



Amtssigniert. SID2015071069211  
Informationen unter: amtssignatur.tirol.gv.at

Amt der Tiroler Landesregierung

**Abteilung Tourismus**

**Dr. Gerhard Föger**

Telefon 0512/508-3260

Fax 0512/508-743265

tourismus@tirol.gv.at

DVR:0059463

UID: ATU36970505

---

**Verlorene Marketing- und Infrastrukturzuschüsse; Interpretation und praktischer Vollzug des § 14 Abs. 1 lit. r i.V.m. § 40 Abs. 2 Tiroler Tourismusgesetz 2006 i.d.g.F.**

Geschäftszahl IIc-6.78/1239-2015

Innsbruck, 17.07.2015

Sehr geehrte Obfrau,  
sehr geehrter Herr Obmann,

die letzte – per 01.03.2015 in Kraft getretene – Novellierung des Tiroler Tourismusgesetzes 2006 hat u.a. das Erfordernis der Einholung von aufsichtsbehördlichen Genehmigungen bezüglich nunmehr verpflichtender Beschlussfassungen des Aufsichtsrates bei der Gewährung von verlorenen Marketing- oder Infrastrukturzuschüssen eingeführt (vgl. unsere Kurzmitteilung vom 25.02.2015).

Die Erläuternden Bemerkungen zur angesprochenen Bestimmung des § 14 Abs. 1 lit r halten hierzu fest:

*„Die Gewährung von verlorenen Marketing- oder Infrastrukturzuschüssen soll ausdrücklich als im Kompetenzbereich des Aufsichtsrates gelegen und in weiterer Folge als aufsichtsbehördlich genehmigungspflichtig (§ 40 Abs. 2) definiert werden, um hier eine mögliche Bevorzugung individueller Interessen hintanzuhalten (Abs. 1 lit. r). Die Aufsichtsbehörde erhält dadurch die Möglichkeit, einschlägige Vereinbarungen zu überprüfen und gegebenenfalls ablehnen zu können. Damit kann auf Situationen, in denen der Tourismusverband im Einzelfall dem Druck gewichtiger Projektwerber nicht mehr Stand zu halten vermag, wirkungsvoll und sachgerecht reagiert werden.“*

Diese Ausführungen belegen einerseits, dass die Einführung der gegenständlichen Regelung als Reaktion auf in einzelnen Tourismusverbänden in der Praxis mehrfach zu beobachtenden (ebenso fragwürdigen wie budgetbelastenden) Vorgehensweisen erfolgt ist, und andererseits,

dass hier grundsätzlich Mittelflüsse ab einer gewissen Dimension erfasst werden sollen. Im Übrigen besteht die Intention der Tourismusabteilung, das Procedere bei der Wahrnehmung des gesetzlichen Auftrages auch für die Verbände im überschaubaren administrativen Rahmen zu halten. In diesem Sinne sollen nachstehend folgende Klarstellungen getroffen werden:

### **1. Begriffsdefinitionen „Marketingzuschuss“, „Infrastrukturzuschuss“, „Verlorener Zuschuss“:**

„Marketingzuschüsse“ sind hier Finanzmittelzuwendungen an natürliche oder juristische Personen, die gewährt werden, um ein Produkt oder eine Leistung gegenüber der Öffentlichkeit oder einem beschränkten Interessentenkreis zu bewerben, sowie die Gewährung von Subventions- bzw. Sponsorenzuschüssen für die Durchführung von Veranstaltungen zur Belegung der örtlichen bzw. regionalen Angebotskulisse.

„Infrastrukturzuschüsse“ sind Finanzmittelzuwendungen, die natürlichen oder juristischen Personen zur Errichtung, zur Erhaltung oder zur Sicherstellung des Betriebes infrastruktureller Einrichtungen gewährt werden.

Unter einem „verlorenen“ Marketing- oder Infrastrukturzuschuss ist in gegenständlichem Konnex die Zuwendung von Finanzmitteln des Tourismusverbandes ohne Mittelrückfluss bzw. Rückzahlung zu verstehen. Eine wie auch immer geartete sonstige Gegenleistung des Finanzmittelempfängers stellt dabei die Qualifizierung des Zuschusses als „verlorener“ Zuschuss nicht in Frage.

