



Rechnungshof
Österreich

Unabhängig und objektiv für Sie.

Bericht des Rechnungshofes

Ortsmarketing Lustenau GmbH

Reihe VORARLBERG 2018/6



Vorbemerkungen

Vorlage

Der Rechnungshof erstattet der Gemeindevertretung der Marktgemeinde Lustenau gemäß Art. 127a Abs. 6 Bundes-Verfassungsgesetz nachstehenden Bericht über Wahrnehmungen, die er bei einer Gebarungüberprüfung getroffen hat. Dieser Bericht wird inhalts- und zeitgleich dem Vorarlberger Landtag gemäß Art 127 Abs. 6 Bundes-Verfassungsgesetz in Verbindung mit § 18 Abs. 8 Rechnungshofgesetz 1948 vorgelegt.

Berichtsaufbau

In der Regel werden bei der Berichterstattung punktweise zusammenfassend die Sachverhaltsdarstellung (Kennzeichnung mit 1 an der zweiten Stelle der Textzahl), deren Beurteilung durch den Rechnungshof (Kennzeichnung mit 2), die Stellungnahme der überprüften Stelle (Kennzeichnung mit 3) sowie die allfällige Gegenüberung des Rechnungshofes (Kennzeichnung mit 4) aneinandergereiht. Das in diesem Bericht enthaltene Zahlenwerk beinhaltet allenfalls kaufmännische Auf- und Abrundungen.

Der vorliegende Bericht des Rechnungshofes ist nach der Vorlage über die Website des Rechnungshofes „<http://www.rechnungshof.gv.at>“ verfügbar.

IMPRESSUM

Herausgeber: Rechnungshof
1031 Wien,
Dampfschiffstraße 2
<http://www.rechnungshof.gv.at>

Redaktion und Grafik: Rechnungshof
Herausgegeben: Wien, im September 2018

AUSKÜNFTE

Rechnungshof
Telefon (+43 1) 711 71 - 8644
Fax (+43 1) 712 49 17
E-Mail presse@rechnungshof.gv.at

[facebook/RechnungshofAT](https://www.facebook.com/RechnungshofAT)
Twitter: @RHSprecher

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	4
Kurzfassung	7
Kenndaten	10
Prüfungsablauf und –gegenstand	10
Grundlagen	11
Gründung	11
Ziele und Strategien	12
Organisation	14
Organe	14
Geschäftsführung	14
Generalversammlung	16
Beirat	17
Kontrolle	20
Personal	21
Wirtschaftliche Lage	23
Jahresabschlüsse	23
Kennzahlen	26

Aufgabenerfüllung _____	27
Projekte _____	27
Zahlungsströme zwischen der Ortsmarketing GmbH und der Marktgemeinde Lustenau _____	29
Geschäftsbeziehungen zu Dritten _____	30
Zukünftige Ausrichtung _____	32
Schlussempfehlungen _____	35
Anhang: Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger _____	38

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Anzahl der Mitgliedsbetriebe der Lustenauer Marketing-Plattform _____	12
Tabelle 2:	Personalaufwand und Personalstand _____	21
Tabelle 3:	Finanzierung der Ortsmarketing GmbH _____	23
Tabelle 4:	Jahresergebnisse 2013 bis 2016 _____	23
Tabelle 5:	Kennzahlen _____	26
Tabelle 6:	Vergleich der tatsächlichen und der budgetierten Projekterlöse und –aufwendungen _____	27
Tabelle 7:	Projekte der Ortsmarketing GmbH 2013 bis 2016 _____	28
Tabelle 8:	Zahlungsströme zwischen der Ortsmarketing GmbH und der Marktgemeinde Lustenau _____	29
Tabelle 9:	Geschäftsvolumen der Ortsmarketing GmbH mit im Beirat vertretenen Rechtsträgern _____	30

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
Art.	Artikel
BGBI.	Bundesgesetzblatt
bspw.	beispielsweise
bzw.	beziehungsweise
EUR	Euro
exkl.	exklusive
GmbH	Gesellschaft mit beschränkter Haftung
GmbH–Gesetz	Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung, RGBl. Nr. 58/1906 i.d.g.F.
GZ	Geschäftszahl
i.d.g.F.	in der geltenden Fassung
inkl.	inklusive
LGBl.	Landesgesetzblatt
lit.	litera
mbH	mit beschränkter Haftung
Nr.	Nummer
Ortsmarketing GmbH	Ortsmarketing Lustenau GmbH
rd.	rund
RGBl.	Reichsgesetzblatt
RH	Rechnungshof
TZ	Textzahl(en)
u.a.	unter anderem
URG	Unternehmensreorganisationsgesetz, BGBl. I Nr. 114/1997 i.d.g.F.
USt	Umsatzsteuer
usw.	und so weiter

Bericht des Rechnungshofes

Ortsmarketing Lustenau GmbH



VBÄ Vollbeschäftigungsäquivalente(n)

Z Ziffer
z.B. zum Beispiel

Bericht des Rechnungshofes

Ortsmarketing Lustenau GmbH



Wirkungsbereich

Marktgemeinde Lustenau

Ortsmarketing Lustenau GmbH

Kurzfassung

Der RH überprüfte im Oktober 2017 die Gebarung der Ortsmarketing Lustenau GmbH (**Ortsmarketing GmbH**).

Ziel der Überprüfung war die Beurteilung

- der Strategie und Ziele,
- der Organisation und Kontrolle,
- der wirtschaftlichen Lage sowie
- der Aufgabenerfüllung der Ortsmarketing GmbH.

Der Prüfungsgegenstand wurde aufgrund einer Stichprobe nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Der Überprüfungszeitraum umfasste im Wesentlichen die Jahre 2013 bis 2016. (**TZ 1**)

Grundlagen

Die Ortsmarketing GmbH führte Aktivitäten (Magazin „Lebens.Lust“, Gutscheinkaktionen usw.) und Veranstaltungen (Freiluftkonzerte, Märkte, Messen usw.) zur Förderung von Lustenauer Betrieben durch. (**TZ 2**)

Die Aufgaben sowie die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der Ortsmarketing GmbH waren nicht klar festgelegt. Das Aufgabengebiet der Ortsmarketing GmbH war nicht strikt von jenem der Marktgemeinde Lustenau abgegrenzt. Dies führte zu einem uneinheitlichen Erscheinungsbild sowie zu einem unklaren Profil der Ortsmarketing GmbH. (**TZ 17**)

Die Gesellschaft entwickelte in unregelmäßiger Abfolge Strategiekonzepte, ohne dafür die erforderlichen Beschlüsse von Geschäftsführung und Beirat zu erwirken. Eine Quantifizierung der festgelegten Unterziele erfolgte ebenso wenig wie eine Festlegung der für die Messung dieser Ziele heranzuziehenden Indikatoren. (TZ 3)

Organisation

Die Ortsmarketing GmbH erstellte keine gemäß „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ verpflichtend vorgesehenen Mehrjahresplanungen. Der Bürgermeister vertrat die Marktgemeinde Lustenau in der Generalversammlung der Ortsmarketing GmbH, obwohl die Gemeindevertretung keinen dahingehenden Beschluss gefasst hatte. (TZ 5, TZ 6)

Die Fachbeiratsmitglieder deckten lediglich vier der im Gesellschaftsvertrag angeführten acht Themenbereiche ab. Die Befugnisse des Beirats gingen weit über die von der Marktgemeinde Lustenau beabsichtigte rein beratende Funktion hinaus. (TZ 7, TZ 8)

Wirtschaftliche Lage

Die Jahresergebnisse der Ortsmarketing GmbH waren trotz beträchtlicher Subventionen stets negativ (Ausnahme: 2013). Im Zeitraum 2013 bis 2016 deckten die durchschnittlichen Lieferungs- und Leistungserlöse sowie die sonstigen betrieblichen Erträge die Aufwendungen der Gesellschaft nur zu 30,9 % ab. Im Jahr 2016 bestand für die Ortsmarketing GmbH Reorganisationsbedarf. (TZ 12, TZ 13)

In den Jahren 2013 bis 2016 lagen die von der Marktgemeinde Lustenau für die Ortsmarketing GmbH veranschlagten jährlichen Subventionen zwischen 206.400 EUR und 333.100 EUR. In einzelnen Jahren konnte die Ortsmarketing GmbH die von der Marktgemeinde budgetierten Werte nicht. (TZ 12)

Aufgabenerfüllung

Die budgetierten Projekterlöse und –aufwendungen lagen im Zeitraum 2013 bis 2016 zum Teil erheblich über den IST–Werten, zumal planbare Maßnahmen unberücksichtigt blieben. Die Ortsmarketing GmbH verfügte über kein laufendes Budgetcontrolling. (TZ 14)

Die Ortsmarketing GmbH hatte der Marktgemeinde Lustenau die von ihr erhaltenen Leistungen nicht zur Gänze abgegolten (bspw. Buchhaltung, Personalverrechnung, Online–Auftritt). Die Gesellschaft hatte nicht festgelegt, unter welchen Voraussetzungen bei Auftragsvergaben mehrere Angebote einzuholen waren. Die

Beiratsmitglieder konnten im Einzelfall über sie selbst betreffende Aufträge im Beirat mitstimmen. (TZ 15, TZ 16)

Während des Überprüfungszeitraums 2013 bis 2016 hatte die Marktgemeinde Lustenau weder eine Weiterführung ihres Ortsmarketings in Form einer GmbH noch die damit verbundenen Vor- und Nachteile hinterfragt. Die Ortsmarketing GmbH hielt die rechtlichen Vorgaben für die Führung einer GmbH nur teilweise ein. (TZ 17)

