



Bundeswehr wirft Köder aus

Pressemitteilung von Ulla Jelpke, 27. März 2007

Zur Antwort der Bundesregierung auf eine Kleine Anfrage zu "Reklameeinsätzen der Bundeswehr" (BT-Drs. 16/4768) erklärt die innenpolitische Sprecherin der Fraktion DIE LINKE., Ulla Jelpke:

Die Bundeswehr betreibt eine skrupellose Rekrutierungspolitik. In über 600 Einsätzen alleine in diesem Jahr will sie Jugendliche werben. Kosten: 1,3 Millionen Euro.

Dabei macht sich die Truppe in Innenstädten, Schulen, Messen und Ausstellungen breit. „Karriere-Treffs“, Info-Mobile und Messestände des „Zentralen Eventmarketings“ der Bundeswehr und der Zentren für Nachwuchsgewinnung richten sich laut Regierungsantwort „primär an die Abschlussklassen“ von Schulen - keineswegs nur Gymnasien. Auf der Bundeswehr-Homepage heißt es über den „Karriere-Treff“: „Karrieretruck, Kinotruck, Kletterwand und Bühnentruck sollen die Jugendlichen überzeugen.“ Das heißt, dass durch Technikbegeisterung und Spaßangebote Minderjährige fürs Militär geködert werden sollen. Absurd wird es, wenn die Bundesregierung behauptet, es gehe ihr um die

„authentische Darstellung möglicher Arbeitsplätze“ bei der Bundeswehr. Da kann man nur hoffen, dass sie nicht anfängt, aufs Publikum zu schießen.

Grund für die umfangreiche Reklame: „Rund 60 Prozent des jährlichen Ergänzungsbedarfs der Streitkräfte werden durch die externe Personalgewinnung gedeckt“, wie es in der Antwort heißt. Da ist intensiver Reklamebedarf angesagt. Wir haben eine komplette Liste aller einschlägigen Reklameeinsätze mit zugehörigen Daten abgefragt - es sind fast 600 Auftritte für über 1,3 Millionen Euro. Wir ermuntern ausdrücklich die antimilitaristischen und Friedensgruppen vor Ort, diese Termine wahrzunehmen und zu protestieren: Gegen völkerrechtswidrige Kriegsbeteiligungen und Auslandseinsätze der Bundeswehr und gegen den Versuch, Jugendliche dafür zu werben.