Nicht unter „verlorene Marketing- und Infrastrukturzuschüsse“ fallen die Beauftragung und die Abwicklung von Geschäften, bei denen der Tourismusverband - bei klarer Leistungsvereinbarung – selbst als Auftraggeber bzw. Käufer (etwa: der Tourismusverband bedient sich zur Umsetzung seiner klassischen Marketingaktivitäten wie etwa einer Inseratenkampagne entsprechender Dienstleister; oder: der Tourismusverband beauftragt ein externes Beratungsbüro mit der Erstellung einer Destinationsstudie etc.) oder als Veranstalter auftritt.

### **2. Vorgehensweise bei „Kleinsubventionen“:**

Unter Kleinsubventionen sind die bei etlichen Tourismusverbänden praktizierten Finanzmittelzuwendungen für die Durchführung von örtlichen bzw. regionalen Veranstaltungen, für Brauchtumspflege, als Sponsoring von Sportklubs oder Musikgruppen, für lokale Vereinsaktivitäten etc. zu verstehen.

Hiefür wird der Aufsichtsrat im Zuge der Budgeterstellung dem Vorstand einen jährlichen Finanzrahmen vorgeben, welcher maximal 3 % bzw. 5 % des Gesamtbudgets (Summe der veranschlagten Einnahmen aus Aufenthaltsabgabe und Pflichtbeitrag) betragen kann und die Höhe der aus diesem Topf zu dotierenden Einzelzuwendungen mit jeweils max. 20 % des Finanzrahmens je Fördernehmer bzw. –fall festlegt. Tourismusverbände, die einen Verschuldungsgrad von mehr als 75 % aufweisen, bringen hiebei die 3 %-Regelung zur Anwendung, bei einem Verschuldungsgrad von unter 75 % greift die 5 %-Regelung für die Dotierung des Finanzrahmens für Kleinsubventionen. Grundlage für die aktuelle Höhe des Verschuldungsgrades bildet die letzte von der Tourismusabteilung an den Tourismusverband übermittelte Kennzahlenberechnung.

Im Vollzug ist darauf zu achten, dass dabei keine „Stückelung“ von Subventionen durch zwei- bzw. mehrmalige Zuwendungen für denselben Förderfall innerhalb eines Jahres erfolgt. Der Vorstand wird dem Aufsichtsrat jährlich über die in diesem Sinne getätigten Kleinsubventionen berichten (Auflistung nach Gegenstand, Empfänger und Betrag), der Bericht gelangt sodann – versehen mit dem einschlägigen AR-Sitzungsprotokoll, dieses beinhaltend die Stellungnahme des Aufsichtsrates zum Bericht – an die Tourismusabteilung, welche den Bericht zur Kenntnis nimmt und nur bei Auffälligkeiten weitere Veranlassungen trifft.

### **3. Vorgehensweise bei „Themensubventionen“:**

Einige Tourismusverbände arbeiten aktiv an einer speziellen themenorientierten Profilierung Ihrer Region, wobei sich die Themenbreite abseits des „herkömmlichen“ touristischen Angebotes auf kulturelle, musikalische, historische, wettkampfsportliche etc. Aspekte mit touristischem Konnex erstreckt. Die hierfür erforderlichen Einzelmaßnahmen sind bisweilen durchaus kostenintensiv und würden in besonders gelagerten Fällen nicht aus dem Topf „Kleinsubventionen“ bedient werden können. Ungeachtet der unter Punkt 2. getroffenen Ausführungen kann der Aufsichtsrat dem Vorstand auch hierfür einen themen- bzw. sachbezogenen, speziell definierten Finanzrahmen vorgeben. Die unter Punkt 2. genannten Berichtspflichten gelten auch hierfür, die Einrichtung eines Finanzrahmens für „Themensubventionen“ bedarf jedoch der vorherigen (!) Genehmigung der Aufsichtsbehörde und ist demzufolge stichhaltig zu begründen und im Lichte der individuellen Finanzlage des Tourismusverbandes argumentierbar.

