

# „Aktiv. Attraktiv. Anders.“

## Die aktuelle Reklame- und Rekrutierungskampagne der Bundeswehr

von Christian Stache

Im Juni 2014 stellte Bundesverteidigungsministerin Ursula von der Leyen (CDU) die Reklame- und Rekrutierungskampagne „Aktiv. Attraktiv. Anders. – Bundeswehr in Führung“ der Öffentlichkeit vor. In den Folgemonaten unterfütterte das Bundesverteidigungsministerium (BMVg) sie mit zwei Maßnahmenpaketen, von denen das eine (der „8-Punkte-Plan“) ohne Beschluss des Bundestags verabschiedet worden ist, während das andere (das „Artikelgesetz“<sup>1</sup>) derzeit das Gesetzgebungsverfahren durchläuft. Die Attraktivitätssteigerung des Diensts an der Waffe ergänzt die Auf- und Umrüstung des deutschen Militärs. Das Ziel der Kampagne ist die Gewinnung neuer und die Bindung bereits aktiver Soldatinnen und Soldaten sowie die Vertiefung der politisch-ideologischen Verankerung der Bundeswehr in der Gesellschaft, um dadurch die Kriegsfähigkeit der Bundesrepublik zu steigern und die militärische Renaissance des deutschen Imperialismus abzusichern.

Anfang 2014 gab Bundesverteidigungsministerin Ursula von der Leyen der *Bild am Sonntag* ein ausführliches Interview, in dem sie unter anderem ihre Vorhaben für die Bundeswehrreform im Kalenderjahr 2014 skizzierte. Dem Leitmedium des Springer-Verlags sagte sie, dass die Bundeswehr im „Wettbewerb um die besten Köpfe mit den vielen zivilen Arbeitgebern bestehen“ können müsse. Ihr Ziel sei es daher, „die Bundeswehr zu einem der attraktivsten Arbeitgeber in Deutschland zu machen“. Denn, so die Ministerin einige Monate später nach der Bekanntgabe der sogenannten Attraktivitätsoffensive des Bundesverteidigungsministeriums, die Frage der Attraktivität der Bundeswehr als Arbeitgeber sei für die Einsatzfähigkeit von entscheidender Bedeutung. Und um diese zu steigern, wolle sie „nur die Besten“ für das deutsche Militär.

### Das Personalproblem

Trotz des sukzessiven Anstiegs der Ausgaben für PR- und Rekrutierungsmaßnahmen auf jährlich knapp 30 Millionen Euro<sup>2</sup> und zahlreiche Initiativen zur Attraktivitätssteigerung des Diensts an der Waffe<sup>3</sup> strömen die jungen Arbeitskräfte nicht gerade in Massen in die Kasernen. Der Presse- und Informationsstab des BMVg beteuert zwar, dass „die Lage der militärischen Personalgewinnung sowohl rückblickend für das Jahr 2013 als auch vorausschauend für 2014 als gut und stabil bezeichnet werden“<sup>4</sup> könne. Doch auch die PR-Abteilung des Ministeriums kann nicht gänzlich kaschieren, dass Personal fehlt. Ihr zufolge verpflichteten sich 2013 nur 87 Prozent der benötigten Soldaten auf Zeit. Bei den Mannschafts- und Unteroffizierslaufbahnen unterschritt die Armee sogar die erforderliche Zahl um 15 Prozentpunkte. Ganz zu schweigen von den sogenannten Spezialisten, „insbesondere in den Bereichen IT/Elektronik und Sanitätsdienst. Hier ist es schwer, geeigneten Nachwuchs zu finden“, räumen die Kommunikationsexperten der Hardthöhe ein. Von den seit dem 1. Juli 2011 eingestellten 28.830 Freiwilligen Wehrdienstleistenden hat nach Angaben des Bundesverteidigungsministeriums etwa ein Viertel den Dienst innerhalb der ersten sechs Monate quittiert. Der [Wehrbeauftragte des Deutschen Bundestags](#),

Hellmut Königshaus (FDP), sprach in seinem Jahresbericht<sup>5</sup> noch drastischer von „erheblichem Personalmangel vor allem beim Heer und der Marine“. Laut Königshaus müsse heute die Basis dafür geschaffen werden, dass die Bundeswehr „auch in Zukunft genügend und ausreichend quali-

fizierten Nachwuchs gewinnen kann.“ Dies sei „eine Überlebensfrage für die Streitkräfte.“ In der Bundespressekonferenz am 29. Oktober gestand auch die Bundesverteidigungsministerin ein, dass nicht nur Personal für die „Spitzenberufe“ bei der Bundeswehr fehle, „die eines Studiums bedürfen.“ Es mangelt dem deutschen Militär auch an „Fachkräften“ im „mittleren Dienst bei den wehrtechnischen Berufen“, z.B. an Flugzeugmechanikern. Sogar manche „Schlüsselpositionen“ könnten schon jetzt nicht besetzt werden.

