

Das ÖVP-geführte Landwirtschaftsministerium stuft im Übrigen die Parteizeitung LOGO als geeigneten „Lehrbehelf für land- und forstwirtschaftliche Schulen“ ein<sup>122</sup> – ein weiteres Beispiel für die unzureichende Trennung zwischen Politik und Verwaltung.

### Corona-Unterstützungsgelder für die ÖVP-Teilorganisationen

Parlamentarische Kontrolle wirkt. Im Fall des für gemeinnützige Vereine eingerichteten NPO-Fonds hat eine parlamentarische Anfrage aufgedeckt, dass zahlreiche ÖVP-Teilorganisationen Millionen an Corona-Unterstützungsgeldern bezogen haben. Das Gesetz sieht einen Ausschluss von Parteien und Teilorganisationen vor. Während Ortsvereine der Jungen Volkspartei und des Wirtschaftsbundes, zeitnah 16.000 Euro zurückbezahlen, weigert sich beispielsweise der Seniorenbund Oberösterreich, als größter Förderungsempfänger mit fast zwei Millionen, bis heute. Man habe die Corona-Unterstützungsgelder nicht als Teilorganisation Seniorenbund, sondern als Verein Seniorenbund beantragt.<sup>123</sup> Die Tiroler Jungbauern hatten ähnlich argumentiert. Dort hat eine Prüfung, die vom BMKÖS in Auftrag gegeben worden ist, allerdings ergeben, dass die Tiroler Jungbauern zu dem Bauernbund und damit zur ÖVP gehören. Die 800.000 EUR an NPO-Geldern wurden zu Unrecht bezogen.<sup>124</sup>

Mittlerweile haben drei Viertel der Zweigvereine der Tiroler Jungbauern insgesamt 590.000 Euro zurückbezahlt. Gegen den Rest laufen Mahnverfahren.<sup>125</sup>



## Der Inseratengoldesel Bauernzeitung

Bei der Bauernzeitung handelt es sich um ein Medium, das von der *Agrar Media Verlagsgesellschaft mbH* periodisch herausgegeben wird. Hinter dieser Gesellschaft steht über ein komplexes Gesellschaftskonstrukt der Österreichische Bauernbund bzw. mehrere Landesbünde.<sup>126</sup> Die Bauernzeitung wurde mit Inseraten aus ÖVP geführten Ministerien im Untersuchungszeitraum geradezu überschüttet.

So hat alleine das Landwirtschaftsministerium zwischen 2017 und 2021 um rund 570.000 Euro inseriert.<sup>127</sup> In diesen Zeitraum fiel auch die Amtszeit von Elisabeth Köstinger. Zahlreiche andere Ministerien, darunter das Bundeskanzleramt, das Bundesministerium für Finanzen und sogar das Verteidigungsministerium, inserierten im Untersuchungszeitraum ebenfalls ausgiebig in der Bauernzeitung.<sup>128</sup>

### Millionenfache Inseratengelder für die Bauernzeitung<sup>130</sup>

	2017	2018	2019	2020	2021	Summe
<b>Bundeskanzleramt</b>	85.980	85.439	86.492	231.561	99.505	<b>588.978</b>
<b>Landwirtschaftsministerium<sup>129</sup></b>	137.250	100.404	103.798	124.207	105.160	<b>570.821</b>
<b>Finanzministerium</b>		33.037	8.254			<b>41.292</b>
<b>Verteidigungsministerium</b>				35.651	11.793	<b>47.445</b>

Nicht nur sind Aufträge immer wieder freihändig aus den jeweiligen politischen Kabinetten vergeben worden. Es wurden auch Rahmenvereinbarungen von über 100.000 Euro abgeschlossen, ohne dass zuvor konkrete inhaltlich definierte Kampagnen vereinbart worden waren. So schrieb etwa Daniel Kosak, der damalige Sprecher von Ministerin Köstinger, am 14. März 2018 in einer E-Mail an die Fachabteilung: „Liebe Doris! Ich habe heute in einem persönlichen Gespräch mit Christine Demuth einen Gesamtrahmen von rd. 110.000 Euro netto für die Bauernzeitung vereinbart. Sie wird dir demnächst die nötigen Unterlagen schicken. Die Landesausgaben sind da nicht inkludiert“.<sup>131</sup>