### **4. Budget 2015 / Aufrechte Zusagen:**

Bereits bestehende Beschlussfassungen betreffend die Gewährung von Zuschüssen bzw. schriftliche Zusagen des Tourismusverbandes, die nachweislich vor dem 01.03.2015 getätigt wurden, werden aufsichtsbehördlich nicht neu aufgerollt. Es wird jedoch darauf Bedacht zu nehmen sein, dass der Aufsichtsrat über einen aktuellen Status zur Zuschussituation seines Verbandes verfügt. Auch die Erfüllung von bestehenden gesellschaftsrechtlichen oder vertraglichen (bisweilen mehrjährigen) Verpflichtungen, die nach dem Rechtsregime vor der nunmehr in Kraft getretenen Tourismusgesetz-Novelle korrekt begründet wurden, sowie die Erfüllung gesetzlicher Verpflichtungen unterliegen den nunmehrigen Erfordernissen nicht.

### **5. Aufsichtsbehördliche Veranlassungen:**

Sämtliche übrigen verlorenen Marketing- oder Infrastrukturzuschüsse unterliegen der jeweils eigenständigen Beschlussfassung des Aufsichtsrates sowie dem Erfordernis der Einholung einer formellen aufsichtsbehördlichen Genehmigung bereits vor (!) der Zuschussleistung. Das Vorliegen der aufsichtsbehördlichen Genehmigung ist Voraussetzung für die Rechtswirksamkeit des jeweiligen Rechtsgeschäftes. Soll sich die Auszahlung des Zuschusses über mehrere Jahre erstrecken, sind die Zuschussmodalitäten grundsätzlich nur einmal vom Aufsichtsrat zu beschließen und auch nur einmal aufsichtsbehördlich zu genehmigen; dabei ist jedoch darauf Bedacht zu nehmen, den Tourismusverband nur für eine überschaubare Anzahl an Jahren zu verpflichten und keine „Dauersubventionen“ anzustreben.

Die Tourismusabteilung wird die Beschlussfassungen sowie den jeweiligen Sachverhalt insbesondere vor dem Hintergrund des Gleichbehandlungsgebotes des Tourismusverbandes

gegenüber seinen Mitgliedern sowie im Lichte der verbandsindividuellen Budgetsituation prüfen und sodann zur Entscheidung finden. Hierbei wird es zielführend sein, wenn der Antrag auf Erteilung der aufsichtsbehördlichen Genehmigung bereits ein umfassendes Bild liefert, indem einschlägige Unterlagen, Finanzierungspläne bzw. Vertragsentwürfe beigegeben werden.

Die Tourismusabteilung betont, dass der nunmehrige Rechtsrahmen und die verstärkte Einbindung von Aufsichtsrat und Aufsichtsbehörde nicht nur der allseitigen Transparenz und (Selbst-)Kontrolle dienen wird, sondern für die Verbandsgremien durchaus auch als willkommenes Argument gegenüber insistierenden Förderwerbern dienen kann. Andererseits ist zu beachten, dass ein Außerachtlassen der gegenständlichen Bestimmungen bzw. eine Fertigung von Verträgen bereits vor dem Vorliegen der erforderlichen Beschlüsse sowie der aufsichtsbehördlichen Genehmigung allfällige (persönliche) Haftungsfragen aufwerfen könnte.

In seltenen Fällen besonderer Dringlichkeit einer Förderzusage wird angeraten, sich jedenfalls mit dem/der Aufsichtsratsvorsitzenden sowie in bewährter Weise mit den Revisoren der Tourismusabteilung im direkten Kontakt abzustimmen.

Die Tourismusabteilung wird nun die Abwicklung des gegenständlichen Szenarios beobachten und die soeben aufgezeigte Vorgehensweise aufgrund der gewonnenen Erfahrungswerte im Bedarfsfall adaptieren bzw. nachschärfen.

Es ergeht das Ersuchen, Ihre Verbandsgremien von diesem Schreiben in Kenntnis zu setzen.

