



Prüfungsbericht

**22 - 17**

Werbeausgaben der Bgld. Landesregierung in  
der XXI. Gesetzgebungsperiode

korrekt. sachlich. konsequent.  
Vertrauen durch Kompetenz.

Auskünfte

**Burgenländischer Landes-Rechnungshof**

Post

Eisenstadt, Landhaus-Neu, Zugang Waschstattgasse

Telefon

A-7000 Eisenstadt, Europaplatz 1

E-Mail

+43 2682 63066

Internet

post@blrh.at

<http://www.blrh.at>

Berichtstitel

„Werbeausgaben der Bgld. Landesregierung in der XXI. Gesetzgebungsperiode“ (kurz: „Werbeausgaben“)

Berichtszahl

LRH-310-11/95-2020

Berichtsveröffentlichung

März 2020

Redaktion und Grafik

Burgenländischer Landes-Rechnungshof

Titelbild

<https://pixabay.com>

## Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis .....	1
Abkürzungsverzeichnis.....	3
Abbildungsverzeichnis .....	6
Tabellenverzeichnis .....	8
Glossar .....	9
Vorlage an die geprüfte Stelle .....	10
Darstellung der Prüfungsergebnisse .....	10
Zusammenfassung .....	11
Kenndatenfeld .....	12
Feststellungen .....	13
Grundlagen .....	20
Prüfungsergebnis .....	23
PRÜFUMFANG .....	23
1 Definition .....	23
MEDIENTRANSPARENZ.....	25
2 Meldeverpflichtung gemäß MedKF-TG .....	25
3 Veröffentlichungen.....	25
LAND BURGENLAND .....	27
4 Strategie.....	27
5 Meldungen gemäß MedKF-TG .....	29
6 Meldepflichtige Werbeausgaben .....	31
7 Nicht meldepflichtige und sonstige Werbeausgaben .....	36
8 Belegeinschau.....	39
LANDESHOLDING BURGENLAND GMBH UND INDIREKTE BETEILIGUNGEN .....	41
9 Landesholding.....	41
10 Wohnbau Burgenland GmbH .....	43
11 Säule Immobilien .....	43
12 Säule Infrastruktur .....	48
13 Säule Wirtschaft.....	51
14 Säule Tourismus.....	55
15 Säule Gesundheit .....	59
16 Säule Energie .....	62
17 Säule Bildung & Forschung.....	66

18	Säule Kultur .....	70
19	Zusammenfassung Landesholding .....	74
	DIREKTE BETEILIGUNGEN .....	83
20	Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H. ....	83
21	Fußballakademie Burgenland GmbH .....	85
22	Erstes Burgenländisches Rechenzentrum, Gesellschaft m.b.H.....	86
	Schlussbemerkungen.....	87
	Anlagen .....	88
	Anlage 1: Werbeausgaben pro Regierungsmitglied gesamt .....	88

## Abkürzungsverzeichnis

Abb.	Abbildung
Abs.	Absatz
Abteilung 1	Abteilung 1 – Personal
Abteilung 2	Abteilung 2 – Landesplanung, Sicherheit, Gemeinden und Wirtschaft
Abteilung 3	Abteilung 3 – Finanzen
Abteilung 4	Abteilung 4 – Ländliche Entwicklung, Agrarwesen und Naturschutz
Abteilung 5	Abteilung 5 – Baudirektion
Abteilung 6	Abteilung 6 – Soziales und Gesundheit
Abteilung 7	Abteilung 7 – Bildung, Kultur und Gesellschaft
AG	Aktiengesellschaft
AIM	AIM Austrian Institute of Management GmbH
Akademie Burgenland	Akademie Burgenland GmbH
AVITA	AVITA Resort GmbH & Co KG
BELIG	Beteiligungs- und Liegenschafts GmbH
BGBI.	Bundesgesetzblatt
Bgld. LRHG	Burgenländisches Landes-Rechnungshof-Gesetz
Bgld.	Burgenland; Burgenländische(r)
BLRH	Burgenländischer Landes-Rechnungshof
BP Heiligenkreuz	Business-Park Heiligenkreuz GmbH
BRM	BRM Burgenländische Risikokapital Management AG
Burgenland Tourismus	Burgenland Tourismus GmbH
bzw.	beziehungsweise
Dir.	Direktor
Dr.	Doktor
EB Vertrieb	Energie Burgenland Vertrieb GmbH & Co KG
EB Windkraft	Energie Burgenland Windkraft GmbH
EBRZ	Erstes Burgenländisches Rechenzentrum, Gesellschaft m.b.H.
Energie Burgenland	Energie Burgenland AG
etc.	et cetera

Event	Event Burgenland GmbH
FBB	FBB – Festspiel-Betriebe Burgenland GmbH
FH Burgenland	Fachhochschule Burgenland GmbH
FMB	FMB Burgenland GmbH
Forschung Burgenland	Forschung Burgenland GmbH
FTI Burgenland	FTI Burgenland GmbH
FUB	Fußballakademie Burgenland GmbH
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
HJ	Halbjahr
inkl.	inklusive
KBB	KBB – Kultur-Betriebe Burgenland GmbH
KommAustria	Kommunikationsbehörde Austria
KRAGES	Burgenländische Krankenanstalten GmbH
KSB	KSB – Kultur-Service Burgenland GmbH
Kurbad AG	Kurbad Tatzmannsdorf Aktiengesellschaft
LAD-ÖA	Landesamtsdirektion – Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit
LADir	Landesamtsdirektor
Landesholding	Landesholding Burgenland GmbH
LSZ	Landessicherheitszentrale Burgenland GmbH
Mag.	Magister
MedKF-TG	Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz
NSB	Neusiedler Seebahn GmbH
ORF	Österreichischer Rundfunk
Q	Quartal

rd.	rund
RMB	Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H.
Sonnentherme	Sonnentherme Lutzmannsburg-Frankenau GmbH
Sonnentherme Betrieb	Sonnentherme BetriebsgesmbH
TZ Eisenstadt	Technologiezentrum Eisenstadt Ges.m.b.H.
TZ Güssing	Technologiezentrum Güssing GmbH
TZ Jennersdorf	Technologiezentrum Jennersdorf GmbH
TZ Mittel- burgenland	Technologiezentrum Mittelburgenland Errichtungs- und BetriebsgmbH
TZ Neusiedl	Technologiezentrum Neusiedl am See GmbH
TZ Pinkafeld	Technologiezentrum Pinkafeld GmbH
VIB	Verkehrsinfrastruktur Burgenland GmbH
VIENNA REGION	VIENNA REGION Marketing GmbH
VIVA	Landessportzentrum VIVA GmbH
WBG	Wohnbau Burgenland GmbH
WiBuG	Wirtschaft Burgenland GmbH
WP Burgenland Nord	Wirtschaftspark Burgenland Nord Kittsee-Parndorf Erwerbs- und Erschließungsges.m.b.H.

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	30
Abbildung 2:	Land Burgenland; beauftragte Medien .....	30
Abbildung 3:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) 2015 bis 2018 .....	32
Abbildung 4:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Regierungsmitglied .....	33
Abbildung 5:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Abteilung .....	34
Abbildung 6:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) nach beauftragten Medien .....	35
Abbildung 7:	Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied .....	36
Abbildung 8:	Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Abteilung..	37
Abbildung 9:	Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied .....	38
Abbildung 10:	Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Abteilung .....	39
Abbildung 11:	Landesholding; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	41
Abbildung 12:	Landesholding; beauftragte Medien .....	42
Abbildung 13:	Säule Immobilien; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	44
Abbildung 14:	Säule Immobilien; beauftragte Medien .....	45
Abbildung 15:	Säule Immobilien; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	46
Abbildung 16:	Säule Immobilien; sonstige Werbeausgaben .....	47
Abbildung 17:	Säule Infrastruktur; Werbeausgaben pro Quartal .....	49
Abbildung 18:	Säule Infrastruktur; beauftragte Medien .....	49
Abbildung 19:	Säule Infrastruktur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	50
Abbildung 20:	Säule Infrastruktur; sonstige Werbeausgaben .....	50
Abbildung 21:	Säule Wirtschaft; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	52
Abbildung 22:	Säule Wirtschaft; beauftragte Medien .....	52
Abbildung 23:	Säule Wirtschaft; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	53
Abbildung 24:	Säule Wirtschaft; sonstige Werbeausgaben .....	54
Abbildung 25:	Säule Tourismus; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	56
Abbildung 26:	Säule Tourismus; beauftragte Medien .....	57
Abbildung 27:	Säule Tourismus; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	57
Abbildung 28:	Säule Tourismus; sonstige Werbeausgaben .....	58
Abbildung 29:	Säule Gesundheit; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	60
Abbildung 30:	Säule Gesundheit; beauftragte Medien .....	60
Abbildung 31:	Säule Gesundheit; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	61
Abbildung 32:	Säule Gesundheit; sonstige Werbeausgaben .....	61
Abbildung 33:	Säule Energie; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	63
Abbildung 34:	Säule Energie; beauftragte Medien .....	64
Abbildung 35:	Säule Energie; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	64
Abbildung 36:	Säule Energie; sonstige Werbeausgaben .....	65
Abbildung 37:	Säule Bildung & Forschung; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	67
Abbildung 38:	Säule Bildung & Forschung; beauftragte Medien .....	67



Abbildung 39: Säule Bildung & Forschung; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	68
Abbildung 40: Säule Bildung & Forschung; sonstige Werbeausgaben .....	68
Abbildung 41: Säule Kultur; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	71
Abbildung 42: Säule Kultur; beauftragte Medien .....	71
Abbildung 43: Säule Kultur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	72
Abbildung 44: Säule Kultur; sonstige Werbeausgaben .....	72
Abbildung 45: Landesholding Zusammenfassung; meldepflichtige Werbeausgaben .....	75
Abbildung 46: Landesholding Zusammenfassung; meldepflichtige Ausgaben pro Quartal .....	75
Abbildung 47: Landesholding Zusammenfassung; beauftragte Medien .....	76
Abbildung 48: Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben gesamt .....	78
Abbildung 49: Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben nach Regierungsmitglied .....	80
Abbildung 50: RMB; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal .....	83
Abbildung 51: RMB; beauftragte Medien .....	84
Abbildung 52: RMB; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	84

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Zusammenfassung Prüfumfang .....	24
Tabelle 2:	Land Burgenland und andere Rechtsträger; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr.....	29
Tabelle 3:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Regierungsmitglied .....	32
Tabelle 4:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Abteilung .	33
Tabelle 5:	Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) nach beauftragten Medien .....	34
Tabelle 6:	Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied .....	36
Tabelle 7:	Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Abteilung .....	37
Tabelle 8:	Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied .....	37
Tabelle 9:	Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Abteilung.....	38
Tabelle 10:	Landesholding; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr.....	41
Tabelle 11:	Säule Immobilien; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr .....	44
Tabelle 12:	Säule Immobilien; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	46
Tabelle 13:	Säule Immobilien; sonstige Werbeausgaben .....	47
Tabelle 14:	Säule Infrastruktur; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr .....	49
Tabelle 15:	Säule Infrastruktur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben.....	50
Tabelle 16:	Säule Wirtschaft; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr.....	52
Tabelle 17:	Säule Wirtschaft; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	53
Tabelle 18:	Säule Wirtschaft; sonstige Werbeausgaben.....	54
Tabelle 19:	Säule Tourismus; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr.....	56
Tabelle 20:	Säule Tourismus; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	58
Tabelle 21:	Säule Tourismus; sonstige Werbeausgaben .....	58
Tabelle 22:	Säule Gesundheit; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr .....	60
Tabelle 23:	Säule Energie; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr.....	63
Tabelle 24:	Säule Energie; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	65
Tabelle 25:	Säule Bildung & Forschung; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr.....	66
Tabelle 26:	Säule Bildung & Forschung; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	68
Tabelle 27:	Säule Bildung & Forschung; sonstige Werbeausgaben .....	69
Tabelle 28:	Säule Kultur; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr.....	70
Tabelle 29:	Säule Kultur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....	72
Tabelle 30:	Säule Kultur; sonstige Werbeausgaben .....	73
Tabelle 31:	Landesholding Zusammenfassung; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr .....	74
Tabelle 32:	Landesholding Zusammenfassung; nicht meldepflichtige Werbeausgaben .	76
Tabelle 33:	Landesholding Zusammenfassung; sonstige Werbeausgaben.....	77
Tabelle 34:	Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben gesamt.....	77
Tabelle 35:	Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben nach Regierungsmitglied .....	79
Tabelle 36:	RMB; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr .....	83

## Glossar

Ein **City Light** ist eine hinterbeleuchtete Werbefläche von rd. 2 m<sup>2</sup> in Form einer Vitrine oder einer Säule.

Die **Kommunikationsbehörde Austria (KommAustria)** war gemäß § 1 KommAustria-Gesetz (BGBl. I Nr. 32/2001 idgF.) zur Verwaltungsführung und Regulierung im Bereich der elektronischen Medien und zur Aufsicht über den Österreichischen Rundfunk (ORF) eingerichtet.

Ein **Rolling Board** ist eine hinterbeleuchtete Werbefläche von rd. 6,5 m<sup>2</sup> die in einer Höhe von bis zu 3,5 m, meistens quer zu einer Straße, aufgestellt wird. Dabei werden bis zu drei unterschiedliche Motive abwechselnd dargestellt.

Der **Werbeabgabe** unterlagen gemäß Werbeabgabegesetz 2000 (BGBl. I Nr. 29/2000 idgF.) im Inland gegen Entgelt erbrachte Werbeleistungen. Dazu zählten gemäß § 1 Abs. 2 *„die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Druckwerken im Sinne des Mediengesetzes, die Veröffentlichung von Werbeeinschaltungen in Hörfunk und Fernsehen sowie die Duldung der Benützung von Flächen und Räumen zur Verbreitung von Werbebotschaften.“*

## Vorlage an den Landtag

Der Burgenländische Landes-Rechnungshof (BLRH) hat gemäß § 8 Bgld. LRHG unverzüglich nach Abschluss einer Prüfung das Ergebnis dem Bgld. Landtag, der antragstellenden und der geprüften Stelle sowie der Bgld. Landesregierung in einem schriftlichen Bericht zur Kenntnis zu bringen.

Das vorliegende Prüfungsergebnis behandelt alle aus Sicht des BLRH wesentlichen Sachverhalte. Der BLRH berät die geprüfte Stelle durch seine Empfehlungen. Als prüfendes und beratendes Organ des Bgld. Landtages ist es dem BLRH ein zentrales Anliegen, über seine Prüfungsberichte auf die Nutzung vorhandener sowie die Schaffung neuer Verbesserungspotenziale hinzuwirken.

Prüfungsberichte des BLRH erwecken vordergründig den Anschein, eher Defizite denn Stärken der geprüften Stellen aufzuzeigen. Daraus soll und kann nicht grundsätzlich auf eine mangelhafte Arbeit der geprüften Stellen geschlossen werden. Dies auch dann nicht, wenn nach Auffassung der geprüften Stellen die Darstellung ihrer Stärken in den Hintergrund getreten erscheint. Die Tätigkeit des BLRH soll über die gegebenen Empfehlungen dazu beitragen, das vielfach bereits anerkannt hohe Niveau der Leistungsfähigkeit nach den Grundsätzen der Wirtschaftlichkeit, Sparsamkeit und Zweckmäßigkeit noch weiter zu verbessern.

## Darstellung der Prüfungsergebnisse

Das Prüfungsergebnis ist in thematische Abschnitte (z.B. **PRÜFUMFANG**) und Unterabschnitte (z.B. **1 Definition**) gegliedert. Diese beinhalten die jeweils überprüften Faktenkreise. Den **Endziffern** der Unterabschnitte ist dabei folgende Bedeutung zugeordnet:

- 1.1 Sachverhaltsdarstellung
- 1.2 Beurteilung durch den BLRH
- 1.3 *Stellungnahme der geprüften Stelle (kursiv)*
- 1.4 Stellungnahme des BLRH (optional)

Im Bericht verwendete geschlechterspezifische Bezeichnungen gelten grundsätzlich für Frauen und Männer.

## Zusammenfassung

(1) Der BLRH überprüfte die Werbeausgaben der Bgld. Landesregierung in der XXI. Gesetzgebungsperiode von Juli 2015 bis Dezember 2018. Geprüfte Stellen waren das Land Burgenland, die direkten Beteiligungen Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H., Fußballakademie Burgenland GmbH und das Erste Burgenländische Rechenzentrum, Gesellschaft m.b.H. sowie die Landesholding Burgenland GmbH (Landesholding) und ihre Beteiligungen.

(2) Der Prüfumfang umfasste die Veröffentlichungen in Druckwerken oder elektronischen Medien, die kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern, die Nutzung von Plakaten, Rolling Boards, City Lights, etc. oder ähnlichen digitalen Werbeträgern (z.B. Infoscreens) sowie die Herstellung von Handzetteln und Prospekten zur Bewerbung von Veranstaltungen.

(3) Die geprüften Stellen wiesen im Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Werbeausgaben in Höhe von bis zu rd. 16,00 Mio. Euro auf. Davon entfielen auf das Land Burgenland rd. 19,7 Prozent, auf die Landesholding und ihre Beteiligungen rd. 78,9 Prozent und auf die direkten Beteiligungen rd. 1,4 Prozent.

(4) Die höchsten Werbeausgaben wiesen im überprüften Zeitraum das Land Burgenland mit rd. 3,15 Mio. Euro sowie die Beteiligungen der Landesholding in der Säule Tourismus mit rd. 6,86 Mio. Euro und der Säule Energie mit rd. 3,29 Mio. Euro auf.

(5) Rechtsträger, die der Kontrolle des Rechnungshofes unterlagen, hatten quartalsweise ihre Nettowerbeausgaben gemäß Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (**MedKF-TG**) an die Kommunikationsbehörde Austria zu melden. Die Meldepflicht umfasste

Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien sowie kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern wenn deren Entgelt 5.000 Euro im Quartal pro Medium überschritten. Die geprüften Stellen meldeten gemäß MedKF-TG Aufträge im Höhe von rd. 9,86 Mio. Euro an die KommAustria. Das entsprach rd. 61,6 Prozent der erfassten Werbeausgaben.

(6) Die übrigen Ausgaben konnten in den Kategorien nicht meldepflichtige bzw. sonstige Werbeausgaben zusammengefasst werden. Als nicht meldepflichtige Werbeausgaben bezeichnete der BLRH insbesondere Ausgaben, die den Kriterien der Meldepflicht nach MedKF-TG entsprachen aber unter 5.000 Euro im Quartal pro Medium lagen oder Rechtssträger betrafen, die nicht dem MedKF-TG unterlagen. Ausgaben für Plakate und ähnliche Werbeträger fasste der BLRH als sonstige Werbeausgaben zusammen. Für diese beiden Kategorien betrugen die Ausgaben im überprüften Zeitraum rd. 6,14 Mio. Euro. Rund 93 Prozent entfielen auf die Landesholding und ihre Beteiligungen.

(7) Verbesserungspotentiale erkannte der BLRH im Bereich der Planung von Werbe- und Informationsmaßnahmen und der Abgabe der Meldungen an die KommAustria. So verfügten die geprüften Stellen und ihre Beteiligungen nicht durchgängig über Werbe- und Informationsstrategien. Des Weiteren gaben insbesondere die Beteiligungen der Landesholding ihre Meldungen an die KommAustria nicht einheitlich ab. Die Meldungen erfolgten sowohl exklusive als auch inklusive Werbeabgabe. Das MedKF-TG verlangte jedoch die Meldung von Nettoausgaben.

## Kenndatenfeld

## Werbeausgaben XXI. Gesetzgebungsperiode (Juli 2015 - Dezember 2018)

**meldepflichtige Werbeausgaben:** -- Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien sowie  
-- kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern  
über 5.000 Euro je Medium pro Quartal

Rechtsgrundlage: Medienkooperations- und förderungs-Transparenzgesetz (BGBl. I Nr. 125/2011 idgF.)

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Land Burgenland	112.621	635.909	698.649	724.964	2.172.143
<i>Land Burgenland brutto</i>	<i>152.999</i>	<i>802.183</i>	<i>880.298</i>	<i>913.454</i>	<i>2.748.934</i>
Landesholding inkl. Beteiligungen	524.444	2.158.569	1.888.232	2.320.849	6.892.094
direkte Beteiligungen	30.280	90.360	19.039	75.717	215.396

**nicht-meldepflichtige Werbeausgaben:** -- Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien sowie  
-- kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern  
unter 5.000 Euro je Medium pro Quartal  
-- Veröffentlichungen in nicht periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien  
-- meldepflichtige Werbeausgaben, wenn keine Meldepflicht gemäß MedKF-TG bestand

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Land Burgenland	28.673	84.793	144.694	75.572	333.732
Landesholding inkl. Beteiligungen	282.160	733.228	773.461	932.769	2.721.618
direkte Beteiligungen	3.907	0	4.352	4.988	13.247

**sonstige Werbeausgaben:** -- Nutzung von Plakaten, Rolling Boards, City Lights, oder ähnlichen digitalen Werbeträgern sowie  
-- Herstellung von Handzetteln (Flyer) und Prospekten zur Bewerbung von Veranstaltungen

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Land Burgenland	6.366	14.807	15.576	28.281	65.030
Landesholding inkl. Beteiligungen	185.816	1.011.565	841.642	971.786	3.010.809
direkte Beteiligungen	0	63	96	0	159

**Werbeausgaben gesamt:<sup>1)</sup>**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Land Burgenland brutto	188.038	901.783	1.040.568	1.017.307	3.147.696
Landesholding inkl. Beteiligungen	992.420	3.903.362	3.503.335	4.225.404	12.624.521
direkte Beteiligungen	34.187	90.423	23.487	80.705	228.802
<b>Summe</b>	<b>1.214.645</b>	<b>4.895.568</b>	<b>4.567.390</b>	<b>5.323.416</b>	<b>16.001.019</b>

<sup>1)</sup> Vgl. Anlage 1

## Feststellungen

### Land Burgenland

#### Strategie

(1) Der BLRH hielt fest, dass ein Regierungsübereinkommen eine Absichtserklärung über die Zusammenarbeit von politischen Parteien darstellte. Selbst wenn das Regierungsübereinkommen Vorgaben bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit enthielte, kann daraus keine unmittelbare Verpflichtung für das Amt der Bgld. Landesregierung zur Umsetzung abgeleitet werden.

(2) Der BLRH bemängelte, dass die Regierungsbeschlüsse bezüglich Freigabe der Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit lediglich rudimentäre Aussagen trafen. Insbesondere lagen den Beschlüssen keine Angaben über konkrete Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit bzw. die dafür vorgesehenen Medien bei. Das Land Burgenland verfügte über keine dokumentierte mittelfristige Strategie für Öffentlichkeitsarbeit unter Darstellung von Themen, Informationszielen, Zielgruppen, Medien und Ausgaben.

(3) Die LAD-ÖA plante Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit anlassbezogen in Zusammenarbeit mit den zuständigen Abteilungen. Die Grundlage bildeten insbesondere die Beschlüsse der Landesregierung bzw. des Landtages. Die LAD-ÖA erstellte in diesem Zusammenhang Kampagnenkonzepte. Der BLRH bemängelte, dass die Beauftragung der Maßnahmen durch die zuständige Abteilung erfolgte. Er sah dies vor dem Hintergrund mangelnder Steuerungs- und Kontrollmöglichkeiten. (siehe 4.2)

#### Meldungen gemäß Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz

(1) Das Land Burgenland meldete im überprüften Zeitraum Werbeausgaben in Höhe von rd. 2,55 Mio. Euro an die KommAustria.

(2) Der BLRH hielt fest, dass das Land Burgenland im überprüften Zeitraum neben den eigenen Aufträgen für Werbung und Medienkooperationen auch die Ausgaben von anderen Rechtsträgern an die KommAustria meldete. Für diese bestand keine Meldepflicht gemäß Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (**MedKF-TG**).

Die Werbeausgaben des Landes Burgenland betragen ohne andere Rechtsträger rd. 2,17 Mio. Euro. (siehe 5.2)

#### Meldepflichtige Werbeausgaben

(1) Die Bruttoausgaben des Landes Burgenland für meldepflichtige Werbeaufträge betragen im Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 insgesamt rd. 2,75 Mio. Euro. Diese stiegen von 2016 auf 2018 um rd. 14 Prozent.

(2) Der größte Anteil der meldepflichtigen Werbeausgaben fiel mit rd. 74 Prozent in die Zuständigkeit von Landeshauptmann Hans Niessl.

(3) Meldepflichtige Werbeausgaben entfielen im überprüften Zeitraum auf die Landesamtsdirektion sowie sechs Abteilungen. Die größten Anteile waren der Landesamtsdirektion mit 57 Prozent sowie der Abteilung 2 – Landesplanung, Sicherheit, Gemeinden und Wirtschaft mit 15 Prozent zuzuordnen.

(4) Das Land Burgenland beauftragte im überprüften Zeitraum 14 Medien mit meldepflichtigen Werbeaufträgen. (siehe 6.2)

### **Nicht meldepflichtige und sonstige Werbeausgaben**

(1) Das Land Burgenland gab im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen rd. 333.700 Euro aus. Rund 73 Prozent fielen dabei in die Zuständigkeit von Landeshauptmann Niessl und rd. 20 Prozent in die Zuständigkeit von Landesrätin Dunst. Der Landesamtsdirektion konnten rd. 74 Prozent zugeordnet werden.

(2) Von Juli 2015 bis Dezember 2018 gab das Land Burgenland für sonstige Werbeausgaben rd. 65.000 Euro aus. Von diesen Ausgaben entfielen rd. 44 Prozent auf Landesrätin Dunst, rd. 29 Prozent auf Landeshauptmann Niessl und rd. 26 Prozent auf Landesrätin Eisenkopf. Der Abteilung 7 konnten rd. 45 Prozent zugeordnet werden. (siehe 7.2)

### **Belegeinschau**

(1) Der BLRH stellte im Rahmen der Belegeinschau Mängel bei der Meldung der Werbeaufträge an die KommAustria fest. Das Land meldete fünf Aufträge inklusive Werbeabgabe und zehn Aufträge nicht im entsprechendem Quartal.

(2) Der BLRH hielt fest, dass die vom Land übermittelte Liste bezüglich Ausgaben für Plakate, Prospekte etc. nicht vollständig war. Es fehlten zumindest zwei Belege in Höhe von rd. 470 Euro.

Weiters enthielt die Liste mit nicht meldepflichtigen Werbeausgaben sowohl Ausgaben inklusive als auch exklusive Umsatzsteuer. (siehe 8.2)

### **Landesholding Burgenland GmbH und indirekte Beteiligungen**

#### **Landesholding**

(1) Die Landesholding meldete im überprüften Zeitraum Aufträge im Sinne des MedKF-TG in Höhe von 60.800 Euro. Sie beauftragte vier Medien.

(2) Die Gesellschaft wies keine Ausgaben für nicht meldepflichtige Werbeausgaben aus.

(3) Die Belegeinschau bei der Landesholding zeigte, dass die Landesholding alle Aufträge anhand der Rechnungen der beauftragten Medien korrekt und somit exklusive Werbeabgabe gemäß § 2 Abs. 5 MedKF-TG an die KommAustria meldete. (siehe 9.2)

#### **Wohnbau Burgenland GmbH**

Die Wohnbau Burgenland GmbH wies im überprüften Zeitraum keine Ausgaben für Werbung oder Medienkooperationen aus. (siehe 10.2)

#### **Säule Immobilien**

(1) Drei Gesellschaften der Säule Immobilien meldeten im überprüften Zeitraum Aufträge für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 66.000 Euro an die KommAustria. Die gemeldeten Aufträge ergingen an drei Medien.



(2) Der BLRH bemängelte, dass die FMB einen Auftrag in Höhe von rd. 5.800 Euro für Q1/2017 nicht meldete. Die meldepflichtigen Ausgaben betragen daher rd. 23.100 Euro statt 17.325 Euro. Das entsprach einer Differenz von rd. 33 Prozent. Die FMB erkannte die fehlerhafte Meldung selbst. Um weitere fehlerhafte Meldungen zu vermeiden, führte die Gesellschaft eine Mitarbeiterschulung durch.

