



Landesrechnungshof
Niederösterreich

**Natur im Garten GmbH,
Natur im Garten Service GmbH und
DIE GARTEN TULLN GmbH,
Prüfauftrag
Bericht 12 | 2023**

Impressum:

Medieninhaber, Hersteller und Herausgeber:
Landesrechnungshof Niederösterreich
A-3109 St. Pölten, Wiener Straße 54/A

Redaktion:

Landesrechnungshof Niederösterreich

Bildnachweis:

Landesrechnungshof Niederösterreich
Foto Deckblatt: Garten mit Natur im Garten Plakette
Foto Rückseite: Blumenbeet vor dem Haus der Digitalisierung

Druck:

Amt der NÖ Landesregierung, Abteilung LAD3, Amtsdruckerei

Herausgegeben:

St. Pölten, im Oktober 2023



Europäisches Qualitätszertifikat

Der CAF (Common Assessment Framework) ist das für den öffentlichen Sektor entwickelte Qualitätsbewertungs- und Qualitätsmanagementsystem der Europäischen Union.



Dieses Zertifikat bestätigt die Barrierefreiheit der Website sowie deren Zugänglichkeit für alle Menschen nach den internationalen W3C-Richtlinien (WCAG 2.1 – AA).

Die Website des Landesrechnungshofs Niederösterreich www.lrh-noe.at hat das Qualitätszertifikat Web Accessibility Certificate Austria (WACA)“ erhalten.



Im nebenstehenden QR-Code ist der Link zur Website des Landesrechnungshofs Niederösterreich eingebettet. Um die Adresse auszulesen, benötigen Sie ein Programm (App) für Ihr Mobiltelefon. Nachdem Sie es installiert haben, fotografieren Sie den Code. Das Programm übersetzt die URL und führt Sie auf unsere Website.



Landesrechnungshof
Niederösterreich

**Natur im Garten GmbH,
Natur im Garten Service GmbH und
DIE GARTEN TULLN GmbH**

Prüfauftrag vom 28. April 2022

Bericht 12 | 2023

Vorbemerkung

Der Landesrechnungshof legt hiermit seinen Bericht über die Ergebnisse der am 28. April 2022, Ltg.-2067/A-2/77-2022, beantragten Sonderprüfungen der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH vor. Dieser Bericht besteht aus dem vorläufigen Überprüfungsergebnis vom 26. Juli 2023, den Stellungnahmen der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH sowie der NÖ Landesregierung vom 4. und 5. Oktober 2023 und den Äußerungen des Landesrechnungshofs dazu.

Auch diese Sonderprüfungen waren entsprechend der NÖ Landesverfassung 1979 (NÖ LV 1979) so umzusetzen, dass die Betriebe der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH keine unnötigen Behinderungen erfahren und keine Geschäftsgeheimnisse oder andere zu schützende Daten verletzt werden (Artikel 54 Absatz 4 und 5 NÖ LV 1979). Eine Zuständigkeit für die in der Antragsbegründung angesprochene Parteienfinanzierung kam dem Landesrechnungshof dabei nicht zu. Aus rechtlichen Gründen (Effizienzgebot beziehungsweise Effizienzprinzip der Bundesverfassung und Grundsatz der Verhältnismäßigkeit) erforderte der Gebarungsumfang eine stichprobenartige Überprüfung.

Außerdem wurden alle rechtlich zu schützende Daten grundsätzlich bereits im vorläufigen Überprüfungsergebnis anonymisiert beziehungsweise pseudonymisiert. Das umfasste vor allem natürliche und juristische Personen, deren Gebarung gemäß Artikel 51 NÖ LV 1979 nicht der Finanzkontrolle durch den Landesrechnungshof unterlag. Das betraf wettbewerbs- und personenbezogene Angaben, die nicht erforderlich waren, um die Rechtmäßigkeit, Zweckmäßigkeit und Wirtschaftlichkeit der Aufwendungen der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH für Inserate und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen beurteilen und nachvollziehen zu können. Dafür genügen in der Regel anonymisierte Angaben, insbesondere über Umfang, Preis und Zweck der Einschaltung, Auflage oder Reichweite des Mediums, Zielgruppen, Unternehmensgegenstand, Kommunikations- und Marketingstrategien oder Wirksamkeit der Einschaltung.

Diese jahrzehntelange Praxis beruht auf der Rechtsprechung des Verfassungsgerichtshofs (Sammlungsnummern 17065-17209) und der Lehre [Hengstschläger „Die Geheimhaltungspflichten des Rechnungshofes“ (1990) und „Rechnungshofkontrolle (2000)“, Korinek/Holoubek und andere (Herausgeber), Österreichisches Bundesverfassungsrecht, Artikel 126d B-VG Randziffer 15 (2001)]. Sie schafft größtmögliche Transparenz und gewährleistet neben dem gebotenen Datenschutz, dass der Rechnungshof-Ausschuss und der Landtag dieselben Informationen erhalten wie zuvor die Landesregierung sowie die überprüften Unternehmungen.

Der vorliegende Bericht informiert über die Gebarung der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen sowie über die Rechtmäßigkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit dieser Aufwendungen. Diese Informationen erfahren der NÖ Landtag und die Öffentlichkeit nur durch den Landesrechnungshof.

Über den weiteren Prüfauftrag vom 18. Jänner 2023, Ltg.-2455/A-2/92-2023, wird der Landesrechnungshof gesondert berichten beziehungsweise informieren.

**Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH
und DIE GARTEN TULLN GmbH; Prüfauftrag
Inhaltsverzeichnis**

| | |
|--|----|
| Zusammenfassung | I |
| 1. Prüfungsauftrag | 1 |
| 2. Gebarungsumfang und Kenndaten | 4 |
| 3. Zuständigkeiten | 7 |
| 4. Rechtliche Grundlagen | 8 |
| 5. Organisatorische Grundlagen | 11 |
| 6. Strategische Grundlagen | 21 |
| 7. Inserate und Werbung, Sponsoring, Dienstleistungen, Kooperationen und Mitgliedschaften | 26 |
| 8. Inserate und Werbung | 30 |
| 9. Förderungen | 47 |
| 10. Spenden | 48 |
| 11. Sponsoring | 48 |
| 12. Kooperationen | 51 |
| 13. Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen | 54 |
| 14. Mitgliedschaften in Vereinen | 67 |
| 15. Abkürzungen und Begriffe | 71 |
| 16. Tabellenverzeichnis | 75 |

Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH; Prüfauftrag Zusammenfassung

Die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH wurden im Jahr 2018 unter der Dachmarke „Natur im Garten“ verbunden. Dazu übernahm die Natur im Garten GmbH einen Anteil von 83,0 Prozent an der DIE GARTEN TULLN GmbH. Die Stadtgemeinde Tulln behielt ihren Anteil von 17,0 Prozent.

Die Gesellschaften finanzierten sich aus Umsatzerlösen, Zuschüssen des Landes NÖ und sonstigen Erträgen. Sie beschäftigten insgesamt 91 Personen oder 69,03 Vollzeitäquivalente (Stand 31. Dezember 2021).

Das Marketing für die gemeinnützige Natur im Garten GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH oblag der eigennützigen Natur im Garten Service GmbH mit 19 Beschäftigten (elf Vollzeitäquivalente). Die Grundlage bildeten jährliche Marketing- und Eventmanagementverträge.

Keine Ausgaben für Förderungen und Spenden

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 vergaben die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH weder Förderungen noch gewährten die Gesellschaften Spenden.

Ausgaben von rund 712.600,00 Euro für Inserate und Werbung

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gaben die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH insgesamt rund 712.600,00 Euro für Inserate und Werbung aus. Darin waren in Summe 127.111,32 Euro für Werbemittel enthalten.

Von den Gesamtausgaben für Inserate und Werbung entfielen 49 Zahlungen von insgesamt 98.899,24 Euro auf die Natur im Garten GmbH und 180 Zahlungen von insgesamt 545.452,72 Euro auf die Natur im Garten Service GmbH.

Auf DIE GARTEN TULLN GmbH, die ihr Marketing ab dem Jahr 2019 durch die Natur im Garten Service GmbH abwickelte, entfielen 67 Zahlungen von insgesamt 68.262,28 Euro.

Die Ausgaben der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH verteilten sich auf 93, sich teilweise überschneidende, Mediengruppen und Medienpartner.

Angebote, Aufträge und Zahlungen der überprüften Stichproben stimmten überein oder wiesen begründete Abweichungen aus. Leistungsnachweise lagen dazu vor. Die Ausgaben standen mit den strategischen Grundlagen der Gesellschaften im Einklang.

Ausgaben von rund 288.600,00 Euro für Sponsoring

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gab die Natur im Garten GmbH 287.056,00 Euro für Sponsoring aus. Diese Ausgaben beruhten auf acht Sponsoringvereinbarungen aus den Jahren 2018 bis 2021. Das Sponsoring betraf Veranstaltungen, wie die Gartenparty der Stars und andere Shows, die Grünfassade des Hauses der Digitalisierung, Klöster- und Stiftsgärten sowie die Fachorganisation der Gärtner.

DIE GARTEN TULLN GmbH unterstützte mit einem Sponsoring von 1.500,00 Euro eine Veranstaltung für Naturkosmetik im Jahr 2019.

Die Natur im Garten Service GmbH betrieb kein Sponsoring.

Angebote, Aufträge und Zahlungen der überprüften Stichproben stimmten überein oder wiesen begründete Abweichungen aus. Leistungsnachweise lagen dazu vor. Das Sponsoring stand mit den strategischen Grundlagen und dem Unternehmensgegenstand der Gesellschaften im Einklang.

Ausgaben von rund 226.500,00 Euro für Kooperationen

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gaben die Natur im Garten GmbH 88.200,00 Euro für Musik- und Fernsehproduktionen und die Natur im Garten Service GmbH 31.128,99 Euro für die Beteiligung an der Kommunalmesse 2021 aus. Die Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH von 107.197,20 Euro betrafen zwei Medienkooperationen und zwei Kooperationen mit einem Reiseveranstalter und einem Hotelbetrieb.

Angebote, Aufträge und Zahlungen der überprüften Stichproben stimmten überein oder wiesen begründete Abweichungen aus. Leistungsnachweise lagen dazu vor. Die Kooperationen standen mit den strategischen Grundlagen und dem Unternehmensgegenstand der Gesellschaften im Einklang.

Ausgaben von rund 4,37 Millionen Euro für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gaben die Natur im Garten GmbH 3.206.121,17 Euro, die Natur im Garten Service GmbH 607.386,64 Euro und DIE GARTEN TULLN GmbH 551.694,95 Euro für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen aus.

Von den Ausgaben der Natur im Garten GmbH entfielen rund drei Millionen Euro auf die Produktion der Fernsehserie „Natur im Garten“. Der Restbetrag verteilte sich auf 46 weitere Unternehmen für Beratungen, Marketing, Veranstaltungen, Werbung, Grafik, Design, Foto, Film, Video, Druck, Gartenbau, Vorträge und Übersetzungen.

Die Natur im Garten Service GmbH wies 77 verschiedene Zahlungsempfänger für derartige Dienstleistungen aus.

DIE GARTEN TULLN GmbH zahlte rund 543.220,00 Euro oder 98,5 Prozent ihrer Ausgaben für Dienstleistungen an die Natur im Garten Service GmbH. Der Restbetrag von rund 8.475,00 Euro entfiel auf die Nutzung einer Medien- und Fachdatenbank sowie auf eine Stadtgemeinde für Plakatierungsgebühren.

Angebote, Aufträge und Zahlungen der überprüften Stichproben stimmten überein oder wiesen begründete Abweichungen aus. Leistungsnachweise lagen dazu vor. Die Dienstleistungen standen mit den strategischen Grundlagen und dem Unternehmensgegenstand der Gesellschaften im Einklang.

Ausgaben von rund 54.800,00 Euro für Mitgliedschaften

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gab die Natur im Garten GmbH rund 5.050,50 Euro für Mitgliedschaften in vier Vereinen aus. Davon entfielen 3.600,00 Euro auf die European Garden Association.

DIE GARTEN TULLN GmbH wendete für Mitgliedschaften in vier Vereinen 49.757,00 Euro auf. Davon entfielen 31.488,00 Euro auf den Verein Die Gärten Niederösterreichs und dessen Nachfolger Natur im Garten Schaugärten – Verein zur Förderung der Gartenkultur, dessen Agenden Anfang 2022 von der Natur im Garten Service GmbH übernommen wurden. Der Verein wurde aufgelöst.

Die Natur im Garten Service GmbH unterhielt keine Mitgliedschaften in Vereinen.

Die Mitgliedschaften in Vereinen standen mit den strategischen Grundlagen der Gesellschaften im Einklang. Die Vereinsstatuten lagen vor.

Hinweise und Empfehlungen

Die Hinweise und Empfehlungen betrafen das Beteiligungsmanagement, die Aktualisierung von organisatorischen Grundlagen, die Ergänzung von Richtlinien zur Korruptionsprävention, die Dokumentation von Vergabeentscheidungen sowie die Evaluierung von langjährigen Vertragsverhältnissen.

Die Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH informierten in ihrer gemeinsamen Stellungnahme vom 4. Oktober 2023 über die vollständige Umsetzung der Empfehlungen des Landesrechnungshofs.

Die NÖ Landesregierung gab mit Schreiben vom 5. Oktober 2023 bekannt, keine eigene Stellungnahme abzugeben.

1. Prüfungsauftrag

Der Landesrechnungshof überprüfte die Gebarung der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH in Bezug auf Rechtsgeschäfte im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen auf Richtigkeit, Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit.

Der Überprüfung lag der Antrag, Landtagszahl Ltg.-2067/A-2/77-2022, betreffend Sonderprüfung von ausgewählten Rechtsträgern zu Grunde, an welchen das Land Niederösterreich beteiligt ist. Der Prüfauftrag der 26 Abgeordneten des NÖ Landtags stützte sich auf Artikel 51 Absatz 3 litera c der NÖ Landesverfassung 1979 und umfasste auch die Gebarung der NÖ Energie- und Umweltaгентur GmbH, der NÖ Familienland GmbH, der Radland GmbH, der Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG) sowie der NÖ.Regional.GmbH.

Ziel war, den Prüfauftrag im Rahmen der NÖ Landesverfassung 1979 durchzuführen, um die in den Raum gestellten Vorwürfe der Parteienfinanzierung durch Gesellschaften im Landeseigentum „rasch aufzuklären, damit diese in ihrer wichtigen Arbeit nicht behindert werden“, wie es im Antrag heißt.

Weiters verfolgte die Überprüfung das Ziel, die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH sowie die NÖ Landesregierung auf mögliche Verbesserungen hinzuweisen und dem NÖ Landtag zur Wahrnehmung seiner Budget- und Kontrollhoheit darüber zu berichten.

1.1 Anlass des Prüfauftrags

Der Antrag bezog sich auf eine anonyme Sachverhaltsdarstellung an den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat und den Rechnungshof über mutmaßliche Unregelmäßigkeiten hinsichtlich der Parteienfinanzierung durch Gesellschaften im Landeseigentum. So seien „über Umwege gewährte, verdeckte Parteispenden“ erfolgt.

Der Antrag nannte die „Niederösterreich Zeitung“ und das Magazin „Partei intern“ sowie die „Innova Verlags GmbH“, die Einnahmen aus Inseraten im Jahr 2019 mit 130.000,00 Euro beziffert haben. Vor allem Unternehmen des Landes NÖ hätten trotz des hohen Tarifs von 10.000,00 Euro für eine Seite Anzeigen geschaltet.

Diese Mutmaßungen betrafen die Vollziehung des Parteiengesetzes des Bundes beziehungsweise deren Kontrolle durch den Rechnungshof und den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat.

Gegenstand des Prüfauftrags

Der Prüfauftrag an den Landesrechnungshof beschränkte sich auf die Überprüfung der Rechtsgeschäfte mit Zahlungen an juristische und natürliche Personen im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen. Dazu sollte dargestellt werden, inwieweit die Zahlungen beziehungsweise die Vereinbarungen im Einklang mit oder aufgrund einer Kommunikationsstrategie der überprüften Gesellschaft erfolgten oder ob es sich um „ad hoc Rechtsgeschäfte“ handelte.

Für den Zeitraum von März 2017 bis zum Beginn der Prüfung im Mai 2022 sollten folgende Fragen beantwortet werden:

- In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden vom geprüften Unternehmen Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte bzw. Kosten?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Kooperationsvereinbarungen (zB. Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur) abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten für das geprüfte Unternehmen?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Vereinbarungen über Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen abgeschlossen, welche Leistungen wurden dabei bezogen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?
- In welchen Vereinen waren die geprüften Unternehmen Mitglieder und wie hoch waren die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

Zeithorizont und Datensätze

Die Antragstellenden erwarteten sich bis zum 20. Juni 2022 einen Vorbericht mit den bis dahin vorliegenden Prüfungsergebnissen und bis 30. September 2022 einen Endbericht. Die ausgewerteten Daten und Tabellen sollten dem NÖ Landtag in maschinenlesbarer Form zur Verfügung gestellt werden.

Die NÖ Landesverfassung 1979 verpflichtet den Landesrechnungshof dazu, dem Rechnungshofausschuss regelmäßig über seine Überprüfungstätigkeit zu berichten und über besondere Wahrnehmungen unverzüglich Bericht zu erstatten. Zeithorizonte und Vorberichte sah die Landesverfassung nicht vor. Dem standen mündliche Informationen über die Umsetzung des Prüfauftrags am 30. Juni 2022 und am 13. Oktober 2022 nicht entgegen.

1.2 Prüfungsmethode

Auch die Umsetzung des Prüfauftrags orientierte sich methodisch an den Standards und Richtlinien der INTOSAI, den „International Standards of Supreme Audit Institutions“ und der EURORAI, der European Organisation of Regional Audit Institutions (Europäische Organisation der regionalen externen Institutionen zur Kontrolle des öffentlichen Finanzwesens).

Der Landesrechnungshof überprüfte die im Prüfauftrag angeführten Rechtsträger gesondert. Er übermittelte den Prüfauftrag den Geschäftsführungen der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH. Dazu forderte er Daten und Unterlagen nach einer vorgegebenen Struktur an. Die Daten mussten in eine Excel-Tabelle exportiert beziehungsweise eingetragen und erläutert beziehungsweise belegt werden. Die Übermittlung der Daten und Unterlagen erfolgte über eine verschlüsselte Cloud (NÖ-Box) oder eine andere sichere Verbindung.

Die Natur im Garten Service GmbH bestand seit 3. Mai 2018 (Firmenbucheintragung), übermittelte jedoch drei Zahlungen ab Februar 2018, die der Landesrechnungshof aus prüfungsökonomischen Gründen berücksichtigte.

Die mit 10. Oktober 2018 gegründete Natur im Garten GmbH tätigte erst ab 1. Jänner 2019 Zahlungen im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen.

Der Prüfauftrag stellte auf Zahlungsflüsse, Zahlungen, Auftragswerte, Kosten, Förderbeträge und Spendenbeträge ab. Daher erhob der Landesrechnungshof zunächst die Aufwendungen beziehungsweise Ausgaben und ermittelte im Rahmen von stichprobenartigen Überprüfungen die Auftragswerte.

Ausgehend von 138 Stichproben pro Prüfauftrag nach einem standardisierten Verfahren, entfielen je zehn Geschäftsfälle auf die Natur im Garten GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH sowie 14 Geschäftsfälle auf die Natur im Garten Service GmbH. Diese Anzahl ergab sich aus einer Stichprobenberechnung auf Grundlage der Grundgesamtheit der Leistungsträger aller vom Prüfauftrag, Landtagszahl Ltg.-2067/A-2/77-2022, umfassten Rechtsträger.

Zudem holte der Landesrechnungshof ergänzende Informationen ein und nahm Einsicht in Geschäftsstücke. Er verarbeitete die Daten und Informationen dabei ausschließlich auf Grundlage der gesetzlichen Bestimmungen, unter Wahrung des Datenschutzes sowie von Amts-, Bank-, Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen.

Die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH bestätigten die Vollständigkeit der übermittelten Daten und Unterlagen.

1.3 Berichterstattung

Der Bericht wurde grundsätzlich in einer geschlechtergerechten Sprache verfasst. Personenbezogene Bezeichnungen, die nur in einer Form verwendet wurden, um die Lesbarkeit zu erleichtern, umfassen alle Personen gleichermaßen, unabhängig von einem Geschlecht.

Außerdem wurde auf eine leichte Verständlichkeit bei maschineller Wiedergabe für Menschen mit Beeinträchtigungen geachtet und daher zum Beispiel auf Abkürzungen verzichtet, Inhalte von Tabellen verbal eingeleitet und erklärt sowie Zahlen auf- oder abgerundet. Die Darstellung in Millionen Euro kann in Ausnahmefällen Rundungsdifferenzen aufweisen. Die Beträge enthielten bei Inseraten die Werbeabgabe. Bei der Natur im Garten GmbH beinhalteten die Beträge aufgrund der Gemeinnützigkeit die Umsatzsteuer, bei der eigennützigen Natur im Garten Service GmbH und bei der DIE GARTEN TULLN GmbH waren die Beträge ohne Umsatzsteuer angeführt.

2. Gebarungsumfang und Kenndaten

Die Natur im Garten GmbH befand sich im Alleineigentum des Landes NÖ. Sie hatte vom Verein „Natur im Garten“ mit 13. Dezember 2018 einen Anteil von 83,0 Prozent an der DIE GARTEN TULLN GmbH und mit 14. Dezember 2018 einen Anteil von 100,0 Prozent an der Natur im Garten Service GmbH, die bis 2. Mai 2018 Natur im Garten GmbH hieß, übernommen. Die restlichen 17,0 Prozent der Anteile hatte die Stadtgemeinde Tulln an der Donau behalten.

Der Verein „Natur im Garten“ wurde mit 22. Februar 2021 aufgelöst.

Die Gesellschaften verfügten zum 31. Dezember 2021 jeweils über ein Stammkapital von 35.000,00 Euro. Die Natur im Garten GmbH beschäftigte 46 Personen, die Natur im Garten Service GmbH 19 Personen und DIE GARTEN TULLN GmbH 26 Personen.

Die Bilanzsumme zum 31. Dezember 2021 betrug bei der Natur im Garten GmbH rund 1,84 Millionen Euro, bei der Natur im Garten Service GmbH rund 1,03 Millionen Euro und bei der DIE GARTEN TULLN GmbH 2,21 Millionen Euro. Die folgende Tabelle weist die Bilanzsummen und weitere Kenndaten zum 31. Dezember 2021 aus.

Tabelle 1: Kenndaten der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH, DIE GARTEN TULLN GmbH laut Jahresabschluss 2021

| Kenndaten zum 31. Dezember 2021 in Euro | Natur im Garten GmbH | Natur im Garten Service GmbH | DIE GARTEN TULLN GmbH |
|--|-------------------------|---------------------------------|--------------------------|
| Bilanzsumme | 1.844.396,57 | 1.031.607,11 | 2.205.984,18 |
| Umsatzerlöse mit Gesellschafter- zuschuss, Förderungen und sonstigen Erträgen | 4.818.376,98 | 1.687.700,16 | 2.408.313,59 |
| Gesellschafterzuschuss | 4.480.000,00 | - | - |
| Gesamtaufwand | 4.820.031,77 | 1.629.051,16 | 2.409.568,19 |
| Personalaufwand | 2.372.758,21 | 767.336,47 | 1.144.184,97 |
| Aufwand für Inserate und Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleis- tungen, Mitgliedschaften in Vereinen* | 1.056.797,68 | 362.496,33 | 197.088,07 |
| Jahresgewinn/-fehlbetrag | 0,00 | 58.649,00 | -1.254,60 |

*gemeldete Daten laut Geschäftsführungen

Kenndaten der Natur im Garten GmbH 2021

Die Umsatzerlöse und die sonstigen Erträge der Natur im Garten GmbH von rund 4,82 Millionen Euro setzten sich mit rund 4,48 Millionen Euro oder 92,9 Prozent aus dem Gesellschafterzuschuss des Landes NÖ sowie mit rund 0,34 Millionen Euro aus Erlösen von Seminaren und Förderungen des Bundes beziehungsweise der Europäischen Union zusammen.