Empfehlungen

Die wesentlichen Empfehlungen betrafen

- die Festlegung eines neuen Zielsystems im Sinne des Gesellschaftsvertrags und das Orientieren der bereitgestellten finanziellen und personellen Ressourcen daran,
- die Festlegung des Beirats als rein beratendes Organ oder, sofern es die zukünftige Ausrichtung der Gesellschaft erfordert, die Einrichtung eines Aufsichtsrats sowie
- die Festlegung der Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der Ortsmarketing GmbH im Einvernehmen mit der Marktgemeinde Lustenau, die Vornahme einer durchgängigen Abgrenzung der Gesellschaftsaufgaben zur Marktgemeinde Lustenau und damit verbunden die Schärfung des Gesellschaftsprofils oder die Eingliederung der Ortsmarketing GmbH in den Haushalt der Marktgemeinde Lustenau. (TZ 18)

Kenndaten

Ortsmarketing Lustenau GmbH	
Grundlagen	Gesellschaftsvertrag vom 13. März 2006 GmbH-Gesetz, RGBl. Nr. 58/1906 i.d.g.F. Gesetz über die Organisation der Gemeindeverwaltung, LGBl. Nr. 40/1985 i.d.g.F.
Gesellschafterin	Marktgemeinde Lustenau (100 %)
Stammkapital	35.000 EUR (zur Gänze eingezahlt)
Unternehmensgegenstand	Orts- und Tourismusmarketing sowie Wirtschaftsförderungen
Organe	Geschäftsführung, Generalversammlung, Beirat

Gebarungsentwicklung	2013	2014	2015	2016
	in EUR			
Bilanzsumme	341.798	322.450	289.491	282.118
Betriebsleistung	320.625	363.079	437.958	515.026
Jahresergebnis	260	-21.662	-48.485	-37.070
	in VBÄ			
Bedienstete	1,5	1,5	2,5	2,5

Quelle: Ortsmarketing Lustenau GmbH

Prüfungsablauf und –gegenstand

1 (1) Der RH überprüfte im Oktober 2017 die Gebarung der Ortsmarketing Lustenau GmbH (**Ortsmarketing GmbH**).

Ziel der Überprüfung war die Beurteilung

- der Strategie und Ziele,
- der Organisation und Kontrolle,
- der wirtschaftlichen Lage sowie
- der Aufgabenerfüllung der Ortsmarketing GmbH.

Der Prüfungsgegenstand wurde aufgrund einer Stichprobe nach dem Zufallsprinzip ausgewählt. Dieses Verfahren bezieht auch Rechtsträger ein, die ansonsten nach dem risikoorientierten Auswahlverfahren (z.B. wegen ihres geringen Gebarungsumfangs) nicht überprüft würden. Der RH wendet dieses Verfahren an, um seine präventive und beratende Wirkung zu verstärken.

Der Überprüfungszeitraum umfasste im Wesentlichen die Jahre 2013 bis 2016.

(2) Zu dem im Februar 2018 übermittelten Prüfungsergebnis nahmen die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH im April 2018 gemeinsam Stellung. Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH hielten darin fest, dass die Ortsmarketing eine kleine GmbH mit im Prüfungszeitraum ein bis drei Beschäftigten sowie Umsatzerlösen zwischen 166.903 EUR und 407.568 EUR sei, was bei der Beurteilung der Gesellschaft und den vorgeschlagenen Maßnahmen zu berücksichtigen sei. Die Marktgemeinde Lustenau sei ebenso wie die Ortsmarketing GmbH bestrebt, die Rechtsvorschriften einzuhalten. Dies sei durch den Beschluss einer Geschäftsordnung für die Geschäftsführung und einer Geschäftsordnung für den Beirat belegt. Bis auf wenige formelle Mängel – einer sei bereits behoben – würden die Rechtsvorschriften eingehalten.

(3) Der RH erstattete seine Gegenäußerungen im August 2018.

Grundlagen

Gründung

2 (1) In der Gemeindevertretungssitzung vom 15. November 2001 beschloss die Marktgemeinde Lustenau die Gründung der in ihrem Alleineigentum stehenden Ortsmarketing GmbH.

(2) Gemäß Gesellschaftsvertrag war der Unternehmensgegenstand das Orts- und Tourismusmarketing, insbesondere

- die (wirtschaftliche) Förderung der Lustenauer Betriebe,
- die Planung und Durchführung von Veranstaltungen,
- die Stärkung der Marktgemeinde Lustenau als Tourismus- und Wirtschaftsstandort (z.B. Förderung von Betriebsneuanstellungen) sowie
- die Wahrnehmung der für ein Tourismusbüro üblichen Aktivitäten.

Laut Firmenbuch umfasste ihre Tätigkeit das Ortsmarketing der Marktgemeinde Lustenau sowie Wirtschaftsförderungen. In der Praxis führte die Ortsmarketing GmbH insbesondere Aktivitäten (Magazin „Lebens.Lust“, Gutscheinkaktionen usw.) und Veranstaltungen (Freiluftkonzerte, Märkte, Messen usw.) durch.

Zudem hatte die Ortsmarketing GmbH die Möglichkeit, die Vorsteuer geltend zu machen.

Ziele und Strategien

3.1

(1) Die Geschäftsführung der Ortsmarketing GmbH entwickelte in unregelmäßiger Abfolge Strategiekonzepte. Darüber hinaus hielt sie in den Jahren 2007, 2012 und 2014 Ziel- und Strategieworkshops ab. Obwohl laut „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ Unternehmensstrategien und –ziele von der Geschäftsführung nach Zustimmung des Beirats zu beschließen waren, fehlten entsprechende Beschlüsse der Geschäftsführung und des Beirats.

(2) Die Ortsmarketing GmbH legte für ihre Aktivitäten und Veranstaltungen Unterziele fest, wie z.B. Zufriedenheit der Mitglieder, Etablierung eines starken Netzwerks, Schaffung eines guten Branchenmix und Bindung der Kaufkraft. Eine Quantifizierung der angestrebten Unterziele erfolgte ebenso wenig wie eine Festlegung der für die Messung dieser Ziele heranzuziehenden Indikatoren. Zur Beurteilung des erzielten Erfolgs setzte die Ortsmarketing GmbH vereinzelt Feedbackgespräche und standardisierte Fragebögen ein.

Aus den Unterzielen leitete die Ortsmarketing GmbH strategische Maßnahmen (bspw. die Durchführung von Netzwerkveranstaltungen oder die Unterstützung bei betriebsübergreifenden Projekten zur Stärkung des „Wir-Gefühls“) ab, aus denen sie konkrete Projekte, wie z.B. die Verteilung von Sammelpässen, die Abwicklung von Rabattwochen und die Organisation von Bildungsveranstaltungen, entwickelte.

(3) Im Jahr 2012 legte die Geschäftsführung der Ortsmarketing GmbH als oberstes Ziel fest, die Anzahl der Mitgliedsbetriebe an der Lustenauer Marketing-Plattform zu steigern bzw. diese zumindest konstant zu halten. Die Lustenauer Marketing-Plattform war ein loser Zusammenschluss von Lustenauer Betrieben (Mitgliedsbetriebe) ohne eigene Rechtspersönlichkeit. Sie finanzierte die Ortsmarketing GmbH zum Teil, führte jedoch keine eigenen Aktivitäten und Veranstaltungen durch.

Die Entwicklung der Anzahl der Mitgliedsbetriebe zeigt die nachfolgende Tabelle:

Tabelle 1: Anzahl der Mitgliedsbetriebe der Lustenauer Marketing-Plattform

	2013	2014	2015	2016	Veränderung 2013 bis 2016
	Anzahl				in %
Mitgliedsbetriebe	204	218	228	235	15,2

Quelle: Ortsmarketing GmbH

(4) Der von der Ortsmarketing GmbH vereinnahmte jährliche Mitgliedsbeitrag betrug für die an der Lustenauer Marketing-Plattform teilnehmenden Betriebe zuletzt einheitlich 130 EUR (exkl. USt). Für einzelne Aktivitäten und Veranstaltungen hob die Ortsmarketing GmbH gesondert Beiträge ein. Die jährlichen Beiträge konnten die Aufwendungen für die Aktivitäten und Veranstaltungen nicht abdecken (TZ 14).

3.2

(1) Der RH bemängelte, dass die Geschäftsführung und der Beirat der Ortsmarketing GmbH die von der Geschäftsführung und bei Workshops entwickelten Strategiekonzepte nicht beschlossen hatten und somit offenblieb, welche strategischen Zielsetzungen die Ortsmarketing GmbH verbindlich verfolgte.

(2) Der RH wies kritisch darauf hin, dass die Ortsmarketing GmbH aus den festgelegten (Unter)Zielen keine Indikatoren zu deren Messung ableitete und sie daher auch keine Evaluierung der Zielerreichung vornehmen konnte.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, aus dem Zielsystem Indikatoren zur Messung der Zielerreichung sowie Ausgangs- und Zielwerte abzuleiten, um in weiterer Folge den Zielerreichungsgrad messen zu können.

(3) Darüber hinaus kritisierte der RH, dass das oberste Ziel der Ortsmarketing GmbH, die Anzahl der Mitgliedsbetriebe an der Lustenauer Marketing-Plattform zu erhöhen bzw. zumindest konstant zu halten, kein ihrem Unternehmensgegenstand adäquates Oberziel darstellte.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, ein neues Zielsystem im Sinne ihres Gesellschaftsvertrags festzulegen und daran die bereitgestellten finanziellen und personellen Ressourcen zu orientieren.

(4) Der RH stellte fest, dass sich die Ortsmarketing GmbH und die Mitgliedsbetriebe der Lustenauer Marketing-Plattform – abgesehen von Einzelaktivitäten – dem Mitgliedsgedanken und damit im Wesentlichen dem System weitgehend leistungsunabhängiger Mitgliedsbeiträge – ähnlich wie bei Vereinen – verpflichteten.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, die Umstellung vom Mitgliedsgedanken (Bezahlung für die Mitgliedschaft) auf das Leistungsprinzip (Bezahlung für Leistungen) zu erwägen und die mit dem Umstieg verbundenen finanziellen Folgen (Leistungsentgelte statt Mitgliedsbeiträge) zu prüfen.

