

Kontrollbericht 2/2021 zum Thema

Inseratentätigkeit der Holding Graz

(Ordnungsmäßigkeitskontrolle)

GZ.: StRH – 087025/2019

Graz, 04.03.2021

Stadtrechnungshof der Landeshauptstadt Graz

A-8010 Graz

Kaiserfeldgasse 19

Fotos (v. links): Stadt Graz/Pichler (1, 2), Foto Fischer (3),
photo 5000 – www.fotolia.com (4)

Diesem Kontrollbericht liegt der Stand der vorliegenden Unterlagen und Auskünfte
bis 09.02.2021 zugrunde.

Inhaltsverzeichnis		Seite
1	Kurzfassung	5
2	Gegenstand und Umfang der Kontrolle	6
2.1	Auftrag und Überblick	6
2.2	Kontrollziel und Auftragsdurchführung	6
3	Berichtsteil	7
3.1	Die Holding Graz und ihre Vorgaben zur Schaltung von Inseraten	8
3.2	Prozess zur Schaltung von Inseraten/ Interne Kontrolle	10
3.3	Wie viele Mittel wendete der Konzern im Kontrollzeitraum für die Schaltung von Inseraten auf?	21
3.4	Schaltete der Konzern vorwiegend in kommunalen Medien?	23
3.5	Inserate und die Politik	24
4	Zusammenfassung der Empfehlungen	26
5	Kontrollmethodik	26
5.1	Was ist Kontrolle?	27
5.2	Die Ordnungsmäßigkeit war der zentrale Kontrollmaßstab dieser Kontrolle.	27
5.2.1	Zur Kontrolle herangezogene Unterlagen:	27
5.3	Besprechungen	27
	Kontrollieren und Beraten für Graz	29

Abkürzungsverzeichnis

StRH	Stadtrechnungshof
GO StRH	Geschäftsordnung des Stadtrechnungshofes
Bzw.	beziehungsweise
PR	Public Relations/ Öffentlichkeitsarbeit
RTR Meldungen	Rundfunk & Telekom Regulierungs- GmbH, www.rtr.at über diese Homepage müssen die Rechtsträger ihre Medientätigkeiten über 5.000 Euro bekanntgeben
MedKf-TG	Medienkooperations & förderungs Transparenzgesetz

1 Kurzfassung

Den Schwerpunkt der Kontrolle bildete die Frage nach der Einhaltung der internen Richtlinien in der Holding Graz. Der Konzern hielt alle Richtlinien, insoweit vorhanden, ein. Der Vorstand beschloss 2018 die Ausnahme der Inserate in Bezirkszeitungen erst nach der Anfrage des Gemeinderatsklubs der Grünen. Ein ehemaliger Mitarbeiter der Holding Graz gab eine fehlerhafte Auskunft gegenüber einem Bezirksrat, was zum Kontrollantrag an den Stadtrechnungshof führte. Eine mögliche Begründung dafür war der interne Sprachgebrauch „Holding“, der für die Spartenbereiche, aber nicht für Tochter- bzw. Enkelbeteiligungen stand.

Allgemein stellte der Stadtrechnungshof fest, dass es bezüglich der vorhandenen Unterlagen zu einzelnen Prozessen Unterschiede im Kontrollzeitraum gab. Im Mai 2019 gab es einen Führungswechsel, der dazu führte, dass eine neue Konzernrichtlinie zum Thema *Marketing & Kommunikation* entstand. Der Managementbereich Marketing definierte die Abläufe zum Thema Medienbuchungen genauer. Dadurch dokumentierte die Holding Graz ab diesem Zeitraum besser.

Bis Mai 2019 gab es abseits der Compliance Guideline, Verbuchungsrichtlinie neu, keine detaillierten Unterlagen zum Prozess der Inseratenschaltungen beziehungsweise erstellte der Managementbereich Marketing diese erst für die Kontrolle durch den Stadtrechnungshof.

Der Stadtrechnungshof kontrollierte nicht nur die Sparten der Holding Graz - Kommunale Dienstleistungen GmbH, sondern ebenfalls sechs ausgewählte Mehrheitsbeteiligungen.

Der Kontrollzeitraum erstreckte sich von 2017 bis einschließlich September 2019.

Die Holding Graz - Kommunale Dienstleistungen GmbH verstieß nicht gegen das Verbot für PolitikerInnen und hielt sich an die internen Vorgaben. Für die Jahre 2017 und 2018 gab es keine expliziten Vorgaben oder Verbote zur Inserierung in Bezirkszeitungen.

2 Gegenstand und Umfang der Kontrolle

2.1 Auftrag und Überblick

Das Kontrollteam sollte die Kontrolle als § 5 GO StRH Gebarungskontrolle durchführen. Der Kontrollzeitraum umfasste den 1. Jänner 2017 bis 30. September 2019. Das Kontrollteam sollte insbesondere folgende Kontrollfragen beantworten:

1. Gab es konzernweite Vorgaben für die Schaltung von Inseraten (mit und ohne Werbung) in der Holding Graz und welcher Art waren diese?
2. Wie viele Inserate schaltete die Holding Graz in nationalen, regionalen bzw. kommunalen Medien?
3. Gab es einen einheitlichen Prozess und welche internen Kontrollen waren darin vorgesehen?
4. Wie viele Mittel wendete der Konzern im Kontrollzeitraum für die Schaltung von Inseraten auf?
5. Gab es Inserate in Medien, die politischen Parteien eindeutig zuordenbar waren?

2.2 Kontrollziel und Auftragsdurchführung

Die Kontrolle war durchzuführen, um die Vergabe von Inseraten durch den Konzern Holding Graz - Kommunale Dienstleistungen GmbH (Holding Graz) darzustellen. Den Schwerpunkt der Kontrolle bildete die Frage nach der Einhaltung der internen Richtlinien. Im Speziellen sollte das Kontrollteam auf den Kontrollmaßstab der Ordnungsmäßigkeit eingehen.

Nicht von der Kontrolle umfasst (Nicht-Ziele) waren folgende Themen:

- Kontrolle aller Werbeaktivitäten des Konzerns Holding Graz

Diese Kontrolle war aufgrund § 13 Absatz 1 GO - StRH (Kontrollantrag von mindestens sechs Mitgliedern des Gemeinderates) in den Kontrollplan des Stadtrechnungshofes aufgenommen.

3 Berichtsteil

Ziel dieser Kontrolle war die Beantwortung der im Auftrag gestellten 5 Hauptfragen. Dies spiegelte sich auch im Aufbau des Berichts wieder.

