

Die Eroberung der Schulen

Wie die Bundeswehr in Bildungsstätten wirbt



Bildungsdemonstration in Wiesbaden, 17. November 2009

Inhalt

- Warum ist die Bundeswehr an Schulen?
- Kooperationsvereinbarungen zwischen der Bundeswehr und Landesschulministerien
- Jugendoffiziere der Bundeswehr
- POL&IS-Simulationsspiel
- Werbung in Schülermedien
- „Frieden & Sicherheit“-Unterrichtsmaterialien
- U21 Bundeswehr Schul-Liga
- Kritik an Bundeswehr-Schuleinsätzen
- Weitere Informationen

Warum ist die Bundeswehr an Schulen?

- Jährlicher Nachwuchsbedarf: 20.000 Soldatinnen und Soldaten (2009: sollte 23.700; war 21.700)
- Immer weniger „taugliche“ Jugendliche – Wehrpflicht fällt weg
- Bundeswehr bei jungen Menschen unpopulär
- Großer Bedarf an AkademikerInnen
- Werbung für die WählerInnen von morgen
- Image aufbessern



Kooperationsvereinbarungen

- Kooperationsvereinbarungen zwischen der Bundeswehr und den Landesschulministerien in NRW (Oktober 2008), dem Saarland (März 2009), Baden-Württemberg (Dezember 2009), Rheinland-Pfalz (Februar 2010), Bayern (Juni 2010), Mecklenburg-Vorpommern (Juli 2010), Hessen (November 2010), Sachsen (Dezember 2010)
- Von Bezirksjugendoffizieren gezielt initiiert
- „Jugendoffiziere informieren [...] über die zur Friedenssicherung möglichen und/oder notwendigen Instrumente der Politik. Dabei werden Informationen zur globalen Konfliktverhütung und Krisenbewältigung genauso wie Informationen zu nationalen Interessen einzubeziehen sein.“

„Auf dieser Grundlage vereinbaren wir:

... die Möglichkeit der Einbindung der Jugendoffiziere in die Aus- und Fortbildung von Referendarinnen und Referendaren sowie von Lehrkräften ...

... die Möglichkeit der Teilnahme von Lehrkräften und Bediensteten des Ministeriums für Schule und Weiterbildung des Landes Nordrhein-Westfalen und der Bezirksregierungen bei Aus-, Fort- und Weiterbildungen im Rahmen von Seminaren zur Sicherheitspolitik der Bundeswehr und von Besuchen ihrer Einrichtungen ...“



Jugendoffiziere der Bundeswehr

- Entstehung 1958
- Heute 94 hauptamtliche und über 300 nebenamtliche Jugendoffiziere
- Normale Soldaten-Ausbildung; Führungserfahrung; Methodisch-didaktisch und rhetorisch geschult
- Sollen auf Augenhöhe mit jungen Leuten reden
- „Cooles“-Auftreten
- Haupteinsatzgebiet sind Schulen
- Enge Kooperation mit Lehrkräften
- Keine Wehrdienstberater



Reinhard-Mohn Berufskolleg
in Gütersloh im Mai 2008

- Bericht der Jugendoffiziere 2009:
 - Insgesamt 7.245 Veranstaltungen mit 182.522 (142.378) Teilnehmerinnen und Teilnehmern; davon 160.000 Jugendliche
 - 4.759 Vorträge mit 127.936 (101.034) TeilnehmerInnen
 - 540 „Besuche bei der Truppe“ – z.B. in Kasernen – mit 17.924 (12.845) Teilnehmerinnen und Teilnehmern
 - über 448 Seminarfahrten mit 1.162 Seminartagen für über 14.551 Jugendliche (meist Schulklassenausflüge nach Brüssel, Straßburg, Wien, Berlin oder Stettin)
 - 50 Podiumsdiskussions-Teilnahmen
 - Betreuung von Bundeswehr-Ständen bei 300 Großveranstaltung
 - 365 POL&IS-Simulationen mit 16.120 Teilnehmerinnen und Teilnehmern



Jugendoffiziere auf dem „Zissel-Fest“ in Kassel im Juli 2009

POL&IS-Simulationsspiel

- Politik & internationale Sicherheit
- 1989 von der Bundeswehr gekauft
- Jugendliche schlüpfen in verschiedene Rollen (z.B. Staatschef, Oppositionsführer, NGO-Vertreter, Presse...)
- 30 bis 55 SpielerInnen
- Spieldauer 2 bis 5 Tage
- SpielerInnen werden unzählige militärische Mittel zur Seite gelegt
- Wird auch auf Messen gespielt



POL&IS-Spiel in Winterberg
im Oktober 2010



Werbung in Schülermedien

- Anzeigen in professionellen Jugendmedien und Medien zur Berufsorientierung nach dem Abitur
- Werbeanzeigen in lokalen Schülerzeitungen und auf Schulwebsites
- Jugendpressekongresse
 - „Two-Step-Communication“



