

Die Armen in den Krieg?

Sozialabbau als Rekrutierungshilfe der Bundeswehr

von *Jonna Schürkes*

Die Transformation der Bundeswehr wirkt sich massiv auf das Personal der Bundeswehr aus. Die Tatsache, dass aus der „Verteidigungsarmee“ eine „Angriffsarmee“ geworden ist, hat den faden Beigeschmack, dass damit auch Soldaten der Bundeswehr in verschiedene Länder und Regionen geschickt werden, dort Krieg führen und damit ihre Gesundheit und ihr Leben in Gefahr bringen. Bis heute sind fast 70 Bundeswehrsoldaten bei Auslandseinsätzen gestorben, viele kehren mit psychischen Problemen nach Deutschland zurück. Der Wehrbeauftragte der Bundesregierung erklärt in seinem Bericht 2006: „Nach aktuellen Erkenntnissen hat sich die Zahl der an Posttraumatischen Belastungsstörungen (PTBS) erkrankten Soldatinnen und Soldaten seit dem Jahr 2003 nahezu verdreifacht.“¹

Die Anzahl der Auslandseinsätze und vor allem die Anzahl der im Ausland eingesetzten Soldaten steigt weiter an, obwohl die Zustimmung der Bevölkerung ebenso wie die Zufriedenheit der Soldaten mit ihrem Beruf – vor allem bei denjenigen, die an Auslandseinsätzen teilnehmen – abnimmt.²

Auch wenn der Umfang der Streitkräfte seit 2000 kontinuierlich abnimmt, hat die Bundeswehr dennoch Probleme ausreichend Nachwuchs zu rekrutieren.³ Im Mai 2007 zitierte die Hannoversche Allgemeine Zeitung einen Bericht des Verteidigungsministeriums an den Bundestag, wonach der Bundeswehr nicht ausreichend Bewerber zur Verfügung stünden. Dies gelte sowohl für die Anwerbung von Soldaten auf Zeit (SaZ) als auch für Freiwillig Wehrdienstleistende (FWDL), die sich für mindestens 10 Monate bei der Bundeswehr verpflichten.⁴

Als Ursache für die Nachwuchsprobleme werden vom Sozialwissenschaftlichen Institut der Bundeswehr (SOWI) der demografische Wandel und die zunehmenden Auslandseinsätze genannt. Vor allem in Ostdeutschland, wo aufgrund der allgemein höheren Jugendarbeitslosigkeit die Rekrutierungsquote höher liegt als in Westdeutschland, ist mit einem Rückgang der Anzahlen an Jugendlichen im wehrpflichtigen Alter zu rechnen. Bezüglich der abschreckenden Wirkung der Auslandseinsätze schreibt das SOWI in einer Studie, die

zur Verbesserung der Nachwuchswerbung vom Verteidigungsministerium in Auftrag gegeben wurde: „[Es] ist damit zu rechnen, dass den Jugendlichen immer mehr bewusst wird, dass es sich bei der Bundeswehr um eine Armee im Einsatz handelt und dass der Beruf des Soldaten erhebliche Risiken mit sich bringt. Diese Erkenntnis wird zumindest bei einem Teil der jungen Männer und Frauen die Bereitschaft verringern, zur Bundeswehr zu gehen.“⁵

Ein weiterer Dorn im Auge der Strategen der Nachwuchsgewinnung ist eine mögliche Verbesserung auf dem Arbeits- und Ausbildungsmarkt, da vor allem in der Perspektivlosigkeit der Jugendlichen die Chance liegt, ausreichend Soldaten zu rekrutieren. Aus diesem Grund sucht die Bundeswehr nach immer neuen Möglichkeiten, Jugendliche anzuwerben: die massive Werbung auf öffentlichen Plätzen, in Schulen und Universitäten, im Fernsehen und Internet, die Absenkung der Einstellungskriterien, das Festhalten an der Wehrpflicht und die schamlose Ausnutzung der Situation arbeitsloser Jugendlicher und des auf sie ausgeübten Drucks durch die Hartz IV Gesetzgebung.

Herabsenken der Einstellungskriterien und Festhalten an der Wehrpflicht

Diejenigen, die sich über die Zeit des Grundwehrdienstes hinaus verpflichten, müssen sich zusätzlich einem Test unterziehen, nicht zuletzt deswegen, weil sie an den Auslandseinsätzen teilnehmen. Gerade aus diesem Grund ist die Absenkung der Kriterien geradezu skandalös: „Ab dem Diensteintrittstermin 1. Oktober 2006 können Wehrpflichtige dieser Sondergruppe auch im Falle einer Unterschreitung der Mindestvoraussetzungen im Hinblick auf ‚soziale Kompetenz‘ und ‚psychische Belastbarkeit‘ bis Bewertungsstufe 6 und ‚Verhaltensstabilität‘ bis Bewertungsstufe 5 verpflichtet werden.“⁶ Gleichzeitig betont die Bundeswehr immer wieder, dass gerade die soziale Kompetenz der Soldaten bei „Friedensschaffenden Maßnahmen“ im Ausland von hoher Bedeutung sei. Das Absenken der Kriterien psychische Belastbarkeit und Verhaltensstabilität ist hinsichtlich der zunehmenden Anzahl an Soldaten, die mit