## Schnelles Geld aus dem Finanzministerium

Wie einfach hochrangige Bauernbund-Vertreter Zugang zu den Kabinetten hatten und wie schnell und losgelöst von jeder inhaltlichen Notwendigkeit Blanko-Rahmenvereinbarungen für Inserate vergeben worden sind, zeigt das nachfolgende Beispiel: Ein Mitarbeiter des Finanzministeriums wandte sich im November 2018 an Thomas Schmid: „Norbert Totschnig bittet um deinen Rückruf, Stichwort Bauernzeitung“.<sup>132</sup> Schmid antwortete: „Er soll das bitte mit Pasquali machen“.<sup>133</sup> Keine 10 Minuten später meldete sich Totschnig, der seit 1. August 2017 Direktor des Österreichischen Bauernbundes war, direkt bei Schmid: „Lieber Thomas! Vielen Dank!! Hat geklappt!! LG, Norbert“.<sup>134</sup>

„Lieber Thomas! Vielen Dank!! Hat geklappt!!  
LG, Norbert“

Norbert Totschnig an Thomas Schmid

Vor Bekanntwerden dieser Nachrichten hatte Totschnig stets bestritten, um Inserate für die Bauernzeitung geworben zu haben – lediglich das Herstellen eines Kontaktes wurde zugestanden.<sup>135</sup>

Noch am selben Tag von Totschnigs Anruf bei Thomas Schmid, übermittelte die Bauernzeitung dem BMF, zu Händen Pasquali, ein Angebot für zwei Schaltungen à 20.813,81 Euro brutto mit dem Vermerk „ich beziehe mich auf das Gespräch zwischen Ihnen und Herrn Dir. Totschnig“.<sup>136</sup> Keine weitere Stunde später wurden Nägel mit Köpfen gemacht und das Angebot mit einem Gesamtvolumen von über 40.000 Euro angenommen.<sup>137</sup>

Auffällig ist, dass hier drei Personen aus dem Umfeld der

ÖVP binnen weniger Stunden einen Inseraten-Deal von über 40.000 Euro vereinbarten, ohne dass auch nur ein Wort über den Inhalt der konkreten Kampagne verloren wurde. Inserate öffentlicher Dienststellen müssen gesetzlich ein konkretes Informationsbedürfnis decken.

Wie sekundär der Inhalt der Kampagne war, zeigt sich auch daran, dass in den Jahren 2018 und 2019 in der Bauernzeitung etwa über die Arbeitnehmer\*innenveranlagung informiert wurde<sup>138</sup> – obschon Bäuerinnen und Bauern als Selbstständige ganz offensichtlich nicht die Kernzielgruppe für solche Einschaltungen sein können.

Es drängt sich der Verdacht auf, dass hier mittels Inseraten aus Steuergeldern einerseits die ÖVP-Teilorganisation Bauernbund gefördert werden sollte und andererseits durch die diversen Kampagnen, teils unmittelbar vor Wahlen, Imagewerbung für ÖVP-Minister\*innen stattgefunden hat.

## Teure Muttertagsgrüße von der Ministerin



**Landwirtschaftsministerin Köstinger investierte 36.000 Euro in Muttertagskleber, gleichzeitig erschien ein redaktioneller Artikel**

Besonders ins Auge sticht diese Werbekooperation einer ÖVP-Ministerin mit der Bauernzeitung: der „Muttertagsgruß“ der damaligen Ministerin Köstinger in der Ausgabe vom 9. Mai 2019.

Der Bauernzeitung wurden 120.000 Stück Aufkleber mit dem Sujet „Unsere Bäuerinnen sind Powerfrauen - Sie stehen für sichere, hochwertige Lebensmittel und hohe Lebensqualität“<sup>139</sup> beigelegt. Kostenpunkt für die Steuerzahler\*innen: über 36.000 Euro.<sup>140</sup> Ein auch nach den eigenen Maßstäben der Bauernzeitung fragwürdig hoher Preis: So betragen die

Kosten für ein ganzseitiges Inserat in der österreichweiten Ausgabe der Bauernzeitung aktuell (1/2023) rund 20.000 Euro (exklusive Werbeabgabe und Umsatzsteuer).<sup>141</sup>

Der damalige Sprecher von Ministerin Köstinger, Daniel Kosak, antwortete im Untersuchungsausschuss befragt zu dieser Kampagne zuerst, dass er in die „Details [...] der Beauftragung und Umsetzung nicht involviert“ gewesen sei.<sup>142</sup>

In einem ministeriumsinternen E-Mail vom 8. April 2019 lautete es hingegen: „siehe Rückmeldung von Daniel Kosak unten – wir machen die Aufkleber“.<sup>143</sup> Der Auftrag für die Umsetzung dieser fragwürdigen Aktion kam also direkt von ihm aus dem Kabinett.