3.3 Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH teilten in ihrer Stellungnahme mit, dass sie die Inhalte und die gesellschaftspolitischen Zielsetzungen der Ortsmarketing GmbH der für den Beirat beschlossenen Geschäftsordnung (§ 1) entnehmen würden.

Sie hielten weiters fest, dass die Anzahl der Mitgliedsbetriebe an der Lustenauer Marketing-Plattform als übergeordneter Gradmesser für die Zufriedenheit der Unternehmen mit dem von der Gesellschaft bereitgestellten Angebot anzusehen sei und damit als dem Unternehmensgegenstand entsprechendes Ziel verstanden würde.

3.4 Der RH entgegnete der Ortsmarketing GmbH, dass § 1 Geschäftsordnung für den Beirat zwar mit „geschäftspolitische Zielsetzung“ betitelt war. Dieser Paragraph enthielt aber nur allgemeine Feststellungen, stellte jedoch keine Strategie bzw. Geschäftspolitik im Sinne einer gesellschaftlichen Zielbildung und Strategiefindung dar. Dies war auch daran ersichtlich, dass die geschäftspolitische Zielsetzung seit 2008 unverändert war.

Der RH hielt daher seine Ansicht aufrecht, dass das oberste Ziel der Ortsmarketing GmbH, die Anzahl der Mitgliedsbetriebe an der Lustenauer Marketing-Plattform zu erhöhen bzw. zumindest konstant zu halten, kein ihrem Unternehmensgegenstand adäquates Oberziel darstellte. Dies insofern, als dieses Ziel keinen Rückschluss auf die Eignung und Wirkung der von der Ortsmarketing GmbH durchgeführten Leistungen zuließ.

Organisation

Organe

4 Als Organe der Ortsmarketing GmbH fungierten die Geschäftsführung, die Generalversammlung sowie der Beirat; ein Aufsichtsrat war nicht bestellt.

Geschäftsführung

5.1 (1) Im Überprüfungszeitraum 2013 bis 2016 vertraten jeweils eine alleinvertretungsberechtigte Geschäftsführerin bzw. ein alleinvertretungsberechtigter Geschäftsführer die Ortsmarketing GmbH.

(2) Die „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ verwies hinsichtlich der Zusammensetzung, der Bestellung und der Funktionsdauer der Geschäftsführung auf die Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags. Im Gesellschaftsvertrag fehlten jedoch Regelungen zur Funktionsdauer.

Weiters hatte die Geschäftsführung neben den im Gesellschaftsvertrag vorgesehenen Fällen auch für die im „Anhang A“ dieser Geschäftsordnung angeführten Geschäfte die Zustimmung des Beirats einzuholen. Ein solcher Anhang fehlte jedoch.

(3) Obwohl die Geschäftsführung gemäß ihrer Geschäftsordnung verpflichtend Mehrjahresplanungen zu erstellen hatte, unterblieb dies.

(4) Gemäß ihrer Geschäftsordnung hatte die Geschäftsführung ihre im Voraus festgelegten Sitzungen einzuberufen. Jede Sitzung war zu protokollieren und von der Geschäftsführung zu unterfertigen. Im Überprüfungszeitraum 2013 bis 2016 fanden keine Geschäftsführungssitzungen statt.

5.2

Der RH kritisierte, dass die „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ weder vollständig noch nachvollziehbar war (Verweis auf nicht existente Regelungen im Anhang und im Gesellschaftsvertrag). Außerdem war die Geschäftsordnung auf eine Mehrpersonengeschäftsführung ausgerichtet (z.B. Einberufung von Geschäftsführungssitzungen), obwohl im Zeitraum 2013 bis 2016 nur jeweils eine Alleingeschäftsführerin bzw. ein Alleingeschäftsführer bestellt war.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, die „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ zu überarbeiten sowie klar und abschließend zu regeln. Dabei wären insbesondere der Umfang und die Art der zustimmungspflichtigen Geschäfte eindeutig festzulegen.

Der Marktgemeinde Lustenau empfahl der RH, die Modalitäten für die Bestellung der Geschäftsführung klar zu regeln.

Der RH kritisierte, dass die Ortsmarketing GmbH keine Mehrjahresplanungen durchführte.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, die verpflichtend vorgesehenen und darüber hinaus zweckmäßigen Mehrjahresplanungen zukünftig durchzuführen.

5.3

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH sagten in ihrer Stellungnahme zu, ab 2019 eine Mehrjahresplanung zu erstellen. Sie hielten allerdings fest, dass Mehrjahresplanungen mangels Erlasses einer Geschäftsordnung mit einer entsprechenden Vorgabe rechtlich nicht verpflichtend seien.

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH hielten weiters fest, dass Bestellung, Vertretungsbefugnis und Zusammensetzung der Geschäftsführung im Gesellschaftsvertrag in Verbindung mit dem GmbH-Gesetz ausreichend bestimmt seien. Die Funktionsdauer sei im Geschäftsführungsvertrag festgelegt.

- 5.4** Der RH entgegnete der Ortsmarketing GmbH, dass sich eine rechtliche Verpflichtung der Geschäftsführung zur Erstellung von Mehrjahresplanungen aus der Anordnung des Beirats aus dem Jahr 2008 ergab. Demnach hätte sich die Geschäftsführung zur Erstellung von Mehrjahresplanungen verpflichten müssen, hatte dies jedoch unterlassen.

Generalversammlung

- 6.1** Laut Gesellschaftsvertrag fasste die Generalversammlung jene Beschlüsse, die nach dem Gesetz den Gesellschaftern vorbehalten waren.

§ 66 Abs. 3 Gesetz über die Organisation der Gemeindeverwaltung in Vorarlberg¹ legte ausdrücklich fest, dass dem Bürgermeister im eigenen Wirkungsbereich der Gemeinde zwar die Vertretung der Gemeinde nach außen oblag, dies jedoch nicht die Vertretung der Gemeinde in Organen juristischer Personen umfasste. Gemäß § 50 Abs. 1 lit. b Z 9 Gesetz über die Organisation der Gemeindeverwaltung bedurfte die Entsendung von Vertreterinnen und Vertretern der Gemeinde in Organe sonstiger juristischer Personen eines Beschlusses der Gemeindevertretung.

Der Bürgermeister vertrat die Marktgemeinde Lustenau in der Generalversammlung der Ortsmarketing GmbH, ohne dass die Gemeindevertretung einen dahingehenden Beschluss gefasst hatte.

Im Zeitraum 2013 bis 2016 stellte die Generalversammlung die Jahresabschlüsse fest und beschloss die Verwendung der Bilanzgewinne sowie die Bestellung und die jährliche Entlastung der Geschäftsführung. Sämtliche Beschlüsse erfolgten im Umlaufwege.

- 6.2** Der RH kritisierte, dass der Bürgermeister die Marktgemeinde Lustenau in der Generalversammlung der Ortsmarketing GmbH vertrat, obwohl die Gemeindevertretung keinen dahingehenden Beschluss gefasst hatte.

Der RH empfahl der Marktgemeinde Lustenau, den fehlenden Gemeindevertretungsbeschluss, eine Gemeindevertreterin bzw. einen Gemeindevertreter in die Generalversammlung zu entsenden, nachzuholen.

¹ LGBl. Nr. 40/1985 i.d.g.F.

- 6.3** Laut Stellungnahme der Marktgemeinde Lustenau und der Ortsmarketing GmbH habe die Gemeindevertretung am 14. Dezember 2017 beschlossen, den amtierenden Bürgermeister als Vertreter der Marktgemeinde Lustenau in die Generalversammlung der Ortsmarketing GmbH zu entsenden.

Beirat

Mitglieder

- 7.1** (1) Der Beirat der Ortsmarketing GmbH war im Gesellschaftsvertrag verankert. Er übte seine Tätigkeit ohne Vergütung (ehrenamtlich) nach Maßgabe des Gesellschaftsvertrags und der „Geschäftsordnung für den Beirat“ aus.

(2) Gemäß § 8 Gesellschaftsvertrag hatte jede im Gemeindevorstand vertretene Fraktion einen Sitz im Beirat (politischer Beirat). Der Bürgermeister und der Vizebürgermeister hatten darin jedenfalls einen Sitz.

(3) Der Beirat hatte darüber hinaus acht weitere Mitglieder (Fachbeiratsmitglieder) zu umfassen, denen jeweils ein Themenbereich (Industrie, Gewerbe/Handwerk, Gastronomie, Dienstleistung, Handel, Jugend/Kultur, Soziales und Bildung) zuzuordnen war. Im Zeitraum 2013 bis 2016 repräsentierten die Beiräte nur vier der acht Themenbereiche.

(4) Der Beiratsvorsitzende war der Bürgermeister. Laut Gesellschaftsvertrag übten sämtliche Beiratsmitglieder ihre Tätigkeit auf unbestimmte Dauer aus. In der Praxis war die Mitgliedschaft der politischen Beiräte an ein Gemeinderatsmandat gebunden. Die „Geschäftsordnung für den Beirat“ sah keine Abberufung der Beiratsmitglieder vor.

Der Beirat fasste seine Beschlüsse mit einfacher Mehrheit. Jedem Beiratsmitglied kam eine Stimme zu. Der Beirat war laut „Geschäftsordnung für den Beirat“ ab Ende 2015 mindestens halbjährlich (davor mindestens viermal jährlich) einzuberufen. Im Jahr 2013 hielt der Beirat zwei Sitzungen ab.

- 7.2** (1) Der RH merkte kritisch an, dass die Fachbeiratsmitglieder lediglich vier der im Gesellschaftsvertrag angeführten acht Themenbereiche abdeckten.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, der im Beirat vorgesehenen Abdeckung von acht Themenbereichen durch die Bestellung von acht zum jeweiligen Thema kundigen Fachexpertinnen bzw. Fachexperten zu entsprechen.

(2) Der RH wies darauf hin, dass der Beiratsvorsitzende durch die Bestellung der Fachbeiratsmitglieder umfassende Kompetenzen innehatte. Zudem stellte er fest, dass die Bestellung der Beiratsmitglieder auf unbestimmte Dauer nicht zweckmäßig war.