SPIESSER Nr. 116, Seite 27

„Frieden & Sicherheit“- Unterrichtsmaterialien

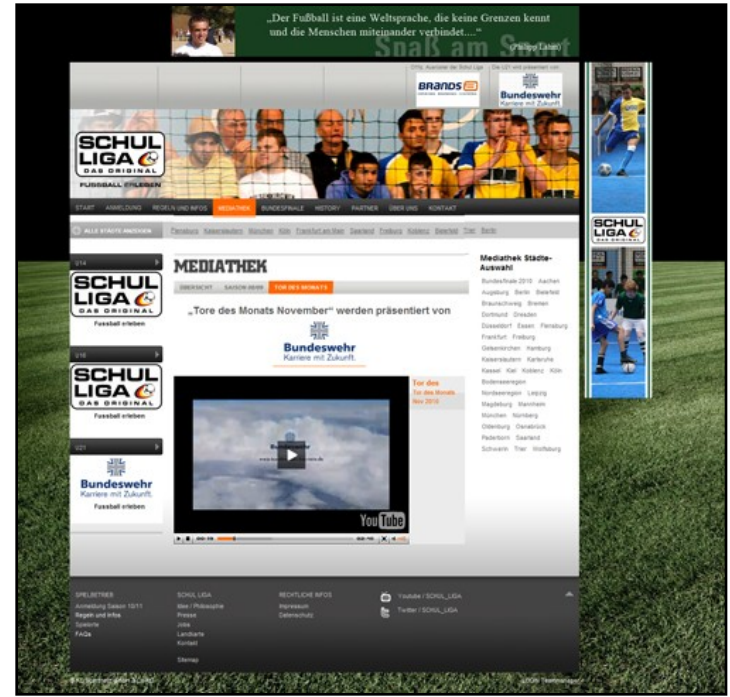
- Kostenlose Schulmaterialien
 - Schülerhefte (+ Lösungshefte für LehrerInnen)
 - Monatlich ein neues Arbeitsblatt
 - Website: www.frieden-und-sicherheit.de
- Herausgeber: „Arbeitsgemeinschaft Jugend und Bildung e.V.“
- Fachliche Unterstützung durch das Bundesministerium der Verteidigung (Impressum)
- 2007 wurden mehr als 325.000 Schüler- und über 16.000 Lehrerhefte bestellt
- 330.000 Euro von der Bundesregierung 07/08



U21 Bundeswehr Schul-Liga

- In bundesweit etwa 40 Städten
- Kooperation mit dem Jugend und Personalmarketing der Bundeswehr:
 - Werbung auf der Website (www.schul-liga.de)
 - Werbung in „Fußball erleben“
 - Wehrdienstberater bei den Turnieren dabei





Kritik an Bundeswehr- Schuleinsätzen

- Einspruchsrecht der Eltern fällt weg wenn schon die LehrerInnen von der Armee ausgebildet werden
- Anwesenheitspflicht für SchülerInnen bei Bundeswehr-Veranstaltungen in Schulen
- Friedliche Methoden und Strategien zur Konfliktlösung werden nicht vorgestellt
- Schon Kinder werden von der Armee umworben
- Beutelsbacher Konsens wird nicht eingehalten



Beutelsbacher Konsens (1976)

- Überwältigungsverbot: „Es ist nicht erlaubt, den Schüler - mit welchen Mitteln auch immer - im Sinne erwünschter Meinungen zu überrumpeln und damit an der ‚Gewinnung eines selbständigen Urteils‘ zu hindern“
- Kontroversitätsgebot: „Was in Wissenschaft und Politik kontrovers ist, muss auch im Unterricht kontrovers erscheinen.“

„Es muss sichergestellt sein, dass die politische Bildung nach den Grundsätzen des ‚Beutelsbacher Konsenses‘ vermittelt wird. Dies scheint bei [Kooperationsvereinbarungen zwischen der Bundeswehr und Landesschulministerien] nur eingeschränkt der Fall zu sein. Es ist ungewiss, ob die Bundeswehr auch andere Sichtweisen als die der Bundesregierung und des Verteidigungsministeriums – also beispielsweise die der Friedensbewegung – wiedergibt. Ich halte solche Abkommen für fragwürdig.“ – Dr. Siegfried Schiele

„Für die Arbeit müssen sie sich immer an politisch Grundsatzaussagen, Analysen und Hintergrundinformationen aus den Bereichen der Sicherheits- Und Verteidigungspolitik des BMVg, des SKA [Streitkräfteamt], ihres Ldl [Leiter der Informationsarbeit] oder ihres StOffz ÖA [Stabsoffizier Öffentlichkeitsarbeit] halten.“ – Handbuch der Jugendoffiziere



Protest gegen einen Bundeswehr-Schulbesuch an einem Gymnasium in Berlin-Zehlendorf im März 2010

Weitere Informationen

Michael Schulze von Glaßer

„An der Heimatfront -
Öffentlichkeitsarbeit und
Nachwuchswerbung der Bundeswehr“

Softcover, DIN A5, 260 Seiten, zahlr. s/w-Fotos
EUR 16,00 [D] / EUR 16,50 [A] / SFR 29,00

ISBN 978-3-89438-442-5

Kontakt: michael@schulze-von-glasser.eu | www.schulze-von-glasser.eu



- Interessante Links: www.bundeswehr-wegtreten.org; www.kehrt-marsch.de; www.bundeswehr-monitoring.de; www.imi-online.de; www.dfg-vk.de