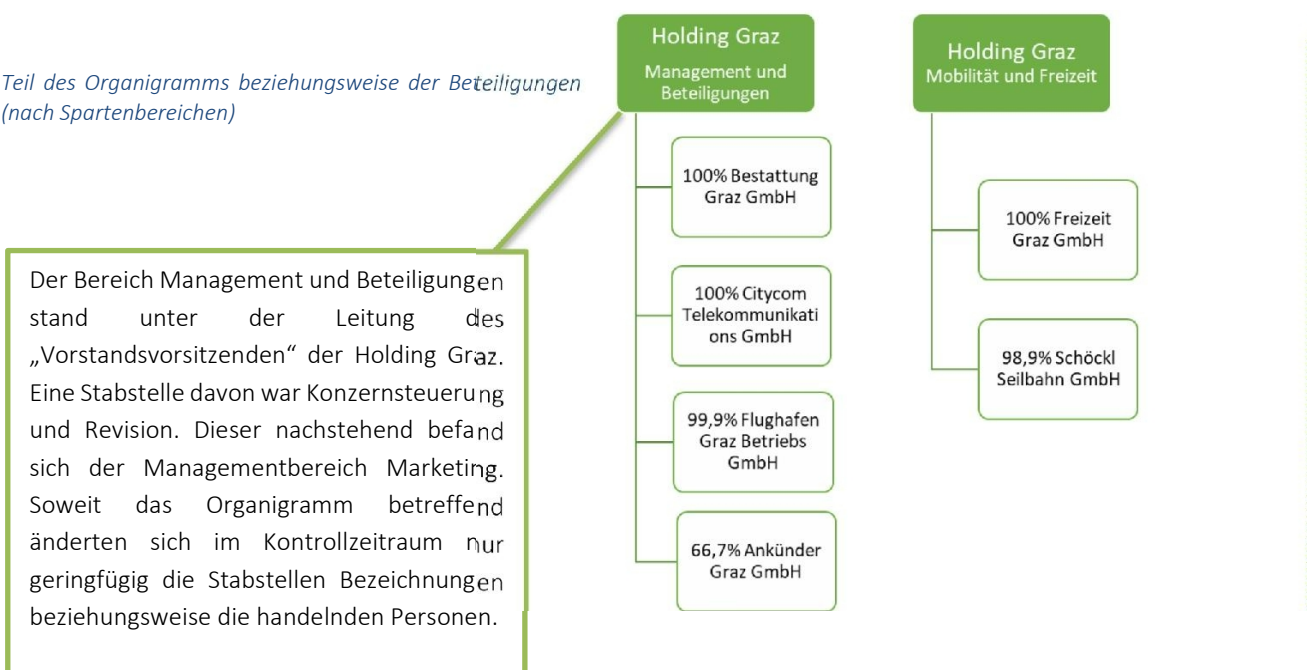
Die Holding Graz war in drei Spartenbereiche strukturiert:



Spartenbereiche der Holding Graz -Kommunale Dienstleistungen GmbH (Holding Graz)

Der Stadtrechnungshof kontrollierte insbesondere den Spartenbereich „Management und Beteiligungen“, da dort der Managementbereich Marketing zugeordnet war. Außerdem kontrollierte der Stadtrechnungshof in sechs Mehrheitsbeteiligungen der Holding Graz, in den Spartenbereichen „Management und Beteiligungen“ sowie „Mobilität und Freizeit“.

Teil des Organigramms beziehungsweise der Beteiligungen (nach Spartenbereichen)



Der Bereich Management und Beteiligungen stand unter der Leitung des „Vorstandsvorsitzenden“ der Holding Graz. Eine Stabstelle davon war Konzernsteuerung und Revision. Dieser nachstehend befand sich der Managementbereich Marketing. Soweit das Organigramm betreffend änderten sich im Kontrollzeitraum nur geringfügig die Stabstellen Bezeichnungen beziehungsweise die handelnden Personen.

3.1 Die Holding Graz und ihre Vorgaben zur Schaltung von Inseraten

Kontakte mit Medien waren für den Konzern Holding Graz wichtig, da diese die Leistungen nach außen transportierten und neue Kundinnen und Kunden ansprach. Als Medienleistungen sah der Konzern einerseits Print- und Druckmedien und andererseits elektronische Medien wie Radio oder Ähnliches an. Unter anderem beschäftigte sich die Compliance Guideline¹ der Holding Graz mit diesen Themen.

Die Stadt Graz präzisierte die Vorgaben zur Öffentlichkeitsarbeit im August 2018. Die Holding Graz beschloss ihre neue strategische Medienplanung im Dezember 2018.

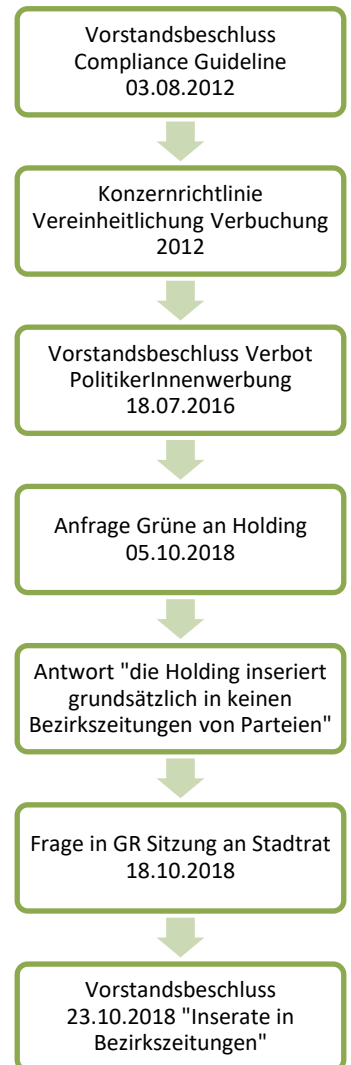
Im August 2012 beschloss der Vorstand der Holding Graz die Compliance Guideline für den Konzern, im selben Jahr kam noch die Konzernrichtlinie zur Vereinheitlichung der Verbuchung dazu. 2016 entschied der Vorstand die Verschmelzung dieser beiden in die "RL Compliance Guideline und Verbuchungsrichtlinie".

2016 erließ der Vorstand mittels Beschluss ein Verbot zur Werbung für Politikerinnen und Politiker mittels Bildern. Dies geschah analog zu den Vorgaben des Magistrates.

„Die Veröffentlichung des Bildes eines Mitglieds des Stadtsenates, des Gemeinderates, des Bezirksrates, der Bundes- und Landesregierung, einer gesetzgebenden Institution (Europäisches Parlament, Nationalrat, Bundesrat, Landtag), des Aufsichtsrates, eines Vorstandsmitgliedes, Management- und Spartenbereichsleiters oder Geschäftsführers eines Tochterunternehmens der Holding Graz ist bei sämtlichen PR- Kooperationen und Vorwörtern auf Basis von Sponsoring Kooperationen und Marketingvereinbarungen nicht zulässig.“
Auszug aus dem Vorstandsbeschluss vom 18.07.2016

Am 05. Oktober 2018 trat ein Grazer Bezirksrat an den interimistischen Leiter der „integrierten Kommunikation“, Spartenbereich Marketing, in der Holding Graz heran. Der Bezirksrat erkundigte sich, ob seitens der Holding Graz Interesse an einem Inserat in einer Zeitung der politischen Partei des Bezirksrates bestand. Die Antwort des Mitarbeiters der Holding Graz war „die Holding Graz inseriert grundsätzlich in keinen Bezirkszeitungen von Parteien“.

Knapp zwei Wochen nach diesem Mailverkehr (18. Oktober 2018) stellte eine Gemeinderätin an den zuständigen Stadtrat im Zuge einer Gemeinderatssitzung die



¹ Compliance Guideline: Richtlinie, die im Grunde als Ergänzung zum Verhaltenskodex (der Stadt Graz zu sehen war und auch privatwirtschaftliche Faktoren abdeckte. Sie galt für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und war als konzernübergreifend anzusehen.

Frage, nach welchen Kriterien bzw. Richtlinien die Holding Graz Inseratenschaltungen, insbesondere für Parteizeitungen und parteinahe Medien, tätige.

Der zuständige Stadtrat antwortete, dass die Holding Graz in ihrer Richtlinie die Kriterien für ihre Medienkontakte selbst definiere.