### Der 8-Punkte-Plan

Von der Leyen weiß um die Achillesverse der Bundeswehr, auch wenn sie solch deutliche Formulierungen wie die ihres Kollegen Königshaus vermeidet. Eines der größten Risiken für die Einsatzfähigkeit der Truppe sei die Gefahr, dass ihr die qualifizierten Menschen ausgingen, sagte die Ministerin bei der Bundespressekonferenz Mitte des Jahres. Damit dies nicht passiert und die Bundeswehr stattdessen weitere Operationen weltweit durchführen kann, wie von der Leyen, Außenminister Frank-Walter Steinmeier (SPD) und Bundespräsident Joachim Gauck im ersten Halbjahr 2014 es unisono gefordert haben,<sup>6</sup> hat das BMVg nach langer Vorarbeit einen Maßnahmenkatalog zur Attraktivitätssteigerung der Arbeit bei der Bundeswehr vorgelegt.

Von der Leyen stellte die Kampagne ihres Hauses mit dem Titel „Aktiv. Attraktiv. Anders. – Bundeswehr in Führung“ Anfang Juni 2014 der Öffentlichkeit vor. Im Wesentlichen handelt es sich um einen 8-Punkte-Plan, unterfüttert von 29 „untergesetzlichen“ Maßnahmen, d.h. Reformen, die nicht per Gesetz geregelt werden müssen, mit denen die angestrebten Veränderungen erreicht und junge Menschen zum Dienst in den Streitkräften und bereits „dienende“ Soldatinnen und Soldaten für eine längerfristige Tätigkeit beim Militär motiviert werden sollen.

Bei den acht Kernvorhaben handelt es sich um folgende Punkte: die Einführung eines neuen Führungsmanagements (1) und neuer Rekrutierungs- und Fortbildungsmöglichkeiten (2), die Vereinbarkeit von Familie und Beruf (3), flexiblere Arbeitsverhältnisse (4) bei gesteigerter Planbarkeit und besseren Aufstiegsbedingungen (5), die Entwicklung eines Gesundheitsmanagements (6), die moderne Einrichtung der Kasernen (7) sowie die vertiefte Verankerung der Bundeswehr in der Gesellschaft (8).<sup>7</sup>

Betrachten wir die einzelnen Punkte der Reihe nach. Die Führungsebene der Bundeswehr ist offensichtlich zu dem Ergebnis gelangt, es bestünden erhebliche Defizite in der „Art und Weise, wie respektvoll und wertschätzend Vorgesetzte und Untergebene tagtäglich miteinander umgehen.“ Außerdem geht bei den Militärs wohl immer noch die Pflicht des Korps über die Belange des Individuums. Daher soll das neue Führungsmanagement „Gute Führung“ die militärischen Führungskader sensibilisieren. Über Lehrgänge, Schulungen und eine Kanonisierung dessen, was man sich unter „guter Führung“ vorzustellen hat, soll das Leitungspersonal der Bundeswehr soziale Techniken – sogenannte soft skills – erlernen, um die Untergebenen effektiver zu führen, ohne dabei auf die bestehenden Hierarchien direkt Bezug nehmen zu

müssen. Zudem sollen die Vorgesetzten die privaten Belange der ihnen unterstellten Soldatinnen und Soldaten berücksichtigen.

Ein zentraler Pfeiler der aktuellen Bundeswehrreform und der Kampagne zur Attraktivitätssteigerung ist die Entwicklung neuer Methoden zur Nachwuchsgewinnung und internen Weiterbildung. Diese bilden gemeinsam mit der gesteigerten Planbarkeit und den besseren Aufstiegsbedingungen das Herzstück der Reform-Agenda. Die Bundeswehr will z.B. durch einen „24-Stunden-Service für Jobangebote und Kontaktaufnahme“ in Form des „E-Recruiting“, die „Einrichtung eines Call-Centers für zivile Laufbahnen“ und eines Talentpools, über den grundsätzlich geeignete, aber zunächst nicht ausgewählte Bewerber weitere Stellenangebote erhalten. Außerdem beabsichtigte sie, durch die Erhöhung „der Azubi-Übernahmequote aus Ausbildungswerkstätten von 25 auf 70%“ neue Arbeitskräfte zu gewinnen. Das BMVg beabsichtigt darüber hinaus, den Soldatinnen und Soldaten eine Weiterbildungsgarantie auszustellen und frühzeitige Anschlussangebote sowie Beratung zu weiteren Berufsperspektiven bei der Bundeswehr zu gewährleisten. Gleichzeitig sollen Versetzungen früher angekündigt, mit den Betroffenen erörtert und insgesamt die Zahl der Verlegungen verringert, die Aufstiegschancen an einem Standort erhöht und eine Online-Informationenbörse über Dienstposten eingerichtet werden, so dass die Militärs sich über mögliche Anschlussjobs informieren können.