Der Gesamtaufwand der Natur im Garten GmbH betrug rund 4,82 Millionen Euro. Davon entfielen rund 2,37 Millionen Euro oder 49,2 Prozent auf den Personalaufwand für 46 Beschäftigte im Ausmaß von 34 Vollzeitäquivalenten

(Stand 31. Dezember 2021). Die restlichen Aufwendungen von rund 2,45 Millionen Euro oder 50,8 Prozent verteilten sich auf Materialaufwand, Abschreibungen und sonstige betriebliche Aufwendungen.

Für Inserate und Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen und Mitgliedschaften in Vereinen wendete die Natur im Garten GmbH laut Geschäftsführung rund 1,06 Millionen Euro und damit 22,0 Prozent ihres Gesamtaufwands auf.

Kenndaten der Natur im Garten Service GmbH 2021

Die Umsatzerlöse und sonstigen Erträge der Natur im Garten Service GmbH von rund 1,69 Millionen Euro setzten sich vor allem aus Dienstleistungen für die Natur im Garten GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH von rund 0,96 Millionen Euro für Dienstleistungen im Marketing- und Veranstaltungsbereich für die Natur im Garten GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH sowie Projektaufträge des Landes NÖ, beispielsweise für „Blühsterreich“, „BeeRunning“, „Igelhausen“ oder der „Natur im Garten Plakette“, aus Benützungsentgelten von rund 0,06 Millionen Euro und 0,66 Millionen Euro aus Veranstaltungserlösen zusammen.

Der Gesamtaufwand der Natur im Garten Service GmbH betrug 1,63 Millionen Euro. Davon entfielen rund 0,77 Millionen Euro oder 47,2 Prozent auf den Personalaufwand für 19 Beschäftigte im Ausmaß von elf Vollzeitäquivalenten (Stand 31. Dezember 2021). Die restlichen Aufwendungen von 0,86 Millionen Euro oder 52,8 Prozent verteilten sich auf Materialaufwand, Abschreibungen und sonstige betriebliche Aufwendungen.

Für Inserate und Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen und Mitgliedschaften in Vereinen wendete die Natur im Garten Service GmbH laut Geschäftsführung rund 0,36 Millionen Euro und damit 22,3 Prozent ihres Gesamtaufwands auf. Die Gewinn- und Verlustrechnung des Jahres 2021 ergab einen Gewinn von rund 0,06 Millionen Euro.

Kenndaten der DIE GARTEN TULLN GmbH 2021

Die Umsatzerlöse und die sonstigen Erträge der DIE GARTEN TULLN GmbH betragen rund 2,41 Millionen Euro. Davon entfielen rund 1,12 Millionen Euro oder 46,5 Prozent auf den Ticketverkauf, den Shop der Garten Tulln, Vermietungen beziehungsweise Verpachtungen, Sponsoring und Veranstaltungen. Weitere 1,03 Millionen Euro oder 42,7 Prozent stammten aus Förderungen und rund 0,22 Millionen Euro aus anteiligen Investitionszuschüssen des Landes

NÖ. Die restlichen 38.924,66 Euro betrafen hauptsächlich Versicherungsschädigungen.

Der Gesamtaufwand belief sich auf rund 2,41 Millionen Euro. Davon entfielen 1,14 Millionen Euro oder 47,3 Prozent auf den Personalaufwand für 26 Beschäftigte oder 24,03 Vollzeitäquivalente zum 31. Dezember 2021.

Für Inserate und Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen und Mitgliedschaften in Vereinen wendete DIE GARTEN TULLN GmbH laut Geschäftsführung rund 0,20 Millionen Euro oder 8,3 Prozent ihres Gesamtaufwands auf.

Die Gewinn- und Verlustrechnung des Jahres 2021 wies einen Jahresfehlbetrag von rund 1.250,00 Euro aus.

3. Zuständigkeiten

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 bestanden im Zusammenhang mit der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH folgende Zuständigkeiten der NÖ Landesregierung und des Amtes der NÖ Landesregierung:

3.1 NÖ Landesregierung

Aufgrund der Verordnung über die Geschäftsordnung der NÖ Landesregierung fielen unter anderem die Verwaltung der Gesellschaftsanteile des Landes NÖ und der daraus erzielten Einnahmen, soweit diese Angelegenheiten keinem anderen Mitglied der NÖ Landesregierung zugewiesen waren, sowie die Entsendung von Vertreterinnen und Vertretern des Landes NÖ oder der NÖ Landesregierung in öffentliche Körperschaften oder andere juristische Personen ab 19. April 2017 in die Zuständigkeit von Landeshauptfrau Mag.^a Johanna Mikl-Leitner. Davor war der damalige Landeshauptmann Dr. Erwin Pröll dafür zuständig.

Dem Landesrat für Finanzen und Mobilität Dipl.-Ing. Ludwig Schleritzko waren die Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens zugeordnet.

Die Ökologisierung von Gärten und die umweltbewusste Lebensführung zählten zu den Zuständigkeiten des Landesrats für Wohnen, Arbeit und internationale Beziehungen Dr. Martin Eichinger, der diese Angelegenheiten mit 22. März 2018 vom damaligen Landesrat Mag. Karl Wilfing übernommen hatte.

Kollegiale Beratung und Beschlussfassung

Der kollegialen Beratung und Beschlussfassung der NÖ Landesregierung unterlagen unter anderem Angelegenheiten der Entsendung von Vertretern des Landes NÖ oder der NÖ Landesregierung in öffentliche Körperschaften oder in andere juristische Personen und vertragsmäßige Verpflichtungen des Landes NÖ über einer Wertgrenze von mehr als 170.000,00 Euro (ohne Umsatzsteuer) sowie Darlehen, Zinsenzuschüsse, Beihilfen und sonstige Förderungsmaßnahmen, soweit der Leistungsempfänger nicht bereits im Landesvoranschlag bezeichnet war, wenn sie im Einzelfall die Wertgrenze von 80.000,00 Euro überstiegen.

3.2 Amt der NÖ Landesregierung

Die Geschäftseinteilung des Amtes der NÖ Landesregierung wies die Aufgaben im Zusammenhang mit der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH sowie der DIE GARTEN TULLN GmbH folgenden Abteilungen zu:

Abteilung Finanzen F1

In den Aufgabenbereich der Abteilung Finanzen F1 fielen neben den Finanzangelegenheiten einschließlich der Verwaltung des Landesvermögens unter anderem die Verwaltung der Gesellschaftsanteile des Landes NÖ, soweit diese Angelegenheiten nicht einer anderen Abteilung zugewiesen waren.

Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3

In die Zuständigkeit der Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 fielen neben Angelegenheiten des Umweltschutzes, der Abfallwirtschaft, der Verwaltung von Anteilen des Landes an Gesellschaften, die dem Umweltschutz dienten, auch die Verwaltung der Anteile des Landes NÖ an der Natur im Garten GmbH.

4. Rechtliche Grundlagen

Den rechtlichen Rahmen für die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH sowie DIE GARTEN TULLN GmbH bildeten bundes- und landesgesetzliche Grundlagen, die Errichtungserklärungen sowie Vereinbarungen und Vorschriften der Gesellschaften.

4.1 Bundesrecht

Zu den maßgeblichen Bundesgesetzen zählten das Gesetz über die Gesellschaften mit beschränkter Haftung (GmbH-Gesetz), RGBI 1906/58, das Bundesgesetz über die Vergabe von Aufträgen (Bundesvergabegesetz 2018, BVergG 2018), BGBl I 2018/65, das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten (Datenschutzgesetz – DSG), BGBl I 1999/165, und die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), namens Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rats vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr.

Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung

Das Gesetz über Gesellschaften mit beschränkter Haftung regelte unter anderem die Errichtung, die Organisation, die Rechtsverhältnisse der Gesellschaft und der Gesellschafter, die Stellung im Rechtsverkehr sowie die Auflösung. Zudem legte das Gesetz fest, welche Regelungen die Errichtungserklärung enthalten musste.

Datenschutzgesetz und Datenschutz-Grundverordnung

Das Bundesgesetz zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten ergänzte die Datenschutz-Grundverordnung des Europäischen Parlaments und des Rats zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr, die in Österreich unmittelbar anzuwenden war.

Bundesvergabegesetz 2018 – BVergG 2018

Das Bundesgesetz über die Vergabe von Aufträgen regelte das Beschaffungswesen von Bund, Ländern, Gemeinden, öffentlichen Einrichtungen und so genannten Sektorenauftraggebern, die zur Versorgung der Allgemeinheit tätig wurden. Die Regelungen galten für Vergaben von Bau-, Liefer- und Dienstleistungsaufträgen.

Das anzuwendende Vergabeverfahren richtete sich nach dem geschätzten Auftragswert, wobei im Ober- und im Unterschwellenbereich unterschiedliche Verfahren anzuwenden waren.

4.2 Landesrecht

Für Angelegenheiten und Rechtsgeschäfte der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH sowie der DIE GARTEN TULLN GmbH im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen galten Rechtsvorschriften des Landes NÖ und der Gesellschaften.

Handbuch Beteiligungsmanagement

Das „Handbuch Beteiligungsmanagement des Bundeslandes Niederösterreich“, Beilage zur Dienstanweisung „Rechnungsabschluss des Landes Niederösterreich, Durchführung“, 01-02/00-0170, vom 23. Juni 2009, enthielt die Anforderungen an eine wirtschaftliche und wirksame Beteiligungsverwaltung des Landes NÖ sowie die dafür erforderlichen Organisations- und Steuerungsgrundlagen. Ziel war, öffentliche Aufgaben durch die Beteiligung an einer Unternehmung oder durch die Gründung einer Landesgesellschaft noch effizienter vornehmen zu können. Den Fachabteilungen oblagen die Wahrnehmung der Budget- und Ressourcenverantwortung sowie der Steuerung der zugeordneten Gesellschaften mit messbaren Finanz- und Leistungszielen, weiters die Wahrnehmung der Gesellschafterrechte, die Erstellung von Vorlagen für die NÖ Landesregierung und den NÖ Landtag, das Berichtswesen und Controlling. Die Steuerung einer Gesellschaft mit beschränkter Haftung konnte mit Gesellschafterweisungen sowie mit Geschäftsbesorgungs- und Leistungsverträgen erfolgen.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die angeführte Dienstanweisung mit 10. Juni 2022 aufgehoben wurde, weil diese nicht mehr der Voranschlags- und Rechnungsabschlussverordnung 2015 – VRV 2015 entsprach. Die Abteilung Finanzen F1 plante, das Beteiligungshandbuch neu aufzusetzen.

Der Landesrechnungshof bekräftigte daher seine Empfehlung aus den Berichten 9/2022 NÖ Familienland GmbH, Prüfauftrag und 10/2022 Radland GmbH, Prüfauftrag, wonach die NÖ Landesregierung ein zweckmäßiges Regelwerk für die Verwaltung der Anteile des Landes ausarbeiten lassen und verbindlich in Kraft setzen sollte.

Rahmenvereinbarung Eventmanagement 2019

Für Rechtsgeschäfte sowie Kooperationen im Zusammenhang mit Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen bestand seit 24. März 2020 eine Rahmenvereinbarung des Landes NÖ mit vier Vertragspartnern. Die Rahmenvereinbarung beruhte auf einer europaweiten Ausschreibung von Leistungen für Eventagenturen nach dem Bundesvergabegesetz 2018 und dem Bestbieterprinzip im Jahr 2019.

Den Gegenstand der Vereinbarung bildete die Organisation von Veranstaltungen der NÖ Landesregierung und des NÖ Landtags. Dazu zählten Empfänge, Konferenzen, Workshops, Bürgerinformationen und messeähnliche Veranstaltungen. Die Laufzeit endete 2023 (Beschluss der NÖ Landesregierung vom 18. Februar 2020).

Die Leistungen konnten nach dem Rotationsprinzip aus der Rahmenvereinbarung abgerufen oder die Vertragspartner zur Angebotslegung eingeladen werden. Die Vereinbarung galt auch für taxativ angeführte landesnahe Gesellschaften und Vereine, darunter auch die Natur im Garten GmbH. Eine Abnahmeverpflichtung bestand nicht.

Für die Projekte „Salon Europa Forum Wachau – a green Deal“ und „Igelhausen“ erfolgten Abrufe aus dieser Rahmenvereinbarung mit einem Partner.

5. Organisatorische Grundlagen

Die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH entstanden aus dem gemeinnützigen Verein „Natur im Garten“, der im Jahr 1999 gegründet worden war.

Der Verein „Natur im Garten“ errichtete und betrieb mit 10. Dezember 2008 die eigennützige Tochtergesellschaft Natur im Garten GmbH, die mit 30. Mai 2018 (Firmenbucheintragung) in die „Natur im Garten Service GmbH“ umbenannt worden war.

Mit 30. März 2012 hatte der Verein „Natur im Garten“ den Anteil des „Umwelt-schutzverein Bürger und Umwelt“ an der NÖ Landesgartenschau Planungs- und Errichtungs G.m.b.H von 83,0 Prozent übernommen. Die Stadtgemeinde Tulln behielt einen Anteil von 17,0 Prozent. Mit 6. Mai 2014 änderte die NÖ Landesgartenschau Planungs- und Errichtungs G.m.b.H. ihren Namen auf DIE GARTEN TULLN GmbH und passte ihren Unternehmensgegenstand an.

Um die Angelegenheiten des Vereins „Natur im Garten“ und der DIE GARTEN TULLN GmbH unter einer Dachmarke zu betreiben, errichtete das Land NÖ mit 14. November 2018 die gemeinnützige Landesgesellschaft „Natur im Garten GmbH“ (Firmenbucheintragung). Die Grundlagen bildeten der Beschluss der NÖ Landesregierung vom 4. September 2018 und die Errichtungserklärung vom 10. Oktober 2018.

Die Landesgesellschaft „Natur im Garten GmbH“ erwarb am 13. Dezember 2018 die Anteile des Vereins „Natur im Garten“ an der DIE GARTEN TULLN GmbH und am 14. Dezember 2018 dessen Anteile an der „Natur im Garten Service GmbH“ (Firmenbucheintragung 28. Dezember 2018).

Mit 1. Jänner 2019 übernahmen die Landesgesellschaft „Natur im Garten GmbH“ und ihre „Natur im Garten Service GmbH“ die Aufgaben und das Personal des Vereins „Natur im Garten“. Nach dem Abschluss seiner Projekte wurde der Verein mit 22. Februar 2021 aufgelöst.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass der Gesellschaftsvertrag der DIE GARTEN TULLN GmbH den Stand 9. April 2019 aufwies und darin noch der Umweltschutzverein Bürger und Umwelt als Mehrheitseigentümer aufschien. Er empfahl der Natur im Garten GmbH, mit der Stadtgemeinde Tulln, den Gesellschaftsvertrag zu aktualisieren.

Ergebnis 1

Die Natur im Garten GmbH sollte mit der Stadtgemeinde Tulln den Gesellschaftsvertrag der DIE GARTEN TULLN GmbH vom 9. April 2019 aktualisieren.

Stellungnahme der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH:

Die empfohlene Aktualisierung des Gesellschaftsvertrags der DIE GARTEN TULLN GmbH hinsichtlich der Streichung des Umweltschutzvereins „Bürger und Umwelt“ als Hauptgesellschafter und der expliziten Nennung der Natur im Garten GmbH als Hauptgesellschafter wird umgesetzt.

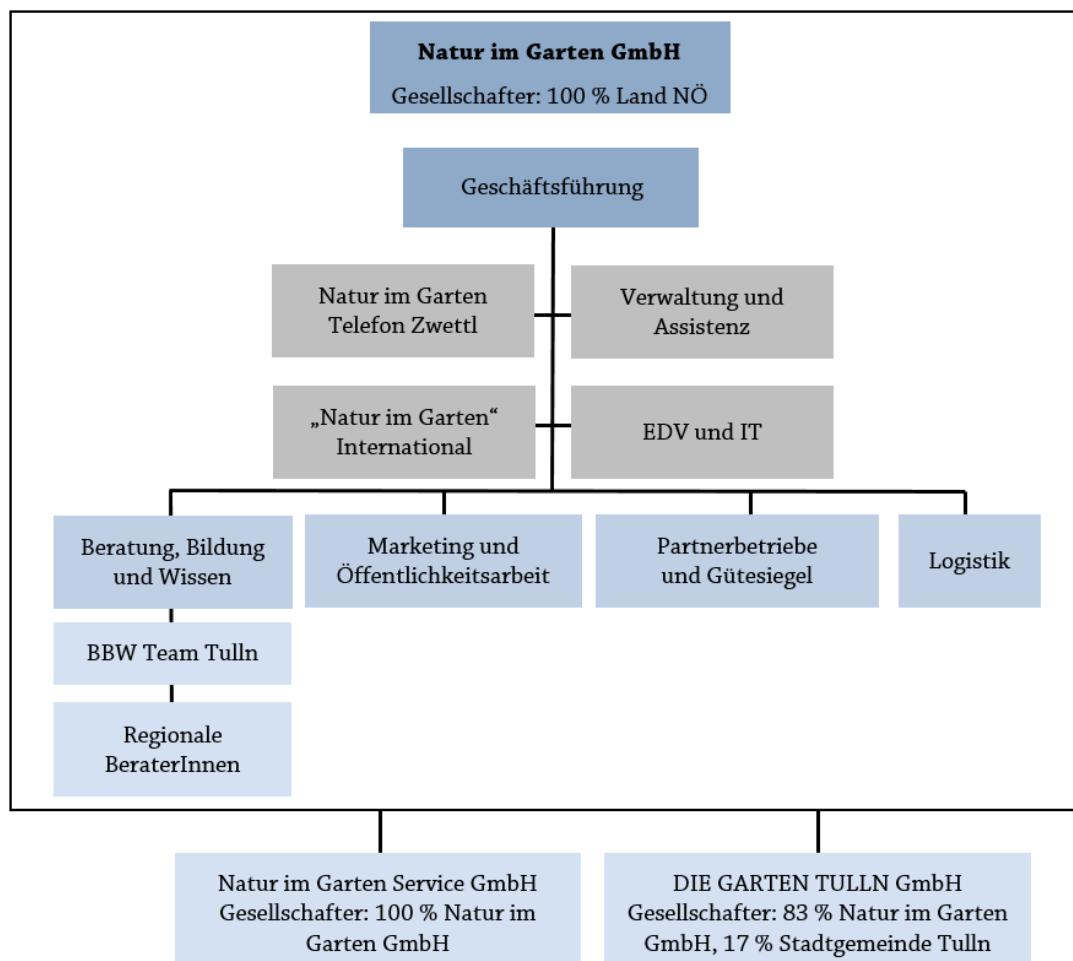
Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

5.1 Aufbauorganisation

Die Errichtungserklärungen der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH legten unter anderem Gegenstand, Zweck, Stammkapital, Geschäftsanteile, Organe (Gesellschafterversammlung, Geschäftsführung, Aufsichtsrat), Aufgaben, Rechte und Pflichten sowie Mittel fest. Sitz der drei Gesellschaften war Tulln an der Donau.

Abbildung 1: Organigramm der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH



Quelle: Natur im Garten GmbH; eigene Darstellung LRH

Aufbau der Natur im Garten GmbH

Die Natur im Garten GmbH gliederte sich in vier Stabstellen und vier Fachbereiche. Aufgaben, Zuständigkeiten und spezifische Qualifikationen der Bediensteten waren in Stellenbeschreibungen festgelegt.

Die Aufgaben im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Kooperationen waren an die Natur im Garten Service GmbH ausgelagert.

Die Servicegesellschaft übernahm das Marketing für die Natur im Garten GmbH und für DIE GARTEN TULLN GmbH.

Marketing und Öffentlichkeitsarbeit bei der Natur im Garten Service GmbH

Die Aufgaben im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Kooperationen besorgte die Natur im Garten Service GmbH für alle drei Gesellschaften. Die Grundlage bildeten jährliche Vereinbarungen im Marketing- und Eventmanagementbereich mit den verbundenen Unternehmen.

Die Aufgaben des Fachbereichs umfassten die strategische Planung, die Konzeption, die Durchführung, das Controlling und das Berichtswesen von Maßnahmen des Marketings, der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Print-, Rundfunk-, Online- und Sozialen Medien sowie von Veranstaltungen. Dazu zählten auch Zertifizierungen mit dem „Natur im Garten“-Gütesiegel.

Im Fachbereich Marketing und Öffentlichkeitsarbeit der Natur im Garten Service GmbH arbeiteten zehn Beschäftigte auch für DIE GARTEN TULLN GmbH (Stand November 2022).

Aufbau der DIE GARTEN TULLN GmbH

DIE GARTEN TULLN GmbH gliederte sich in die Stabstelle Assistenz der Geschäftsleitung und in die fünf Bereiche Office, Vermittlung, Garten, Technik sowie Finanzen.

Die Aufgaben im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Kooperationen waren an die Natur im Garten Service GmbH ausgelagert.

Die Grundlage bildeten jährliche Vereinbarungen über Marketing- und Eventmanagementleistungen.

5.2 Aufgaben und Organe der Natur im Garten GmbH

Der Unternehmensgegenstand der gemeinnützigen Natur im Garten GmbH umfasste die Ökologisierung von Gärten und öffentlichen Grünräumen sowie die Förderung einer umweltbewussten Lebensweise der Bevölkerung. Das sollte durch entsprechende Beratungs-, Bildungs- und Informationstätigkeit von Einzelpersonen, Gemeinden, Vereinen und anderen Institutionen oder auch durch Beteiligungen an Unternehmen erreicht werden.

Weiters setzte die Gesellschaft auf Bewusstseinsbildung durch Vorträge, Seminare, Workshops zum Thema „Natur im Garten“, weiters Newsletter, durch Publikationen, Bücher, Broschüren, Onlineinformation sowie auf die Mitwirkung bei Projekten, Programmen und Initiativen der Europäischen Union, wie das Umwelt- und Naturschutzförderungsprogramm LIFE.

Die Organe der Natur im Garten GmbH bestanden aus der Generalversammlung, der Geschäftsführung und ab März 2019 aus dem Aufsichtsrat.

Generalversammlung der Natur im Garten GmbH

Das Land NÖ war in der Generalversammlung der Natur im Garten GmbH durch den zuständigen Landesrat oder in dessen Auftrag durch den Leiter der Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 vertreten. Die Konstituierung erfolgte am 27. November 2018.

Aufsichtsrat der Natur im Garten GmbH

Die Errichtungserklärung der Natur im Garten GmbH ermöglichte die Einrichtung eines Aufsichtsrats zur Überwachung der Gesellschaft. Dieser hatte aus mindestens drei und höchstens zehn Mitgliedern sowie aus einem Vorsitzenden und dessen Stellvertretung zu bestehen.

Der Aufsichtsrat konstituierte sich am 1. März 2019 und bestand aus zwölf Mitgliedern, davon drei Vertreter der Arbeitnehmer. Den Vorsitz und dessen Stellvertretung hatten bis zur Liquidierung des Vereins „Natur im Garten“ am 22. Februar 2021 der Vereinsobmann und der Vereinsobmann-Stellvertreter inne.

Der Aufsichtsrat war nicht im Firmenbuch eingetragen und sollte laut Errichtungserklärung der Natur im Garten GmbH aus höchstens zehn Mitgliedern bestehen. Daher empfahl der Landesrechnungshof, dass die Geschäftsführung die Eintragung des Aufsichtsrats in das Firmenbuch veranlasst. Weiters wäre die Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder auf zehn zu beschränken oder der Gesellschaftsvertrag anzupassen.

