

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Ulla Jelpke, Jan Korte, Christine Buchholz, Sevim Dağdelen, Inge Höger, Harald Koch, Wolfgang Neskovic, Jens Petermann, Frank Tempel und der Fraktion DIE LINKE.

Militäraufmärsche in der Öffentlichkeit und Reklameeinsätze der Bundeswehr im Jahr 2010

Zur Nachwuchsrekrutierung und Imageaufbesserung führt die Bundeswehr zahlreiche Veranstaltungen in der Öffentlichkeit durch. Dazu gehören Militärzeremonien, Auftritte von Musikkorps, Einsatz sogenannter Karriere-Trucks, Präsenz auf Ausbildungsmessen und Vorträge von Jugendoffizieren und Wehrdienstberatern in Schulen. Insgesamt handelt es sich um mehrere Tausend Werbe- bzw. Informationsveranstaltungen jährlich.

Diese Anstrengungen hat die Bundeswehr in den vergangenen Jahren intensiviert. Kennzeichnend für ihre Reklametätigkeit ist die Vermischung von Personalwerbung und allgemeiner Öffentlichkeitsarbeit. Offenkundig ist beabsichtigt, auch Eltern und Freunde potentieller Rekruten von den vermeintlichen Vorzügen des „Arbeitgebers“ Bundeswehr zu überzeugen.

Um die eigentliche Zielgruppe – militärtaugliche Jugendliche, die möglichst zeitnah für eine Einberufung zur Verfügung stehen – für eine Freiwilligenbewerbung zu motivieren, setzt die Bundeswehr weniger auf sachliche Information und Aufklärung über Risiken und Nebenwirkungen des Militärdienstes, sondern auf den Einsatz sogenannter Eventmodule: Mit Technik, Spaß, Sport und Musik sollen Jugendliche geködert werden. Dazu dienen vor allem die „Karriere-Trucks“, die mit Kletterwänden, Segways usw. ausgestattet sind, aber auch Aktivitäten wie „Bw-Beachen“ u. Ä.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. In welchen Städten war der KarriereTreff Bundeswehr in diesem Jahr bis zur Beantwortung dieser Anfrage eingesetzt, und in welchen Städten soll er noch eingesetzt werden (bitte auflgliedern nach Veranstaltungsort und Durchführungszeitraum)?
 - a) Welche Kosten entstehen im Schnitt für einen KarriereTreff Bundeswehr (bitte detailliert darlegen einschließlich eventueller Vorbereitungs-, Nachbereitungs-, Sicherheits- und Bewachungskosten und Kosten für Rechtsstreitigkeiten), und mit welchen Gesamtkosten für die KarriereTreffe rechnet die Bundesregierung in diesem Jahr?
 - b) Wie erklären sich etwaige signifikante Veränderungen der Kostenpositionen zum Vorjahr?
 - c) Welche privaten Musikgruppen und/oder Künstlerinnen und Künstler sind im Jahr 2009 im Rahmen der KarriereTreffe engagiert worden, und welche Kosten sind diesen entstanden (bitte einzeln angeben unter Zuordnung des Auftrittsortes)?

- d) Welche privaten Musikgruppen und/oder Künstlerinnen und Künstler sind bislang für dieses Jahr engagiert worden (bitte mit Zeit- und Ortsangabe des geplanten Engagements)?
 - e) Welche Unternehmen haben die Bewachung der KarriereTreffs vorgenommen?
2. Auf welchen Veranstaltungen (Messen, Ausstellungen usw.) war das Zentrale Messe- und Eventmarketing (ZeMEMBw, ohne Anteil KarriereTreff) in diesem Jahr bis zur Beantwortung dieser Anfrage eingesetzt, und auf welchen soll es noch eingesetzt werden (bitte aufgliedern nach Orten, Messen und Zeitraum)?
- a) Mit welchen Kosten rechnet die Bundesregierung für das laufende Jahr für die Messebeschickung durch das ZeMEMBw?
 - b) Wie erklären sich etwaige signifikante Veränderungen der Kostenpositionen zum Vorjahr?
3. Auf welchen Veranstaltungen (Messen, Ausstellungen usw.) waren die Zentren für Nachwuchsgewinnung (ZNwG) in diesem Jahr bis zur Beantwortung dieser Frage eingesetzt, und auf welchen sollen sie noch eingesetzt werden (bitte aufgliedern nach Orten, Messen und Zeitraum)?
- a) Bei welchen Gelegenheiten sollen hierbei jeweils Infotrucks, Infomobile bzw. Infotische eingesetzt werden?
 - b) Mit welchen Kosten rechnet die Bundesregierung dabei für das laufende Jahr?
 - c) Wie erklären sich etwaige signifikante Veränderungen der Kostenpositionen zum Vorjahr?
 - d) Über wie viele Infotrucks, Infomobile und Infotische verfügen die einzelnen Zentren für Nachwuchsgewinnung (bitte pro ZNwG einzeln angeben), und worin unterscheiden sich die Infotrucks von den Infomobilen?
 - e) Wie häufig waren im Jahr 2009 jeweils Infotrucks, Infomobile und Infotische eingesetzt?
4. Wie viele Große Zapfenstreich, Gelöbnisse und andere Militärzeremonien außerhalb militärischer Liegenschaften haben in diesem Jahr bis zur Beantwortung dieser Anfrage stattgefunden, und wie viele sollen noch stattfinden, und mit welchen Kosten rechnet die Bundesregierung dabei (bitte aufgliedern nach Orten, Typus der Zeremonie und Datum)?
- a) Wie viele Große Zapfenstreich, Gelöbnisse und andere Militärzeremonien wurden im Jahr 2009 außerhalb militärischer Liegenschaften durchgeführt, und welche Kosten sind hierfür entstanden (bitte aufgliedern nach Datum, Ort und Art der Zeremonie)?
 - b) Bei welchen dieser Militärzeremonien im Jahr 2009 sind Militärische Sicherheitsbereiche eingerichtet worden, und bei welchen ist dies für das Jahr 2010 beabsichtigt?
5. Wie viele Auftritte außerhalb militärischer Einrichtungen sind für die Musikkorps der Bundeswehr im Jahr 2010 bisher geplant (bitte aufgliedern nach Anlass, Ort und Datum)?
- a) Mit welchen Gesamtkosten wird für die Musikkorps in diesem Jahr gerechnet?
 - b) Wie viele Auftritte haben die Musikkorps im Jahr 2009 absolviert, und welche Kosten sind dabei entstanden?