Ergänzt werden diese Vorhaben durch die Maßnahmen, mit denen die Vereinbarkeit von Beruf und Familie verbessert und die Arbeit flexibler gestaltet werden kann. Die Bundeswehr hat schon damit begonnen, mehr Belegrechte in Kitas zu erwerben, mehr Tagespflegeangebote zu machen und auch Kitas an eigenen Standorten zu eröffnen.<sup>8</sup> Es ist zudem geplant, an jedem Standort eine „zentrale Ansprechstelle für alle Probleme rund um Familie und Dienst“ zu schaffen und Soldaten im Einsatz überall kostenfreie Telefon- und Internetnutzung zu gewährleisten. Ferner will das BMVg Teilzeitarbeitsmodelle und Langzeitarbeitskonten für alle Beschäftigte einführen, damit diese Zeit für private Anliegen haben. Zusätzlich soll durch mobile IT – also Laptops, Tablets und Smartphones – „zeit- und ortsunabhängiges Arbeiten“ unterstützt werden.

Die Einführung eines „betrieblichen Gesundheitsmanagements“ beginnt mit einem Pilotprojekt an zehn verschiedenen Standorten und dient der Kontrolle und Sicherstellung der Leistungsfähigkeit der Truppe. Es zielt auf Stress- und Suchtprävention und

umfasst voraussichtlich Gesundheitschecks und Sportangebote.

Unter modernen Unterkünften stellt sich Ministerin von der Leyen vor allem eine neue Inneneinrichtung (Möbel, Fernseher und Kühlschränke) sowie freien und ungehinderten Internetzugang in allen Kasernen vor. Diese Ausstattung soll den Wohnkomfort und den Wohlfühlfaktor für die Soldatinnen und Soldaten deutlich erhöhen.

Ein besonderes Schmankerl sind die Projekte, die man sich auf der Hardthöhe für eine vertiefte Verankerung der Bundeswehr in der Gesellschaft ausgedacht hat. Unter anderem soll im Jahr 2015 „anlässlich des 60-jährigen Bestehens der Bundeswehr“ bundesweit ein „Tag der Bundeswehr“ gefeiert werden, „an dem sich die Bundeswehr an zahlreichen regionalen Standorten auch als attraktiver Arbeitgeber mit Hunderten spannenden zivilen und militärischen Berufen präsentiert“. Fortan, so die Planung, ist der Tag jedes Jahr zu begehen. Außerdem wird, ganz im Geiste der zivilmilitärischen Kooperation an der „Heimatfront“, erstmalig Ende 2014 ein neuer Preis mit dem Namen „Bundeswehr und Gesellschaft“ an „Personen und Institutionen, die sich auf allen gesellschaftlichen Ebenen in besonderem Maße für die Belange der Bundeswehr oder ihrer Angehörigen einsetzen“, verliehen. Auch dieser Preis wird anschließend jedes Jahr vergeben.

### Zeitplan und Kosten (I)

Insgesamt werden für das Reformpaket laut der Bundesverteidigungsministerin 100 Millionen Euro über fünf Jahre veranschlagt. Die Ausgaben würden, so von der Leyen weiter, aus den laufenden Jahresetats bestritten, d.h. es fielen angeblich keine Mehrkosten an. Dies ist bereits aus den Reihen der Opposition im Bundestag in Zweifel gezogen worden. Ähnliche Versprechungen sind auch in der Vergangenheit selten eingehalten worden.

Es ist vorgesehen, dass der überwiegende Teil der Pläne in den nächsten zwei Jahren umgesetzt wird. Die Umsetzung einiger Vorhaben wird sich auch bis ins Jahr 2017 hinein ziehen, in dem auch die aktuelle Bundeswehrreform abgeschlossen sein soll.

### Das Artikelgesetz

Der 8-Punkte-Plan wird durch eine weitere Initiative des BMVg ergänzt: das sogenannte Gesetz zur Steigerung der Attraktivität des Dienstes in der Bundeswehr („Artikelgesetz“). Das Kabinett



Fahnenappelle von Reservisten sind künftig auch beim „Tag der Bundeswehr“ geplant, Foto: Bundeswehr/Wilke über Flickr.

der großen Koalition aus CDU/CSU und SPD hat Ende Oktober 2014 den Entwurf des Gesetzes aus den Häusern der Bundesverteidigungsministerin Ursula von der Leyen (CDU) und des ehemaligen Bundesverteidigungs- und gegenwärtigen Innenministers Thomas de Maizière (CDU) gebilligt. Der Bundestag hat es aber bislang noch nicht abgesegnet. Es ist geplant, dass es Ende 2014 von der Regierungsmehrheit durchgewunken wird, so dass es am 1. Januar 2015 in Kraft treten kann.