(3) Die zwölf Gesellschaften der Säule Immobilien gaben im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen rd. 68.100 Euro aus.

(4) In den Gesellschaften der Säule Immobilie fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 9.900 Euro an.

(5) Der BLRH hielt fest, dass das TZ Mittelburgenland seine Aufträge an die KommAustria im Gegensatz zu § 2 Abs. 5 MedKF-TG und zur Landesholding inklusive Werbeabgabe meldete. Des Weiteren zeigte die Belegeinschau, dass das TZ Eisenstadt sechs Einschaltungen beauftragte. Die Ausgaben dafür verrechnete es den weiteren Gesellschaften. Dadurch meldete das TZ Eisenstadt zwei Aufträge über 5.000 Euro nicht an die KommAustria.

Darüber hinaus waren den Belegen nicht durchgängig Auftragschreiben und/oder Belegexemplare angeschlossen. [\(siehe 11.2\)](#)

### **Säule Infrastruktur**

(1) Die drei Gesellschaften der Säule Infrastruktur meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von 36.100 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen fanden in vier Medien statt.

(2) Im Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die drei Gesellschaften der Säule Infrastruktur Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 21.200 Euro aus.

(3) In der NSB fielen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 19.000 Euro an. [\(siehe 12.2\)](#)

### **Säule Wirtschaft**

(1) Vier Gesellschaften der Säule Wirtschaft meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 315.800 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in neun Medien statt.

(2) Die Gesellschaften der Säule Wirtschaft wiesen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 100.500 Euro aus.

(3) In den 14 Gesellschaften der Säule Wirtschaft fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 86.500 Euro an. [\(siehe 13.2\)](#)

### **Säule Tourismus**

(1) Vier Gesellschaften der Säule Tourismus meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 2,90 Mio. Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen fanden in 64 Medien statt.

(2) Der Burgenland Tourismus meldete fünf Aufträge für das Q2/2018 und das Q4/2018 in Höhe von rd. 33.400 Euro nicht an die KommAustria. Die meldepflichtigen Werbeausgaben betragen daher rd. 2,71 Mio. Euro statt rd. 2,68 Mio. Euro. Das entsprach einer Differenz von rd. 1,2 Prozent.

Der BLRH anerkannte, dass der Burgenland Tourismus die KommAustria über die mangelhaften Meldungen informierte.

(3) Die sechs Gesellschaften der Säule Tourismus wiesen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 2,05 Mio. Euro aus.

(4) In den Gesellschaften fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 1,91 Mio. Euro an.

(5) Die Belegeinschau zeigte, dass der Burgenland Tourismus die Aufträge an die KommAustria § 2 Abs. 5 MedKF-TG entsprechend ohne Werbeabgabe meldete. Der BLRH hatte keinen Anlass für Beanstandungen. ([siehe 14.2](#))

### **Säule Gesundheit**

(1) Zwei Gesellschaften der Säule Gesundheit meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von 217.000 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen fanden in neun Medien statt.

(2) Die Kurbad AG wies im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 26.500 Euro aus.

(3) Zudem fielen in der Kurbad AG im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 60.400 Euro an. ([siehe 15.2](#))

### **Säule Energie**

(1) Eine Gesellschaft der Säule Energie meldete im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von 2,91 Mio. Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen fanden in 16 Medien statt.

(2) In den Gesellschaften der Säule Energie fielen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 121.100 Euro an.

(3) Die Energie Burgenland AG wies im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 258.500 Euro aus. ([siehe 16.2](#))

### **Säule Bildung & Forschung**

(1) Drei Gesellschaften der Säule Bildung & Forschung meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 190.600 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen fanden in elf Medien statt.

(2) Die Gesellschaften der Säule Bildung & Forschung wiesen im überprüften Zeitraum Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 253.300 Euro aus.

(3) In den Gesellschaften fielen im überprüften sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 122.800 Euro an.

(4) Der BLRH nahm eine Belegeinschau bei der FH Burgenland vor. Er hielt fest, dass die FH alle Ausgaben für meldepflichtige Veröffentlichungen an die KommAustria meldete.

Ein Medium legte die Rechnungen bereits im Quartal vor dem Erscheinen der Einschaltungen legte. Dies führte dazu, dass die FH Burgenland in den Jahren 2016 und 2017 überhöhte Ausgaben bzw. doppelt an die KommAustria meldete. (siehe 17.2)

### Säule Kultur

(1) Zwei Gesellschaften der Säule Kultur meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 192.100 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in acht Medien.

(2) Die Gesellschaften der Säule Kultur wiesen im überprüften Zeitraum Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 84.800 Euro aus.

(3) In den Gesellschaften fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 0,55 Mio. Euro an. (siehe 18.2)

### Zusammenfassung Landesholding

(1) Die Prüfung des BLRH umfasste die Landesholding und 70 Beteiligungen. Diese waren in acht Säulen gegliedert. Die Beteiligungen bestanden teilweise nicht über den gesamten überprüften Zeitraum von Juli 2015 bis Dezember 2018.

Vier Gesellschaften unterlagen nicht der Meldepflicht gemäß MedKF-TG. Sie hatten daher keine Werbeausgaben an die KommAustria zu melden. Die meldepflichtigen Gesellschaften gaben ihre Meldungen an die KommAustria fristgerecht ab.

(2) Zumindest elf Gesellschaften verfügten über eine Strategie bzw. über Vorgaben für Werbung und Medienkooperationen. Diese galten zum Teil auch für Tochter- und Enkeltochtergesellschaften. So wandten die Tochtergesellschaften der Energie Burgenland deren Vorgaben an. Die übrigen Gesellschaften setzten Werbeaktivitäten anlassbezogen.

(3) Die Landesholding und ihre Beteiligungen wiesen im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von zumindest rd. 12,62 Mio. Euro aus. Diese Summe enthielt

- gemäß MedKF-TG meldepflichtige Werbeausgaben ..... 6,89 Mio. Euro
- nicht meldepflichtige Werbeausgaben..... 2,72 Mio. Euro
- sonstige Werbemaßnahmen ..... 3,01 Mio. Euro

(4) Insgesamt drei Meldungen an die KommAustria waren aus Sicht der meldepflichtigen Gesellschaften nicht vollständig. Dies entsprach rd. 0,3 Prozent der abgegebenen Meldungen. Betroffen waren eine Meldung der FMB und zwei Meldungen des Burgenland Tourismus. Beide Gesellschaften meldeten Werbeausgaben in Höhe von zusammen rd. 39.200 Euro nicht an die KommAustria. Der BLRH anerkannte, dass der Burgenland Tourismus die KommAustria selbst über die mangelhafte Meldung informierte. Diese nahm keine Korrektur der Meldung vor.

(5) Des Weiteren nahm der BLRH bei der Landesholding, den Technologiezentren Burgenland, dem Burgenland Tourismus und der FH Burgenland eine Belegeinschau vor. Dabei stellte er Mängel bei den Technologiezentren Burgenland und der FH Burgenland

fest.

Das Technologiezentrum Eisenstadt beauftragte Einschaltungen in periodischen Druckwerken und verrechnete die Ausgaben an die übrigen Technologiezentren weiter. Das MedKF-TG sah die Teilung von Aufträgen auf mehrere Rechtsträger nicht vor. Aufgrund dieser Vorgehensweise meldete das Technologiezentrum Eisenstadt zwei Aufträge in Höhe von insgesamt 18.500 Euro nicht an die KommAustria.

Die FH Burgenland ordnete Rechnungen für Werbeaufträge falsch zu. Aus diesem Grund meldete sie in den Jahren 2016 und 2017 überhöhte Ausgaben bzw. Ausgaben doppelt an die KommAustria. Die FH Burgenland hätte im überprüften Zeitraum rd. 140.300 Euro statt rd. 152.000 Euro an die KommAustria melden müssen.

(6) Die Landesholding und ihre Beteiligungen konnten im überprüften Zeitraum laut Referatseinteilung der Bgld. Landesregierung sechs Landesräten zugeordnet werden. Die prozentuelle Verteilung der Werbeausgaben der Landesholding und ihrer Beteiligungen auf die verantwortlichen Regierungsmitglieder zeigte, dass rund 92 Prozent auf die Verantwortungsbereiche von Landesrat MMag. Petschnig bzw. Landeshauptmann Niessl fielen. (siehe 19.2)

### Direkte Beteiligungen

#### **Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H.**

(1) Das RMB verfügte im überprüften Zeitraum über keine Strategie für Werbung und Medienkooperationen. Entsprechende Aktivitäten setzte die Gesellschaft projektbezogen.

(2) Das RMB meldete im überprüften Zeitraum Aufträge im Sinne des MedKF-TG in Höhe von rd. 215.400 Euro. Es beauftragte sechs Medien.

(3) Die Gesellschaft wies im überprüften Zeitraum Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 12.900 Euro und Ausgaben für Plakate in Höhe von rd. 160 Euro aus.

(4) Der BLRH stellte im Rahmen einer Belegeinschau Mängel bei der Meldung der Aufträge an die KommAustria fest. Das RMB meldete die Aufträge entgegen § 2 Abs. 5 MedKF-TG teilweise inklusive Werbeabgabe, meldete zwei Aufträge nicht, meldete einen Auftrag doppelt, meldete einen Auftrag nicht vollständig und meldete einen Auftrag trotz vorliegender Rechnung anhand des Angebots. Unter Bereinigung dieser Mängel hätte das RMB im überprüften Zeitraum Aufträge in Höhe von rd. 220.800 Euro an die KommAustria melden müssen. Die Differenz zu den tatsächlichen Meldungen entsprach rd. 2,5 Prozent.

Der BLRH anerkannte, dass das RMB die Mängel im Rahmen der Prüfung selbst erkannte. Als Folge passte die Gesellschaft das interne Meldeformular an und wies die Mitarbeiter auf die korrekte Form der Meldung hin. (siehe 20.2)

#### **Fußballakademie Burgenland GmbH**

(1) Die FUB verfügte im überprüften Zeitraum über keine Strategie für Werbung und Medienkooperationen.

(2) Die FUB unterlag im überprüften Zeitraum nicht dem MedKF-TG.

(3) Sie wies im überprüften Zeitraum Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien in Höhe von rd. 320 Euro aus.

(4) Die FUB unterhielt eine Kooperation mit einer burgenländischen Zeitung. Sie wies dafür keine Ausgaben aus. (siehe 21.2)

**Erstes Burgenländisches Rechenzentrum, Gesellschaft m.b.H.**

Das EBRZ wies im überprüften Zeitraum keine Ausgaben für Werbung oder Medienkooperationen aus. (siehe 22.2)

## Grundlagen

### Prüfungsgegenstand

Der BLRH führte eine Antragsprüfung zu den Werbeausgaben der Bgld. Landesregierung in der XXI. Gesetzgebungsperiode durch.

### Rechtliche Grundlagen

Der Prüfung lagen die §§ 2, 4, 5 und 6 Bgld. LRHG zugrunde.

### Prüfungsanlass

Es lag eine Antragsprüfung gemäß § 5 Abs. 1 Z 2 iVm. § 5 Abs. 3 Z 3 Bgld. LRHG vor. Antragsteller war der ÖVP-Landtagsklub. Der Antrag langte im April 2018 ein.

### Geprüfte Stellen

Geprüfte Stellen waren das Land Burgenland, die Landesholding Burgenland GmbH (**Landesholding**) einschließlich ihrer Beteiligungen, die Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H. (**RMB**), das Erste Burgenländische Rechenzentrum, Gesellschaft m.b.H. (**EBRZ**) und die Fußballakademie Burgenland GmbH (**FUB**).

### Prüfungsziele

Darstellung der Werbeausgaben in der XXI. Legislaturperiode des Landes Burgenland sowie seiner direkten und indirekten Beteiligungen.

### Überprüfter Zeitraum

Der Überprüfungszeitraum erstreckte sich vom 01.07.2015 bis 31.12.2018. Die für spezifische Einzelbetrachtungen erforderlichen Dokumente und Vorgänge außerhalb dieses Überprüfungszeitraumes bezog der BLRH nach Erfordernis in die Prüfungshandlungen mit ein.

### Prüfungshandlungen

Die Prüfung umfasste folgende Prüfungshandlungen:

- Nachfrage,
- Befragungen und Einholung schriftlicher Auskünfte,
- Einschau an Ort und Stelle,
- Plausibilisieren sowie
- Nachvollziehen.

### Prüfungsablauf

(1) Der BLRH leitete die Prüfung

- beim Amt der Bgld. Landesregierung, der Landesholding und dem RMB im Dezember 2018 sowie
  - bei der FUB und dem EBRZ im Feber 2019
- ein.

Die Sachverhaltserhebung endete im Oktober 2019.

(2) Auf Einladung des BLRH fanden im November 2019 Schlussbesprechungen statt. Daran nahmen

- für das Land Burgenland der Landesamtsdirektor und zwei Mitarbeiter der Landesamtsdirektion,
- für die Landesholding der Geschäftsführer und eine Mitarbeiterin sowie
- für das RMB der Geschäftsführer und eine Mitarbeiterin

teil.

(3) Der BLRH übergab das vorläufige Prüfungsergebnis an die geprüften Stellen am 25.11.2019. Die Stellungnahmefrist gemäß § 7 Bgld. LRHG endete am 03.02.2020.

### Vollständigkeitserklärung

Zwei Geschäftsführer des EBRZ gaben im November 2019, der Geschäftsführer der FUB und der Landesamtsdirektor für das Land Burgenland im Jänner 2020, der Geschäftsführer der Landesholding und der Geschäftsführer des RMB im Feber 2020 folgende Vollständigkeitserklärung ab:

*„Unter Bezugnahme auf oben angeführte Überprüfung bestätige ich, als [...], dass der Bgld. Landes-Rechnungshof sämtliche Aufklärungen und Nachweise, die im Zusammenhang mit der Überprüfung angefordert wurden bzw. die zur Klärung des Sachverhaltes erforderlich waren, gem. § 6 Bgld. LRHG vollständig und wahrheitsgemäß erhalten hat.“*

### Stellungnahme

Die Bgld. Landesregierung und die Landesholding nahmen zum Prüfungsergebnis Stellung. Die Stellungnahmen langten beim BLRH am 14.01.2020 bzw. am 03.02.2020 und damit innerhalb der Stellungnahmefrist ein. Der BLRH berücksichtigte die berichtsrelevanten Aspekte in den einzelnen Unterabschnitten.

Die FUB gab am 07.01.2020 bekannt keine Stellungnahme abzugeben. Das RMB und das EBRZ gaben keine Stellungnahme ab.

### Prüfungsbehinderung

(1) Das Land entzog dem BLRH am 20.03.2019 seinen Zugriff auf das Buchhaltungssystem des Landes. Dem BLRH war es somit nicht weiter möglich, seine begonnenen methodischen Prüfungshandlungen fortzuführen. Dies behinderte die Prüfungshandlungen und hatte eine Verzögerung bei der Berichtslegung zur Folge. Die durch den Direktor des BLRH im Sinne des Konsultationsmechanismus gemäß Geschäftsordnung des BLRH geführten Gespräche, hatten keine unmittelbare Aufhebung der Prüfungsbehinderung zur Folge.

Nach Bekanntgabe und Festlegung des Modus für den Zugriff auf das Buchhaltungssystem das Landes durch den BLRH im Rahmen von Prüfungen, beantragte dieser am 17.04.2019 einen uneingeschränkten Zugang zum Buchhaltungssystem des Landes für alle Bereiche der Landesverwaltung.

Der BLRH erhielt letztlich am 18.04.2019 einen Zugriff auf das Buchhaltungssystem des Landes. Die verursachte Prüfungsbehinderung dauerte somit 29 Tage an.

(2) Das Land Burgenland vertrat die Meinung, dass ab dem 22.03.2019 keine Prüfungsbehinderung vorlag und gab dazu folgende Stellungnahme ab:

*„Mit Schreiben vom 22.03.2019 teilte die Finanzabteilung dem BLRH mit, dass dem BLRH alle benötigten Zugänge zur Verfügung gestellt werden und dass dies der Finanzabteilung schriftlich mitzuteilen wäre. Per E-Mail vom 17.4.2019 wurde seitens des BLRH die Freischaltung eines uneingeschränkten SAP-Zuganges betreffend die vorliegende Prüfung ersucht. Weiters erlauben wir uns darauf hinzuweisen, dass im Rahmen von Prüfungshandlungen durch den BLRH generell die Anforderung von SAP-Auszügen durch den BLRH jederzeit möglich ist und dies auch zu jedem Zeitpunkt möglich gewesen wäre.*

*Da ab dem 22.03.2019 diese Verzögerung dem Land Burgenland nicht zurechenbar ist kann keine Prüfungsbehinderung erkannt werden.“*

(3) Der BLRH entgegnete dem Land Burgenland, dass die provisorische Abteilungsvorständin der Finanzabteilung mit Schreiben vom 28.03.2019 (datiert mit 22.03.2019) versicherte, dass dem BLRH die *„jeweils benötigten SAP-Zugänge anlässlich einer Prüfung [...] zur Verfügung gestellt werden“*. Offen blieb jedoch nach welchem Modus dabei vorgegangen werden sollte sowie an welche Person bzw. Dienststelle (Landesamtsdirektion, Finanzabteilung oder Hauptreferat Informationstechnologie) das entsprechende Ansuchen zu richten sei. Ferner war u.a. unklar mit welchen Rechten die SAP-Zugänge ausgestattet sein würden und mit welchen Reaktionszeiten der BLRH für das Freischalten der Zugänge zu rechnen hätte.

Ein Termin zur Klärung dieser offenen Fragen fand am 15.04.2019 zwischen dem Landesamtsdirektor, der provisorischen Abteilungsvorständin der Finanzabteilung und dem Direktor des BLRH statt. Am 16.04.2019 nachmittags wurde dem BLRH schließlich schriftlich mitgeteilt, wer als Ansprechpartner für die Erlangung eines SAP-Zuganges auf Seiten des Landes Burgenland zur Verfügung steht. Aufgrund dieser Mitteilung konnte der BLRH erst am 17.04.2019 den SAP-Zugang für die gegenständliche Prüfung beantragen.

Weiters wies der BLRH darauf hin, dass ihm im Rahmen von Prüfungen der Zugriff auf und das Kopieren sowie das Ermitteln von automationsunterstützt verarbeiteten Daten gemäß § 6 Abs. 3 Bgld. LRHG zu gewähren ist. Die genannte Bestimmung erlaubt es der geprüften Stelle nicht, Einfluss auf die Prüfmethode und die Anwendung von Prüfinstrumenten zu nehmen. Dies ist insofern von Bedeutung, da ein SAP-Zugang dem BLRH nicht nur der effizienten Übermittlung von Informationen dient, sondern er vom BLRH auch als Prüfinstrument verwendet (z.B. durch diverse Abfragen) wird. Ohne diesen Zugang ist es dem BLRH nur eingeschränkt möglich, die landesverfassungsgesetzlich festgelegten Prüfmaßstäbe umfassend zu erfüllen.

Die bloße Aushändigung von *„SAP-Auszügen“* durch das Land Burgenland ohne die Möglichkeit diese selbst auf Vollständigkeit mit Hilfe eines SAP-Zuganges zu prüfen, hätte daher nicht dem Bgld. LRHG entsprochen. Vielmehr verlangt die Regelung des § 6 Abs. 3 Bgld. LRHG, dass der BLRH selbst einen Zugriff auf die für ihn relevanten automationsunterstützt verarbeiteten Daten erhält. Eine solche Zugriffsmöglichkeit ist darüber hinaus für eine effiziente Prüfungsabwicklung im Sinne des § 8 Abs. 5 Bgld. LRHG erforderlich.

Angesichts der Chronologie der Ereignisse in Verbindung mit den gesetzlichen Grundlagen des BLRH, kann er der Argumentation des Landes Burgenland, wonach diesem die Prüfungsverzögerung nicht zurechenbar ist und daher keine Prüfungsbehinderung erkannt werden könne, nicht folgen.



## Prüfungsergebnis

### PRÜFUMFANG

#### 1 Definition

1.1 (1) Der ÖVP-Landtagsklub stellte im April 2018 den Antrag, die Werbeausgaben der Landesregierung in der XXI. Gesetzgebungsperiode zu prüfen. Die Prüfung sollte insbesondere die Ausgaben für Werbung, Marketing, Medienkooperationen sowie Informationsmaßnahmen- und -kampagnen aller Regierungsmitglieder umfassen.

(2) Die österreichische Rechtsordnung definierte ausschließlich den Begriff „Werbung“:

Gemäß § 2 Z 40 Audiovisuelle Mediendienste-Gesetz<sup>1</sup> war Werbung: *„Jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs, die in Fernsehprogrammen vom Anbieter (Fernsehwerbung) oder als Bestandteil eines audiovisuellen Mediendienstes auf Abruf vom Anbieter entweder gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung oder als Eigenwerbung gesendet oder bereitgestellt wird, mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, gegen Entgelt zu fördern. Werbung umfasst weiters jede Äußerung zur Unterstützung einer Sache oder Idee, die gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung verbreitet wird (ideelle Werbung).“*

Das Mediengesetz<sup>2</sup> legte in § 26 fest: *„Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird, müssen in periodischen Medien als ‚Anzeige‘, ‚entgeltliche Einschaltung‘ oder ‚Werbung‘ gekennzeichnet sein [...].“*

Für die Begriffe Marketing, Medienkooperationen sowie Informationsmaßnahmen und -kampagnen bestanden keine Legaldefinitionen.

(3) Gemäß Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (**MedKF-TG**)<sup>3</sup> hatten Rechtsträger, die der Kontrolle des Rechnungshofes<sup>4</sup> unterlagen, Aufträge über 5.000 Euro netto pro Quartal

- für kommerzielle Kommunikation im Österreichischen Rundfunk (**ORF**) bzw. bei privaten Rundfunkanbietern sowie
- für entgeltliche Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken oder periodischen elektronischen Medien

an die Kommunikationsbehörde Austria (**KommAustria**) zu melden.

---

<sup>1</sup> BGBl. I Nr. 84/2001 idgF.

<sup>2</sup> BGBl. Nr. 314/1981 idgF.

<sup>3</sup> BGBl. I Nr. 125/2011 idgF.

<sup>4</sup> Das sind insbesondere Gebietskörperschaften und Unternehmen an denen Gebietskörperschaften zumindest zu 50 Prozent beteiligt sind.

(4) Aufgrund der fehlenden Begriffsbestimmungen fand eine Klarstellung des Prüfumfanges gemäß § 5 Abs. 4 Bgl. LRHG zwischen dem Antragsteller und dem BLRH im Dezember 2018 statt. Dabei präzisierten der Antragsteller und der BLRH den Prüfumfang. Dieser umfasste demgemäß die Ausgaben für

- Veröffentlichungen in periodischen und nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien,
- kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern,
- Nutzung von Plakaten, Rolling Boards, City Lights, etc. oder ähnlichen digitalen Werbeträgern (z.B. Infoscreens)<sup>5</sup> sowie
- Herstellung von Handzetteln (Flyer) und Prospekten<sup>6</sup> zur Bewerbung von Veranstaltungen.

Ausgaben für Werbeatikel (z.B. Kugelschreiber) waren von der Prüfung nicht umfasst.

**Tabelle 1: Zusammenfassung Prüfumfang**

meldepflichtige Werbeausgaben gemäß MedKF-TG	nicht meldepflichtige Werbeausgaben	sonstige Werbeausgaben
-- Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien sowie -- kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern über 5.000 Euro je Medium pro Quartal	-- Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien sowie -- kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern unter 5.000 Euro je Medium pro Quartal -- Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien -- Werbeausgaben der ersten Spalte, wenn keine Meldepflicht gemäß MedKF-TG bestand	-- Nutzung von Plakaten, Rolling Boards, City Lights, etc. oder ähnlichen digitalen Werbeträgern sowie -- Herstellung von Handzetteln und Prospekten zur Bewerbung von Veranstaltungen

Darstellung: BLRH

(5) Das in § 3a Abs. 4 MedKF-TG verankerte sogenannte „Kopfverbot“ war nicht Teil der Prüfung. Dieses besagt, dass Rechtsträger<sup>7</sup>, die der Kontrolle des Rechnungshof unterliegen, in entgeltlichen Veröffentlichungen oder audio-visueller Kommunikation nicht auf oberste Organe gemäß Art. 19 Bundes-Verfassungsgesetz hinweisen dürfen. Oberste Organe in diesem Sinne waren für das Burgenland die Mitglieder der Landesregierung.

<sup>5</sup> Druckkosten und Miete der Werbefläche.

<sup>6</sup> Druckkosten.

<sup>7</sup> Das waren insbesondere der Bund und seine Beteiligungen, die Sozialversicherungen, die Länder und ihre Beteiligungen sowie Gemeinden über 10.000 Einwohner und ihre Beteiligungen.

## MEDIENTRANSPARENZ

### 2 Meldeverpflichtung gemäß MedKF-TG

2.1 (1) Das MedKF-TG verfolgt das Ziel, die Transparenz bei

- Medienkooperationen,
- der Erteilung von Werbeaufträgen sowie
- der Vergabe von Förderungen an Medieninhaber

zu fördern. Aus diesem Grund hatten Rechtsträger, die der Kontrolle des Rechnungshofes<sup>8</sup> unterliegen, gemäß § 2 Abs. 1 und 4 MedKF-TG an die KommAustria Aufträge

- über kommerzielle Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern sowie
- über entgeltliche Veröffentlichungen in periodischen Druckwerken oder periodischen elektronischen Medien

zu melden, wenn diese in einem Quartal 5.000 Euro netto gemäß § 2 Abs. 5 MedKF-TG überschritten.

(2) Ausgenommen von der Meldeverpflichtung waren gemäß § 2 Abs. 2 MedKF-TG insbesondere Aufträge:

- zur Erfüllung einer bundes- oder landesgesetzlich geregelten oder sonst verwaltungsbehördlich oder gerichtlich angeordneten Veröffentlichungsverpflichtung,
- zur Veröffentlichung von Stellenangeboten, Ausschreibungen oder vergleichbaren Bekanntmachungen von eingeschränktem öffentlichen Interesse sowie
- die an ein ausländisches Zielpublikum in einem ausländischen Medium gerichtet waren.

(3) Die Meldung hatte innerhalb von zwei Wochen nach Ende des Quartals, für das die Meldung galt, zu erfolgen (§ 2 Abs. 3 MedKF-TG). Beauftragte ein Rechtsträger keine Veröffentlichungen für ein Quartal, so hatte er eine Leermeldung abzugeben.

(4) Das MedKF-TG sah in § 5 Geldstrafen bis zu 60.000 Euro im Wiederholungsfall vor, wenn insbesondere

- Meldungen nicht innerhalb der vorgesehenen Frist oder
- offensichtlich unvollständige oder unrichtige Meldungen

abgegeben wurden.

### 3 Veröffentlichungen

3.1 (1) Die KommAustria hatte die von den Rechtsträgern gemeldeten Aufträge bzw. Leermeldungen gemäß § 3 Abs. 3 MedKF-TG auf ihrer Webseite<sup>9</sup> zu veröffentlichen. Sie hatte die veröffentlichten Daten gemäß § 3 Abs. 6 MedKF-TG zwei Jahre nach ihrer erstmaligen Veröffentlichung zu löschen.

<sup>8</sup> Das waren insbesondere Gebietskörperschaften und Unternehmen an denen Gebietskörperschaften zumindest zu 50 Prozent beteiligt waren.

<sup>9</sup> [https://www.rtr.at/de/m/veroeffentl\\_medkftg\\_daten](https://www.rtr.at/de/m/veroeffentl_medkftg_daten); abgerufen am 16.10.2019.

Stellte ein Rechtsträger fest, dass die ihn betreffenden Angaben unrichtig waren, so hatte er dies der KommAustria unverzüglich mitzuteilen. Die KommAustria hatte gegebenenfalls die Richtigstellung zu veranlassen (§ 3 Abs. 6 MedKF-TG).