Der RH empfahl der Marktgemeinde Lustenau, die Funktionsdauer der Beiratsmitglieder gesellschaftsvertraglich auf die Dauer der jeweiligen Funktionsperiode des Gemeindevorstands zu beschränken.

(3) Der RH kritisierte, dass der Beirat der Ortsmarketing GmbH im Jahr 2013 lediglich zwei anstatt der vorgesehenen vier Sitzungen abhielt.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, die laut „Geschäftsordnung für den Beirat“ erforderliche Mindestanzahl an Beiratssitzungen einzuhalten.

7.3

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH teilten in ihrer Stellungnahme mit, dass die Fachbeiratsmitglieder nachweislich sieben, in den Übergangsperioden zumindest sechs, der acht angeführten Themenbereiche abgedeckt hätten. Darüber hinaus habe der Leiter der Abteilung Wirtschaft der Marktgemeinde Lustenau als „profunder Kenner“ der wirtschaftlichen Entwicklung der Marktgemeinde Lustenau den Themenschwerpunkt Handel vertreten.

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH wiesen weiters darauf hin, dass gemäß § 8 Abs. 5 des Gesellschaftsvertrags sowie § 7 Abs. 1 der Geschäftsordnung für den Beirat dieser mindestens einmal im Kalenderhalbjahr einzuberufen sei. Dies sei auch 2013 erfolgt.

7.4

Der RH entgegnete der Ortsmarketing GmbH, dass die Geschäftsführung dem RH am 9. Oktober 2017 mitteilte und zur Zeit der Gebarungsüberprüfung zusätzlich schriftlich bestätigte, dass die Themenbereiche Dienstleistung, Handel, Soziales und Bildung über keine zugeordneten Fachbeiräte verfügen würden.

Zur Vorgabe, wonach die „Geschäftsordnung für den Beirat“ zumindest eine Beiratssitzung je Kalenderhalbjahr vorsehe, hielt der RH fest, dass diese Bestimmung erst ab Ende 2015, aber nicht für das Jahr 2013 galt. Er verblieb daher bei seiner Empfehlung, die laut Geschäftsordnung für den Beirat erforderliche Mindestanzahl an Beiratssitzungen einzuhalten.

Kompetenzen

8.1

(1) Der Beirat der Ortsmarketing GmbH hatte u.a. beratende Funktion und konnte gegenüber der Gesellschaft bzw. der Geschäftsführung Empfehlungen abgeben. Darüber hinaus hatte er das Recht, sämtliche Bücher und Aufzeichnungen der Gesellschaft einzusehen und zu überprüfen bzw. konnte er dies besonderen Sachverständigen überlassen. Weiters konnte er von der Geschäftsführung umfassende Berichte verlangen. Die Sitzungen des Beirats waren zu protokollieren.

(2) Laut Gesellschaftsvertrag war die vorherige Anhörung des Beirats für all jene Maßnahmen und Geschäfte erforderlich, die „über den gewöhnlichen Geschäftsbetrieb hinausgingen oder mit denen ein außergewöhnliches Risiko verbunden war“. Weiters hatte der Beirat taxativ aufgezählten Rechtsgeschäften (in Anlehnung an die aufsichtsratspflichtigen Geschäfte gemäß § 30j GmbH–Gesetz², wie z.B. die Veräußerung von Betriebsvermögen im Wert von über 5.000 EUR bzw. die Aufnahme oder Gewährung von Darlehen und Krediten) zuzustimmen.

(3) Laut Geschäftsordnung konnte der Beirat durch Beschluss aus seiner Mitte auch Ausschüsse für besondere Aufgaben bilden. Im Zeitraum 2013 bis 2016 richtete der Beirat keine Ausschüsse ein.

(4) Gemäß § 20 Abs. 2 GmbH–Gesetz konnten die Gesellschafter einer GmbH, neben einem Aufsichtsrat oder in Ermangelung eines solchen, andere Organe wie z.B. einen Beirat einrichten. Bestand für die GmbH keine Aufsichtsratspflicht, konnte die Gesellschaft im Gesellschaftsvertrag die Bestellung eines Aufsichtsrats vorsehen. Richtete sie vertraglich ein Organ ein, auf welches die gesetzlich typisierten Funktionsmerkmale des Aufsichtsrats zutrafen, war dieses den diesbezüglichen gesetzlichen Vorschriften und den daran anknüpfenden Rechtsfolgen (Anzahl der jährlichen Gremiumssitzungen, Billigung des Jahresabschlusses usw.) zu unterstellen.

Ein aufsichtsratsähnliches Organ lag vor, wenn die Gesellschafterversammlung diesem die Kernkompetenzen eines Aufsichtsrats zuwies. Zu diesen zählten neben der Kontroll- und Überwachungsfunktion sowie der ausnahmsweisen Vertretungstätigkeit der Gesellschaft insbesondere die Zustimmungsvorbehalte gemäß § 30j GmbH–Gesetz.

Laut Mitteilung der Marktgemeinde Lustenau sei die Einrichtung eines Aufsichtsrats zu keinem Zeitpunkt beabsichtigt gewesen. Der Beirat sollte hauptsächlich beratend wirken.

² RGBL. Nr. 58/1906 i.d.g.F.

8.2 Der RH stellte fest, dass die Befugnisse des Beirats der Ortsmarketing GmbH weit über die von der Marktgemeinde beabsichtigte rein beratende Funktion hinausgingen. Aus Sicht des RH waren die Kernkompetenzen eines Aufsichtsrats weitgehend erfüllt.

Der RH empfahl der Marktgemeinde Lustenau, die Funktion des Beirats als rein beratendes Organ festzulegen oder, sofern es die zukünftige Ausrichtung der Gesellschaft erfordert, einen Aufsichtsrat einzurichten.

8.3 Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH teilten in ihrer Stellungnahme mit, dass laut der von ihnen eingeholten Rechtsauskunft der Beirat der Ortsmarketing GmbH gerade nicht als „aufsichtsratsähnliches Gremium“ zu qualifizieren sei. Insbesondere die Zusammensetzung, die Bestellung und die halbjährlichen Sitzungen würden eher für einen Beirat als für ein aufsichtsratsähnliches Gremium sprechen.

8.4 Der RH verwies in seiner Gegenäußerung darauf, dass ihm diese Rechtsauskunft bereits zur Zeit der Gebarungüberprüfung vorlag. Er entgegnete der Marktgemeinde Lustenau, dass die im Gesellschaftsvertrag der Ortsmarketing GmbH für den Beirat festgelegten Kontroll- und Überwachungsfunktionen mitunter wortident oder sinngemäß dem § 30j GmbH-Gesetz (Regelung zum Aufsichtsrat) entsprachen und vereinzelt sogar darüber hinausgingen. Der Beirat verfügte demnach weitgehend über die Kernkompetenzen eines Aufsichtsrats. Der RH verblieb daher bei seiner Empfehlung, die Funktion des Beirats als rein beratendes Organ festzulegen oder, sofern es die zukünftige Ausrichtung der Gesellschaft erfordert, einen Aufsichtsrat einzurichten.

Kontrolle

9.1 Die Ortsmarketing GmbH unterlag neben der Prüfungszuständigkeit des RH und gegebenenfalls des Landes-Rechnungshofes Vorarlberg³ jener des Prüfungsausschusses der Marktgemeinde Lustenau⁴ und hinsichtlich der vom Land gewährten Förderungen jener des Landes Vorarlberg. Darüber hinaus konnte die Abteilung Gebarungskontrolle des Amtes der Vorarlberger Landesregierung im Rahmen einer

³ Der Landtag oder sein Kontrollausschuss und die Landesregierung hatten das Recht, vom Landes-Rechnungshof die Prüfung der Gebarung von bestimmten Gemeinden, von mit ihnen im Sinne des Art. 69 Abs. 4 lit. b Verfassungsgesetz über die Verfassung des Landes Vorarlberg organisatorisch verknüpften Stiftungen, Fonds und Anstalten, von Unternehmungen, die von ihnen im Sinne des Art. 69 Abs. 4 lit. c Verfassungsgesetz über die Verfassung des Landes Vorarlberg beherrscht wurden, sowie von öffentlich-rechtlichen Körperschaften mit Mitteln der Gemeinde zu verlangen, soweit diese Gemeinden mindestens 10.000 Einwohnerinnen und Einwohner hatten und im Vergleich mit anderen Gemeinden über eine auffällige Entwicklung bei Schulden oder Haftungen verfügten; ein solches Verlangen durfte in jedem Jahr sowohl vom Landtag oder seinem Kontrollausschuss als auch von der Landesregierung jeweils nur zweimal gestellt werden.

⁴ Beschluss der Gemeindevertretung vom 6. März 2008

Gemeindeprüfung des Beteiligungsmanagement der Marktgemeinde Lustenau und damit die Schnittstellen zur Ortsmarketing GmbH prüfen (erfolgte zuletzt 2004). Im Zeitraum 2013 bis 2016 prüfte keine der angeführten Einrichtungen die Ortsmarketing GmbH.

9.2 Der RH empfahl der Marktgemeinde Lustenau, den Prüfungsausschuss auch zur Überprüfung der Ortsmarketing GmbH anzuhalten.

Personal

Bedienstete

10.1 Im Überprüfungszeitraum 2013 bis 2016 entwickelten sich der Personalaufwand und der Personalstand der Ortsmarketing GmbH wie folgt:

Tabelle 2: Personalaufwand und Personalstand

	2013	2014	2015	2016	Veränderung 2013 bis 2016
					in %
Personalaufwand in EUR	-85.443	-111.779	-150.395	-163.972	91,9
Personalstand in Köpfen	2	2	4	4	100,0
Personalstand in VBÄ	1,5	1,5	2,5	2,5	66,7

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Ende 2016 beschäftigte die Ortsmarketing GmbH neben der Geschäftsführerin drei halbtags angestellte Mitarbeiterinnen. Der von 2014 auf 2015 um ein Vollzeitäquivalent gestiegene Personalstand war auf die Übernahme zusätzlicher Aufgabengebiete (Marktkoordination, Übernahme weiterer Aufgaben im Rahmen der Veranstaltung „Sommer.Lust am Platz“ usw.) zurückzuführen. Die Ortsmarketing GmbH finanzierte den um 91,9 % gestiegenen Personalaufwand zum Teil durch jährlich gestiegene Subventionen der Marktgemeinde Lustenau (**TZ 12**).