Den materiellen Kern des sogenannten Artikelgesetzes bildet ein Sammelsurium von Besoldungs- bzw. Zuschlagserhöhungen und neuen Zuschlägen und Prämien. Den Strategen der Hardthöhe ist – ähnlich wie den Personalmanagern in Konzernen – klar, dass sie aktive Soldaten durch höhere Löhne nicht nur enger an die Bundeswehr binden können, sondern dass das Einkommen auch „ein maßgebliches Entscheidungskriterium bei der Berufswahl“ ist.

Grobschlüchtig sieht das Bundesverteidigungsministerium in vier Bereichen höhere Summen für seine Arbeitskräfte vor. Es kann ein sogenannter Personalbindungszuschlag ausgezahlt werden, „um besonders gesuchtes Fachpersonal an die Truppe zu binden“, wenn in einem Bereich der Bundeswehr „bereits ein Personalmangel besteht“. Ferner bekommen Soldaten mit „besonderen Aufgaben“, wie etwa Mienentaucher oder Matrosen, die „verantwortungsvolle oder mit besonderen Erschwernissen und körperlichen Anstrengungen“ verbundene Arbeiten verrichten, angehobene Aufschläge. „Insgesamt werden 20 Zulagen erhöht und sogar drei neue Erschwerniszulagen eingeführt.“ Teilweise handelt es sich um bis zu 40 prozentige Zuwächse. Darüber hinaus „erhalten Freiwillig Wehrdienst Leistende ab dem 1. November 2015 60 Euro mehr im Monat“, d.h. über sieben Prozent mehr Sold. Schließlich gilt ab dem 1. Januar 2016 die 41-Stundenwoche für Soldaten, „natürlich“ unter der Voraussetzung, „dass die Einsatzbereitschaft der Streitkräfte gewährleistet ist“. Bei der Bezahlung der Überstunden gelten dieselben Regeln wie für Bundesbeamte.

Diese direkten finanziellen Aufstockungen für Soldaten werden durch weitere Maßnahmen zur sozialen Absicherung ergänzt. In Zukunft steigt die Rente der Soldaten durch eine Nachversicherung und für geschiedene Soldaten, die für ihren Ex-Ehepartner versorgungspflichtig sind, zusätzlich durch den Aufschub der Rentenkürzung um den Betrag des Versorgungsausgleichs. Gleichzeitig können Soldaten „nach ihrer Pensionierung Tätigkeiten in der Privatwirtschaft aufnehmen, ohne dass sie deshalb Abzüge ihrer Versorgungsbezüge in Kauf nehmen müssen“. Dann gilt: volle Bundeswehrpension plus vollen Lohn. Außerdem werden alle Entschädigungszahlungen für kriegsverletzte Soldaten rückwirkend für alle Einsätze ab dem 1. Juli 1992 geleistet, so dass jetzt alle Verehrten monetär gleich behandelt werden.

Das Artikelgesetz wird durch Maßnahmen abgerundet, die die Arbeitsbedingungen der Soldaten verbessern sollen. Dazu zählen flexiblere Arbeitszeitmodelle, z.B. in Form von Langzeitarbeitskonten oder Teilzeitarbeit, finanzielle Hilfen in familiären Notfällen für Soldaten im Kriegseinsatz (bis zu 50 Euro/Tag für eine externe Betreuungs-/Pflegekraft) und umfangreiche sowie leichtere Beförderungsmöglichkeiten für Soldaten in Mannschaftslaufbahnen, d.h. der untersten Dienstgrade.

## Zeitplan und Kosten (II)

Die Fraktionen im Bundestag müssen das Artikelgesetz noch verabschieden. Es ist aber nicht davon auszugehen, dass die Abgeordneten von SPD und CDU/CSU der Regierung die Gefolgschaft verweigern. Werden die Gesetzesvorhaben von den

Regierungsfractionen abgenickt, träten die Reformen frühestens ab April 2015 in Kraft. Einige Regelungen, wie z.B. die Dienstzeitanpassung, werden erst ab 2016 umgesetzt.

Die jährlichen Gesamtkosten der Attraktivitätskampagne belaufen sich – nach derzeitigen Planungen – auf mindestens 320 Millionen Euro. Während die Ausgaben von 20 Millionen Euro per anno für die nicht-gesetzlichen Maßnahmen laut BMVg auf fünf Jahre beschränkt werden sollen, ist davon auszugehen, dass Teile der 300 Millionen Euro im Jahr dauerhaft anfallen werden. Zunächst war geplant, diese Mehrkosten dem BMVg-Haushalt zu entnehmen. Dies hatte sich aber erledigt, als geschickterweise Passagen aus dem „internen“ Bundeswehrplan 2016 öffentlich wurden. Ihm zufolge hätte „die Einplanung finanzieller Mittel zur Umsetzung des Artikelgesetzes zur Steigerung der Attraktivität in der Bundeswehr dazu geführt, alle geplanten Neuvorhaben bei den militärischen Beschaffungen in 2016 zu streichen.“ Da dies offensichtlich nicht in Frage kommt, einigten sich Finanzminister Wolfgang Schäuble und Verteidigungsministerin Ursula von der Leyen schon Ende Oktober 2014 auf diverse Tricks, mit denen eine Belastung des BMVg-Etats vermieden werden kann.

