



Deutscher Bundestag

Ausschuss für Familie, Senioren, Frauen
und Jugend

Kommission zur Wahrnehmung der Belange der
Kinder (Kinderkommission)

Wortprotokoll der 38. Sitzung

Kommission zur Wahrnehmung der Belange der Kinder (Kinderkommission)

Berlin, den 17. Februar 2016, 16:00 Uhr

Paul-Löbe-Haus

2.200

Vorsitz: Norbert Müller (Potsdam), MdB

Tagesordnung

Tagesordnungspunkt 1 **Seite 8**

Öffentliches Expertengespräch zum Thema „Folgen
der Militarisierung Minderjähriger“

Tagesordnungspunkt 2 **Seite 22**

Stellungnahme zur Umsetzung der Kinderrechte in
Deutschland

Tagesordnungspunkt 3 **Seite 22**

Anliegen an die Kinderkommission

Tagesordnungspunkt 4 **Seite 22**

Verschiedenes



Inhaltsverzeichnis

Anwesenheitslisten	Seite 3
Sprechregister	Seite 7
Wortprotokoll	Seite 8



Tagungsbüro

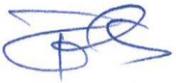
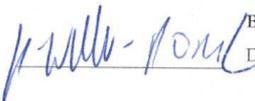


Deutscher Bundestag

Sitzung des Unterausschusses Kinderkommission (13. Ausschuss)
Mittwoch, 17. Februar 2016, 16:00 Uhr

Anwesenheitsliste

gemäß § 14 Abs. 1 des Abgeordnetengesetzes

Ordentliche Mitglieder	Unterschrift	Stellvertretende Mitglieder	Unterschrift
CDU/CSU Pols, Eckhard		CDU/CSU Launert Dr., Silke	_____
SPD Rüthrich, Susann		SPD Bahr, Ulrike	_____
DIE LINKE. Müller (Potsdam), Norbert		DIE LINKE. Wunderlich, Jörn	
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Walter-Rosenheimer, Beate		BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN Dörner, Katja	_____

Stand: 12. Februar 2016

Referat ZT 4-Zentrale Assistenzdienste, Luisenstr. 32-34, Telefon: +49 30 227-32659, Fax: +49 30 227-36339



Tagungsbüro



Deutscher Bundestag

Sitzung des Unterausschusses Kinderkommission (13. Ausschuss)

Mittwoch, 17. Februar 2016, 16:00 Uhr

	Fraktionsvorsitz	Vertreter
CDU/CSU	_____	_____
SPD	_____	_____
DIE LINKE.	_____	_____
BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN	_____	_____

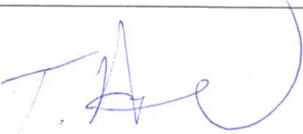
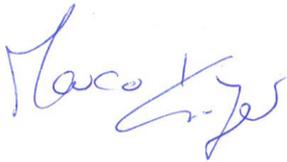
Fraktionsmitarbeiter

Name (Bitte in Druckschrift)	Fraktion	Unterschrift
Fudilich	linke	
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____
_____	_____	_____

Stand: 20. Februar 2015
Referat ZT 4 – Zentrale Assistenzdienste, Luisenstr. 32-34, Telefon: +49 30 227-32659, Fax: +49 30 227-36339



**Anwesenheitsliste der Sachverständigen
für das öffentliche Expertengespräch zum Thema
„Folgen der Militarisierung Minderjähriger“
am Mittwoch, dem 17. Februar 2016, 16.00 Uhr**

Name	Unterschrift
Dr. Tobias Hecker Department of Psychology, Psychopathology & Clinical Intervention, University of Zurich)	
Marco Krüger Universität Tübingen, Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften	
Michael Schulze von Glaßer	



Sprechregister der Abgeordneten und Sachverständigen

Abgeordnete

Vors. Norbert Müller	8, 11, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22
Abg. Eckhard Pols	15, 16, 17, 21
Abg. Susann Rüttrich	19
Abg. Beate Walter-Rosenheimer	18
Abg. Jörn Wunderlich	16, 17, 20

Sachverständige

Dr. Tobias Hecker	14, 16, 18, 22
Marco Krüger	11, 17, 19, 22
Michael Schulze von Glaßer	8, 19, 20, 21