Ergebnis 2

Die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH sollte die Eintragung des Aufsichtsrats in das Firmenbuch veranlassen.

Die Generalversammlung der Gesellschaft sollte die Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder auf zehn beschränken oder den Gesellschaftsvertrag anpassen.

Stellungnahme der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH:

Die vom Landesrechnungshof geforderte Eintragung des Aufsichtsrats in das Firmenbuch wurde veranlasst.

Die Beschränkung der Mitglieder des Aufsichtsrats gemäß Gesellschaftsvertrag der „Natur im Garten“ GmbH wird durch die Generalversammlung veranlasst werden. Die Umsetzung soll im Februar 2024 erfolgen, da hier gemäß GmbHG der Aufsichtsrat ohnehin neu zu bestellen ist.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats vom 1. März 2019 führte die gesellschaftsrechtlichen Aufgaben, Abläufe, Rechte und Pflichten näher aus. Demnach hatte die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH die Zustimmung des Aufsichtsrats für Maßnahmen und Rechtsgeschäfte über den Erwerb, die Veräußerung und die Stilllegung von Beteiligungen, über Investitionen, Veräußerungen von Liegenschaften, Dauerschuldverhältnisse (Mieten) sowie Darlehensaufnahmen über 100.000,00 Euro einzuholen.

Dem Aufsichtsrat oblag auch die Überwachung der Natur im Garten Service GmbH, für die kein eigener Aufsichtsrat bestand. DIE GARTEN TULLN GmbH verfügte hingegen über einen eigenen Aufsichtsrat, dem auch Mitglieder des Aufsichtsrats der Natur im Garten GmbH angehörten.

Die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH informierte den Aufsichtsrat quartalsweise im Rahmen des Tätigkeits- und Finanzberichts zur Natur im Garten GmbH und der Natur im Garten Service GmbH auch über Marketingaktivitäten. Zur DIE GARTEN TULLN GmbH berichtete sie nur bei Überschneidungen im Rahmen der operativen Tätigkeiten sowie über den Jahresabschluss einmal jährlich.

Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH nahm zunächst der Leiter der Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 wahr.

Nach einem Auswahlverfahren übernahmen mit Wirksamkeit vom 1. Dezember 2018 zwei Personen die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH und der Natur im Garten Service GmbH. Die beiden Geschäftsführer hatten bis zur Auflösung des Vereins „Natur im Garten“ am 22. Februar 2021 auch dessen Geschäftsführung inne.

Der Gesellschaftsvertrag legte eine gemeinsame Vertretung der Gesellschaft durch die beiden Geschäftsführer oder durch einen Geschäftsführer gemeinsam mit einem Prokuristen fest. Die Prokura erhielt mit 20. Juli 2021 die Leiterin des Fachbereichs Marketing und Öffentlichkeitsarbeit (Beschluss der Generalversammlung; Firmenbucheintragung vom 1. September 2021).

Die Geschäftsordnung für die Geschäftsführung vom 19. Jänner 2019 (Beschluss der Generalversammlung) legte Zuständigkeiten, Vertretungsbefugnisse und Regelungen für den Zahlungsverkehr nach dem Vier-Augen-Prinzip sowie Zustimmungserfordernisse für Vergaben und Vergabeverfahren mit Wertgrenzen fest.

5.3 Aufgaben und Organe der Natur im Garten Service GmbH

Der Unternehmensgegenstand der Natur im Garten Service GmbH umfasste den Handel mit Waren aller Art, die Vermarktung der Marke „Natur im Garten“ sowie die Erbringung von Serviceleistungen für Partnerbetriebe und Lizenzpartner (Errichtungserklärung vom 24. Mai 2018).

Die Organe der Natur im Garten Service GmbH bestanden aus der Generalversammlung und der Geschäftsführung. Die Errichtungserklärung der Natur im Garten Service GmbH sah keinen Aufsichtsrat vor.

Die Überwachung der Geschäftsführung oblag daher dem Aufsichtsrat der Natur im Garten GmbH.

Generalversammlung der Natur im Garten Service GmbH

Die Generalversammlung der Natur im Garten Service GmbH bestand aus der Alleingeschafterin der Natur im Garten GmbH, vertreten durch die Geschäftsführung sowie teilweise durch den Aufsichtsratsvorsitzenden und dessen Stellvertretung.

Geschäftsführung der Natur im Garten Service GmbH

Die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH führte auch die Geschäfte der Natur im Garten Service GmbH. Beide Geschäftsführer hatten bis zur Auflösung des Vereins am 22. Februar 2021 auch die Geschäftsführung des Vereins „Natur im Garten“ ausgeübt.

5.4 Aufgaben und Organe der DIE GARTEN TULLN GmbH

Der Unternehmensgegenstand der DIE GARTEN TULLN GmbH umfasste den Betrieb der Garten Tulln samt Anlagen und branchenüblichen Nebenleistungen (Bewachung, Reinigung) sowie Beteiligungen an Unternehmen. Weiters zählten dazu die Errichtung von Mustergärten, Park- und Freizeitanlagen, Ausstellungs-, Verkaufs- und Veranstaltungsflächen, die Vermietung und Verpachtung der Anlagen und Räumlichkeiten sowie Organisation von Veranstaltungen.

Die Organe der DIE GARTEN TULLN GmbH bestanden aus der Generalversammlung, dem Aufsichtsrat und der Geschäftsführung.

Generalversammlung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Generalversammlung bestand aus den beiden Gesellschaftern Natur im Garten GmbH und Stadtgemeinde Tulln an der Donau. Die Anteilsrechte nahmen die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH beziehungsweise der Aufsichtsratsvorsitzende und dessen Stellvertretung wahr. Die Anteilsrechte der Stadtgemeinde Tulln vertrat der Bürgermeister der Stadt Tulln.

Aufsichtsrat der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Errichtungserklärung der DIE GARTEN TULLN GmbH sah einen Aufsichtsrat aus je neun Aufsichtsratsmitgliedern der beiden Gesellschafter zur Überwachung der Gesellschaft beziehungsweise Geschäftsführung vor.

Der Vorsitz stand einem Aufsichtsratsmitglied der Mehrheitsgesellschafterin und die Stellvertretung einem Aufsichtsratsmitglied der Minderheitsgesellschafterin zu. Der Aufsichtsrat bestand aus vierzehn Mitgliedern, davon entfielen zwei Mitglieder auf den Betriebsrat.

Die Geschäftsordnung des Aufsichtsrats regelte ergänzend zu den gesetzlichen Vorschriften Aufgaben, Rechte und Pflichten, Abläufe und die Ausübung von Stimmrechten.

Dem Aufsichtsrat blieb nach Abstimmung mit der Generalversammlung die Zustimmung zu bestimmten Maßnahmen und Rechtsgeschäften vorbehalten.

Dazu zählten die Festlegung der allgemeinen Grundsätze der Geschäftspolitik, wesentliche Änderungen des Unternehmensgegenstands, Erwerb, Veräußerung und Stilllegung von Beteiligungen, Investitionen außerhalb des Investitionsprogramms, Veräußerungen von Liegenschaften, Bestandsverträge, Darlehensaufnahmen, Übernahme von Bürgschaften und Garantien sowie Personalagenden (Erteilung der Prokura, Abschluss und Kündigung von Dienstverträgen, Darlehen oder Vorschüsse an Dienstnehmer, Betriebsvereinbarungen).

Die Anzahl der Aufsichtsratsmitglieder wäre durch die Generalversammlung auf die Anzahl laut Gesellschaftsvertrag anzupassen beziehungsweise der Gesellschaftsvertrag zu ändern.

Der Vorsitzende hatte jedenfalls viermal im Kalenderjahr Sitzungen einzuberufen.

Geschäftsführung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Der Gesellschaftsvertrag ließ die Vertretung der Gesellschaft durch einen oder zwei Geschäftsführer sowie durch Einzel- oder Gesamtprokuristen zu. DIE GARTEN TULLN GmbH verfügte über einen einzelzeichnungsberechtigten Geschäftsführer und einen Prokuristen, der die Gesellschaft gemeinsam mit dem Geschäftsführer vertreten konnte.

Die Geschäftsführung nahm an den jährlichen Planungsklausuren der Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 teil, in denen Strategien zur Aktion Natur im Garten abgestimmt wurden.

5.5 Interne Kontrollsysteme

Mit Aufgabenverteilung, Organigramm, Geschäftsordnungen, Stellenbeschreibungen und Richtlinien verfügten die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH über Grundlagen eines Internen Kontrollsystems (IKS).

IKS-Richtlinien der Natur im Garten GmbH und der Natur im Garten Service GmbH

Die Richtlinien „IKS Natur im Garten“, „Ablauf Sachverhalt Natur im Garten“ sowie „Finanzordnung“ legten Beschaffungsvorgänge und Unterschriftsbefugnisse nach dem Vier-Augen-Prinzip fest. Die Richtlinien waren laut Geschäftsführung verbindlich anzuwenden.

Für die Vergaben von Aufträgen galt das Bestbieterprinzip, wobei die Finanzordnung jedoch eine Begründung für die Anwendung des Bestbieterprinzips verlangte.

Eine Risikoliste enthielt Eintrittswahrscheinlichkeit und mögliche Schadensausmaße von Risiken. Die Richtlinien enthielten keine Kennzeichnung als Dienstanweisung, keine Daten zur Ausstellung oder zu Änderungen und keine Regelungen zur Annahme von Einladungen und Geschenken.

Ein Programm zur Erstellung und zur Freigabe von Sachverhalten sowie zur Abwicklung von Zahlungen erfasste die Eingaben und die Freigaben der Sachbearbeiter sowie der Entscheidungsträger mit dem jeweiligen Zeitpunkt.

Der Landesrechnungshof empfahl der Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH daher, die IKS-Richtlinien als Dienstanweisung mit Datum und Änderungsverlauf auszufertigen und in Bezug auf Korruptionsprävention zu ergänzen. Das betraf insbesondere Regelungen und Schulungen zum Verbot der Geschenkkannahme und zu Spenden.

Der Landesrechnungshof verwies dazu beispielhaft auf die Dienstanweisung „Landesbedienstete; verbotene Geschenkkannahme und Ehrungen, Korruptionsprävention“ vom 18. März 2022 und den Verhaltenskodex zur Korruptionsprävention im öffentlichen Dienst „Die VerANTWORTung liegt bei mir“ aus dem Jahr 2021.

Ergebnis 3

Die Natur im Garten GmbH sollte die IKS-Richtlinien, insbesondere hinsichtlich der Korruptionsprävention, ergänzen.

Stellungnahme der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH:

Die IKS-Richtlinien der „Natur im Garten“ GmbH wurden im Bereich Korruptionsprävention ergänzt und mittels Dienstanweisung an die Mitarbeiter kommuniziert. Als Basis dazu diente der Verhaltenskodex zur Korruptionsprävention im öffentlichen Dienst „Die VerANTWORTung liegt bei mir“.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

IKS-Richtlinien der DIE GARTEN TULLN GmbH

DIE GARTEN TULLN GmbH verfügte über eine „Compliance-Dienstanweisung“ sowie über Dienstanweisungen „Rechnungswesen, Controlling und Beauftragungen“ und „Interne Abläufe“, jeweils vom 1. Jänner 2021.

Die „Compliance-Dienstanweisung“ legte die Verhaltensregeln für Einladungen, verbotene Geschenkkannahmen, Interessenskonflikte und Meldepflichten für Nebenbeschäftigungen und Mitgliedschaften in branchennahen Vereinen (Meldung an die Geschäftsführung) fest.

Die Dienstanweisungen „Rechnungswesen, Controlling und Beauftragungen“ und „Interne Abläufe“ regelten Beschaffungsvorgänge und Befugnisse der Beschaffungsverantwortlichen nach dem Vier-Augen-Prinzip sowie Zeichnungsberechtigungen mit Wertgrenzen und die Einholung von Vergleichsangeboten.

Die Dienstanweisung „Ökologische Beschaffung“ vom 8. Juli 2021 enthielt Vorgaben für ein nachhaltiges Beschaffungswesen, das auf die Umweltverträglichkeit der Produkte in ihrer Gesamtheit (Produktion, Verpackung, Transport, Haltbarkeit, Auswirkungen auf die Umwelt im Betrieb, Wiederverwertbarkeit) abstellte. Bei Vergaben über 300,00 Euro (netto) oder einer Kostenüberschreitung von über zehn Prozent war die Entscheidung durch die Geschäftsführung zu treffen.

6. Strategische Grundlagen

Die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH verfügten über ein Leitbild beziehungsweise eine Strategie- und Masterplanung, über Ziellandkarten, Jahresprogramme, über Media-, Presse- sowie Veranstaltungspläne und eine Social Media Planung.

Damit verfügten die Gesellschaften über strategische Grundlagen für Inserate und Werbung, Förderungen, Spenden, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen sowie Kooperationen und Mitgliedschaften in Vereinen.

6.1 Leitbild der Natur im Garten GmbH

Das Leitbild der Natur im Garten GmbH beschrieb das Selbstverständnis sowie die Mission, die Ziele, die Zielgruppen, die Kernkriterien und die Kompetenzen („Was uns auszeichnet“). Demnach verstand sich „Natur im Garten“ als eine vom Land getragene Bewegung, welche die Ökologisierung von Gärten und Grünräumen in Niederösterreich und darüber hinaus vorantrieb.

Die Kernkriterien legten fest, dass Gärten und Grünräume ohne chemisch-synthetische Pestizide, ohne chemisch-synthetische Dünger sowie ohne Torf gestaltet und gepflegt werden. Zudem sollte großer Wert auf biologische Vielfalt und Gestaltung mit heimischen und ökologisch wertvollen Pflanzen gelegt werden.

Auftrag und Mission

Den Auftrag beziehungsweise die Mission von Natur im Garten sah das Leitbild in der Vermittlung von Wissen und Fertigkeiten zur ökologischen und naturnahen Gestaltung und Pflege von Gärten und Grünräumen im privaten, halb-öffentlichen und öffentlichen Raum. Dazu suchte die Gesellschaft eine enge Zusammenarbeit mit Bildungs- und Forschungseinrichtungen.

Ziel und Zielgruppen

Ziel war, die Kernkriterien für eine ökologische Bewirtschaftung und naturnahe Gestaltung in den Zielgruppen zu verankern. Inhalte und Kriterien bildeten einen festen Bestandteil der gärtnerischen und pädagogischen Aus- und Weiterbildung. Die Garten Tulln war als ökologischer Schaugarten beziehungsweise botanischer Garten auch Standort für Forschungs- und Bildungseinrichtungen.

Zu den Zielgruppen der Natur im Garten GmbH zählten Garten- und gartentouristisch Interessierte, Plakettenbesitzer, Abonnenten des „Natur im Garten Magazins“, Kindergärten, Schulen und Umweltbildungseinrichtungen, Gartenprofessionisten, Gemeinden, Universitäten und Forschungseinrichtungen sowie auf Ökologie und Nachhaltigkeit ausgerichtete Verbände, Vereine und Arbeitsgruppen.

6.2 Strategie- und Masterplanung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Strategie- und Masterplanung der DIE GARTEN TULLN GmbH umfasste das Zukunftsbild (Vision), den Auftrag (Mission) sowie die Stärken- und Schwächen-Analyse und bildete die Grundlage für die Marketingstrategie.

Vision und Mission

Die Vision der DIE GARTEN TULLN GmbH sah in der Garten Tulln „den“ Schaugarten für „Natur im Garten“ und „das“ globale Aushängeschild für eine ökologische Gartenschau sowie für ein Ausflugsziel.

Die Mission beschrieb zudem Inszenierung, Demonstration, Dokumentation und Lehre von Natur im Garten sowie deren Schwerpunkte Gartenökologie, Gartengestaltung, Garten als Lebensstil, Pflanzenvielfalt und Biodiversität sowie Anpassung an den Klimawandel und Klimaschutz.

Die Idee von „Natur im Garten“ sollte in der Unternehmenskultur gelebt und breit kommuniziert werden sowie mit der Garten Tulln ein Kompetenzzentrum für ökologische Garten- und Grünraumgestaltung beziehungsweise Garten-

und Grünraumbewirtschaftung erhalten. Die Garten Tulln sollte nach den Standards eines botanischen Gartens geführt und weiterentwickelt werden.

Außerdem sollte die Garten Tulln einen Beitrag zum Tourismus leisten sowie als Kooperationspartnerin der Stadtgemeinde Tulln an der Donau und der Unternehmen in Tulln den Standort Tulln stärken.

Stärken und Schwächen

Die Stärken der Garten Tulln bestanden in den ökologischen Schaugärten, den Partnerbetrieben, der hohen Gästezufriedenheit sowie im engagierten und kompetenten Team. Die Schwächen lagen in der Finanzierung des operativen Betriebs sowie den Ersatz- und Neuinvestitionen.

Grundlagen der Marketingstrategie

Die Marketingstrategie der DIE GARTEN TULLN GmbH legte als Markenkern das ökologische Gärtnern und die Natur im Garten Erlebniswelt fest. Die wesentlichen Zielgruppen (230.000 Garteninteressierte) und die Stammkunden sollten durch Pressearbeit, die Betreuung von Sozialen Medien und den Webaufttritt angesprochen werden.

Somit deckten sich die wesentlichen Grundlagen für die gemeinsame beziehungsweise abgestimmte Vermarktung der Marken „Garten Tulln“ und „Natur im Garten“.

6.3 Ziellandkarten der Natur im Garten GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Ziellandkarten der Natur im Garten GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH enthielten Kennzahlen und Indikatoren, die mit der Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 abgestimmt waren. Damit konnten die Leistungen und Wirkungen beziehungsweise die Zielerreichung von Maßnahmen oder Projekten verfolgt sowie Berichte an den Aufsichtsrat erstellt werden.

Die Ziellandkarten verfolgten beispielsweise die Anzahl der Gemeinden mit ökologischem Pflanzenschutz, der Natur im Garten Gemeinden, der von Regionalbetreuern besuchten Gemeinden, der „Garten on Tour“-Kontakte und der Telefonkontakte, der Plakettengärten, der Abonnenten des Magazins und des Newsletters, der Zusehenden der Fernseh-Sendungen und der Teilnehmenden an Webinaren sowie die Besucherzahl der Garten Tulln.

Die Geschäftsführung stellte halbjährliche Analysen und Soll-Ist-Vergleiche mit der Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 an.

Die folgende Tabelle weist den Soll-Ist-Vergleich ausgewählter Indikatoren für das Jahr 2021 aus:

Tabelle 2: Soll-Ist-Vergleich der Zielwerte der Natur im Garten GmbH des Jahres 2021

| Anzahl 2021 | Soll | Ist | Soll-Ist-Vergleich | Vergleich in Prozent |
|---|---------|---------|--------------------|----------------------|
| Gemeinden mit biologischem Pflanzenschutz und Natur im Garten Gemeinden | 530 | 463 | -67 | -12,6 |
| Natur im Garten Gemeinden | 350 | 333 | -17 | -4,9 |
| besuchte Gemeinden durch Regionalberater | 200 | 70 | -130 | -65,0 |
| Garten on Tour Kontakte | 15.000 | 9.345 | -5.655 | -37,7 |
| Natur im Garten Plaketten für Private | 18.500 | 18.683 | +183 | +1,0 |
| Kontakte Natur im Garten Telefon | 42.500 | 43.185 | +685 | +1,6 |
| Abonnenten Natur im Garten-Magazin | 129.000 | 129.431 | +431 | +0,3 |
| durchschnittlich Zusehende der 20 Sendungen pro Jahr | 250.000 | 269.750 | +19.750 | +7,9 |
| Abonnenten Natur im Garten Newsletter | 11.000 | 14.346 | +3.346 | +30,4 |
| Teilnehmende an Webinaren | 7.000 | 7.680 | +680 | +9,7 |
| Besucher der Garten Tulln | 200.000 | 207.111 | +7.111 | +3,6 |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Im Jahr 2021 konnten die angestrebte Anzahl an Gemeinden mit biologischem Pflanzenschutz, der Natur im Garten Gemeinden, der von Regionalberatern aufgesuchten Gemeinden und vor allem die Anzahl der „Garten on Tour“ Kontakte nicht erreicht werden.

Die Abweichungen bewegten sich zwischen minus 4,9 Prozent (Anzahl der Natur im Garten Gemeinden) und minus 65,0 Prozent (Anzahl der von Regionalberatern aufgesuchten Gemeinden). Die Geschäftsführung erklärte dies mit den Kontaktbeschränkungen aufgrund der Covid-19-Pandemie.

Die angestrebte Anzahl der Natur im Garten Plaketten für Private, der Natur im Garten Telefonkontakte, der Bezieher des Magazins und des Newsletters, die durchschnittliche Anzahl der Zusehenden der 20 Sendungen, die Anzahl der Teilnehmenden an den Webinaren und der Besucher der Garten Tulln konnte

übertroffen werden. Die Bandbreite betrug plus 0,3 Prozent (Anzahl der Plakette für Private) und plus 30,4 Prozent (Anzahl der Newsletter Abonnenten).

Der Landesrechnungshof anerkannte, dass die Natur im Garten GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH ihre Ziele und Zielerreichung mit Kennzahlen verfolgte und dazu Soll-Ist-Vergleiche anstellte.

6.4 Jahresprogramme

Die Jahresprogramme der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH legten die Themen, die jeweiligen Höhepunkte für die Zielgruppen Gemeinden, Private und Multiplikatoren (wie Kooperationspartner, Schulen und Schaugärten), weiters die Produkte (wie Folder, Broschüren, Informationsblätter), Streuartikel (wie Baumschlüsselanhänger, Samensackerl, Postkarten) sowie die Aktivitäten auf den verschiedenen Plattformen fest (www.willbaumhaben.at, www.igelhausen.at, www.gartentelefon24.at, www.lernenimgarten.at). Außerdem enthielten die Jahresprogramme eine Terminübersicht über alle Veranstaltungen (Fachtagungen, Messen, Familienfeste, Schaugartentage und dergleichen).

Die Jahresthemen 2022 „Bäume“ und „Blühsterreich“ umfassten zum Beispiel Anleitungen für den richtigen Strauch- und Baumschnitt, Düngen, Pflanzen und Gießen sowie den Blühwiesensonntag mit Veranstaltungen in Gemeinden und Pfarren, einer Blühsterreich-Tour zu 15 Wochenmärkten sowie Samensackerl für Blühwiesen für Gemeinden.

6.5 Media-, Presse- und Veranstaltungspläne

Die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH veranschlagten und steuerten Ausgaben für Inserate und Werbung, Sponsoring, Dienstleistungen, Veranstaltungen und Kooperationen mit jährlichen beziehungsweise halbjährlichen Media-, Presse- und Veranstaltungsplänen. Zudem erstellten die Gesellschaften Social Media Planungen für ihre Kommunikation in Sozialen Medien (Social Media Planung). Die Gesellschaften stimmten sich dabei im Rahmen von Planungssitzungen und Jour fixes mit der Abteilung Umwelt- und Energiewirtschaft RU3 ab.

Die Pläne wiesen die Veranstaltungen, die Termine und die verantwortliche Organisationseinheit aus. Die Pressepläne beinhalteten die Termine für die dazu geplanten Aussendungen.

Die Mediapläne enthielten die Medien, die geplanten Inserate und Werbungen, Formate, Preisangaben und Mediadaten.

Die jährliche Planung für die Verbreitung der Themen und inhaltlichen Schwerpunkte in den Sozialen Medien (Social Media Planung) erfolgte in Zusammenarbeit mit einer Agentur.

6.6 Marketing- und Eventmanagementleistungen

Die Natur im Garten Service GmbH erbrachte Dienstleistungen in den Bereichen Marketing und Veranstaltungen für die Natur im Garten GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH.