„Posttraumatischen Belastungsstörungen“ von Auslandseinsätzen zurückkehren, verantwortungslos. In erster Linie zeigt sich daran, wie groß die Not der Bundeswehr ist, ausreichend junge Menschen für Auslandseinsätze verpflichten zu können. Das Absenken genau jener Anforderungen zeigt jedoch auch, auf welche Eigenschaften von Soldaten die Bundeswehr am ehesten verzichten kann.

Auch das Festhalten an der Wehrpflicht ist vor allem vor dem Hintergrund der Nachwuchsrekrutierung zu sehen. Der Generalinspekteur der Bundeswehr Wolfgang Schneiderhahn erläutert die Unabkömmlichkeit der Wehrdienstleistenden für die Bundeswehr: „Nur über die hohe Zahl der Grundwehrdienstleistenden, die freiwillig ihren Wehrdienst verlängern, kommen wir mit vertretbaren finanziellen Mitteln an ein Reservoir gut qualifizierten Personals. Ohne sie wäre die hohe Zahl der Auslandseinsätze nicht dauerhaft durchzuhalten.“⁷

Doch weder das Absenken der Kriterien noch der Zwang der Wehrpflicht können das Bedürfnis der Bundeswehr nach einsatzfähigem Nachwuchs befriedigen. Daher wirbt die Bundeswehr massiv in der Öffentlichkeit um neue Rekruten.

Karrieretruck, Girlsday und BW-Beachen: Wie die Bundeswehr Jugendliche umwirbt

Mit einem Karrieretruck zieht die Bundeswehr durch Deutschland, um sich auf öffentlichen Plätzen an Jugendliche heranzumachen. Im Karrieretruck gibt es Kino, gleich neben ihm eine Kletterwand und vor dem Karrieretruck werden Interessierte über die Karriere bei der Bundeswehr informiert. Die Bundesregierung schätzt die Bedeutung der mobilen Werbung als sehr hoch ein: „Nur durch diese mobilen Einsätze können die aus Sicht der Bundesregierung attraktiven Karrieremöglichkeiten in der Bundeswehr flächendeckend präsentiert werden. Für die Sicherstellung der personellen Regeneration und damit Zukunftsfähigkeit der Bundeswehr haben die mobilen Einsätze daher eine hohe Bedeutung.“⁸ Die Bundeswehrwerbung ist der Bundesregierung viel wert: Alleine der Einsatz der Karrieretrucks 2007 kostete fast 1 Millionen Euro.⁹

Mehrmals jährlich werden auch Sportveranstaltungen organisiert, wie die „BW-Olympix“, das „BW-Beachen“ oder „BW Adventure Games“, bei denen die Teilnehmer bei simulierten Marine-Übungen das „Überleben auf See“ trainieren können. Der Hauptpreis der letzten „BW-Olympix“ war die Teilnahme an einer Übung für Piloten der Luftwaffe. Das Ziel der Veran-



Bundeswehrwerbeveranstaltung in Köln, Foto: Bundeswehr Wegtreten

staltungen ist klar: „Als Informationsforen bieten die Veranstaltungsformate erstmalig eine Plattform für einen gemeinsamen Auftritt der Streitkräfte und Wehrverwaltung mit Schwerpunkt ‚Personalgewinnung‘.“¹⁰ Auch in der bereits zitierten Untersuchung zur Verbesserung der Rekrutierung ist die Einschätzung zu lesen: „Die vorhandenen Angebote, wie beispielsweise die Sport- und Musik-Events der Bundeswehr (BW-Beachen, BW-Olympix), Girlsday, Tage der offenen Tür („Open Ship“ der Marine) etc., sollten weiter ausgebaut und weitere geeignete Möglichkeiten entwickelt werden.“¹¹

Die Bundeswehr betreibt im Internet verschiedene Seiten, die in erster Linie dem Anwerben von Jugendlichen dienen. Auf der Seite „www.treff.bundeswehr.de“ können Jugendliche, sobald sie sich mit vollständigem Name, Adresse, Telefonnummer, (angestrebtem) Schulabschluss, Nationalität etc. angemeldet haben, Bildschirm-schoner, Handy-Klingeltöne etc. herunterladen, mit anderen Jugendlichen oder Bundeswehrangehörigen chatten und an Gewinnspielen teilnehmen. Die Richtigkeit der Angaben wird soweit kontrolliert, als dass die Zugangsdaten per Post geschickt werden. Mit diesen Angaben – so ist zu vermuten – können die Jugendlichen konkret angesprochen und angeworben werden. Auch mit den auf der Internetseite beworbenen Veranstaltungen werden spezielle Gruppen von Jugendlichen angesprochen. So sind nur diejenigen zu den „discovery days“ eingeladen, „die sich für die Laufbahn der Unteroffiziere bzw. Feldwebel des allgemeinen Fachdienstes, oder der Feldwebel des Truppendienstes interessieren.“¹²

