
2343/J XXVI. GP

Eingelangt am 22.11.2018

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Anfrage

der Abgeordneten Andreas Ottenschläger

Kolleginnen und Kollegen

**an den Bundesminister für Verkehr, Innovation und Technologie
betreffend Vergabeskandal rund um eine Kampagne der ehemaligen
Verkehrsministerin Doris Bures gegen Alkohol am Steuer**

Seit vielen Jahren beschäftigt sich das Parlament - etwa durch parlamentarische Anfragen oder die Beratungen von entsprechenden Rechnungshofberichten - mit dem mutmaßlichen Vergabeskandal rund um eine 6 Millionen Euro Kampagne von der ehemaligen Bundesministerin Doris Bures gegen Alkohol am Steuer. Es besteht der Verdacht, dass Informationen über die Bieter-Angebote weitergegeben und vom Kabinett der SPÖ-Ministerin Doris Bures Druck ausgeübt wurde, dass die Agentur Lowe GGK den Zuschlag für diese Kampagne erhält.

Laut Bericht der Tageszeitung Kurier vom 12. November 2018 sei „in einem druckfrischen Urteil“ das Handelsgericht Wien nun (nicht rechtskräftig) zu dem Schluss gekommen, dass die Kampagne der Lowe GGK, der schlussendlich die Vergabe zugesprochen wurde, ein Plagiat sei.

Die Staatsanwaltschaft Wien sah „Vorgänge wie bei Karl-Heinz Grasser“ im Verkehrsministerium von Doris Bures, so der zitierte Bericht. Konkret besteht bis heute der Verdacht, dass das Angebot der unterlegenen Werbeagentur „Wien Nord“ verraten wurde. Dafür kommen auch Mitarbeiter des BMVIT, sogar des Kabinetts der SPÖ-Ministerin Doris Bures, in Frage. Laut Rechnungshof-Bericht III-191 d.B. / XXV. GP (S. 244) wurde ein Verfahren hinsichtlich eines allfälligen Vergehens der Verletzung des Amtsgeheimnisses gegen unbekannte Täter aus dem BMVIT bis zur Beendigung des obenstehenden Urheberrechtsverfahrens abgebrochen.

Dieser Text ist elektronisch textinterpretiert. Abweichungen vom Original sind möglich.

Aber nicht nur die unerlaubte Weitergabe der Kreativleistung einer Agentur ist zu untersuchen. Zeugen vor Gericht sagten aus, dass eine Kabinettsmitarbeiterin Druck ausgeübt haben soll, dass Lowe GGK gewinnt. Auch im aktuellen Urteil des Handelsgerichts ist die Rede davon, dass es in der Folge Anrufe und Druck aus dem Ministerium gegeben haben soll. In diesem Zusammenhang ist der Rechnungshofbericht zum Ablauf der Sitzung der Bewertungskommission sehr aufschlussreich: „Die Kommission diskutierte in einem ersten Bewertungsdurchgang die einzelnen Kriterien und vergab für jedes Kriterium eine gemeinsam akkordierte Punktezahl. Bei der im Anschluss präsentierten Reihung lag die Agentur B an erster Stelle. Im Anschluss daran wurden in einem weiteren Durchgang die Punktebewertungen mehrfach verändert. Schlussendlich lag die Agentur A mit einem geringen Abstand von 0,32 (von insgesamt 100) Punkten vorne.“

Beteiligte schilderten, dass Ministeriumsmitarbeiter augenscheinlich viele Punkte an die Lowe GGK vergeben und andere mit 0 Punkte bewertet haben.

Die Erhebungen zum Ablauf der Sitzung der Bewertungskommission erweckten aus Sicht des Rechnungshofs den Anschein, dass das Verfahren dahingehend beeinflusst wurde, ein bestimmtes Unternehmen (Agentur A) zu beauftragen, und nicht, in einem fairen Wettbewerb den Bestbieter zu ermitteln. Der Rechnungshof kritisierte, dass das BMVIT eine vergleichbare Leistung (Ähnlichkeit der Angebote) zu einem um rd. 32 % höheren Angebots-Preis beauftragte, so der Rechnungshof außergewöhnlich deutlich in seinem Bericht.

Daher stellen die unterfertigten Abgeordneten an den Bundesminister für Verkehr, Innovation und Technologie nachstehende

Anfrage:

1. Ist seitens Ihres Ressorts sichergestellt, dass im Hinblick auf die zu erwartende Wiederaufnahme des Ermittlungsverfahrens der Staatsanwaltschaft hinsichtlich eines allfälligen Vergehens der Verletzung des Amtsgeheimnisses gegen unbekannte Täter aus dem BMVIT entsprechende Aktenstücke, Unterlagen, e-Mails etc. weiterhin zur Verfügung stehen?

2. Welche Konsequenzen wird ein allfälliges Vergehen der Verletzung des Amtsgeheimnisses im Umfeld des BMVIT nach sich ziehen?
3. Wird das BMVIT - wie vom Rechnungshof empfohlen - bei der Bewertung von Kreativleistungen für Kampagnen zur Bewusstseinsbildung in Zukunft unabhängige Marketingexperten als stimmberechtigte Mitglieder in die Bewertungskommissionen aufnehmen?