Bundesregierung

Christian Nachtwey	16, 20, 21
--------------------	------------



Tagesordnungspunkt 1

Öffentliches Expertengespräch zum Thema „Folgen der Militarisierung Minderjähriger“

Vorsitzender: Wir haben es 16.03 Uhr. Dann eröffne ich hiermit die 38. Sitzung der Kinderkommission. Nicht wundern, so rede ich normalerweise nicht, aber meine Stimme ist einigermaßen im Eimer. Das kommt wahrscheinlich davon, dass wir Oppositionspolitiker immer so schrecklich viel reden müssen. Nein, Unsinn, das liegt schlichtweg an der Jahreszeit und an vorangegangenen Erkältungen. Wir haben heute eine Tagesordnung wie immer mit einem öffentlichen Expertengespräch zu Beginn. Zu dem Thema „Folgen der Militarisierung Minderjähriger“ haben wir drei Sachverständige eingeladen. Bevor ich zu Ihnen komme, will ich kurz die Kinderkommission vorstellen, weil wir heute wieder einige Gäste haben. Die Kinderkommission ist ein Unterausschuss des Familienausschusses und funktioniert nach besonderen Regeln und Maßstäben und ist damit fast ein wenig ein Fremdkörper im Parlament im Vergleich zu dem, wie sonst der Deutsche Bundestag in seinen Ausschüssen, Unterausschüssen und Gremien funktioniert. Wir haben drei Grundprinzipien: 1. Wir entscheiden nur im Konsens. Das macht die Debatte hier besonders spannend und belebt. 2. Wir bestehen nur aus vier Mitgliedern, aus jeder Fraktion eines. In dieser Wahlperiode sind wir damit zu viert. Das sind die Kollegin Rüttrich, die vor mir den Vorsitz innehatte. Der Kollege Pols, der zu Beginn der Wahlperiode den Vorsitz hatte und Beate Walter-Rosenheimer von den Grünen, die sicherlich gleich kommen wird, an die ich dann zum Ende des Jahres übergeben werde. Die 3. Besonderheit der Kinderkommission ist der rotierende Vorsitz. Rotierender Vorsitz heißt, dass der Vorsitz gerade bei mir liegt. Wie es dann weitergeht, habe ich eben ausgeführt.

Wir haben heute als Sachverständige geladen: Dr. Tobias Hecker von der Universität Zürich, Marco Krüger von der Uni Tübingen und Michael Schulze von Glaßer, Publizist. Wir haben uns darauf verständigt, dass Sie die Eingangsreferate in umgekehrter Reihenfolge halten. Ich bitte um kurze Vorträge von etwa 10 Minuten, wenn es länger wird, dann mahne ich auch, so dass wir etwa kurz nach 16.30 Uhr in gewohnter Weise zur

Diskussion, zu den Fragemöglichkeiten kommen können. Das ist die dritte Anhörung zu diesem Komplex. Ergebnis oder Ziel soll sein, dass wir nach der Osterpause, wenn alle Protokolle vorliegen, eine Stellungnahme im Konsens, d. h. zusammen mit allen Fraktionsvertretern, verabschieden. Vielleicht stellen Sie sich jeweils zu Beginn noch kurz vor. Wir führen ein Wortprotokoll, deswegen nach Möglichkeit immer die Mikrofone benutzen. Herr Schulze von Glaßer, bitte.

Michael Schulze von Glaßer: Hallo. Mein Name ist Michael Schulze von Glaßer, ich bin 29 Jahre alt, Politikwissenschaftler im Master und Publizist. Ich habe verschiedene Bücher geschrieben, vor allen Dingen über Bundeswehrwerbung, auch über Militärvideospiele und arbeite seit kurzem auch bei der Deutschen Friedensgesellschaft. Ich möchte Ihnen heute einen kurzen Input zur Militärwerbung und vor allen Dingen auch zu medialer Werbung des Militärs geben. Grundsätzlich ist folgendes zu sagen: Man muss immer im Hinterkopf behalten, dass diese Werbung und auch die Darstellung des Militärs in Medien selbstverständlich einen Effekt haben soll. Wenn das Militär Medienproduktionen unterstützt, dann soll das selbstverständlich auch immer einen Effekt haben. Da muss man sich grundsätzlich immer die Frage stellen, zu was man Kinder erziehen und was man bei jungen Leuten bewirken möchte.