Neben diesen direkten und offensichtlichen Werbeveranstaltungen produziert die Bundeswehr auch Sendungen mit staatlichen und privaten Fernsehsendern. „Die Rettungsflyer“ sind eine Co-Produktion von Bundeswehr und ZDF. Auf der Homepage zur Sendung kann man sich ausführlich über die Bundeswehr informieren. Unter der Überschrift „Es wirkt nicht nur echt - es ist auch echt“ ist nachzulesen, dass die Orte, an denen die Serie gedreht wird, „echte“ Einsatzzentralen, Hubschrauberlandeplätze etc. der Bundeswehr sind. Zudem kann man auf der vom ZDF und der Bundeswehr gemeinsam gestalteten Internetseite erfahren, dass die Darstellungen so authentisch sind, weil die Bundeswehr direkt am Drehbuch mitschreibt und die Piloten der Hubschrauber echte Bundeswehrpiloten sind. Neben der Verbesserung des Images der Bundeswehr im Allgemeinen dient auch diese Sendung der Rekrutierung von Nachwuchs. Auf einer Extraseite können sich Interessierte informieren, wie man Rettungsflyer bei der Bundeswehr werden kann.¹³

Bei der RTL-Sendung „Sonja wird eingezogen“, durfte die Moderatorin „Sonja“ einen Monat Soldat bei der Bundeswehr spielen, nicht in Afghanistan aber in Hammelburg. Diese Sendung sollte einen Einblick geben „Wer ist die Bundeswehr und was bedeutet es, seinen Dienst in den Streitkräften zu versehen.“¹⁴

Doch diese Einflussnahme auf die Medien reicht den Rekrutierungsstrategen der Bundeswehr nicht aus. Vor allem die Negativberichterstattung, also die Meldung von Anschlägen auf Bundeswehrsoldaten bei Auslandseinsätzen oder die Skandalge-

schichten (im In- und Ausland) wirken sich laut SOWI-Autor Thomas Bulmahn negativ auf die Anzahl der Bewerber aus. Daher sollten: „für den Fall, dass die Negativberichterstattung über einen längeren Zeitraum anhält und das Image des Soldatenberufs nachhaltig zu beeinträchtigen droht, [...] geeignete Kommunikationsstrategien auch für den Bereich der Nachwuchswerbung entwickelt werden.“¹⁵

Früh übt sich: Die Bundeswehr an Schulen

Auch an den Schulen ist die Bundeswehr massiv präsent. Dabei gibt es mehrere Möglichkeiten auf den Inhalt des Unterrichts Einfluss zu nehmen: die Verteilung kostenlosen Unterrichtsmaterials, der Besuch von Jugendoffizieren, der Schulausflug in eine Bundeswehreinrichtung und die Fortbildung von Lehrern.

Tendenziell ist das Interesse an Besuchen von Jugendoffizieren an Schulen in den letzten Jahren gestiegen¹⁶, auch wenn der Bericht der Jugendoffiziere von 2005 beklagt, dass die Schulausflüge in Bundeswehreinrichtungen und gemeinsamen Veranstaltungen von Bundeswehr und Schulen, die über den Besuch von Jugendoffizieren hinausgehen, nachgelassen haben.¹⁷ Inzwischen sei es jedoch möglich, Lehrerfortbildungen anzubieten, die auch von den jeweiligen Kultusministerien als fachliche Fortbildungen anerkannt und von Jugendoffizieren geleitet werden. Das Kultusministerium Thüringens weist „seine Schulämter ausdrücklich auf die Zusammenarbeit mit den Jugendoffizieren [hin].“¹⁸ Auch an Universitäten werden bereits Kurse für Lehramtsstudenten von



Foto: Bundeswehr Wegtreten

der Bundeswehr angeboten, die teilweise auch mit „Scheinen“, also als offizieller Teil des Studiums anerkannt werden.¹⁹

Die Aufgabe der Jugendoffiziere ist es, die Öffentlichkeit im Sinne der Bundeswehr über Themen der Sicherheitspolitik zu informieren. Dabei ist klar zwischen Information und Nachwuchsrekrutierung zu unterscheiden. Dennoch ist im Jahresbericht der Jugendoffiziere zu lesen, wie eng sie mit den Wehrdienstberateroffizieren zusammenarbeiten: „So werden gemeinsame Auftritte vor Schulklassen genauso geplant und durchgeführt wie Besuchsanfragen weitergeleitet werden, [...] oder es werden Schulanschreiben von beiden zusammen ausgestaltet und versandt.“²⁰

