



Ein Gang mit ... Martin Schiefer

Martin Schiefer ist Vergaberechtsanwalt, einer der lauterer und umtriebigeren Sorte. Trotzdem kann man von ihm sehr viel lernen. Vor allem dann, wenn die Republik sich anschickt, wieder zig Milliarden Euro in RÜSTUNGSGESCHÄFTE zu stecken.

Es gibt Momente im Leben, in denen es gar nicht schlecht ist, blind wie ein Maulwurf zu sein: Wenn man sich vor der Einberufung zum Bundesheer drücken will zum Beispiel. Wenn man das Risiko mag und lieber nach Gehör durch die Touristengruppen brettet, die sich am Ring-Rundweg auf den Fahrradstreifen verirren; oder wenn man aus unbestimmten Gründen manches nicht ganz so genau sehen will. Manchmal hilft das Maulwurfsein aber auch, wenn man ein Markenzeichen sucht. Bei Martin Schiefer dürfte das so gewesen sein, denn wo immer man ihn trifft, erkennt man ihn an einer auffälligen Brille. Er hat mehrere davon, die meisten sind groß und fast alle blau, das ist so was wie seine Signature-Farbe. Die Brillen geben ihm eine persönliche Note und sorgen dafür, dass man ihn sofort entdeckt, wenn er auf einer Leadersnet-Veranstaltung steht.

Und man entdeckt ihn dort sehr oft. Der 55-jährige Steirer gehört zum Stammpersonal dieser lustigen Website und der dazugehörigen Events. Beim Europaforum in der Wachau sieht man ihn genauso wie bei den Wirtschaftstagen Millstatt, bei Premierenfeiern in der Burg, bei Kongressen oder beim Netzwerken in Alpbach.

Martin Schiefer, für alle, die das nicht wissen, ist Vergaberechtler, einer der profiliertesten des Landes. Er macht den Job seit 30 Jahren, heute ist seine Kanzlei eine der größten in diesem doch sehr speziellen Rechtsgebiet. Das ist übrigens bei Weitem nicht so langweilig, wie es im ersten Moment klingt. Denn wenn der Staat etwas kauft, das den Gegenwert von ein paar Kugelschreibern überschreitet, dann braucht er dafür eine Ausschreibung. Schulen oder Krankenhäuser, Straßen, Straßenbahngarnituren, Stromleitungen, neue Panzer und Flugzeuge fürs Heer: All das ist eine Beschaffung, und in der Regel begleitet sie ein Vergaberechtsanwalt. Mit allen Konsequenzen. „Vergaberecht ist Wirtschaftsrecht“, sagt Schiefer,



„und langweilig ist das nur, wenn man nicht versteht, was wir da eigentlich machen. Mit vernünftigem Vergaberecht kann man steuern, wohin sich der Wirtschaftsstandort entwickelt oder was gesellschaftspolitisch für uns wichtig ist. Kein Mensch braucht zum Beispiel die paar Euro, die er durch den Klimabonus bekommen hat, das hat kein Umdenken ausgelöst und dem Klima auch nicht genützt. Wenn wir aber Klimaschutz bei der Vergabe berücksichtigen, dann haben wir einen vernünftigen Hebel, um wirklich etwas zu ändern.“

Wir sitzen im Café Français in der Wiener Währinger Straße, Schiefer kommt öfter hierher, weil er die französische Küche fast noch mehr liebt als französischen Schaumwein, außerdem liegt seine Kanzlei nur einen Champagnerkorken-Plopp entfernt: am Rooseveltplatz neben der Votivkirche. Vor uns steht ein Clubsandwich (15,50 Euro, er) und eine Quiche Lorraine (11,90 Euro, ich, etwas salzig und wohl ein bisschen zu lang im Ofen, gut, dass wir sie mit mehreren Gläsern Rosé runterspülen).

Knapp 70 Milliarden Euro gibt die „öffentliche Hand“, also Bund, Länder und Gemeinden, aktuell für Einkäufe aus – pro Jahr. Schiefer: „Als Vergaberechtler ist es meine Aufgabe,

dafür zu sorgen, dass der Steuerzahler möglichst viel für sein Geld bekommt. Das bedeutet aber nicht immer, dass man das Billigste kaufen muss, sondern das Beste. Die Kunst in unserem Bereich ist, dass du wirtschaftlich einkaufst, dann bist du auch auf Dauer sparsam.“ Schiefer kann sich dabei richtig in Rage reden, auch, weil es „zu wenig Innovationen“ gibt und manche Auftraggeber „zu wenig Mut“ haben: „Es wird dauernd nach dem Billigstbieterprinzip gekauft, das führt dazu, dass man oft schon nach wenigen Jahren Probleme hat, bei Schulen, im Gesundheitssystem, überall.“ Woran das liegt? „Entscheider haben häufig Angst, etwas falsch zu machen. Gerade in dem für

die österreichische Wirtschaft so wichtigen Bereich der industriellen Kooperation fürchten sich alle, dass es einen U-Ausschuss gibt, und zwar noch bevor das Verfahren überhaupt begonnen wurde. Aber wenn man nichts falsch macht, dann ist auch ein U-Ausschuss kein Problem.“ Schiefer lehnt sich zurück, nimmt noch einen großen Schluck von seinem Rosé und sagt dann: „Wir müssen Beschaffung kreativer anlegen: Es gibt genug Gestaltungsspielräume, die muss man aber nutzen.“

Moment: ein „kreativeres Beschaffungswesen“?