(2) Die KommAustria veröffentlichte die gemeldeten Daten auf ihrer Webseite. Sie stellte diese auch zur Weiterverarbeitung zur Verfügung.

Als Beispiel für eine Verarbeitung der Daten durch Dritte nannte die KommAustria das Projekt „Medientransparenz Austria“ der FH JOANNEUM. Auf der dazugehörigen Webseite<sup>10</sup> können die seit 2012 gemeldeten Daten abgerufen werden.

---

<sup>10</sup> <https://www.medien-transparenz.at>; abgerufen am 16.10.2019.

## LAND BURGENLAND

### 4 Strategie

4.1 (1) Zur Strategie für Werbung und Information verwies das Land Burgenland auf folgende Dokumente:

- die Verordnung der Burgenländischen Landesregierung vom 24. Juli 2012 mit der Richtlinien über Ausgestaltung und Inhalt entgeltlicher Veröffentlichungen von Rechtsträgern des Landes und der Gemeinden erlassen werden (**Verordnung**),<sup>11</sup>
- das Übereinkommen zwischen SPÖ und FPÖ für die XXI. Gesetzgebungsperiode 2015 bis 2020 des Burgenländischen Landtages (**Regierungsübereinkommen**) sowie
- die Beschlüsse der Bgld. Landesregierung zur Freigabe der im Landesvoranschlag geplanten Mittel für Öffentlichkeitsarbeit für die Jahre 2015 bis 2018 (**Regierungsbeschlüsse**).

(2) Die Verordnung bzw. das Regierungsübereinkommen enthielten keine Vorgaben bezüglich Öffentlichkeitsarbeit durch das Land Burgenland. Insbesondere fehlten Angaben zu Informationszielen, Zielgruppen, Medien oder Ausgaben.

(3) In den Regierungsbeschlüssen verwies die Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit der Landesamtsdirektion<sup>12</sup> (**LAD-ÖA**) für die Jahre 2015 bis 2017 darauf, dass *„im Sinne einer modernen, transparenten und bürgernahen Verwaltung [...] vielfältige und umfangreiche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen“* waren. Als Ziel war die umfassende Information der Bürger über die *„Aktivitäten und Serviceleistungen des Landes Burgenland sowie über Neuerungen wie zum Beispiel im Bereich des Förderwesens“* genannt. Diese Aufgabe sollte durch Veröffentlichungen in Printmedien, audio-visuellen und elektronischen Medien sowie durch landeseigene Publikationen erfüllt werden.

Im Regierungsbeschluss für das Jahr 2018 wurde auf das „Jahr des Ehrenamtes“ hingewiesen: *„Im Sinne einer modernen, transparenten und bürgernahen Verwaltung sind auch im Jahr 2018 ‚Jahr des Ehrenamtes‘ vielfältige und umfangreiche Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit vorgesehen.“*

Die Regierungsbeschlüsse enthielten insbesondere keine näheren Angaben zu Themen, Zielgruppen oder Medien.

(4) Die LAD-ÖA plante Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit anlassbezogen in Zusammenarbeit mit den zuständigen Abteilungen. Die Grundlage bildeten insbesondere die Beschlüsse der Landesregierung bzw. des Landtages. Die LAD-ÖA erstellte in diesem Zusammenhang Kampagnenkonzepte. Die Beauftragung der Maßnahmen erfolgte durch die zuständige Abteilung.

(5) Das Land Burgenland verfügte über keine dokumentierte mittelfristige Strategie für Öffentlichkeitsarbeit, die insbesondere folgende Aspekte abdeckte:

---

<sup>11</sup> LGBL. Nr. 56/2012 idgF.

<sup>12</sup> Seit 01.01.2020 Stabsabteilung Öffentlichkeitsarbeit.

- Themen, über die auf Landes- (z.B. Jubiläumsjahre) bzw. Abteilungsebene (z.B. bestimmte Förderungen) informiert werden soll,
- Informationsziele, die erreicht werden sollen (z.B. Information über Förderungen),
- Zielgruppen, die mit den definierten Themen angesprochen werden sollen (z.B. Gesamtbevölkerung, Unternehmen),
- Medien, die für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden sollen (z.B. Printmedien, Onlinemedien, Rundfunk) auf Grundlage einer Medienanalyse sowie
- Ausgaben für Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit unter Berücksichtigung von Reserven für anlassbezogene Maßnahmen.

4.2 Zu (2) Der BLRH hielt fest, dass ein Regierungsübereinkommen eine Absichtserklärung über die Zusammenarbeit von politischen Parteien darstellte. Selbst wenn das Regierungsübereinkommen Vorgaben bezüglich der Öffentlichkeitsarbeit enthielte, kann daraus keine unmittelbare Verpflichtung für das Amt der Bgld. Landesregierung zur Umsetzung abgeleitet werden.

Zu (3, 5) Der BLRH bemängelte, dass die Regierungsbeschlüsse bezüglich Freigabe der Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit lediglich rudimentäre Aussagen trafen. Insbesondere lagen den Beschlüssen keine Angaben über konkrete Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit bzw. die dafür vorgesehenen Medien bei. Das Land Burgenland verfügte über keine dokumentierte mittelfristige Strategie für Öffentlichkeitsarbeit unter Festlegung von Themen, Informationszielen, Zielgruppen, Medien und Ausgaben.

Der BLRH empfahl dem Land Burgenland, eine mittelfristige Strategie für Öffentlichkeitsarbeit zu erarbeiten und der Bgld. Landesregierung zur Beschlussfassung vorzulegen. In der Strategie wären insbesondere die Themen, über die informiert werden soll, die Informationsziele, die erreicht werden sollen, die Zielgruppen, die angesprochen werden sollen, die Medien, die für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden sollen, sowie die Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit darzustellen. Darin wären Reserven für anlassbezogene Maßnahmen zu berücksichtigen.

Zu (4) Die LAD-ÖA plante Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit anlassbezogen in Zusammenarbeit mit den zuständigen Abteilungen. Die Grundlage bildeten insbesondere die Beschlüsse der Landesregierung bzw. des Landtages. Die LAD-ÖA erstellte in diesem Zusammenhang Kampagnenkonzepte. Der BLRH bemängelte, dass die Beauftragung der Maßnahmen durch die zuständige Abteilung erfolgte. Er sah dies vor dem Hintergrund mangelnder Steuerungs- und Kontrollmöglichkeiten.

Der BLRH empfahl dem Land Burgenland, die Beauftragung von Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit bei der Stabstelle Öffentlichkeitsarbeit zu bündeln. Er sah dies insbesondere vor dem Hintergrund von Kontroll- und Steuerungsmöglichkeiten.

4.3 Das Land Burgenland verwies auf die vorliegenden Dokumente und führte aus, zur besseren Dokumentation künftig in den Beschlüssen der Bgld. Landesregierung über die Freigabe der im Landesvoranschlag geplanten Mittel für die Öffentlichkeitsarbeit die vom BLRH genannten Aspekte näher zu definieren.

Weiters teilte das Land Burgenland mit, dass ein Prozess zur Bündelung von Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit mit Erlass aus dem Jahr 2016 eingeleitet wurde. Darin war festgehalten, dass Werbeaufträge, Medienkooperationen und Förderungen an Medieninhaber in Abstimmung mit der Landesamtsdirektion – Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit zu erfolgen hatten. Ferner führte das Land Burgenland aus: *„Auch die Beauftragung von entgeltlichen Veröffentlichungen erfolgt in Abstimmung mit Fachabteilungen zunehmend durch die Landesamtsdirektion – Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit“*. Laut Stellungnahme basierten die für die ersten beide Quartale 2019 an die KommAustria gemeldeten Entgelte zu rd. 86 Prozent auf Beauftragungen durch die Landesamtsdirektion – Stabsstelle Öffentlichkeitsarbeit.

Der Stellungnahme des Landes Burgenland zur Folge soll der Prozess der Bündelung in Verbindung mit den dafür notwendigen organisatorischen Maßnahmen fortgesetzt werden.

## 5 Meldungen gemäß MedKF-TG

- 5.1 (1) Das Land Burgenland war verpflichtet, seine Ausgaben für Werbung und Medienkooperation gemäß MedKF-TG zu melden. Dabei waren die Nettoausgaben anzuführen. (vgl. Unterabschnitt 2)

Die Meldungen für den überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 gab das Land Burgenland rechtzeitig an die KommAustria ab. Es meldete für den überprüften Zeitraum Ausgaben im Umfang von rd. 2,55 Mio. Euro netto.

(2) Das Land Burgenland wies in seinen Meldungen an die KommAustria durchgängig Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen für andere Rechtsträger aus. Dabei handelte es sich insbesondere um Vereine, bei denen das Land Burgenland Mitglied war. Aus den Meldungen war nicht ersichtlich, welche Ausgaben diesen Rechtsträgern zuzurechnen waren. Darüber hinaus bestand für das Land Burgenland keine unmittelbar aus dem MedKF-TG ableitbare Verpflichtung, diese Aufträge an die KommAustria zu melden.

Der BLRH berechnete auf Grundlage der übermittelten Aufstellungen den Anteil der anderen Rechtsträger an den vom Land Burgenland gemeldeten Ausgaben. Dieser betrug rd. 372.900 Euro netto (rd. 15 Prozent). Dem Land Burgenland waren rd. 2,17 Mio. Euro netto (rd. 85 Prozent) zuzurechnen.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben zwischen dem Land Burgenland und den anderen Rechtsträgern:

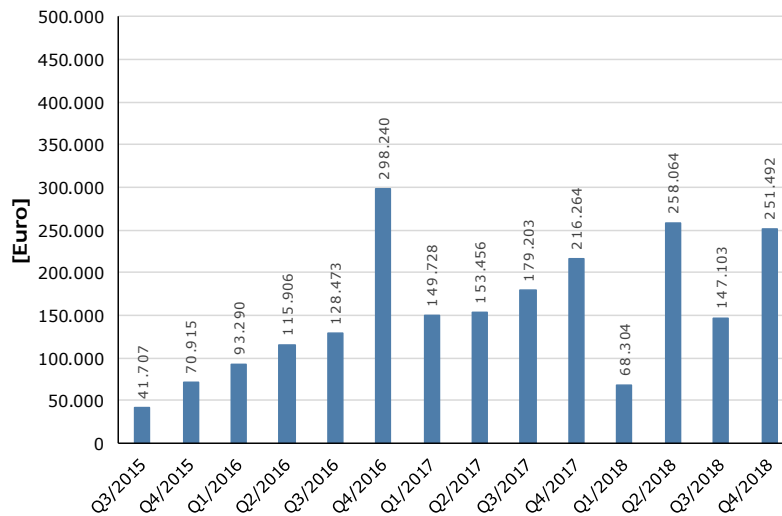
**Tabelle 2: Land Burgenland und andere Rechtsträger; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Land Burgenland	112.621	635.909	698.649	724.964	<b>2.172.143</b>
andere Rechtsträger	32.055	101.212	110.837	128.815	<b>372.919</b>
<b>Summe</b>	<b>144.676</b>	<b>737.121</b>	<b>809.486</b>	<b>853.779</b>	<b>2.545.062</b>

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

(3) Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung der dem Land Burgenland zurechenbaren gemeldeten Ausgaben in Höhe von 2,17 Mio. Euro auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 1: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

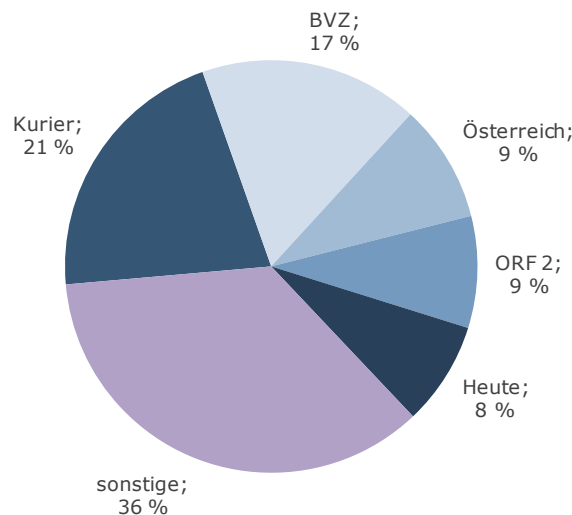


Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

(4) Die an die KommAustria gemeldeten Veröffentlichungen des Landes Burgenland in Höhe von 2,17 Mio. Euro erfolgten in 14 Medien. Die Medien erhielten im überprüften Zeitraum zwischen 10.000 Euro und rd. 456.000 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Aufträge des Landes Burgenland auf die beauftragten Medien gemäß Meldungen an die KommAustria:

**Abbildung 2: Land Burgenland; beauftragte Medien**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

5.2 Zu (1) Das Land Burgenland meldete im überprüften Zeitraum Werbeausgaben in Höhe von rd. 2,55 Mio. Euro an die KommAustria.

Zu (2) Der BLRH hielt fest, dass das Land Burgenland im überprüften Zeitraum neben den eigenen Aufträgen für Werbung und Medienkooperationen auch die Ausgaben von anderen Rechtsträgern an die KommAustria meldete. Für diese bestand keine Meldepflicht gemäß MedKF-TG.



Die Werbeausgaben des Landes Burgenland betragen ohne andere Rechtsträger rd. 2,17 Mio. Euro.

Der BLRH empfahl dem Land Burgenland, die Meldungen an die KommAustria den Bestimmungen des MedKF-TG entsprechend abzugeben.

- 5.3 Das Land Burgenland führte dazu aus, dass 2012 geprüft wurde, „*ob auch Vereine, die in beherrschendem Einfluss des Landes Burgenland stehen und nicht selbst als Rechtsträger der Kontrolle des Rechnungshofes des Bundes unterliegen, in die Datenbekanntgabe gem. MedKF-TG einzubeziehen sind.*“ Zur Klärung dieser Frage wurde die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR) um Stellungnahme ersucht. Diese teilte dem Land Burgenland u.a. mit, dass die Beurteilung dieser Frage dem Rechtsträger selbst obliegt. Aufgrund dieser Stellungnahme entschied das Land Burgenland im Sinne einer umfassenden Transparenz Vereine, die im beherrschenden Einfluss des Landes Burgenland stehen und Mittel des Landes für entgeltliche Veröffentlichungen verwenden, in die Datenbekanntgabe aufzunehmen.
- 5.4 Der BLRH entgegnete dem Land Burgenland, dass weder aus den Meldungen an die KommAustria noch aus der Veröffentlichung der Daten auf deren Homepage hervorging, welcher Rechtsträger die Veröffentlichung beauftragte. Denn obwohl das Land Burgenland nicht alle Veröffentlichungen bezahlte, umfasste seine Meldung auch die Zahlungen von Vereinen. Diese waren im Rahmen der Meldung nicht gesondert ausgewiesen.

Der BLRH konnte daher im Vorgehen des Landes Burgenland keine erhöhte Transparenz erkennen. Vielmehr war für Dritte nicht nachvollziehbar, welcher Rechtsträger Aufträge für Werbung und Medienkooperationen erteilte.

## 6 Meldepflichtige Werbeausgaben

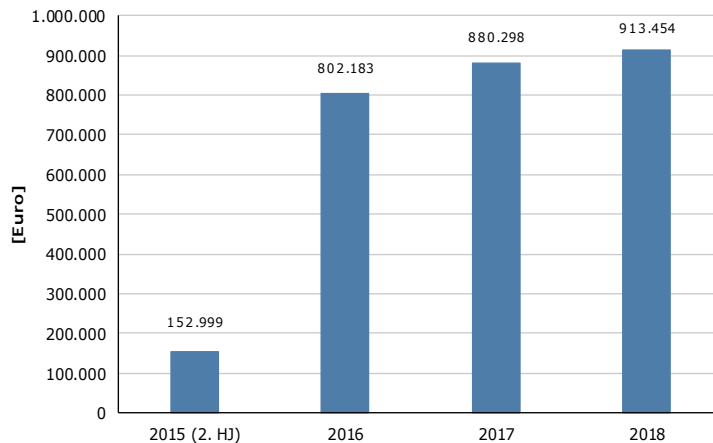
- 6.1 (1) Das Land Burgenland übermittelte dem BLRH eine Aufstellung aller Werbeausgaben im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018. Diese Aufstellung enthielt neben dem Medium, Zeitraum und Nettoausgaben auch das zuständige Regierungsmitglied und Abteilung sowie die entsprechende Finanzposition.

Die dem Land Burgenland zurechenbaren Werbeausgaben betragen laut Meldungen an die KommAustria insgesamt rd. 2,17 Mio. Euro netto. (vgl. Unterabschnitt 5)

Dies entsprach jedoch nicht den tatsächlich zu zahlenden Ausgaben des Landes Burgenland. Um die tatsächlichen Ausgaben des Landes im überprüften Zeitraum festzustellen, berechnete der BLRH die Bruttoausgaben<sup>13</sup> der gemeldeten Werbeaufträge. Dabei erfolgte keine Berücksichtigung einer möglichen ermäßigten Werbeabgabe bzw. von Werbeaufträgen ohne Werbeabgabe (z.B. Onlinewerbung). Die Bruttoausgaben für die gemeldeten Werbeaufträge betragen insgesamt rd. 2,75 Mio. Euro.

---

<sup>13</sup> Bruttoausgaben = Nettoausgaben + Werbeabgabe 5% + Umsatzsteuer 20%

**Abbildung 3: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) 2015 bis 2018**


Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Die meldepflichtigen Werbeausgaben stiegen von 2016 auf 2018 um rd. 111.300 Euro auf rd. 0,91 Mio. Euro. Dies entsprach einer Steigerung um rd. 14 Prozent.

(2) Die meldepflichtigen Werbeausgaben im überprüften Zeitraum waren folgenden Regierungsmitgliedern zuzuordnen:

**Tabelle 3: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Regierungsmitglied**

Politischer Referent	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
LH Niessl	136.727	585.120	598.160	712.681	2.032.687
LR Dunst	13.034	41.939	92.047	60.056	207.075
LH-Stv Tschürtz	0	43.868	64.023	60.581	168.473
LR Bieler <sup>1)</sup>	0	122.926	19.043	0	141.968
LR Darabos	0	0	79.965	19.625	99.590
LR Eisenkopf	3.238	8.331	27.061	36.219	74.849
LR Doskozil <sup>2)</sup>	0	0	0	24.293	24.293
<b>Summe</b>	<b>152.999</b>	<b>802.183</b>	<b>880.298</b>	<b>913.454</b>	<b>2.748.935</b>

<sup>1)</sup> bis Q4/2017

<sup>2)</sup> ab Q1/2018

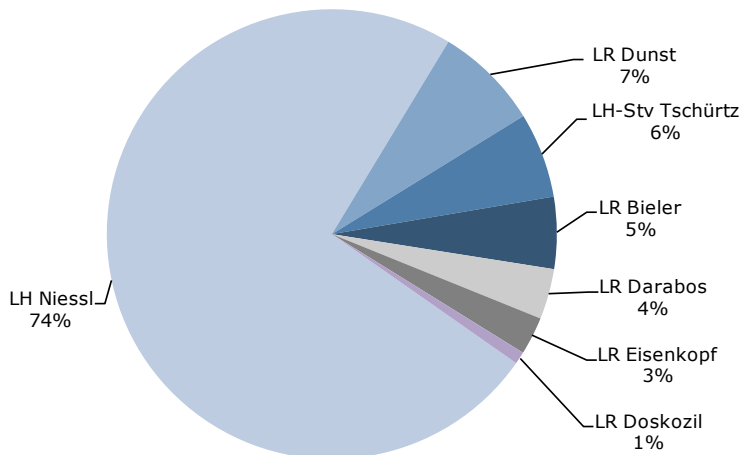
Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Der größte Anteil der meldepflichtigen Werbeausgaben fiel mit rd. 2,03 Mio. Euro brutto (rd. 74 Prozent) in die Zuständigkeit des Landeshauptmannes. Die Werbeaufträge betrafen überwiegend die Bereiche Öffentlichkeitsarbeit<sup>14</sup> (rd. 1,41 Mio. Euro brutto), Wohnbauförderung (rd. 337.200 Euro brutto) und Maßnahmen zur Verkehrsverbesserung (rd. 273.300 Euro brutto).

<sup>14</sup> Gemäß den Erläuterungen zum Landesvoranschlag 2018 dient die Finanzposition 1-021001-7297 „Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit“ einer umfassenden und effizienten Information der Bevölkerung mit allen dazu erforderlichen Aktivitäten und Notwendigkeiten. Dabei werden entsprechende Mittel unter anderem für Insertionskosten, Druckkosten, Druckkostenbeiträge für Fremdpublikationen, Fotomaterial- und -zubehör, Entgelte für Leistungen von Firmen sowie EU-bezogene Vorhaben und sonstige Informationen der Bevölkerung aus unmittelbaren aktuellen Anlässen bereitgestellt. Das äußere Erscheinungsbild des Landes ist ein wesentlicher Teil der Kommunikation und kommt in Ämtern, auf Briefpapier und Visitenkarten, in Anzeigen und Bekanntmachungen, bei Veranstaltungen, in Informationsbroschüren etc. zur Anwendung. Einen weiteren Schwerpunkt bilden die Bekanntmachung von Serviceleistungen des Landes sowie die Kommunikation von Initiativen des Landes.

Folgende Abbildung zeigt die Aufteilung der meldepflichtigen Werbeausgaben auf die einzelnen Regierungsmitglieder:

**Abbildung 4: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Regierungsmitglied**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

(3) Meldepflichtige Werbeausgaben in Höhe von rd. 2,75 Mio. Euro brutto entfielen im überprüften Zeitraum auf die Landesamtsdirektion sowie sechs Abteilungen:

- Abteilung 2 – Landesplanung, Sicherheit, Gemeinden und Wirtschaft (**Abteilung 2**),
- Abteilung 3 – Finanzen (**Abteilung 3**),
- Abteilung 4 – Ländliche Entwicklung, Agrarwesen und Naturschutz (**Abteilung 4**),
- Abteilung 5 – Baudirektion (**Abteilung 5**),
- Abteilung 6 – Soziales und Gesundheit (**Abteilung 6**) sowie
- Abteilung 7 – Bildung, Kultur und Gesellschaft (**Abteilung 7**).

Auf die Abteilung 1 – Personal (**Abteilung 1**) entfielen im überprüften Zeitraum keine meldepflichtigen Werbeausgaben.

Der größte Anteil war der Landesamtsdirektion zuzuordnen. Diese meldete Werbeausgaben von rd. 1,57 Mio. Euro brutto.

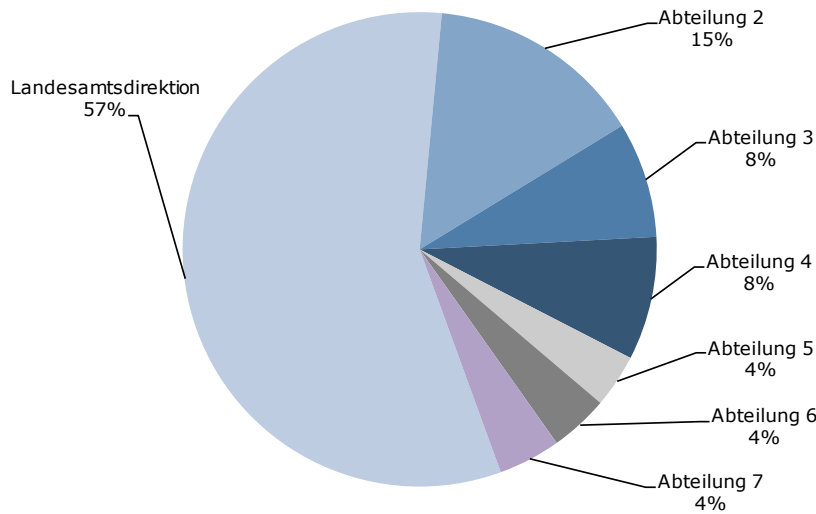
**Tabelle 4: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Abteilung**

Abteilung	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Landesamtsdirektion	144.277	553.636	469.408	400.944	1.568.265
Abteilung 2	3.238	60.915	178.390	163.784	406.327
Abteilung 3	0	3.992	16.380	196.247	216.619
Abteilung 4	0	109.985	60.716	60.522	231.224
Abteilung 5	0	56.496	19.043	24.293	99.831
Abteilung 6	5.484	4.774	79.965	19.625	109.848
Abteilung 7	0	12.386	56.397	48.040	116.822
<b>Summe</b>	<b>152.999</b>	<b>802.183</b>	<b>880.298</b>	<b>913.454</b>	<b>2.748.935</b>

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Die prozentuelle Verteilung der gesamten meldepflichtigen Werbeausgaben auf die Abteilungen zeigt folgendes Ergebnis:

**Abbildung 5: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) pro Abteilung**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

(4) Das Land schaltete diese meldepflichtigen Werbeaufträge in Höhe von rd. 2,75 Mio. Euro brutto in 14 Medien. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 12.600 Euro und rd. 0,57 Mio. Euro.

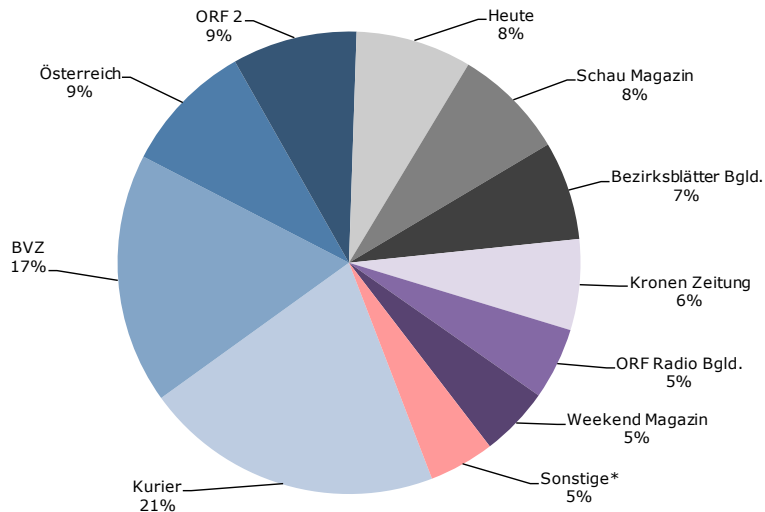
**Tabelle 5: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) nach beauftragten Medien**

Medien	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Kurier	0	121.943	244.504	207.952	<b>574.399</b>
BVZ	79.515	182.720	115.364	104.230	<b>481.828</b>
Österreich	27.455	118.039	44.591	63.000	<b>253.086</b>
ORF 2	0	85.342	57.364	97.312	<b>240.018</b>
Heute	0	29.241	126.613	66.529	<b>222.383</b>
Schau Magazin	18.900	41.470	71.820	83.160	<b>215.350</b>
Bezirksblätter Bgld.	1.821	71.735	48.342	67.884	<b>189.782</b>
Kronen Zeitung	18.023	26.587	51.783	78.218	<b>174.611</b>
ORF Radio Bgld.	2.510	57.743	20.326	57.515	<b>138.094</b>
Weekend Magazin	4.775	29.270	55.262	44.472	<b>133.779</b>
Schau TV	0	38.092	14.515	17.982	<b>70.590</b>
Money Spezial	0	0	0	25.200	<b>25.200</b>
Kosmo	0	0	17.215	0	<b>17.215</b>
oe24 TV	0	0	12.600	0	<b>12.600</b>
<b>Summe</b>	<b>152.999</b>	<b>802.183</b>	<b>880.298</b>	<b>913.454</b>	<b>2.748.935</b>

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der gesamten meldepflichtigen Werbeausgaben auf die beauftragten Medien:

**Abbildung 6: Land Burgenland; meldepflichtige Werbeausgaben (brutto) nach beauftragten Medien**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

- 6.2 Zu (1) Die Bruttoausgaben des Landes Burgenland für meldepflichtige Werbeaufträge betragen im Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 insgesamt rd. 2,75 Mio. Euro. Diese stiegen von 2016 auf 2018 um rd. 14 Prozent.
- Zu (2) Der größte Anteil der meldepflichtigen Werbeausgaben fiel mit rd. 74 Prozent in die Zuständigkeit von Landeshauptmann Niessl.
- Zu (3) Meldepflichtige Werbeausgaben entfielen im überprüften Zeitraum auf die Landesamtsdirektion sowie sechs Abteilungen. Die größten Anteile waren der Landesamtsdirektion mit 57 Prozent sowie der Abteilung 2 – Landesplanung, Sicherheit, Gemeinden und Wirtschaft mit 15 Prozent zuzuordnen.
- Zu (4) Das Land Burgenland beauftrage im überprüften Zeitraum 14 Medien mit meldepflichtigen Werbeaufträgen.