Am 23. Oktober 2018 erstellte der Spartenbereich Management und Beteiligungen eine Organisationsanweisung zum Thema „Strategische Medienplanung neu“. Diese war Teil der integrierten Konzernkommunikation und damit der Konzernstrategie. Der Vorstand beschloss die Organisationsanweisung (datiert mit 23. Oktober 2018) am 11. Dezember 2018. Darin war erstmals eine explizite Ausnahme von Inseraten in Bezirkszeitungen festgeschrieben. Diese Ausnahme begründete die Holding Graz damit, dass sie dadurch zielgruppenorientierter inserieren könne.

Der Stadtrechnungshof stellt fest, dass die Holding Graz erst nach der Anfrage im Gemeinderat eine explizite Ausnahmeregelung für Inserate in Bezirkszeitungen aufgenommen hat. Bis zu diesem Zeitpunkt hat keine besondere Ausnahme dafür existiert.

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss,

- dass die Holding durch den Beschluss ihre internen Vorgaben spezifiziert und transparenter darstellt.

3.2 Prozess zur Schaltung von Inseraten/ Interne Kontrolle

Der Stadtrechnungshof erhob die Prozesse der Schaltung von Inseraten

- vor der Neuregelung in der Organisationsanweisung Strategische Medienplanung neu vom 11. Dezember 2018 und
- nach der Neudefinition in der Organisationsanweisung Strategische Medienplanung neu bzw. der Konzernrichtlinie Marketing und Kommunikation.

Alle dem StRH übermittelten Dokumente zum Thema Prozesse erstellte der Fachbereich Marketing nach der Verständigung über die Kontrolle durch den Stadtrechnungshof (11. Oktober 2019).

Bis zur Neuregelung gab die zuständige Abteilung der Holding nach definierten Kriterien frei.

Die Holding Graz schilderte den Prozess der Schaltung von Inseraten vor deren Änderung im Dezember 2018 wie folgt:

Die Holding Graz führte die Medienplanung in Abstimmung mit den Spartenbereichsleitungen der jeweiligen Bereiche nach deren saisonalen Schwerpunkten im Vorhinein (Jahresanfang) durch.

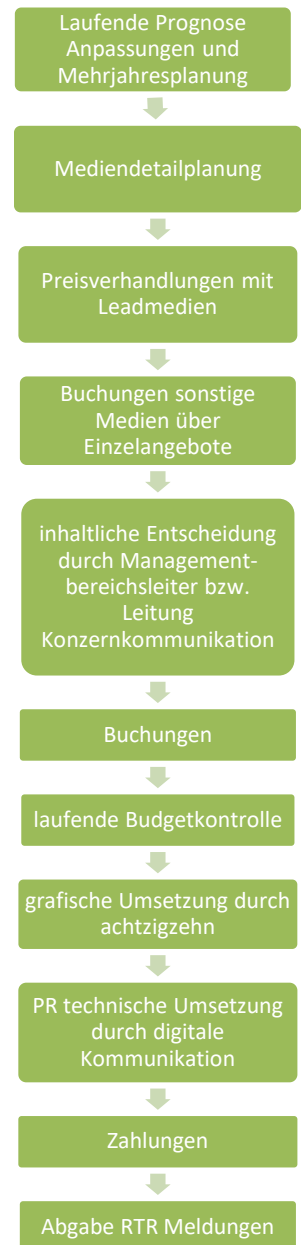
Der Managementbereich Marketing unterschied dabei 3 Ebenen:

- 1) Schwerpunkt-Kampagnen: diese bearbeitete der Managementbereich Marketing federführend selbst
- 2) Standard-Annoncen: die Schaltung dieser glich der Managementbereich Marketing mit den entsprechenden Fachbereichen ab
- 3) sonstige Annoncen: traten nur selten auf; der Managementbereich Marketing bearbeitete diese anlassbezogen.

Von einigen Medien holte der Managementbereich Marketing vor Beginn eines Jahres ein Angebot ein, wieviel einzelne Schaltungen in diesem Jahr kosten würden. Die Preisangebote der Medien blieben ein Kalenderjahr aufrecht - mit einer Ausnahme war mit den Angeboten keine Mindestabnahme verbunden.

Der Beschluss der Organisationsanweisung „Strategische Medienplanung neu“ vom 11. Dezember 2018 aktualisierte und ergänzte bestehende holdinginterne Vorgaben.

Die 4 Schwerpunkte der Organisationsanweisung „Strategische Medienplanung neu“ waren:



Prozess bis zur Neugestaltung 2019

- Themen und Budget,
- Steuerung der Medien,
- Operative Umsetzung und
- Rahmenbedingungen.

Themen und Budget:

Die Holding Graz unterteilte ihr Budget für Medienleistungen in ein

- **planbares Basisbudget**, dass der Abdeckung der jährlich wiederkehrenden Themen diene, und ein
- **variables anlassbezogenes**, dass bei besonders wichtigen (akuten) Themen zur Verfügung stand.



strategische Jahresplanung Medienbuchungen

Auf strategischer Ebene erstellen die Spartenbereiche und Mehrheitsbeteiligungen bis 01. August des laufenden Jahres für ihren Bereich einen Kommunikationsplan, der sich in Medien-, Sponsoring- und Agenturleistung gliederte. Ziel des Kommunikationsplans war eine bedarfsorientierte und zeitgerechte Steuerung bezüglich Themen und Budget. Diese gab der Managementbereich Marketing frei und führte sie anschließend zu einem übergeordneten Plan mit den wesentlichen Kernthemen für das nächste Jahr zusammen. Der Vorstand und der Aufsichtsrat erteilen die Freigabe.

Die so über alle Spartenbereiche und Mehrheitsbeteiligungen erstellte strategische

Medienplanung sollte der Vorstandsbereich mit der Abteilung für Kommunikation der Stadt Graz abstimmen.

Steuerung der Medien: Medienanalysen über Reichweite und Zielgruppen sollten als Vorlage für Schwerpunktthemen dienen, die der Vorstand in weiterer Folge beschließen wollte.

In diesem Unterpunkt hielt die Holding Graz fest:

„Der Konzern Holding Graz schaltet nicht in Medien politischer Parteien. Das gilt nicht für die „Bezirkszeitungen“ in Graz, die periodisch in den jeweiligen Bezirken aufgelegt werden. Mit diesen Medien erreichen die Geschäftsfelder des Konzerns die BürgerInnen der Grazer Stadtbezirke und können Informationen, Angebote und Neuigkeiten nachfrage- und zielgruppenorientiert platzieren.“

Operative Umsetzung: Der Managementbereich Marketing sollte monatlich einen Überblick der Medienbuchungen für den Vorstand inklusive aller wichtigen Informationen seitens der Mehrheitsbeteiligungen erstellen. Er sollte auch die Medienkooperationen bzw. Inseratschaltungen buchen und verrechnen. Die Meldungen im Sinne des Medientransparenzgesetzes (MedKf-TG²) hatten die Mehrheitsbeteiligungen für sich selbst durchzuführen.

Rahmenbedingungen: Die Holding Graz zog als Ausgangslage die Richtlinie für Öffentlichkeitsarbeit vom 05. Juli 2018 der Stadt Graz (gültig mit August 2018) heran. Veröffentlichungen hatten in einen inhaltlichen Zusammenhang mit der Holding Graz, ihren Mehrheitsbeteiligungen oder deren Tätigkeiten stehen.

Die Agentur achtzigzehn Konzept & Gestaltung GmbH war für Kommunikationsleistungen bevorzugt zu beauftragen. Als Kommunikationsmaßnahmen galten insbesondere

- Drucksorten, Zeitungen und Berichten,
- Mediapläne,
- Bild- und Videoproduktionen,
- Social Media Kampagnen,
- Maßnahmen im Rahmen von Baustellen
- eine Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern und Agenturen.

