

PRESSEINFORMATION

BLRH veröffentlicht Prüfungsbericht „Öffentlichkeitsarbeit des Landes Burgenland und ausgewählter Landesunternehmen“

Der Burgenländische Landes-Rechnungshof (BLRH) überprüfte die Öffentlichkeitsarbeit des Landes Burgenland, der Burgenland Energie, der Landesholding und 64 weiterer Landesunternehmen. Die Prüfung erfolgte auf Antrag des ÖVP-Landtagsklubs und umfasste den Zeitraum von Jänner 2018 bis September 2023. Sie konzentrierte sich auf strategische Grundlagen, Nutzen, Vergabe sowie die Gesamtaufwände von rund 83,5 Millionen Euro. Der BLRH betonte die Notwendigkeit einer klaren Kommunikationsstrategie und empfahl den geprüften Stellen, Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit nur auf Basis von strategischen Grundlagen durchzuführen sowie im Sinne der Transparenz den Nutzen und die Vergabe nachvollziehbar zu dokumentieren.

Schwerpunkte der Prüfung

Der BLRH überprüfte die Aufwendungen für verschiedene Bereiche der Öffentlichkeitsarbeit, darunter Inserate und Werbung, Drucksorten, Förderungen, Kooperationen, Spenden, Sponsoring sowie Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen. Im Fokus standen die Fragen, welche Aufwendungen wofür anfielen, ob diese auf Basis einer klaren Kommunikationsstrategie erfolgten und ob der Nutzen und die Vergabe nachvollziehbar dokumentiert waren.

Ergebnisse der Prüfung

Land Burgenland:

Das Land Burgenland wendete im überprüften Zeitraum rund 15,7 Millionen Euro für Öffentlichkeitsarbeit auf. Die einzelnen Maßnahmen beruhten oft nur auf Regierungsprogrammen, nicht jedoch auf spezifischen strategischen Grundlagen. Die Durchführung erfolgte in verschiedenen Abteilungen. Eine systematische Evaluierung gab es nicht. Bei 70 Stichproben mit einem Gesamtwert von rund 1,8 Millionen Euro stellte der BLRH oftmals fehlende Dokumentationen zum Nutzen und zur Vergabe fest. Der BLRH leitete daraus seine Empfehlungen ab, Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit künftig auf konkrete strategische Grundlagen oder Regierungsbeschlüsse zu stützen sowie Nutzen und Vergaben nachvollziehbar zu dokumentieren.

Landesunternehmen:

Der BLRH erhob die Aufwendungen für Öffentlichkeitsarbeit von 65 Landesunternehmen. Diese wendeten dafür insgesamt rund 56,2 Millionen Euro auf. Der BLRH führte vertiefende Prüfungshandlungen bei sechs Landesunternehmen (Landesholding, Burgenland Tourismus, KBB, FH Burgenland, Sonnentherme und Gesundheit Burgenland) durch. Bei 176 Stichproben mit einem Gesamtwert von rund 5 Millionen Euro zeigte sich, dass die Vergabe- und Beschaffungsrichtlinien der Landesunternehmen unterschiedlich geregelt waren und keine einheitlichen Vorgaben für die Öffentlichkeitsarbeit enthielten. Der BLRH empfahl daher der Landesholding, insbesondere für die Öffentlichkeitsarbeit einheitliche Vergabe- und Beschaffungsrichtlinien zu erlassen sowie Mindeststandards für die Kommunikationsstrategien der Landesunternehmen festzulegen.

Burgenland Energie AG:

Mit einem Gesamtaufwand von rund 11,6 Millionen Euro im überprüften Zeitraum bündelte die Burgenland Energie die Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit der gesamten Unternehmensgruppe in der Muttergesellschaft. Bis Dezember 2020 lagen keine strategischen Grundlagen oder Planungen vor. Die Burgenland Energie argumentierte dies mit dem Vorstandswechsel. Erst ab Jänner 2021 entwickelte sie Kommunikationsstrategien und Maßnahmenpläne, die in weiterer Folge eine nachvollziehbare Basis für die Öffentlichkeitsarbeit boten. Der BLRH regte unter anderem an, die budgetierten Jahreswerte für Öffentlichkeitsarbeit auch auf detaillierte Maßnahmen herunterzubrechen. Weiters empfahl er, Dokumente und Unterlagen so zu archivieren, dass sie auch bei einem Wechsel der Führungskräfte verfügbar bleiben.

Besondere Feststellungen

Der BLRH stellte fest, dass einige Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit des Landes Burgenland, wie beispielsweise die „Dachmarke Burgenland“ und die Medienwelt „Mein Burgenland“, erhebliche finanzielle Mittel erforderten. So kaufte das Land Burgenland vom Verein Marke Burgenland die „Dachmarke Burgenland“ um rund 0,8 Mio. Euro an. Die Medienwelt „Mein Burgenland“ verursachte von Dezember 2021 bis September 2023 externe Aufwände von zumindest rund 2,0 Millionen Euro. Bei Inseratenkampagnen fehlten oft nachvollziehbare Nutzenüberlegungen und Vergabedokumentationen. Bei Veranstaltungen kaufte das Land Burgenland Dienstleistungen ohne Vergleichsangebote oder sonstige Nachweise der Prüfung einer Preisangemessenheit zu. Der BLRH empfahl, aus Gründen der Transparenz Nutzen und Vergaben lückenlos und nachvollziehbar zu dokumentieren.

„Eine klare Kommunikationsstrategie ist die Basis erfolgreicher Öffentlichkeitsarbeit. Nur auf strategischer Grundlage durchgeführte Maßnahmen können ihre volle Wirkung entfalten. Daneben ist es aus Gründen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit geboten, den Nutzen der einzelnen Maßnahmen klar darzulegen und die Vergabe lückenlos und nachvollziehbar zu dokumentieren. Unsere Empfehlungen zielen darauf ab, die Transparenz zu verbessern und sicherzustellen, dass auch im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit ein effizienter und zweckmäßiger Mitteleinsatz erfolgt.“ René Wenk, Direktor des BLRH

Eisenstadt, 23.04.2025

Pressekontakt

Julia Mezgolits, MA
+43 664 88 49 51 48
kommunikation@blrh.at