## 7 Nicht meldepflichtige und sonstige Werbeausgaben

7.1 (1) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wies das Land Burgenland Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 333.700 Euro aus.

**Tabelle 6: Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied**

Politischer Referent	2015 (2. HJ)*	2016*	2017*	2018*	Gesamt
	[Euro]				
LH Niessl	15.883	53.726	119.854	55.020	<b>244.484</b>
LR Dunst	12.790	21.602	16.195	16.876	<b>67.463</b>
LH-Stv Tschürtz	0	5.820	6.804	1.659	<b>14.283</b>
LR Eisenkopf	0	3.190	1.008	1.184	<b>5.383</b>
LR Bieler/Doskozil	0	0	833	833	<b>1.666</b>
LR Darabos	0	454	0	0	<b>454</b>
<b>Summe</b>	<b>28.673</b>	<b>84.793</b>	<b>144.694</b>	<b>75.572</b>	<b>333.732</b>

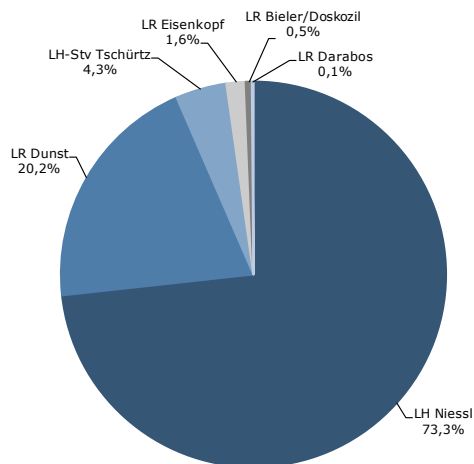
\*) Die Zuordnung zu den Jahren erfolgte aufgrund des Buchungsdatums.

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Rund 73 Prozent der nicht meldepflichtigen Werbeausgaben entfielen auf Landeshauptmann Niessl und rd. 20 Prozent auf Landesrätin Dunst.

Folgende Abbildung zeigt die Aufteilung der nicht meldepflichtigen Werbeausgaben auf alle Regierungsmitglieder:

**Abbildung 7: Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

(2) Die Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen fielen zu rd. 74 Prozent in der Landesamtsdirektion an.

**Tabelle 7: Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Abteilung**

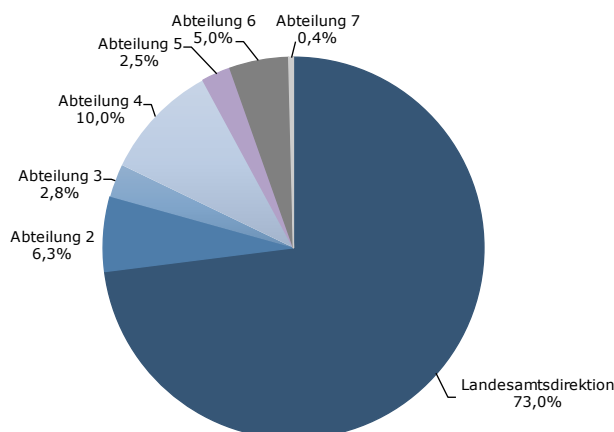
	2015 (2. HJ) *	2016*	2017*	2018*	Gesamt
	[Euro]				
Landesamtsdirektion	15.883	53.356	124.596	49.792	243.627
Abteilung 2	0	6.691	6.804	7.560	21.055
Abteilung 3	0	3.150	0	6.300	9.450
Abteilung 4	3.411	8.229	10.776	10.847	33.263
Abteilung 5	0	6.572	833	833	8.238
Abteilung 6	8.755	6.795	1.182	0	16.732
Abteilung 7	624	0	504	240	1.368
<b>Summe</b>	<b>28.673</b>	<b>84.793</b>	<b>144.694</b>	<b>75.572</b>	<b>333.732</b>

\*) Die Zuordnung zu den Jahren erfolgte aufgrund des Buchungsdatums.

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Folgende Abbildung zeigt die Verteilung der im überprüften Zeitraum angefallenen Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 333.700 Euro auf die Abteilungen des Landes.

**Abbildung 8: Land Burgenland; nicht meldepflichtige Werbeausgaben pro Abteilung**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

(3) Im überprüften Zeitraum wies das Land Burgenland sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 65.000 Euro aus.

**Tabelle 8: Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied**

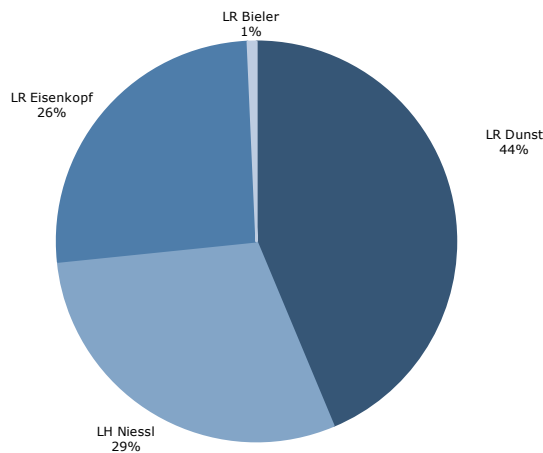
Politischer Referent	2015 (2. HJ) *	2016*	2017*	2018*	Gesamt
	[Euro]				
LR Dunst	5.879	7.372	7.606	7.556	28.413
LH Niessl	0	3.300	179	15.828	19.307
LR Eisenkopf	488	4.134	7.336	4.897	16.855
LR Bieler	0	0	455	0	455
<b>Summe</b>	<b>6.366</b>	<b>14.807</b>	<b>15.576</b>	<b>28.281</b>	<b>65.030</b>

\*) Die Zuordnung zu den Jahren erfolgte aufgrund des Buchungsdatums.

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Von diesen Ausgaben entfielen rd. 44 Prozent auf Landesrätin Dunst, rd. 29 Prozent auf Landeshauptmann Niessl und rd. 26 Prozent auf Landesrätin Eisenkopf. Die folgende Abbildung zeigt die Aufteilung der Ausgaben auf die Regierungsmitglieder:

**Abbildung 9: Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Regierungsmitglied**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

(4) Die im Land Burgenland angefallenen sonstigen Werbeausgaben stiegen von rd. 6.400 Euro im zweiten Halbjahr 2015 auf rd. 28.300 Euro im Jahr 2018 an.

**Tabelle 9: Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Abteilung**

	2015 (2. HJ) *	2016 *	2017 *	2018 *	Gesamt
	[Euro]				
Landesamtsdirektion	0	3.300	105	477	<b>3.882</b>
Abteilung 1	0	0	74	663	<b>737</b>
Abteilung 3	0	0	0	14.688	<b>14.688</b>
Abteilung 4	1.243	4.612	7.480	3.112	<b>16.447</b>
Abteilung 5	0	0	0	318	<b>318</b>
Abteilung 7	5.124	6.894	7.917	9.023	<b>28.958</b>
<b>Summe</b>	<b>6.366</b>	<b>14.807</b>	<b>15.576</b>	<b>28.281</b>	<b>65.030</b>

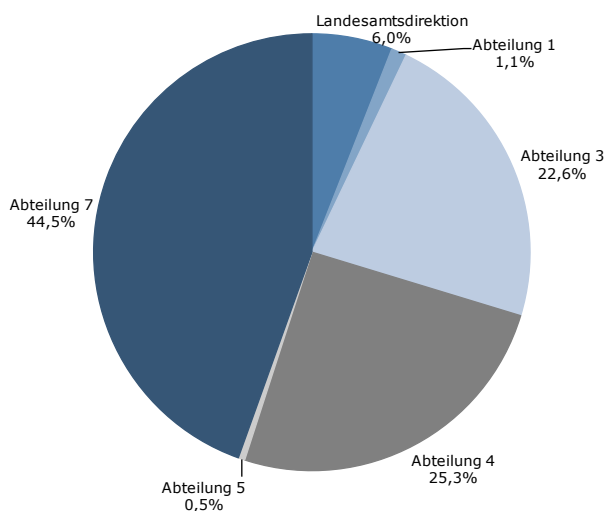
\*) Die Zuordnung zu den Jahren erfolgte aufgrund des Buchungsdatums.

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH



Die im Land Burgenland angefallenen sonstigen Werbeausgaben in Höhe von rd. 65.000 Euro teilten sich wie folgt auf die Abteilungen auf:

**Abbildung 10: Land Burgenland; sonstige Werbeausgaben pro Abteilung**



Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

**7.2** Zu (1, 2) Das Land Burgenland gab im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen rd. 333.700 Euro aus. Rund 73 Prozent fielen dabei in die Zuständigkeit von Landeshauptmann Niessl und rd. 20 Prozent in die Zuständigkeit von Landesrätin Dunst. Der Landesamtsdirektion konnten rd. 74 Prozent zugeordnet werden.

Zu (3, 4) Von Juli 2015 bis Dezember 2018 gab das Land Burgenland für sonstige Werbeausgaben rd. 65.000 Euro aus. Von diesen Ausgaben entfielen rd. 44 Prozent auf Landesrätin Dunst, rd. 29 Prozent auf Landeshauptmann Niessl und rd. 26 Prozent auf Landesrätin Eisenkopf. Der Abteilung 7 konnten rd. 45 Prozent zugeordnet werden.

## 8 Belegeinschau

**8.1** (1) Der BLRH nahm eine Belegeinschau beim Land Burgenland vor. Grundlagen waren die vom Land Burgenland übermittelten Aufstellungen über die meldepflichtigen und nicht meldepflichtigen Werbeaufträge sowie Aufträge für Plakatwerbung und sonstige Werbematerialien im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018.

Die Stichprobe umfasste

- 118 von 453 Belegen zu Werbeaufträgen, die im überprüften Zeitraum der Meldepflicht gemäß MedKF-TG unterlagen (rd. 26 Prozent), sowie
- 81 von 284 Belegen, die nicht der Meldepflicht unterlagen bzw. Aufträge für Plakatwerbung und sonstige Werbematerialien betrafen (rd. 28 Prozent).

(2) Die Belegeinschau bei den meldepflichtigen Werbeaufträgen zeigte, dass das Land Burgenland

- fünf Werbeaufträge inklusive Werbeabgabe an die KommAustria meldete,<sup>15</sup>
- zehn Werbeaufträge nicht im Quartal der Durchführung an die KommAustria meldete,<sup>16</sup>
- bei einem Werbeauftrag in der Aufstellung das falsche Medium anführte.

(3) Die Belegeinschau bei den nicht meldepflichtigen Werbeaufträgen sowie Aufträgen für Plakatwerbung und sonstige Werbematerialien zeigte, dass das Land Burgenland

- dem BLRH einen Beleg für eine nicht meldepflichtige Veröffentlichung netto meldete. Die übrigen Ausgaben meldete das Land Burgenland korrekt inklusive Umsatzsteuer und Werbeabgabe.
- die Ausgaben für die Produktion eines Folders sowie einer Einladung in Höhe von zusammen rd. 470 Euro dem BLRH nicht mitteilte.

8.2 Zu (2) Der BLRH stellte im Rahmen der Belegeinschau Mängel bei der Meldung der Werbeaufträge an die KommAustria fest. Das Land meldete fünf Aufträge inklusive Werbeabgabe und zehn Aufträge nicht im entsprechendem Quartal.

[Der BLRH verwies auf seine Empfehlung zu Unterabschnitt 5.](#)

Zu (3) Der BLRH hielt fest, dass die vom Land übermittelte Liste bezüglich Ausgaben für Plakate, Prospekte etc. nicht vollständig war. Es fehlten zumindest zwei Belege in Höhe von rd. 470 Euro.

Weiters enthielt die Liste mit nicht meldepflichtigen Werbeausgaben sowohl Ausgaben inklusive als auch exklusive Umsatzsteuer.

[Der BLRH empfahl dem Land Burgenland, auch nicht meldepflichtige und sonstige Werbeausgaben regelmäßig zu erfassen. Er sah dies insbesondere vor dem Hintergrund von Kontroll- und Steuerungsmöglichkeiten der jährlichen Werbeausgaben.](#)

---

<sup>15</sup> Bekanntzugeben war der Nettobetrag, der von einem Rechtsträger für einen Auftrag geleistet werden musste.

<sup>16</sup> Maßgeblich für die quartalsweise Zurechnung war der Zeitpunkt der Leistungserbringung bzw. Durchführung des Werbeauftrags.

# LANDESHOLDING BURGENLAND GMBH UND INDIRECTE BETEILIGUNGEN

## 9 Landesholding

9.1 (1) Die Landesholding verfügte über keine Strategie für Werbung und Medienkooperationen. Entsprechende Aktivitäten setzte die Gesellschaft anlassbezogen.

Das Kommunikationskonzept war auf die interne Kommunikation zwischen der Landesholding und ihren Beteiligungen ausgerichtet.

(2) Die Landesholding war verpflichtet, ihre Aufträge für Werbung und Medienkooperation gemäß MedKF-TG an die KommAustria zu melden. Sie gab ihre Meldungen für Q3/2015 bis Q4/2018 fristgerecht ab.

Die Landesholding meldete für den überprüften Zeitraum Ausgaben in Höhe von rd. 60.800 Euro. Die Tabelle zeigt diese Ausgaben:

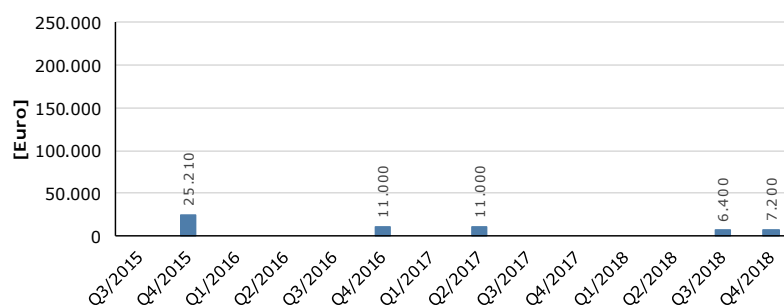
**Tabelle 10: Landesholding; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Landesholding	25.210	11.000	11.000	13.600	<b>60.810</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 11: Landesholding; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

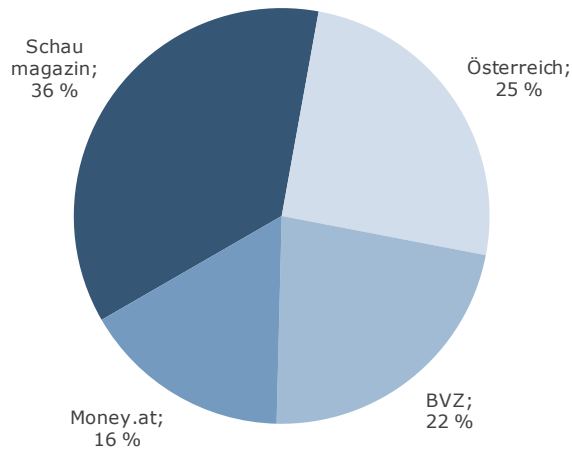


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(3) Die an die KommAustria gemeldeten Veröffentlichungen erfolgten in vier Medien. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen 9.900 Euro und 22.000 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der gesamten Ausgaben auf die beauftragten Medien:

**Abbildung 12: Landesholding; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Im überprüften Zeitraum wies die Landesholding keine Aufträge für

- Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien,
- die Nutzung von Plakaten, Rolling Boards, City Lights, etc. oder ähnlichen digitalen Werbeträgern sowie
- die Herstellung von Handzetteln und Prospekten zur Bewerbung von Veranstaltungen

aus.

(5) Der BLRH nahm eine Belegeinschau vor, um die an die KommAustria im überprüften Zeitraum gemeldeten Aufträge zu verifizieren. Die Einschau umfasste 21 Belege. Sie zeigte, dass die Landesholding alle Aufträge anhand der Rechnungen der Medien exklusive Werbeabgabe § 2 Abs. 5 MedKF-TG entsprechend an die KommAustria meldete.

9.2 Zu (2, 3) Die Landesholding meldete im überprüften Zeitraum Aufträge im Sinne des MedKF-TG in Höhe von 60.800 Euro. Sie beauftragte vier Medien.

Zu (4) Die Gesellschaft wies keine Ausgaben für nicht meldepflichtige Werbeausgaben aus.

Zu (5) Die Belegeinschau bei der Landesholding zeigte, dass die Landesholding alle Aufträge anhand der Rechnungen der beauftragten Medien § 2 Abs. 5 MedKF-TG entsprechend und somit exklusive Werbeabgabe an die KommAustria meldete.

## 10 Wohnbau Burgenland GmbH

10.1 (1) Die Wohnbau Burgenland GmbH (**WBG**) verfügte im überprüften Zeitraum über keine Strategie für Werbung und Medienkooperationen.

(2) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wies die WBG keine Ausgaben für

- Veröffentlichungen in periodischen und nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien,
- Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern,
- die Nutzung von Plakaten, Rolling Boards, City Lights, etc. oder ähnlichen digitalen Werbeträgern sowie
- die Herstellung von Handzetteln und Prospekten zur Bewerbung von Veranstaltungen

aus.

Die WBG gab Leermeldungen gemäß MedKF-TG ab.

10.2 Die Wohnbau Burgenland GmbH wies im überprüften Zeitraum keine Ausgaben für Werbung oder Medienkooperationen aus.

## 11 Säule Immobilien

11.1 (1) Die Säule Immobilien der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus sieben direkten und fünf indirekten Beteiligungen:

- BELIG – Beteiligungs- und Liegenschafts GmbH (**BELIG**, direkte Beteiligung: 99,99 Prozent)
- FMB Burgenland GmbH (**FMB**, indirekte Beteiligung: 100 Prozent)
- FMB Facility Management Burgenland GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent)
- Gästehäuser Burgenland GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent)
- Fachhochschulerrichtungs GmbH (indirekte Beteiligung: 99 Prozent)
- Landessportzentrum VIVA GmbH (**VIVA**, indirekte Beteiligung: 99 Prozent)
- Technologiezentrum Neusiedl am See GmbH (**TZ Neusiedl**, direkte Beteiligung: 90 Prozent)<sup>17</sup>
- Technologiezentrum Eisenstadt Ges.m.b.H. (**TZ Eisenstadt**, direkte Beteiligung: 90 Prozent)<sup>17</sup>
- Technologiezentrum Mittelburgenland Errichtungs- und BetriebsgmbH (**TZ Mittelburgenland**, direkte Beteiligung: 90 Prozent)<sup>17</sup>
- Technologiezentrum Pinkafeld GmbH (**TZ Pinkafeld**, direkte Beteiligung: 90 Prozent)<sup>17</sup>
- Technologiezentrum Güssing GmbH (**TZ Güssing**, direkte Beteiligung: 90 Prozent)<sup>17</sup>
- Technologiezentrum Jennersdorf GmbH (**TZ Jennersdorf**, direkte Beteiligung: 90 Prozent)<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> Im Mai 2019 wurden die sechs Gesellschaften in der Technologiezentren Burgenland GmbH zusammengefasst.

(2) Keine der genannten Gesellschaften verfügte über eine von den Organen beschlossene Strategie für Werbung und Medienkooperationen. Entsprechende Aktivitäten setzten die Gesellschaften anlassbezogen.

(3) Die zwölf Gesellschaften der Säule Immobilien hatten gemäß MedKF-TG ihre Aufträge für Werbung und Medienkooperationen an die KommAustria zu melden. Bis auf die BELIG, die FMB und das TZ Mittelburgenland gaben alle Gesellschaften Leermeldungen ab.

Die Gesellschaften meldeten Werbeausgaben in Höhe von rd. 66.000 Euro. Auf die BELIG entfielen rd. 53 Prozent, auf die FMB rd. 26 Prozent und auf das TZ Mittelburgenland rd. 21 Prozent. Die folgende Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

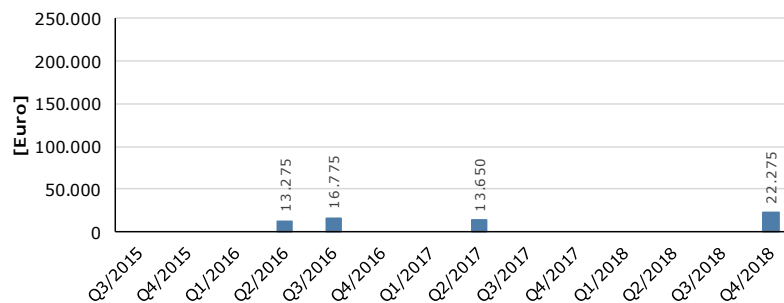
**Tabelle 11: Säule Immobilien; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
BELIG	0	18.500	0	16.500	35.000
FMB	0	11.550	0	5.775	17.325
TZM	0	0	13.650	0	13.650
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>30.050</b>	<b>13.650</b>	<b>22.275</b>	<b>65.975</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 13: Säule Immobilien; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

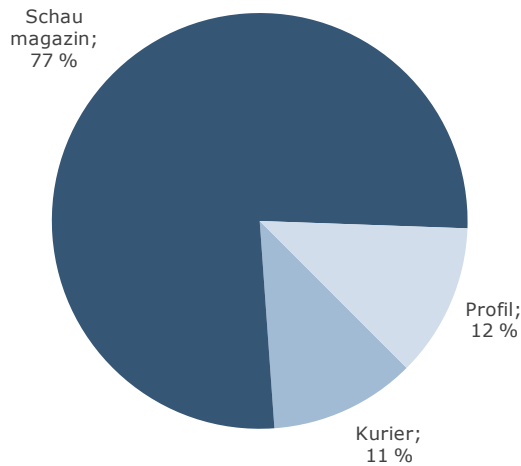


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Die gemeldeten Beauftragungen in Höhe von rd. 66.000 Euro erfolgten in drei Medien. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen 7.500 Euro und 50.600 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der gesamten Ausgaben auf die beauftragten Medien:

**Abbildung 14: Säule Immobilien; beauftragte Medien**

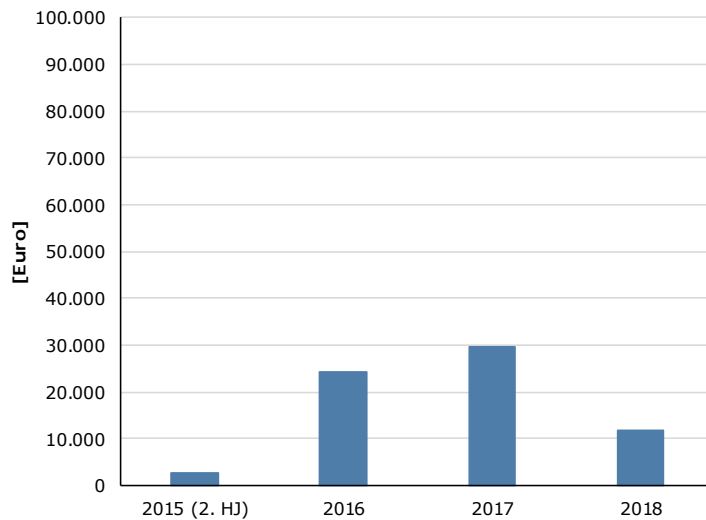


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Die FMB meldete einen Auftrag für das Q1/2017 in Höhe von rd. 5.800 Euro nicht an die KommAustria. Die meldepflichtigen Aufträge der FMB für Werbung und Information betragen daher rd. 23.100 Euro statt rd. 17.300 Euro. Das entsprach einer Differenz von rd. 33 Prozent.

Die FMB führte dazu aus, dass *„die Rechnung [...] irrtümlicherweise nicht den offiziellen Rechnungslauf zugeführt, sondern direkt in der Abteilung verbucht [wurde]. [...] Von daher hatte die für RTR-Meldungen zuständige Mitarbeiterin keine Kenntnis von der Rechnung. Nach interner Überprüfung wurde das Personal anhand der definierten Prozessvorgaben erneut geschult und alle weiteren Meldungen den Vorgaben entsprechend abgegeben.“*

(6) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die zwölf Gesellschaften der Säule Immobilie Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 68.100 Euro aus.

**Abbildung 15: Säule Immobilien; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Auf die Technologiezentren entfielen rd. 50 Prozent der Ausgaben. Rund 26 Prozent entfielen auf die FMB, rd. 18 Prozent auf das VIVA und rd. 5 Prozent auf die BELIG.

**Tabelle 12: Säule Immobilien; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

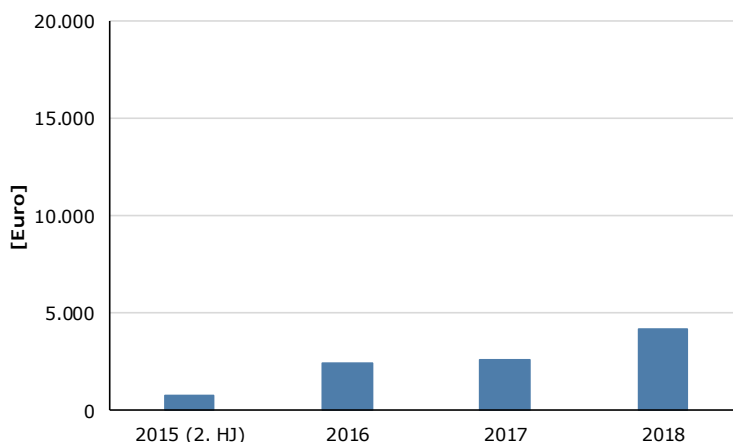
	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
BELIG	0	90	0	3.380	3.470
FMB	200	3.350	13.259	1.100	17.909
TZ Eisenstadt	0	3.302	525	700	4.527
TZ Güssing	0	3.150	4.288	1.170	8.608
TZ Jennersdorf	0	3.150	525	700	4.375
TZ Mittelburgenland	0	3.150	3.413	700	7.263
TZ Neusiedl	0	3.150	525	700	4.375
TZ Pinkafeld	0	3.150	1.218	700	5.068
VIVA	2.340	1.725	5.873	2.615	12.553
<b>Summe</b>	<b>2.540</b>	<b>24.217</b>	<b>29.625</b>	<b>11.765</b>	<b>68.148</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH



(7) Im überprüften Zeitraum wiesen die Gesellschaften der Säule Immobilie sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 9.900 Euro aus.

**Abbildung 16: Säule Immobilien; sonstige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Rund 89 Prozent davon entfielen auf die FMB, die restlichen rd. 11 Prozent auf die Technologiezentren.

**Tabelle 13: Säule Immobilien; sonstige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
FMB	735	2.239	2.253	3.659	<b>8.886</b>
TZ Eisenstadt	0	168	176	348	<b>692</b>
TZ Güssing	0	0	176	0	<b>176</b>
<b>Summe</b>	<b>735</b>	<b>2.407</b>	<b>2.605</b>	<b>4.183</b>	<b>9.930</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(8) Der BLRH nahm eine Belegeinschau bei der Technologiezentren Burgenland GmbH<sup>18</sup> vor. Diese umfasste sämtliche Belege für 39 meldepflichtige und nicht meldepflichtige Werbeausgaben.

Die Belegeinschau zeigte, dass das TZ Mittelburgenland seine Aufträge an die KommAustria entgegen § 2 Abs. 5 MedKF-TG inklusive Werbeabgabe meldete. Darüber hinaus beauftragte das TZ Eisenstadt fünf Einschaltungen in periodischen Medien. Die Ausgaben dafür verrechnete das TZ Eisenstadt

- in vier Fällen zu gleichen Teilen an alle Technologiezentren sowie
- in einem Fall an zwei Technologiezentren.