Um keine Zeit zu verlieren, kommt ein ganz kurzer Überblick. Die Werbung des Militärs, auch der Bundeswehr, ist natürlich sehr zahlreich. Dazu haben Sie in den letzten Sitzungen sicherlich schon einiges gehört; ich möchte jetzt die gezielte Werbung, die sich wirklich an Kinder und Jugendliche richtet, aufgreifen. Zum einen hat die Bundeswehr eine Veranstaltungsreihe, die „YES4YOU“ heißt, „YES“ steht für „Young Event Spezial“. Das ist eine Veranstaltungsreihe, in der vor allen Dingen FunSport-Events für Jugendliche ab einem Alter von ungefähr 15 Jahren gemacht werden. Das sind Beachvolleyballturniere oder Fußballturniere, die vom Militär veranstaltet werden, oder auch Musikkonzerte, Musikveranstaltungen, die sich an sehr junge Leute richten. Gerade auch in der letzten Zeit gab es viel Werbung im öffentlichen Raum, d. h. vor allen Dingen mit Plakaten. Da heißt es dann, „nach der Schule



liegt dir die Welt zu Füßen, mach sie sicherer“; das ist ein Plakat, das gezielt Schülerinnen und Schüler anspricht. Allerdings gab es diese Plakatserien schon länger, das untere Plakat ist von 2009, das Foto wurde in Kassel, wo ich herkomme, direkt gegenüber einer Schule aufgenommen. Daran sieht man schon die Zielgruppe, auf die man sich da fokussiert. Außerdem gibt es selbstverständlich verschiedene Websites der Bundeswehr, u. a. die Treff.Bundeswehr.de-Website. Dazu sagt die Bundeswehr selbst, dass Zielgruppe die 14- bis 17-Jährigen sind. Da gibt es dann auch eher ein Infotainment-Programm, d. h., man kann sich seinen Stundenplan mit irgendwelchen Kampfflugzeugen drauf erstellen oder es gibt kleine Minispielchen, Browser-Games, für junge Leute. Die Bundeswehr spricht grundsätzlich immer schon sehr junge Leute an, z. B. hat fast jede Ausgabe des „Spiessers“, das ist die größte Schülerzeitung Deutschlands, hinten immer ihre Werbung drauf. Da ist sie immer sehr vertreten. Sie versucht auch gezielt, junge Leute über Technikbegeisterung anzusprechen, wie Sie hier sehen: ein großes Plakat mit Schiffen und Booten, das man sich dann bei der Bundeswehr bestellen kann. Darauf wird wirklich immer gezielt geachtet, dass diese Technikbegeisterung ein bisschen ausgenutzt wird, die Bundeswehr ist schon immer sehr hinterher, damit junge Leute anzusprechen.

Das machen sie auch beim Medium Film, wobei sie sich da sehr viel von den USA abschaut. „Top Gun“ mit Tom Cruise von 1986 kennen Sie alle oder haben schon mal von ihm gehört. Das ist eigentlich ein Film der US-Luftwaffe, denn diese hat diesen Film sehr großzügig unterstützt. In den Kinos war dieser Film sehr erfolgreich, und da hat das Militär direkt geworben. Diese Strategie, über das Medium Film bei jungen Leuten anzukommen und junge Leute zu erreichen, hat auch die Bundeswehr für sich entdeckt und unterstützt mittlerweile rund ein Dutzend größere Filmproduktionen im Jahr. „Operation Afghanistan“ war z. B. eine Doku-Serie des Männerfernsehsenders DMAX oder „Streitkräfte im Einsatz“ mit Sonja Zietlow, bekannt aus dem „Dschungelcamp“, haben insgesamt 12,53 Millionen Menschen gesehen und wurde auch sehr groß von der Bundeswehr gesponsert. Das Problem dabei ist vor allen Dingen, dass es sehr intransparent ist. Bei manchen Filmproduktionen steht am Ende, „wir danken der