6. An welchen Messen und Ausstellungen haben sich die Jugendoffiziere der Bundeswehr in diesem Jahr bis zur Beantwortung dieser Anfrage beteiligt, und an welchen werden sie sich noch beteiligen (bitte aufgliedern nach Orten, Veranstaltungstypen und Datum)?
7. Wie viele Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen haben die Jugendoffiziere im vergangenen Jahr in Schulen und an Universitäten wahrgenommen, und wie viele Jugendliche haben sie dabei erreicht (bitte nach Schultypen differenzieren)?
8. Wie viele Vortrags- und Informationsveranstaltungen haben die Wehrdienstberater im Jahr 2009 an Schulen und in Universitäten durchgeführt, und wie viele Jugendliche wurden dabei erreicht (bitte nach Schultypen differenzieren)?
9. Wie viele Schulen sollen im Jahr 2010 angeschrieben werden, um auf Tätigkeiten des ZeMEMBw und der ZNwG hinzuweisen (bitte nach Schultypen aufgliedern)?

Wie viele Schulen sind im Jahr 2009 angeschrieben worden, und wie erklären sich allfällige signifikante Abweichungen von den Planungen, wie sie auf Bundestagsdrucksache 16/12038 angegeben waren?

10. Wie viele Gesprächskontakte wurden im Jahr 2009 im Laufe der Karrieretouren erfasst (bitte nach Qualitätskontakten, Langfristkontakten und Informationsgesprächen differenzieren)?
11. Wie viele Gesprächskontakte wurden im Jahr 2009 durch die Auftritte der Zentren für Nachwuchsgewinnung erfasst (bitte nach Qualitätskontakten, Langfristkontakten und Informationsgesprächen differenzieren)?
12. Verfügt die Bundesregierung über aussagefähiges Zahlenmaterial, das Aufschluss darüber gibt, inwiefern diejenigen Personen, mit denen in der Vergangenheit ein „Qualitätskontakt“ hergestellt worden ist, tatsächlich innerhalb der auf den Kontakt folgenden 24 Monate in die Bundeswehr eingestellt worden sind (bitte ggf. ausführen)?
13. Welche Veranstaltungen des Typus „Bw-Beachen“, „Bw-Soccer“, „Bw-Musix“, „Bw-Adventure Games“, welche weiteren Sport-, Musik- oder sonstigen Veranstaltungen im Bereich des „Jugendmarketings“ haben in diesem Jahr bis zur Beantwortung dieser Anfrage stattgefunden, und welche sollen noch stattfinden (bitte aufgliedern nach Orten, Veranstaltungstypen und Zeitraum und dabei auch etwaige Vorrundenausscheidungen u. Ä. auführen)?
 - a) Wie viele Teilnehmerinnen und Teilnehmer werden dabei jeweils erwartet?
 - b) Welche Kosten werden für die einzelnen Veranstaltungen entstehen?
14. Hat die Bundeswehr im Jahr 2009 für Veranstaltungen des ZeMEMBw militärische Sicherheitsbereiche eingerichtet oder eine Hausrechtsübernahme durchgeführt, und plant sie dergleichen für das laufende Jahr (bitte ggf. Ort und Zeitraum angeben)?
15. Welche Module, Materialien, Exponate und wie viele Soldaten sollen im laufenden Jahr bei den Tätigkeiten des ZeMEMBw und der ZNwG eingesetzt werden, und welche militärischen Geräte, Waffen und Waffensysteme befinden sich darunter (bei letzteren bitte Ort und Zeitraum angeben)?
16. Hält die Bundesregierung daran fest, ihre Personalwerbung und Imagepflege mit Hilfe militärfremder Elemente wie Kletterwänden, Kinotrucks, Segways, Show- und Sportveranstaltungen zu betreiben, um Jugendliche besser bewerben zu können?

17. Wie beurteilt die Bundesregierung den Erfolg des ZeMEMBw sowie der ZNwG im Jahr 2009 im Vergleich zum Jahr 2008, und welche Erwartungen verbindet sie mit den Tätigkeiten dieser Einrichtungen für das laufende Jahr?
18. Wie ist derzeit der Stellenwert der externen Personalgewinnung für den Ergänzungsbedarf der Streitkräfte zu beziffern, und welche Bedeutung kommt hierbei jeweils Hauptschul-, Realschul- und Gymnasienabgängern sowie Hochschulabsolventen zu?

Berlin, den 22. Januar 2010

Dr. Gregor Gysi und Fraktion