

# Vorwort

Renate Bayer, Mutter eines elfjährigen Sohnes an einem Münchner Gymnasium. ... hat ... sich ... dem Arbeitskreis »Friedliche Schule« der Bildungsgewerkschaft GEW angeschlossen. Die Gruppe befürchtet, dass Schulen zunehmend »unter die ideologische Kontrolle der Bundeswehr« geraten ... Es werde versucht, bewaffnete Konflikte den Kindern als Normalität zu verkaufen, sagt Bayer. ... Der Protest [soll] nun auf breitere Beine gestellt werden. Aufgeschreckt hat sie der Fall eines Jugendoffiziers, der Schülern erklärt haben soll, dass für deren Handys wegen des enthaltenen Lithiums die Sicherung freier Handelswege durch die Armee nötig sei – jene umstrittene These, die Bundespräsident Horst Köhler vor seinem Rücktritt in Bedrängnis brachte; oder ein Vorfall bei einem Kasernenausflug von Schülern in Schleswig-Holstein, wo Minderjährige vorschriftswidrig im Schieß-Simulator ballern durften.

*Aus: Johann Osel: Alleinunterhalter in Uniform, in: Süddeutsche Zeitung, 21.06.2010.*

Wenn die Bevölkerung von der Realität des Krieges abgeschreckt ist, versuchen Politik und Militär – auch flankiert von den Medien –, sie umzustimmen. Bei der Bundeswehr und dem Afghanistan-Krieg ist das nicht anders. Tatsachen werden verdreht, Fakten beschönigt und den Nachwuchs versucht man, für das Militär zu gewinnen.

Bereits 1958 stellte die Bundeswehr die Einheit der Jugendoffiziere auf – junge, rhetorisch und didaktisch geschulte Soldaten, die für den Umgang mit Kindern und Jugendlichen ausgebildet wurden. Die heute 94 hauptamtlichen und 300 nebenamtlichen Jugendoffiziere werden ausgebildet an der »Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation« – bis 1990 noch treffend als »Amt für psychologische Kriegsführung« bezeichnet. Vor allem in Schulen kommen die Soldaten zum Einsatz. Schon die Größenordnung ist enorm: 2009 führten die Jugendoffiziere 4.400 Veranstaltungen mit mehr als 115.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern durch. Offiziell informieren die Soldaten die Zuhörer nur, eigentlich informieren und rekrutieren sie aber. Eine Trennung beider Maßnahmen ist schlicht nicht möglich – und auch nicht im Sinne des Militärs. Neben dem Gewinn der Zustimmung der jungen Leute für die Bundeswehr und den ausufernden Auslandseinsätzen braucht die deutsche Armee vor allem neuen Nachwuchs. So erreichten Wehrdienstberater 2009 bei rund 12.600 Veranstaltungen mehr als 280.000 junge Menschen.

Eine Welt, in der schon Kinder vom Militär beeinflusst werden, kann keine friedliche sein. Kurt Tucholsky brachte es bereits 1931 in einem noch heute aktuellen Artikel in der *Weltbühne* auf den Punkt: »Man hat ja noch niemals versucht, den Krieg ernsthaft zu bekämpfen. Man hat ja noch niemals alle Schulen und alle Kirchen, alle

Kinos und alle Zeitungen für die Propaganda des Krieges gesperrt. Man weiß also gar nicht, wie eine Generation aussähe, die in der reinen Luft eines gesunden und kampfesfreudigen, aber kriegablehnenden Pazifismus aufgewachsen ist. Das weiß man nicht. Man kennt nur staatlich verhetzte Jugend.«<sup>1</sup> Die Misere ist groß, und es ist daher umso wichtiger, sich mit dem öffentlichen Auftreten des Militärs – in Deutschland eben mit dem der Bundeswehr – zu beschäftigen.

Was in diesem Buch nicht behandelt wird, sind Bundeswehr-eigene Medien, die sich an Soldaten und Militärs selbst richten, wie etwa die wöchentlich erscheinende Zeitung *aktuell* oder das auch an Bahnhoftskiosken erhältliche Soldaten-Magazin *Y*. Ebenso werden die Pressemitteilungen des Verteidigungsministeriums und der Bundeswehr nicht explizit analysiert. Doch auch ohne die Beachtung dieser Medien gibt es umfassendes Analyse-Material. Nach einer Einführung in die Nachwuchswerbung und Öffentlichkeitsarbeit der Armee geht es mit den drei Säulen der Bundeswehr-Medienarbeit weiter: Bei eigenen Werbeveranstaltungen auf Marktplätzen oder bei Jugendsportfesten kann sich das Militär nach Belieben darstellen. Zudem wird geschickt, aber einseitig in den Bundeswehr-eigenen Werbemedien für den Kriegsdienst und ein besseres Image geworben. Die dritte Säule bildet Militärwerbung im zivilen Leben: im Fernsehen, in Printmedien und im Hörfunk. Danach wird ein kurzer Überblick über die Werbetätigkeit der US-Armee gegeben, um sie mit der deutschen vergleichen zu können und einzuschätzen, was hierzulande möglicherweise noch bevorsteht. Den Abschluss des Buchs bildet eine umfassende Kritik am »Kampf an der Heimatfront« der Bundeswehr.