Im Kern scheint es darum zu gehen, in den allgemeinen Haushalt verschobene, aber bislang nicht genutzte Budgetposten für ziviles Bundeswehrpersonal – die dort übrigens absolut nichts verloren haben – heranzuziehen sowie die Bundeswehr von der alle Ressorts betreffenden globalen Minderausgabe zu entbinden (bzw. den Haushalt wieder dementsprechend zu erhöhen), wie Spiegel Online schreibt: „Der Rechenrick ist ziemlich kompliziert: So will das Team der Ministerin beispielsweise auf einen rund 450 Millionen Euro schweren Geldtopf der allgemeinen Finanzverwaltung für das zivile Bundeswehrpersonal zurückgreifen, den man in den vergangenen Jahren nicht genutzt hat. Zudem rechnet das Ministerium damit, dass eine globale Minderausgabe von 400 Millionen Euro, welche die Bundeswehr dieses Jahr akzeptieren musste, in den kommenden Jahren zurückfließen wird.“<sup>9</sup>

Womöglich wird das Attraktivitätsgesetz also für das BMVg schlussendlich sogar ein Nettogeschäft. Real aber werden damit die ohnehin rasant angestiegenen Kosten für Reklame und Imagewerbung der Bundeswehr in jedem Fall weiter steigen.

## Nach der Attraktivitätsoffensive ist vor der Attraktivitätsoffensive

Dass die Große Koalition den politischen Willen besitzt, große Summen Steuergelder für die Rekrutierung von Nachwuchs und für Bundeswehr-Reklame auszugeben, hatte sie bereits im Koalitionsvertrag angekündigt. Dort heißt es: „Wichtig ist es, dass der Dienst in der Bundeswehr attraktiv bleibt. Wir werden eine Attraktivitätsoffensive voranbringen.“ Es folgt eine relativ detaillierte Liste an Vorschlägen, die einen Teil der aktuell beschlossenen Maßnahmen bereits vorweggenommen hat. Daher ist auch die zurückhaltende Kritik der SPD an den Plänen der Ministerin, wie sie der Verteidigungsexperte ihrer Bundestagsfraktion, Rainer Arnold, geübt hat, kaum ernst zu nehmen. Zumal Arnold im Namen der SPD noch wenige Wochen vor Veröffentlichung der BMVg-Agenda die Vorschläge des Bundeswehrverbands zur Attraktivitätssteigerung des Militärs begrüßte und erklärte: „Die Bundeswehr muss attraktiver werden.“<sup>10</sup> Gerd Hoofe, Staatssekretär im BMVg, kündigte bereits im Juli an, dass die „bisher vorgestellten Maßnahmen“ der Kampagne „Aktiv. Attraktiv. Anders. – Bundeswehr in Führung“ nicht abschließend seien, sondern „fortgeschrieben und weiterentwickelt werden, unter anderem in einer ‚Personalstrategie 2020+‘“. Die Chefetage des Militärs forderte er zudem auf, „kontinuierlich alle sich ergebenden Mög-

lichkeiten der Attraktivitätssteigerung“ auch in der Alltagsarbeit auszuschöpfen. Der BundeswehrVerband äußerte zwar Anerkennung für die Reformpakete, legte aber mit zwei Broschüren zum Thema noch weitergehende umfangreiche Forderungen zur Attraktivitätssteigerung der Bundeswehr vor.<sup>11</sup> „Erst wenn hinter jedem der aufgeführten Punkte ein grüner Haken erscheinen kann, ist die Zukunftsfähigkeit der Bundeswehr erreicht – und damit auch ein Höchstmaß an Einsatzbereitschaft“, so der Vorsitzende des BundeswehrVerbands, Oberstleutnant Wüstner. Es ist also davon auszugehen, dass das Ende der Rekrutierungsbemühungen und des Reklame-Bombardements noch längst nicht erreicht ist.