² Gemäß Medienkooperations- & förderungs- Transparenzgesetz (MedKf-TG) waren alle Aufträge über 5.000 Euro meldepflichtig. Jeweils bis zum 30. April, 31. Juli, 31. Oktober und 31. Jänner musste die KommAustria auf ihrer Website in zwei Rubriken ausweisen, welche Rechtsträger ihrer Meldepflicht nachkamen und welche nicht.

Durch die Strategische Medienplanung neu hat die Holding Graz ebenfalls die Vorgaben des Magistrats, Richtlinien für Öffentlichkeitsarbeit übernommen. Durch die Neuregelung des strategischen Prozesses verstärkt die Holding die Planung und bindet den Vorstand in den Entscheidungsprozess ein.

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss,

- dass die Holding Graz mit der Überarbeitung ihrer Medienplanung im Sinne der Vorgaben des Magistrats dem Haus Graz Gedanken entsprechend gehandelt hat.

Stellungnahme der Holding Graz Kommunale Dienstleistungen GmbH:

Im Kapitel 3 hat der Stadtrechnungshof die von der Holding Graz gesetzten Maßnahmen zur transparenten Vorgehensweise für Schaltungen von Inseraten und den Prozessen dazu wie die Richtlinie Compliance Guideline und Verbuchungsrichtlinie, die Strategische Medienplanung neu mit Übernahme der städtischen Richtlinien für Öffentlichkeitsarbeit, die Konzernrichtlinie zu Marketing und Kommunikation positiv hervorgehoben. Damit werden effiziente Einsparungspotentiale und geeignete interne Kontrollmaßnahmen geschaffen.

Nach dem Führungswechsel im Mai 2019 begann der Managementbereich Marketing mit der Erarbeitung der Konzernrichtlinie Marketing und Kommunikation.³

Mit Mai 2019 übernahm ein neuer Leiter den Managementbereich Marketing. Dieser begann umgehend mit der Erarbeitung einer Konzernrichtlinie zum Thema Marketing und Kommunikation. Darin wollte die Holding Graz ihre wesentlichen Grundsätze in Sachen Marketing und Kommunikation zusammenfassen und verbindlich regeln. Diese Konzernrichtlinie führte die Vorgaben der Organisationsanweisung „Strategische Medienplanung neu“ vom 11. Dezember 2018 weiter aus und regelte die Vorgänge im Detail. Der Vorstand gab die Konzernrichtlinie zum Thema Marketing und Kommunikation am 23. August 2019 frei.

³ Da der Managementbereich Marketing diese Abläufe erst während der Kontrolle anwenden konnte und zeitgleich durch die COVID-19 Krise Krisenkommunikationsmaßnahmen den geplanten „Normablauf“ immer wieder unterbrechen, konnte der Stadtrechnungshof keine endgültigen Aussagen über die routinemäßige Anwendung dieser Vorgaben treffen.

Als Ziele der Kommunikationsmaßnahmen legte sie fest:

- Image-Verbesserung der Holding Graz und ihrer Dienstleistungen
- Förderung des Dialoges mit relevanten Zielgruppen
- Kundenbindung
- Stärkung der Unternehmenswerte
- Nachhaltigkeits-Verantwortung
- Employer Branding
- BürgerInneninformationen
- Absatzsteigerung (Tickets)

Die Richtlinie galt verbindlich innerhalb der Holding Graz (in ihren Spartenbereichen) und Mehrheitsbeteiligungen.

Unter anderem legt diese Richtlinie fest, dass Erklärungen gegenüber der Öffentlichkeit bzw. Medien ausnahmslos vom Vorstand direkt oder als dessen Vertretung vom Managementbereich Marketing abgegeben werden dürfen. Außerdem verwies sie auf das PR-Controlling, das auch einer jährlichen Überprüfung hinsichtlich der Wirksamkeit der Kommunikationsziele diene.

Der Stadtrechnungshof stellt fest, dass die Ausarbeitung der Konzernrichtlinie Marketing und Kommunikation als gute Leitlinie für den Umgang der internen und externen Kommunikation in der Holding Graz dient.

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss,

- dass die Holding Graz mit der Richtlinie eine transparente Vorgehensweise für die externe und interne Kommunikation festgelegt hat.

Die Konzernrichtlinie zum Thema Marketing und Kommunikation am 23. August 2019 regelte den Prozess auf operativer Ebene neu.

Die Neuregelung des Prozesses erfolgte aufgrund der Vorgaben in der Organisationsanweisung „Strategische Medienplanung“ vom 11. Dezember 2018. Unter der Überschrift Ziele hielt die Holding Graz dabei fest:

„Mit der gegenständlichen Konzernrichtlinie soll sichergestellt werden, dass sich die MitarbeiterInnen der Sensibilität von Aussagen und Informationen bewusst sind und diese nicht leichtfertig an die Öffentlichkeit tragen.“

In der operativen Umsetzung unterschieden sich die Prozesse betreffend der Mediensaltungen der Spartenbereiche und der Mehrheitsbeteiligungen. Ausgangspunkt für beide Prozesse war der vom Managementbereich Marketing erstellte Mediaplan. Kernelemente dieses Plans waren das Budget, die zu

beauftragenden Medien und die Erscheinungsdaten im Rahmen von Kampagnen. Im Rahmen des Budgetprozesses entwarf die Holding Graz am Ende jeden Jahres einen Gesamt- Mediaplan für das Folgejahr. Parallel dazu entstand der strategische Kommunikationsplan. Ebenso war es alleinige Aufgabe des Managementbereichs Marketing Preisverhandlungen mit Medien zu führen.

Mit der Zuständigkeit der Preisverhandlung für die Spartenbereiche und die Mehrheitsbeteiligungen der Holding Graz entsteht mehr „Marktmacht“. Es ist zu erwarten, dass der Managementbereich Marketing dadurch Synergieeffekte nutzen und Preisvorteile erzielen kann.

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss,

- dass durch die Zentralisierung der Preisverhandlungen mit den Medien Einsparungspotentiale gehoben werden können.

Bei den Medienschaltungen der Spartenbereiche war der Managementbereich Marketing mehr in den kreativen Prozess eingebunden.

Im Spartenbereich war der Managementbereich Marketing mehr in den kreativen Prozess (Kreation) der Medienschaltung eingebunden als bei den Mehrheitsbeteiligungen. Unter Kreation verstand der Managementbereich die kreative Umsetzung eines Konzepts, wobei die Kreation auch selbst Teil eines Kommunikationskonzepts sein konnte.

Die Holding Graz beauftragte für die Medienschaltungen der Spartenbereiche überwiegend die In-house Agentur achtzigzehn Konzept & Gestaltung GmbH mit der Kreation. Es handelte sich um grafische Gestaltungen, Fotografie, Produktion und teilweise auch kreative Ideen im Rahmen eines Brainstormings. Der Managementbereich Marketing trat dabei als Auftraggeber gegenüber der Agentur achtzigzehn Konzept & Gestaltung GmbH auf.