Wenn in Österreich Steuergeld für größere Beschaffungen verwendet wird, dann verabschiedet sich fast schon traditionell die eine oder andere Million, und das beschäftigt dann, meistens Jahre später, diverse U-Ausschüsse und Investigativjournalisten. Das war beim AKH so, beim Eurofighter-Ankauf oder bei der „Blaulicht“-Affäre, als ein neuer Funkdienst für Polizei, Rettung und Feuerwehr angekauft wurde und der Deal vor Gericht endete. Wenn die Republik jetzt kurz davor steht, um mehrere Milliarden Hubschrauber, Panzer und Nachfolger für die Eurofighter zu kaufen, ist das wirklich der Zeitpunkt, „kreativere Beschaffung“ einzuführen?

Martin Schiefer schüttelt den Kopf. Offenbar weiß er, wie das für Laien klingt, aber für ihn ist eine kreative Beschaffung nichts Unanständiges: „Wenn mich jemand fragen würde, was meine Leistung ist, dann hätte ich kein Problem damit – ich weiß immer, was meine Leistung ist.“ Kreativ bedeutet für ihn nur, dass ein Auftraggeber klar kommuniziert, was er bei seinem Ankauf möchte, in Sachen Standards, in Sachen Lieferkette, in Sachen Produktionsbedingungen. Und da wäre sehr viel mehr möglich, auch im Sinne des Wirtschaftsstandorts.

Schiefer ist ein guter Erzähler, ein bisschen laut, aber witzig, und man merkt dem Mann an, dass er gern über den sogenannten Tellerrand hinausblickt – und zwar nicht nur, weil dort ein neues Glas Rosé steht. Martin Schiefer hat eine Meinung zu vielen Themen, und er zögert nicht, die zu kommunizieren. Über Politiker und Parteien, über den Standort und warum in Sachen Industriepolitik nichts weitergeht, auch über Medien und Gesellschaft. Und darüber hinaus war er in den vergangenen Jahren auch außerhalb des klassischen Vergaberechts hochaktiv.



schönertrinken

ADI SCHMID • adi.schmid@profil.at

Kremstal DAC Riesling Ried Steiner Gaisberg 1ÖTW 2021, Stagard

Dieser Urban Stagard macht Riesling mit leichter Hand. Solch 2021er Rieslinge aus den besten Kremstaler Rieden findet man selten. Herausragend präsentiert sich der Riesling vom Steiner Gaisberg-Gneis-Glimmerschiefer. Grün-gelbe Farbe, rauchig-steinig, Steinobst, vor allem Marille, Oran-

gen, Limette, Ingwer. Tolle Frucht mit feiner Fülle, balanciert, perfekte Säure, von nobler Eleganz, von gediegener Frische. Der geht in die Tiefe, klirrende Mineralität, kompakte Statur, unendlicher Abgang. Ein überragender Riesling. Ich bin begeistert. Naturkork. BIO-VEGAN zertifiziert.



Weinbaugbiet: Kremstal
Weinjahr: ganz groß
Trinkreife: jetzt bis 2035
Preis ab Hof: 20,- Euro
Bewertung: Stagard ist absoluter Riesling-Spezialist
Speisenbegleitung: Coq au vin Riesling

Lesehof Stagard
Urban T. Stagard
Hintere Fahrstraße 3, 3500
Krems/Stein an der Donau
Tel.: 0660/191 7060
office@stagard.at
stagard.at



Café Français

Währinger Straße 6–8
1090 Wien
01 3190903
cafe-francais.at
Mo–Sa 9–23 Uhr (So 22 Uhr)

Was man hier isst: Französische und maghrebinische Bistrotküche
Was man hier bestellen sollte: Das Beef Tatar
Wen man hier trifft: Jus-Studenten und ehemalige Juridicum-Besucher
Wen man hier auch trifft: Leute, denen das Café Stein zu voll ist
Was man hier machen sollte: Den Stau auf der Währinger Straße beobachten

„Umtriebig“ könnte man Schiefer bezeichnen, weniger freundschaftlich vielleicht auch „verhaltensauffällig“, und das ist wirklich nur ein ganz klein wenig übertrieben. Er produziert gemeinsam mit dem Servus-TV-Moderator Christian Baier einen monatlichen Podcast, natürlich mit Video, und gibt ein Magazin heraus. Er schreibt Kolumnen im „Trend“, investiert sehr viel Zeit und Geld in LinkedIn, führt einen Club am Wiener Naschmarkt, seit einigen Jahren destilliert er gemeinsam mit den Schnapsbrennern von Aeijst Gin, der offenbar so gut ist, dass er dafür im „High Spirit“-Ranking des „Falstaff“ mit 92 Punkten bewertet wurde. Vor Kurzem hat er mit der Parfümeurin Pauline Rochas einen eigenen Duft entwickelt, das „Eau de Schiefer“, und mittlerweile gibt es auch Schiefer-Trainingsanzüge.

Warum macht er das alles? „Weil ich dabei sehr viel lerne“, sagt Schiefer, und er meint das nur halb so pathetisch, wie es klingt. Beim Projekt „Trainingsanzüge“ zum Beispiel habe er viel über Lieferketten gelernt, weil er eben partout keine chinesischen Produkte haben wollte, sondern nur Waren und Teile, die aus der EU stammen. Was gar nicht so einfach war. Und abgesehen davon hilft ihm dieser öffentliche Auftritt auch in Sachen Marketing, für Anwälte traditionell ein großes Thema. Über seine ungewöhnlichen Auftritte, sagt Schiefer, komme er mit vielen Menschen ins Gespräch. Und das ist ja nicht das Schlechteste.