Durch diese Vorgehensweise meldete das TZ Eisenstadt zwei Aufträge in Höhe von insgesamt 18.500 Euro nicht an die KommAustria. Das MedKF-TG sah die Teilung von Aufträgen auf mehrere Rechtsträger nicht vor.

Den Belegen waren nicht durchgängig Auftragschreiben und/oder Belegexemplare angeschlossen.

<sup>18</sup> Im Mai 2019 wurden die sechs Technologiezentren in der Technologiezentren Burgenland GmbH zusammengefasst.

11.2 Zu (3, 4) Drei Gesellschaften der Säule Immobilien meldeten im überprüften Zeitraum Aufträge für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 66.000 Euro an die KommAustria. Die gemeldeten Aufträge ergingen an drei Medien.

Zu (5) Der BLRH bemängelte, dass die FMB einen Auftrag in Höhe von rd. 5.800 Euro für Q1/2017 nicht meldete. Die meldepflichtigen Ausgaben betrugen daher rd. 23.100 Euro statt 17.325 Euro. Das entsprach einer Differenz von rd. 33 Prozent. Die FMB erkannte die fehlerhafte Meldung selbst. Um weitere fehlerhafte Meldungen zu vermeiden, führte die Gesellschaft eine Mitarbeiter-schulung durch.

Zu (6) Die zwölf Gesellschaften der Säule Immobilien gaben im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen rd. 68.100 Euro aus.

Zu (7) In den Gesellschaften der Säule Immobilie fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 9.900 Euro an.

Zu (8) Der BLRH hielt fest, dass das TZ Mittelburgenland seine Aufträge an die KommAustria im Gegensatz zu § 2 Abs. 5 MedKF-TG und zur Landesholding inklusive Werbeabgabe meldete. Des Weiteren zeigte die Belegeinschau, dass das TZ Eisenstadt sechs Einschaltungen beauftragte. Die Ausgaben dafür verrechnete es den weiteren Gesellschaften. Dadurch meldete das TZ Eisenstadt zwei Aufträge über 5.000 Euro nicht an die KommAustria.

Darüber hinaus waren den Belegen nicht durchgängig Auftragsschreiben und/oder Belegexemplare angeschlossen.

Der BLRH empfahl der Technologiezentren Burgenland GmbH, Aufträge für Werbung und Medienkooperationen an die KommAustria § 2 Abs. 5 MedKF-TG entsprechend exklusive Werbeabgabe zu melden. Darüber hinaus empfahl der BLRH, den Belegen die Auftragsschreiben und die Belegexemplare anzuschließen.

11.3 Die Landesholding erklärte, dass die Empfehlung mit der Geschäftsführung der TZ Burgenland GmbH besprochen wurde und künftig entsprechend umgesetzt würde.

## 12 Säule Infrastruktur

12.1 (1) Die Säule Infrastruktur der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus drei Gesellschaften:

- Landessicherheitszentrale Burgenland GmbH (**LSZ**, direkte Beteiligung: 60 Prozent)
- Verkehrsinfrastruktur Burgenland GmbH (**VIB**, direkte Beteiligung: 100 Prozent)
- Neusiedler Seebahn GmbH (**NSB**, indirekte Beteiligung: 50,19 Prozent).

Alle genannten Gesellschaften wiesen im überprüften Zeitraum meldepflichtige Aufträge für Werbung und Medienkooperationen aus.

(2) Keine der genannten Gesellschaften der Säule Infrastruktur verfügte über eine Strategie für Werbung und Medienkooperation. Entsprechende Aktivitäten setzten die Gesellschaften anlassbezogen.

(3) Die genannten Gesellschaften waren verpflichtet, ihre Ausgaben für Werbung und Medienkooperation gemäß MedKF-TG zu melden. Sie gaben ihre Meldungen rechtzeitig an die KommAustria ab.

Die Gesellschaften meldeten Werbeausgaben in Höhe von rd. 36.100 Euro. Auf die LSZ entfielen rd. 39 Prozent, auf die VIB rd. 38 Prozent und auf die NSB rd. 23 Prozent. Die Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

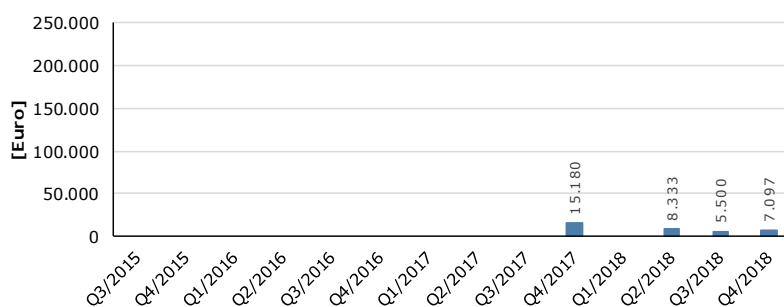
**Tabelle 14: Säule Infrastruktur; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
LSZ	0	0	6.930	7.097	14.027
VIB	0	0	8.250	5.500	13.750
NSB	0	0	0	8.333	8.333
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15.180</b>	<b>20.930</b>	<b>36.110</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 17: Säule Infrastruktur; Werbeausgaben pro Quartal**

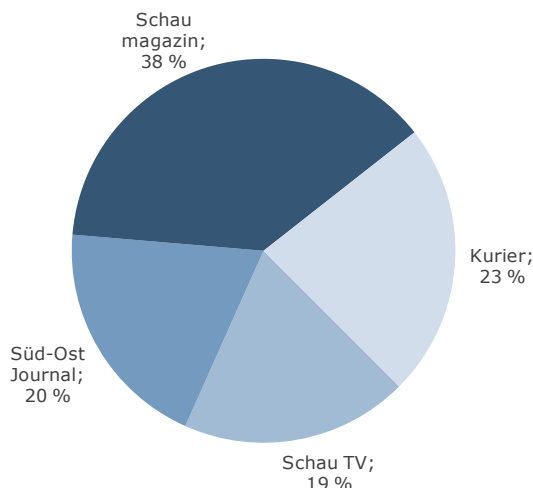


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Sämtliche Veröffentlichungen erfolgten in vier Medien. Diese Medien erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 6.900 Euro und rd. 13.800 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der gesamten Ausgaben auf die beauftragten Medien:

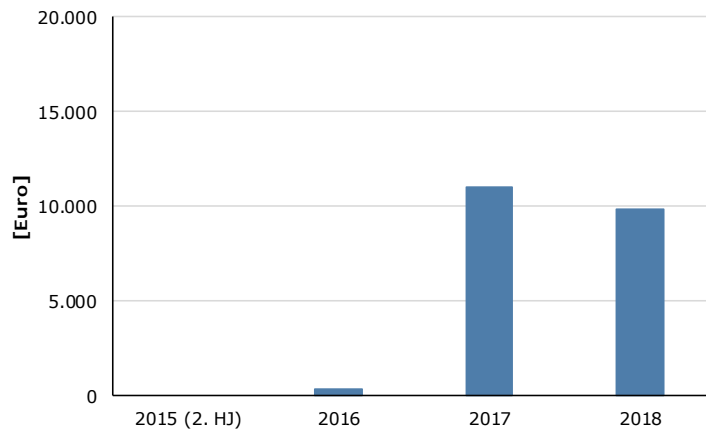
**Abbildung 18: Säule Infrastruktur; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die drei Gesellschaften der Säule Infrastruktur Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 21.200 Euro aus.

**Abbildung 19: Säule Infrastruktur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Davon entfielen rd. 87 Prozent auf die NSB und rd. 13 Prozent auf die VIB.

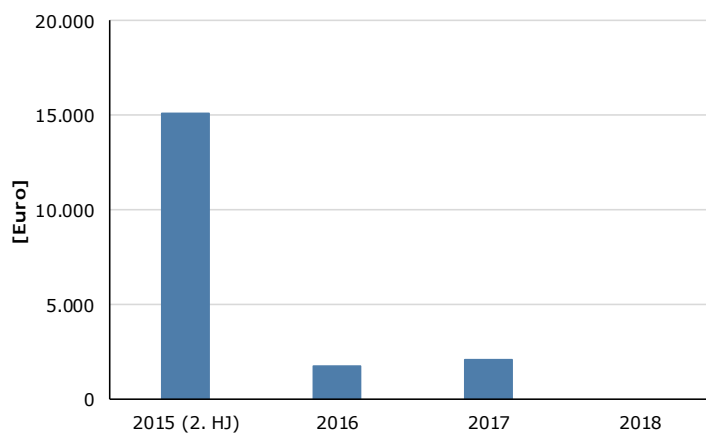
**Tabelle 15: Säule Infrastruktur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
VIB	0	0	2.750	0	2.750
NSB	0	329	8.299	9.851	18.479
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>329</b>	<b>11.049</b>	<b>9.851</b>	<b>21.229</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(6) Die Gesellschaften der Säule Infrastruktur wiesen von Juli 2015 bis Dezember 2018 sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 19.000 Euro aus. Diese entfielen ausschließlich auf die NSB.

**Abbildung 20: Säule Infrastruktur; sonstige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

- 12.2 Zu (3, 4) Die drei Gesellschaften der Säule Infrastruktur meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von 36.100 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in vier Medien.

Zu (5) Im Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die drei Gesellschaften der Säule Infrastruktur Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 21.200 Euro aus.

Zu (6) In der NSB fielen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 19.000 Euro an.

## 13 Säule Wirtschaft

13.1 (1) Die Säule Wirtschaft der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus einer direkten und 13 indirekten Beteiligungen:

- Wirtschaft Burgenland GmbH (**WiBuG**, direkte Beteiligung: 100 Prozent),
- ATHENA Burgenland Beteiligungen AG (indirekte Beteiligung: 46,8 Prozent),
- VIENNA REGION Marketing GmbH (**VIENNA REGION**, indirekte Beteiligung: 26 Prozent),
- Tourismus und Infrastruktur Holding GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- WiBAG Wirtschaftsdienstleistungs GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- WiBAG Patent- und Markenverwertungs GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- BRM Burgenländische Risikokapital Management AG (**BRM**, indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- BRB Burgenländische Risikokapital Beteiligungen AG (indirekte Beteiligung: 92,36 Prozent),
- LVA – Liegenschaftsverwertung und Aufschließung Ges.m.b.H. (indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- Wirtschaftspark Burgenland Nord Kittsee-Parndorf Erwerbs- und Erschließungsges.m.b.H. (**WP Burgenland Nord**, indirekte Beteiligung: 95 Prozent),
- Businesspark Müllendorf GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- Business-Park Heiligenkreuz GmbH (**BP Heiligenkreuz**, indirekte Beteiligung: 94 Prozent),
- Technologiezentren Holding GmbH (indirekte Beteiligung: 91 Prozent) sowie
- Therme Stegersbach Erschließungs- und Betriebs GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent).

(2) Die Werbeaktivitäten der WiBuG und ihrer Tochterunternehmen basierten auf der Unternehmensstrategie, Unternehmen im Burgenland zu unterstützen. Über diese Möglichkeiten informierte insbesondere die WiBuG unter anderem in regionalen Printmedien. Eine Werbeagentur unterstützte die WiBuG und ihre Tochtergesellschaften bei der Umsetzung von Werbe- und Kommunikationsmaßnahmen. Über eine von den Organen beschlossene Werbestrategie verfügte die WiBuG nicht. Die VIENNA REGION verfügte über jährliche Pläne der Marketingaktivitäten. Diese beschloss die Generalversammlung.

(3) Bis auf die ATHENA Burgenland Beteiligungen AG waren alle genannten Gesellschaften dazu verpflichtet ihre Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen an die KommAustria zu melden. Die Gesellschaften gaben ihre Meldungen fristgerecht ab.

Die WiBuG, die VIENNA REGION, die BRM sowie der WP Burgenland Nord meldeten Werbeausgaben in Höhe von rd. 315.700 Euro. Auf die WiBuG entfielen rd. 85,9 Prozent, auf die VIENNA REGION rd. 7,7 Prozent, auf die BRM rd. 3,7 Prozent und auf den WP Burgenland Nord rd. 2,7 Prozent. Die Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

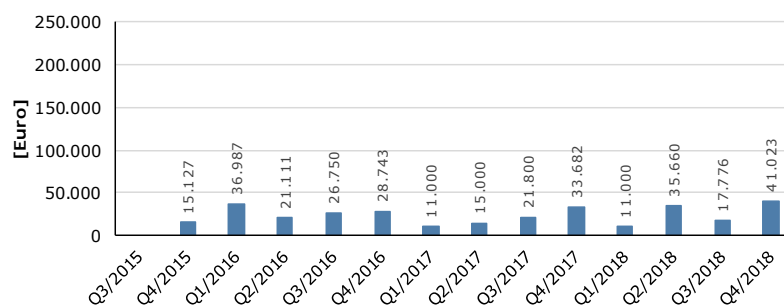
**Tabelle 16: Säule Wirtschaft; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
WiBuG	15.127	85.301	81.482	89.296	271.205
VIENNA REGION	0	16.740	0	7.500	24.240
BRM	0	11.550	0	0	11.550
WP Burgenland Nord	0	0	0	8.663	8.663
<b>Summe</b>	<b>15.127</b>	<b>113.591</b>	<b>81.482</b>	<b>105.458</b>	<b>315.658</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 21: Säule Wirtschaft; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

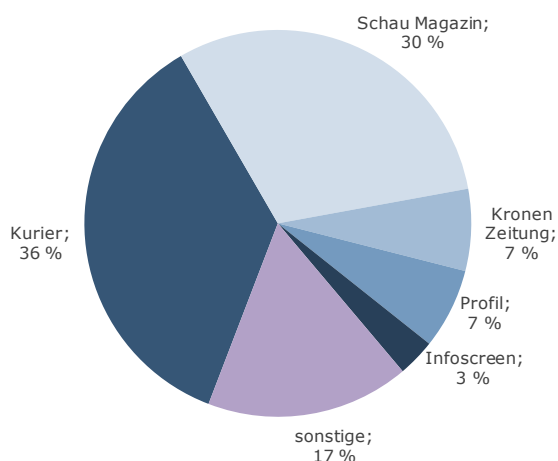


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Die genannten Gesellschaften beauftragten neun Medien mit Einschaltungen. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 5.400 Euro und rd. 113.100 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Ausgaben auf die beauftragten Medien:

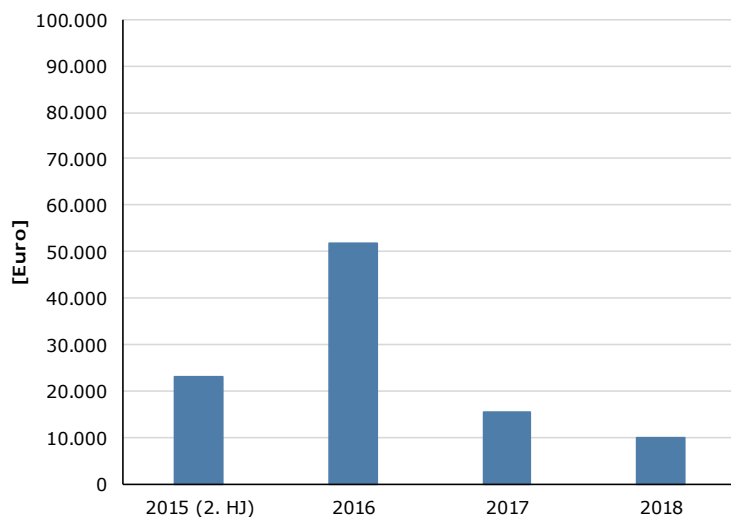
**Abbildung 22: Säule Wirtschaft; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die 14 Gesellschaften der Säule Wirtschaft Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 100.500 Euro aus.

**Abbildung 23: Säule Wirtschaft; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Davon entfielen rd. 57 Prozent auf die WiBUG, rd. 23 Prozent auf die VIENNA REGION und rd. 16 Prozent auf den BP Heiligenkreuz.

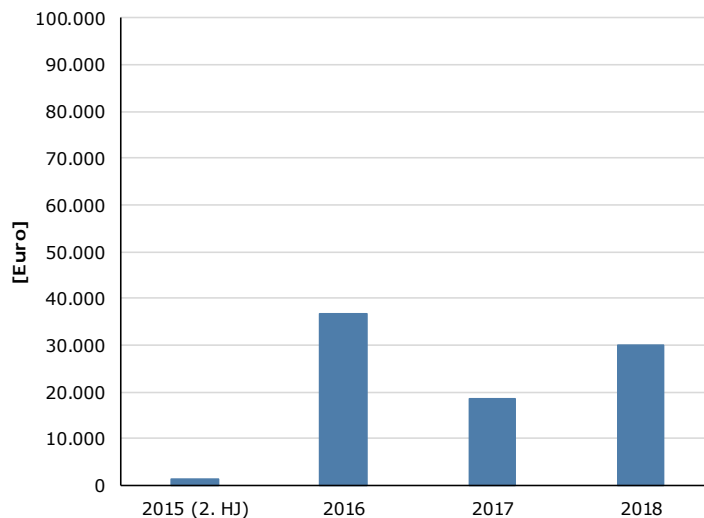
**Tabelle 17: Säule Wirtschaft; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
WiBUG	12.629	36.151	4.434	4.434	57.648
BP Heiligenkreuz	0	12.993	1.538	1.699	16.230
VIENNA REGION	10.610	2.000	8.800	1.700	23.110
WP Burgenland Nord	0	750	750	2.000	3.500
<b>Summe</b>	<b>23.239</b>	<b>51.894</b>	<b>15.522</b>	<b>9.833</b>	<b>100.488</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(6) Im überprüften Zeitraum wiesen die Gesellschaften der Säule sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 86.500 Euro aus.

**Abbildung 24: Säule Wirtschaft; sonstige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Davon entfielen rund 97 Prozent auf die WiBUG und rund 2 Prozent auf den WP Burgenland Nord.

**Tabelle 18: Säule Wirtschaft; sonstige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
WiBuG	1.216	36.600	18.614	27.709	<b>84.139</b>
BP Heiligenkreuz	0	150	0	610	<b>760</b>
WP Burgenland Nord	0	0	0	1.580	<b>1.580</b>
<b>Summe</b>	<b>1.216</b>	<b>36.750</b>	<b>18.614</b>	<b>29.899</b>	<b>86.479</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

13.2 Zu (3, 4) Vier Gesellschaften der Säule Wirtschaft meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 315.800 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in neun Medien statt.

Zu (5) Die Gesellschaften der Säule Wirtschaft wiesen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 100.500 Euro aus.

Zu (6) In den 14 Gesellschaften der Säule Wirtschaft fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 86.500 Euro an.



## 14 Säule Tourismus

14.1 (1) Die Säule Tourismus der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus einer direkten und fünf indirekten Beteiligungen:

- Burgenland Tourismus GmbH (**Burgenland Tourismus**, direkte Beteiligung: 100 Prozent),
- Seewinkeltherme Besitz GmbH (indirekte Beteiligung: 77 Prozent),
- Sonnentherme Lutzmannsburg-Frankenau GmbH (**Sonnentherme**, indirekte Beteiligung: 99,99 Prozent),
- AVITA Resort GmbH (indirekte Beteiligung: 25 Prozent),
- AVITA Resort GmbH & Co KG (**AVITA**, indirekte Beteiligung: 31,16 Prozent) sowie
- Bad Tatzmannsdorf Sport- und Freizeitinfrastruktur GmbH (indirekte Beteiligung: 33,33 Prozent).

Bis Juni 2016 war die Sonnentherme BetriebsgesmbH (**Sonnentherme Betrieb**) als indirekte Beteiligung der Landesholding tätig. Die Gesellschaft wurde mit der Sonnentherme verschmolzen.

(2) Die Grundlage für die Werbung und Medienkooperation des Burgenland Tourismus stellten die Tourismusstrategie 2022+ sowie das Bgld. Tourismusgesetz<sup>19</sup> dar. Die Tourismusstrategie 2022+ wurde vom Burgenland Tourismus unter Einbeziehung von „Opinion Leadern“ aus dem Burgenland und eines Beratungsunternehmens erstellt. Der Aufsichtsrat beschloss jährlich einen Marketingplan.<sup>20</sup>

Die Sonnentherme verfügte über eine Werbestrategie. Diese erarbeitete die Marketingleitung mit den Abteilungsleitungen und in Absprache mit der Geschäftsführung. Die Strategie war an der Unternehmensstrategie ausgerichtet. Die Generalversammlung beschloss jährlich in Verbindung mit dem Budget die Ausgaben für geplante Werbemaßnahmen.

Die AVITA verfügte über eine Werbestrategie. Diese verfasste die Geschäftsführung, die Marketingmitarbeiter und eine Werbeagentur. Der Verwaltungsrat beschloss jährlich in Verbindung mit dem Budget einen Marketingplan.

(3) Im überprüften Zeitraum hatten der Burgenland Tourismus, die Seewinkeltherme Besitz GmbH, die Sonnentherme sowie die Sonnentherme Betrieb ihre Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen an die KommAustria zu melden. Bis auf die Seewinkeltherme Besitz GmbH wiesen die genannten Gesellschaften Werbeausgaben aus. Sie meldeten Ausgaben in Höhe von rd. 2,90 Mio. Euro. Auf den Burgenland Tourismus entfielen rd. 92,2 Prozent, auf die Sonnentherme rd. 1,6 Prozent und auf die Sonnentherme Betrieb rd. 6,2 Prozent.

---

<sup>19</sup> LGBl. Nr. 63/2014 idGF.

<sup>20</sup> Vgl. Prüfungsbericht BLRH, Aufbringung und Verwendung der finanziellen Mittel des Burgenland Tourismus (2018) Unterabschnitt 28.

Die Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

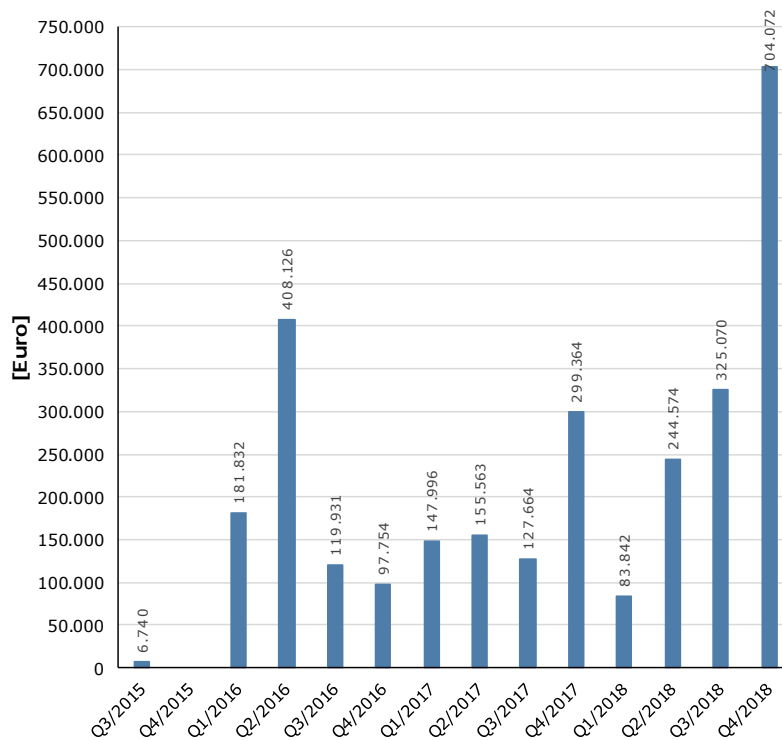
**Tabelle 19: Säule Tourismus; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Burgenland Tourismus	0	735.855	674.932	1.265.465	<b>2.676.252</b>
Sonnentherme	0	0	0	45.877	<b>45.877</b>
Sonnentherme Betrieb	6.740	71.789	55.655	46.216	<b>180.400</b>
<b>Summe</b>	<b>6.740</b>	<b>807.644</b>	<b>730.587</b>	<b>1.357.559</b>	<b>2.902.529</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 25: Säule Tourismus; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

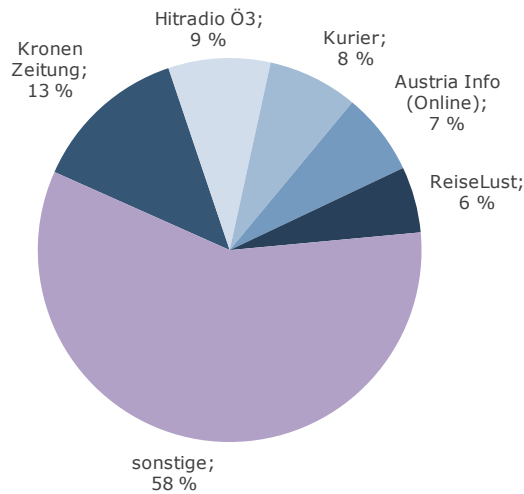


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Die Veröffentlichungen fanden in 64 Medien statt. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 5.600 Euro und rd. 381.900 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Ausgaben auf die beauftragten Medien:

**Abbildung 26: Säule Tourismus; beauftragte Medien**



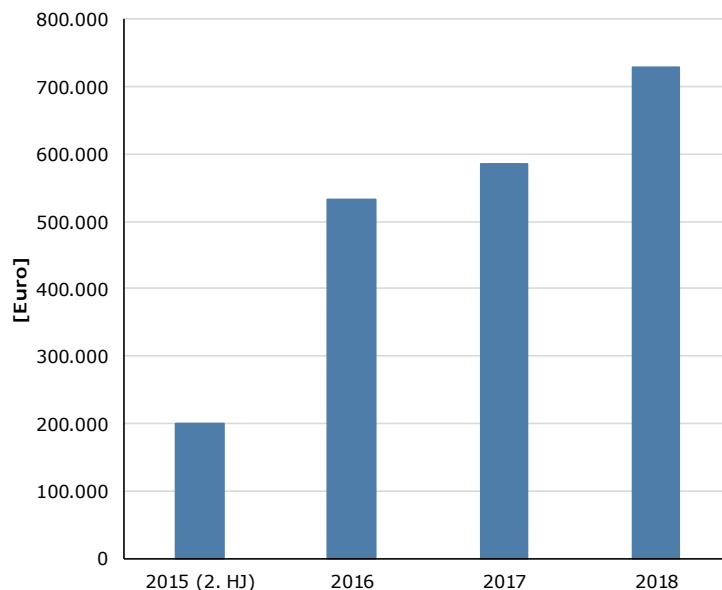
Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Der Burgenland Tourismus meldete fünf Aufträge für das Q2/2018 und das Q4/2018 in Höhe von rd. 33.400 Euro nicht an die KommAustria. Die meldepflichtigen Aufträge des Burgenland Tourismus für Werbung und Information betragen daher rd. 2,71 Mio. Euro statt rd. 2,68 Mio. Euro. Das entsprach einer Differenz von rd. 1,2 Prozent.

Die Gesellschaft informierte die KommAustria über die mangelhaften Meldungen. Diese nahm keine Korrekturen vor.

(6) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die sechs Gesellschaften der Säule Tourismus Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 2,05 Mio. Euro aus.

**Abbildung 27: Säule Tourismus; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Davon entfielen rd. 46 Prozent auf die Sonnentherme Betrieb, rd. 35 Prozent auf den Burgenland Tourismus und rd. 19 Prozent auf die AVITA.