Bundeswehr für die Unterstützung“ – aber wie diese Unterstützungsleistungen genau aussahen, wird bisher nicht veröffentlicht. Das ist einfach nicht transparent, weil die Bundeswehr natürlich nur Filmproduktionen oder überhaupt Medienproduktionen, zivile Medienproduktionen unterstützt, wenn sie sich davon etwas versprechen. Es gab z. B. eine Dokumentarfilmproduktion „Der Tag des Spatzen“. Der Regisseur Philipp Scheffner hatte nachgefragt, ob der Film von der Bundeswehr mit Dreherlaubnissen unterstützt wird. Dieser Film sollte sich kritisch mit Bundeswehrauslandseinsätzen und wie man diese hierzulande erlebt oder wie die hier sichtbar sind, beschäftigen. Er hat keine Dreherlaubnis und auch keine Unterstützungsleistungen durch die Bundeswehr erhalten. Der Bundeswehr war es wohl zu undurchsichtig, wo das hinging, und dieser Film war ihnen wahrscheinlich dann auch wohl – wie man hörte, ich habe mich mit dem Regisseur ausgetauscht – zu kritisch. Daran sieht man schon ganz klar, dass selbstverständlich nur dem Militär gewogene Filmproduktionen unterstützt werden.

Filmproduktionen und Filme sind heutzutage zwar ein wichtiger Punkt – allerdings muss man gerade mit Blick auf junge Leute, da wir ja hier in der Kinderkommission sind, schon sehen, dass die Videospiele das Massenmedium der Zukunft sind. Ich habe hier eine Statistik über die Anzahl von Spielerinnen und Spielern in Deutschland, die digitale Spiele spielen: 34,3 Millionen Menschen in Deutschland, das ist eine Erhebung der Gesellschaft für Konsumforschung. Das ist schon ein ganzer Batzen. Man muss sich bewusst sein, dass natürlich vor allen Dingen junge Leute Videospiele spielen. Mittlerweile hat die Videospieleindustrie auch einen größeren Umsatz als Hollywood und ist das auf die Zukunft gerichtete Medium. Welche Spiele sind besonders beliebt? Natürlich, oder was heißt natürlich, aber es sind viele Kriegsspiele, und auch viele Kriegsspiele, die durchaus sehr heikel sind. Ich möchte Ihnen ein paar Beispiele nennen, auch mit unterschiedlichen Motivationen, „Battlefield 3“ von 2003 habe ich mitgebracht. Das ist ein Kriegsspiel, in dem man virtuell in die Haut eines US-Soldaten schlüpft und den Iran angreift. Dieses Spiel wurde allein in Deutschland 1 Million Mal verkauft, es erreicht wirklich sehr viele Leute. Jetzt kann man sagen, das ist aber ab 18 gekennzeichnet. Ja, das darf man offiziell erst ab einem



Alter ab 18 Jahren spielen. De facto ist es allerdings so, dass es auch viele sehr junge Leute spielen. Kinder und Jugendliche wissen natürlich, wie sie an solche digitalen Spiele herankommen. Ich habe erst vor zwei Wochen junge Leute in der Straßbahn über solche Shooter – Spiele reden hören. Es gibt diese Bestimmung zur Altersgrenze von 18 Jahren – aber wirklich greifen tut diese natürlich nicht. Ein anderes Spiel, „Medal of honor-Warfigther“, ist sehr interessant, weil es eine sehr enge Zusammenarbeit mit der Rüstungsindustrie gab. Bei diesem Spiel sind z. B. hinten die Visiere eines US-Rüstungsherstellers abgebildet, die man, wenn man dieses Spiel vorbestellt hat, auch im virtuellen Spiel bekommt. Außerdem gab es z. B. eine Zusammenarbeit mit der deutschen Kleinwaffenfirma Heckler & Koch und auch der Kleinwaffenfirma SIG Sauer. Das Problem ist, dass sehr undurchsichtig ist, wie diese Kooperation genau aussieht, ob da Geld fließt oder nicht. Denn es ist durchaus so, also das ist schon bewiesen oder das geben die Hersteller zu, dass manchmal Geld fließt. Das heißt, es werden z. B. Lizenzgebühren an Hersteller wie Heckler & Koch oder andere Waffenfirmen gezahlt – und ich als Spieler refinanzieren das sozusagen dann der Videospieldfirma. Man könnte sagen: okay, ich kaufe dieses Spiel und diese Spieldfirma hat Geld an die Rüstungsindustrie gegeben und finanziert das, damit habe ich sozusagen auch dann die Rüstungsindustrie unterstützt und vielleicht möchte ich das gar nicht. Aber da gibt es ein großes Transparenzdefizit und man erfährt das gar nicht. Ein letztes Spiel, das ich hier noch etwas näher vorstellen möchte, ist „Operation Flashpoint: Dragon Rising“. Hier ist das Lösungsbuch dazu. Wenn Sie einen Blick hinein werfen, können Sie erkennen, dass es eher wie ein Waffenkatalog aussieht. Es ist ein Militärspiel und es gibt selbstverständlich sehr viele Waffen. Es ist ab 16 freigegeben, also dürfen es schon Kinder und Jugendliche spielen, und es wurde vom US-Militär unterstützt. Dazu muss man auch wieder sagen, dass das US-Militär selbstverständlich nur solche Spiele unterstützt, die ihnen gewogen sind. Es schreibt dann auch an den Drehbüchern dieser Spiele mit, damit es gut ankommt, denn gerade das US-Militär ist sich der Wirkung von Videospiele sehr bewusst. Das erfolgreichste Rekrutierungsmittel der US-Armee ist z. B. „America’s Army“. Das ist ein kostenloses Militärvideospiele, ein Shooter, den man kostenlos