Eine andere Möglichkeit auf den Unterrichtsinhalt Einfluss zu nehmen, ist die Verteilung kostenlosen Unterrichtsmaterials. Dazu entwickelte das Verteidigungsministerium gemeinsam mit der „Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung“ verschiedene Materialien für den Unterricht. Die Lehrer werden dazu angehalten, ihren Unterricht (vorgeschlagen für die Fächer Politik, Sozialkunde, Geografie, Ethik, Religion und Geschichte) vollständig an diesem Material auszurichten, Jugendoffiziere in den Unterricht einzuladen und Bundeswehreinrichtungen zu besuchen. Das Ziel der Bereitstellung dieser Materialien ist es, den Unterricht dahingehend zu beeinflussen, dass die Position des Bundesverteidigungsministeriums und der Bundeswehr in Fragen der Auslandseinsätze und der Einsätze der Bundeswehr im Innern vermittelt wird. So wird den Kindern und Jugendlichen in einem Artikel mit dem reißerischen Aufhänger: „New York, Bali, Madrid, Beslan, London – und demnächst vielleicht Frankfurt oder Berlin? [...] Sie [die Terroristen] sind überall und doch kaum fassbar“ Angst gemacht, um dann zu dem Schluss zu kommen, dass dieser Ter-

rorismus sowohl im Ausland, als auch im Inland militärisch zu bekämpfen sei, da man dem Problem sonst nicht Herr werde: „Ein demokratischer Staat darf es sich nicht erlauben, Menschenrechte und Bürgerfreiheiten zu verletzen, weil es damit seine eigenen Ideale verraten würde. Trotzdem darf eine demokratische Gesellschaft gegen den Terrorismus kämpfen, um die Werte der freiheitlichen Welt zu schützen.“²¹ Die Bundeswehr sei im Ausland unterwegs, um: „Konflikte zwischen und innerhalb von Staaten zu beenden. Sie sollen eine sichere Umgebung für die Menschen in der betroffenen Region schaffen und sich am Wiederaufbau beteiligen. Damit schaffen sie die Voraussetzung dafür, dass eine politische Lösung des Konflikts überhaupt möglich wird.“²² Hierüber wird suggeriert, die Funktionen der Auslandseinsätze lägen zum einen in dem Schutz der deutschen Bevölkerung vor terroristischen Angriffen und zum anderen an der Durchführung humanitärer Aktionen. Dies führt zu der absurden Aussage im Begleitheft: „Aus dem ‚Soldaten für den Frieden‘, dem ‚Staatsbürger in Uniform‘, der zu Zeiten des ‚Kalten Krieges‘ zur Landesverteidigung bereitstand, ist ein ‚Soldat für den Weltfrieden‘, ein ‚Weltbürger in Uniform‘ geworden, der in entfernten Regionen und Erdteilen zum Einsatz kommt.“²³

Auch an Universitäten versuchten Jugendoffiziere Fuß zu fassen und dort die Version der Bundeswehr zu Krieg und Frieden zu verbreiten. Dies war jedoch wenig erfolgreich.²⁴ Doch seit dem Wintersemester 2006/07 gibt es in Potsdam den Studiengang „Military-Studies“, der gemeinsam vom Sozialwissenschaftlichen Institut der Bundeswehr, dem Militärgeschichtlichen Forschungsamt der Bundeswehr und dem Institut der Soziologie und Militärgeschichte der Uni Potsdam veranstaltet wird. Das Drängen in zivile Universitäten

dient wohl vorrangig der Beeinflussung der Studien zur Militärsoziologie und Militärgeschichte, kann aber auch im Zusammenhang mit der Not der Bundeswehr Personal mit Universitätsabschlüssen zu gewinnen, erklärt werden. In Ingolstadt ist eine Studiengang „Luftfahrttechnik“ an einer FH geplant. Werbung für diesen Studiengang macht die FH gemeinsam mit der Bundeswehr. So landete zu Semesterbeginn im Oktober 2007 ein Hubschrauber der Bundeswehr auf dem Gelände der FH. Dazu standen Bundeswehrangehörige zur Verfügung, um Fragen zu beantworten: „Die wollen auch wissen, wie sie an Jobs in dieser Branche kommen.“²⁵

Der Rettungsanker: Jugendarbeitslosigkeit

Doch all die genannten Werbemaßnahmen haben das Problem der Nachwuchsgewinnung nicht lösen können. In einem Artikel des Hamburger Abendblattes vom Februar 2007 heißt es: „Um an Nachwuchs zu gelangen, verfeuerte die Bundeswehr jahrelang viel Geld - unter anderem mit Werbefilmen wie ‚Bundeswehr - eine starke Truppe‘. ‚Wir haben Fehler gemacht‘, räumt Christian Louven (39) vom Zentrum für Nachwuchsgewinnung Nord ein. Doch mit der Arbeitslosigkeit kamen immer mehr junge Menschen, die sich freiwillig meldeten. Die Bundeswehr profitiere von der schlechten Wirtschaftslage. ‚Und das nutzen wir auch aus‘, gibt Louven zu.“²⁶