#### Erhöhte Kriegsfähigkeit: Attraktivität plus Waffen

Kaum hatte von der Leyen ihre Pläne im Juni 2014 vorgestellt, standen sie im Kreuzfeuer der Kritik. Insbesondere der ehemalige Generalinspekteur der Bundeswehr, Harald Kujat, ließ kein gutes Haar an der Ministerin und ihren Vorschlägen. Er polterte gegenüber dem *Focus*: „Von der Leyen hat ganz offensichtlich keine Ahnung vom Militär.“<sup>12</sup> Die Ministerin komme ihm vor „wie eine gute Hausfrau, die ihre Kinder versorgt.“ „Und“, so Kujat gegenüber der *Süddeutschen Zeitung*, „es wirkt auf mich, als sei diese Ideensammlung von Leuten erstellt worden, die die Bundeswehr nicht kennen.“<sup>13</sup> Soldaten bräuchten vielmehr eine vernünftige Ausrüstung. „Das macht den Soldatenberuf sicherer und damit attraktiv.“ Der ehemals ranghöchste Militär der Bundesrepublik erhielt Unterstützung von einem nicht namentlich genannten hochrangigen Offizier aus dem BMVg, den der *Focus* mit folgenden Worten zitierte: „Die Ministerin verpasst uns mit dieser Agenda das Image von Weicheiern und Warmduschern, kein Mensch wird doch Soldat, weil er wohnliche Beleuchtung für seine Stube bekommt.“<sup>14</sup>

Der vorgetragenen Kritik wurde postwendend von höchster Stelle begegnet. Der amtierende Generalinspekteur der Bundeswehr, General Volker Wieker, sagte in einem Interview mit der *FAZ*, ohne Kujat beim Namen zu nennen: Es sei „unzulässig, die Modernisierung von Ausrüstung und Bewaffnung der Bundeswehr in eine Entweder-oder-Konstellation mit der Attraktivitäts-Agenda zu stellen, die gerade vorgestellt worden ist.“ Einige Einwände gegen von der Leyens Pläne seien „rückwärtsgerichtet“<sup>15</sup> und schaden der Bundeswehr. Der Inspekteur der Marine warb in einem offenen Brief um Unterstützung für die Werbe- und Rekrutierungsbemühungen.<sup>16</sup> Attraktive Rahmenbedingungen seien für die Marine auch in Anbetracht der aktuellen Personallage geradezu überlebenswichtig. Auch der BundeswehrVerband stand der Ministerin zur Seite. In seiner Pressemitteilung bezeichnete dessen Bundesvorsitzender, Oberstleutnant André Wüstner, die Reformvorschläge von der Leyens als „guten Anfang“.<sup>17</sup> Es müssten aber weitere Maßnahmen folgen. Zuspruch kam sogar aus der Opposition im Bundestag. Doris Wagner, Mitglied des Bundestags für die Fraktion von Bündnis 90/Die Grünen, begrüßte die „Attraktivitätsagenda der Ministerin“ als einen „wichtigen Schritt in die richtige Richtung“<sup>18</sup>. „Wer gute Männer und Frauen für die Bundeswehr begeistern will, muss auch gute Arbeitsbedingungen bieten.“ Von der Leyen meldete sich schließlich auch noch einmal gegenüber der Presse zu Wort. Für sie gehe es nicht „um das Entweder-oder, sondern es geht um das Sowohl-als-auch“.<sup>19</sup> Als von der Leyen Ende Oktober das Artikelgesetz vorstellte, betonte sie erneut: „Gutes Personal ist ebenso wichtig wie gute Ausrüstung.“ Und bei einem Treffen mit dem BundeswehrVerband sagte sie: „Wenn es uns gelingt, Menschen und Material nicht als Gegensätze und Konkurrenten, son-

dern als zwei Seiten einer Medaille zu sehen, mache ich mir um unsere Zukunft keine Sorgen.“<sup>20</sup> Die Ministerin will also nicht nur eine attraktivere Armee, sondern auch bessere Waffen. Sie lässt zwar derzeit einige große Rüstungsprojekte prüfen, an ihrer generellen Absicht, die Bundeswehr weiter hochzurüsten, bestehen aber kaum Zweifel. Der BundeswehrVerband unterstützt die Ministerin auch bei diesem Vorhaben: es solle beschafft werden, was gebraucht wird.

Der Vorsitzende des BundeswehrVerbands, Oberstleutnant Wüstner, lieferte schließlich auch die Begründung für die Notwendigkeit der Attraktivitätsoffensive unzweideutig: „Die Steigerung der Attraktivität ist kein Selbstzweck. Sie ist existenziell für motivierte und einsatzbereite Streitkräfte.“<sup>21</sup> Soft skills plus Drohnen oder Attraktivität plus Waffen, das ist das Konzept der ersten Verteidigungsministerin der Republik, um die Kriegsfähigkeit des deutschen Militärs zu erhöhen und die Interessen der deutschen Wirtschaft und der deutschen Politik militärisch durchzusetzen.