Die Recherche für dieses Buch begann bereits 2007 und intensivierte sich im Laufe der Jahre. Ich habe dabei zahlreiche Messestände, Bundeswehr-»KarriereTreffs«, Musikkorps-Konzerte, Tage der offenen Tür, Wehrdienstberatungen in Arbeitsämtern, Gelöbnisse, Bundeswehr-Schulbesuche und Jugendsportevents der Armee besucht und langwierige Gespräche und Diskussionen mit Soldaten nicht gescheut. Wie diskussionsbereit die Bundeswehr ist, wurde mir dabei des Öfteren vor Augen geführt: 2009 wurde mir – trotz Presseausweises – der Zugang zu einem Gelöbnis der Bundeswehr im westfälischen Rheine allein mit der Begründung verwehrt, ich hätte Kontakt zu Antimilitaristen. Aus meinem Kontakt zu Friedensaktivisten mache ich keinen Hehl, warum auch? Es stellt sich vielmehr die Frage, woher die Bundeswehr von meinen Kontakten wissen wollte. Der Grund liegt wohl beim Begleiten einer antimilitaristischen Aktion 2008 in Münster: Dort wurde ich von Soldaten in Zivil, die ich einige Wochen später in Fleckturn traf, unauffällig fotografiert. Führt die Armee also eine Akte über Friedensaktivisten und diejenigen, die mit ihnen in Kontakt

---

1 Tuscholsky, Kurt: Die brennende Lampe, in: Die Weltbühne, Jahrgang 27, Nummer 22, S. 815-816.

stehen? Ich weiß es nicht. Zumindest aber wird versucht, militärkritischen Journalisten Informationen vorzuenthalten. Trotz vorheriger regulärer Akkreditierung bei der zuständigen Bundeswehr-Stelle und einer Bestätigung des Bundeswehr-Sprechers wurde mir abermals am 30. Juni 2010 im westfälischen Münster der Zugang zu einer Militärzeremonie – einer Serenade – verwehrt. Die Feldjäger hätten den Auftrag, mich nicht durchzulassen. Daran ändere auch die offizielle Akkreditierung nichts. Später wurde mir auch der Zugang zum öffentlichen Zuschauerbereich verwehrt. Ein seltsames Schauspiel bot sich mir auch auf der Kasseler-Frühjahrsausstellung 2010: der lokal ansässige Wehrdienstberater kam gleich mit verzogener Miene auf mich zu und sagte ironisch: »Sie schreiben immer so nett über uns.« Kurz darauf sprach ich mit dem – noch unbefangenen und auskunftsfreudigen – Leiter des Messestands. Als dieser kurz verschwand, sprintete der Kasseler Wehrdienstberater hinter ihm her. Sie sprachen kurz miteinander. Und als der Leiter des Messestands wieder zu mir kam, brachte er keinen vernünftigen Satz mehr über die Lippen. Informationen bekam ich keine mehr. Wirklich unbefangen sprechen die Werbesoldaten nur, wenn sie nicht wissen, dass ihr Gegenüber ein kritischer Mensch ist. Dann sind sie allerdings auch sehr auskunftsfreudig und zuvorkommend – und manchmal sprechen sie wirklich aus, was sie denken und was der Zweck der Werbung ist. So etwa der Chefredakteur einer kostenlosen Bundeswehr-Jugendzeitung, der unverhohlen zugab vollkommen einseitig zu berichten und sein Magazin mit einer Werbebroschüre für Autos verglich. Oder die Soldaten auf Jugendsportfesten, die einräumen, dass es durchaus kritisch sei, wenn sie Kinder auf ihren Panzern herumturnen lassen.

Spätestens seit Anfang 2010 ist besonders beim Thema »Bundeswehr an Schulen« bundesweit viel Aktivität zu verzeichnen. Immer mehr Menschen und Organisationen wie die GEW beschäftigen sich damit. Ließe sich oppositionelle und pazifistische Arbeit ausreichend finanzieren, könnte man mit der kritischen Analyse der Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchswerbung der Bundeswehr eine Vollzeitstelle schaffen. Zwar floss in die Recherche für diesen Text sehr viel Zeit, das Thema entwickelt sich aber so rasant, dass kaum jedes Detail erwähnt sein kann. Dennoch dürfte er der aktuellste und umfassendste Text über die Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchswerbung der Bundeswehr sein. Sich nach dieser Hintergrundlektüre im Internet über die neuesten Entwicklungen zu informieren, ist aber zu empfehlen.

Noch zwei allgemeine Hinweise: Im Text erwähnte Personengruppen wie beispielsweise »Schüler« umfassen Menschen aller Geschlechter. Auf ein separates »Gendern« – beispielsweise mit Binnen-I wie in SoldatInnen – wurde verzichtet, um den Lesefluss nicht zu stören. Auch wenn in diesem Text harsche Kritik an der Bundeswehr geübt wird, so geht der allgemeine Blickwinkel weit darüber hinaus: Zugrunde liegt das langfristige Ziel einer Welt ohne Armeen.