Ergeht an:

1. Herrn Obmann Johannes Entner, Tourismusverband Achensee, per E-Mail
2. Herrn Obmann Johannes Duftner, Tourismusverband Alpbachtal und Tiroler Seenland, per E-Mail
3. Herrn Obmann Ernst Erlebach, Tourismusverband Erste Ferienregion im Zillertal, Fügen - Kaltenbach, per E-Mail
4. Herrn Obmann Johann Mauracher, Tourismusverband Ferienland Kufstein, per E-Mail
5. Herrn Obmann Hans-Peter Osl, Tourismusverband Ferienregion Hohe Salve, per E-Mail
6. Herrn Obmann Johann Staggl, Tourismusverband Imst-Tourismus, per E-Mail
7. Herrn Obmann Dr. Karl Gostner, Tourismusverband Innsbruck und seine Feriendörfer, per E-Mail
8. Herrn Obmann Gerd Erharter, Tourismusverband Kaiserwinkl, per E-Mail
9. Herrn Obmann Alexander Aigner, Tourismusverband Kitzbüheler Alpen - Brixental, per E-Mail
10. Herrn Obmann KR Dieter Jöchler, Tourismusverband Kitzbüheler Alpen - St. Johann in Tirol - Oberndorf - Kirchdorf - Erpfendorf, per E-Mail
11. Frau Obfrau Signe Reisch, Tourismusverband Kitzbühel Tourismus, per E-Mail
12. Herrn Obmann Marc Baldauf, Tourismusverband Lechtal, per E-Mail
13. Herrn Obmann Andreas Hundsbichler, Tourismusverband Mayrhofen, per E-Mail
14. Herrn Obmann Hermann Ruepp, Tourismusverband Naturparkregion Reutte, per E-Mail
15. Herrn Obmann Franz Theurl, Tourismusverband Osttirol, per E-Mail

16. Herrn Obmann Bernhard Riml, Tourismusverband Ötztal Tourismus, per E-Mail
17. Herrn Obmann Alfons Parth, Tourismusverband Paznaun - Ischgl, per E-Mail
18. Frau Obfrau Mag. (FH) Bettina Geisl, Tourismusverband Pillerseetal, per E-Mail
19. Herrn Obmann Rainer Schultes, Tourismusverband Pitztal, per E-Mail
20. Herrn Obmann Werner Nuding , Tourismusverband Region Hall - Wattens, per E-Mail
21. Herrn Obmann Alois Seyrling, Tourismusverband Seefeld, per E-Mail
22. Herrn Obmann Dr. Franz Tschiderer, Tourismusverband Serfaus - Fiss - Ladis, per E-Mail
23. Herrn Obmann Peter Unterlechner, Tourismusverband Silberregion Karwendel, per E-Mail
24. Herrn Obmann Richard Walter, Tourismusverband St. Anton am Arlberg, per E-Mail
25. Herrn Obmann Sepp Rettenbacher, Tourismusverband Stubai Tirol, per E-Mail
26. Herrn Obmann Walter Barbist, Tourismusverband Tannheimer Tal, per E-Mail
27. Herrn Obmann Dr. Armin Falkner, Tourismusverband Tiroler Oberland, per E-Mail
28. Herrn Obmann Michael Fasser, Tourismusverband Tiroler Zugspitz Arena, per E-Mail
29. Herrn Obmann Konrad Geiger, Tourismusverband Tirol West, per E-Mail
30. Herrn Obmann MSC Markus Tipotsch, Tourismusverband Tux - Finkenberg, per E-Mail
31. Herrn Obmann Johannes Adelsberger, Tourismusverband Wilder Kaiser, per E-Mail
32. Herrn Obmann Michael Unger, Tourismusverband Wildschönau, per E-Mail
33. Herrn Obmann Josef Gstraunthaler, Tourismusverband Wipptal, per E-Mail
34. Herrn Obmann Michael Staudacher, Tourismusverband Zell - Gerlos, Zillertal Arena, per E-Mail

Mit freundlichem Gruß  
Für die Landesregierung:

Dr. Gerhard Föger