10.2 Der RH stellte fest, dass der Personalaufwand der Ortsmarketing GmbH im Zeitraum 2013 bis 2016 um 91,9 % stieg und wies kritisch darauf hin, dass der Mehraufwand zum Teil durch Subventionen der Marktgemeinde Lustenau kompensiert wurde.

- 10.3** Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH teilten in ihrer Stellungnahme mit, dass die Ortsmarketing GmbH mit Auflösung des Vereins „Luschnouar Markt“ im Jahr 2015 dessen Aufgaben übernommen habe und seither die marktverantwortliche Mitarbeiterin beschäftige.

Geschäftsführungsbestellungen

- 11.1** (1) Ende Mai 2016 gab die damalige Geschäftsführerin der Ortsmarketing GmbH der Marktgemeinde Lustenau ihre voraussichtlich am 11. November 2016 beginnende und wahrscheinlich rund ein Jahr andauernde Absenz bekannt. Nach Beratungen der Ortsmarketing GmbH mit der Marktgemeinde Lustenau schrieb die Ortsmarketing GmbH die vakant werdende Stelle Mitte September öffentlich aus. Da diese letztlich erst per 1. Februar 2017 besetzt werden konnte, übernahm für rund 2,5 Monate ein Bediensteter der Marktgemeinde Lustenau die Geschäftsführung der Ortsmarketing GmbH.

(2) Gemäß Stellenbesetzungsgesetz⁵ hatte das für die Besetzung zuständige Organ den Namen der Person, mit der die Stelle besetzt wurde, und die Namen aller Personen, die an der Entscheidung über die Besetzung mitgewirkt hatten, zu veröffentlichen. Die gesetzlich vorgesehene Veröffentlichung unterblieb.

- 11.2** Der RH bemängelte, dass die Ortsmarketing GmbH die vakant werdende Geschäftsführung erst 3,5 Monate nach Kenntnis der rund einjährigen Absenz der ausscheidenden Geschäftsführerin ausschrieb. Weiters kritisierte er, dass die Ortsmarketing GmbH die an der Entscheidung über die Besetzung mitwirkenden Personen nicht veröffentlicht hatte.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, dem Transparenzgedanken des Stellenbesetzungsgesetzes zu entsprechen und darüber hinaus die erforderlichen öffentlichen Ausschreibungen stets zeitgerecht vorzunehmen.

- 11.3** Laut Stellungnahme der Marktgemeinde Lustenau und der Ortsmarketing GmbH hätten sie die im Stellenbesetzungsgesetz vorgesehenen Fristen eingehalten. Der Name der als Geschäftsführerin eingesetzten Person sei auf der Homepage und im Gemeindeblatt der Marktgemeinde Lustenau sowie in weiteren Medien veröffentlicht worden.

- 11.4** Der RH entgegnete der Ortsmarketing GmbH, dass er nicht die Veröffentlichung der eingesetzten Geschäftsführerin, sondern die fehlende Veröffentlichung der an der Entscheidung über die Besetzung mitwirkenden Personen kritisiert hatte. Er verblieb daher bei seiner Empfehlung.

⁵ BGBl. I Nr. 26/1998

Wirtschaftliche Lage

Jahresabschlüsse

12.1 (1) Die nachfolgende Tabelle zeigt die unterschiedlichen Finanzierungsquellen der Ortsmarketing GmbH:

Tabelle 3: Finanzierung der Ortsmarketing GmbH

	2013	2014	2015	2016	Veränderung 2013 bis 2016
	in EUR				in %
Lieferungs- und Leistungserlöse	71.201	88.360	124.851	137.919	93,7
Jahresmitgliedsbeiträge	26.234	27.840	29.250	28.991	10,5
Subventionen Gemeinde	206.400	230.800	264.500	333.117	61,4
Subventionen Land	15.000	15.000	18.217	15.000	0,0
sonstige betriebliche Erträge	1.789	1.080	1.140	–	–
Summe (Betriebsleistung)	320.625	363.079	437.958	515.026	60,6

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Im Jahr 2013 finanzierten die Marktgemeinde Lustenau und das Land Vorarlberg die Ortsmarketing GmbH im Ausmaß von 69,1 %. Von 2013 bis 2016 stiegen diese Beiträge um 57,2 % an.

Die Lieferungs- und Leistungserlöse beinhalteten insbesondere Veranstaltungserlöse. Die Mitgliedsbeiträge stammten von den Mitgliedsbetrieben der Lustenauer Marketing-Plattform.

Die Jahresergebnisse der Ortsmarketing Lustenau GmbH entwickelten sich während des Überprüfungszeitraums wie folgt:

Tabelle 4: Jahresergebnisse 2013 bis 2016

	2013	2014	2015	2016	Veränderung 2013 bis 2016
	in EUR				in %
Betriebsleistung	320.625	363.079	437.958	515.026	60,6
Personalaufwand	-85.443	-111.779	-150.395	-163.972	91,9
Abschreibungen	-4.244	-6.621	-5.922	-4.919	15,9
sonstige betriebliche Aufwendungen	-229.978	-265.383	-328.807	-381.766	66,0
Zinsergebnis	425	450	420	311	-26,8
Steuern vom Einkommen und vom Ertrag	-1.125	-1.408	-1.738	-1.750	55,6
Jahresergebnis	260	-21.662	-48.485	-37.070	–

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Die Jahresergebnisse der Ortsmarketing GmbH waren trotz beträchtlicher Subventionen stets negativ (Ausnahme: 2013). Im Zeitraum 2013 bis 2016 deckten die durchschnittlichen Lieferungs- und Leistungserlöse sowie die sonstigen betrieblichen Erträge die Aufwendungen der Gesellschaft nur zu 30,9 % ab. Die sonstigen betrieblichen Aufwendungen beinhalteten insbesondere die mit den Aktivitäten und Veranstaltungen verbundenen Kosten (Bandverträge, Security, Grafik, Druck, Saalmieten usw.).

Die Bilanzsumme der Ortsmarketing GmbH lag im Betrachtungszeitraum bei durchschnittlich 309.000 EUR. Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten bestanden keine. Die Marktgemeinde Lustenau hatte keine Haftungen für die Ortsmarketing GmbH übernommen. Die Jahresabschlüsse der Gesellschaft waren nicht Bestandteil der Rechnungsabschlüsse der Marktgemeinde Lustenau.

(2) In den Jahren 2013 bis 2016 lagen die von der Marktgemeinde Lustenau für die Ortsmarketing GmbH geleisteten jährlichen Subventionen zwischen 206.400 EUR und 333.100 EUR. Die Subventionen waren im Jahr 2015 um 40.000 EUR und im Jahr 2017 um 33.800 EUR niedriger als die von der Ortsmarketing GmbH als verbindlich erachteten und daher von ihr budgetierten Werte. Diese Abweichungen waren auf die fehlende Abstimmung zwischen der Marktgemeinde Lustenau und der Ortsmarketing GmbH zurückzuführen. Daraus resultierte das mit -48.485 EUR (2015) ungünstigste Jahresergebnis des gesamten Überprüfungszeitraums (2013 bis 2016).

(3) Die Buchhaltung der Ortsmarketing GmbH oblag einem Bediensteten der Marktgemeinde Lustenau. Da die Ortsmarketing GmbH die zur Verbuchung an die Marktgemeinde weitergeleiteten Rechnungen mit keinem Buchungsvermerk versah, ordnete der Bedienstete diese den einzelnen Projekten der Gesellschaft nach eigenem Ermessen zu. Dies führte bei unklarer Rechnungslegung zur fehlerhaften Belastung einzelner Projekte und zu Unterschieden zwischen projektbezogenen Erlösen und Aufwendungen in der Buchhaltung und jenen in der gesellschaftsinternen Projektaufzeichnung.

12.2

(1) Der RH stellte fest, dass die Ortsmarketing GmbH, trotz der seit 2013 um 57,2 % gestiegenen öffentlichen Subventionen, in den Jahren 2014 bis 2016 Verluste erwirtschaftete; lediglich das Jahresergebnis 2013 war ausgeglichen.

(2) Der RH bemängelte, dass die Ortsmarketing GmbH in einzelnen Jahren die von der Marktgemeinde Lustenau für die Gesellschaft beschlossenen Subventionen nicht kannte. Nach Ansicht des RH waren die Budgets der Ortsmarketing GmbH dadurch nur beschränkt aussagekräftig.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, die Genauigkeit und Vollständigkeit ihrer Budgetplanungen zu verbessern.

Außerdem erachtete der RH die Abstimmung mit der Marktgemeinde Lustenau für zweckmäßig.

(3) Der RH kritisierte, dass zwischen der Buchhaltung und den internen Projektaufzeichnungen der Ortsmarketing GmbH Differenzen bestanden. Diese waren auf die fehlerhafte Zurechnung von Erlösen und Aufwendungen auf die einzelnen Projekte zurückzuführen.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, auf die Übereinstimmung zwischen Buchhaltung und gesellschaftsinterner Projektaufzeichnung zu achten.

12.3

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH teilten in ihrer Stellungnahme mit, dass die Geschäftsführung der Ortsmarketing GmbH die Höhe der von der Marktgemeinde budgetierten jährlichen Transferzahlungen gekannt habe. Die negativen Jahresergebnisse der Ortsmarketing GmbH seien bewusst geplant und mit der Finanzabteilung der Marktgemeinde abgestimmt gewesen.

