



GUTE ARGUMENTE

AUS DEM BÜROKOLLEKTIV JELPKE

Von wegen Arbeitgeber Bundeswehr:

Lasst Euch nicht für ihre Kriege rekrutieren!

Die Jugendarbeitslosigkeit in NRW stieg im Juli 2009 auf 9,2 Prozent. Über 80.000 Frauen und Männer unter 25 haben weder Job noch Ausbildungsplatz. Es ist nachvollziehbar, dass sich einige von ihnen bei der Bundeswehr umsehen werden. Aber davor können wir nur warnen: Wer dort anfängt, landet mit hoher Wahrscheinlichkeit in Afghanistan oder einem anderen Kriegs- oder Krisengebiet.

Rekrutierungsbedarf der Bundeswehr

Die Masse der Bundeswehrsoldaten sind schon längst nicht mehr Wehrpflichtige, sondern sogenannte Soldaten auf Zeit (SaZ), die sich für zwei bis zwölf Jahre verpflichten. Zu den rund 131.000 SaZ kommen 58.000 Berufssoldaten und nur rund 50.-60.000 Wehrpflichtige. Um die hohe Fluktuation der Zeitsoldaten auszugleichen, benötigt die Bundeswehr jedes Jahr über 20.000 neue Jugendliche. Und diese zu finden, fällt ihr zunehmend schwer. Das Bewerberaufkommen geht rapide zurück. Die wichtigsten Gründe dafür sind die demographische Entwicklung, weil es immer weniger Jugendliche gibt, und die Sorge vor einem Auslandseinsatz. Das gilt nicht nur im Bereich der Mannschaftsdienstgrade, sondern auch bei den Höherqualifizierten, insbesondere bei Ärzten und Piloten: Immer mehr von ihnen wechseln zur zivilen Konkurrenz, wo die Arbeitsbedingungen, häufig auch die Löhne, besser sind.

Arbeitslose und Geringqualifizierte im Fokus

Die Bundeswehr sieht sich mit der Privatwirtschaft in einem „Wettbewerb um die Talente“ auf dem Arbeitsmarkt. Und sie macht sich keine Illusionen: Wer sich freiwillig beim Bund meldet, tut das in der Regel nicht, weil er vom Militärischen begeistert ist, sondern aus schierer wirtschaftlicher Not, gepaart mit Naivität. Die Jugendoffiziere berichten: Das Motto heißt „weg von der Straße oder Hauptsache Arbeit, ohne jedoch ernsthaft darüber nachzudenken, was es heißt, Soldat zu sein.“ Die Experten des Sozialwissenschaftlichen Instituts der Bundeswehr (SoWi), das regelmäßig Jugendbefragungen zur Berufswahl durchführt, halten fest: „Wer über ausreichende berufliche Chancen verfügt, zieht die Möglichkeit, Soldat der Bundeswehr zu werden, gar nicht in Betracht.“¹

Dementsprechend bewerben sich vor allem solche Jugendliche bei der Bundeswehr, die eben keine „ausreichenden“ Berufschancen haben: arbeitslose Jugendliche mit Hauptschul- und Realschulabschluss, zunehmend auch mit Migrationshintergrund. Gerade einmal neun Prozent der neu eingestellten Mannschaftsdienstgrade sind Abiturienten. Der Zusammenhang zwischen Arbeitslosigkeit und Bewerberzahlen zeigt sich besonders eklatant daran, dass derzeit 39 Prozent aller Zeitsoldaten, also überdurchschnittlich viele, aus den neuen Bundesländern kommen. (BT-Drs. 16/12601).

Die Hartz-IV-Gesetzgebung kommt der Bundeswehr eindeutig entgegen, vor allem bei den verschärften Bedingungen für Jugendliche: Gekürztes Hartz IV bzw. gar keines, „Stallpflicht“.

Spaß und Technik als Köder

Aus Sicht der Bundeswehr gibt es zwei Risiken: Der Rückgang der Jahrgangsstärken und eine „drohende“ wirtschaftliche Besserung. „Geht es der Wirtschaft schlecht, geht es der Bundeswehr gut“, so der Beauftragte des Deutschen Bundeswehrverbandes für Nachwuchsgewinnung (Die Bundeswehr, 7/08). In einem Bericht zur Bewerberlage resümiert das Verteidigungsministerium: „Eine Verbesserung der wirtschaftlichen Gesamtsituation in Deutschland mit spürbaren positiven Effekten auch auf dem Arbeitsmarkt könnte die Konkurrenzsituation für die Bundeswehr weiter verschärfen.“

Um dieser Entwicklung zu begegnen, investiert die Bundeswehr Millionen in die Nachwuchswerbung. Das geschieht strategisch: Das SoWi hat im Vorjahr einen eigenen Forschungsschwerpunkt „Personalgewinnung und Personalbindung“ eingerichtet, erforscht die Motivationslage der Jugendlichen

¹ Leonhard, Nina/ Biehl, Heiko (2005): Soldat: Beruf oder Berufung?, in: Leonhard, Nina/ Werkner, Ines-Jacqueline (Hrsg.): Militärsoziologie - Eine Einführung, Wiesbaden, S. 260

und leitet passende Marketingstrategien ab. Heraus kam das „Zentrale Messe- und Eventmarketing der Bundeswehr“. Der Name ist Programm: Es geht um Events und darum, die Bundeswehr auf Messen und Ausstellungen zu präsentieren.