Die Studie des SOWI „Berufswahl Jugendlicher und Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr“ kommt zu dem Ergebnis, dass ein Großteil derjenigen Jugendlichen, die eigentlich nicht zur Bundeswehr wollen, sich vor allem aufgrund fehlender Alternativen auf dem zivilen Arbeits- und Ausbildungsmarkt, der relativ guten Bezahlung und der vermeintlichen Sicherheit des Arbeitsplatzes verpflichten würde. Auch

wenn – anders als bei den Ergebnissen der Studie von 2004 zum gleichen Thema²⁷ – keine Zahlen genannt werden, so ist die Tendenz deutlich²⁸. Zudem hat sich gezeigt, dass die Rekrutierung in Regionen mit hoher Jugendarbeitslosigkeit wesentlich einfacher ist, als in Regionen, in denen die Jugendlichen zwischen einer Ausbildung auf den zivilen Arbeitsmarkt und einer Ausbildung bei der Bundeswehr wählen können.²⁹

Nina Leonhard und Heiko Biel vom SOWI bringen es auf den Punkt: „Wer berufliche Alternativen hat, geht nicht zur Bundeswehr. [...] Wer über ausreichende berufliche Chancen verfügt, zieht die Möglichkeit, Soldat der Bundeswehr zu werden, gar nicht in Betracht.“³⁰

Auch die Studenten der Bundeswehr-Universitäten geben an, sie hätten sich nicht für mindestens acht Jahre verpflichtet, wenn ihnen damit nicht das Studium ermöglicht worden wäre.³¹ Diese Tendenz hat sich durch die Einführung der Studiengebühren noch weiter verstärkt. Auch wenn schon vorher vor allem Jugendliche mit schlechterem Schulabschluss und aus sozial benachteiligten Familien an den Bundeswehr-Universitäten studierten, wirbt die Bundeswehr inzwischen offensiv mit „Studieren ohne Gebühren, Studieren mit Gehalt – Studium bei der Bundeswehr“³² und das Studenten- und Schülermagazin Unicum warb 2006 mit dem Slogan „Sold statt Studiengebühren“ für das Studium an einer der Bundeswehr-Universitäten.

Die Werbestrategen der Bundeswehr schrecken nicht einmal zurück, die offensichtlich negativen Seiten des Soldatenberufs als Vorteile zu verkaufen. So wird die Verpflichtungszeit einfach in „Beschäftigungsgarantie“ umdefiniert: „[...] die Zeit, in der diese Verpflichtungen eine Hürde war, gehört längst der Vergangenheit an [...] Wo in der Wirtschaft bekommt man heute schon so eine Beschäftigungsgarantie?“³³ Auch die Gefahren, die Soldaten im Auslandseinsatz am eigenen Leibe erfahren und die hohe psychische Belastung seien später positiv bei der Suche nach einem Arbeitsplatz bei zivilen Unternehmen. So ist auf der Homepage des Magazins der Bundeswehr „Y“ zu lesen: „[die Soldaten] sind auch hohem psychischen Druck ausgesetzt, denn im Einsatz geht es um das eigene Leben. ‚Mehr noch als Berufstätige in der Wirtschaft, wo Entlassung, Mobbing und Reorganisation, persönliche Krisen und Leistungsdruck die Berufstätigen heutzutage belasten,‘ sagt [die Psychologin] Simone Petersen und bringt es auf den Punkt: ‚Das verschafft den ehemaligen Soldaten einen Wettbewerbsvorteil auf dem Arbeitsmarkt

von großem Wert‘.“³⁴ Angesichts der bereits erwähnten steigenden Anzahl an Soldaten mit Posttraumatischen Belastungsstörungen, die aus diesem Grund keinerlei Chancen mehr auf dem zivilen Arbeitsmarkt haben, ist dies besonders zynisch.

Die Bundeswehr profitiert vor allem auch von der Hartz IV-Gesetzgebung und der Verschärfung der Auflagen für jugendliche Arbeitslose unter 25 Jahren. Diese Personengruppe, die für die Bundeswehr besonders interessant ist, unterliegt noch drastischeren Auflagen. So bekommen jugendliche Arbeitslose generell einen geringeren Regelsatz (276 statt 345 €) und erhalten zudem keinen Mietzuschuss, sollten sie eine eigene Wohnung beziehen wollen. D.h. faktisch ist ein Auszug aus dem Elternhaus finanziell nicht machbar. In dem Zusammenhang ist bemerkenswert, dass schon bei der Umfrage der SOWI 2004 38% der Jugendlichen als Grund für eine Verpflichtung bei der Bundeswehr angaben, sie könnten endlich von Zuhause weg. In der Umfrage von 2007 taucht diese Antwortmöglichkeit leider nicht mehr auf. Doch die so genannten U25 Regelung beschränkt sich nicht nur auf die „Stallpflicht“. Bei einmaligem Verstoß gegen die Auflagen der Arbeitsagenturen können 100% des Regelsatzes gekürzt werden. Damit werden vor allem Jugendliche einem enormen Druck ausgesetzt, möglichst schnell eine Ausbildungs- und Arbeitsstelle zu finden – sei es bei der Bundeswehr.