Die Dienstleistungen für die Natur im Garten GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH beruhten auf jährlichen Vereinbarungen über Marketing- und Eventmanagementleistungen.

7. Inserate und Werbung, Sponsoring, Dienstleistungen, Kooperationen und Mitgliedschaften

Für den Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldeten die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH Gesamtausgaben für Inserate und Werbung, Sponsoring, Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, Kooperationen sowie Mitgliedschaften in Vereinen von insgesamt 5,65 Millionen Euro. Für Förderungen und Spenden fielen keine Zahlungen an.

Davon entfielen 4,87 Millionen Euro auf die Natur im Garten GmbH und die Natur im Garten Service GmbH sowie 0,78 Millionen Euro auf DIE GARTEN TULLN GmbH.

7.1 Ausgaben der Natur im Garten GmbH

Die Meldungen der Natur im Garten GmbH umfassten den Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 sowie Ausgaben für Inserate und Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften in Vereinen von insgesamt 3.685.326,91 Euro. Im Zeitraum März 2017 bis Dezember 2018 tätigte die mit 14. November 2018 errichtete Gesellschaft keine derartigen Ausgaben.

Für Förderungen und Spenden fielen keine Zahlungen an.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung dieser Ausgaben auf die Jahre 2019 bis Mai 2022:

Tabelle 3: Ausgaben der Natur im Garten GmbH von Jänner 2019 bis Mai 2022

| Ausgaben in Euro | 2019 | 2020 | 2021 | 1-5/2022 |
|----------------------|---------------------|-------------------|---------------------|-------------------|
| Inserate und Werbung | 6.475,80 | 30.885,95 | 33.528,94 | 28.008,55 |
| Sponsoring | 8.000,00 | 116.300,00 | 158.200,00 | 4.556,00 |
| Kooperationen | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 88.200,00 |
| Dienstleistungen | 1.029.371,01 | 822.439,92 | 863.677,24 | 490.633,00 |
| Mitgliedschaften | 2.249,00 | 455,00 | 1.391,50 | 955,00 |
| Summe | 1.046.095,81 | 970.080,87 | 1.056.797,68 | 612.352,55 |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Im Zeitraum 2019 bis Mai 2022 betrugen die Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung 98.899,24 Euro oder 2,7 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften von 3.685.326,91 Euro. Die jährlichen Ausgaben bewegten sich zwischen 6.475,80 Euro im Jahr 2019 und 33.528,94 Euro im Jahr 2021. Von Jänner bis Mai 2022 fielen 28.008,55 Euro für Inserate und Werbung an.

Ihre Ausgaben für Sponsoring betrugen 287.056,00 Euro oder 7,8 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften. Die jährlichen Ausgaben bewegten sich zwischen 8.000,00 Euro im Jahr 2019 und 158.200,00 Euro im Jahr 2021. Von Jänner bis Mai 2022 fielen 4.556,00 Euro für Sponsoring an.

Für Kooperationen der Natur im Garten GmbH fielen nur im Jahr 2022 bis Mai Ausgaben von 88.200,00 Euro oder 2,4 Prozent der Gesamtausgaben an.

Im Zeitraum 2019 bis Mai 2022 wendete die Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen insgesamt 3.206.121,17 Euro oder 87,0 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften auf. Davon entfielen 1.029.371,01 Euro auf das Jahr 2019. In den Folgejahren beliefen sich diese Ausgaben auf 822.439,92 Euro im Jahr 2020 und auf 863.677,24 Euro im Jahr 2021. Von Jänner bis Mai 2022 beliefen sich diese Ausgaben auf 490.633,00 Euro.

Im Zeitraum 2019 bis Mai 2022 fielen für Mitgliedschaften in Vereinen insgesamt 5.050,50 Euro an. Die jährlichen Ausgaben bewegten sich zwischen 455,00 Euro Jahr im Jahr 2020 und 2.249,00 Euro im Jahr 2019. Von Jänner bis Mai 2022 betrugen die Ausgaben für Mitgliedschaften 955,00 Euro.

7.2 Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH

Die Meldungen der Natur im Garten Service GmbH umfassten den Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 sowie Ausgaben für Inserate und Werbung, Kooperationen und Dienstleistungen von insgesamt 1.183.968,35 Euro. Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2018 tätigte die mit 30. Mai 2018 errichtete Gesellschaft keine derartigen Ausgaben.

Für Förderungen, Spenden, Sponsoring und Mitgliedschaften in Vereinen fielen keine Zahlungen an.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben von Mai 2018 bis Mai 2022.

Tabelle 4: Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH von Mai 2018 bis Mai 2022

| Ausgaben in Euro | 5-12/2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 1-5/2022 |
|----------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| Inserate und Werbung | 2.041,00 | 175.378,67 | 208.794,73 | 100.182,35 | 59.055,97 |
| Kooperationen | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 31.128,99 | 0,00 |
| Dienstleistungen | 20.195,00 | 162.391,74 | 118.031,18 | 231.184,99 | 75.583,73 |
| Summe | 22.236,00 | 337.770,41 | 326.825,91 | 362.496,33 | 134.639,70 |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten Service GmbH

Im Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 betragen die Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate und Werbung insgesamt 545.452,72 Euro oder 46,1 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Kooperationen und Dienstleistungen von 1.183.968,35 Euro.

Die Ausgaben betragen 2.041,00 Euro von Mai bis Dezember 2018 und bewegten sich zwischen 208.794,73 Euro im Jahr 2020 und 100.182,35 im Jahr 2021. Von Jänner bis Mai 2022 fielen 59.055,97 Euro für Inserate und Werbung an.

Für Kooperationen fielen nur im Jahr 2021 Ausgaben von 31.128,99 Euro oder 2,6 Prozent an.

Im Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 wendete die Natur im Garten Service GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen insgesamt 607.386,64 Euro oder 51,3 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Kooperationen und Dienstleistungen auf.

Diese Ausgaben betragen 20.195,00 Euro im Jahr 2018 und bewegten sich zwischen 231.184,99 Euro im Jahr 2021 und 118.031,18 Euro im Jahr 2020. Von Jänner bis Mai 2022 beliefen sich diese Ausgaben auf 75.583,73 Euro.

7.3 Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Meldungen der DIE GARTEN TULLN GmbH umfassten den Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 sowie Ausgaben für Inserate und Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und für Mitgliedschaften in Vereinen von insgesamt 778.411,43 Euro. Für Förderungen und Spenden fielen keine Zahlungen an.

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Summe verteilte:

Tabelle 5: Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH von März 2017 bis Mai 2022

| Ausgaben in Euro | 3-12/2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 1-5/2022 |
|----------------------|------------------|------------------|-------------------|-------------------|-------------------|------------------|
| Inserate und Werbung | 22.564,40 | 26.026,67 | 5.414,01 | 4.174,50 | 8.921,70 | 1.161,00 |
| Sponsoring | 0,00 | 1.500,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 0,00 |
| Kooperationen | 31.186,30 | 33.903,00 | 17.158,33 | 15.323,60 | 9.625,97 | 0,00 |
| Dienstleistungen | 2.925,10 | 4.215,77 | 157.866,51 | 133.725,72 | 168.422,40 | 84.539,45 |
| Mitgliedsbeiträge | 2.488,00 | 8.625,00 | 8.380,00 | 11.413,27 | 10.118,00 | 8.732,73 |
| Summe | 59.163,80 | 74.270,44 | 188.818,85 | 164.637,09 | 197.088,07 | 94.433,18 |

Quelle: Geschäftsführung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Inserate und Werbung insgesamt 68.262,28 Euro oder 8,8 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften von 778.411,43 Euro.

Diese betragen 22.564,40 Euro von März bis Dezember 2017 und bewegten sich zwischen 26.026,67 Euro im Jahr 2018 und 4.174,50 Euro im Jahr 2020. Von Jänner bis Mai 2022 fielen 1.161,00 Euro für Inserate und Werbung an.

Für Sponsoring fielen im Jahr 2018 einmalig 1.500,00 Euro oder 0,2 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und für Mitgliedschaften in Vereinen an.

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 betragen die Ausgaben für Kooperationen insgesamt 107.197,20 Euro oder 13,8 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften, wobei in den Monaten Jänner bis Mai 2022 keine Zahlungen für Kooperationen anfielen. Die Ausgaben betragen 31.186,30 Euro von März bis Dezember 2017 und bewegten sich zwischen 33.903,00 Euro im Jahr 2018 und 9.625,97 Euro im Jahr 2021.

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 wendete DIE GARTEN TULLN GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen insgesamt 551.694,95 Euro oder 70,9 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung, Sponsoring, Kooperationen, Dienstleistungen und Mitgliedschaften auf. Diese betragen 2.925,10 Euro von März bis Dezember 2017 und bewegten sich zwischen 168.422,40 Euro im Jahr 2021 und 4.215,77 Euro im Jahr 2018. Von Jänner bis Mai 2022 betragen die Ausgaben 84.539,45 Euro.

Den Anstieg der Ausgaben ab dem Jahr 2019 begründete DIE GARTEN TULLN GmbH mit der Auslagerung des Marketing- und Eventmanagements an die Natur im Garten Service GmbH.

Außerdem fielen im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 Ausgaben für Mitgliedschaften in Vereinen von 49.757,00 Euro an. Diese betragen 2.488,00 Euro von März bis Dezember 2017 und bewegten sich zwischen 11.413,27 Euro im Jahr 2020 und 8.380,00 Euro im Jahr 2019. Von Jänner bis Mai 2022 betragen die Ausgaben 8.732,73 Euro.

8. Inserate und Werbung

In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden von der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH sowie der DIE GARTEN TULLN GmbH Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte beziehungsweise Kosten?

Für den Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 meldete die Natur im Garten GmbH insgesamt 49 Zahlungen für Inserate und Werbung sowie Werbemittel, wie Druckwerke oder Standgebühren auf Messen, von insgesamt 98.899,24 Euro an 25 Medien und Medienpartner.

Die Meldungen der Natur im Garten Service GmbH umfassten den Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 sowie 180 Zahlungen an 50 Medien- und Geschäftspartner von insgesamt 545.452,72 Euro für Inserate und Werbung beziehungsweise Werbemittel.

DIE GARTEN TULLN GmbH meldete für den Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 insgesamt 67 Zahlungen für Inserate und Werbung von insgesamt 68.262,28 Euro an 18 Medien und Medienpartner.

8.1 Inserate und Werbung der Natur im Garten GmbH

Im Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 verteilten sich die Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung von insgesamt 98.899,24 Euro auf Printinserate sowie auf Werbemittel.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung in Printmedien und Werbemittel.

Tabelle 6: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Anzahl der Buchungen |
|--------------|------------------|-------------------|----------------------|
| Printmedien | 59.966,73 | 60,6 % | 30 |
| Werbemittel | 38.932,51 | 39,4 % | 19 |
| Summe | 98.899,24 | 100,0 % | 49 |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Die Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel der Natur im Garten GmbH von 98.899,24 Euro verteilten sich mit 59.966,73 Euro oder 60,6 Prozent auf Inserate in Printmedien und mit 38.932,51 Euro oder 39,4 Prozent auf Werbemittel, insbesondere auf Messen und Ausstellungen.

Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH nach Mediengruppen und Medienpartnern

Die Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung verteilten sich auf 14 Mediengruppen und elf Medienpartner.

Der Begriff „Mediengruppe“ bezeichnete ein Medium mit allen Ausgaben und Formaten, um die Verteilung der Aufwendungen für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkformaten abbilden zu können. Die Ausgaben für Werbemittel wurden nach Medienpartnern zusammengefasst.

Die folgende Tabelle stellt die Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung nach Mediengruppen sowie für Werbemittel nach Medienpartnern im Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 dar.

Tabelle 7: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel nach Mediengruppen und Medienpartnern

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art des Mediums oder Unternehmens |
|--------------------|---------------------------|------------------------------|---|
| Mediengruppe 1 | 19.756,14 | 20,0 % | Verlagsgesellschaft |
| Mediengruppe 2 | 15.300,00 | 15,5 % | Kommunales Monatsmagazin Deutschland |
| Medienpartner 3 | 13.143,99 | 13,3 % | Messe- und Ausstellungs- GmbH |
| Medienpartner 4 | 9.733,57 | 9,8 % | Messe- und Ausstellungs- GmbH |
| Medienpartner 5 | 7.778,40 | 7,9 % | Medien- und Verlags- GmbH |
| Mediengruppe 6 | 7.559,24 | 7,6 % | Kommunales Monatsmagazin Österreich |
| Mediengruppe 7 | 3.600,00 | 3,6 % | Gartenfachjournal |
| Medienpartner 8 | 3.000,00 | 3,0 % | Stadtgemeinde |
| Mediengruppe 9 | 2.519,75 | 2,5 % | Informations- und Serviceportal der Gemeinden |
| Mediengruppe 10 | 2.500,00 | 2,5 % | Journal für Wiener Lehrpersonal |
| Mediengruppe 11 | 2.280,00 | 2,3 % | Firmenbroschüre |
| Mediengruppe 12 | 2.232,00 | 2,3 % | Portal für Stellenangebote |
| Medienpartner 13 | 1.800,00 | 1,8 % | Tourismusorganisation |
| Mediengruppe 14 | 1.540,00 | 1,6 % | Dachverband der NÖ Elternvereine |
| Medienpartner 15 | 924,00 | 0,9 % | Eventservice Einzelunternehmen |
| Medienpartner 16 | 858,00 | 0,9 % | Event Agentur OG |
| Mediengruppe 17 | 750,00 | 0,8 % | Dachverband von Elternverbänden |
| Mediengruppe 18 | 693,00 | 0,7 % | Dachwerbeorganisation gärtnerischer Landesverbände |
| Mediengruppe 19 | 693,00 | 0,7 % | Druckerei |
| Medienpartner 20 | 630,00 | 0,6 % | Marktgemeinde |
| Medienpartner 21 | 451,80 | 0,5 % | Abtei/Stift |
| Medienpartner 22 | 384,75 | 0,4 % | Seminaragentur |

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art des Mediums oder Unternehmens |
|--------------------|------------------|-------------------|--|
| Mediengruppe 23 | 327,60 | 0,3 % | Fachverlag für Bildung und Betreuung von Kindern |
| Medienpartner 24 | 228,00 | 0,2 % | Wirtschaftsförderungsverein |
| Mediengruppe 25 | 216,00 | 0,2 % | Universitätsmagazin |
| Gesamtsumme | 98.899,24 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Im Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 entfielen auf die Mediengruppe 1, eine Tageszeitung mit Print-, Online- und TV-Formaten und Niederösterreichteilen, Zahlungen von insgesamt 19.756,14 Euro. Das entsprach einem Anteil von 20,0 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel von 98.899,24 Euro.

Die Mediengruppen 2 und 6 umfassten Zahlungen von 15.300,00 Euro beziehungsweise 7.559,24 Euro an zwei kommunale Magazine in Deutschland und Österreich. Das entsprach einem Anteil von 15,5 Prozent beziehungsweise 7,6 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel.

Auf die Medienpartner 3 und 4, zwei unterschiedliche Messe- und Ausstellungsbetriebe, entfielen Zahlungen von 13.143,99 Euro beziehungsweise 13,3 Prozent und 9.733,57 Euro oder 9,8 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung sowie Werbemittel.

Der Medienpartner 5, eine Medien- und Verlags- GmbH, erhielt 7.778,40 Euro oder 7,9 Prozent der Ausgaben für Standmieten.

Die Mediengruppe 7 betraf Zahlungen in Höhe von 3.600,00 Euro beziehungsweise 3,6 Prozent der Ausgaben für Inserate in einem Gartenfachjournal.

Der Medienpartner 8 erhielt Zahlungen von 3.000,00 Euro beziehungsweise 3,0 Prozent für die Medienpräsenz in einer Stadtgemeinde.

Die Mediengruppen 9 bis 12, 14, 17 bis 19, 23 und 25 umfassten Zahlungen für Inserate zwischen 2.519,75 Euro und 216,00 Euro oder 2,5 Prozent bis 0,2 Prozent für Schaltungen in einem Informations- und Serviceportal der Gemeinden, einem Journal für Wiener Lehrpersonal, in einer Firmenbroschüre eines Reiseanbieters, einem Portal für Stellenangebote, bei einer Tourismusorganisation, bei zwei Dachelternverbänden, zwei Eventagenturen, einer Dachwerbeorganisation, einer Druckerei, einer Gemeinde, einem Fachverlag sowie einem Universitätsmagazin.

Die Medienpartner 13, 15, 16, 20 bis 22 und 24 erhielten Zahlungen zwischen 1.800,00 Euro und 228,00 Euro oder 1,8 Prozent bis 0,2 Prozent und betrafen eine Tourismusorganisation, ein Eventservice beziehungsweise eine Event Agentur, eine Marktgemeinde, ein Stift, eine Seminaragentur sowie ein Wirtschaftsförderungsverein.

Stichproben zu Inseraten und Werbung der Natur im Garten GmbH

Von den insgesamt zehn Stichproben bei der Natur im Garten GmbH wählte der Landesrechnungshof nach fachlicher Beurteilung drei Stichproben aus dem Bereich Inserate und Werbung mit einer Summe von 6.569,49 Euro aus.

Tabelle 8: Stichproben zu Inseraten und Werbung bei der Natur im Garten GmbH

| Stichprobe | Betrag in Euro | TA/TK Preis | Gegenstand | Medium oder Unternehmen |
|--------------|----------------|-------------|--|--|
| Stichprobe 1 | 900,00 | 75,00 | Inserat für die Fachtagung für Gartenpädagogik in einem Journal für Wiener Lehrpersonal | Journal für Wiener Lehrpersonal; vierteljährlich |
| Stichprobe 2 | 5.039,49 | 72,00 | Beiträge über Biodiversitätsförderung und Trockenheitsanpassung in Grünräumen im Interreg-Projekt SYM: BIO | Kommunales Monatsmagazin |
| Stichprobe 3 | 630,00 | - | Standmiete und Logoplatzierung im Rahmen der „Garten on Tour“ | Logo auf Werbemittel |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Die Stichprobe 1 betraf die Rechnung eines Journals für Wiener Lehrpersonal vom 26. Mai 2020 über 900,00 Euro für ein ganzseitiges Inserat und Werbung zur Fachtagung für Gartenpädagogik von „Natur im Garten“. Das Journal erschien vierteljährlich mit einer Auflage von 12.000 Stück und war im Internet verfügbar. Die Auswahl des Mediums erfolgte nach der Zielgruppe. Die Rechnung stimmte mit dem Angebot überein. Ein Leistungsnachweis lag vor.

Mit der Einschaltung bewarb die Natur im Garten GmbH die im Jahresprogramm vorgesehene Veranstaltung. Die Einschaltung stand mit den strategischen Grundlagen der Natur im Garten GmbH im Einklang.

Die Stichprobe 2 betraf zwei Rechnungen eines Kommunalmagazins über insgesamt 5.039,49 Euro für zwei halbseitige Inserate über Biodiversitätsförderung und Trockenheitsanpassung in Grünräumen in Zuge des Interreg-Projekts SYM: BIO und erreichte mit der Wahl des Mediums die niederösterreichischen Gemeinden als Zielgruppe. Die erste Rechnung vom 13. Jänner 2022 belief sich auf 2.519,75 Euro und die zweite Rechnung vom 9. Februar 2022 auf 2.519,74 Euro.

Die Auswahl beruhte auf einem Vergleich von fünf Medien, wobei der Preis, die Auflage von 35.000 Stück, die Zielgruppe und die monatliche Erscheinungsweise den Ausschlag gaben. Die Rechnungen stimmten mit dem Angebot überein. Leistungsnachweise lagen vor.

Die Einschaltung in der Ausgabe 1/2022 stand mit den strategischen Grundlagen der Natur im Garten GmbH im Einklang und war im Jahresprogramm 2021 vorgesehen.

Die Stichprobe 3 betraf die Rechnung einer Marktgemeinde vom 15. Juli 2019 über 630,00 Euro für die Standgebühr und die Strompauschale für einen Informationstand der „Garten on Tour“ sowie für die Platzierung des Natur-im-Garten-Logos auf Drucksorten und Webseiten zu einem Straßenfest der Gemeinde mit einer Bevölkerungszahl von rund 3.200.

Die „Garten on Tour“ bot Gemeinden, Gartenbetrieben oder Vereinen mobile Informationen über „Natur im Garten“ in Form von Infoständen und zwei „Garten on Tour“-Mobilien an, um bei Kleinveranstaltungen, Märkten oder Festen fachliche Beratung vor Ort zu leisten.

Auch diese Maßnahme stand mit den strategischen Grundlagen der Natur im Garten GmbH im Einklang und war im Jahresprogramm vorgesehen. Im Rahmen der Veranstaltung konnten über 100 neue Kontakte geknüpft werden sowie die Teilnehmenden über die Bewegung „Natur im Garten“ informiert werden.

Bei den geprüften Inseraten belief sich der Tausenderauflegepreis in diesen Magazinen auf 72,00 und 75,00 Euro.

8.2 Inserate und Werbung der Natur im Garten Service GmbH

Im Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 verteilten sich die Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate, Werbung und Werbemittel von insgesamt 545.452,72 Euro auf 180 Zahlungen an Print-, Online- und Rundfunkmedien für Einschaltungen sowie an Medienpartner für Werbemittel.

Die folgende Tabelle zeigt diese Verteilung:

Tabelle 9: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Anzahl der Buchungen |
|----------------|-------------------|-------------------|----------------------|
| Printmedien | 290.023,19 | 53,2 % | 88 |
| Onlinemedien | 49.439,89 | 9,0 % | 18 |
| Rundfunkmedien | 117.810,83 | 21,6 % | 28 |
| Werbemittel | 88.178,81 | 16,2 % | 46 |
| Summe | 545.452,72 | 100,0 % | 180 |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten Service GmbH

Die Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate, Werbung und Werbemittel von 545.452,72 Euro verteilten sich mit 290.230,19 Euro oder 53,2 Prozent auf Printmedien, mit 49.439,89 Euro oder neun Prozent auf Onlinemedien, mit 117.810,83 Euro oder 21,6 Prozent auf Rundfunkmedien und mit 88.178,81 Euro oder 16,2 Prozent auf Werbemittel (Druckwerke, Transparente, Außenwerbung).

Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH nach Mediengruppen und Medienpartnern

Im Zeitraum von Mai 2018 bis Mai 2022 verteilten sich die Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate, Werbung für Werbemittel auf 16 Mediengruppen sowie auf 34 Medienpartner.

In einer Mediengruppe wurden die Zahlungen für verschiedene Ausgaben beziehungsweise Formate (Print-, Online- und Rundfunkmedien) eines Mediums zusammengefasst, um die Verteilung darzustellen. Die Zahlungen für Werbemittel wurden nach Medienpartnern, zum Beispiel für Druck, Werbegesellschaften oder Veranstaltungen, gegliedert beziehungsweise zusammengefasst.

