

„AB NOVEMBER WIRD DRAUSSEN GESPIELT“

Die Bundeswehr rekrutiert Minderjährige und wirbt an Schulen

Sabine Müller-Langsdorf

Worum geht es:

Jugendliche sind für die Bundeswehr eine begehrte Zielgruppe; für die Rekrutierung Jugendlicher wirbt die Bundeswehr auch an Schulen. In dem Beitrag wird deutlich, dass das nicht unproblematisch ist. Gefordert wird eine Friedenserziehung, die in den Lehrplänen verbindlich verankert wird. Abschließend werden Ideen zur Unterrichtsgestaltung zum Thema skizziert.

Autorin:

Sabine Müller-Langsdorf;
Referentin für Friedensarbeit
im Zentrum Oekumene
der EKHN und der EKKW
mueller-langsdorf@zentrum-oekumene.de



Klassenstufen:

Gymnasiale Oberstufe;
möglicher Bezug zum KCGO Hessen: Q 3 Christliche
Menschenbilder und Ethik
(explizit im Themenfeld 3: Frieden und Gerechtigkeit)

Stundenumfang:

ca. 3 bis 5 Stunden

Kompetenzen:

v. a. überfachliche Kompetenzen, die auf die Dimension „Demokratie und Teilhabe / zivilgesellschaftliches Engagement“ zielen

Die Zahl minderjähriger Rekruten bei der Bundeswehr lag am 1. November 2016 bei 1576 Personen. Das ist ein neuer Höchststand in der fast 70-jährigen Geschichte der Bundeswehr und bedeutet, dass derzeit 7% eines Anfängerjahrgangs beim deutschen Militär minderjährig sind. Mit der Aussetzung der allgemeinen Wehrpflicht im Jahr 2011 ist die Bundeswehr stärker denn je darauf angewiesen, dass sich Menschen freiwillig für den Dienst bei der Bundeswehr entscheiden. Darum wurden die Anstrengungen für Personalwerbung von 3,8 Mio. Euro im Jahr 2008 auf 35,3 Mio. Euro im Jahr 2015 erhöht. Alle 16- bis 17-Jährigen erhalten Werbematerial zum Berufseinstieg bei den Streitkräften zugesandt. Acht Landeskultusministerien (auch Hessen und Rheinland-Pfalz) haben seit 2008 Kooperationsabkommen mit der Bundeswehr geschlossen, die den Zugang von Jugendoffizieren in Klassenzimmer und Lehrerfortbildung erleichtern. Die Bundeswehr wirbt in Schulen durch Besuche von Jugendoffizieren, es gibt Angebote für Tagesveranstaltungen und Exkursionsangebote zu Truppenbesuchen. Damit erreicht die Bundeswehr jährlich mehr als 400 000 Kinder und Jugendliche. Bei Veranstaltungen von Jugendoffizieren nahmen im Jahr 2014 mehr als 36 000 Lehrer und Referendare teil. In Jugendmedien wie der Bravo, in Schülerzeitungen und auf entsprechenden Internetseiten findet sich Bundeswehrwerbung. Auf öffentlichen Großveranstaltungen wie dem Hessentag werden regelmäßig Gerät und Waffen der Bundeswehr präsentiert und Kinder dürfen auf Panzern spielen.

Kinder und Jugendliche sind für die Bundeswehr eine begehrte Zielgruppe. Sie sind oft technikbegeistert, idealistisch, abenteuerlustig und suchen nach Orientierung, Sinn, Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft. Werbesätze der Bundeswehr wie „Was sind schon 1000 Freunde im Netz gegen einen Kameraden“ oder „Nach der Schule liegt dir die Welt zu Füßen. Mach sie sicherer.“ nehmen diese Bedürfnisse auf und definieren ihre Wertigkeit mit dem Motto „Mach was wirklich zählt“.

Das Kleingedruckte fehlt – Risiken und Nebenwirkungen des Berufsbildes Soldat/ Soldatin

Werbung arbeitet mit Fettgedrucktem. Das Kleingedruckte fehlt. So verschweigt die Bundeswehrwerbung die Berufsrisiken von Soldaten und Soldatinnen: Verwundung, Verkrüppelung an Leib oder Seele, Sterben. Nach Angaben des Bundeswehrkrankenhauses Berlin leiden bis zu 25% aller deutschen Soldaten mit Einsatzerfahrung an psychischen Störungen wie Angst oder Depression (2013).

Auch wenn die Verteidigungsministerin Ursula von der Leyen den Beruf des Soldaten / der Soldatin zu einem familienfreundlichen Normalberuf machen will: wer zur Bundeswehr geht, kann ab einer Verpflichtungszeit von 12 Monaten zu einem Auslandseinsatz einberufen werden. Einsätze in Kriegsgebieten sind mit vielen Risiken und Nebenwirkungen für die Gesundheit verbunden. Sie belasten auch Eltern, Partner, Kinder und Freunde. Zum Beruf des Soldaten gehört die Kenntnis der Handhabung verschiedenster Waffen, und damit im Einsatzfall das

Verletzen oder Töten von Menschen. Wer den Soldatenberuf wählt, ist im Ernstfall bereit, das eigene Leben für die Sicherheit des Landes einzusetzen – ein hoher Anspruch.