#### Berufsrisiko Krieg

Die Protagonistinnen und Protagonisten dieser Kontroverse sparten – nahezu selbstverständlich – aus, dass der Job bei der Bundeswehr wohl kaum ein Beruf „wie jeder andere“ ist. Im Begleitvideo zur Rekrutierungs- und Werbekampagne „Aktiv. Attraktiv. Anders. – Bundeswehr in Führung“ spielt die Kriegsrealität nicht ansatzweise eine Rolle. Von der Leyen spricht zwar davon, dass die Bundeswehr aufgrund der Auslandseinsätze „ein besonderer Arbeitgeber“ mit „ganz besonderen Aufgaben“ sei, aber nur, um diese Besonderheit positiv in ihrem Sinne zu wenden: „Gerade weil wir viel von den Soldatinnen und Soldaten verlangen, müssen wir ihnen auch im Grundbetrieb viel bieten.“<sup>22</sup>

Das BMVg will vor allem und ausdrücklich auf die Bedürfnisse der „Zielgruppe“ „jung und qualifiziert“ eingehen. In der Begleitbroschüre zur Werbe- und Rekrutierungskampagne heißt es: „Als Arbeitgeber im Wettbewerb um Fachkräfte müssen wir attraktiv sein für junge Männer und Frauen, die berufliche Herausforderungen suchen und die notwendigen fachlichen und sozialen Kompetenzen mitbringen.“ Die Charmeoffensive des BMVg richtet sich entsprechend nicht in erster Linie an die Jugendlichen, deren Schulabschlüsse schlecht sind, oder an Menschen mittleren Alters, die keinen Job finden. Die kommen auch ohne extra Überzeugungsarbeit in ausreichender Zahl. Die jungen qualifizierten Arbeitskräfte haben hingegen andere Möglichkeiten, einen Job zu finden – und nutzen diese auch. Die demographische Entwicklung verschärft die Konkurrenz mit den zivilen Unternehmen zusätzlich. Entsprechend müsse die Bundeswehr, so ist ihrer Homepage zu entnehmen, „in den nächsten drei Jahren auf die Überholspur gehen, um sich einen vorderen Platz im Wettbewerb um die besten Köpfe zu sichern.“<sup>23</sup> „Ziel ist es“, so wird es in der Broschüre des Ministeriums zur Kampagne formuliert, „die vielen Guten, die sie hat, zu halten und möglichst viele neue motivierte Männer und Frauen für sich zu gewinnen.“

Demographischer Wandel, verschärfte Konkurrenz mit zivilen Unternehmen um Arbeitskräfte usw. – Argumente, die die Bundeswehr seit Jahren als Erklärung ihrer schlechten Personalsituation anführt – sind zwar aus Sicht der Militärs durchaus ernstzunehmende Probleme, aber es besteht kein Zweifel daran, dass es vor allem die Kriege und militärischen Operationen im Ausland sind, die der Attraktivität der Bundeswehr und der Nachwuchsförderung diametral entgegenstehen. Dennoch wird es nur selten ausgesprochen. Alexander S. Neu, Obmann der Fraktion DIE LINKE im Verteidigungsausschuss, ist einer der



Wenigen. Er äußerte sich kritisch über die Pläne des BMVg und die Erfolgsaussichten der Reformen: „Die Bundeswehr hat ein grundsätzliches Problem: Junge Menschen wollen nicht in Kriege geschickt und dort verheizt werden.“ Die mangelnde Attraktivität des Militärdienstes führt er auf „die Ausrichtung der Bundeswehr als globale Interventionsarmee im Dienste einer militarisierten Außenpolitik“ zurück. „Die Bundeswehr ist eben kein normaler Arbeitgeber, sondern einer, der junge Menschen sucht, die bereit sind zu töten und selbst getötet zu werden.“<sup>24</sup>

Diese Position wird untermauert von den Ergebnissen einer Studie des Potsdamer Zentrums für Militärgeschichte und Sozialwissenschaften der Bundeswehr. Auch wenn das Institut mit seiner Studie lediglich die „Attraktivität der Mannschaftslaufbahn“<sup>25</sup> erforscht hat, sind die im Dezember 2013 veröffentlichten Resultate durchaus auf die Bundeswehr insgesamt übertragbar. Der Erhebung zufolge seien die Auslandseinsätze und das damit verbundene Berufsrisiko der „wichtigste Grund gegen eine Verpflichtung in der Mannschaftslaufbahn“. Sogar „für die Jugendlichen, die sich für eine Tätigkeit als Soldat bzw. Soldatin der Mannschaftslaufbahn interessieren, sind die Auslandseinsätze der mit Abstand häufigste genannte Grund gegen eine solche Verpflichtung.“

### Lebensverlängernde Maßnahme

Mittelfristig stellt sich die Frage, ob es den Strateginnen und Strategen des BMVg gelingt, die berechtigten Bedenken und nachvollziehbaren Sorgen der Menschen sukzessive aus dem kollektiven Bewusstsein zu verdrängen, indem man sie mit stetig neuen Versprechungen und materiellen Zugeständnissen überlagert. Bisher hält sich aber die Erkenntnis hartnäckig, dass der Verzicht auf einen Job beim – in den Worten des BMVg – „hochmodernen, global agierenden Konzern“ Bundeswehr eine lebensverlängernde Maßnahme ist.

