



Möglich macht's die NÖ Werbeagentur Media Contacta

Die *Media Contacta Ges.m.b.H.* mit Sitz in einem Gebäude der niederösterreichischen Landesregierung¹⁸⁸ steht im Besitz der beiden 50-Prozent-Gesellschafter Gerhard Schlack und Peter Madlberger.¹⁸⁹ Schlack ist auch noch Gesellschafter der *media08 gmbh* mit Sitz neben der ÖVP-Landeszentrale in St. Pölten¹⁹⁰ und Eigentümer der *INNOVA Verlag GmbH*, und damit Herausgeber der *Niederösterreich-Zeitung* und des Funktionärsmagazins der ÖVP.¹⁹¹ Sein Geschäftspartner Peter Madlberger war einst ÖVP-Stadtrat in Korneuburg,¹⁹² sowie Mitarbeiter von Johanna Mikl-Leitner in der ÖVP-Niederösterreich.¹⁹³ ¹⁹⁴ Im Jahr 2016 nahm er zudem mit Elisabeth Köstinger, Axel Melchior und anderen ÖVP-Funktionären an einer von der Politischen Akademie (die Parteiakademie der ÖVP) veranstalteten Studienreise in die USA teil.¹⁹⁵ Weitere Mitarbeiter der Agentur waren zuvor oder danach auch für Organisationen der Niederösterreichischen Volkspartei tätig.

Die Agentur, die immer wieder für ÖVP-Wahlkämpfe engagiert war¹⁹⁶, erhielt ebenfalls zahlreiche Aufträge von ÖVP-geführten Ministerien. Allen voran das Landwirtschafts-

nisterium, das im Zeitraum 2015 bis 2021 fast eine Million Euro überwiesen hat, wie der Rechnungshof für den Untersuchungsausschuss detailliert aufgelistet hat. Unter der Führung von Elisabeth Köstinger (ÖVP) verdreifachten sich die Aufträge des Landwirtschaftsressorts an die Agentur des ihr seit vielen Jahren persönlich bekannten Madlberger¹⁹⁷ von 60.000 Euro (2017) auf 170.000 Euro (2018). Von allen ÖVP-Ministerien in Summe erhielt die *Media Contacta* alleine im ersten Jahr nach der Machtübernahme durch Sebastian Kurz 300.000 Euro an zusätzlichen öffentlichen Aufträgen.¹⁹⁸

Konkret erhielt die Agentur unter anderem den Auftrag (ohne Ausschreibung) zur „Koordination“ des 231.000 Euro teuren, türkisen „Familienfestes“ in Höhe von 70.000 Euro.¹⁹⁹ ²⁰⁰ Bei der Veranstaltung, die am 1. Mai 2019 im Schlosspark Schönbrunn stattfand, trat ausschließlich ÖVP-Personal, allen voran Sebastian Kurz, auf.²⁰¹ Unerklärlich bleibt bis heute, warum sich die Kostenschätzungen der *Media Contacta* für dieses Ereignis von November 2018 bis Januar 2019 „mindestens verdreifacht“ hatten.²⁰² Selbst für Co-Eigentümer Madlberger war diese Steigerung in seiner Befragung im Untersuchungsausschuss „nicht nachvollziehbar“, ebenso wenig, warum seine Firma den Auftrag überhaupt bekommen hat.²⁰³

Übersicht über Zahlungen der Ministerien an die Media Contacta GmbH 2015-2021²⁰⁴

Media Contacta	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Summe
Arbeit							3.879	3.879
Familie und Jugend					70.000			70.000
Bildung	600							600
Wirtschaft				92.169	79.089			198.984
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus	20.945	149.600	59.648	168.973	134.640	83.240	284.516	901.564
Klima, Umwelt und Energie				99.360	22.253			121.613
Gesamt	21.545	149.600	59.648	360.502	305.982	83.240	316.121	1.296.639

Media Contacta richtete für ÖVP-geführte Ministerien auch Medientermine aus. So bezahlte das Landwirtschaftsministerium der Agentur für zwei Pressekonferenzen 8.192 bzw. 6.150 Euro, obwohl das Ministerium über eine hauseigene Öffentlichkeitsabteilung verfügt.²⁰⁵ Warum diese Leistungen extern vergeben wurden, konnte Köstinger im Untersuchungsausschuss nicht sagen. Ebenso wenig konnte sie beantworten, ob sie sich mit Madlberger über Ministeriumsaufträge unterhalten hat.²⁰⁶ Eine Pressekonferenz für die damalige Bundesministerin für Digitalisierung und Wirtschaftsstandort, Margarete Schramböck, schlug sogar mit 28.000 Euro zu Buche, wobei die Agentur alleine für die Präsentation einer Online-Applikation 21.600 Euro veranschlagte.²⁰⁷ Auch Schramböck konnte im Zuge ihrer Befragung nicht aufklären, wie es zu dieser Vergabe kam und warum man nicht auf die eigene Kommunikationsabteilung im Haus zurückgegriffen hat.²⁰⁸ Sie sei nicht in die Vorbereitungen involviert gewesen, so die Ministerin: „Ich glaube, das ist ein Ausschnitt aus dem Gesamten. Da kann man nicht beurteilen – ich zumindest kann nicht beurteilen –, was ganz konkret die Beauftragung war und was hier alles gemacht worden ist“.²⁰⁹ Fotos der Veranstaltung legen jedenfalls nahe, dass es sich dabei um eine übliche Pressekonferenz im Bundeskanzleramt handelte, die den bezahlten Preis keinesfalls rechtfertigt. Es ist auch anzunehmen, dass die hauseigene Presseabteilung „die Berücksichtigung der Örtlichkeit“, sprich den eigenen Presseraum im Bundeskanzleramt, nicht in Rechnung gestellt hätte.²¹⁰

Den Verdacht, dass mit derartigen „Regierungsaufträgen eigentlich Wahlkampfaktivitäten der ÖVP finanziert wurden“, wies Madlberger im Untersuchungsausschuss zu-

rück. Es gäbe „zu jeder Rechnung, die wir gelegt haben, eine Leistung, die erbracht wurde und die auch belegbar ist“.²¹¹ Ob das stimmt, wird sich zeigen. Die WKStA hat mittlerweile Ermittlungen gegen die Media Contacta eingeleitet.²¹²

Zuerst die Rechnung, dann das Angebot: Schramböcks Sonderregeln für Campaigning Bureau

Die Campaigning Bureau Kampagnenberatungs GmbH, unter der Führung von Philipp Maderthaler, hat ebenfalls eine starke Nähe zur ÖVP. Das Unternehmen managte nicht nur die ÖVP-Kampagnen für die Nationalratswahlen 2017 und 2019. Der medial immer wieder als „Kanzlermacher“ betitelte Maderthaler war seinem Freund Sebastian Kurz bereits 2011, in dessen Zeit als Integrationsstaatssekretär, mit der Kampagne Zusammen:Österreich dienlich.²¹³

Laut Rechnungshof erhielt das Unternehmen im Zeitraum 2014-2021 öffentliche Aufträge in Höhe von 808.770,52 Euro.²¹⁴