Die folgende Tabelle weist die Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung der Natur im Garten Service GmbH nach Mediengruppen und Medienpartnern aus:

Tabelle 10: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel nach Mediengruppen und Medienpartnern

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art des Mediums oder Unternehmens |
|------------------|----------------|-------------------|--|
| Mediengruppe 1 | 126.407,22 | 23,2 % | Verlagsgesellschaft |
| Mediengruppe 2 | 71.887,83 | 13,2 % | Wochenmedium |
| Mediengruppe 3 | 59.029,26 | 10,8 % | Rundfunkmedium |
| Medienpartner 4 | 53.543,57 | 9,8 % | Medien- und Eventagentur |
| Medienpartner 5 | 28.660,00 | 5,3 % | Beratungsunternehmen |
| Mediengruppe 6 | 28.400,25 | 5,2 % | Regionale Wochenmedien |
| Medienpartner 7 | 20.046,75 | 3,7 % | Messe- und Ausstellungsunternehmen |
| Mediengruppe 8 | 18.545,00 | 3,4 % | Kommunales Monatsmagazin |
| Mediengruppe 9 | 17.027,17 | 3,1 % | Verlagsgesellschaft |
| Mediengruppe 10 | 16.350,00 | 3,0 % | Informations- und Serviceportal der Gemeinden |
| Mediengruppe 11 | 16.065,00 | 3,0 % | Regionales Wochenmedium |
| Medienpartner 12 | 9.450,00 | 1,7 % | Internetmagazine |
| Mediengruppe 13 | 9.187,50 | 1,7 % | Magazine und Plattform für nachhaltige Lebensweise |
| Medienpartner 14 | 7.389,59 | 1,3 % | Druckerei |
| Mediengruppe 15 | 7.350,00 | 1,3 % | Fachmagazin |
| Medienpartner 16 | 5.565,00 | 1,0 % | Messeveranstalter |
| Mediengruppe 17 | 4.378,50 | 0,8 % | Verlagsgesellschaft |
| Medienpartner 18 | 3.950,00 | 0,7 % | Videoproduktionsunternehmen |
| Medienpartner 19 | 3.690,53 | 0,7 % | Druckerei |
| Mediengruppe 20 | 3.570,00 | 0,6 % | Medien und Verlags GmbH |
| Mediengruppe 21 | 3.213,00 | 0,6 % | Rundfunkunternehmen |
| Medienpartner 22 | 2.604,00 | 0,5 % | Dekorationsbetrieb |

38 Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und
DIE GARTEN TULLN GmbH, Prüfauftrag

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art des Mediums oder Unterneh- mens |
|-------------------------|-------------------|----------------------|--|
| Mediengruppe 23 | 2.543,10 | 0,5 % | Monatsmagazin |
| Medienpartner 24 | 2.185,00 | 0,4 % | Videoproduktionsunternehmen |
| Medienpartner 25 | 2.111,00 | 0,4 % | Druckerei |
| Medienpartner 26 | 2.075,00 | 0,4 % | Druckerei |
| Medienpartner 27 bis 34 | 8.792,56 | 1,6 % | Druckereien |
| Medienpartner 35 bis 38 | 4.026,15 | 0,7 % | Werbegesellschaften |
| Mediengruppen 39 bis 40 | 2.000,00 | 0,4 % | Verlage |
| Medienpartner 41 bis 44 | 1.990,00 | 0,3 % | Veranstaltungstechnik |
| Medienpartner 45 | 1.890,00 | 0,3 % | Kulturgesellschaft |
| Medienpartner 46 bis 48 | 1.230,73 | 0,2 % | Kommunale Einrichtungen |
| Medienpartner 49 | 160,00 | 0,1 % | Ingenieurbüro |
| Medienpartner 50 | 139,00 | 0,1 % | Kommunikationsagentur |
| Gesamtsumme | 545.452,71 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten Service GmbH

Im Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 entfielen auf die Mediengruppe 1, einer Tageszeitung mit Print-, Online- und TV-Ausgaben und Niederösterreichteilen, Zahlungen von 126.407,22 Euro oder 23,2 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel von 545.452,72 Euro.

Die Mediengruppe 2 umfasste eine Wochenzeitung mit regionalen Ausgaben und erhielt Zahlungen für Inserate und Werbung von insgesamt 71.887,83 Euro oder 13,2 Prozent.

Auf die Mediengruppe 3, ein landesweites Rundfunkunternehmen, entfielen Zahlungen von insgesamt 59.029,26 Euro oder 10,8 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel.

Der Medienpartner 4, eine Medien- und Eventagentur, erhielt 53.543,57 Euro oder 9,8 Prozent für die Organisation und Onlineübertragung von Veranstaltungen.

Der Medienpartner 5 erhielt für die Beratung betreffend Strategie- und Kommunikationsmanagement 28.660,00 Euro oder 5,3 Prozent.

Die Mediengruppe 6 umfasste eine regionale Wochenzeitung mit lokalen Teilen und erhielt Zahlungen für Inserate und Werbung von 28.400,25 Euro oder 5,2 Prozent.

Der Medienpartner 7 erhielt Zahlungen von 20.046,75 Euro oder 3,7 Prozent und war ein Messe- und Ausstellungsunternehmen.

Die Mediengruppen 8 bis 11, 13, 15, 17, 20, 21, 23, 39 und 40 umfassten Zahlungen für Inserate und Werbung zwischen 18.545,00 Euro und 2.000,00 Euro oder 3,4 Prozent und 0,4 Prozent für Schaltungen in kommunalen Magazinen, in Fachmagazinen und -verlagen, einem kommunalen Informations- und Serviceportal für Gemeinden, einem regionalen Wochenmedium, privaten Rundfunkunternehmen und einem Monatsmagazin.

Die Medienpartner 12, 14, 16, 18, 19, 22, 24 bis 38 und 41 bis 50 erhielten zwischen 9.450,00 Euro und 139,00 Euro oder 1,7 Prozent bis 0,1 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel. Diese enthielten Zahlungen an zwölf Druck- und Handelsgesellschaften (Medienpartner 14, 19, 25, 26, 27 bis 34) von insgesamt 24.058,68 Euro oder 4,4 Prozent der Ausgaben. Die Medienpartner 12, 16, 18, 22 und 24 umfassten Zahlungen an eine Plattform für nachhaltige Lebensweise, an einen Messeveranstalter, zwei Videoproduzenten sowie an einen Dekorationsbetrieb in Zusammenhang mit Veranstaltungen. Die Zahlungen dafür bewegten sich zwischen 9.450,00 Euro und 2.185,00 Euro oder 1,7 Prozent und 0,4 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel.

Bei den Medienpartnern 35 bis 38, 41 bis 44 und 50 handelte es sich um Agenturen für Kommunikation und Werbung beziehungsweise Public Relations und Veranstaltungstechnik. Auf diese entfielen Zahlungen von 6.155,15 Euro oder 1,1 Prozent, im Wesentlichen für Schaltungen und Werbeaktionen.

Unter den Medienpartnern 46 bis 49 befanden sich zwei Stadtgemeinden, ein städtisches Unternehmen sowie ein Ingenieurbüro. Sie erhielten Zahlungen in Höhe von insgesamt 1.390,73 Euro oder 0,3 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel, im Wesentlichen für Gebühren von Plakatierungen.

Stichproben zu Inseraten und Werbung der Natur im Garten Service GmbH

Von den 14 Stichproben bei der Natur im Garten Service GmbH wählte der Landesrechnungshof nach fachlicher Beurteilung sieben Stichproben aus dem Bereich Inserate und Werbung mit einer Summe von 101.149,95 Euro aus.

Tabelle 11: Stichproben zu Inseraten und Werbung sowie Werbemittel der Natur im Garten Service GmbH

| Stichprobe | Betrag in Euro | TA/TK Preis | Gegenstand | Medium oder Unternehmen |
|--------------|----------------|-------------|--|---|
| Stichprobe 1 | 1.626,00 | - | Werbefolder, Infoblätter | Druckerei |
| Stichprobe 2 | 4.075,28 | 9,00 | Inserat und Werbung für die Natur im Garten Plakette | Tageszeitung |
| Stichprobe 3 | 3.319,80 | - | Nachdruck der Broschüre Pflanzen, Ernten & Gießen | Druckerei |
| Stichprobe 4 | 51.443,57 | - | Online „Salon Europa Forum Wachau – a green Deal“ | Medien- und Eventagentur |
| Stichprobe 5 | 5.565,00 | 58,00 | Kolumne „Der Natur im Garten Tipp“ | Wochenzeitung |
| Stichprobe 6 | 6.450,00 | - | Teilrechnung für Werbung auf einer kommunalen E-Government Plattform | Informations- und Serviceportal der Gemeinden |
| Stichprobe 7 | 28.670,30 | 96,00 | Sonderbeilage zu einer Sonntagsausgabe | Tageszeitung |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten Service GmbH

Die Stichprobe 1 betraf die Rechnung einer Druckerei vom 14. April 2018 über 1.626,00 Euro für Faltpläne und Informationsblätter zur Vermarktung von Produkten mit dem „Natur im Garten“-Gütesiegel. Der Auftrag ging an den Billigstbieter aus vier Angeboten. Die ursprünglichen Angebote waren laut Geschäftsführung wegen eines Hackerangriffs im Jahr 2019 nicht mehr vorhanden. Leistungsnachweise lagen vor. Zur Bewerbung der mit dem Gütesiegel „Natur im Garten“ ausgezeichneten Produkte wurden 8.000 Faltpläne und 10.000 Informationsblätter zu den „Natur im Garten“-Partnerbetrieben benötigt, welche diese bei jeder Veranstaltung auflegten beziehungsweise verteilten.

Die Stichprobe 2 betraf die Rechnung einer Mediengruppe vom 9. April 2019 über 4.075,28 Euro für ein Inserat und Werbung für die „Natur im Garten“-Plakette in der Sonntagsausgabe einer Tageszeitung mit einer Auflage von 440.000 Stück. Der verrechnete Preis stimmte mit dem Angebot und den Mediadaten überein. Ein Leistungsnachweis lag vor.

Die Stichprobe 3 betraf die Rechnung einer Druckerei vom 11. Juli 2019 über 3.319,80 Euro für den Nachdruck von 15.000 Stück der Broschüre „Pflanzen, Ernten & Gießen“. Der Auftrag ging an den Billigstbieter aus drei Angeboten.

Die Broschüren wurden bei Veranstaltungen aufgelegt beziehungsweise verteilt.

Die Stichprobe 4 betraf die Rechnung einer Agentur aus der Rahmenvereinbarung Eventmanagement 2019 vom 30. Oktober 2020 über 51.443,57 Euro (mit Umsatzsteuer) für die Konzeption, Organisation und Durchführung der virtuellen Veranstaltung „Salon Europa Forum Wachau, European Green Deal“ am 16. Oktober 2019. Die gemeinsame Veranstaltung des Vereins Europa Forum Wachau, der Natur im Garten GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH setzte sich mit dem „European Green Deal“ der Europäischen Kommission auseinander. Mit diesem Abkommen oder Plan sollte Europa bis zum Jahr 2050 kohlenstoffneutral werden. Die vorgeschlagenen Maßnahmen sprachen unter anderem die Biodiversität und damit Anliegen der „Natur im Garten“-Bewegung an.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass bei dem Betrag die Umsatzsteuer irrtümlich mitverbucht worden war und wies auf die notwendige Korrekturbuchung hin.

Die Stichprobe 5 betraf die Rechnung eines regionalen Verlags vom 23. September 2021 über 5.565,00 Euro für 26 Einschaltungen einer zwei- oder dreispaltigen Kolumne im Abstand von 14 Tagen in der regionalen Wochenzeitung des Verlags mit einer Auflage von 3.500 Stück. Das Medienpaket diente dazu, Wissen über „Natur im Garten“ zu verbreiten. Angebot und Rechnung stimmten überein. Die Auswahl des Mediums erfolgte, um „Natur im Garten“ im westlichen Niederösterreich noch breiter zu verankern. Leistungsnachweise lagen vor.

Die Stichprobe 6 betraf eine Teilrechnung der Informations- und Serviceplattform der Gemeinden vom 28. Februar 2022 über 6.450,00 Euro für eine Medienkooperation mit einem Dienstleister im kommunalen Arbeits- und Informationsbereich.

Der Auftrag vom 20. Jänner 2022 umfasste insgesamt zwölf eintägige Werbungen auf der Homepage, Bannerwerbungen auf der Webseite mit 160.000 Aufrufen, fünf Beiträgen in Newslettern und die Platzierung des „Natur im Garten“-Logos mit Link auf der Partnerseite des Plattformbetreibers im Zeitraum Jänner bis Dezember 2022. Der Auftragswert betrug insgesamt 12.900,00 Euro. Leistungsnachweise lagen vor. Die Partnerschaft diente dazu, die Aufmerksamkeit der Gemeinden weiterhin zu erreichen und spezielle Angebote präsentieren zu können.

Die Stichprobe 7 betraf die Rechnung einer Mediengruppe vom 28. März 2022 über 28.670,30 Euro für eine Sonderbeilage zum Thema Garten im Umfang von 16 Seiten in der Sonntagsausgabe mit einer Auflage von 299.400 Stück.

Der Rechnungsbetrag lag rund 7.000,00 Euro unter dem Angebotspreis, weil weitere Inserate anderer Unternehmen den angebotenen Preis senkten. Für die Auswahl des Mediums sprachen die Auflage und die Reichweite, um die Aktion „Natur im Garten“ und das Verständnis für Ökologie der Bevölkerung des Landes näher zu bringen. Angebot und Leistungsnachweis lagen vor.

Die Tausenderauflagepreise der geprüften Inserate bewegten sich zwischen 9,00 Euro in einer Tageszeitung und 96,00 Euro in einer Sonderbeilage für eine Sonntagszeitung.

8.3 Ausgaben für Inserate und Werbung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 verteilten sich die Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Inserate und Werbung in Print-, Online- und Rundfunkmedien auf 67 Buchungen und betragen insgesamt 68.262,28 Euro.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben auf Print-, Online- und Rundfunkmedien sowie auf kombinierte Print- und Online Medien:

**Tabelle 12: Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung der
DIE GARTEN TULLN GmbH**

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Anzahl der Buchungen |
|-------------------------|-------------------|----------------------|-------------------------|
| Printmedien | 50.418,16 | 73,9 % | 47 |
| Rundfunkmedien | 7.278,12 | 10,7 % | 3 |
| Print- mit Onlinemedien | 6.453,00 | 9,4 % | 10 |
| Onlinemedien | 4.113,00 | 6,0 % | 7 |
| Summe | 68.262,28 | 100,0 % | 67 |

Quelle: Geschäftsführung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 verzeichnete DIE GARTEN TULLN GmbH 47 Buchungen beziehungsweise Zahlungen von insgesamt 50.418,16 Euro für Inserate und Werbung in Printmedien. Das entspricht einem Anteil von 73,9 Prozent an den Ausgaben für Inserate und Werbung von 68.262,28 Euro.

Auf Rundfunkmedien entfielen Zahlungen für drei Inserate und Werbung von insgesamt 7.278,12 Euro oder 10,7 Prozent.

Auf eine Kombination von Print- mit Onlinemedien entfielen insgesamt 6.453,00 Euro oder 9,4 Prozent der Ausgaben für Inserate, Werbung und Werbemittel. Die Zahlungen verteilten sich auf zehn Buchungen.

Auf Inserate und Werbung in reinen Onlinemedien entfielen 4.113,00 Euro oder 6,0 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung. Diese Zahlungen verteilten sich auf sieben Buchungen.

Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Inserate und Werbung nach Mediengruppen und Medienpartnern

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Inserate und Werbung von 68.262,28 Euro nach Mediengruppen und Medienpartnern.

In einer Mediengruppe wurden die Zahlungen für verschiedene Ausgaben und Formate eines Mediums (Print-, Online- und Rundfunkmedien) zusammengefasst, um die Verteilung darzustellen. Die Zahlungen für Werbemittel wurden nach Medienpartnern, zum Beispiel für Druck, Grafikdesign oder Veranstaltungen, gegliedert beziehungsweise zusammengefasst.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung auf sechs Mediengruppen und zwölf Medienpartner:

Tabelle 13: Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel nach Mediengruppen und Medienpartnern

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art des Mediums oder Unternehmens |
|-----------------|----------------|-------------------|-----------------------------------|
| Mediengruppe 1 | 10.080,20 | 14,8 % | Verlagsgesellschaft |
| Mediengruppe 2 | 9.619,42 | 14,1 % | Verlagsgesellschaft |
| Mediengruppe 3 | 9.391,50 | 13,8 % | Regionale Wochenzeitung |
| Medienpartner 4 | 5.965,50 | 8,7 % | Tourismusgesellschaft |
| Mediengruppe 5 | 5.250,00 | 7,7 % | Studentenmagazin |
| Mediengruppe 6 | 5.040,00 | 7,4 % | Zeitungsverlag |
| Medienpartner 7 | 4.176,90 | 6,1 % | Werbeagentur |
| Medienpartner 8 | 3.786,00 | 5,6 % | Tourismusgesellschaft |

44 Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und
DIE GARTEN TULLN GmbH, Prüfauftrag

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art des Mediums oder Unternehmens |
|--------------------|-------------------|----------------------|--------------------------------------|
| Medienpartner 9 | 3.076,80 | 4,5 % | Tourismusgesellschaft |
| Medienpartner 10 | 2.885,71 | 4,2 % | Vorteilskartenanbieter |
| Medienpartner 11 | 2.650,20 | 3,9 % | Internetmagazine |
| Medienpartner 12 | 2.479,05 | 3,6 % | Tourismus- und Marketingorganisation |
| Medienpartner 13 | 1.890,00 | 2,8 % | Mediengesellschaft |
| Medienpartner 14 | 567,00 | 0,8 % | Stadtgemeinde |
| Medienpartner 15 | 480,00 | 0,7 % | Autofahrerclub |
| Medienpartner 16 | 441,00 | 0,6 % | Tourismusgesellschaft |
| Mediengruppe 17 | 420,00 | 0,6 % | Werbeagentur, Tonstudio |
| Medienpartner 18 | 63,00 | 0,1 % | Soziales Netzwerk |
| Gesamtsumme | 68.262,28 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 entfielen auf die Mediengruppe 1, eine Tageszeitung mit Print-, Online und Rundfunk-Formaten, insgesamt 10.080,20 Euro oder 14,8 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung von 68.262,28 Euro.

Auf einen privaten Musikradiosender der Mediengruppe 2 entfielen 9.619,42 Euro oder 14,1 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung.

Die Mediengruppe 3 umfasste Inserate in einer regionalen Wochenzeitung um 9.391,50 Euro oder 13,8 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung.

An die Mediengruppe 5, ein Studentenmagazin, erfolgten Zahlungen von 5.250,00 Euro für Inserate und Werbung oder 7,7 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung.

Auf die Mediengruppe 6, eine regionale Monatszeitung, entfielen Zahlungen von 5.040,00 Euro oder 7,4 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung.

Die Medienpartner 4, 8, 9 und 16 umfassten vier Tourismusgesellschaften und Zahlungen von 5.965,50 Euro oder 8,7 Prozent, 3.786,00 Euro oder 5,6 Prozent, 3.076,80 Euro oder 4,5 Prozent und 441,00 Euro oder 0,6 Prozent.

Auf die Medienpartner 7 und 11, eine Werbeagentur und eine Marketinggesellschaft, entfielen Zahlungen von 4.176,90 Euro und von 2.650,20 Euro beziehungsweise 6,1 Prozent und 3,9 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung sowie Werbemittel.

Der Medienpartner 10 vertrieb Vorteilskarten und erhielt 2.885,71 Euro oder 4,2 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung sowie Werbemittel.

Als Medienpartner 12 schien eine Marketinggesellschaft auf, die 2.479,05 Euro oder 3,6 Prozent der Ausgaben erhielt.

Auf den Medienpartner 13, eine Mediengesellschaft aus dem Rundfunkbereich, entfielen 1.890,00 Euro oder 2,8 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung sowie Werbemittel.

Die Medienpartner 14, 15, 17 und 18 umfassten eine Stadtgemeinde, einen Autofahrerclub, ein Tonstudio und den Bereich Soziale Medien. Sie erhielten zwischen 576,00 Euro und 63,00 Euro beziehungsweise weniger als 0,1 Prozent der Ausgaben für Inserate und Werbung sowie Werbemittel.

Stichproben zu Inseraten und Werbung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Von den zehn Stichproben der DIE GARTEN TULLN GmbH wählte der Landesrechnungshof nach fachlicher Beurteilung acht Stichproben aus dem Bereich Inserate und Werbung mit einer Summe von 19.730,97 Euro und einem Anteil von 38,1 Prozent der Geschäftspartner aus.

Die folgende Tabelle listet die Stichproben auf:

Tabelle 14: Stichproben zu Inseraten und Werbung sowie Werbemittel der DIE GARTEN TULLN GmbH

| Stichprobe | Betrag in Euro | TA/TK Preis | Gegenstand | Medium oder Unternehmen |
|--------------|----------------|-------------|--|------------------------------|
| Stichprobe 1 | 420,00 | - | Produktion eines 15 Sekunden Hörfunkbeitrags | Tonstudio |
| Stichprobe 2 | 2.520,05 | 27,00 | Printinserat in einem Magazin mit Naturschwerpunkt | Fachmagazin |
| Stichprobe 3 | 1.343,80 | 4,00 | Printinserat 10-Jahres-Jubiläum der „Garten Tulln“ | Magazin für Bauen und Wohnen |
| Stichprobe 4 | 2.160,00 | - | Onlineinserat in einer regionalen Wochenzeitung | Online Wochenzeitung |

| Stichprobe | Betrag in Euro | TA/TK Preis | Gegenstand | Medium oder Unternehmen |
|--------------|----------------|-------------|--|-------------------------|
| Stichprobe 5 | 6.378,12 | - | 33 Radiospots in Niederösterreich und Wien | Privatradio |
| Stichprobe 6 | 1.344,00 | - | Messestand für die „Garten Tulln“ | Tourismusgesellschaft |
| Stichprobe 7 | 5.250,00 | 375,00 | Inserat im Magazin einer Studentenverbindung | Studentenmagazin |
| Stichprobe 8 | 315,00 | 5,00 | Print- und Onlineinsert in einem Familienmagazin | Marketingagentur |

Quelle: Geschäftsführung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Stichprobe 1 betraf die Rechnung einer Werbeagentur mit Tonstudio vom 24. Mai 2017 über 420,00 Euro für die Herstellung eines Hörfunkbeitrags von 15 Sekunden zur Garten Tulln. Der übermittelte Hörfunkbeitrag entsprach dem beschriebenen Leistungsbild. Den Auftrag erhielt der Billigstbieter aus drei Angeboten. Angebot und Rechnung stimmten überein und ein Leistungsnachweis lag vor.

Die Stichprobe 2 betraf die Rechnung einer Mediengruppe vom 26. Juli 2017 über 2.520,05 Euro für ein Printinserat von einer Viertelseite in einem Magazin über Naturverbundenheit. Die Auflage des Magazins betrug 95.000 Stück. Das Angebot beinhaltete vier Schaltungen von Frühjahr bis Herbst 2017 zu einem Gesamtpreis von 10.080,20 Euro. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Leistungsnachweis lag vor. Das Inserat diente zur Bewerbung der Garten Tulln in einem einschlägigen Magazin.

Die Stichprobe 3 betraf die Rechnung einer Mediengruppe vom 9. April 2018 über 1.343,80 Euro für ein Printinserat von einer Viertelseite zum 10-Jahres-Jubiläum der Garten Tulln in einem Journal über Bauen und Wohnen mit einer Auflage von 344.500 Stück. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Leistungsnachweis lag wegen eines Datenverlusts nicht mehr vor.

Die Stichprobe 4 betraf die Rechnung einer regionalen Mediengruppe vom 2. Mai 2018 über 2.160,00 Euro für ein Onlineinserat für die Garten Tulln. Die Einschaltung erfolgte im Zeitraum 20. April bis 14. Oktober 2018. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Leistungsnachweis lag wegen eines Datenverlusts nicht mehr vor.

Die Stichprobe 5 betraf die Rechnung vom 31. Juli 2018 eines privaten Radiosenders über 6.378,12 Euro für die Ausstrahlung von insgesamt 33 Hörfunkspots zur Bewerbung der Garten Tulln zu je 20 Sekunden im Zeitraum von 9. Juli bis 28. August 2018. Der Marktanteil des regionalen Privatsenders betrug rund 14,4 Prozent im Jahr 2018. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Leistungsnachweis lag vor.