Die ARGEs als Rekrutierungshelfer

Arbeitslose Jugendliche findet man vor allem in den Arbeitsagenturen, die wiederum der Bundeswehr Raum für Rekrutierungsveranstaltungen bieten und für sie werben. Die Arbeitsagentur Leipzig hat Anfang November 2007 einen Kooperationsvertrag mit der Bundeswehr geschlossen. In der Presseerklärung der ARGE unter dem Titel „ARGE + Bundeswehr = Job“ heißt es: „Die Zusammenarbeit verfolgt zwei primäre Ziele. Zum einen hat die Bundeswehr weiterhin einen hohen Bedarf zur Einstellung von Soldaten. Diesen Bedarf soll auch die Kooperation mit der ARGE Leipzig decken, denn viele junge Menschen werden erstmals im Zusammenhang mit ihrer Arbeitslosigkeit auf den Arbeitgeber Bundeswehr aufmerksam.“³⁵ Damit die Mitarbeiter der ARGE auch überzeugend für den Beruf des Soldaten werben können, sollen sie direkt in Bundeswehreinrichtungen auf die Beratungsgespräche mit jugendlichen Arbeitslosen vorbereitet werden. Die Linke-Fraktion im sächsischen Landtag nahm den Kooperationsvertrag zwischen Bundeswehr und ARGEs und einen Bericht

der Dresdner Morgenpost zum Anlass, die Rekrutierungspraxis über die ARGEs zum Thema einer Anfrage zu machen.

Die Dresdner Morgenpost hatte im Dezember 2007 über den Kooperationsvertrag berichtet und den Sprecher der ARGE Leipzig, Ronny Schleicher, mit den Worten zitiert: „Ein Angebot für einen Job beim Bund werten wir als normale Wiedereingliederungshilfe. Allerdings werden wir in jedem Einzelfall prüfen, ob das Angebot zumutbar war und somit Sanktionen fällig werden.“³⁶ Trotz dieser eindeutigen Aussage wollte die Landesregierung diese Praxis jedoch nicht bestätigen und sieht hierin demzufolge auch kein Problem: „Da seitens der ARGE Leipzig keine Verpflichtung von langzeitarbeitslosen Jugendlichen zum freiwilligen Dienst als Soldat auf Zeit bei der Bundeswehr erfolgt, besteht keine Notwendigkeit, gegen die Zusammenarbeit der ARGE Leipzig mit dem Zentrum für Nachwuchsgewinnung Ost der Bundeswehr vorzugehen.“³⁷ Sie macht auch deutlich, dass sie die Bedenken, die die Links-Fraktion aufgrund der „Amtshilfe“ der ARGEs hat, nicht teilt: „Der Dienst bei der Bundeswehr (einschließlich der damit verbundenen Entwicklungsmöglichkeiten) kann eine berufliche Perspektive darstellen.“³⁸

Auch wenn nicht alle ARGEs Kooperationsabkommen mit der Bundeswehr geschlossen haben, so wird auch in ihnen massiv für den Beruf des Soldaten geworben. So heißt es in einer Pressemitteilung der ARGE Magdeburg: „Diese Karrierechance [als SaZ] bietet Ihnen für vier Jahre ein gesichertes Einkommen, erweitert ihre sozialen und beruflichen Kompetenzen und entlastet andererseits den Arbeitsmarkt.“³⁹

Unabhängig davon, ob die Jugendlichen zu der Teilnahme an Rekrutierungsveranstaltungen gezwungen werden oder ob sie sich vermeintlich „freiwillig“ bei der Bundeswehr verpflichten, die Arbeitsagenturen sind inzwischen einer massiven Kritik ausgesetzt. Initiativen wie „Bundeswehr – Wegtreten“ nutzen die Rekrutierungsveranstaltungen in den Arbeitsämtern zum Protest gegen die Zusammenarbeit zwischen ARGEs und Bundeswehr. Auf Protest vor dem Berufsinformationszentrum Köln reagierte die Bundeswehr in ihrer eigenen Logik. Sie brachte zur nächsten Rekrutierungsveranstaltung bewaffnete Feldjäger mit, was jedoch unter den Mitarbeitern der ARGE für Missmut sorgte, weswegen diese Form der Veranstaltungen zunächst ausgesetzt wurden.⁴⁰ Dies bedeutet jedoch nicht, dass nicht auch heute in zahlreichen ARGEs Jugendliche als Soldaten angeworben werden. Lothar Meyer, Leiter der Agentur für Arbeit Leipzig, freut sich über

die gute Zusammenarbeit von ARGE und Bundeswehr. Die hohen Anwerbezahlen von Zeitsoldaten über die Arbeitsagenturen seien „ein prima Beispiel für die erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Bundeswehr und Arbeitsagentur.“⁴¹