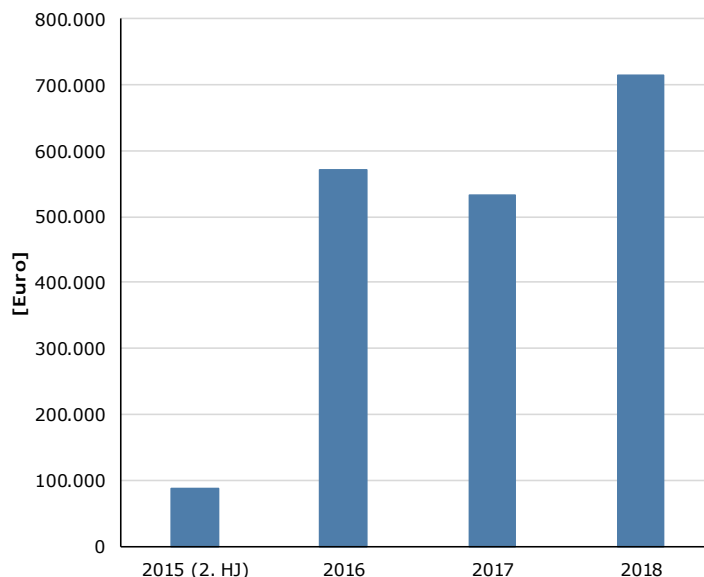
**Tabelle 20: Säule Tourismus; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
AVITA	35.790	102.477	105.233	139.620	<b>383.120</b>
Burgenland Tourismus	7.104	213.521	208.509	280.863	<b>709.997</b>
Sonnentherme	156.386	216.256	272.372	307.948	<b>952.963</b>
<b>Summe</b>	<b>199.281</b>	<b>532.254</b>	<b>586.114</b>	<b>728.431</b>	<b>2.046.080</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(7) Im überprüften Zeitraum wiesen die Gesellschaften der Säule Tourismus sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 1,91 Mio. Euro aus.

**Abbildung 28: Säule Tourismus; sonstige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Davon entfielen rd. 48 Prozent auf den Burgenland Tourismus, rd. 39 Prozent auf die Sonnentherme Betrieb und die restlichen rd. 13 Prozent auf die AVITA.

**Tabelle 21: Säule Tourismus; sonstige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
AVITA	32.299	74.411	71.939	64.172	<b>242.821</b>
Burgenland Tourismus	0	281.077	204.130	434.281	<b>919.487</b>
Sonnentherme	56.217	216.244	256.330	216.920	<b>745.710</b>
<b>Summe</b>	<b>88.515</b>	<b>571.732</b>	<b>532.399</b>	<b>715.373</b>	<b>1.908.018</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(8) Der BLRH nahm eine Belegeinschau beim Burgenland Tourismus vor. Die Stichprobe umfasste

- 43 Belege zu Aufträgen, die der Meldepflicht gemäß MedKF-TG unterlagen, sowie
- 33 Belege, die nicht der Meldepflicht unterlagen.

Dies entsprach jeweils rd. 8 Prozent der vorliegenden Belege.

Die Belegeinschau zeigte, dass der Burgenland Tourismus die Aufträge an die KommAustria ohne Werbeabgabe meldete. Der BLRH hatte keinen Anlass für Beanstandungen.

14.2 Zu (3, 4) Vier Gesellschaften der Säule Tourismus meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 2,90 Mio. Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in 64 Medien.

Zu (5) Der Burgenland Tourismus meldete fünf Aufträge für das Q2/2018 und das Q4/2018 in Höhe von rd. 33.400 Euro nicht an die KommAustria. Die meldepflichtigen Werbeausgaben betrugen daher rd. 2,71 Mio. Euro statt rd. 2,68 Mio. Euro. Das entsprach einer Differenz von rd. 1,2 Prozent.

Der BLRH anerkannte, dass der Burgenland Tourismus die KommAustria über die mangelhaften Meldungen informierte.

Zu (6) Die sechs Gesellschaften der Säule Tourismus wiesen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 2,05 Mio. Euro aus.

Zu (7) In den Gesellschaften fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 1,91 Mio. Euro an.

Zu (8) Die Belegeinschau zeigte, dass der Burgenland Tourismus die Aufträge an die KommAustria ohne Werbeabgabe meldete. Der BLRH hatte keinen Anlass für Beanstandungen.

## 15 Säule Gesundheit

15.1 (1) Die Säule Gesundheit der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus zwei direkten und vier indirekten Beteiligungen:

- Thermal- und Gesundheitstourismus GmbH (direkte Beteiligung: 100 Prozent)
- Kurbad Tatzmannsdorf Aktiengesellschaft (**Kurbad AG**, indirekte Beteiligung: 99,99 Prozent)
- Burgenländische Krankenanstalten GmbH (**KRAGES**, direkte Beteiligung: 90 Prozent)
- Psychosozialer Dienst Burgenland-GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent)
- Selbsthilfe-Werkstätten-Betriebs-GmbH (indirekte Beteiligung: 100 Prozent)
- Burgenländische Pflegeheim Betriebs-GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent)

Ausschließlich die Kurbad AG und die KRAGES wiesen im überprüften Zeitraum meldepflichtige und/oder nicht meldepflichtige Ausgaben für Werbung aus.

(2) Die Kurbad AG verfügte über eine von der Stabstelle Marketing nach den Vorgaben des Vorstandes erarbeitete Werbestrategie. Der Aufsichtsrat beschloss die Strategie sowie jährlich einen Marketingplan.

Die KRAGES erarbeitete 2018 eine Kommunikationsstrategie. Die Generalversammlung und der Aufsichtsrat fassten keine Beschlüsse darüber.

(3) Die genannten Gesellschaften waren verpflichtet, ihre Ausgaben für Werbung und Medienkooperation gemäß MedKF-TG zu melden. Sie gaben ihre Meldungen rechtzeitig an die KommAustria ab.

Die Kurbad AG und die KRAGES meldeten Ausgaben in Höhe von rd. 217.000 Euro. Auf die Kurbad AG entfielen rd. 47 Prozent und auf die KRAGES rd. 53 Prozent. Die Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

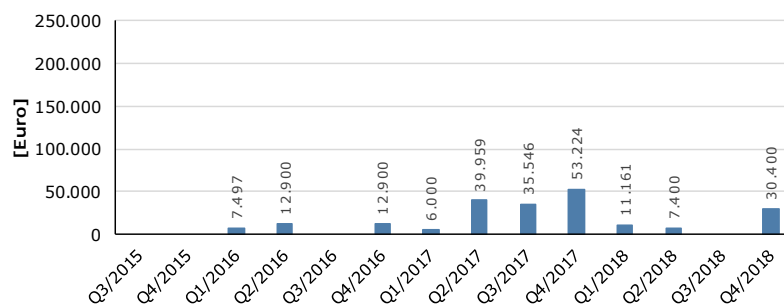
**Tabelle 22: Säule Gesundheit; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Kurbad AG	0	18.497	63.109	20.161	<b>101.767</b>
KRAGES	0	14.800	71.620	28.800	<b>115.220</b>
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>33.297</b>	<b>134.729</b>	<b>48.961</b>	<b>216.987</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 29: Säule Gesundheit; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

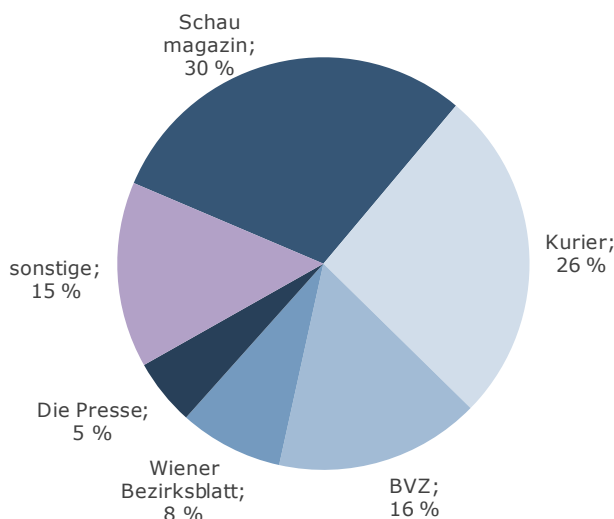


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Sämtliche Veröffentlichungen erfolgten in neun Medien. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen 6.000 Euro und 64.500 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Ausgaben auf die beauftragten Medien:

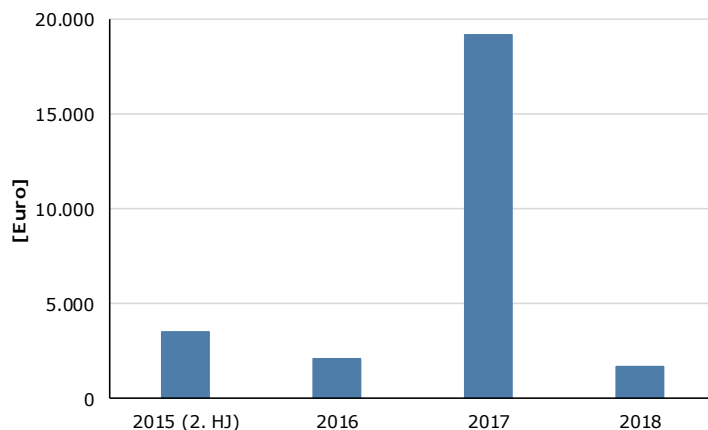
**Abbildung 30: Säule Gesundheit; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die sechs Gesellschaften der Säule Gesundheit Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 26.500 Euro aus. Diese fielen ausschließlich in der Kurbad AG an.

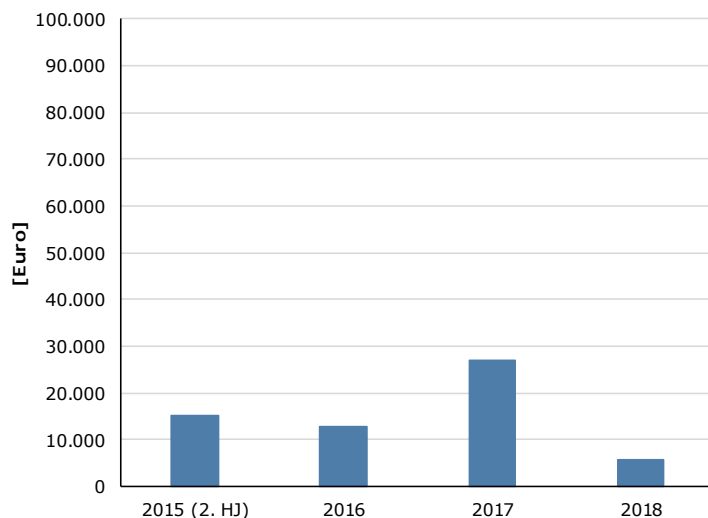
**Abbildung 31: Säule Gesundheit; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(6) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die sechs Gesellschaften der Säule Gesundheit sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 60.400 Euro aus. Diese entfielen ausschließlich auf die Kurbad AG.

**Abbildung 32: Säule Gesundheit; sonstige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

**15.2** Zu (3, 4) Zwei Gesellschaften der Säule Gesundheit meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von 217.000 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in neun Medien.

Zu (5) Die Kurbad AG wies im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 26.500 Euro aus.

Zu (6) Zudem fielen in der Kurbad AG im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 60.400 Euro an.

## 16 Säule Energie

16.1 (1) Die Säule Energie der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus einer direkten und 26 indirekten Beteiligungen. Dem BLRH waren vier indirekte Beteiligungen mangels finanzieller Beteiligung nicht prüfunterworfen.<sup>21</sup> Vier weitere indirekte Beteiligungen waren ausländische Gesellschaften.<sup>22</sup> Die Erste Burgenländisches Rechenzentrum, Gesellschaft m.b.H. (**EBRZ**) stellte der BLRH in Abschnitt 16 als direkte Landesbeteiligung dar.

Der BLRH zog daher folgende Gesellschaften in die Prüfung mit ein:

- Energie Burgenland AG (**Energie Burgenland**, direkte Beteiligung: 51 Prozent),
- Netz Burgenland GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Wärme und Service GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Dienstleistung und Technik GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Konzernclearing GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Fernwärme GmbH<sup>23</sup> (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Fernwärme GmbH<sup>24</sup> & Co KG (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Vertrieb GmbH & Co KG (**EB Vertrieb**, indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Windkraft GmbH (**EB Windkraft**, indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Windpark Beteiligungs GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Windpark Baumgarten GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Windpark Nick Alpha GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- Energie Burgenland Bürgerbeteiligung GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent),
- EP Zurndorf GmbH (indirekte Beteiligung: 29,38 Prozent),
- EPZ Energieprojekt Zurndorf GmbH & Co KG (indirekte Beteiligung: 29,38 Prozent),
- Energie Burgenland – Haider Windpark GmbH (indirekte Beteiligung: 25,5 Prozent),
- PAMA-GOLS Windkraftanalgenbetriebs GmbH (indirekte Beteiligung: 25,5 Prozent) sowie
- PAMA-GOLS Windkraftanlagen GmbH & Co KG (indirekte Beteiligung: 25,5 Prozent).

<sup>21</sup> ENERGIEALLIANZ Austria GmbH (durchgerechnete Beteiligung: 5,1 Prozent), MMW Potzneusiedl GmbH (durchgerechnete Beteiligung: 20,4 Prozent), Windpark Nikitsch GmbH (durchgerechnete Beteiligung: 12,75 Prozent) und WINDPARK DEUTSCH HASLAU GmbH (durchgerechnete Beteiligung: 10,2 Prozent).

<sup>22</sup> Green Power Wind Hungaria Szolgáltató Kft. (Ungarn), Bystricky Wind Power s.r.o. (Slowakei), Rennerwind Energetikai Kft. (Ungarn) und Slovakian Wind Power s.r.o. (Slowakei).

<sup>23</sup> Bis Oktober 2018: Energie Burgenland Biomasse GmbH.

<sup>24</sup> Bis Oktober 2018: Energie Burgenland Biomasse GmbH & Co KG.



(2) Die Energie Burgenland legte für den überprüften Zeitraum insbesondere folgende Dokumente vor:

- Maßnahmenpläne für die Jahre 2015 bis 2018 (diese beschrieben die geplanten Werbemaßnahmen für ein Jahr),
- eine „Marketingstrategie“ (diese legte die Grundzüge für das Marketing fest) und
- die „Unternehmensstrategie 2020“ (diese legte die allgemeinen Unternehmensgrundsätze fest; der Aufsichtsrat beschloss die Unternehmensstrategie im Jänner 2016).

Die genannten Dokumente galten auch für die Beteiligungen der Energie Burgenland.

(3) Aus der Säule Energie wies ausschließlich die Energie Burgenland meldepflichtige Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen gemäß MedKF-TG aus. Diese betragen im überprüften Zeitraum rd. 2,91 Mio. Euro. Die übrigen Gesellschaften gaben Leermeldungen an die KommAustria ab.

Die folgende Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

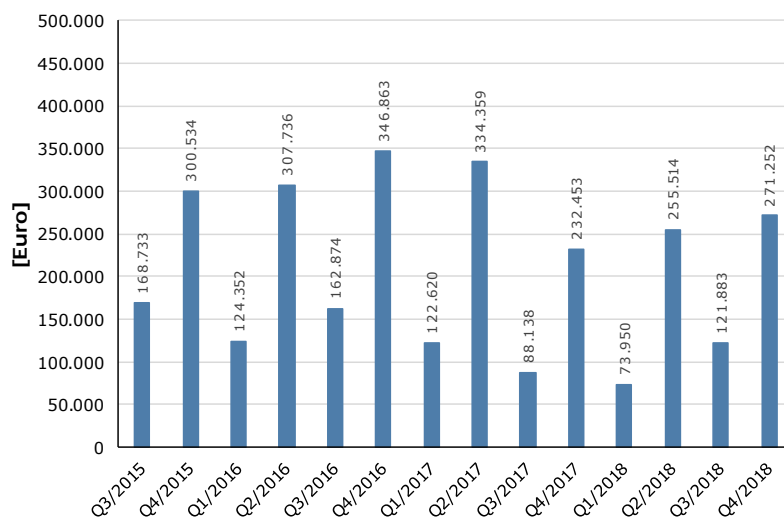
**Tabelle 23: Säule Energie; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Energie Burgenland	469.267	941.825	777.570	722.599	<b>2.911.261</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 33: Säule Energie; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

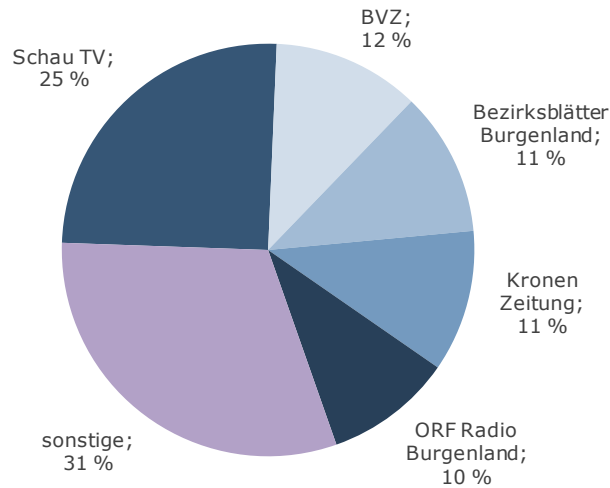


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Die an die KommAustria gemeldeten Veröffentlichungen erfolgten in 16 Medien. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 5.400 Euro und rd. 0,73 Mio. Euro. Rund 2,01 Mio. Euro, das entspricht rd. 69 Prozent, der gemeldeten Ausgaben entfielen auf fünf Medien.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Ausgaben auf die beauftragten Medien:

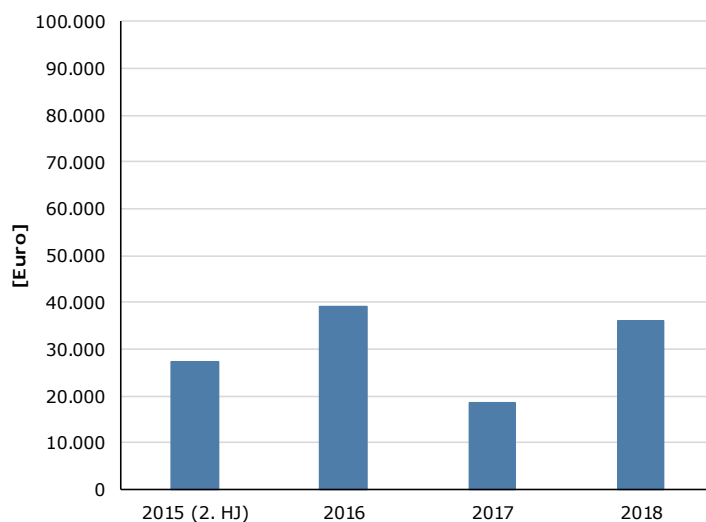
**Abbildung 34: Säule Energie; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wiesen die 18 Gesellschaften der Säule Energie Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 121.100 Euro aus.

**Abbildung 35: Säule Energie; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

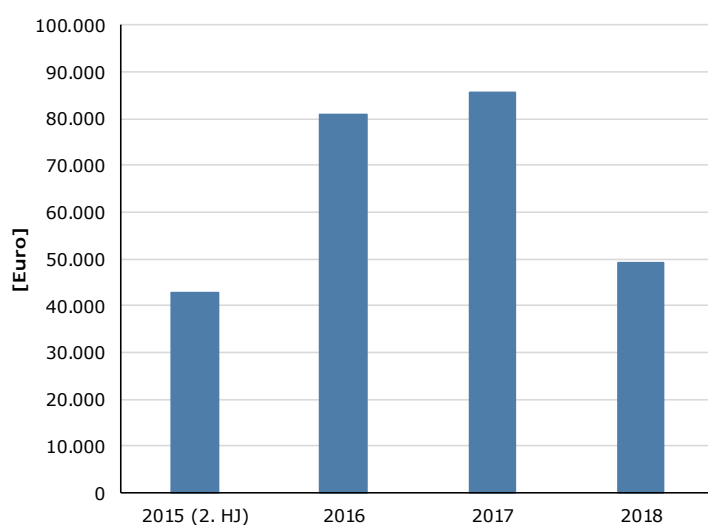
Diese Ausgaben fielen zu rd. 92 Prozent in der Energie Burgenland AG und zu rd. 8 Prozent in der EB Windkraft an.

**Tabelle 24: Säule Energie; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Energie Burgenland	25.804	36.805	16.641	32.374	111.624
EB Vertrieb	0	0	0	167	167
EB Windkraft	1.554	2.204	1.976	3.536	9.269
<b>Summe</b>	<b>27.358</b>	<b>39.008</b>	<b>18.617</b>	<b>36.077</b>	<b>121.060</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(6) Im überprüften Zeitraum wiesen die Gesellschaften der Säule Energie sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 258.500 Euro aus. Diese entfielen ausschließlich auf die Energie Burgenland AG.

**Abbildung 36: Säule Energie; sonstige Werbeausgaben**

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

16.2 Zu (3, 4) Eine Gesellschaft der Säule Energie meldete im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von 2,91 Mio. Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in 16 Medien.

Zu (5) In den Gesellschaften der Säule Energie fielen im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 121.100 Euro an.

Zu (6) Die Energie Burgenland AG wies im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 258.500 Euro aus.

## 17 Säule Bildung & Forschung

17.1 (1) Die Säule Bildung & Forschung der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus einer direkten und vier indirekten Beteiligungen:

- Fachhochschule Burgenland GmbH (**FH Burgenland**, direkte Beteiligung: 100 Prozent),
- Akademie Burgenland GmbH (**Akademie Burgenland**, indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- Forschung Burgenland GmbH (**Forschung Burgenland**, indirekte Beteiligung: 100 Prozent),
- AIM Austrian Institute of Management GmbH (**AIM**, indirekte Beteiligung: 100 Prozent) sowie
- readyforhealth GmbH (indirekte Beteiligung: 51 Prozent).

Im überprüften Zeitraum zählten auch die BIOENERGY 2020+ GmbH und die JOANNEUM RESEARCH Forschungs GmbH zu den Beteiligungen der Säule Bildung & Forschung. Aufgrund des Beteiligungsausmaßes von 13,5 bzw. 5 Prozent unterlagen sie nicht der Prüfständigkeit des BLRH.

Von August 2014 bis Juni 2016 war die FTI Burgenland GmbH (**FTI**) als direkte Beteiligung der Landesholding tätig. Die Gesellschaft wurde im Juni 2016 mit der Forschung Burgenland verschmolzen.

(2) Keine der genannten Gesellschaften verfügte über eine dokumentierte sowie von den Organen beschlossene Strategie für Werbung und Medienkooperationen. Grundzüge zum Marketing enthielt die „Strategie 2025“ der FH Burgenland.

(3) Die genannten Gesellschaften waren verpflichtet, ihre Aufträge für Werbung und Medienkooperation gemäß MedKF-TG zu melden. Sie gaben ihre Meldungen rechtzeitig an die KommAustria ab.

Die FH Burgenland, die FTI und die Forschung Burgenland meldeten Werbeausgaben in Höhe von rd. 190.600 Euro. Auf die FH Burgenland entfielen rd. 79,7 Prozent, auf die Forschung Burgenland rd. 2,9 Prozent und auf die FTI rd. 17,4 Prozent. Die Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

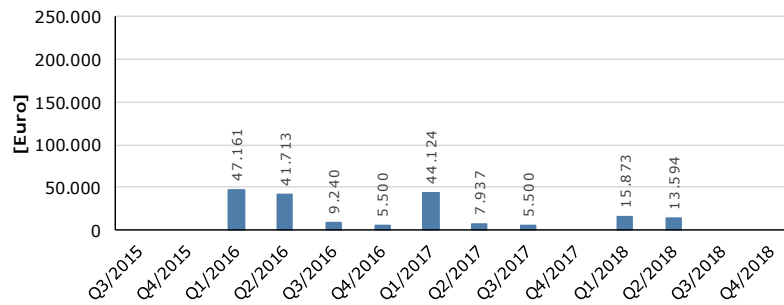
**Tabelle 25: Säule Bildung & Forschung; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
FH Burgenland	0	70.478	52.061	29.467	152.006
FTI	0	0	5.500	0	5.500
Forschung Burgenland	0	33.136	0	0	33.136
<b>Summe</b>	<b>0</b>	<b>103.614</b>	<b>57.561</b>	<b>29.467</b>	<b>190.642</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 37: Säule Bildung & Forschung; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

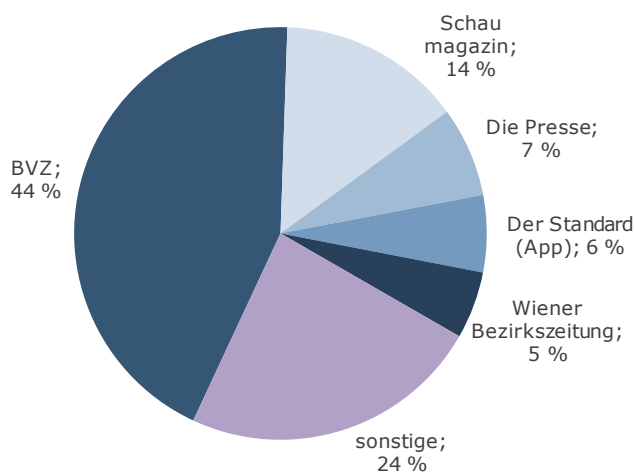


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Die an die KommAustria gemeldeten Veröffentlichungen erfolgten in elf Medien. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 5.500 Euro und rd. 83.100 Euro. Rund 145.600 Euro, das entspricht rd. 76 Prozent, der gemeldeten Ausgaben entfielen auf fünf Medien.

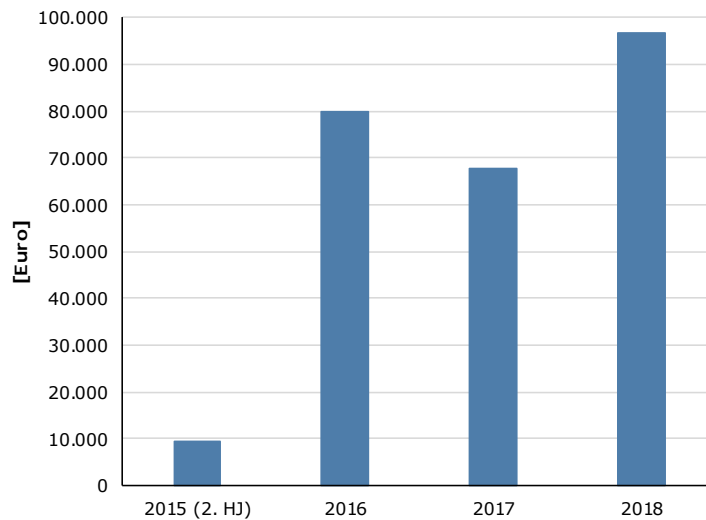
Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der gesamten Ausgaben auf die beauftragten Medien:

**Abbildung 38: Säule Bildung & Forschung; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Im überprüften Zeitraum wiesen die Gesellschaften der Säule Bildung & Forschung Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 253.300 Euro aus.

**Abbildung 39: Säule Bildung & Forschung; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

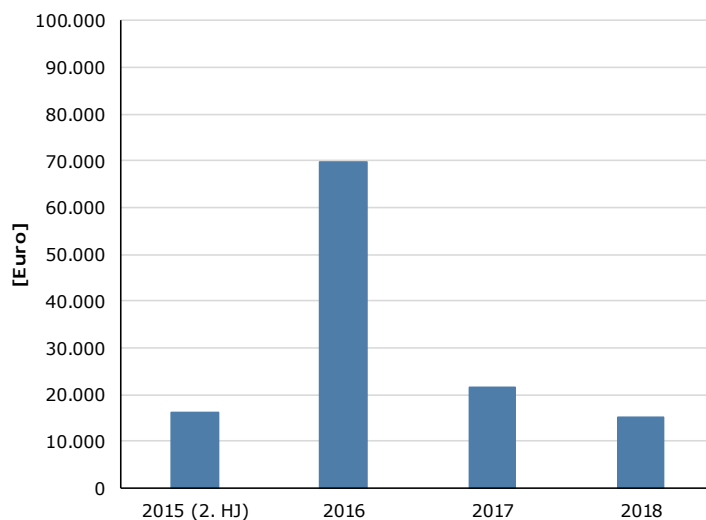
Rund 71 Prozent der Ausgaben entfielen auf die FH Burgenland, rd. 16 Prozent auf die Forschung Burgenland und rd. 11 Prozent auf die FTI.