Die Abstimmung zwischen der Marktgemeinde Lustenau und der Ortsmarketing GmbH betreffend die Buchhaltung der Gesellschaft sei zwischenzeitlich adaptiert worden. Aufgrund prozessualer Umstellungen seien nunmehr Differenzen zwischen gesellschaftsinterner Projektaufzeichnung und Buchhaltung ausgeschlossen.

12.4

Der RH entgegnete der Ortsmarketing GmbH, dass der Leiter der Abteilung Wirtschaft der Marktgemeinde Lustenau dem RH am 21. November 2017 schriftlich bestätigte, dass zwischen den „beschlossenen Budgets der Marktgemeinde Lustenau“ und den der Geschäftsführung der Ortsmarketing GmbH vorliegenden Budgets Abweichungen bestanden hätten. Dies sei dann der Fall gewesen, wenn die von der Marktgemeinde beschlossenen Werte weder der Geschäftsführung übermittelt noch von ihr angefordert worden seien. Laut Mitteilung der Marktgemeinde habe ihr die Geschäftsführung die endgültigen Zahlen für die Jahre 2015 und 2017 „offensichtlich“ nicht übermittelt. Der RH verblieb daher bei seiner Empfehlung an die Ortsmarketing GmbH, die Genauigkeit und Vollständigkeit ihrer Budgetplanungen zu verbessern.

Kennzahlen

13.1 Die Kennzahlen gemäß Unternehmensreorganisationsgesetz⁶ (**URG**) sowie das Eigenkapital der Ortsmarketing GmbH entwickelten sich wie folgt:

Tabelle 5: Kennzahlen

	2013	2014	2015	2016
Eigenmittelquote gemäß § 23 URG in %	36,4	31,9	18,8	6,1
fiktive Schuldentilgungsdauer gemäß § 24 URG in Jahren	0	0	unendlich	unendlich
Eigenkapital in EUR	124.529	102.868	54.383	17.313

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Gemäß § 36 Abs. 2 GmbH–Gesetz war eine Gesellschafterversammlung einzuberufen, wenn es das Interesse der Gesellschaft erforderte. Dies hatte insbesondere ohne Verzug zu geschehen, wenn die Hälfte des Stammkapitals verloren gegangen war oder die Eigenmittelquote (§ 23 URG) weniger als 8 % und die fiktive Schuldentilgungsdauer (§ 24 URG) mehr als 15 Jahre betragen. In diesen Fällen hatte die Geschäftsführung die von der Versammlung gefassten Beschlüsse dem Firmenbuchgericht mitzuteilen.

Im Jahr 2016 verfehlte die Ortsmarketing GmbH die laut URG geforderten Mindestanforderungen, weil die Eigenmittelquote weniger als 8 % und die fiktive Schuldentilgungsdauer mehr als 15 Jahre betragen. Darüber hinaus war das eingezahlte Stammkapital von 35.000 EUR auf weniger als die Hälfte gesunken. Die Generalversammlung beschloss den Jahresabschluss jährlich im Umlaufweg, jedoch ohne Sanierungsschritte einzuleiten. Die Marktgemeinde Lustenau stellte im Zeitraum 2013 bis 2016 die Liquidität der Ortsmarketing GmbH sicher.

13.2 Der RH wies auf die sich im Zeitablauf verschlechternde wirtschaftliche Lage der Ortsmarketing GmbH hin, sodass im Jahr 2016 Reorganisationsbedarf gemäß URG gegeben war. Außerdem wies er auf die im Zeitraum 2013 bis 2016 festgestellte jährliche Überschreitung der budgetierten Aufwendungen hin (**TZ 14**).

Der RH empfahl der Marktgemeinde Lustenau, die Ortsmarketing GmbH nachhaltig wirtschaftend auszurichten.

13.3 Laut Stellungnahme der Marktgemeinde Lustenau und der Ortsmarketing GmbH habe die Marktgemeinde Lustenau gemäß Verlustabdeckungsvereinbarung etwaige Verluste der Ortsmarketing GmbH nach deren Feststellung abzudecken.

⁶ BGBl. I Nr. 114/1997 i.d.g.F.

Aufgabenerfüllung

Projekte

14.1 (1) Die Ortsmarketing GmbH erstellte jährlich das Budget für das nachfolgende Geschäftsjahr. Die nachfolgende Aufstellung stellt für den Zeitraum 2013 bis 2016 dem jährlichen Projektbudget die tatsächliche Projektgebarung gegenüber (exkl. Subventionen und Mitgliedsbeiträgen⁷ sowie „internem Projektaufwand“ – bspw. im Jahr 2016 rd. 164.000 EUR für Personal und 4.000 EUR exkl. USt für die Erstellung des Jahresabschlusses):

Tabelle 6: Vergleich der tatsächlichen und der budgetierten Projekterlöse und –aufwendungen

	2013	2014	2015	2016
	in EUR			
Erlös IST	86.675	79.521	107.213	122.451
budgetierter Erlös	73.500	51.200	82.500	98.000
Differenz Erlös	13.175	28.321	24.713	24.451
Aufwand IST	-227.277	-238.290	-279.272	-303.255
budgetierter Aufwand	-216.800	-199.300	-229.300	-244.600
Differenz Aufwand	-10.477	-38.990	-49.972	-58.655
Gesamtdifferenz	2.698	-10.669	-25.259	-34.204

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Die budgetierten Projekterlöse und –aufwendungen lagen im Zeitraum 2013 bis 2016 zum Teil erheblich über den IST–Werten. Da die Überschreitung der budgetierten Aufwendungen in den Jahren 2014 bis 2016 höher war als die Überschreitung der budgetierten Erlöse, lag die Differenz zwischen Projekterlösen und –aufwendungen um bis zu 34.204 EUR unter dem geplanten Ergebnis. Die Überschreitung war insbesondere auf kurzfristig durchgeführte, jedoch im Vorfeld nicht budgetierte Projekte sowie Aufwandsüberschreitungen zurückzuführen (z.B. Erstellung einer Standortmanagementstudie, Mehrbedarf für Security im Rahmen von Freiluftveranstaltungen, Neuerstellung der Lehrstellenhomepage). Über ein laufendes Budgetcontrolling verfügte die Ortsmarketing GmbH nicht.

(2) In den Jahren 2013 bis 2016 fanden jährlich etwa 20 von der Ortsmarketing GmbH organisierte Aktivitäten und Veranstaltungen statt. Die nachfolgende Tabelle zeigt für die wesentlichen Projekte die durchschnittlich pro Jahr vereinnahmten Projekterlöse (exkl. Subventionen und Mitgliedsbeiträgen), den externen Projektaufwand (zugekaufte Leistungen) sowie den „internen Projektaufwand“:

⁷ Die Subventionen und Mitgliedsbeiträge waren den einzelnen Projekten nicht zugeordnet.

Tabelle 7: Projekte der Ortsmarketing GmbH 2013 bis 2016

	Beschreibung	durchschnittliche Projekterlöse	durchschnittlicher Projektaufwand (extern)	durchschnittlicher Projektaufwand (intern)	durchschnittliches Ergebnis (ohne Subventionen und Mitgliedsbeiträge)
in EUR					
Sommer.Lust am Platz	jährlich zwölf Gratisfreiluftkonzerte	11.019	-66.884	-15.795	-71.660
Lehrstellenhomepage	Homepage mit freien Lehrstellen	7.970	-22.217	-21.006	-35.253
Lebens.Lust	halbjährlich erscheinendes Magazin (mit Beiträgen zu Mitgliedsbetrieben)	37.722	-60.485	-10.855	-33.618
Standortmanagement	Studie zum Standort Lustenau (2016 erstellt)	–	-23.125	-3.890	-27.015
sonstige Aktivitäten und Veranstaltungen	–	66.713	-159.698	-98.970	-191.954

Rundungsdifferenzen möglich

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Die vier das Ergebnis der Ortsmarketing GmbH am stärksten belastenden Projekte verursachten 46,4 % des gesamten projektbezogenen Aufwands.

14.2

Der RH wies darauf hin, dass die tatsächlichen Projekterlöse und –aufwendungen der Ortsmarketing GmbH zum Teil deutlich über den budgetierten Werten lagen und die Ortsmarketing GmbH über kein laufendes Budgetcontrolling verfügte. Anhand des Jahres 2016 kritisierte der RH, dass die tatsächlichen von den budgetierten Aufwendungen wesentlich abwichen, zumal planbare Maßnahmen (bspw. Studien, Erstellung Homepage) unberücksichtigt blieben.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, ein laufendes Budgetcontrolling zu implementieren, um im Falle von Budgetabweichungen rechtzeitig steuernd eingreifen und die Budgetfolgen von kurzfristig durchgeführten, nicht budgetierten Projekten beurteilen zu können.

14.3

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH teilten in ihrer Stellungnahme mit, dass die Ortsmarketing GmbH die Lehrstellenhomepage erst seit 2016 selbst betrieben habe. Davor habe die Ortsmarketing einen externen Kooperationspartner finanziell unterstützt (z.B. durch Werbung). Durch die Umstellung seien der durchschnittliche Projektaufwand und das Projektergebnis nur bedingt aussagekräftig.

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH hielten weiters fest, dass die Budgets der Ortsmarketing GmbH mit der Marktgemeinde abgestimmt, im Überprüfungszeitraum eingehalten und Abweichungen vom Voranschlag zwischen

der Finanzabteilung der Marktgemeinde Lustenau und der Ortsmarketing GmbH koordiniert gewesen seien. Das im Jahr 2016 aufgrund einer organisatorischen Umstellung ausgesetzte laufende Budgetcontrolling habe die Ortsmarketing GmbH wieder aufgenommen.

- 14.4** Der RH sah die Wiederaufnahme des laufenden Budgetcontrollings positiv. Er entgegnete jedoch der Ortsmarketing GmbH, dass die nachträgliche Abstimmung von Budgetabweichungen eine sorgfältige Budgetplanung nicht ersetzen kann und verwies auf seine Ausführungen zu **TZ 12**.