Diese Aufgabe übernehmen unter anderem sogenannte Karriere-Touren, das sind Einheiten aus drei Riesen-LKWs, die als Ausstellungs-, Kino- und Vortragssaal dienen, und die auf öffentlichen Plätzen in der Regel drei Tage lang Stellung beziehen. Sie leisten „Informationsarbeit zur Unterrichtung der Öffentlichkeit über die Sicherheits- und Verteidigungspolitik der Bundesrepublik Deutschland sowie über Auftrag, Aufgaben und Einsätze der Bundeswehr“. Dieses „niedrigschwellige“ Kontaktangebot für eine erste Kontaktaufnahme mit dem Militär geht also einher damit, Propaganda für die Bundeswehr-Kriegseinsätze zu machen. 40 Städte stehen dieses Jahr auf dem Fahrplan, zusätzlich 41 Messen. Die Propaganda wird dabei durch Event-Maßnahmen aufgepeppt: Eine Kletterwand, Waffentechnik zum Anfassen, Segways und andere Spaß- und Technikmodule sind stets dabei, um Jugendliche zu ködern, zusätzlich werden noch örtliche Musikbands engagiert.

Die Zentren für Nachwuchsgewinnung sind direkter auf Rekrutierung aus: Sie besuchen massiv Orte, an denen sich arbeitssuchende Jugendliche oder deren Eltern tummeln, bevorzugt Berufsschulen, Jugend-, Ausbildungsmessen, Jobbörsen – an 700 Orten werden sie in diesem Jahr um Reklame für den „sicheren Arbeitgeber“ Bundeswehr machen. Die Köder werden schon in der Schule ausgelegt: Für 2008 sind 2149 Schulanstreben geplant, um auf die Militärausstellungen hinzuweisen, fast doppelt so viele wie im Vorjahr.

Außerdem werden arbeitslose Jugendliche direkt beim Arbeitsamt „abgeholt“. Denn Wehrdienstberater „beraten“ nicht nur in den militärischen Dienststellen, sondern auch ganz direkt in JobCentern und Berufsinformationszentren. Manche Arbeitsagenturen, wie in Essen, Hamm und Paderborn, stellen der Bundeswehr feste Büros zur Verfügung, andere bieten ihr Gelegenheit für dauerhafte Sprechstunden; an fast jedem Arbeitsamt der BRD gibt es mindestens unregelmäßige Rekrutierungsveranstaltungen.

Vorsicht Falle

Was viele Jugendlichen nicht genügend beachten: Wer sich freiwillig bewirbt, unterschreibt automatisch seine Zustimmung zu Auslandsverwendungen. In Afghanistan schlägt das „Event“ um in tödlichen Ernst. Der Wehrbeauftragte des Bundestages berichtet jedes Jahr über Hunderte von Fällen von Misshandlungen, Beleidigungen, sexistischen Übergriffen. Und: Einfach den Vertrag kündigen ist nicht. Wer nicht mehr zur Arbeit erscheint, wird nicht entlassen, sondern kommt in Arrest und kriegt ein Strafverfahren. Die Bundeswehr kann die vorzeitige Entlassung ablehnen, und sie kann die Ausbildungskosten zurückfordern. Je nachdem sind das mehrere zehntausend Euro. Aber auch so ist der Alltag beim Bund für die meisten Soldaten nicht sehr angenehm. Eine Umfrage des Deutschen Bundeswehrverbandes von Anfang 2007 ermittelte, dass die Hälfte der Berufssoldaten nicht noch einmal zur Bundeswehr ginge. 77 Prozent würden ihren Kindern nicht empfehlen, zur Bundeswehr zu gehen.

Widerstand

Der Vormarsch der rollenden Reklameeinheiten der Bundeswehr auf Marktplätze, Messen und Arbeitsämtern ruft Widerstand hervor. Auf der Homepage www.bundeswehr-wegtreten.org finden sich viele anregende Beispiele: Da werden Wehrdienstberater mit einer Vielzahl von Fragen bombardiert, wie viel die Bundeswehr denn für ein abgeschossenes Bein zahle, wie viel für einen Arm und wer die Beerdigungskosten übernehme. Da werden Reklametrucks von „Leichen“ umgeben, die Linksjugend agiert als Skelette verkleidet, mitunter werden Wehrdienstberater mit Mehl eingestäubt. Flugblatt- und Transparent-Aktionen in zahlreichen Städten fordern die Jugendlichen auf, sich nicht für die Angriffskriege rekrutieren zu lassen. Um diese Proteste zu unterstützen, stellt unser Büro jedes Jahr kleine Anfragen und veröffentlicht die Bundeswehr-Werbetermine auf meiner Homepage.

Linke-Fraktionen sollten in den Kommunen dagegen stimmen, dass der Bundeswehr öffentliche Flächen überlassen werden. SchülerInnen und LehrerInnen sollten sich gegen Besuche von Jugendoffizieren wehren. Es gilt darauf hinzuweisen: Der „Job“ bei der Bundeswehr kann den Tod bringen. Wer eine herausfordernde Tätigkeit mit der Chance zur Selbstentfaltung haben will, ist bei den Spießern der Bundeswehr schlecht aufgehoben. Man wird schlecht behandelt und ist auch schlecht angesehen: Den meisten Bewerbern fehle die „richtige“ Einstellung zum Soldatenhandwerk, heißt es; sie werden als „Bodensatz der Gesellschaft“ angesehen bzw. als „Schrott“ (so ein General im Merkur vom 7. 12. 2006). Das sind menschenverachtende Sprüche einer menschenverachtenden Institution. Als Linke gilt es kritisch festzuhalten: Die Bundeswehr hat die Aufgabe, die kapitalistische Ordnung mit Gewalt durchzusetzen. Es entspricht der perversen Logik des Kapitalismus, dies ausgerechnet mit Proletariern zu rekrutieren. Dem gilt es sich zu verweigern und Widerstand entgegenzusetzen.