Sollten zur Umsetzung der Kommunikationsmaßnahmen externe Dienstleister (Werbe- und PR-Agenturen, Marktforschungsinstitute etc.) beauftragt werden, war der Managementbereich Marketing zeitgerecht im Vorhinein darüber zu informieren. Dann waren die Leistungs- und Vergabekriterien zur Einholung von Preisauskünften oder Ausschreibungen gemeinsam mit dem Managementbereich Marketing verbindlich



operativer Prozess Spartenbereiche

festzulegen. Die Angebote hatte der Managementbereich Marketing einzuholen und die Auswahl der Auftragnehmer traf ebenfalls der Managementbereich Marketing (gemeinsam mit dem betroffenen Spartenbereich). Schließlich erfolgte auch die Bestellung über den Managementbereich Marketing.

Der Stadtrechnungshof begrüßt die Zentralisierung der Beauftragung bzw. der Vergabe von Kommunikationsmaßnahmen an Dritte als geeignete interne Kontrollmaßnahme.

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss,

- dass die Holding Graz durch die Zentralisierung der Beauftragung bzw. der Vergabe von Kommunikationsmaßnahmen an Dritte eine geeignete interne Kontrollmaßnahme geschaffen hat.

Der Leiter des Managementbereichs Marketing war gleichzeitig Geschäftsführer des Hauses Graz internen Auftragnehmers. Dadurch entstand ein nicht adressiertes Risiko.

Der Leiter des Managementbereichs Marketing war zum Kontrollzeitpunkt gleichzeitig auch Geschäftsführer der Agentur achtzigzehn Konzept & Gestaltung GmbH. Damit war er sowohl Auftraggeber als auch Auftragnehmer.

Mittels Vorstandsbeschluss Nr. 3/2017⁴ legte die Holding Graz neue Wertgrenzen für die Mittelfreigaben bzw. die Genehmigung von Mittelverwendungsanträgen fest.

Die Holding Graz, Managementbereich Marketing erarbeitete einen so bezeichneten Freigabeprozess für Rechnungen im SAP im Oktober 2019 sowie einen solchen Prozess in der Agentur achtzigzehn im März 2020. In beiden Dokumenten legte die Holding fest, in welcher Reihenfolge (Stufe) welche Person Rechnungen freigeben konnte. Diese „Stufen“ deckten sich mit den Wertgrenzen des Vorstandsbeschlusses Nr. 3/2017.

Nach der Schlussbesprechung stellte die Holding auf Ersuchen des Stadtrechnungshofes Beispiele zusammen, um die gelebte Praxis zu dokumentieren. Sie übermittelte Auszüge aus dem SAP, Bestellungen und Rechnungen, die belegten, dass sie diese Vorgehensweise (zumindest in den übermittelten Beispielen) auch einhielt. Eine weitere, tiefergehende Kontrolle mit eigenen Stichproben führte der Stadtrechnungshof nicht durch.

Der Stadtrechnungshof hält fest, dass dadurch das der Leiter des

⁴ unterfertigt am 24. Jänner 2017

Managementbereichs Marketing sowohl als Auftraggeber als auch als Auftragnehmer auftritt, Risiken entstehen. Diese Risiken adressiert die Holding Graz sowie die Agentur achtzigzehn durch die übermittelten an Wertgrenzen gebundenen Freigabeprozesse. Der Stadtrechnungshof stellt fest, dass in der Darstellung des Prozesses der Agentur achtzigzehn Konzept & Gestaltung GmbH sowohl auf Stufe 2 als auch Stufe 3 dieselbe Person die offenbar alleinige Vertretungsmöglichkeit hat. Somit könnte hier das 4-Augen-Prinzip umgangen werden. Auch adressierte die Festlegung, dass ab einer gewissen Stufe (Wertgrenze) eine zweite Person gegenzuzeichnen hatte nicht restlos das vom Stadtrechnungshof aufgezeigte Risiko.

Der Stadtrechnungshof empfiehlt,

- in diesem wie in allen ähnlich gelagerten Fällen in der Holding und ihren Beteiligungen das Risikomanagement zu prüfen und gegebenenfalls nachzuschärfen.

Stellungnahme der Holding Graz Kommunale Dienstleistungen GmbH:

Zur Empfehlung, das Risikomanagement in der Holding Graz und ihren Beteiligungen zu prüfen, verweist die Holding Graz auf die im Rahmen der Prüfung dargestellte Vorgehensweise, die einen strengen an das 4-Augen-Prinzip gekoppelten Freigabeprozess beinhaltet. Weiters hat die Holding Graz seit der Covid-19 Pandemie im Frühjahr 2020 eine Task Force mit den Vorstandsmitgliedern, Konzern- und Spartencontrollern, Managementbereichsleitern und Stabstellenleitern eingerichtet, die zweimal wöchentlich für jede Bestellung im Konzern einen weiteren Freigabemodus vorsieht. Aus Sicht des IKS der Holding Graz und vor allem unserer Wirtschaftsprüfer sind damit ausreichend Kontrollmechanismen vorgegeben, die in der Praxis ein theoretisch konstruierbares Restrisiko vermeiden. Die Vertretungsregeln werden aber gerne nochmals evaluiert.

Bei den Medienschaltungen der Mehrheitsbeteiligungen war die Rolle des Managementbereich Marketing überwiegend administrativer und kontrollierender Natur.

Im strategischen Prozess beschloss der Vorstand der Holding den Kommunikationsplan. Auf Grundlage dieses strategischen Plans erarbeitete der Managementbereich Marketing einen Mediaplan, der die operative Grundlage für die medialen Aktivitäten der Holding Graz bildete.

Diesen Plan brach der Managementbereich Marketing für die Mehrheitsbeteiligungen auf die Quartale herunter. Um Inserate und PR Texte zu buchen hatten die Mehrheitsbeteiligungen mindestens 10 Tage vor dem Schlusstermin für die Druckunterlagen die Freigabe im Managementbereich Marketing einzuholen. Auch bei der Festlegung des Inhalts der Medienbuchungen hatten die Mehrheitsbeteiligungen den Managementbereich Marketing einzubinden und bei ihm die Freigabe dafür einzuholen. Die Abrechnung der Leistung sowie die allfällige Meldung gemäß Medientransparenzgesetz hatte durch die Mehrheitsbeteiligung selbst zu erfolgen.

Wollte die Mehrheitsbeteiligung nicht die Haus Graz interne Agentur achtzigzehn Konzept & Gestaltung GmbH sondern einen externen Dienstleister beauftragen so blieb die Bestellung der Leistung bei der Mehrheitsbeteiligung. Bei der Einholung von Preisankünften, Ausschreibungen und der Auswahl der Auftragnehmer war der Managementbereich Marketing einzubeziehen. Er musste diese freigeben.

Die vom Stadtrechnungshof kontrollierten Mehrheitsbeteiligungen hatten unterschiedliche Anforderungen an die ihre Medienplanung.

- Die **Ankündiger GmbH** führte gegenüber dem Stadtrechnungshof aus, dass sie sowohl eine regionale als auch eine nationale Strategie verfolgen. Sie setzten die regionalen Medien zur Imagewerbung, zur Stärkung der Marktposition, zur Kommunikation von Aktionen und zur Positionierung von Produkten im südösterreichischen Markt ein. Im nationalen Bereich nutzen sie branchenspezifische Fachmedien zur Kommunikation im intermedialen Bereich und zur Präsentation des Unternehmens. Nur ausnahmsweise schalteten sie nicht im jährlichen Plan vorgesehene Inserate, insbesondere



um auf die Marktsituation reagieren zu können.