Zahlungsströme zwischen der Ortsmarketing GmbH und der Marktgemeinde Lustenau

- 15.1** Exklusive Subventionen flossen folgende Zahlungen zwischen der Ortsmarketing GmbH und der Marktgemeinde Lustenau:

Tabelle 8: Zahlungsströme zwischen der Ortsmarketing GmbH und der Marktgemeinde Lustenau

	2013	2014	2015	2016	Summe 2013 bis 2016
	in EUR				
Ausgaben der Marktgemeinde Lustenau an die Ortsmarketing GmbH	54.832	24.179	63.688	63.388	206.087
Einnahmen der Marktgemeinde Lustenau von der Ortsmarketing GmbH	12.129	16.602	24.474	22.874	76.079

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Die Zahlungen der Marktgemeinde Lustenau an die Ortsmarketing GmbH waren insbesondere auf die im Auftrag der Marktgemeinde erfolgte Betreuung der Lustenauer Märkte zurückzuführen. Die von der Ortsmarketing GmbH erhaltenen Einnahmen der Marktgemeinde Lustenau betrafen im Wesentlichen die Kommunalsteuer sowie Entgelte für von ihr erbrachte aktivitäten- und veranstaltungsbezogene Leistungen (z.B. Unterstützungsleistungen des Bauhofs, Inserate im Gemeindeblatt und Saalmieten), jedoch keine Entgelte für Buchhaltung, Personalverrechnung, EDV-Betreuung, Rechtsberatung und den Online-Auftritt.

- 15.2** Der RH kritisierte, dass die Ortsmarketing GmbH die von der Marktgemeinde Lustenau erhaltenen Leistungen nicht zur Gänze abgibt.

Der RH empfahl der Marktgemeinde Lustenau, der Ortsmarketing GmbH die Kosten für Buchhaltung, Personalverrechnung, EDV-Betreuung, Rechtsberatung und Online-Auftritt, erforderlichenfalls auch als Pauschale, zu verrechnen.

Geschäftsbeziehungen zu Dritten

16.1

(1) Die Ortsmarketing GmbH vergab ihre Aufträge primär an Mitglieder der Lustenauer Marketing-Plattform und sekundär an in Lustenau ansässige Betriebe. Laut Mitteilung der Gesellschaft achte sie auf ein entsprechendes Preis-Leistungs-Verhältnis, hole aber in der Regel nicht mehrere Angebote ein, weil sie ohnehin über den erforderlichen Marktüberblick verfüge. Die Ortsmarketing GmbH habe daher auch nicht festgelegt, unter welchen Voraussetzungen mehrere Angebote einzuholen seien.

(2) Gemäß § 10 Abs. 3 „Geschäftsordnung für den Beirat“ war bei einer das Beiratsmitglied persönlich betreffenden Angelegenheit das Mitglied zu hören. An der anschließenden Beratung und Beschlussfassung durfte es nicht teilnehmen. Weitere Befangenheits- und Unvereinbarkeitsregelungen enthielten weder der Gesellschaftsvertrag noch die „Geschäftsordnung für den Beirat“. Sämtliche Beschlüsse waren in den Beiratsprotokollen „mit dem genauen Stimmenverhältnis“ zu dokumentieren.

(3) Drei Fachbeiratsmitglieder der Ortsmarketing GmbH hatten leitende Funktionen bei Geschäftspartnern der Ortsmarketing GmbH inne. Das zwischen diesen Rechtsträgern und der Ortsmarketing GmbH abgewickelte Geschäftsvolumen zeigte in den Jahren 2013 bis 2016 folgende Entwicklung:

Tabelle 9: Geschäftsvolumen der Ortsmarketing GmbH mit im Beirat vertretenen Rechtsträgern

	2013	2014	2015	2016	2013 bis 2016
	in EUR				
Unternehmen 1	18.642	34.604	37.250	47.271	137.767
Unternehmen 2	1.515	645	3.955	1.341	7.456
Verein	6.530	6.701	6.735	6.762	26.728
Summe	26.687	41.950	47.940	55.374	171.951

Quelle: Ortsmarketing GmbH

Das Unternehmen 1 druckte das halbjährlich erscheinende Magazin „Lebens.Lust“. Um die Angemessenheit des Preises zu überprüfen, holte die Ortsmarketing GmbH für die Ausgabe Nr. 14 (Mai 2013) ein Alternativangebot ein. Aufgrund des um 32 % günstigeren Angebots vergab die Ortsmarketing GmbH den Auftrag einmalig an den Alternativenanbieter.⁸ Für die folgende Ausgabe des Magazins reduzierte das Unternehmen 1 seinen Angebotspreis und erhielt für alle einzeln beauftragten Folgeaufträge den Zuschlag. Bis 2016 holte die Ortsmarketing GmbH keine weiteren Alternativangebote mehr ein.

In den Jahren 2013 bis 2016 beauftragte die Ortsmarketing GmbH einen Lustenauer Verein mit der Durchführung der Veranstaltung „Silvester.Lust am Platz“. Der Obmann des Vereins war zugleich Fachbeiratsmitglied. Für seine Leistungen verrechnete der Verein der Ortsmarketing GmbH jährlich rd. 8.000 EUR (inkl. USt). Im März 2017 stellten einzelne Beiratsmitglieder die Veranstaltung – ohne die Gründe zu protokollieren – in Frage. Letztlich beschloss der Beirat, unter Mitwirkung des veranstaltenden Obmanns, die Veranstaltung fortzuführen. Im Protokoll dieser Beiratssitzung war das Abstimmungsverhalten der Mitglieder nicht festgehalten.

16.2

Der RH kritisierte, dass die Ortsmarketing GmbH nicht festgelegt hatte, unter welchen Voraussetzungen mehrere Angebote einzuholen waren.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, Grenzwerte festzulegen, ab denen zukünftig Alternativangebote einzuholen wären.

Der RH kritisierte, dass entgegen der „Geschäftsordnung für den Beirat“ das Stimmverhalten der Mitglieder nicht dokumentiert war und die Beiratsmitglieder im Einzelfall über sie selbst betreffende Aufträge mitstimmen konnten.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH, in die Beiratsordnung weitere Befangenheits- und Unvereinbarkeitsregelungen aufzunehmen, um allfällige Konflikte zwischen Eigeninteressen der Beiratsmitglieder und den von ihnen wahrzunehmenden Gesellschaftsinteressen zu vermeiden.

16.3

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH hielten in ihrer Stellungnahme fest, dass für die Einholung und Vergabe von Angeboten das Bundesvergabegesetz anzuwenden sei und darüber hinaus keine rechtlichen Vorschriften gelten würden.

⁸ Da die Auftragsvergabe budgetiert war, war für die Leistungsvergabe keine gesonderte Beschlussfassung des Beirats erforderlich.

Sie verwiesen darauf, dass der Beirat in keinem Fall Einzelaufträge an Unternehmen, in die auch stimmberechtigte Beiratsmitglieder involviert seien, vergeben habe. Der Beirat habe lediglich über deren grundsätzliche Durchführung und das Projektbudget entschieden. Bei der Vergabe von Druckaufträgen war der Beirat weder beratend noch entscheidend tätig.

16.4

Der RH entgegnete der Ortsmarketing GmbH, dass für Direktvergaben eine nach Wertgrenzen differenzierte Verpflichtung zur Einholung von Vergleichsangeboten (interne Beschaffungsrichtlinie) aus Gründen der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit anzuraten ist. Der RH verblieb daher bei seiner Empfehlung, Grenzwerte festzulegen, ab denen zukünftig Alternativangebote einzuholen wären.

Der RH stimmte der Marktgemeinde Lustenau und der Ortsmarketing GmbH zu, dass bei der Ortsmarketing GmbH Aufträge nicht der Beirat, sondern die Geschäftsführung vergab. Aufgrund der Beratungs- und Überwachungsfunktion des Beirats und den damit allenfalls verbundenen Interessenkollisionen verblieb der RH bei seiner Empfehlung, weitere Befangenheits- und Unvereinbarkeitsregelungen in die Beiratsordnung aufzunehmen.

Zukünftige Ausrichtung

17.1

(1) Laut Strategiekonzept der Ortsmarketing GmbH hatte sich die Gesellschaft auf Aktivitäten und Veranstaltungen zur Förderung ihrer Mitgliedsbetriebe zu beschränken und keine weiteren Aufgaben der Marktgemeinde Lustenau zu übernehmen.

Die Ortsmarketing GmbH stellte jedoch selbst fest, dass die Aufgabenbereiche der Ortsmarketing GmbH und jene der Gemeindeabteilung „Öffentlichkeitsarbeit“ in einem Spannungsfeld zueinander stünden und sich dies wie folgt äußere:

- Die Aufgaben sowie die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der Ortsmarketing GmbH seien nicht für alle Aufgabenbereiche klar festgelegt.
- Die Aufgabenbereiche von Ortsmarketing GmbH und Marktgemeinde Lustenau seien nicht durchgängig voneinander abgegrenzt.
- Die Ortsmarketing GmbH nehme Aufgaben wahr, die in den Aufgabenbereich der Marktgemeinde Lustenau fallen würden (bspw. Koordination und Bewerbung „Sommer.Lust am Platz“, Projektarbeit „Markt der Kulturen“, Unterstützung „Stickerball“).

- Es würden Doppelgleisigkeiten auftreten.
- All dies führe teilweise zu einem uneinheitlichen Erscheinungsbild sowie zu einem unklaren Profil der Ortsmarketing GmbH.

(2) Wie aus den Unterlagen der Marktgemeinde Lustenau hervorging, hatte diese während des Überprüfungszeitraums 2013 bis 2016 weder eine Weiterführung ihres Ortsmarketings in Form einer GmbH noch die damit verbundenen Vor- und Nachteile hinterfragt.

