

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

Übersicht über Zahlungen der Ministerien an Campaigning Bureau²¹⁵ 2015-2021²¹⁶

Campaigning Bureau	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	Summe
Inneres			88.066	93.229	34.092			215.388
Finanzverwaltung	427	2.700	854		33.192	25.024		
Bildung						50.402		50.402
Wissenschaft und Forschung				27.367	60.974	61.858	594	150.793
Wirtschaft						53.250	12.600	65.849
Landwirtschaft, Regionen und Tourismus		144.504	119.862	8.640	22.838	48.488	47.362	391.694
Gesamt	427	147.204	208.782	149.012	183.694	239.022	60.556	936.324

Als Leadpartner des Konsortiums *ARGE Nachhaltigkeit* (gemeinsam mit den Unternehmen *Blink* und *Schneider/Minar/Jenwein*) erhielt *Campaigning Bureau* vom Landwirtschaftsministerium einen europaweit ausgeschriebenen Rahmenvertrag für „*Kommunikationsdienstleistungen 2018-2019*“ (mit Verlängerungsoption bis Ende 2021), sprich für PR-Aktivitäten, Betreuung diverser Webseiten und Newsletter, wobei mit Stand Februar 2021 zumindest 356.000 Euro abgerufen worden sind.²¹⁷ Die dreiköpfige Vergabejury war wie in anderen Fällen auch unter anderem mit dem Pressesprecher der ÖVP-Ministerin, Daniel Kosak, besetzt.²¹⁸ Zwei der drei Unternehmen, die sich um den Auftrag beworben hatten, haben zuvor ÖVP-Wahlkampf gemacht.²¹⁹

Nachdem die *ARGE Nachhaltigkeit* den Auftrag erhalten hatte, wurden die diversen Leistungen für „*Strategieberatung, Markenentwicklung, Kampagnensteuerung und ähnliches*“²²⁰ sukzessive abgerufen.²²¹

Auch das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMDW) beauftragte das *Campaigning Bureau*, etwa im Herbst 2020 mit der Erstellung eines Strategiekonzeptes. Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass die zuständige Abteilung Öffentlichkeitsarbeit im Ministerium, der die Rechnung vorgelegt wurde, weder in den Auftrag eingebunden war, noch davon in Kenntnis gesetzt wurde, weshalb sie die Auszahlung auf Basis der angeführten Leistungen verweigerte. Infolgedessen bat das Ministerium das *Campaigning Bureau* ein Angebot nachträglich über die bereits erbrachten Leistungen zu erstellen. Zudem behielten sich die Beamtinnen und Beamten der Abteilung vor, „die Mit-

arbeiterinnen und Mitarbeiter des Büro FBM [...] in der Folge auf die Vorgaben des Leitfadens ‘Budget und Budgetvollzug’ hinzuweisen und insbesondere die Bestimmungen zur Vergabe erneut deutlich zu Kenntnis zu bringen“. Frau Bundesministerin Schramböck hatte dazu im Zuge ihrer Befragung im Untersuchungsausschuss keine Wahrnehmungen.²²² Auch im Zuge des Projektes *#einfach digital* legte *Campaigning Bureau* weitere Angebote in Höhe von 58.000 Euro und 93.600 Euro. In Summe liegen die Aufträge damit klar oberhalb der Schwelle, bei der öffentlich ausgeschrieben werden müsste.²²³

McKinseys Klimaschutzweisheiten für 128.000 Euro

Das BMWD vergab in den Sommermonaten des Jahres 2021 auch einen Auftrag an das Beratungsunternehmen McKinsey, und zwar für die Studie „*Digitalisierung im*