- Die **Bestattung Graz GmbH** teilte mit, dass die Wettbewerbssituation und die Entwicklung des geschäftlichen Umfeldes für die Bestattung wesentlich bei der Budgetplanung waren. Daher schwanke auch der jährliche Aufwand für die Marketing- und Medienarbeit. Kleine Inserate in Pfarrblättern, Gemeinde- und Ortszeitungen, vergebte und budgetierte die Bestattung Graz GmbH selbst, größere Schaltungen bzw. in größeren Medien spreche man mit dem Konzernmarketing ab.
- Die **Citycom Telekommunikations GmbH** führte gegenüber dem Stadtrechnungshof aus, dass unterjährige Einschaltungen in Anlehnung an die Vertriebsschwerpunkte geschahen. Eine Vergabe erfolgte jedenfalls direkt.
- Für die **Freizeit Graz GmbH** bzw. **Schöckl Seilbahn GmbH** waren Flexibilität und Zielgruppenbezogenheit von besonderer Bedeutung. Daher war das Radio das wichtigste gebuchte Medium. So konnten die Freizeit Graz GmbH bzw. Schöckl Seilbahn GmbH auf kurzfristige Entwicklungen (etwa Schlechtwetter) reagieren. Zur Imagepflege schalteten diese Beteiligungen auch Inserate in Bezirkszeitungen. Besonders wichtig war dem Management ein regionaler Bezug.
- Die **Flughafen Graz Betriebs GmbH** schließlich teilte mit, dass sie die Medieneinschaltungen bereits in der ersten Jahreshälfte für das darauffolgende Jahr plane und budgetiere. Den unverplanten Teil des Budgets verwende das Management für die Reaktion auf **aktuelle Entwicklungen der Reisebranche**.

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss,

- **dass jeder Teilbereich eigene definierte Prozessvorgänge hat, die sich an die konzernweiten Vorgaben orientierten.**

Die Holding Graz und die Stadt Graz dokumentierten Medienbuchungen in einer gemeinsamen genutzten Software.

Es gab auch wöchentliche Abstimmungstermine zwischen der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit des Magistrates Graz und dem Managementbereich Marketing. Dies diente nicht nur einer inhaltlichen Abstimmung der Themenfelder, sondern auch der Nutzung von Synergien.

Es gab ein gemeinsam genutztes Sharepoint Programm zur Mediengesamtübersicht, das der Managementbereich Marketing im Zuge der Neuausrichtung ausbaute und verbesserte. Fernab des Einblicks in alle Medienbuchungen diente es zur Vermeidung von Parallelbuchungen.

Der Managementbereich Marketing teilte dem Stadtrechnungshof mit, dass er die Medienbuchungen in diesem Programm dokumentierte. Der Stadtrechnungshof begrüßte dies ausdrücklich mit dem Hinweis auf seine dementsprechende Empfehlung im Bericht „Auftragsvergaben an die Werbeagentur A“ die Bieterwahl und den Angebotsvergleich nachvollziehbar zu dokumentieren.

Im Sinne einer guten Dokumentation erachtet der Stadtrechnungshof die gewählte Vorgehensweise für sinnvoll, weil so auch alle Schritte von Angebot über Bestellung bis hin zur Rechnung an einem Ort zu finden waren.

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss,

- dass mit der Dokumentation der Medienbuchungen über Sharepoint die Holding Graz die entsprechende Empfehlung des Stadtrechnungshofes umgesetzt hat.

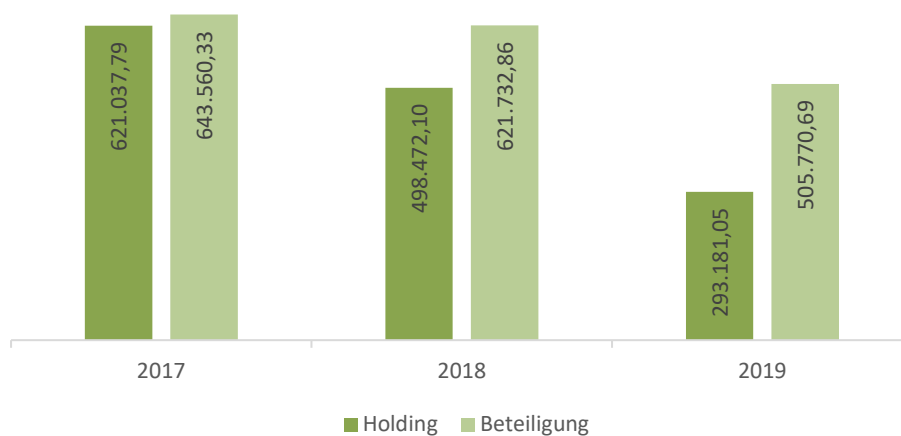
3.3 Wie viele Mittel wendete der Konzern im Kontrollzeitraum für die Schaltung von Inseraten auf?

In den geprüften Monaten⁵ wendete die Holding Graz und die kontrollierten Beteiligungen rund 3,18 Millionen Euro für den Bereich Medien auf.

Der Aufwand von rund 3,18 Millionen Euro bezog sich auf alle geleisteten Zahlungen im Bereich Inserate. Es handelte sich dabei um die Schaltung der Inserate selbst, und um alle dazu anfallenden Kosten bzw. Werbekooperationen. Einschaltungen im Social Media Bereich stiegen ab 2019 markant an.

Im Prüfzeitraum meldete der Konzern rund 1,55 Millionen Euro an die KommAustria gemäß dem Medienkooperations- und förderungs Transparenzgesetzes. Diese Summe errechnete der Stadtrechnungshof auf Basis der an ihn übermittelten Unterlagen.

Ausgaben Medien 2017 - 30.09.2019

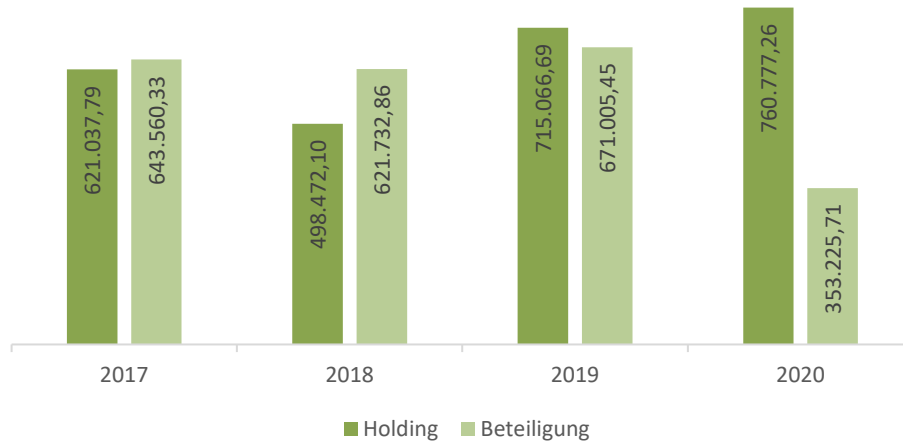


Die obige Grafik stellt einen groben Überblick der Gesamtausgaben für Inseratenschaltungen im Prüfzeitraum dar. Der Stadtrechnungshof gliederte die Ausgaben nach den einzelnen Jahren, der Holding Graz und den Beteiligungen. Darin enthalten waren auch jene Medienleistungen, die sie der KommAustria meldeten.

Auf Grund der weltweiten Corona Pandemie verzögerte sich die Prüfung. Dadurch erweiterte der Stadtrechnungshof, ausschließlich das Zahlenwerk betreffend, seine Prüfzeitraum auf bis zum 31.12.2020.

Die nachstehende Grafik bezieht sich daher auf die Jahre 2017 bis einschließlich 2020.