Ausblick

Offenbar wird mit allen Mitteln versucht, Jugendliche dazu zu bewegen, sich bei der Bundeswehr zu verpflichten, um „deutsche Interessen“ überall auf dieser Welt zu „verteidigen“. Effektiv ist jedoch nur die Ausnutzung der Perspektivlosigkeit und dem durch die Hartz IV Regelungen ausgeübter finanzieller und sozialer Druck. Hieran zeigt sich, dass Sozialabbau und Militarisation zwei Seiten derselben Medaille sind, womit sich gleichzeitig die Chance und die Notwendigkeit für die Friedensbewegung und die zahlreichen Initiativen gegen Hartz IV und Sozialabbau ergibt, zusammen zu arbeiten.

Doch auch wenn Werbeaktionen im öffentlichen Raum und an Schulen/ Universitäten sich als weniger erfolgreich bei der Jagd auf Nachwuchs erweisen, so gilt es auch hier der Bundeswehr nicht den Raum zu lassen, den sie sich derzeit nimmt. Wie Aktionen von „Bundeswehr-Wegtreten“ in verschiedenen Städten gezeigt haben, reagiert die Bundeswehr sehr empfindlich auf eine Korrektur ihrer Darstellung in der Öffentlichkeit.

Man kann zudem hoffen, dass der Soldatenberuf auch weiterhin einen Sonderstatus genießt und sich die Gesellschaft nur schwerlich damit anfreunden wird, dass Jugendliche de facto dazu gezwungen werden zu töten und sich in die Gefahr begeben, getötet zu werden.

Es muss jedoch auch verdeutlicht werden, dass die Perspektivlosigkeit und der durch Hartz IV ausgeübte Druck dazu führt, dass die Jugendlichen sich nur vermeintlich freiwillig verpflichten und eventuell mit Posttraumatischen Belastungsstörungen von Auslandseinsätzen zurückkehren, was ihre Perspektivlosigkeit weiter zementiert. Hier liegt es an der Friedensbewegung und den Initiativen gegen Hartz IV und Sozialabbau an Schulen Schüler vor der einfältigen und doch effektiven Rhetorik der Wehrbeauftragten und Mitarbeitern der ARGEs zu warnen und ihnen zu verdeutlichen, dass eine Verpflichtung bei der Bundeswehr keinesfalls ein Ausweg aus Ausgrenzung und Chancenlosigkeit ist.

Anmerkungen

¹ Bericht der Wehrbeauftragten 2006, S.42; URL: <http://dip.bundestag.de/btd/16/047/1604700.pdf>

² Den Ergebnissen von Allensbach-Umfragen

zufolge, waren 2005 noch 46% der Bevölkerung der Meinung, die Bundeswehr solle sich auch künftig an Auslandseinsätzen beteiligen, 2007 waren es nur noch 34% („Der Preis der Freiheit und der Sicherheit“; FAZ.net 16.10.07; URL: <http://www.faz.net>). Einer Umfrage des Bundeswehrverbandes zufolge würden 70% der heutigen Berufssoldaten Verwandten und Freunden davon abraten, sich bei der Bundeswehr zu verpflichten: „Alarmierendes Stimmungsbild der Streitkräfte“, in: Tagesschau, 26.04.2007; URL: <http://www.tagesschau.de/inland/meldung36700.html>

³ 2003 bestand die Bundeswehr aus ca. 300.000 Soldaten, 2006 waren es nur noch 250.000 Soldaten.

⁴ Der Bundeswehr gehen die Rekruten aus, Spiegel Online 15.05.07; URL: <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,482909,00.html>

⁵ Bulmahn, Thomas (2007): Berufswahl Jugendlicher und Interesse an einer Berufstätigkeit bei der Bundeswehr. Ergebnisse der Jugendstudie des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr. Forschungsbericht 81, Strausberg; S.16.

⁶ 1: besonders ausgeprägt, 7: ungenügend ausgeprägt; Bericht des Wehrbeauftragten 2006.

⁷ Schneiderhahn, Wolfgang (2007): Bei der Wehrpflicht soll es bleiben, in: Bundeswehr Aktuell, 02.04.2007; S.7; URL: www.bmvg.de

⁸ Drucksache 16/4768; URL: <http://dip.bundestag.de/btd/16/047/1604768.pdf>

⁹ ebd. Die Summe der durch Bundeswehrwerbung entstehenden Kosten ist leider nicht bekannt.

