	27.780.855	15.365.701

Mit freundlichen Grüßen

Der Landesrat  
Arnold Schuler  
(mit digitaler Unterschrift unterzeichnet)