Ausgaben Medien 2017 - 2020



Die Ausgaben blieben über die Jahre hinweg in der ungefähr selben Höhe, ausgenommen das Jahr 2020. Auf Grund der Ausnahmesituation der Pandemie Covid-19 und den darauf folgend erhöhten Volumen an Anzeigen zur Kundmachung diverser Maßnahmen bzw. Einschränkungen war dies durchaus nachvollziehbar. Die Minderausgaben im Bereich Beteiligungen waren für den Stadtrechnungshof ebenfalls plausibel.

Unter Beteiligung waren in dieser Grafik einzelne Teilbereiche des Konzerns zu verstehen. In Summe (2017-2020) gab der Konzern rund 4,88 Millionen Euro für Inseratschaltungen und alle damit verbundenen Angelegenheiten aus.

3.4 Schaltete der Konzern vorwiegend in kommunalen Medien?

Die Holding Graz (samt kontrollierten Mehrheitsbeteiligungen) beauftragte rund 384 Anbieter im Medienbereich.

In Summe beauftragte die Holding Graz (inklusive Bestattung, Flughafen, Citycom, Ankünder und Freizeit) im Kontrollzeitraum rund 384 Anbieter im Medienbereich. Darunter befanden sich neben bundes- bzw. landesweiten Medien auch, diverse Pfarrblätter bzw. Bezirkszeitungen und Radiosender. Ein überwiegender Teil der Schaltungen fand in regionalen Medien statt und erfolgte größtenteils zielgruppenorientiert.

Die einzelnen Beteiligungen inserierten insbesondere in den fachspezifischen Medien, wie zum Beispiel der Flughafen in diversen Airport Magazinen oder die Freizeit GmbH in Natur- beziehungsweise Bergsportmagazinen.

Unter anderem gab es auch in der Obersteiermark Werbeeinschaltungen im Radio, um Bergsportbegeisterte direkter ansprechen zu können.

Die Holding Graz übermittelte dem Stadtrechnungshof mehrere Listen mit den einzelnen Werbeanbietern, aufgelistet nach Mehrheitsbeteiligungen. Da die einzelnen Mehrheitsbeteiligungen ihre Listen selbst erstellten, war eine Sichtung der Daten erst durch die Aufbereitung durch den Stadtrechnungshof möglich, da vor allem die Firmenwortlaute variierten.

Der Stadtrechnungshof stellt fest, dass es keine Gesamtaufstellung der einzelnen Werbefirmen konzernübergreifend gab, sondern nur Listen pro Jahr und Bereich.

Der Stadtrechnungshof empfiehlt,

- eine konzernweite einheitliche Sprache beziehungsweise Bezeichnung für Firmen zu verwenden um eine bessere Übersicht zu schaffen und eine genauere Überprüfbarkeit zu gewährleisten.

Stellungnahme der Holding Graz Kommunale Dienstleistungen GmbH:

Bei Beauftragungen im Medienbereich hat der Stadtrechnungshof die Verwendung konzernweit einheitlicher Firmenbezeichnungen der Medien empfohlen. Die Holding Graz hat für ihre Beteiligungen bereits mit der im August 2019 erlassenen Konzernrichtlinie „Marketing und Kommunikation“ ein Steuerungskriterium festgelegt, wonach eine solche einheitliche Bezeichnung zentral zu führen ist.



Die Mehrheit aller Werbeeinschaltungen buchte die Holding Graz und ihre Mehrheitsbeteiligungen im Grazer Raum.

Im Prüfzeitraum erkannte der Stadtrechnungshof jeweils in den Frühjahren einen Anstieg an Radioeinschaltungen und Inseraten für öffentliche Bäder durch vermehrte Ausgaben in diesem Bereich.

Es gab keine auffälligen Ausgaben für nationalweite Schaltungen, lediglich in einigen Wirtschaftsmagazinen inserierten Teilkonzerne. Die Flughafen Graz Betriebs GmbH inserierte in den Airport Magazinen auch im slowenischen Raum.

Die Mehrheit aller Werbeeinschaltungen passierte im Grazer Raum, speziell in Graz. Die gebuchten Medien passten zu Schwerpunktsetzungen der inserierenden Spartenbereiche und

Die Holding Graz inserierte häufig im Grazer oder der Woche und beauftragte somit im Prüfzeitraum am häufigsten die Tageszeitungen mit hoher Auflagezahl.



<https://epaper.meinbezirk.at/webreader/index.html?edit ion=STMKMehrheitsbeteiligungen>

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss, dass

- Schwerpunktsetzungen gemäß den Hauptthemen des Konzerns und der Beteiligungen sinnvoll ist,
- die vorgefundenen Inserate und verwendeten Medien den Erwartungen des Stadtrechnungshofes entsprachen.

3.5 Inserate und die Politik

Der Sprachgebrauch des Stadtrechnungshofes und des Gemeinderates war zu dem im Managementbereich Marketing unterschiedlich.

Die meisten Mitglieder des Gemeinderats und der Stadtrechnungshof verwendeten den Begriff „Holding“ als Umschreibung der Holding Graz - kommunale Dienstleistungen GmbH einschließlich aller ihrer Töchter- und Enkelbeteiligungen. Im Zuge der Kontrollen vor Ort stellte sich heraus, dass sich im internen Sprachgebrauch - insbesondere im Managementbereich Marketing - die Bezeichnung „Holding“ nur auf die Spartenbereiche nicht jedoch auf die Tochter- und Enkelbeteiligungen bezog.

Nur eine der im Grazer Gemeinderat vertretenen Parteien gab Bezirkszeitungen heraus.

Der Vorstandsbeschluss „Strategische Medienplanung neu“ vom 11. Dezember 2018

besagte, dass der Konzern grundsätzlich nicht in Medien politischer Parteien inserierte. Als Ausnahme galten die Bezirkszeitungen, da die einzelnen Geschäftsfelder des Konzerns hier zielgruppenorientierter Informationen und Angebote platzierten. Dies galt explizit ab Dezember 2018. Davor gab es nur das Verbot für PolitikerInnen Werbung.

Drei der zum Zeitpunkt der Kontrolle im Grazer Gemeinderat vertretenen Parteien gaben ein eigenes stadtweites Magazin heraus. Eine Partei hatte mehrere Bezirkszeitungen, eine weitere gab einen Newsletter (für Personen, die sich online anmeldeten) heraus und brachte nur anlassbezogen eine Zeitung heraus.

Der Konzern inserierte im Prüfzeitraum mehrmals in den Bezirkszeitungen. Dafür gab der Konzern insgesamt 6.670,16 Euro aus.

Ein (zum Zeitpunkt der Kontrolle ehemaliger) Mitarbeiter der Holding erteilte auf Anfrage einer politischen Partei die Auskunft, dass die Holding Graz „in keinen Bezirkszeitungen von Parteien inseriere.“

In einem E-Mail vom Oktober 2018 fragte ein Vertreter einer im Grazer Gemeinderat vertretenen Partei an, ob die Holding Graz Interesse an einem Inserat in einer - offenbar in unregelmäßigen Abständen erscheinenden - Bezirkszeitung habe. Ein (zum Zeitpunkt der Kontrolle ehemaliger) Mitarbeiter der Holding Graz antwortete darauf nach ca. 30 Minuten. Der Mitarbeiter der Holding beantwortete die Anfrage in einem Satz: „die Holding Graz inseriert grundsätzlich in keinen Bezirkszeitungen von Parteien.“

Warum der ehemalige Mitarbeiter der Holding Graz diese Auskunft erteilte kann der Stadtrechnungshof nicht feststellen. Es ist jedoch nicht gänzlich auszuschließen, dass der Grund hierfür im internen Sprachgebrauch der Holding Graz (der Begriff Holding Graz steht nur für die Sparten, nicht jedoch für die Tochter- und Enkelbeteiligungen) liegt. Dafür spricht, dass dazu befragt, Mitarbeiterinnen des Managementbereiches im Oktober 2020 mündlich dieselbe Auskunft erteilten. Erst auf Nachfrage des Stadtrechnungshofes konnte die interne Wortbedeutung aufgeklärt werden.