Friedenserziehung statt Militärwerbung

Militärwerbung bei Minderjährigen widerspricht den Prinzipien der UN-Kinderrechtskonvention, die auch Deutschland unterschrieben hat. Deshalb fordert der UN-Ausschuss für die Rechte des Kindes von Deutschland ein Verbot jeder Art von Bundeswehrwerbung bei Minderjährigen. Ein breites Bündnis von Gruppen (terre des hommes, GEW, Unicef, Pax Christi ...) schließt sich dieser Forderung an und erweitert sie darum, auch die Rekrutierung von 17-jährigen Freiwilligen bei der Bundeswehr zu stoppen. Friedenserziehung soll stattdessen verbindlich in den Lehrplänen und bei der Lehrerfortbildung verankert werden. Der Beutelsbacher Konsens für politische Bildung an Schulen fordert eine ausgewogene Information bei allen politischen Themen. Die Praxis zeigt jedoch, dass neben den rund 100 hauptamtlichen Jugendoffizieren und über 400 Karriereberatern der Bundeswehr nur wenige kritische Experten von Kinderrechts- und Menschenrechtsorganisationen oder der Friedensbewegung zu Vorträgen in Schulen eingeladen werden. Ihnen stehen auch deutlich geringere Ressourcen zur Verfügung als der Bundeswehr.

Dennoch können Schulen entscheiden: Keine Bundeswehrwerbung bei Kindern. Die Entscheidung zur Einladung von Jugendoffizieren in die Schule liegt bei der Schule. Eltern können eine Erklärung in der Schule hinterlegen, dass ihre Kinder von einem Unterricht mit Beteiligung der Bundeswehr befreit werden und Ersatzunterricht bekommen. Eltern können Einspruch beim Meldeamt gegen die Weitergabe der Adressdaten ihres Kindes an die Bundeswehr einlegen.

„Was darf ich mit 17 allein?“ – Ideen zur Unterrichtsgestaltung:

Ein guter Einstieg ist die Frage: „Was darf ich mit 17 (allein)?“ Die Lernenden sammeln Beispiele und vergleichen die Relevanz bestimmter Jugendschutzgesetze. Daran anknüpfend empfiehlt sich die dreistündige Unterrichtseinheit „Werbung der Bundeswehr“ im Rahmen des Themas Kinderrechte. Diese bietet terre des hommes in Kooperation mit der GEW in der Broschüre „Kinder im Visier“ an. Eine Powerpoint-Präsentation präsentiert Werbebeispiele, an denen die Schüler Werbestrategien der Bundeswehr kennenlernen. Methodisch reflektieren die Jugendlichen durch die Methode des Ad-busting diese Werbung kritisch und kreativ. Sie lernen, die enorme Wirkung einer gezielten Bild- und Sprachauswahl nachzuvollziehen, erhöhen ihre Medienkompetenz und werden für den eigenen Sprachgebrauch sensibilisiert. Das Thema kann gut erweitert werden durch Einheiten zu Kindersoldaten, Kinderarbeit, Kinder im Krieg,

Flüchtlinge. Auch dazu bietet die Homepage gute Links. Im Rahmen des Religions- und Ethikunterrichts kann die Unterrichtseinheit ergänzt werden durch das Thema „Gewissensfreiheit“. Dazu eignet sich der Film „Out of Society“ (2014), den der Verein Connection e.V. herausgegeben hat. Der Film porträtiert zwei höchst unterschiedliche Deserteure: Emil Richter, der während des Zweiten Weltkriegs aus der Wehrmacht desertierte und den US-Deserteur André Shepherd, der vor einem erneuten Einsatz im Irakkrieg floh. An beiden Lebensläufen können die Lernenden einerseits Einblick in die Berufsrealität von Soldaten bekommen, zum anderen die Entwicklung von Gewissensfragen reflektieren.



Materialien und Links:

(übernommen von: terre des hommes „Kinder im Visier“)

- Buchtip: Schulze von Glaßer, M.: Soldaten im Klassenzimmer – Die Bundeswehr an Schulen
- www.tdh.de/schule-ohne-militaer
 - Musterleitlinien für Schulen
 - Musterantrag für Ersatzunterricht statt Unterricht mit Bundeswehr
 - Offener Brief an Bundeskanzlerin Merkel von GEW, terre des hommes, u. a.
 - Infoblatt Risiken eines Bundeswehreinsetzes im Kriegsgebiet
 - Unterrichtsmaterialien
- www.gew.de/schule/bundeswehr
- www.redhandday.org
 - Schulaktion gegen den Missbrauch von Kindern als Soldaten
- www.darmstaedter-signal.de
 - Verband Kritischer Bundeswehrsoldaten
- www.bundeswehr-monitoring.de
 - Zahlen, Dokumente und aktuelle Nachrichten
- www.schulfrei-fuer-die-bundeswehr.de
- www.friedensbildung-schule.de