**Tabelle 26: Säule Bildung & Forschung; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
FH Burgenland	6.931	49.459	59.722	63.399	179.511
AIM	0	625	625	625	1.875
Akademie Burgenland	2.415	625	1.042	625	4.707
Forschung Burgenland	0	2.267	6.211	31.988	40.467
FTI	0	26.715	0	0	26.715
<b>Summe</b>	<b>9.346</b>	<b>79.692</b>	<b>67.599</b>	<b>96.637</b>	<b>253.274</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(6) Im überprüften Zeitraum wiesen die Gesellschaften der Säule Bildung und Forschung sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 122.800 Euro aus.

**Abbildung 40: Säule Bildung & Forschung; sonstige Werbeausgaben**


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die Ausgaben fielen zu rd. 90 Prozent in der FH Burgenland und zu rd. 8 Prozent in der FTI an.

**Tabelle 27: Säule Bildung & Forschung; sonstige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
FH Burgenland	16.293	60.768	19.124	13.729	<b>109.914</b>
Forschung Burgenland	0	0	1.097	1.406	<b>2.503</b>
FTI	0	8.899	1.413	0	<b>10.312</b>
<b>Summe</b>	<b>16.293</b>	<b>69.667</b>	<b>21.633</b>	<b>15.135</b>	<b>122.728</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(7) Die FH Burgenland übermittelte drei Listen mit insgesamt 224 meldepflichtigen, nicht meldepflichtigen und sonstigen Werbeausgaben. Der BLRH überprüfte alle 14 Belege für meldepflichtige Veröffentlichungen und rund 16 Prozent der Belege für nicht meldepflichtige und sonstige Werbeausgaben.

Die Gesellschaft meldete die Ausgaben für meldepflichtige Veröffentlichungen an die KommAustria ohne Werbeabgabe und Umsatzsteuer. Ein Medium legte die Rechnungen bereits im Quartal vor dem Erscheinen der Einschaltungen. Dies führte dazu, dass die FH Burgenland in den Jahren 2016 und 2017 überhöhte Ausgaben bzw. Ausgaben doppelt an die KommAustria meldete.

Im überprüften Zeitraum meldete die FH Burgenland rd. 11.700 Euro zu viel an die KommAustria. Von Juli 2015 bis Dezember 2018 hätte sie insgesamt rd. 140.300 Euro an die KommAustria melden müssen.

17.2 Zu (3, 4) Drei Gesellschaften der Säule Bildung & Forschung meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 190.600 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in elf Medien.

Zu (5) Die Gesellschaften der Säule Bildung & Forschung wiesen im überprüften Zeitraum Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 253.300 Euro aus.

Zu (6) In den Gesellschaften fielen im überprüften sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 122.800 Euro an.

Zu (7) Der BLRH nahm eine Belegeinschau bei der FH Burgenland vor. Er hielt fest, dass die FH alle Ausgaben für meldepflichtige Veröffentlichungen an die KommAustria meldete.

Ein Medium legte die Rechnungen bereits im Quartal vor dem Erscheinen der Einschaltungen legte. Dies führte dazu, dass die FH Burgenland in den Jahren 2016 und 2017 überhöhte Ausgaben bzw. doppelt an die KommAustria meldete.

Der BLRH empfahl der FH Burgenland, die Meldungen an die KommAustria den Bestimmungen des MedKF-TG entsprechend abzugeben. Gemäß MedKF-TG sind Entgelte für Veröffentlichung an die KommAustria für das Quartal zu melden, in dem die Einschaltung erfolgte.

- 17.3 Die Landesholding erklärte, dass die Empfehlung mit der Geschäftsführung der Fachhochschule Burgenland GmbH besprochen wurde und künftig entsprechend umgesetzt würde.

## 18 Säule Kultur

- 18.1 (1) Die Säule Kultur der Landesholding bestand per 31.12.2018 aus einer direkten und einer indirekten Beteiligung:

- KSB – Kultur-Service Burgenland GmbH (**KSB**, direkte Beteiligung: 100 Prozent) sowie
- KBB – Kultur-Betriebe Burgenland GmbH (**KBB**, indirekte Beteiligung: 100 Prozent).

Im überprüften Zeitraum bestanden als Beteiligungen der KSB darüber hinaus:

- bis September 2016 die Event Burgenland GmbH (**Event**; Verschmelzung mit der KSB) und
- von November 2017 bis Dezember 2018 die FBB – Festspiel-Betriebe Burgenland GmbH (**FBB**; Verschmelzung mit der KBB).

Die KSB, die KBB und die FBB wiesen im überprüften Zeitraum meldepflichtige und/oder nicht meldepflichtige Ausgaben für Werbung aus. Die Event wies keine entsprechenden Ausgaben auf.

(2) Keine der genannten Gesellschaften verfügte über eine dokumentierte und von den Organen beschlossene Strategie für Werbung und Medienkooperationen. Der Geschäftsführer erstellte jährliche Pläne. Diese orientierten sich am Budget und dem Jahresprogramm. Das Budget beschlossen der Aufsichtsrat und/oder die Generalversammlung.

(3) Die KSB, KBB und Event gaben ihre Meldungen rechtzeitig an die KommAustria ab. Die FBB meldete ihre Gründung an die KommAustria. Die Gesellschaft konnte bis zu ihrer Verschmelzung mit der KBB im Dezember 2018 keine Meldungen gemäß MedKF-TG abgeben.

Die KSB und die KBB meldeten Werbeausgaben in Höhe von rd. 192.100 Euro. Auf die KSB entfielen rd. 97,4 Prozent und auf die KBB rd. 2,6 Prozent. Die Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

**Tabelle 28: Säule Kultur; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

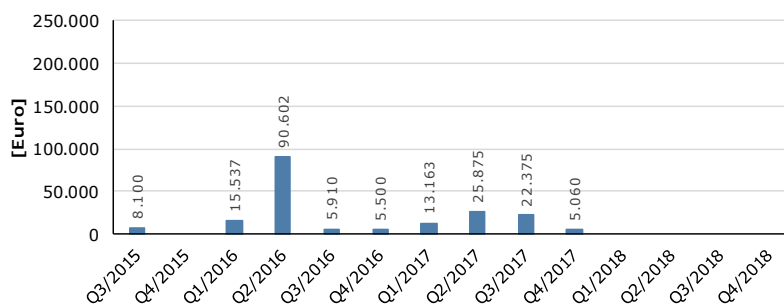
	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
KSB	8.100	117.549	61.413	0	187.062
KBB	0	0	5.060	0	5.060
<b>Summe</b>	<b>8.100</b>	<b>117.549</b>	<b>66.473</b>	<b>0</b>	<b>192.122</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH



Die gemeldeten Veröffentlichungen fanden in acht Medien statt. Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 41: Säule Kultur; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

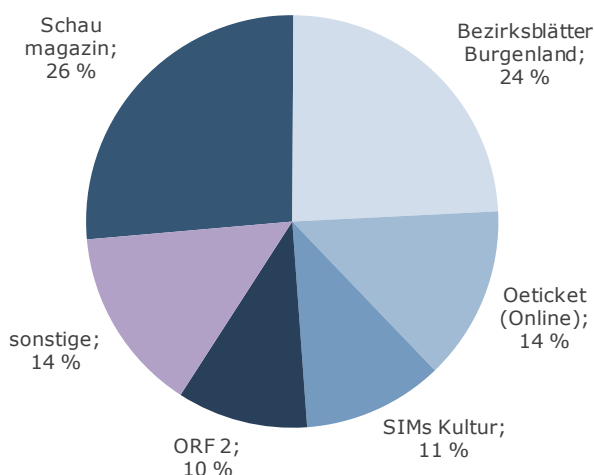


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Die an die KommAustria gemeldeten Veröffentlichungen erfolgten in acht Medien. Diese erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 5.100 Euro und rd. 50.900 Euro. Rund 164.300 Euro, das entspricht rd. 86 Prozent, der gemeldeten Werbeausgaben entfielen auf fünf Medien.

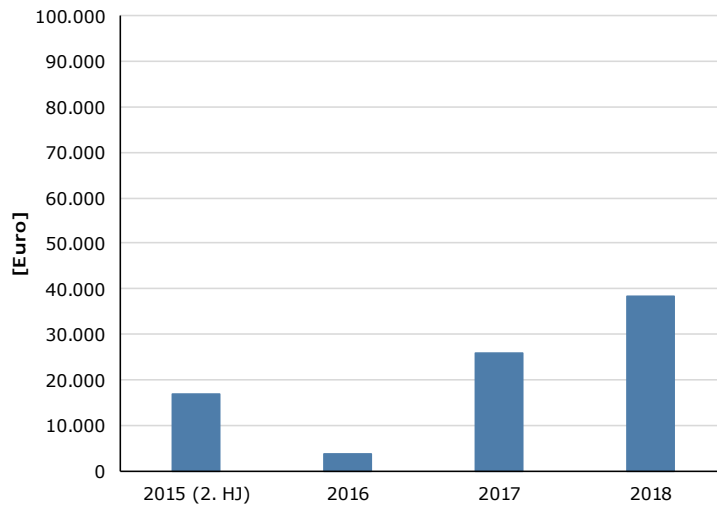
Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Ausgaben auf die beauftragten Medien:

**Abbildung 42: Säule Kultur; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) Im überprüften Zeitraum wiesen die vier Gesellschaften der Säule Kultur Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 84.800 Euro aus.

**Abbildung 43: Säule Kultur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

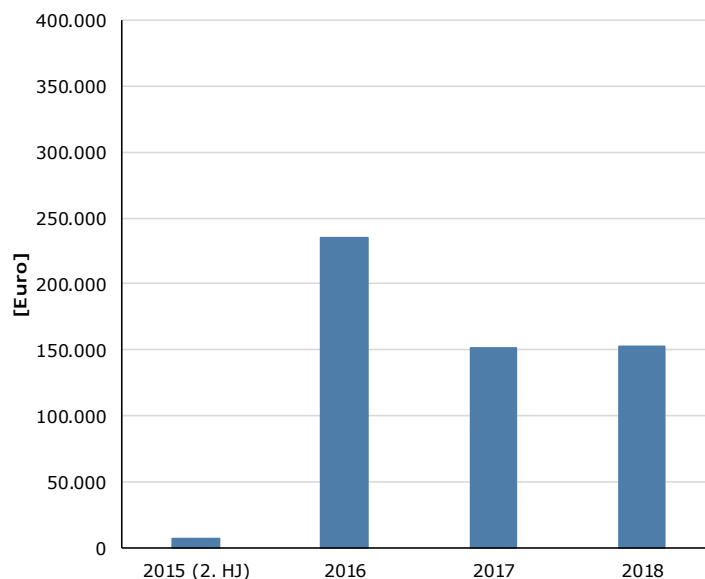
Rund 52 Prozent dieser Ausgaben entfielen auf die KSB und rd. 34 Prozent auf die FBB.

**Tabelle 29: Säule Kultur; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
KSB	16.855	3.740	23.100	0	43.695
FBB	0	0	0	28.468	28.468
KBB	0	0	2.639	10.022	12.661
<b>Summe</b>	<b>16.855</b>	<b>3.740</b>	<b>25.739</b>	<b>38.490</b>	<b>84.823</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(6) Im überprüften Zeitraum wiesen die Gesellschaften der Säule Kultur sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 0,55 Mio. Euro aus.

**Abbildung 44: Säule Kultur; sonstige Werbeausgaben**


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die Ausgaben fielen zu rd. 60 Prozent in der KSB, zu rd. 34 Prozent in der KBB und zu rd. 6 Prozent in der FBB an.

**Tabelle 30: Säule Kultur; sonstige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
KSB	6.300	235.629	82.559	0	<b>324.488</b>
FBB	0	0	0	34.487	<b>34.487</b>
KBB	0	0	69.205	117.612	<b>186.817</b>
<b>Summe</b>	<b>6.300</b>	<b>235.629</b>	<b>151.763</b>	<b>152.099</b>	<b>545.792</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

**18.2** Zu (3, 4) Zwei Gesellschaften der Säule Kultur meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 192.100 Euro an die KommAustria. Die Veröffentlichungen erfolgten in acht Medien.

Zu (5) Die Gesellschaften der Säule Kultur wiesen im überprüften Zeitraum Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 84.800 Euro aus.

Zu (6) In den Gesellschaften fielen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 0,55 Mio. Euro an.

**18.3** Die Landesholding gab zusammen mit der KBB folgende Stellungnahme ab:

*„Die Feststellung, dass keine der genannten Gesellschaften über eine dokumentierte und von den Organen beschlossene explizite Strategie für Werbung und Medienkooperationen verfügte, ist richtig. Der Einsatz der Werbemittel erfolgte anlassbezogen auf Basis der Gesamtstrategie des Unternehmens. Aufgrund der Tatsache wurde im Rahmen der Neustrukturierung der Marketingabteilung von der Leitung ein Projekt initiiert, das sich mit der markt- und zielgruppenspezifischen Positionierung der einzelnen Kulturmarken der KBB befasst. Es wurden individuelle Zielmärkte recherchiert, kulturmarkenspezifische Marketing-Personas entwickelt und somit die Grundlage für eine zukünftige Strategie geschaffen, wie die Kulturmarken unter dem Dach der Kulturbetriebe im Sinne von Effizienz und Nutzen von Synergien erfolgreich beworben werden können.“*

Darüber hinaus wurde infolge der Zusammenführung der Kulturzentren und der verschiedenen Festivals der Meldeprozess gemäß MedKF-TG neu aufgesetzt.

**18.4** Der BLRH bewertete positiv, dass die KBB Maßnahmen zur Ausarbeitung einer Strategie setzte und den Meldeprozess gemäß MedKF-TG neu aufsetzte.

## 19 Zusammenfassung Landesholding

19.1 (1) Die Prüfung des BLRH umfasste die Landesholding und 70 ihrer Beteiligungen. Diese waren in acht Säulen gegliedert. Die Beteiligungen bestanden teilweise nicht über den gesamten überprüften Zeitraum von Juli 2015 bis Dezember 2018. So wurden z.B. in der Säule Kultur die Gesellschaften Event mit der KSB und die FBB mit der KBB im überprüften Zeitraum verschmolzen.

Vier Gesellschaften unterlagen nicht der Meldepflicht gemäß MedKF-TG.<sup>25</sup> Sie hatten daher keine Werbeausgaben an die KommAustria zu melden. Die FBB gab im Jahr 2017 ihre Gründung der KommAustria bekannt. Sie konnte bis zu ihrer Verschmelzung mit der KBB im Jahr 2018 keine Meldungen abgeben. Die übrigen Gesellschaften unterlagen der Meldepflicht und kamen dieser fristgerecht nach.

(2) Über eine Strategie bzw. über Vorgaben für Werbung und Medienkooperationen verfügten zumindest elf Gesellschaften. Diese Strategien bzw. Vorgaben galten zum Teil auch für Tochter- und Enkeltochtergesellschaften. So wandten die Tochtergesellschaften der Energie Burgenland deren Vorgaben an.

Die übrigen Gesellschaften setzten Werbeaktivitäten anlassbezogen.

(3) Die Landesholding sowie 21 direkte und indirekte Beteiligungen meldeten im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von rd. 6,89 Mio. Euro an die KommAustria. Die Tabelle zeigt die Ausgaben im überprüften Zeitraum:

**Tabelle 31: Landesholding Zusammenfassung; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

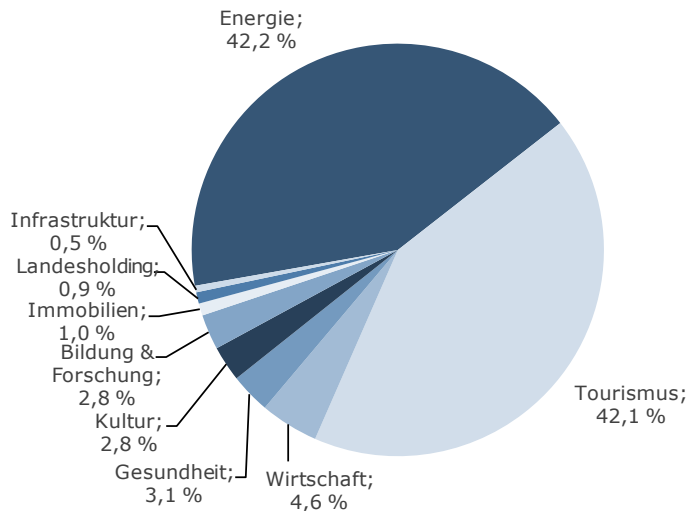
	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Landesholding	25.210	11.000	11.000	13.600	<b>60.810</b>
WBG	0	0	0	0	<b>0</b>
Säule Immobilien	0	30.050	13.650	22.275	<b>65.975</b>
Säule Infrastruktur	0	0	15.180	20.930	<b>36.110</b>
Säule Wirtschaft	15.127	113.591	81.482	105.458	<b>315.658</b>
Säule Tourismus	6.740	807.644	730.587	1.357.559	<b>2.902.529</b>
Säule Gesundheit	0	33.297	134.729	48.961	<b>216.987</b>
Säule Energie	469.267	941.825	777.570	722.599	<b>2.911.261</b>
Säule Bildung & Forschung	0	103.614	57.561	29.467	<b>190.642</b>
Säule Kultur	8.100	117.549	66.473	0	<b>192.122</b>
<b>Summe</b>	<b>524.444</b>	<b>2.158.569</b>	<b>1.888.232</b>	<b>2.320.849</b>	<b>6.892.094</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

<sup>25</sup> Das waren die ATHENA Burgenland Beteiligungen AG, die AVITA Resort GmbH, die AVITA Resort GmbH & Co KG sowie die Bad Tatzmannsdorf Sport- und Freizeitinfrastruktur GmbH.

Auf die Säulen Energie und Tourismus entfielen rd. 84 Prozent der Ausgaben. Die folgende Abbildung zeigt deren prozentuelle Verteilung:

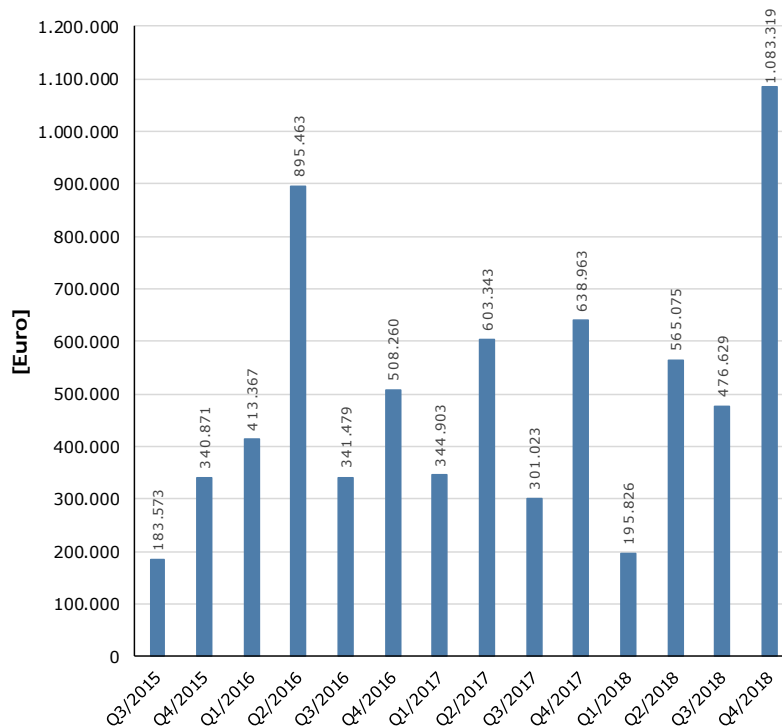
**Abbildung 45: Landesholding Zusammenfassung; meldepflichtige Werbeausgaben**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die Ausgaben in den einzelnen Quartalen schwankten zwischen rd. 183.600 Euro (Q3/2015) bis 1,08 Mio. Euro (Q4/2018). Im Durchschnitt wiesen die Landesholding und ihre Beteiligungen meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal in Höhe von rd. 492.300 Euro auf.

**Abbildung 46: Landesholding Zusammenfassung; Ausgaben gemäß MedKF-TG pro Quartal**

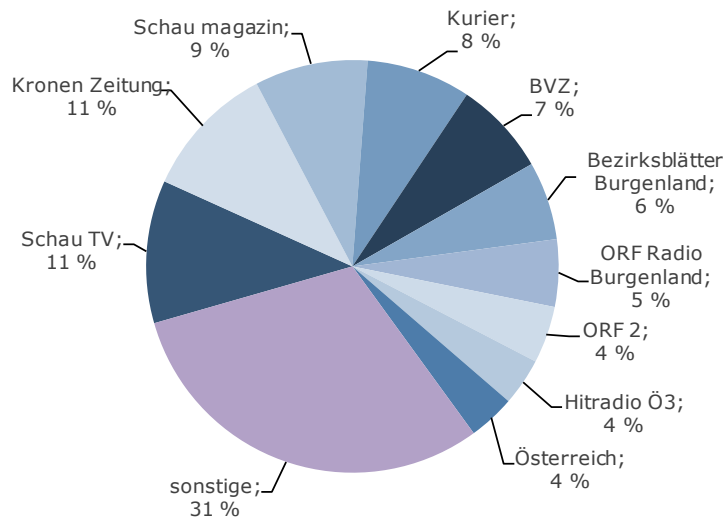


Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(4) Die an die KommAustria gemeldeten Veröffentlichungen fanden in 80 Medien statt. Die Medien erhielten im überprüften Zeitraum zwischen rd. 5.700 Euro und rd. 0,77 Mio. Euro. Auf die zehn Medien mit den höchsten Beträgen entfielen rd. 4,79 Mio. Euro (rd. 69 Prozent) der gemeldeten Ausgaben.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der gesamten Ausgaben auf die beauftragten Medien:

**Abbildung 47: Landesholding Zusammenfassung; beauftragte Medien**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(5) In der Landesholding sowie ihren direkten und indirekten Beteiligungen fielen im überprüften Zeitraum Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 2,72 Mio. Euro an. Die Tabelle zeigt die Ausgaben im überprüften Zeitraum:

**Tabelle 32: Landesholding Zusammenfassung; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Landesholding	0	0	0	0	0
WBG	0	0	0	0	0
Säule Immobilien	2.540	24.217	29.625	11.765	68.148
Säule Infrastruktur	0	329	11.049	9.851	21.229
Säule Wirtschaft	23.239	51.894	15.522	9.833	100.488
Säule Tourismus	199.281	532.254	586.114	728.431	2.046.080
Säule Gesundheit	3.542	2.093	19.196	1.685	26.517
Säule Energie	27.358	39.008	18.617	36.077	121.060
Säule Bildung & Forschung	9.346	79.692	67.599	96.637	253.274
Säule Kultur	16.855	3.740	25.739	38.490	84.823
<b>Summe</b>	<b>282.160</b>	<b>733.228</b>	<b>773.461</b>	<b>932.769</b>	<b>2.721.619</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(6) Die Landesholding sowie ihre direkten und indirekten Beteiligungen wiesen im überprüften Zeitraum sonstige Werbeausgaben in Höhe von rd. 3,01 Mio. Euro aus. Die Tabelle zeigt die Ausgaben im überprüften Zeitraum:

**Tabelle 33: Landesholding Zusammenfassung; sonstige Werbeausgaben**

	2015 (2. HJ)	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
Landesholding	0	0	0	0	0
WBG	0	0	0	0	0
Säule Immobilien	735	2.407	2.605	4.183	9.930
Säule Infrastruktur	15.066	1.795	2.135	0	18.996
Säule Wirtschaft	1.216	36.750	18.614	29.899	86.479
Säule Tourismus	88.515	571.732	532.399	715.373	1.908.018
Säule Gesundheit	15.017	12.737	26.818	5.814	60.386
Säule Energie	42.674	80.849	85.675	49.283	258.480
Säule Bildung & Forschung	16.293	69.667	21.633	15.135	122.728
Säule Kultur	6.300	235.629	151.763	152.099	545.792
<b>Summe</b>	<b>185.816</b>	<b>1.011.565</b>	<b>841.642</b>	<b>971.786</b>	<b>3.010.809</b>

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(7) Die Landesholding und ihre Beteiligungen wiesen im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von bis zu rd. 12,62 Mio. Euro aus. Diese Summe enthielt

- gemäß MedKF-TG meldepflichtige Werbeausgaben .....6,89 Mio. Euro
- nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....2,72 Mio. Euro
- sonstige Werbemaßnahmen .....3,01 Mio. Euro

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die Landesholding und ihre Säulen:

**Tabelle 34: Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben gesamt**

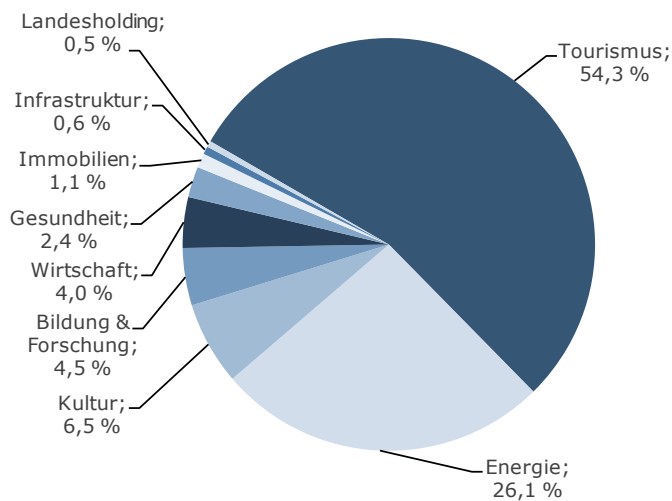
	meldepflichtige Werbeausgaben <sup>1)</sup>	nicht meldepflichtige Werbeausgaben	sonstige Werbeausgaben	Gesamt
	[in Euro]			
Landesholding	60.810	0	0	60.810
WBG	0	0	0	0
Säule Immobilien	65.975	68.148	9.930	144.053
Säule Infrastruktur	36.110	21.229	18.996	76.335
Säule Wirtschaft	315.658	100.488	86.479	502.625
Säule Tourismus	2.902.529	2.046.080	1.908.018	6.856.627
Säule Gesundheit	216.987	26.517	60.386	303.890
Säule Energie	2.911.261	121.060	258.480	3.290.801
Säule Bildung & Forschung	190.642	253.274	122.728	566.644
Säule Kultur	192.122	84.823	545.792	822.737
<b>Summe</b>	<b>6.892.094</b>	<b>2.721.619</b>	<b>3.010.809</b>	<b>12.624.522</b>

<sup>1)</sup> laut Meldungen an die KommAustria

Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Ausgaben:

**Abbildung 48: Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben gesamt**



Quelle: Landesholding; Darstellung: BLRH

(8) Zwei Gesellschaften gaben aus ihrer Sicht drei unvollständige Meldungen an die KommAustria ab. Dies entsprach rd. 0,3 Prozent der abgegebenen Meldungen. Betroffen waren

- eine Meldung der FMB in Höhe von rd. 5.800 Euro (vgl. Unterabschnitt 11) und
- zwei Meldungen des Burgenland Tourismus in Höhe von rd. 33.400 Euro. Die Gesellschaft informierte die KommAustria selbst über die mangelhaften Meldungen. Die KommAustria nahm keine Korrektur vor. (vgl. Unterabschnitt 14)

(9) Der BLRH nahm bei der Landesholding, den Technologiezentren Burgenland, dem Burgenland Tourismus und der FH Burgenland eine Belegeinschau vor. Dabei stellte er Mängel bei den Technologiezentren Burgenland und der FH Burgenland fest:

- Das Technologiezentrum Eisenstadt beauftragte sechs Einschaltungen in periodischen Medien. Aufgrund der Weiterverrechnung der Ausgaben auf die übrigen Technologiezentren erfolgte keine Meldung von zwei Aufträgen in Höhe von insgesamt 18.500 Euro an die KommAustria. Das MedKF-TG sah die Teilung von Aufträgen auf mehrere Rechtsträger nicht vor. (vgl. Unterabschnitt 11)
- Die FH Burgenland ordnete Rechnungen für Werbeaufträge falsch zu. Aus diesem Grund meldete sie in den Jahren 2016 und 2017 überhöhte Ausgaben bzw. Ausgaben doppelt an die KommAustria. Die FH Burgenland hätte im überprüften Zeitraum rd. 140.300 Euro statt rd. 152.000 Euro an die KommAustria melden müssen. (vgl. Unterabschnitt 17)



(10) Die Landesholding und ihre Beteiligungen konnten im überprüften Zeitraum folgenden Mitgliedern der Bgld. Landesregierung zugeordnet werden:

**Tabelle 35: Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben nach Regierungsmitglied**

Mitglied der Bgld. Landesregierung/ Unternehmen	meldepflichtige Werbeausgaben <sup>1)</sup>	nicht- meldepflichtige Werbeausgaben	sonstige Werbeausgaben
	[Euro]		
<b>Landeshauptmann Niessl</b>	<b>3.082.579</b>	<b>1.075.694</b>	<b>1.131.528</b>
Landesholding Burgenland GmbH	60.810	0	0
Fachhochschule Burgenland GmbH <sup>2)</sup>	185.142	226.559	112.416
FTI Burgenland GmbH	5.500	26.715	10.312
Neusiedler Seebahn GmbH	8.333	18.479	18.996
Beteiligungen der Landesholding, die keinem anderen Mitglied der Bgld. Landesregierung zugeordnet waren	2.822.794	803.941	989.804
<i>davon Burgenland Tourismus GmbH<sup>3)</sup></i>	<i>2.676.252</i>	<i>709.997</i>	<i>919.487</i>
<b>Landeshauptmann-Stellvertreter Tschürtz</b>	<b>14.027</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Landessicherheitszentrale Burgenland GmbH	14.027	0	0
<b>Landesrat Bieler<sup>4)</sup></b>	<b>210.622</b>	<b>46.424</b>	<b>393.692</b>
BELIG - Beteiligungs- und Liegenschafts GmbH	18.500	90	0
FMB Facility Management Burgenland GmbH	0	0	0
KSB - Kultur-Service Burgenland GmbH <sup>2)</sup>	192.122	46.334	393.692
<b>Landesrat Mag. Darabos</b>	<b>86.420</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Burgenländische Krankenanstalten GmbH <sup>2), 4)</sup>	86.420	0	0
Psychosozialer Dienst Burgenland-GmbH <sup>5)</sup>	0	0	0
Selbsthilfe-Werkstätten-Betriebs GmbH <sup>5)</sup>	0	0	0
Burgenländische Pflegeheim Betriebs-GmbH <sup>5)</sup>	0	0	0
<b>Landesrat MMag. Petschnig</b>	<b>3.453.146</b>	<b>1.557.631</b>	<b>1.333.490</b>
Wirtschaft Burgenland GmbH - WiBuG <sup>2)</sup>	304.108	483.608	329.300
Bad Tatzmannsdorf Sport- und Freizeitzentruminfrastruktur GmbH	0	0	0
ATHENA Burgenland Beteiligungen AG	0	0	0
BRB Burgenländische Risikokapital Beteiligungen AG	0	0	0
BRM Burgenländische Risikokapital Management AG	11.550	0	0
Seewinkeltherme Besitz GmbH	0	0	0
Sonnentherme Lutzmannsburg-Frankenau GmbH <sup>2)</sup>	226.227	952.963	745.710
Therme Stegersbach Erschließungs- und Betriebs GmbH	0	0	0
Energie Burgenland AG	2.911.261	121.060	258.480
<b>Landesrat Mag. Doskozil<sup>5)</sup></b>	<b>45.300</b>	<b>41.870</b>	<b>152.099</b>
BELIG - Beteiligungs- und Liegenschafts GmbH	16.500	3.380	0
FMB Facility Management Burgenland GmbH	0	0	0
KSB - Kultur-Service Burgenland GmbH <sup>2)</sup>	0	38.490	152.099
Burgenländische Krankenanstalten GmbH	28.800	0	0

<sup>1)</sup> laut Meldungen an die KommAustria

<sup>2)</sup> einschließlich Beteiligungen, sofern nicht aufgelistet

<sup>3)</sup> ab Mai 2018: Landesrat MMag. Petschnig

<sup>4)</sup> bis Q4/2017

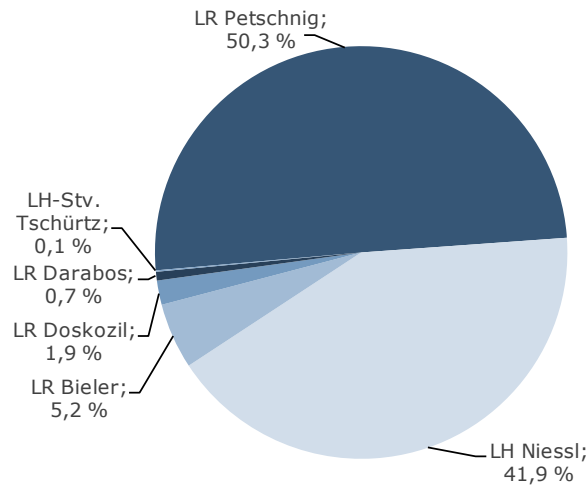
<sup>5)</sup> ab Q1/2018

Quelle: Land Burgenland; Darstellung: BLRH

Den Landesrätinnen Dunst und Mag. Eisenkopf waren im überprüften Zeitraum keine Gesellschaften in der Referatseinteilung zugeordnet.

Die Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Werbeausgaben der Landesholding und ihrer Beteiligungen auf die Regierungsmitglieder:

**Abbildung 49: Landesholding Zusammenfassung; Werbeausgaben nach Regierungsmitglied**



Quelle: Landesholding, Land Burgenland; Darstellung: BLRH

**19.2** Zu (1) Die Prüfung des BLRH umfasste die Landesholding und 70 Beteiligungen. Diese waren in acht Säulen gegliedert. Die Beteiligungen bestanden teilweise nicht über den gesamten überprüften Zeitraum von Juli 2015 bis Dezember 2018.

Vier Gesellschaften unterlagen nicht der Meldepflicht gemäß MedKF-TG. Sie hatten daher keine Werbeausgaben an die KommAustria zu melden. Die meldepflichtigen Gesellschaften gaben ihre Meldungen an die KommAustria fristgerecht ab.

Zu (2) Zumindest elf Gesellschaften verfügten über eine Strategie bzw. über Vorgaben für Werbung und Medienkooperationen. Diese galten zum Teil auch für Tochter- und Enkeltochtergesellschaften. So wandten die Tochtergesellschaften der Energie Burgenland deren Vorgaben an. Die übrigen Gesellschaften setzten Werbeaktivitäten anlassbezogen.

Der BLRH empfahl der Landesholding, Vorgaben in Bezug auf Werbeaktivitäten für ihre direkten und indirekten Beteiligungen ohne eigene Strategie für Werbung und Medienkooperationen zu erlassen.

Zu (3 bis 7) Die Landesholding und ihre Beteiligungen wiesen im überprüften Zeitraum Ausgaben für Werbung und Medienkooperationen in Höhe von zumindest rd. 12,62 Mio. Euro aus. Diese Summe enthielt

- gemäß MedKF-TG meldepflichtige Werbeausgaben .....6,89 Mio. Euro
- nicht meldepflichtige Werbeausgaben .....2,72 Mio. Euro
- sonstige Werbemaßnahmen .....3,01 Mio. Euro

Zu (8, 9) Insgesamt drei Meldungen an die KommAustria waren aus Sicht der meldepflichtigen Gesellschaften nicht vollständig. Dies entsprach rd. 0,3 Prozent der abgegebenen Meldungen. Betroffen waren eine Meldung der FMB und zwei Meldungen des Burgenland Tourismus. Beide Gesellschaften meldeten Werbeausgaben in Höhe von zusammen rd. 39.200 Euro nicht an die KommAustria. Der BLRH anerkannte, dass der Burgenland Tourismus die KommAustria selbst über die mangelhafte Meldung informierte. Diese nahm keine Korrektur der Meldung vor.

Des Weiteren nahm der BLRH bei der Landesholding, den Technologiezentren Burgenland, dem Burgenland Tourismus und der FH Burgenland eine Belegeinschau vor. Dabei stellte er Mängel bei den Technologiezentren Burgenland und der FH Burgenland fest.

Das Technologiezentrum Eisenstadt beauftragte Einschaltungen in periodischen Druckwerken und verrechnete die Ausgaben an die übrigen Technologiezentren weiter. Das MedKF-TG sah die Teilung von Aufträgen auf mehrere Rechtsträger nicht vor. Aufgrund dieser Vorgehensweise meldete das Technologiezentrum Eisenstadt zwei Aufträge in Höhe von insgesamt 18.500 Euro nicht an die KommAustria.

Die FH Burgenland ordnete Rechnungen für Werbeaufträge falsch zu. Aus diesem Grund meldete sie in den Jahren 2016 und 2017 überhöhte Ausgaben bzw. Ausgaben doppelt an die KommAustria. Die FH Burgenland hätte im überprüften Zeitraum rd. 140.300 Euro statt rd. 152.000 Euro an die KommAustria melden müssen.

Der BLRH empfahl der Landesholding, Vorgaben in Bezug auf die Abgabe von Meldungen an die KommAustria (Kontrolle der Vollständigkeit, Meldung exklusive Werbeabgabe) für ihre direkten und indirekten Beteiligungen zu erlassen. Darüber hinaus sollten regelmäßig Schulungen für die Mitarbeiter angeboten und die Einhaltung der Vorgaben überprüft werden.

Zu (10) Die Landesholding und ihre Beteiligungen konnten im überprüften Zeitraum laut Referatseinteilung der Bgld. Landesregierung sechs Landesräten zugeordnet werden. Die prozentuelle Verteilung der Werbeausgaben der Landesholding und ihrer Beteiligungen auf die verantwortlichen Regierungsmitglieder zeigte, dass rund 92 Prozent auf die Verantwortungsbereiche von Landesrat MMag. Petschnig bzw. Landeshauptmann Niessl fielen.

- 19.3 Die Landesholding gab zur Empfehlung, Vorgaben für Werbung und Medienkooperationen zu erlassen, folgende Stellungnahme ab:

*„Basierend auf der Eigentümer- und Unternehmensstrategie wurde der Bereich Marketing konzernweit analysiert und Überlegungen angestellt, diesen Themenbereich als Shared Service im Konzern aufzusetzen. Dabei zeigten sich die unterschiedlichen Bedürfnisse und Anforderungen der einzelnen Beteiligungsgesellschaften infolge der gegebenen sehr heterogenen Beteiligungsstruktur des Konzerns Landesholding Burgenland. Eine gemeinsame Werbestrategie [...] erschien nicht zweckmäßig aufsetzbar bzw. realisierbar. Das Fazit des Diskussionsprozesses war, dass es sinnvoll ist, Marketing in der Eigenverantwortung jeder einzelnen Beteiligungsgesellschaft zu belassen. [...]“*

Laut Stellungnahme der Landesholding nahm der Aufsichtsrat diese Vorgehensweise am 23.03.2017 zur Kenntnis.

Zur Empfehlung, Vorgaben für die Meldungen an die KommAustria zu erlassen, erläuterte die Landesholding:

*„Es handelt sich um gesetzliche Regelungen, die den Gesellschaften bekannt sind und von ihnen auch eingehalten werden. Bei zwei Gesellschaften wurde irrtümlicherweise die Werbeabgabe mitberücksichtigt bzw. einmalig eine Doppelmeldung abgegeben. Mit den betroffenen Geschäftsführern wurde bereits ein diesbezügliches Gespräch geführt. Die Sensibilisierung für eine entsprechende künftige Umsetzung ist gegeben. Zudem handelte es sich um „Mehrmeldungen“ und somit um eine Übererfüllung der gesetzlichen Vorgaben, sodass in diesem Sinne von keiner Pflichtverletzung ausgegangen werden kann. Im Sinne der Wirtschaftlichkeit, Zweckmäßigkeit und Sparsamkeit wird daher von konzernweiten Schulungen zu dieser Thematik Abstand genommen. Bei Bedarf wird eine individuelle Schulung vorgenommen.*

*Zudem liegt die Einhaltung von gesetzlichen Vorschriften in der Kompetenz der jeweiligen Geschäftsführungen. Die Landesholding sieht ihre Aufgabe in der Information über allfällige Änderungen von bestehenden gesetzlichen Vorschriften bzw. Erlassung neuer gesetzlicher Vorgaben. Derartige Informationen werden im Zuge der Geschäftsführer-Klausur weitergegeben.“*

- 19.4 Der BLRH entgegnete der Landesholding, dass Doppelmeldungen keine „Übererfüllung“ des MedKF-TG darstellten. Das Gesetz sollte laut Regierungsvorlage „die umfassende Transparenz bei der Vergabe von ‚Werbeaufträgen und von Förderungen ‚öffentlicher‘ Stellen“ gewährleisten. Doppelmeldungen verzehren diese Transparenz allerdings, da in diesem Fall Ausgaben gemeldet werden, die nicht getätigt wurden.

## DIREKTE BETEILIGUNGEN

### 20 Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H.

20.1 (1) Die Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H. (**RMB**) verfügte im überprüften Zeitraum über keine Werbe- bzw. Kommunikationsstrategie. Entsprechende Aktivitäten setzte die Gesellschaft projektbezogen.

(2) Die RMB war verpflichtet, ihre Aufträge für Werbung und Medienkooperationen gemäß MedKF-TG an die KommAustria zu melden. Sie gab ihre Meldungen für Q3/2015 bis Q4/2018 fristgerecht ab.

Für den überprüften Zeitraum meldete die RMB Werbeausgaben in Höhe von rd. 215.400 Euro. Die Tabelle zeigt die Werbeausgaben im überprüften Zeitraum:

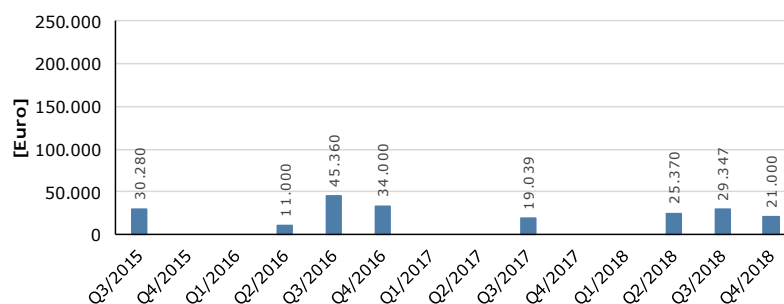
**Tabelle 36: RMB; meldepflichtige Werbeausgaben pro Jahr**

	2015	2016	2017	2018	Gesamt
	[Euro]				
RMB	30.280	90.360	19.039	75.717	<b>215.396</b>

Quelle: RMB; Darstellung: BLRH

Die folgende Abbildung zeigt die Verteilung auf die einzelnen Quartale:

**Abbildung 50: RMB; meldepflichtige Werbeausgaben pro Quartal**

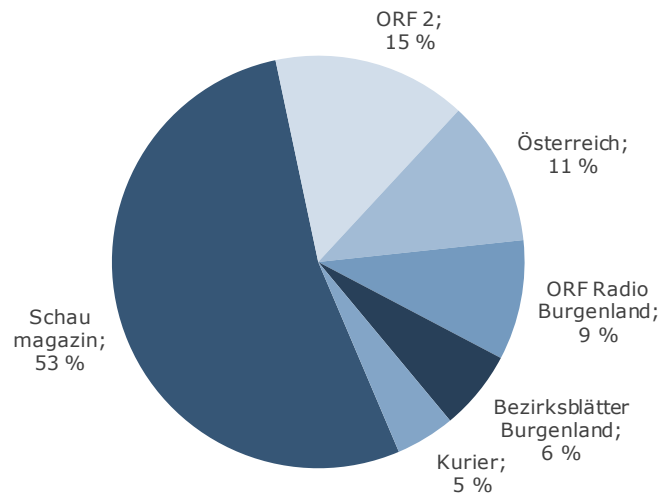


Quelle: RMB; Darstellung: BLRH

(3) Die an die KommAustria gemeldeten Veröffentlichungen fanden in sechs Medien statt. Die Medien erhielten im überprüften Zeitraum zwischen 10.000 Euro und 114.300 Euro.

Die folgende Abbildung zeigt die prozentuelle Verteilung der Ausgaben auf die beauftragten Medien:

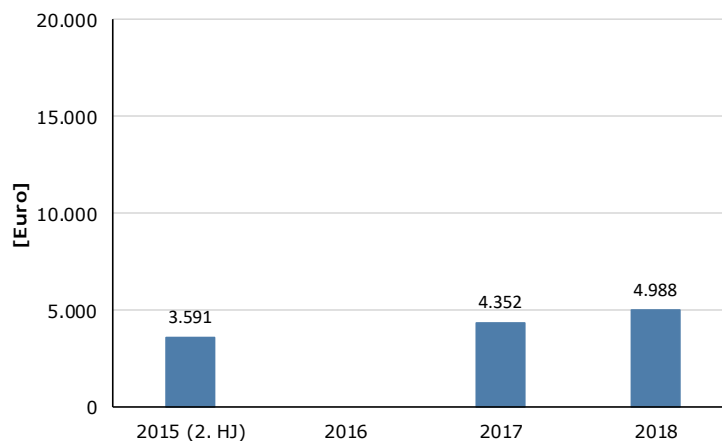
**Abbildung 51: RMB; beauftragte Medien**



Quelle: RMB; Darstellung: BLRH

(4) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wies das RMB Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien bzw. nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 12.900 Euro aus.

**Abbildung 52: RMB; nicht meldepflichtige Werbeausgaben**



Quelle: RMB; Darstellung: BLRH

(5) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wies das RMB Ausgaben für Plakate in Höhe von rd. 160 Euro aus.

(6) Der BLRH nahm eine Belegeinschau vor, um die an die KommAustria gemeldeten Aufträge im überprüften Zeitraum zu verifizieren. Die Einschau umfasste 20 Belege und zeigte, dass das RMB

- Aufträge entgegen § 2 Abs. 5 MedKF-TG inklusive sowie exklusive Werbeabgabe an die KommAustria meldete,
- zwei Aufträge (Q4/2017, 11.500 Euro und Q2/2018, 10.000 Euro) nicht meldete,

- einen Auftrag sowohl im Q3/2016 (12.600 Euro inkl. Werbeabgabe) als auch im Q4/2016 (12.000 Euro) meldete obwohl die Veröffentlichung im Q4/2016 stattfand,
- einen Auftrag im Q3/2017 zum „Normaltarif“ des Mediums in Höhe von rd. 7.000 Euro anstelle des verrechneten Betrages in Höhe von rd. 5.900 Euro meldete und einen Auftrag für eine Onlineschaltung auf der Homepage des selben Mediums in Höhe von 1.360 Euro nicht meldete sowie
- einen Auftrag im Q3/2018 aufgrund eines Angebotes (rd. 10.600 Euro inklusive Werbeabgabe) meldete, obwohl die Rechnung (rd. 9.900 Euro exklusive Werbeabgabe) zeitgerecht eintraf.

Unter Bereinigung dieser Mängel hätte das RMB im überprüften Zeitraum Aufträge im Umfang von rd. 220.800 Euro an die KommAustria melden müssen. Dies entsprach einer Differenz zu den gemeldeten Aufträgen in Höhe von rd. 2,5 Prozent.

Das RMB erkannte diesen Mangel im Rahmen der Prüfung selbst. Aus diesem Grund

- passte die Gesellschaft ihr internes Meldeformular an und
- wies die zuständigen Mitarbeiter auf die korrekte Form der Meldung hin.

20.2 Zu (1) Das RMB verfügte über keine Strategie für Werbung und Medienkooperationen. Entsprechende Aktivitäten setzte die Gesellschaft projektbezogen.

Zu (2, 3) Das RMB meldete im überprüften Zeitraum Aufträge im Sinne des MedKF-TG in Höhe von rd. 215.400 Euro. Es beauftragte sechs Medien.

Zu (4, 5) Die Gesellschaft wies im überprüften Zeitraum Ausgaben für nicht meldepflichtige Veröffentlichungen in Höhe von rd. 12.900 Euro und Ausgaben für Plakate in Höhe von rd. 160 Euro aus.

Zu (6) Der BLRH stellte im Rahmen einer Belegeinschau Mängel bei der Meldung der Aufträge an die KommAustria fest. Das RMB meldete die Aufträge entgegen § 2 Abs. 5 MedKF-TG teilweise inklusive Werbeabgabe, meldete zwei Aufträge nicht, meldete einen Auftrag doppelt, meldete einen Auftrag nicht vollständig und meldete einen Auftrag trotz vorliegender Rechnung anhand des Angebots. Unter Bereinigung dieser Mängel hätte das RMB im überprüften Zeitraum Aufträge in Höhe von rd. 220.800 Euro an die KommAustria melden müssen. Die Differenz zu den tatsächlichen Meldungen entsprach rd. 2,5 Prozent.

Der BLRH anerkannte, dass das RMB die Mängel im Rahmen der Prüfung selbst erkannte. Als Folge passte die Gesellschaft das interne Meldeformular an und wies die Mitarbeiter auf die korrekte Form der Meldung hin.

Der BLRH empfahl dem RMB, Meldungen an die KommAustria den Bestimmungen des MedKF-TG entsprechend abzugeben.

## 21 Fußballakademie Burgenland GmbH

21.1 (1) Die Fußballakademie Burgenland GmbH (**FUB**) verfügte im überprüften Zeitraum über keine „detaillierte schriftliche Werbe- bzw. Kommunikationsstrategie“.

(2) Die FUB war mangels Beteiligungsausmaß nicht dem Rechnungshof prüfunterworfen. Sie unterlag im überprüften Zeitraum daher nicht dem MedKF-TG.

(3) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wies die FUB Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien in Höhe von rd. 320 Euro aus.

(4) Die FUB unterhielt eine Kooperation mit einer burgenländischen Zeitung. Sie stellte dafür *„kontinuierlich unentgeltlich Informationen über Spiele, Spieler und sämtliche Aktivitäten zur Verfügung“*. Die Gesellschaft wies dafür keine Ausgaben aus.

21.2 Zu (1) Die FUB verfügte im überprüften Zeitraum über keine Strategie für Werbung und Medienkooperationen.

Zu (2) Die FUB unterlag im überprüften Zeitraum nicht dem MedKF-TG.

Zu (3) Sie wies im überprüften Zeitraum Ausgaben für Veröffentlichungen in nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien in Höhe von rd. 320 Euro aus.

Zu (4) Die FUB unterhielt eine Kooperation mit einer burgenländischen Zeitung. Sie wies dafür keine Ausgaben aus.

## 22 Erstes Burgenländisches Rechenzentrum, Gesellschaft m.b.H.

22.1 (1) Das EBRZ verfügte im überprüften Zeitraum über keine Strategie für Werbung und Medienkooperationen.

(2) Im überprüften Zeitraum Juli 2015 bis Dezember 2018 wies die EBRZ keine Ausgaben für

- Veröffentlichungen in periodischen und nicht-periodischen Druckwerken oder elektronischen Medien,
- Kommunikation im ORF bzw. bei privaten Rundfunkanbietern,
- die Nutzung von Plakaten, Rolling Boards, City Lights, etc. oder ähnlichen digitalen Werbeträgern sowie
- die Herstellung von Handzetteln und Prospekten zur Bewerbung von Veranstaltungen

aus.

Die EBRZ gab Leermeldungen gemäß MedKF-TG ab.

22.2 Das EBRZ wies im überprüften Zeitraum keine Ausgaben für Werbung oder Medienkooperationen aus.



## Schlussbemerkungen

Standard Zusammenfassend empfahl der BLRH

### dem Land Burgenland

- (1) eine mittelfristige Strategie für Öffentlichkeitsarbeit zu erarbeiten und der Bgld. Landesregierung zur Beschlussfassung vorzulegen. In der Strategie wären insbesondere die Themen, über die informiert werden soll, die Informationsziele, die erreicht werden sollen, die Zielgruppen, die angesprochen werden sollen, die Medien, die für die Öffentlichkeitsarbeit genutzt werden sollen, sowie die Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit darzustellen. In den Ausgaben wären Reserven für anlassbezogene Maßnahmen zu berücksichtigen. (siehe 4.2)
- (2) die Beauftragung von Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit bei der Stabstelle Öffentlichkeitsarbeit zu bündeln. Er sah dies insbesondere vor dem Hintergrund von Kontroll- und Steuerungsmöglichkeiten. (siehe 4.2)
- (3) die Meldungen an die KommAustria den Bestimmungen des MedKF-TG entsprechend abzugeben. (siehe 5.2 und 8.2)
- (4) nicht meldepflichtige und sonstige Werbeausgaben regelmäßig zu erfassen. Er sah dies insbesondere vor dem Hintergrund von Kontroll- und Steuerungsmöglichkeiten der jährlichen Werbeausgaben. (siehe 8.2)

### der Landesholding Burgenland GmbH und ihren Beteiligungen

- (5) der Technologiezentren Burgenland GmbH, Aufträge für Werbung und Medienkooperationen an die KommAustria § 2 Abs. 5 MedKF-TG entsprechend exklusive Werbeabgabe zu melden. Darüber hinaus empfahl der BLRH, den Belegen die Auftragsschreiben und die Belegexemplare anzuschließen. (siehe 11.2)
- (6) der FH Burgenland, die Meldungen an die KommAustria den Bestimmungen des MedKF-TG entsprechend abzugeben. Gemäß MedKF-TG sind Entgelte für Veröffentlichung an die KommAustria für das Quartal zu melden, in dem die Einschaltung erfolgte. (siehe 17.2)
- (7) der Landesholding, Vorgaben in Bezug auf Werbeaktivitäten für ihre direkten und indirekten Beteiligungen ohne eigene Strategie für Werbung und Medienkooperationen zu erlassen. (siehe 19.2)
- (8) der Landesholding, Vorgaben in Bezug auf die Abgabe von Meldungen an die KommAustria (Kontrolle der Vollständigkeit, Meldung exklusive Werbeabgabe) für ihre direkten und indirekten Beteiligungen zu erlassen. Darüber hinaus sollten regelmäßig Schulungen für die Mitarbeiter angeboten und die Einhaltung der Vorgaben überprüft werden. (siehe 19.2)

### der Regionalmanagement Burgenland Gesellschaft m.b.H.

- (9) Meldungen an die KommAustria den Bestimmungen des MedKF-TG entsprechend abzugeben. (siehe 20.2)

## Anlagen

### Anlage 1: Werbeausgaben pro Regierungsmitglied gesamt

	Land Burgenland	Landesholding inkl. Beteiligungen	direkte Beteiligungen	Gesamt	
	[in Euro]			[in Prozent]	
LH Niessl	2.296.478	5.289.801	316	7.586.595	47,4
davon Burgenland Tourismus GmbH <sup>1)</sup>	---	4.305.736	---	4.305.736	26,9
LH-Stv. Tschürtz	182.756	14.027	0	196.783	1,2
LR Bieler <sup>2)</sup>	143.256	650.738	0	793.994	5,0
LR Darabos	100.044	86.420	0	186.464	1,2
LR Doskozil <sup>3)</sup>	25.126	239.269	0	264.395	1,7
LR Dunst	302.951	0	0	302.951	1,9
LR Eisenkopf	97.087	0	0	97.087	0,6
LR Petschnig	0	6.344.267	228.486	6.572.753	41,1
<b>Summe</b>	<b>3.147.698</b>	<b>12.624.522</b>	<b>228.802</b>	<b>16.001.022</b>	<b>100,0</b>

1) ab Mai 2018 LR Petschnig zugewiesen

2) bis Dezember 2017

3) ab Jänner 2018

-----

Eisenstadt, im März 2020

Der Landes-Rechnungshofdirektor

Mag. Andreas Mihalits, MBA eh.