Die Stichprobe 6 betraf die Rechnung einer regionalen NÖ Tourismusgesellschaft vom 4. Juni 2019 über 1.344,00 Euro für die gemeinsame Teilnahme an der Bildungsfachmesse Interpädagogica von 7. bis 9. November 2019 in Wien mit 16.259 Messebesuchern, um Werbung für die Garten Tulln zu betreiben. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Leistungsnachweis lag vor.

Die Stichprobe 7 betraf die Rechnung einer Österreichischen Hochschulverbindung vom 14. April 2021 über 5.250,00 Euro für ein einseitiges Printinserat in der Juni-Ausgabe 2021 des Magazins der Studentenverbindung mit einer Reichweite von 14.000 Haushalten. Damit sollte das Seminarzentrum in der Garten Tulln bei Akademikern beworben werden. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Leistungsnachweis lag vor.

Die Stichprobe 8 betraf die Rechnung einer Agentur für Marketing vom 23. März 2022 über 315,00 Euro für eine Einschaltung als Rabattgeber in der Print- und Onlineausgabe des Familienmagazins im Jänner 2022 zu einer Vorteilscard für Familien in Österreich mit einer Reichweite von 75.000 Stück. Angebot und Rechnung stimmten überein. Ein Leistungsnachweis lag vor.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass die überprüften Inserate und Werbemaßnahmen mit der Marketingstrategie der DIE GARTEN TULLN GmbH im Einklang standen und in verschiedenen Planungsgrundlagen vorgesehen waren.

Der Tausenderauflagepreis bewegte sich bei den geprüften Inseraten zwischen 4,00 Euro in einem Bauen und Wohnen Fachmagazin und 375,00 Euro in einem Magazin einer Studentenverbindung.

Der Landesrechnungshof wies auf den hohen Tausenderauflagepreis hin und empfahl weiterhin, Indikatoren zur Wirksamkeitsmessung einzusetzen.

9. Förderungen

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 vergaben die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH keine Förderungen.

10. Spenden

An welche juristischen und natürlichen Personen wurden von der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 gewährten die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH keine Spenden.

11. Sponsoring

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen haben die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldeten die Natur im Garten GmbH zehn Zahlungen an acht Sponsoringempfänger von insgesamt 287.056,00 Euro und DIE GARTEN TULLN GmbH zwei Zahlungen (Buchungen) für Sponsoring von insgesamt 1.500,00 Euro an einen Sponsoringpartner. Die Natur im Garten Service GmbH meldete keine Zahlungen für Sponsoringvereinbarungen.

11.1 Sponsoring der Natur im Garten GmbH

Das Sponsoring der Natur im Garten GmbH fiel in den Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022. Die Gesellschaft betrieb Öko- beziehungsweise Umweltsponsoring, Kunst- und Kultursponsoring, Wissenschaftssponsoring sowie Medien- und Programmsponsoring.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben für Sponsoring auf die Sponsoringpartner:

Tabelle 15: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH auf Sponsoringpartner

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art des Sponsorings oder Unternehmens |
|--------------|-------------------|-------------------|--|
| Sponsoring 1 | 201.600,00 | 70,2 % | Veranstaltungssponsoring; Frühlings- und Sommershow, Gartenparty der Stars |
| Sponsoring 2 | 70.000,00 | 24,4 % | Umweltsponsoring; Grünfassade Haus der Digitalisierung |
| Sponsoring 3 | 6.000,00 | 2,1 % | Umwelt- und Kultursponsoring; Klöster- und Stiftsgärten |
| Sponsoring 4 | 2.900,00 | 1,0 % | Veranstaltungssponsoring; Winternachtsball |
| Sponsoring 5 | 2.000,00 | 0,7 % | Interessenvertretung |
| Sponsoring 6 | 2.000,00 | 0,7 % | Fachorganisation für Gärtner |
| Sponsoring 7 | 1.800,00 | 0,6 % | Gartenbauunternehmen |
| Sponsoring 8 | 756,00 | 0,3 % | Event- und Werbeagentur |
| Summe | 287.056,00 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Im Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 sponserte die Natur im Garten GmbH die Frühlings- und die Sommershow „Österreich blüht auf“ sowie die „Gartenparty der Stars“ mit 201.600,00 Euro. Damit entfielen 70,2 Prozent der Ausgaben für Sponsoring auf eine Marketinggesellschaft für Veranstaltungen und Fernsehproduktionen im Jahr 2020 und 2021.

Auf das Sponsoring der Grünfassade des Hauses der Digitalisierung in Tulln entfielen 70.000,00 Euro oder 24,4 Prozent der Ausgaben für Sponsoring. Sponsoringpartner war die ecoplus Digital GmbH (Vertragslaufzeit 25. Februar 2021 bis 31. Dezember 2027). Die Webseite der indirekten Landesgesellschaft informierte über die Partnerschaft mit der Natur im Garten GmbH. Demnach sollte das Sponsoring die Verbindung von Nachhaltigkeit und Digitalisierung vermitteln.

Das dritte Sponsoring umfasste die Nennung mit Logo der Natur im Garten GmbH als Partner auf der Webseite des Verbands für Klostersgärten, in einem Magazin und bei Presseaktivitäten. Das „Natur im Garten“-Logo war im März 2020 auf der Webseite des Verbands mit einem Link zur „Natur im Garten“-Webseite hinterlegt. Die Webseite des Verbands wies zudem auf die Kriterien

von „Natur im Garten“ hin. Für das Sponsoring zahlte die Natur im Garten GmbH 6.000,00 Euro beziehungsweise 2,1 Prozent am 17. Dezember 2019.

Das Sponsoring 4 unterstützte mit 2.900,00 Euro einen Winternachtsball in Wiener Neustadt.

Auf das Sponsoring 5 und 6 entfielen Zahlungen von jeweils 2.000,00 Euro für eine gesetzlich berufliche Vertretung beziehungsweise eine Fachorganisation.

Die Sponsorings 7 und 8 umfasste Zahlungen von 1.800,00 Euro an einen Gartenbaubetrieb sowie 756,00 Euro an eine Veranstaltungsagentur.

Stichproben zu Sponsoring der Natur im Garten GmbH

Von den zehn Stichproben der Natur im Garten GmbH wählte der Landesrechnungshof aus dem Bereich Sponsoring jene mit dem zweithöchsten Betrag (Stichprobe 4). Die Rechnung vom 21. April 2021 über 70.000,00 Euro betraf das Sponsoring der Grünfassade des Hauses der Digitalisierung in Tulln. Die Grundlage bildete ein Sponsoringvertrag vom 25. Februar 2021. Dessen Leistungszeitraum erstreckte sich vom 25. Februar 2021 bis 31. Dezember 2027. Die Gegenleistung für die einmalige Zahlung bestand aus der Platzierung des „Natur im Garten“-Logos sowie von Informationen über das Projekt auf der Webseite des Hauses der Digitalisierung sowie regelmäßig aus Artikeln in Newslettern und Medienkontakten. Der Sponsoringpartner verpflichtete sich, zweimal jährlich, jeweils zum 30. Juni und 31. Dezember, eine Dokumentation der erbrachten Leistungen zu übermitteln. Leistungsnachweise lagen für das zweite Halbjahr 2021 und das erste Halbjahr 2022 vor.

11.2 Sponsoring der DIE GARTEN TULLN GmbH

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 umfasste das Sponsoring der DIE GARTEN TULLN GmbH zwei Rechnungen eines Vereins für Naturkosmetik über jeweils 750,00 Euro für die Vorbereitung, Organisation und Betreuung eines Informationsstands. Eine Rechnung war vom 31. Dezember 2018 und eine vom 14. März 2019.

Stichprobe zu Sponsoring der DIE GARTEN TULLN GmbH

Der Landesrechnungshof prüfte diesen Geschäftsfall aus dem Bereich Sponsoring als eine (Stichprobe 9) von zehn Stichproben der DIE GARTEN TULLN GmbH. Mit dem Sponsoringbeitrag konnte sich DIE GARTEN TULLN GmbH bei der Veranstaltung „Heilkräuter im Garten“ des Vereins vom 15. bis 16. September 2018 präsentieren.

DIE GARTEN TULLN GmbH begründete die Wirtschaftlichkeit mit der bisherigen Zusammenarbeit und der hohen Qualität der Veranstaltungen.

Der Landesrechnungshof stellte fest, dass das Sponsoring der Natur im Garten GmbH und der DIE GARTEN TULLN GmbH mit den strategischen Grundlagen im Einklang stand.

12. Kooperationen

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen haben die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH Kooperationsvereinbarungen (zB. Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur) abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten für das geprüfte Unternehmen?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldeten die Natur im Garten GmbH eine Zahlung von 88.200,00 Euro für eine Kooperation im Jahr 2022, die Natur im Garten Service GmbH Zahlungen von 36.100,00 Euro für zwei Kooperationen im Jahr 2021 und DIE GARTEN TULLN GmbH Zahlungen von 107.197,20 Euro für vier Kooperationen.

12.1 Kooperation der Natur im Garten GmbH

Die Kooperation der Natur im Garten GmbH umfasste die Rechnung einer Marketinggesellschaft vom 20. April 2022 über 88.200,00 Euro für einen Kostenbeitrag zur Gartenparty der Stars 2022. Die Marketinggesellschaft war auf Veranstaltungen, Fernsehproduktionen und Firmenpräsentationen spezialisiert und auch Sponsoringpartner der Natur im Garten GmbH für diese Musikschausowie für die Frühlings- und Sommershow „Österreich blüht auf“ im Jahr 2021.

Stichprobe zu Kooperationen der Natur im Garten GmbH

Der Landesrechnungshof prüfte diesen Geschäftsfall aus dem Bereich Kooperationen als eine (Stichprobe 5) von zehn Stichproben. Die Vereinbarung vom 6. April 2022 verpflichtete die Natur im Garten GmbH dazu, die Infrastruktur und das Personal für das „Natur im Garten Gartentelefon“ während sowie bis zwei Stunden nach Ende der Fernsehübertragung bereitzustellen. Die Marketinggesellschaft führte die Organisation und die Abwicklung der rund zweistündigen Veranstaltung durch und stellte die Werbeflächen in den Kittenberger Erlebnispark bereit.

Das „Natur im Garten“-Logo war vereinzelt während der Übertragung zu sehen und auf allen Ankündigungsprodukten ersichtlich. Die Übertragung verfolgten 422.000 Zusehende. Hinzu kam noch etwa die doppelte Anzahl an Zusehern im MDR und Seher in der TV-Thek. Das Gartentelefon verzeichnete 17 Anrufe.

Die Zahlung erfolgte am 8. Juni 2022 und damit vor der Freigabe am 12. Juni 2022. Die Geschäftsführung erklärte dies mit einer vorher erteilten mündlichen Freigabe der beiden Geschäftsführer, die außer Haus tätig gewesen seien. Daher sei die Freigabe erst wenige Tage später im System nachgeholt worden.

Der Landesrechnungshof wies darauf hin, dass die Vorgaben des internen Kontrollsystems mit dieser Vorgangsweise umgangen werden konnten und empfahl, zumindest eine schriftliche Freigabe (Mail, Kurznachricht) einzuholen oder die mündlich erteilte Genehmigung sofort zu dokumentieren.

Die Veranstaltungen und die Fernsehproduktionen sowie die mediale Vor- und Nachberichterstattung dienten dazu, Anliegen, Inhalte und Marke von „Natur im Garten“ zu verbreiten beziehungsweise einem breiten Publikum bekannt zu machen.

Das Preis-Leistungs-Verhältnis der Vereinbarung begründete die Geschäftsführung mit der Reichweite und dem Marketingmix zur Bewusstseinsbildung zum Thema „naturnahe Gartengestaltung“.

12.2 Kooperationen der Natur im Garten Service GmbH

Die Kooperationen der Natur im Garten Service GmbH beschränkten sich auf die Zusammenarbeit mit dem Informations- und Serviceportal der Gemeinden. Die Vereinbarung umfasste eine Beteiligung an der Kommunalmesse 2021 in Tulln zum Thema „Klima.Wirtschaft.Gemeinde“ um 26.178,99 Euro sowie ein Werbepaket auf dem Portal um 4.950,00 Euro.

Stichprobe zu Kooperationen der Natur im Garten Service GmbH

Der Landesrechnungshof prüfte diesen Geschäftsfall aus dem Bereich Kooperationen als eine (Stichprobe 8) von 14 Stichproben der Natur im Garten Service GmbH. Die Stichprobe betraf die Teilrechnung der Betreibergesellschaft des Gemeindeportals vom 7. Dezember 2021 über 4.950,00 Euro für eine Medienkooperation im Jahr 2021. Das Gesamtpaket beinhaltete zwölf eintägige Einschaltungen auf der Startseite und ständig wiederkehrende Bannerwerbungen auf der Startseite mit 160.000 Aufrufen im Jahr, zwei redaktionelle Beiträge in den Newslettern an 25.000 Abonnenten und einer Partnerseite auf der Webseite. Leistungszeitraum war Jänner bis Dezember 2021.

Die Kooperation diente dazu, die Gemeinden über die „Natur im Garten“-Angebote für Gemeinden zu informieren und diese gezielt über die kommunale Plattform anzusprechen. Leistungsnachweise lagen nicht vor. Die Kooperation war in der Jahresplanung und Mediaplanung verankert.

12.3 Kooperationen der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Kooperationen der DIE GARTEN TULLN GmbH umfassten Zahlungen von insgesamt 107.197,20 Euro an vier Kooperationspartner.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung auf die vier Kooperationspartner:

Tabelle 16: Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH an Kooperationspartner

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art der Kooperation oder Unternehmen |
|---------------|-------------------|-------------------|--|
| Kooperation 1 | 59.746,59 | 55,7 % | Druck- und Verlagsgesellschaft |
| Kooperation 2 | 36.990,61 | 34,5 % | Rundfunkunternehmen |
| Kooperation 3 | 6.960,00 | 6,5 % | Werbung für die Garten Tulln bei Reiseveranstaltern und Gästen |
| Kooperation 4 | 3.500,00 | 3,3 % | Hotelbetrieb Marketing |
| Summe | 107.197,20 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Die Ausgaben für den ersten Kooperationspartner in Höhe von 59.746,59 Euro oder 55,7 Prozent der Gesamtausgaben verteilten sich auf die Jahre 2017 bis 2021. Der zweite Kooperationspartner erhielt insgesamt 36.990,61 Euro oder 34,5 Prozent in den Jahren 2017 bis 2019. Die Ausgaben in Höhe von 6.960,00 Euro an den dritten Kooperationspartner betrafen eine Zahlung im Jahr 2020. Der vierte Partner erhielt 3.000,00 Euro im Jahr 2018 und 500,00 Euro im Jahr 2019 und damit 3,3 Prozent der Gesamtausgaben.

Stichprobe zu den Kooperationen der DIE GARTEN TULLN GmbH

Der Landesrechnungshof prüfte einen Geschäftsfall aus dem Bereich Kooperationen als eine (Stichprobe 10) von zehn Stichproben der DIE GARTEN TULLN GmbH. Die Stichprobe betraf die Rechnung eines Restaurantbetreibers vom 31. Dezember 2020 über 6.960,00 Euro betreffend Werbung für die Garten Tulln im Zeitraum April 2020 bis Juni 2020. Grundlage bildete ein Angebot

vom 10. April 2020 mit einem Hotelbetrieb, der auch das Restaurant am Gelände der Garten Tulln betrieb. Dieses verpflichtete den Kooperationspartner, in seinen Betrieben, bei seinen Kunden und bei Werbefahrten von rund 30 Reiseveranstaltern über die Garten Tulln mit Aufstellern, Plakaten und Auskünften zu informieren.

Angebot und Rechnungsbetrag stimmten überein. Leistungsnachweise lagen beispielsweise in Form von Flyern oder Rollups vor.

13. Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

Mit welchen juristischen und natürlichen Personen haben die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH Vereinbarungen über Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen abgeschlossen, welche Leistungen wurden dabei bezogen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?

Für den Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldeten die Natur im Garten GmbH 120 Zahlungen von insgesamt 3.206.121,17 Euro an 47 Dienstleister, die Natur im Garten Service GmbH 255 Zahlungen von insgesamt 607.386,64 Euro an 77 Dienstleister, davon entfielen drei Rechnungen über insgesamt 8.315,00 Euro auf ihre Vorgängergesellschaft.

DIE GARTEN TULLN GmbH meldete 94 Zahlungen von insgesamt 551.694,95 Euro an drei Dienstleister im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022. Ab dem Jahr 2019 war die Natur im Garten Service GmbH mit Dienstleistungen im Veranstaltungswesen und Marketing beauftragt.

13.1 Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen

Die Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen von 3.206.121,17 Euro verteilten sich auf den Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 und 47 Dienstleister.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung dieser Ausgaben der Natur im Garten GmbH auf die verschiedenen Dienstleister, wobei geringe Zahlungen von gleichartigen Dienstleistungen zusammengefasst wurden:

Tabelle 17: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH nach Dienstleistern

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art der Dienstleistung oder Unternehmen |
|-------------------------|----------------|-------------------|--|
| Dienstleister 1 | 2.996.448,00 | 93,7 % | Fernsehproduktionen |
| Dienstleister 2 | 29.750,00 | 0,9 % | Kinderbetreuung |
| Dienstleister 3 | 22.280,00 | 0,7 % | Produktion von Hörspielen und Veranstaltungsorganisation |
| Dienstleister 4 | 21.002,40 | 0,7 % | Videoproduktion |
| Dienstleister 5 | 14.050,00 | 0,4 % | Fachbücher und Ratgeber |
| Dienstleister 6 | 12.195,00 | 0,4 % | Informations- und Serviceplattform der Gemeinden |
| Dienstleister 7 | 9.540,00 | 0,3 % | Textgestaltung |
| Dienstleister 8 | 9.408,00 | 0,3 % | Gewinnspiel |
| Dienstleister 9 | 8.350,00 | 0,3 % | Veranstaltungsorganisation |
| Dienstleister 10 | 7.992,00 | 0,2 % | Vortragstätigkeit und Textgestaltung |
| Dienstleister 11 | 7.380,38 | 0,2 % | Übersetzungstätigkeit |
| Dienstleister 12 | 7.368,00 | 0,2 % | Grafikleistung |
| Dienstleister 13 | 6.450,00 | 0,2 % | Veranstaltungsorganisation |
| Dienstleister 14 | 6.010,00 | 0,2 % | Veranstaltungsorganisation |
| Dienstleister 15 | 5.250,00 | 0,1 % | Audioproduktionen |
| Dienstleister 16 | 3.900,00 | 0,1 % | Druckerei |
| Dienstleister 17 | 4.202,00 | 0,1 % | Videoproduktion |
| Dienstleister 18 | 3.151,68 | 0,1 % | Fotograf |
| Dienstleister 19 bis 24 | 8.077,51 | 0,3 % | Druckereien |
| Dienstleister 25 bis 30 | 6.250,62 | 0,2 % | Pressekonferenzen, Veranstaltungen und Vortragstätigkeiten |
| Dienstleister 31 bis 35 | 5.217,80 | 0,2 % | Grafikleistungen |
| Dienstleister 36 bis 38 | 4.550,00 | 0,1 % | Fotografien |

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art der Dienstleistung oder Unternehmen |
|-------------------------|---------------------|----------------------|---|
| Dienstleister 39 und 40 | 2.760,00 | 0,1 % | Kommunale Einrichtungen |
| Dienstleister 41 bis 43 | 2.061,74 | 0,1 % | Textgestaltungen, Medienanalysen, Werbeausstattung |
| Dienstleister 44 und 45 | 1.968,00 | 0,1 % | Audio- und Videoproduktionen |
| Dienstleister 46 und 47 | 508,04 | 0,02 % | Übersetzungstätigkeiten |
| Summe | 3.206.121,17 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Im Zeitraum Jänner 2019 bis Mai 2022 entfielen 2.996.448,00 Euro beziehungsweise 93,7 Prozent der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen auf eine Produktionsgesellschaft, welche die Sendereihe „Natur im Garten“ herstellte. Einzelne Folgen der Sendung waren auf der Plattform YouTube zu sehen.

Weitere Zahlungen von 209.673,17 Euro verteilten sich auf 46 unterschiedliche Unternehmen und Personen.

Die Dienstleistung 2 umfasste 29.750,00 Euro für die Kinderbetreuung im Rahmen der Kinder UNI Tulln. Das entsprach einem Anteil von 0,9 Prozent der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen.

Die Dienstleistung 3 betraf ebenfalls die Zielgruppe Kinder und umfasste Zahlungen von 22.280,00 Euro an eine Künstlergruppe für die Entwicklung von Hörspielen und eine Veranstaltungsorganisation.

Die Dienstleistung 4 erbrachte eine Produktionsgesellschaft für Filme und Videos. Dafür zahlte die Natur im Garten GmbH 21.002,40 Euro oder 0,7 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen.

Die Dienstleistungen 5 und 6 umfassten Zahlungen von 14.050,00 Euro an eine Verlagsgesellschaft für Fachbücher und Ratgeber sowie von 12.195,00 Euro an ein Informations- und Serviceportal der Gemeinden. Das entsprach jeweils 0,4 Prozent der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen.

Die Zahlungen an die Dienstleister 7 bis 9 entsprachen einem Anteil von je rund 0,3 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen und betrugen 9.540,00 Euro an

eine Agentur für Textgestaltungsleistungen, 9.408,00 Euro für ein Gewinnspiel und 8.350,00 Euro für eine Veranstaltungsorganisation.

Die Dienstleistungen 10 bis 14 betrafen Vortragstätigkeiten und Textgestaltung in Höhe von 7.992,00 Euro, Übersetzungstätigkeiten in Höhe von 7.380,38 Euro, Grafikleistungen in Höhe von 7.368,00 Euro und zwei Leistungen im Bereich Veranstaltungsorganisation in Höhe von 6.450,00 und 6.010,00 Euro. Das entsprach jeweils rund 0,2 Prozent der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen.

Die Dienstleistungen 15 bis 18 umfassten 5.250,00 Euro für Audioproduktionen, 3.900,00 Euro an eine Druckerei, 4.202,00 Euro für eine Videoproduktion und 3.151,68 Euro für einen Fotografen. Diese Ausgaben entsprachen je rund 0,1 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen.

Die Dienstleistungen 19 bis 24 betrafen sechs Druckereien. Die Ausgaben beliefen sich auf 8.077,51 Euro und bewegten sich zwischen 94,80 Euro und 2.503,20 Euro. Sie entsprachen jeweils weniger als 0,1 Prozent der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen.

Die Ausgaben für die Dienstleistungen 25 bis 30 betrug insgesamt 6.250,62 Euro und bewegten sich zwischen 200,00 Euro und 2.880,00 Euro. Die sechs Dienstleister erhielten Zahlungen für die Organisation von Veranstaltungen und Pressekonferenzen sowie Vortragstätigkeiten.

Die Dienstleistungen 31 bis 35 der fünf Grafiker beliefen sich auf insgesamt 5.217,80 Euro und bewegten sich zwischen 148,80 Euro und 1.469,00 Euro.

Die Dienstleistungen 36 bis 38 betrafen Fotografien von drei Dienstleistern um insgesamt 4.550,00 Euro, die einzelnen Zahlungen bewegten sich dabei zwischen 350,00 Euro und 2.700,00 Euro.

Die kommunalen Einrichtungen 39 und 40 erhielten 2.520,00 Euro und 240,00 Euro für eine Dienstleistung im Veranstaltungs- und Agenturwesen.

Die drei Dienstleister 41 bis 43 erhielten insgesamt 2.061,74 Euro für Textgestaltungen, Medienanalysen und Werbeausstattung.

Die Dienstleistungen 44 und 45 betrafen Audio- und Videoproduktionen und beliefen sich auf 1.968,00 Euro.