Offen bleibt freilich, welchen Informationswert das Ministerium damit eigentlich bedienen wollte. Selbst die Fachabteilung schrieb damals in einem Mail an Kabinettsmitarbeiter mit Bezug auf diese Aufkleber: „Ist halt schon eine Imagegeschichte - aber nett schaut er aus“.<sup>144</sup>

**„Ist halt schon eine Imagegeschichte, aber nett schaut er aus.“**

**Fachbeamter aus dem  
Landwirtschaftsministerium**

Auch die Auskunftsperson Kosak konnte in Hinblick auf den fehlenden Informationsgehalt nichts Erhellendes beitragen: „Frau Abgeordnete, [...] Ich halte das jetzt für kein klassisches Inserat. Ich kann Ihnen sagen, was das Ziel war: Das Ziel war, auf die Leistungen der Bäuerinnen aufmerksam zu machen, im landwirtschaftlichen Umfeld“.<sup>145</sup>

Zusätzlich zu den Klebern gab es in dieser Ausgabe der Bauernzeitung auch einen redaktionellen Beitrag mit einem großen Bild von Köstinger unter dem Titel „Muttertagsgrüße von der Ministerin“. Dort heißt es im letzten Absatz: „Um auf das Engagement von Österreichs Bäuerinnen aufmerksam zu machen, versenden das BMNT und die Bauernzeitung diese Woche auch zehntausende „Unsere Bäuerinnen sind Powerfrauen“-Aufkleber.“<sup>146</sup>

Zusammengefasst bleibt über: Das Landwirtschaftsministerium bezahlte aus öffentlichen Mitteln „Imagekampagnen“ für die Ministerin ohne erkennbaren Informationsgewinn in ÖVP-Zeitschriften, und das Ganze wenige Wochen vor der am 23. Mai 2019 beginnenden EU-Wahl 2019.

Dass es sich bei dem geschilderten Sachverhalt nicht um eine einmalige Sache, sondern vielmehr nur um ein Beispiel aus mehreren fragwürdigen Inseratenvergaben handelt, zeigt sich auch daran, dass auch 2021 eine ver-

gleichbare Aktion stattgefunden hat: Anlässlich des Weltfrauentages wurden der Zeitung Postkarten mit der Aufschrift: „Du bist meine Heldin“ beigelegt, samt Logo des Landwirtschaftsministeriums. Kostenpunkt: rund 30.000 Euro.<sup>147</sup>

## BMI Inserate für die Gemeinderäte der Niederösterreichischen ÖVP

Das Muster, üppige Inserate aus öffentlichen Geldern in ÖVP Parteizeitungen zu platzieren, findet sich in allen Teilen des Landes. Kein Wunder also, dass dieses Vehikel im ÖVP Kernland Niederösterreich zur Perfektion gebracht wurde.

Der Niederösterreichische Gemeindebund ist eine ÖVP Organisation, die sich selbst als Interessensvertretung der ÖVP-Gemeinderäte aus Niederösterreich definiert. Als solche erhält diese politische Organisation Fördergelder für Schulungszwecke von den Niederösterreichischen Gemeinden. Zumindest ein Teil davon dürfte an die ÖVP Niederösterreich weitergeleitet worden sein, wie der Rechnungshof in seiner Kritik vorbringt.<sup>148</sup>



**Gerade vor Wahlen kleidet sich das Magazin NÖ Gemeindebund auch in türkise Kleider**

Der Niederösterreichische ÖVP-Gemeindebund ist auch Herausgeber der Zeitung „NÖ Gemeinde“. Die Finanzierung des Blattes erfolgt zu einem guten Teil über Inserate. Diese Inserate stammen mehrheitlich von niederösterreichischen Unternehmen im öffentlichen Einflussbereich. Die Hypo Niederösterreich sei nur beispielhaft erwähnt – diese hat nach offiziellen Angaben über 110.000 Euro inseriert (seit 2017).<sup>149</sup>

Auch in der aktuellen Ausgabe (11/22)<sup>150</sup> der „NÖ Gemeinde“ inserieren die NÖ Versicherung (S. 7), die BBG (S. 8),