Gegen die Weiterführung der Ortsmarketing GmbH als ausgegliedertes Unternehmen mit eigener Rechtspersönlichkeit sprach insbesondere:

- Das Aufgabengebiet der Ortsmarketing GmbH war nicht strikt von jenem der Marktgemeinde Lustenau abgegrenzt.
- Die Jahresabschlüsse der Gesellschaft waren kein Bestandteil des Rechnungsabschlusses der Marktgemeinde Lustenau. Ein vollständiges, umfassendes Bild der Gebarung der von der Marktgemeinde Lustenau wahrgenommenen Aufgaben war dadurch nicht gegeben (**TZ 12**).
- Die Geschäftstätigkeit der Ortsmarketing GmbH war zum Teil mit Zusatzaufwendungen für Geschäftsführung und Steuerberatung (für die Erstellung des Jahresabschlusses jährlich rd. 4.000 EUR exkl. USt) verbunden (**TZ 10, TZ 14**).
- Die Führung einer GmbH erforderte die Einhaltung rechtlicher Vorgaben; diese Vorgaben erfüllte die Ortsmarketing GmbH nur teilweise (**TZ 5, TZ 6, TZ 7**).

Aus unternehmerischer Sicht waren mit einem ausgegliederten Unternehmen aber auch Vorteile, wie z.B. eine in der Regel raschere Entscheidungsfindung, die Ausnutzung steuerlicher Vorzüge (je nach Rahmenbedingungen und Ausgestaltung der Ausgliederung) oder die Nutzung eines flexibleren Arbeitsrechts (im Vergleich zu Beamtinnen und Beamten sowie Vertragsbediensteten) verbunden.

17.2

Der RH kritisierte, dass die Aufgaben sowie die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der Ortsmarketing GmbH nicht für alle ihre Aufgabenbereiche klar festgelegt waren und sich dadurch Abgrenzungsprobleme gegenüber der Marktgemeinde Lustenau ergaben.

Der RH wies darauf hin, dass die Marktgemeinde Lustenau ihr Ortsmarketing im Überprüfungszeitraum 2013 bis 2016 in Form einer GmbH wahrnahm, ohne die dafür geschaffene Organisation hinsichtlich ihrer Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit zu evaluieren.

Der RH empfahl der Ortsmarketing GmbH und der Marktgemeinde Lustenau, die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der Ortsmarketing GmbH klar festzulegen, eine durchgängige Abgrenzung der Gesellschaftsaufgaben zu jenen der Marktgemeinde Lustenau vorzunehmen und damit das Profil der Ortsmarketing GmbH zu schärfen oder die Ortsmarketing GmbH in den Haushalt der Marktgemeinde Lustenau einzugliedern.

17.3

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH hielten in ihrer Stellungnahme fest, dass die Aufgabenbereiche der Organe der Ortsmarketing GmbH – zusätzlich zu den gesetzlichen Vorgaben und den Bestimmungen des Gesellschaftsvertrags – ausführlich in der „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ sowie der „Geschäftsordnung für den Beirat“ klargestellt seien. Bei ihrer Hauptzielgruppe „Mitgliedsbetriebe“ bestehe ein klares Profil. Darüber hinaus bestehe seit 2014 ein Corporate–Design–Leitfaden.

Die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH teilten weiters mit, dass die Aufgabengebiete der Gesellschaft regelmäßig in Besprechungen der Marktgemeinde Lustenau mit der Geschäftsführung der Ortsmarketing GmbH, gegebenenfalls unter Beiziehung externer Expertinnen und Experten, evaluiert würden. Ende 2016 sei bspw. eine Studie zum Thema Standortmanagement Lustenau, u.a. mit dem Ziel, die Ortsmarketing GmbH und deren mögliche zukünftige Ausrichtung zu untersuchen, beauftragt worden. Zudem habe die Geschäftsführung gemeinsam mit den Fachabteilungen der Marktgemeinde Lustenau Anfang 2017 ein Strategiepapier zur Weiterführung der Ortsmarketing GmbH erstellt.

17.4

Der RH verwies in seiner Gegenäußerung an die Marktgemeinde Lustenau und die Ortsmarketing GmbH neuerlich auf die Feststellung, wonach – auch nach Ansicht der Ortsmarketing GmbH – ihr Aufgabengebiet nicht strikt abgegrenzt sei und daher im Spannungsfeld mit dem Aufgabenbereich der Marktgemeinde Lustenau stehe. Der RH verblieb daher bei seiner Empfehlung, die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der Ortsmarketing GmbH klar festzulegen, eine durchgängige Abgrenzung der Gesellschaftsaufgaben zu jenen der Marktgemeinde Lustenau vorzunehmen und damit das Profil der Ortsmarketing GmbH zu schärfen oder die Ortsmarketing GmbH in den Haushalt der Marktgemeinde Lustenau einzugliedern.

Schlussempfehlungen

18 Zusammenfassend hob der RH folgende Empfehlungen hervor:

Ortsmarketing Lustenau GmbH und Marktgemeinde Lustenau

- (1) Die Kompetenzen und Verantwortlichkeiten der Ortsmarketing GmbH sollten klar festgelegt, eine durchgängige Abgrenzung der Gesellschaftsaufgaben zu jenen der Marktgemeinde Lustenau vorgenommen und damit das Profil der Ortsmarketing GmbH geschärft oder die Ortsmarketing GmbH in den Haushalt der Marktgemeinde Lustenau eingegliedert werden. (TZ 17)

Ortsmarketing Lustenau GmbH

- (2) Aus dem Zielsystem sollten Indikatoren zur Messung der Zielerreichung sowie Ausgangs- und Zielwerte abgeleitet werden, um in weiterer Folge den Zielerreichungsgrad messen zu können. (TZ 3)
- (3) Ein neues Zielsystem im Sinne des Gesellschaftsvertrags wäre festzulegen und daran wären die bereitgestellten finanziellen und personellen Ressourcen zu orientieren. (TZ 3)
- (4) Die Umstellung vom Mitgliedsdenken (Bezahlung für die Mitgliedschaft) auf das Leistungsprinzip (Bezahlung für Leistungen) wäre zu erwägen und die mit dem Umstieg verbundenen finanziellen Folgen (Leistungsentgelte statt Mitgliedsbeiträge) wären zu prüfen. (TZ 3)
- (5) Die „Geschäftsordnung für die Geschäftsführung“ sollte überarbeitet sowie klar und abschließend geregelt werden. (TZ 5)
- (6) Die verpflichtend vorgesehenen und darüber hinaus zweckmäßigen Mehrjahresplanungen wären zukünftig durchzuführen. (TZ 5)
- (7) Der im Beirat vorgesehenen Abdeckung von acht Themenbereichen sollte durch die Bestellung von acht zum jeweiligen Thema kundigen Fachexpertinnen bzw. Fachexperten entsprochen werden. (TZ 7)
- (8) Die laut „Geschäftsordnung für den Beirat“ erforderliche Mindestanzahl an Beiratssitzungen wäre einzuhalten. (TZ 7)

- (9) Dem Transparenzgedanken des Stellenbesetzungsgesetzes wäre zu entsprechen und darüber hinaus sollten die erforderlichen öffentlichen Ausschreibungen stets zeitgerecht vorgenommen werden. (TZ 11)
- (10) Die Genauigkeit und Vollständigkeit der Budgetplanungen wären zu verbessern und mit der Marktgemeinde Lustenau abzustimmen. (TZ 12)
- (11) Auf die Übereinstimmung zwischen Buchhaltung und gesellschaftsinterner Projektaufzeichnung sollte geachtet werden. (TZ 12)
- (12) Ein laufendes Budgetcontrolling wäre zu implementieren, um im Falle von Budgetabweichungen rechtzeitig steuernd eingreifen und die Budgetfolgen von kurzfristig durchgeführten, nicht budgetierten Projekten beurteilen zu können. (TZ 14)
- (13) Grenzwerte sollten festgelegt werden, ab denen zukünftig Alternativangebote einzuholen wären. (TZ 16)
- (14) In die Beiratsordnung sollten weitere Befangenheits- und Unvereinbarkeitsregelungen aufgenommen werden, um allfällige Konflikte zwischen Eigeninteressen der Beiratsmitglieder und den von ihnen wahrzunehmenden Gesellschaftsinteressen zu vermeiden. (TZ 16)

Marktgemeinde Lustenau

- (15) Die Modalitäten für die Bestellung der Geschäftsführung wären klar zu regeln. (TZ 5)
- (16) Der fehlende Gemeindevertretungsbeschluss, eine Gemeindevertreterin bzw. einen Gemeindevertreter in die Generalversammlung zu entsenden, wäre nachzuholen. (TZ 6)
- (17) Die Funktionsdauer der Beiratsmitglieder sollte gesellschaftsvertraglich auf die Dauer der jeweiligen Funktionsperiode des Gemeindevorstands beschränkt werden. (TZ 7)
- (18) Die Funktion des Beirats sollte als rein beratendes Organ festgelegt oder, sofern es die zukünftige Ausrichtung der Gesellschaft erfordert, ein Aufsichtsrat eingerichtet werden. (TZ 8)

-
- (19) Der Prüfungsausschuss wäre auch zur Überprüfung der Ortsmarketing GmbH anzuhalten. **(TZ 9)**
 - (20) Die Ortsmarketing GmbH wäre nachhaltig wirtschaftend auszurichten. **(TZ 13)**
 - (21) Der Ortsmarketing GmbH sollten die Kosten für Buchhaltung, Personalverrechnung, EDV-Betreuung, Rechtsberatung und Online-Auftritt, erforderlichenfalls auch als Pauschale, verrechnet werden. **(TZ 15)**

Anhang: Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger

Anmerkung: Im Amt befindliche Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger in **Fettdruck**

Ortsmarketing Lustenau GmbH

Geschäftsführung

Alexandra Ender, MA	(1. Mai 2012 bis 10. November 2016)
Raimund Zirker	(11. November 2016 bis 31. Jänner 2017)
Iris Maier, MA	(1. Februar 2017 bis 18. Jänner 2018)
Alexandra Ender, MA	(seit 19. Jänner 2018)



Wien, im September 2018
Die Präsidentin:

Dr. Margit Kraker

R
—
H