Für Übersetzungstätigkeiten fielen bei den Dienstleistern 46 und 47 insgesamt 508,04 Euro an.

Stichproben zu Dienstleistungen der Natur im Garten GmbH

Der Landesrechnungshof wählte von insgesamt 10 Stichproben der Natur im Garten GmbH fünf Geschäftsfälle (Stichproben 6 bis 10) aus dem Bereich Dienstleistungen mit einer Summe von 98.196,20 Euro aus.

Die folgende Tabelle weist die überprüften Stichproben aus:

Tabelle 18: Stichproben zu Dienstleistungen der Natur im Garten GmbH

| Stichprobe | Betrag in Euro | Gegenstand | Dienstleister |
|---------------|----------------|--|--|
| Stichprobe 6 | 10.000,00 | Kinderbetreuung im Rahmen der Kinder UNI Tulln | Verein für Kinderbetreuung |
| Stichprobe 7 | 10.000,00 | Kurzhörspiele | Theaterverein |
| Stichprobe 8 | 60.000,00 | TV Projekt „Natur im Garten 2020“ | Filmproduktionsgesellschaft |
| Stichprobe 9 | 6.255,00 | Presseartikel für das Interreg Projekt SYM: BIO | Informations- und Serviceportalbetreiber |
| Stichprobe 10 | 11.941,00 | Dreharbeiten zu Kurzvideos über das Interreg Projekt SYM: BIO (You Tube) | Filmproduktionsgesellschaft |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Die Stichprobe 6 umfasste zwei Rechnungen vom 4. September 2019 über insgesamt 10.000,00 Euro für die pädagogische Betreuung von Kindern und Jugendlichen auf der Kinder UNI Tulln von 20. bis 23. August 2019. Eine Rechnung über 7.500,00 Euro betraf die Vormittagsbetreuung und eine zweite Rechnung über 2.500,00 Euro die Nachmittagsbetreuung.

Dem Auftrag lagen zwei Angebote zugrunde, wobei sich ein möglicher dritter Anbieter nicht beteiligt hatte. Die Vergabe erfolgte nach dem Bestbieterprinzip, das die Finanzordnung der Natur im Garten GmbH grundsätzlich vorsah. Der Billigstbieter rechnete mit 9.622,00 Euro ab.

Eine Dokumentation über die Entscheidungsgründe für den Bestbieter fehlte.

Der Landesrechnungshof empfahl, die maßgeblichen Gründe für die Anwendung des Bestbieterprinzips zu dokumentieren, wie es die Finanzordnung der Natur im Garten GmbH vorsah.

Die Stichprobe 7 betraf die Rechnung einer musikpädagogischen Künstlergruppe vom 14. Dezember 2019 über 10.000,00 Euro für die Herstellung von 20 Kurzhörspielen im Jahr 2019. Die Hörspiele dienten dazu, das ökologische

Bewusstsein von Kindern anzuregen und das Maskottchen, den Igel Nig, bekannt zu machen. Den Zuschlag erhielt das niedrigste von drei Angeboten, die zwischen 14. Mai 2019 und 25. Mai 2019 über 20.000,00 Euro, 21.000,00 Euro und 27.600,00 Euro vorgelegt wurden. Die Teilzahlungen von je 10.000,00 Euro erfolgten am 25. Juli und am 20. Dezember 2019. Angebot und Rechnung stimmten überein. Leistungsnachweise lagen vor.

Die Stichprobe 8 betraf die Teilrechnung einer Filmproduktionsfirma vom 1. Dezember 2020 über 60.000,00 Euro für die Herstellung von "Natur im Garten"-Sendungen des Jahres 2020.

Die Grundlage bildete der Koproduktionsvertrag vom 23. Juli 2019 zwischen der Natur im Garten GmbH und der Filmproduktionsfirma, die ihrerseits seit 2006 Vertragspartner eines Rundfunkunternehmens war. Der Koproduktionsvertrag regelte die Herstellung von 20 sendefertigen Produktionen zu je 25 Minuten im Jahr 2020. Die Natur im Garten GmbH verpflichtete sich, Kostenbeiträge von insgesamt 780.000,00 Euro zu leisten. Die Rechnung stimmte mit dem vereinbarten Produktionskostenbeitrag überein.

Im Jahr 2021 verzeichnete die Sendereihe mit 20 Ausgaben samt Wiederholungen insgesamt rund 5,4 Millionen Zuseher und einen Marktanteil von durchschnittlich 16,0 Prozent.

Der Landesrechnungshof empfahl der Natur im Garten GmbH, die Produktionskosten und Rahmenbedingungen der Kooperation zu evaluieren, um die Preisangemessenheit für zukünftige Kooperationen sicherzustellen.

Ergebnis 4

Die Natur im Garten GmbH sollte die Produktionskosten und Rahmenbedingungen der Kooperation evaluieren, um die Preisangemessenheit für zukünftige Kooperationen sicherzustellen.

Stellungnahme der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH:

Das Ergebnis wird seitens der „Natur im Garten“ GmbH zur Kenntnis genommen und künftig umgesetzt.

Äußerung des Landesrechnungshofs Niederösterreich:

Der Landesrechnungshof nahm die Stellungnahme zur Kenntnis.

Die Stichprobe 9 betraf eine Teilrechnung vom 31. Mai 2021 über 6.255,00 Euro einer Betreibergesellschaft für ein Informations- und Serviceportal von Gemeinden für die Aussendung von Presseartikeln im Rahmen von zehn Newslettern im Zeitraum Mai 2021 bis November 2022. Der gesamte Auftrag umfasste 12.510,00 Euro.

Die Aussendungen dienten dazu, die Gemeinden und 26.000 Abonnenten der Newsletter über die SYM: BIO-Themen zu ökologischer und klimawandelangepasster Grünraumgestaltung und -pflege zu informieren.

Den Zuschlag erhielt das beste von drei Angeboten, welches die Zielgruppe Gemeinden und deren Umfeld mit 660.000 Zugriffen pro Monat abdeckte. Leistungsnachweise lagen vor.

Die Stichprobe 10 betraf die Teilrechnung einer Filmproduktionsgesellschaft vom 23. November 2021 über 11.941,20 Euro für die Dreharbeiten von 22 Kurzvideos zum Interreg-Projekt SYM: BIO. Die Videos behandelten „Praxisorientierte Tutorials für GrünraumpflegerInnen“. Den Zuschlag hatte das niedrigste von fünf gleichwertigen Angeboten erhalten. Die Gesamtkosten von 33.084,00 Euro überschritten den Angebotspreis um rund zehn Prozent. Die Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH begründete die Mehrkosten mit angefallenen Überstunden der Filmproduktionsfirma. Leistungsnachweise lagen vor.

Die überprüften Dienstleistungen standen mit den strategischen Grundlagen der Gesellschaft im Einklang.

13.2 Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Dienstleistungen

Die Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Dienstleistungen von 607.386,64 Euro verteilten sich im Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 auf 77 Geschäftspartner und 255 Zahlungen.

Die folgende Tabelle zeigt die Verteilung der Ausgaben auf Geschäftspartner, wobei Ausgaben von unter einem Prozent für gleichartige Dienstleistungen zusammengefasst wurden:

Tabelle 19: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH nach Dienstleistern

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art der Dienstleistung oder Unternehmen |
|-------------------------|----------------|-------------------|--|
| Dienstleister 1 | 117.944,00 | 19,4 % | Beratung, Strategie und Kommunikationsmanagement |
| Dienstleister 2 | 105.425,00 | 17,4 % | Medien- und Eventagentur |
| Dienstleister 3 | 84.866,67 | 14,0 % | Social Media Beratung |
| Dienstleister 4 | 43.872,80 | 7,2 % | Medien- und Fachdatenbank |
| Dienstleister 5 | 35.945,59 | 5,9 % | Veranstaltungsorganisation im Sportbereich |
| Dienstleister 6 | 22.980,00 | 3,8 % | Webdesign für Soziale Medien |
| Dienstleister 7 | 16.500,00 | 2,7 % | Moderation |
| Dienstleister 8 | 16.300,00 | 2,7 % | Verlagsgesellschaft |
| Dienstleister 9 | 12.355,67 | 2,0 % | Fotograf |
| Dienstleister 10 | 11.577,32 | 1,9 % | Schaugarten und Ausflugsziel |
| Dienstleister 11 | 9.322,50 | 1,5 % | Design- und Werbeagentur |
| Dienstleister 12 | 8.380,00 | 1,4 % | Moderation und Veranstaltungsleistungen |
| Dienstleister 13 | 8.047,00 | 1,3 % | Veranstaltungstechnik |
| Dienstleister 14 | 7.800,00 | 1,3 % | Eventagentur |
| Dienstleister 15 | 7.744,32 | 1,3 % | Tonstudio |
| Dienstleister 16 | 7.140,00 | 1,2 % | Kommunikations- und Werbeagentur |
| Dienstleister 17 bis 21 | 18.067,16 | 3,0 % | Online Marketing, Erklärvideos |
| Dienstleister 22 bis 30 | 11.841,30 | 2,0 % | Veranstaltungsleistungen (Betreuung, Equipment) |
| Dienstleister 31 bis 46 | 10.578,89 | 1,7 % | Moderationen und Vortragstätigkeiten |
| Dienstleister 47 bis 58 | 10.369,30 | 1,7 % | Künstlerische und kreative Leistungen |
| Dienstleister 59 bis 63 | 9.342,40 | 1,5 % | Fotos und Bilder |
| Dienstleister 64 bis 66 | 9.208,00 | 1,5 % | Herstellung von Druckwerken |

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art der Dienstleistung oder Unternehmen |
|-------------------------|-------------------|----------------------|---|
| Dienstleister 67 bis 71 | 5.844,76 | 1,0 % | Tonstudios und Aufnahmen |
| Dienstleister 72 | 4.850,00 | 0,8 % | Ingenieurleistungen |
| Dienstleister 73 | 3.785,03 | 0,6 % | Übersetzungstätigkeiten |
| Dienstleister 74 | 3.131,63 | 0,5 % | Kinderbetreuung |
| Dienstleister 75 und 76 | 2.617,30 | 0,4 % | Gebühren/Abgaben/Lizenzen |
| Dienstleister 77 | 1.550,00 | 0,3 % | Werbegrafiker |
| Gesamtsumme | 607.386,64 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten Service GmbH

Im Zeitraum Mai 2018 bis Mai 2022 entfielen 308.235,67 oder 50,8 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen auf drei Agenturen. Auf den Dienstleister 1 entfielen 117.944,00 Euro oder 19,4 Prozent für Beratung, Strategie und Kommunikationsmanagement, auf den Dienstleister 2, eine Medien- und Eventagentur, entfielen 105.425,00 Euro oder 17,4 Prozent und auf den Dienstleister 3, eine Agentur für Beratung im Bereich Social Media, entfielen 84.866,67 Euro oder 14,0 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen.

Der Dienstleister 4, ein Anbieter einer Medien- und Fachdatenbank, erhielt 43.872,80 Euro oder 7,2 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen.

Der Dienstleister 5, eine Veranstaltungsgesellschaft, erbrachte Leistungen für 35.945,59 Euro oder 5,9 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen.

Hinzu kamen weitere Zahlungen an einen Schaugartenbetrieb in Höhe von 11.577,32 Euro (Dienstleister 10) und zwei Event- und Veranstaltungsagenturen in Höhe von 8.047,00 Euro (Dienstleister 13) und 7.800,00 Euro (Dienstleister 14).

Die Dienstleister 6, 11 und 16 aus den Bereichen Webdesign, Kommunikations- und Werbeagentur rechneten insgesamt 39.442,50 Euro für Werbegrafiken und Illustrationen ab.

Die Dienstleister 7 und 12 betrafen Moderationen und Vorträge bei verschiedenen Veranstaltungen und erhielten dafür insgesamt 24.880,00 Euro.

Der Dienstleister 8 war ein Verlag und erhielt 16.300,00 Euro für Kurzgeschichten und der Dienstleister 9 stellte Fotografien für insgesamt 12.355,67 Euro her.

Der Dienstleister 15 erhielt für die Tontechnik bei Veranstaltungen 7.744,32 Euro.

Die Dienstleister 17 bis 21 umfassten den Bereich Onlinemarketing und die Erstellung von Erklärvideos und erhielten insgesamt 18.067,16 Euro, die sich zwischen 5.549,17 Euro und 800,00 Euro bewegten und jeweils unter 1,0 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen lagen.

Die Dienstleister 22 bis 30 erhielten insgesamt 11.841,30 Euro für Veranstaltungsleistungen, wie Betreuung und Equipment.

Für Moderationen und Vortragstätigkeiten erhielten die Dienstleister 31 bis 46 Zahlungen in Höhe von insgesamt 10.578,89 Euro. Diese bewegten sich zwischen 2.105,00 Euro und 100,00 Euro.

Die Dienstleister 47 bis 58 erbrachten künstlerische und kreative Leistungen um insgesamt 10.369,30 Euro. Die zwölf Zahlungsempfänger erhielten zwischen 2.000,00 Euro und 200,00 Euro.

Für Fotos und Bilder erhielten fünf Dienstleister (59 bis 63) insgesamt 9.342,40 Euro, die sich auf Zahlungen zwischen 4.575,00 Euro und 477,00 Euro verteilten. Für die Herstellung von Druckwerken erhielten drei weitere Dienstleister (64 bis 66) 9.208,0 Euro, die sich auf Zahlungen zwischen 5.814,80 Euro und 186,20 Euro verteilten.

Für Aufnahmen in Tonstudios erhielten die Dienstleister 67 bis 71 insgesamt 5.844,76 Euro, die sich auf Zahlungen zwischen 2.069,76 Euro und 540,00 Euro verteilten.

Die Ausgaben für die Dienstleister 72 bis 74 betrafen 4.850,00 Euro für Ingenieurleistungen, 3.785,03 Euro für Übersetzungstätigkeiten und 3.131,63 Euro für Kinderbetreuung.

Die Dienstleister 75 und 76 waren kommunale Einrichtungen und erhielten 2.617,30 Euro an Gebühren.

Der Dienstleister 77, ein Werbegrafiker, erhielt 1.550,00 Euro.

Stichproben zu Dienstleistungen der Natur im Garten Service GmbH

Der Landesrechnungshof wählte aus den Dienstleistungen der Natur im Garten Service GmbH von insgesamt zehn Stichproben sechs Geschäftsfälle (Stichproben 9 bis 14) mit einer Summe von 150.528,63 Euro aus.

Die folgende Tabelle weist die überprüften Stichproben aus:

Tabelle 20: Stichproben zu Dienstleistungen der Natur im Garten Service GmbH

| Stichprobe | Betrag in Euro | Gegenstand | Dienstleister |
|---------------|----------------|-----------------------------------|--|
| Stichprobe 9 | 20.159,00 | Markenrelaunch | Agentur für Strategie und Kommunikationsmanagement |
| Stichprobe 10 | 3.131,63 | Kinderbetreuung | Kinderbetreuungseinrichtung |
| Stichprobe 11 | 3.093,00 | Werbematerial, Drucksorten | Druckerei |
| Stichprobe 12 | 102.925,00 | Projekt „Igelhausen“ | Medien- und Eventagentur |
| Stichprobe 13 | 4.920,00 | Konzeption Kundenbindungsprogramm | Marketingunternehmen |
| Stichprobe 14 | 16.300,00 | Kinderhörspiele und -lieder | Verlagsgesellschaft |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten Service GmbH

Die Stichprobe 9 betraf zwei Rechnungen einer Agentur für Strategie & Kommunikationsmanagement über insgesamt 20.159,00 Euro für den Markenrelaunch „Natur im Garten“ anlässlich der Aktion „Natur im Garten – gesund halten was uns gesund hält“ im Jahr 2019. Der Relaunch beinhaltete eine Auffrischung des „Natur im Garten“-Logos, der Schriftarten, des Farbkonzepts und der Drucksorten. Den Zuschlag erhielt das niedrigste von drei Angeboten.

Die beiden Rechnungen vom 15. März 2019 und 26. Mai 2019 beliefen sich auf 10.000,00 Euro beziehungsweise 10.159,00 Euro. Die Mehrkosten betrafen Lizenz- und Fotorechte. Der Markenrelaunch war im Jahresprogramm nicht vorgesehen.

Die Stichprobe 10 betraf eine Rechnung eines Vereins vom 28. Jänner 2020 über 3.131,63 Euro für die Kinderbetreuung bei der Veranstaltung „Natur im Garten Frühlingserwachen“ im Landesmuseum NÖ in Sankt Pölten am 25. Jän-

ner 2020. Die abgerechneten Dienstleistungen umfassten Organisation, Material und Durchführung der Veranstaltung und stimmten mit dem Angebot überein. Der Auftrag erfolgte an die Kinderbetreuungseinrichtung, die auch schon in den Vorjahren die Betreuung zufriedenstellend durchführte.

Die Stichprobe 11 betraf eine Rechnung einer Druckerei vom 23. März 2021 über 3.093,00 Euro für die Produktion von Werbematerial für den Blühwiesensonntag am 18. April 2021. Den Zuschlag erhielt das niedrigere von zwei Angeboten in Höhe von 1.523,00 Euro.

Der Blühwiesensonntag verfolgte das Ziel, Niederösterreich zum Blühen zu bringen. Dazu erhielten die Gemeinden Werbematerial in Form von Samensackerln mit Wildblumenmischungen, Plakaten und Fototafeln angeboten. Das Projekt war für 120 Gemeinden konzipiert. Da letztlich 248 Gemeinden und 46 Pfarren teilnahmen, war der Nachdruck von Plakaten, Fototafeln und Flyern erforderlich.

Die Stichprobe 12 betraf vier Rechnungen einer Agentur für Medien und Veranstaltungen, davon drei Rechnungen vom 31. Mai 2021 und eine vom 13. Dezember 2021 über insgesamt 102.925,00 Euro für die Konzeption, Planung und Durchführung des Projekts „Igelhausen“. Mit der interaktiven Plattform www.igelhausen.at sollte „Natur im Garten“ leicht verständlich einer jüngeren Zielgruppe vermittelt werden. Den Auftrag erhielt ein Medienunternehmen aus der Rahmenvereinbarung Eventmanagement 2019. Ein Vergleichsanbot lag bei 110.000,00 Euro. Angebot und Abrechnung stimmten überein.

Die Stichprobe 13 betraf die Rechnung einer Marketingagentur vom 28. Dezember 2021 über 4.920,00 Euro für ein neues Kundenbindungsprogramm, das sowohl online als auch analog nutzbar war. Nach der Auflösung des Vereins Freundinnen und Freunde von Natur im Garten mit 30. April 2021 sollten bestehende Zielgruppen und jüngere Zielgruppen für ökologisches Garteln und die Angebote von Natur im Garten angesprochen und längerfristig gebunden werden. Die Vergabe erfolgte an das niedrigste von drei Angeboten. Angebot und Abrechnung stimmten überein und die Leistung wurde von der Geschäftsführung bescheinigt.

Die Stichprobe 14 betraf die Rechnung einer Verlagsgesellschaft vom 9. Mai 2022 über 16.300,00 Euro für die Produktion von Kinderhörspielen und Kinderliedern. In den Geschichten sollte den Kindern der ökologische Umgang mit der Natur und die Wichtigkeit von Nützlingen und Blumenwiesen vermittelt werden. Die Vergabe erfolgte an einen von vier angefragten Bietern, von denen nur einer ein Angebot legte. Angebot und Abrechnung stimmten überein und Leistungsnachweise lagen vor.

Die überprüften Dienstleistungen standen mit den strategischen Grundlagen der Gesellschaft im Einklang.

13.3 Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Dienstleistungen

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldete DIE GARTEN TULLN GmbH insgesamt 94 Buchungen für drei Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen in Höhe von 551.694,95 Euro. Davon entfielen 98,5 Prozent auf die Natur im Garten Service GmbH, rund ein Prozent auf eine Medien- und Fachdatenbank GmbH und 0,3 Prozent an eine Stadtgemeinde.

Die folgende Tabelle zeigt diese Verteilung der Ausgaben für Dienstleistungen:

Tabelle 21: Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH nach Dienstleistern

| Bezeichnung | Betrag in Euro | Anteil in Prozent | Art der Dienstleistung oder Unternehmen |
|------------------------------|-------------------|-------------------|---|
| Natur im Garten Service GmbH | 543.220,35 | 98,5 % | Marketing und Veranstaltungsmanagement |
| Dienstleister 2 | 6.765,77 | 1,2 % | Medien- und Fachdatenbank |
| Dienstleister 3 | 1.708,83 | 0,3 % | Stadtgemeinde, Plakatierungsgebühren |
| Gesamtsumme | 551.694,95 | 100,0 % | |

Quelle: Geschäftsführung der DIE GARTEN TULLN GmbH

Auf die Natur im Garten Service GmbH entfielen 543.220,35 Euro oder 98,5 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen, weil DIE GARTEN TULLN GmbH ihr Marketing dieser Gesellschaft übertragen hatte. Die Übertragung beruhte auf jährlichen Vereinbarungen über Marketing- und Eventmanagementleistungen.

Für die Nutzung einer Medien- und Fachdatenbank fielen 6.765,77 Euro oder 1,2 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen an.

Als dritter Dienstleister schien eine Stadtgemeinde auf, die insgesamt 1.708,83 Euro für Plakatierungen im öffentlichen Raum erhielt. Das entsprach einem Anteil von 0,3 Prozent der Ausgaben für Dienstleistungen.

14. Mitgliedschaften in Vereinen

In welchen Vereinen sind die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH und DIE GARTEN TULLN GmbH Mitglied und wie hoch sind die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 meldeten die Natur im Garten GmbH Mitgliedschaften in vier Vereinen mit Zahlungen von 5.050,50 Euro und DIE GARTEN TULLN GmbH Mitgliedschaften in fünf Vereinen mit Zahlungen von insgesamt 49.757,00 Euro.

Die Natur im Garten Service GmbH unterhielt keine Vereinsmitgliedschaften.

14.1 Mitgliedschaften der Natur im Garten GmbH

Im Zeitraum 2019 bis 2021 zahlte die Natur im Garten GmbH jährlich zwischen 455,00 Euro (2020) und 2.249,00 Euro (2019) für Mitgliedschaften an vier gemeinnützige Vereine. Das entsprach durchschnittlich 1.365,17 Euro jährlich. Von Jänner bis Mai 2022 fielen 955,00 Euro für Mitgliedschaften in Vereinen an.

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Zahlungen für Mitgliedschaften in Vereinen von 5.050,50 Euro auf die Jahre 2019 bis 2022 verteilen:

Tabelle 22: Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Vereinsmitgliedschaften in Euro

| Bezeichnung | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 |
|--|-----------------|---------------|-----------------|---------------|
| Arche Noah | 49,00 | 55,00 | 55,00 | 55,00 |
| European Garden Association | 1.800,00 | 0,00 | 900,00 | 900,00 |
| Internationale Gesellschaft GartenTherapie | 400,00 | 400,00 | 400,00 | 0,00 |
| Freunde des Hofgartens Seitenstetten | 0,00 | 0,00 | 36,50 | 0,00 |
| Summe | 2.249,00 | 455,00 | 1.391,50 | 955,00 |

Quelle: Geschäftsführung der Natur im Garten GmbH

Verein Arche Noah

Der Verein Arche Noah bezweckte die Erhaltung und Verbreitung der Nutzpflanzenvielfalt und die anwendungsorientierte Erforschung der Kulturpflanzenvielfalt auf dem Gebiet der Pflanzenzüchtung, Samenpflege und Nutzpflanzen-Erhaltung.

Die Mitgliedschaft der Natur im Garten GmbH bestand ab dem Jahr 2019, der jährliche Mitgliedsbeitrag betrug damals 49,00 Euro. In den Jahren 2020 bis 2022 betrug dieser jährlich 55,00 Euro.