¹⁰ Einmal Deutschland, Y-Magazin 09.03.07; URL: <http://www.y-punkt.de>

¹¹ Bulmahn, Thomas 2007

¹² <http://treff.bundeswehr.de/C1256FC400421173/CurrentBaseLink/BF1DDFEF9391E039C12573D0004CDE4F>

¹³ <http://www.rettungsfliieger.bundeswehr.de/>

¹⁴ www.deutschesheer.de

¹⁵ Bulmahn, Thomas 2007

¹⁶ Bundesdrucksache 16/7374; URL: <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/16/073/1607374.pdf>

¹⁷ Jahresbericht der Jugendoffiziere 2005; URL: <http://www.bmvg.de/>

¹⁸ ebd.

¹⁹ ebd.

²⁰ ebd.

²¹ Frieden und Sicherheit (2006): Wir alle tragen Verantwortung. Schülerheft 2006/07; S. 6; URL: http://www.frieden-und-sicherheit.de/uploads/134/Schuelerheft_2006_07.pdf

²² ebd. S. 10

²³ Frieden und Sicherheit (2006): Wir alle tragen Verantwortung. Lehrerhandreichung 2006/07; S.5; URL: http://www.frieden-und-sicherheit.de/uploads/134/Lehrerheft_2006_07.pdf

²⁴ Bericht der Jugendoffiziere 2005

²⁵ Faszination Luftfahrttechnik, in: Donaukurier 30.10.07; URL: <http://www.donaukurier.de/lokales/ingolstadt/art599,1772495>

²⁶ Wir sind lieber Soldaten als arbeitslos, in: Hamburger Abendblatt 06.02.2007; URL: <http://www.abendblatt.de/daten/2007/02/06/683523.html>

²⁷ Bulmahn, Thomas (2004): Berufswunsch

Soldat, in: Sowi-News April 2004.

²⁸ Bulmahn 2007

²⁹ Apelt, Maja (2002): Die Integration der Frauen in der Bundeswehr ist abgeschlossen; URL: <http://www.hsu-hh.de>.

³⁰ Leonhard, Nina/ Biehl, Heiko (2005): Soldat: Beruf oder Berufung?, in: Leonhard, Nina/ Wernker, Ines-Jacqueline (Hrsg.): Militärsoziologie – Eine Einführung, Wiesbaden, S. 260.

³¹ Vgl. Posner, Christine (2004): Untersuchung der Studenten der Helmut-Schmidt-Universität und der Universität der Bundeswehr München; Erhebung und Datengrundlage; Regionale und soziale Herkunft, Berufswahl, URL: <http://www.hsu-hh.de>

³² Presseinfor der Agentur für Arbeit Düsseldorf, 22.10.07; URL: http://www.arbeitsagentur.de/nn_170612/Dienststellen/RD-NRW/Duesseldorf/AA/Presse/Presseinformationen/2007/098-07-Studium-bei-der-Bundeswehr.html

³³ Vorbilder mit sicherem Arbeitsplatz; Pressemitteilung der Bundesagentur für Arbeit, 25.02.05, URL: www.arbeitsagentur.de

³⁴ Kompetent – Kampf an neuer Front; URL: <http://www.y-punkt.de/>

³⁵ Presseinfor Agentur für Arbeit Leipzig, 30.11.07; URL: http://www.arbeitsagentur.de/nn_172558/Dienststellen/RD-S/Leipzig/AA/Presse-und-Oeffentlichkeitsarbeit/Presseinformationen/2007/Kooperationsvertrag-zwischen-ARGE-und-Bundeswehr.html

³⁶ Ab in den Krieg, sonst wird die Stütze gekürzt, in: Dresdner Morgenpost am Sonntag 16.12.07.

³⁷ Drucksache: 4/10764.

³⁸ Drucksache: 4/10763.

³⁹ Soldat auf Zeit: Eine Alternative für arbeitslose Jugendliche, Presseinfor Agentur Magdeburg 28.03.07; URL: <http://www.arbeitsagentur.de/>

⁴⁰ Bundeswehr bekommt zunehmend Probleme in der ARGE, in: Neue Rheinische Zeitung 28.03.2007; URL: <http://www.nrhz.de/flyer/beitrag.php?id=10686>

⁴¹ Bundeswehr sucht Soldaten auf Zeit – Bewerbungsaktion erfolgreich, Pressemitteilung der Bundesagentur für Arbeit, 25.07.05.; URL: www.arbeitsagentur.de.



Herausgeber ist die Informationsstelle Militarisation (IMI) e.V.
Die Beiträge spiegeln nicht notwendigerweise die Auffassung der Informationsstelle wieder. Adresse: Hechinger Str. 203, 72072 Tübingen, www.imi-online.de, e-mail: imi@imi-online.de, Tel. 07071/49154