Der Vorstand der Holding Graz traf die explizite Klarstellung in Bezug auf die Ausnahme der Inserate in Bezirkszeitungen erst nach der Anfrage des Bezirksrates.

Der Stadtrechnungshof stellt fest, dass auf Grund der Ausnahme in Bezirkszeitungen zu inserieren (durch den Vorstandsbeschluss Dezember 2018), der Konzern nicht gegen das Verbot der Werbung für PolitikerInnen verstieß und sich an die internen Vorgaben hielt. Für das Jahr 2017 und bis September 2018 gab es keine expliziten Vorgaben oder Verbote zur Inserierung in Bezirkszeitungen.

4 Zusammenfassung der Empfehlungen

Der Stadtrechnungshof zieht den Schluss, dass

- dass die Holding durch den Beschluss ihre internen Vorgaben spezifiziert und transparenter darstellt,
- dass die Holding Graz mit der Überarbeitung ihrer Medienplanung im Sinne der Vorgaben des Magistrats dem Haus Graz Gedanken entsprechend gehandelt hat,
- dass die Holding Graz mit der Richtlinie eine transparente Vorgehensweise für die externe und interne Kommunikation festgelegt hat,
- dass durch die Zentralisierung der Preisverhandlungen mit den Medien Einsparungspotentiale gehoben werden können,
- dass die Holding Graz durch die Zentralisierung der Beauftragung bzw. der Vergabe von Kommunikationsmaßnahmen an Dritte eine geeignete interne Kontrollmaßnahme geschaffen hat,
- dass jeder Teilbereich eigene definierte Prozessvorgänge hat, die sich an die konzernweiten Vorgaben orientierten,
- dass mit der Dokumentation der Medienbuchungen über Sharepoint die Holding Graz die entsprechende Empfehlung des Stadtrechnungshofes umgesetzt hat,
- Schwerpunktsetzungen gemäß den Hauptthemen des Konzerns und der Beteiligungen sinnvoll ist,
- die vorgefundenen Inserate und verwendeten Medien den Erwartungen des Stadtrechnungshofes entsprachen.

Der Stadtrechnungshof empfiehlt,

- in diesem wie in allen ähnlich gelagerten Fällen in der Holding und ihren Beteiligungen das Risikomanagement zu prüfen und gegebenenfalls nachzuschärfen,
- eine konzernweite einheitliche Sprache beziehungsweise Bezeichnung für Firmen zu verwenden um eine bessere Übersicht zu schaffen und eine genauere Überprüfbarkeit zu gewährleisten.

5 Kontrollmethodik

5.1 Was ist Kontrolle?

Kontrolle ist immer ein Vergleich zwischen SOLL (z.B. Vorschriften oder Planungen) und IST (Fakten). Kontrollmaßstäbe verbinden das SOLL mit dem IST. Sie sind der „Filter“ mit dessen Hilfe das Kontrollteam die Ergebnisse der Prüftätigkeit analysiert und bewertet. Ein Kontrollmaßstab ist eine Mindeststandart. Ist er nicht erfüllt, kritisiert der Stadtrechnungshof das IST. Ist er erfüllt, muss daraus aber noch nicht zwingend ein Lob erfolgen.

5.2 Die Ordnungsmäßigkeit war der zentrale Kontrollmaßstab dieser Kontrolle.

Bei der Anwendung des Kontrollmaßstabs Ordnungsmäßigkeit beurteilt das Kontrollteam, ob die Angaben richtig und die Handlungen rechtmäßig waren. Zu Kritik führt eine Beurteilung nach diesem Maßstab, wenn

- die kontrollierten Unterlagen rechnerische Ungenauigkeiten, logische Fehler oder ungenaue Buchungstexte etc. aufweisen
- die kontrollierten Stellen Verfahrensregeln nicht eingehalten hatten
- die von den kontrollierten Stellen gewählte Auslegungen entgegen dem Zweck der angewendeten Bestimmungen erfolgte.

5.2.1 Zur Kontrolle herangezogene Unterlagen:

Der Stadtrechnungshof nahm direkte Einsicht in das SAP System der Holding Graz und der Beteiligungen. Weiters forderte er bei der Holding Graz weitere Unterlagen zu einzelnen Fragestellungen an.

5.3 Besprechungen

Das Erstgespräch fand am 16. Oktober 2019 mit dem Vorstandsvorsitzenden der Holding Graz, dem Spartenbereichsleiter Konzernsteuerung und Revision, sowie dem Leiter des Managementbereichs Marketing und einer Mitarbeiterin statt.

Im Zuge der Kontrolle kommunizierte der Stadtrechnungshof überwiegend mit dem Spartenbereichsleiter Konzernsteuerung und Revision. Angeforderte Unterlagen stellte die Holding Graz über eine Teambox oder direkt per Mail dem Stadtrechnungshof zur Verfügung.

Die Pandemie Covid-19 erschwerte die Prüftätigkeiten und verzögerte die Fertigstellung.

Die Schlussbesprechung fand am 03. Februar 2021 mit dem Vorstandsvorsitzenden

der Holding Kommunale Dienstleistungen GmbH, dem Managementbereichsleiter Marketing, der Stabstelleleitung Management und Beteiligungen (Gremien und Revision) und der Leitung der Revision statt.

Der Stadtrechnungshof versandte den Rohbericht am 12.02.2021 zur Stellungnahme. Diese erhielt der Stadtrechnungshof am 24.02.2021.

Kontrollieren und Beraten für Graz

Seit 1993 kontrolliert und berät der Stadtrechnungshof der Landeshauptstadt Graz unabhängig die finanziellen und wirtschaftlichen Aktivitäten der Stadtverwaltung. Seit 2011 ist er darüber hinaus die einzige Stelle, die in das gesamte Haus Graz, also die Stadtverwaltung und die Beteiligungen der Stadt Einblick nehmen darf.

Der vorliegende Bericht ist ein Kontrollbericht im Sinne des § 16 der Geschäftsordnung für den Stadtrechnungshof. Er kann personenbezogene Daten im Sinne des § 4 Datenschutzgesetz enthalten und dient zur Vorlage an den Kontrollausschuss.

Die Beratungen und die Beschlussfassung über diesen Bericht erfolgen gemäß dem Statut der Landeshauptstadt Graz 1967 in nichtöffentlicher und vertraulicher Sitzung.

Die Mitglieder des Kontrollausschusses werden daran erinnert, dass sie die Verschwiegenheitspflicht wahren und die ihnen in den Sitzungen des Kontrollausschusses zur Kenntnis gelangten Inhalte vertraulich zu behandeln haben.

Eine hinsichtlich der datenschutzrechtlichen Einschränkungen anonymisierte Fassung dieses Berichtes ist ab dem Tag der Vorlage an den Kontrollausschuss im Internet unter <http://stadtrechnungshof.graz.at> abrufbar.

Der Stadtrechnungshofdirektor
Mag. Hans-Georg Windhaber, MBA