Verein European Garden Association

Der Verein European Garden Association – Natur im Garten International bezweckte die Ökologisierung von Gärten und Grünräumen in Europa durch Vermittlung von Wissen und Fertigkeiten zur ökologischen und naturnahen Gestaltung und Pflege von Gärten und Grünräumen im privaten, halböffentlichen und öffentlichen Bereich. Der Verband aus Partnerorganisationen bestand seit dem Jahr 2012.

Die Statuten, der Vorstand, die Mitgliederorganisationen in Österreich, Deutschland, Lichtenstein, Schweiz, Italien, Slowakei und Tschechien sowie die „Natur im Garten“-Botschafter waren auf der Webseite www.naturimgarten.at ausgewiesen beziehungsweise dargestellt.

Der jährliche Mitgliedsbeitrag betrug 900,00 Euro. Im Jahr 2019 erfolgte eine Vorauszahlung für das Jahr 2020.

Unter den „Natur im Garten“-Botschaftern befanden sich auch zwei Personen, die entgeltliche Dienstleistungen für die Natur im Garten Service GmbH erbrachten oder daran mitwirkten.

Verein Internationale Gesellschaft GartenTherapie

Der Verein förderte Wissenschaft und Forschung zur Gartentherapie, die Entwicklung von Qualitätsstandards für gartentherapeutische Aktivitäten sowie Aus- und Weiterbildungsangebote im deutschsprachigen Raum. Sitz des Vereins war die Bildungsstätte Gartenbau in Grünberg in Deutschland.

Der jährliche Mitgliedsbeitrag betrug 400,00 Euro.

Verein Freunde des Hofgartens Seitenstetten

Der Verein Freunde des Hofgartens Seitenstetten bezweckte, allen Erholungssuchenden den freien Zugang zum barocken Hofgarten auch weiterhin zu ermöglichen. Die Natur im Garten GmbH leistete im Jahr 2021 einen Mitgliedsbeitrag von 36,50 Euro.

Die Mitgliedschaften in den Vereinen standen mit dem Unternehmensgegenstand im Einklang.

14.2 Mitgliedschaften der DIE GARTEN TULLN GmbH

Im Zeitraum März 2017 bis Mai 2022 zahlte DIE GARTEN TULLN GmbH jährlich zwischen 2.488,00 Euro (2017) und 11.413,27 Euro (2020) für Mitgliedschaften an insgesamt fünf gemeinnützige Vereine. Im Zeitraum von Jänner bis Mai 2022 fielen Zahlungen von insgesamt 8.732,73 Euro für Vereinsmitgliedschaften an. Das waren durchschnittlich 10.413,40 Euro jährlich.

Die folgende Tabelle zeigt, wie sich die Zahlungen an Vereine von insgesamt 49.757,00 Euro auf die Jahre 2017 bis 2022 verteilen:

Tabelle 23: Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Vereinsmitgliedschaften in Euro

| Bezeichnung | 3-12/2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 1-5/2022 |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|------------------|-----------------|
| Austrian Giant Pumpkin Growers | 2.360,00 | 2.360,00 | 2.380,00 | 2.773,27 | 2.380,00 | 1.000,00 |
| Die Gärten Niederösterreichs | 128,00 | 6.160,00 | 6.000,00 | | | |
| Natur im Garten Schaugärten Nachfolgeverein Die Gärten Niederösterreichs | | | | 6.240,00 | 6.480,00 | 6.480,00* |
| Österreichische Gartenbau- Gesellschaft | 0,00 | 105,00 | 0,00 | 0,00 | 58,00 | 52,73 |
| Austrian Leading Sights | 0,00 | 0,00 | 0,00 | 2.400,00 | 1.200,00 | 1.200,00 |
| Summe | 2.488,00 | 8.625,00 | 8.380,00 | 11.413,27 | 10.118,00 | 8.732,73 |

* Die Geschäftsführung informierte in der Schlussbesprechung am 24. Juli 2023, dass mit 1. Jänner 2022 die Agenden des Vereins von der Natur im Garten Service GmbH übernommen wurden und der Verein aufgelöst wurde.

Quelle: Geschäftsführung DIE GARTEN TULLN GmbH

Austrian Giant Pumpkin Growers

Der Verein Austrian Giant Pumpkin Growers, übersetzt Verein Österreichischer Riesenkürbis Züchter, bezweckte, Züchter von riesigen Kürbissen und anderen saisonalen Gemüsen durch Veranstaltungen, Vorträge, Aussendungen, Ausflüge und Saatguttausch zu unterstützen. Der Verein entstand infolge von Riesenkürbis-Staatsmeisterschaften in der Garten Tulln. Die Gründung erfolgte im Jahr 2015.

Der Mitgliedsbeitrag der DIE GARTEN TULLN GmbH betrug jährlich 1.000,00 Euro und war ab dem Jahr 2023 mit der Ausrichtung der Staatsmeisterschaft in geraden Jahren verbunden. In ungeraden Jahren konnte der Verein die Staatsmeisterschaft an einen anderen Veranstalter vergeben.

In den Jahren 2017 bis 2021 zahlte DIE GARTEN TULLN GmbH zwischen 2.360,00 Euro und 2.773,27 Euro für Mitgliedsbeiträge, Moderationen und Veranstaltungen (Kürbiswiegen, Staatsmeisterschaften).

Die Gärten Niederösterreichs – Verein zur Förderung der Gartenkultur

Der Verein Die Gärten Niederösterreichs – Verein zur Förderung der Gartenkultur bezweckte, Besucher- und Schaugärten in ihrer nachhaltigen Entwicklung sowie den Gartentourismus in Niederösterreich zu fördern. Dazu organisierte der Verein Arbeitstagungen (Workshops) und andere Veranstaltungen. Für die Teilnahme am „Benchmarking-Club“ fielen 128,00 Euro an. Der Mitgliedsbeitrag für 2017 in Höhe von 6.000,00 Euro wurde im Jänner 2017 bezahlt und lag außerhalb des Prüfungszeitraums.

Im Jahr 2020 löste der Verein „Natur im Garten“ Schaugärten – Verein zur Förderung der Gartenkultur den Verein „Die Gärten Niederösterreichs – Verein zur Förderung der Gartenkultur“ ab und bezweckte weiterhin, Besucher und Schaugärten in ihrer nachhaltigen Entwicklung sowie den Gartentourismus in Niederösterreich zu fördern.

Der jährliche Mitgliedsbeitrag belief sich auf durchschnittlich 6.272,00 Euro im Zeitraum 2017 bis 2021.

Österreichische Gartenbau-Gesellschaft

Der Verein Österreichische Gartenbau-Gesellschaft bezweckte, die Gartenkultur und den nicht gewerblichen Gartenbau unter wissenschaftlichen, kulturellen und ökologischen Gesichtspunkten zu fördern. Dazu richtete der Verein seine Aktivitäten auf die Grundsätze der Nachhaltigkeit sowie des Natur- und Klimaschutzes aus.

In den Jahren 2018, 2021 und 2022 fielen für Mitgliedsbeiträge und eine Zeitschrift insgesamt 215,73 Euro an.

Austrian Leading Sights

Der Verein Austrian Leading Sights, übersetzt Österreichs führende Sehenswürdigkeiten, vernetzte 42 wichtige österreichische Sehenswürdigkeiten und Kultureinrichtungen, um deren Bedeutung bekannt zu machen und dafür Lobbying zu betreiben. Der Verein bezweckte, die Interessen der Mitglieder zu fördern und organisierte zum Beispiel gemeinsame Messeauftritte. Zu den Mitgliedern zählten Betriebe mit international bekannten Sehenswürdigkeiten, wie beispielsweise die Albertina, das Schloss Schönbrunn, das Stift Klosterneuburg oder die antike Römerstadt Carnuntum.

Die Mitgliedschaft im Verein bestand seit dem Jahr 2019. Der jährliche Mitgliedsbeitrag belief sich auf 1.200,00 Euro.

Die Mitgliedschaften in Vereinen standen mit dem Unternehmensgegenstand im Einklang.

St. Pölten, im Oktober 2023
Die Landesrechnungshofdirektorin
Dr.ⁱⁿ Edith Goldeband

Abkürzungen und Begriffe

Dem Bericht liegen folgende Abkürzungen und Begriffsinhalte zugrunde:

Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen

Unter den Begriff „Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen“ fielen alle entgeltlichen im Inland erbrachten Dienstleistungen, die im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden sowie Sponsoring, welche eine juristische oder natürliche Person für die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH oder DIE GARTEN TULLN GmbH eigenverantwortlich erbrachte und von der Natur im Garten GmbH, der Natur im Garten Service GmbH oder der DIE GARTEN TULLN GmbH bezahlt wurden.

Förderungen

Unter den Begriff „Förderungen“ fielen alle Zahlungen, welche Förderungsgeber für eigene Zwecke im Inland einer natürlichen oder juristischen Person gewährten, ohne dafür eine marktübliche Gegenleistung zu erhalten. Dazu zählten zum Beispiel nicht rückzahlbare finanzielle Beihilfen, Zuschüsse, Zuwendungen oder Stipendien.

Inserate und Werbung

Unter den Begriff „Inserate und Werbung“ fielen entgeltliche Veröffentlichungen mit einer Zahlung (Geldfluss) in inländischen Print- und Rundfunkmedien sowie Onlinemedien, die eine Botschaft über die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH oder DIE GARTEN TULLN GmbH sowie über deren Produkte und Leistungen vermittelten. Inserate waren Teil von Werbung. Dazu zählen zum Beispiel Ankündigungen (Annoncen), Anzeigen, Einschaltungen, Audio- und Videobeiträge, Werbespots, Podcasts, Audioclips.

INTERREG-Projekt SYM: BIO

Das grenzüberschreitende Interreg-Projekt SYM: BIO vernetzte und mobilisierte Akteure in Tschechien, Wien und Niederösterreich und zeigte das Potenzial öffentlicher Grünflächen und naturnaher Gärten zur Klimawandelanpassung auf. (Quelle: www.naturimgarten.at)

Kooperationen

Unter den Begriff „Kooperationen“ fielen alle Vereinbarungen mit juristischen oder natürlichen Personen, welche die Natur im Garten GmbH, die Natur im Garten Service GmbH oder DIE GARTEN TULLN GmbH im Zusammenhang mit Inseraten und Werbung, Förderungen, Spenden sowie Sponsoring traf, um ein gemeinsames Anliegen oder Vorhaben im Inland zu verwirklichen, sofern damit Zahlungen an den Kooperationspartner verbunden waren.

LIFE

Das Programm LIFE ist das Finanzierungsinstrument der EU für Umwelt und Klimapolitik. Es wurde seit 1992 durchgeführt und diente zur Kofinanzierung von mehr als 5.500 Projekten in der gesamten EU und in Drittländern.

Medien

Unter den Begriff „Medien“ fielen alle Mittel zur Verbreitung von gedanklichen Inhalten in Wort, Schrift, Ton oder Bild an einen größeren Personenkreis. Sie umfassten Printmedien (Druckwerke), Rundfunkmedien (Ausstrahlung) und Onlinemedien (Übertragung über Internet).

Mitgliedschaften in Vereinen

Unter den Begriff „Mitgliedschaften in Vereinen“ fielen alle inländischen Mitgliedschaften – unabhängig vom Zweck, für die die Natur im Garten GmbH oder DIE GARTEN TULLN GmbH Mitgliedsbeiträge und andere Zahlungen leistete.

Social Media

Der englische Begriff „Social Media“ bezeichnete digitale Kommunikationskanäle, die der Vernetzung von Nutzern dienen.

Spenden

Unter den Begriff „Spenden“ fielen alle freiwilligen Zahlungen, welche an juristische und natürliche Personen, insbesondere für gemeinnützige, politische, religiöse, wohltätige, wirtschaftliche, wissenschaftliche, kulturelle Zwecke im Inland leistete, ohne dafür eine Gegenleistung zu erhalten oder zu erwarten.

Sponsoring

Unter den Begriff „Sponsoring“ fielen alle Zahlungen der Natur im Garten GmbH oder der DIE GARTEN TULLN GmbH an eine juristische und natürliche Person, denen eine Werbeleistung der gesponserten Person im Inland gegenüberstand.

TA/TK Preis, Tausendauflagepreis/Tausendkontaktpreis

Der Begriff „Tausendauflagepreis“ beziehungsweise „Tausendkontaktpreis“ bezeichnete jenen Betrag, der für Inserate und Werbung eingesetzt werden musste, um 1.000 Personen einer Zielgruppe zu erreichen. Die Kennzahl diente der Mediaplanung und der Evaluierung.

15. Tabellenverzeichnis

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabelle 1: | Kenndaten der Natur im Garten GmbH, Natur im Garten Service GmbH, DIE GARTEN TULLN GmbH laut Jahresabschluss 2021.. | 5 |
| Tabelle 2: | Soll-Ist-Vergleich der Zielwerte der Natur im Garten GmbH des Jahres 2021 | 24 |
| Tabelle 3: | Ausgaben der Natur im Garten GmbH von Jänner 2019 bis Mai 2022 | 27 |
| Tabelle 4: | Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH von Mai 2018 bis Mai 2022 | 28 |
| Tabelle 5: | Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH von März 2017 bis Mai 2022 | 29 |
| Tabelle 6: | Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel..... | 31 |
| Tabelle 7: | Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel nach Mediengruppen und Medienpartnern..... | 32 |
| Tabelle 8: | Stichproben zu Inseraten und Werbung bei der Natur im Garten GmbH..... | 34 |
| Tabelle 9: | Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel..... | 36 |
| Tabelle 10: | Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel nach Mediengruppen und Medienpartnern..... | 37 |
| Tabelle 11: | Stichproben zu Inseraten und Werbung sowie Werbemittel der Natur im Garten Service GmbH | 40 |
| Tabelle 12: | Verteilung der Ausgaben für Inserate und Werbung der DIE GARTEN TULLN GmbH | 42 |
| Tabelle 13: | Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Inserate und Werbung sowie Werbemittel nach Mediengruppen und Medienpartnern..... | 43 |
| Tabelle 14: | Stichproben zu Inseraten und Werbung sowie Werbemittel der DIE GARTEN TULLN GmbH | 45 |
| Tabelle 15: | Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH auf Sponsoringpartner..... | 49 |

| | |
|--|----|
| Tabelle 16: Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH an Kooperationspartner | 53 |
| Tabelle 17: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten GmbH nach Dienstleistern..... | 55 |
| Tabelle 18: Stichproben zu Dienstleistungen der Natur im Garten GmbH ... | 58 |
| Tabelle 19: Verteilung der Ausgaben der Natur im Garten Service GmbH nach Dienstleistern..... | 61 |
| Tabelle 20: Stichproben zu Dienstleistungen der Natur im Garten Service GmbH | 64 |
| Tabelle 21: Verteilung der Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH nach Dienstleistern..... | 66 |
| Tabelle 22: Ausgaben der Natur im Garten GmbH für Vereinsmitgliedschaften in Euro | 67 |
| Tabelle 23: Ausgaben der DIE GARTEN TULLN GmbH für Vereinsmitgliedschaften in Euro | 69 |

ANTRAG

der Abgeordneten Hundsmüller, Landbauer, MA, Dr.ⁱⁿ Krismer-Huber, Mag.^a Collini, Pfister, Aigner, Mag. Ecker MA, Mag. Hofer-Gruber, Razborcan, Dorner, Mag.^a Moser MSc, Mag.^a Kollermann, Mag.^a Renner, Handler, Rosenmaier, Königsberger, Mag. Samwald, Vesna Schuster, Mag.^a Scheele, Ing. Mag. Teufel, Schindele, Schmidt, Mag.^a Suchan-Mayr, Weninger, Wiesinger und Windholz MSc

auf Erteilung eines Prüfauftrages an den Niederösterreichischen Landesrechnungshof gem. Art. 51 Abs. 3 lit. c NÖ Landesverfassung 1979

betreffend Sonderprüfung von ausgewählten Rechtsträgern, an welchen das Land Niederösterreich beteiligt ist

Eine Sachverhaltsdarstellung einer „besorgten Bürgerin“, welche an den Unabhängigen Parteien-Transparenz-Senat adressiert war, sollte mutmaßliche Unregelmäßigkeiten hinsichtlich Parteienfinanzierung durch Gesellschaften, welche auch im Landeseigentum stehen, aufdecken. Der konkrete Vorwurf lautete, dass zwei Medien der ÖVP üppig über Inserate aus öffentlichen Unternehmen finanziert und die Geldflüsse vor dem Rechnungshof verschleiert werden sollen. Medienberichten zufolge sollen vor allem „über Umwege gewährte, verdeckte Parteispenden“ gewährt worden sein.

Zwei Verlagsprodukte werden von der ÖVP herausgegeben, nämlich die „Niederösterreich Zeitung“ und das Magazin „Partei intern“ für die Funktionäre. Die ÖVP scheint in diesen Produkten als Herausgeber auf. Die „Innova Verlags GmbH“ kümmert sich um die Inserate. Eine Seite in der „Niederösterreich Zeitung“ kostet knapp 10.000 Euro – um dieses Geld könnte man auch in der „Kronen Zeitung“ inserieren. Kunden, die trotz dieses hohen Tarifs gerne schalteten, fanden sich vor allem in Unternehmen des Landes Niederösterreich, wie etwa der landeseigene Energieversorger EVN und die Hypo Niederösterreich. 2019 bezifferte der Inhaber des Verlages die Inserateneinnahmen auf 130.000 Euro.

Die genannten Unternehmen, die auch aus öffentlichen Geldern finanziert sind, haben etwa auch an das zuletzt in den Schlagzeilen stehende (und mittlerweile aufgelöste) Alois-Mock-Institut von Wolfgang Sobotka Zahlungen geleistet.

Es kann nicht sein, dass unsere niederösterreichischen Landesgesellschaften aufgrund der im Raum stehenden Vorwürfe in ihrer wichtigen Arbeit behindert

werden, weshalb es dringend geboten ist, die im Raum stehenden Vorwürfe rasch aufzuklären.

Als allgemein anerkannte und unabhängige Kontrollinstanz hat sich hier der Landesrechnungshof bewährt, welcher stets sachlich und unaufgeregt seine Prüfungen durchführt sowie wertvolle und objektiv nachvollziehbare Empfehlungen ausspricht.

Gemäß Art. 51 Abs. 2 lit. c NÖ Landesverfassung 1979 unterliegt die Gebarung von Unternehmungen, an denen das Land allein oder gemeinsam mit anderen der Zuständigkeit des Rechnungshofes unterliegenden Rechtsträgern, soweit es sich um börsennotierte Unternehmungen handelt, mit mindestens 50 %, im Übrigen mit mindestens 25 % des Stamm-, Grund- oder Eigenkapitals beteiligt ist der laufenden Kontrolle des Landesrechnungshofs auf Richtigkeit, Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit.

Insbesondere folgende Gesellschaften sind gemäß dieser Bestimmung von der Rechnungshofprüfungspflicht umfasst:

- NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH (100%)
- NÖ Familienland GmbH (100%)
- Radland GmbH (100%)
- Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG) (100%)
- Natur im Garten GmbH (100%)
- Natur im Garten Service GmbH (100% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- DIE GARTEN TULLN GmbH (83% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- NÖ.Regional.GmbH (51%)

Um die in der geschilderten anonymen Anzeige sowie den beziehenden Medienberichten erhobenen Vorwürfe zu klären, ist es daher erforderlich, dass die wichtigsten landeseigenen Gesellschaften vom Landesrechnungshof rasch geprüft werden. Aus Zweckmäßigkeitsgründen kann sich die Prüfung auf Rechtsgeschäfte mit Zahlungsflüssen wie etwa im Zusammenhang mit

- Inseraten und Werbung,
- Förderungen,
- Spenden,
- Sponsorings,
- Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen,
- Kooperationen,
- Mitgliedschaften in Vereinen

im Zeitraum März 2017 bis zum tatsächlichen Beginn der gegenständlichen Prüfung zu beschränken hat. Insbesondere soll bei den einzelnen Zahlungen dargestellt werden, inwieweit diese im Einklang mit bzw. aufgrund einer Kommunikationsstrategie des geprüften Unternehmens erfolgt sind oder ob es sich um „*ad hoc Rechtsgeschäfte*“ handelt.

Die ersten Ergebnisse dieser Prüfung sollten den Abgeordneten zum NÖ Landtag als Vorbericht bis zum 20.06.2022 vorliegen.

Die gefertigten Abgeordneten erteilen daher dem Niederösterreichischen Landesrechnungshof gem. Art. 51 Abs. 3 lit. c NÖ Landesverfassung 1979 einen

Prüfauftrag

betreffend Sonderprüfung der Gebarung von Rechtsträgern im Eigentum bzw. Miteigentum des Landes Niederösterreich.

1. Zu prüfende Unternehmen:

- NÖ Energie- und Umweltagentur GmbH (100%)
- NÖ Familienland GmbH (100%)
- Radland GmbH (100%)
- Niederösterreichische Verkehrsorganisationsges.m.b.H. (NÖVOG) (100%)
- Natur im Garten GmbH (100%)
- Natur im Garten Service GmbH (100% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- DIE GARTEN TULLN GmbH (83% Tochter der Natur im Garten GmbH)
- NÖ.Regional.GmbH (51%)

2. Prüfumfang:

Die Prüfung hat sich auf Rechtsgeschäfte an juristische und natürliche Personen im Zusammenhang mit

- Inseraten und Werbung,
- Förderungen,
- Spenden,
- Sponsorings,
- Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen,
- Kooperationen,
- Mitgliedschaften in Vereinen

im Zeitraum März 2017 bis zum tatsächlichen Beginn der gegenständlichen Prüfung zu beschränken. Insbesondere soll bei den jeweiligen Zahlungen bzw. Vereinbarungen auch dargestellt werden, inwieweit diese im Einklang mit bzw. aufgrund einer Kommunikationsstrategie der geprüften Gesellschaft erfolgt sind oder ob es sich um „ad hoc Rechtsgeschäfte“ handelt.

3. Konkret sollen für die genannten Rechtsträger folgende Fragen beantwortet werden:

- In welchen Print-, Online- und Rundfunkmedien wurden vom geprüften Unternehmen Inserate und Werbung geschaltet und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte bzw. Kosten?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Förderungen vergeben und wie hoch waren die jeweiligen Förderbeträge?
- An welche juristischen und natürlichen Personen wurden vom geprüften Unternehmen Spenden gewährt und wie hoch waren die jeweiligen Spendenbeträge?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Sponsoringvereinbarungen abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Kooperationsvereinbarungen (zB. Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst und Kultur) abgeschlossen und wie hoch waren die jeweiligen Kosten für das geprüfte Unternehmen?
- Mit welchen juristischen und natürlichen Personen hat das geprüfte Unternehmen Vereinbarungen über Dienstleistungen im Beratungs-, Veranstaltungs- und Agenturwesen abgeschlossen, welche Leistungen wurden dabei bezogen und wie hoch waren die jeweiligen Auftragswerte?
- In welchen Vereinen sind die geprüften Unternehmen Mitglieder und wie hoch sind die jeweiligen Zahlungen an die Vereine?

4. Zeithorizont:

Den Abgeordneten zum NÖ Landtag soll bis zum 20.06.2022 ein Vorbericht mit den bis dahin vorliegenden Prüfergebnissen vorgelegt werden. Die Prüfung inkl. Endbericht soll bis zum 30.09.2022 abgeschlossen sein.

5. Datensätze:

Die ausgewerteten Daten und Tabellen mögen dem Landtag in maschinenlesbarer Form (zB. Excel) zur Verfügung gestellt werden.



Tor zum Landhaus - Wiener Straße 54/A - 3109 St. Pölten
T+43 2742 9005 12620 - F+43 2742 9005 13525
post.lrh@noel.gv.at - www.lrh-noe.at