### Anmerkungen

- 1 Laut Glossar auf der [Homepage des Bundestags](#) versteht man unter einem Artikelgesetz ein „Gesetz, das gleichzeitig mehrere Gesetze, bisweilen auch unterschiedlicher Zielrichtung, ändert“.
- 2 Vgl. dazu die [Kleine Anfrage im Deutschen Bundestag Ds. 18/1018](#) vom 16. Mai 2014.
- 3 Vgl. z.B. Christian Stache: Arme und Ausländer, zu den Waffen und an die Front! Die Bundeswehr startet Charme-Offensive für ihre Transformation zur Armee im Einsatz. [IMI-Analyse 2011/05](#).
- 4 [Homepage der Bundeswehr](#) (5.3.2014): Die Lage der Personalgewinnung in der Bundeswehr.

- 5 <http://dipbt.bundestag.de/doc/btd/18/003/1800300.pdf>
- 6 [SPON](#) (31.1.2014): Gauck auf Sicherheitskonferenz: Deutschland, auf in die Welt.
- 7 Die Bundeswehr stellt auf ihrer Homepage reichlich Material zur Kampagne zur Verfügung. Um einen ersten Überblick zu erhalten, sind die „Presseunterlagen“ besonders geeignet, in denen die acht Schwerpunkte benannt und die dazugehörigen Maßnahmen stichpunktartig aufgeführt werden. Der Broschüre des Bundesverteidigungsministeriums zur Kampagne „Aktiv. Attraktiv. Anders. - Bundeswehr in Führung.“, die im Juni 2014 erschienen ist, können die wesentlichen Vorhaben zur Attraktivitätssteigerung des Militärdienstes auch entnommen werden. Selbstverständlich sind sie für die Veröffentlichung werbewirksam aufbereitet worden. Vgl. Homepage der Bundeswehr: [Aktiv. Attraktiv. Anders. – Bundeswehr in Führung](#).
- 8 Zu den Folgen und Problemen vgl. Thomas Mickan: Motivationsfaktor Kita. Über Belegrechte und die Privilegierung der Bundeswehr. [IMI-Analyse 2013/019](#).
- 9 [SPON](#) (22.10.2014): Streit ums Budget: Von der Leyen darf Bundeswehr attraktiver machen.
- 10 [SPD Pressemitteilung](#) (7.5.2014): Bundeswehr muss attraktiver werden.
- 11 Für die Forderungen des Bundeswehrverbands siehe: [Bundeswehr2020](#).
- 12 [Focus](#) (2.6.2014): Die Wellness-Truppe.
- 13 [SZ](#) (31.5.2014): Kritik an von der Leyens Plänen für attraktivere Bundeswehr.
- 14 [Focus](#) (1.6.2014): Von der Leyen erntet Spott mit Attraktivitätsoffensive für Bundeswehr.
- 15 [FAZ](#) (8.6.2014): „Rückwärtsgerichtete Kritik schadet der Bundeswehr“.
- 16 [Marine](#) (19.6.2014): Inspekturbrief zur Attraktivitätsoffensive der Bundeswehr.
- 17 [Pressemitteilung DBwV](#) (30.5.2014): Wüstner: Guter Anfang - jetzt Finanzmittel bereitstellen und notwendige Gesetze erlassen!
- 18 [Pressemitteilung Grüne](#) (4.6.2014): Bundeswehr: Attraktivitäts-Agenda ohne Abstriche.
- 19 [BMVg](#) (4.6.2014): Pressekonferenz: Statement der Verteidigungsministerin zur Attraktivität der Bundeswehr.
- 20 [DBwV](#) (14.11.2014): Ministerin will mit DBwV für Verbesserungen kämpfen.
- 21 [DBwV](#) (30.5.2014): Wüstner: Guter Anfang - jetzt Finanzmittel bereitstellen und notwendige Gesetze erlassen!
- 22 [BMVg](#) (4.6.2014): Pressekonferenz: Statement der Verteidigungsministerin zur Attraktivität der Bundeswehr.
- 23 [Bundeswehr](#) (2.6.2014): Die Bundeswehr geht in die Attraktivitäts-offensive.
- 24 [Pressemitteilung Linksfraktion](#) (4.6.2014): Wohlfühl-Angebote machen eine Interventionsarmee nicht attraktiv.
- 25 [ZMSBw](#) (2013): Attraktivität der Mannschaftslaufbahn der Bundeswehr.



„Wald der Erinnerung“ – Tödliche Einsätze als Grund für die Unattraktivität der Bundeswehr. Foto: Bundeswehr/Hannemann über Flickr.