über das Internet spielen kann, das für die US-Armee Werbung macht und das laut US-Rekrutenwerbung das erfolgreichste Mittel der Rekrutenwerbung ist. Das sind schon sehr kritische Sachen.

Man muss dazu sagen, dass die Spiele vor allen Dingen aus den USA kommen, aber es gab auch durchaus schon Spiele oder zumindest ein Spiel, bei dem auch die Bundeswehr als Unterstützer dabei war. Aber auch da muss man sagen, dass alles sehr intransparent ist. Es sind wenige Informationen bekannt und man muss sich die Frage stellen, was wir wollen: Was sollen unsere Kinder spielen und konsumieren? Es gibt ja durchaus ein Kontrollgremium für Videospiele, wie es auch ein Kontrollgremium für Filme gibt. Im Fall von Videospiele ist das die USK, die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle, die diese Alterseinstufung – diese kleinen Labels, die vorne darauf stehen – gibt, also dass dieses Spiel z. B. ab 18 oder dieses „Operation Flashpoint“-Spiel ab 16 Jahren freigegeben ist. Es gibt auch ein Zwölfer-Label usw. Die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle ist ein Verein der Videospieldindustrie selbst, der hier in Berlin sitzt. Sie spielen alle Videospiele, machen eine Zusammenfassung und präsentieren diese einem Prüfungsgremium aus vier Jugendschutzsachverständigen und einem Vertreter der obersten Landesjugendbehörde, also sozusagen der Politik. Jugendschützer haben schon das letzte Wort zur Alterseinstufung und nicht die Industrie selbst. Allerdings muss man sich mal kritisch die Frage stellen, mit welcher Zielrichtung bei diesen Spielen überhaupt geprüft werden soll. In Deutschland wird aktuell sehr darauf geachtet, ob Spiele gewaltverherrlichend sind, ob sie Gewalt zeigen oder nicht. Diese Killerspiel-Debatte oder Ballerspiel-Debatte nach irgendwelchen Amokläufen werden Sie alle mitbekommen haben. Die Videospieldhersteller wollen natürlich ihre Spiele verkaufen und einen großen Markt erreichen, und deswegen entfernen sie z. B. das Blut aus ihren Kriegsspielen. Und am Ende hat man dann ein Spiel, das ab 16 Jahren freigegeben ist, das einen sehr unblutigen Krieg darstellt und sich Jugendliche denken können, „ach ja, Krieg ist ja vielleicht gar nicht so schlecht.“ Eine andere Sache sind z. B. Strategiespiele, die eine weit entfernte Perspektive einnehmen, so dass man nicht so viel sieht, und diese sind dann beispielsweise wie „Civilization“



ab 12 Jahren freigegeben. Aber auch in diesem Spiel kann man ohne Probleme einen Völkermord anrichten und es ist dennoch schon ab 12 Jahren freigegeben, weil wenig Blut oder Gewalt dargestellt wird; es ist aber politisch oder auch inhaltlich, wenn man die Kinder erziehen möchte, schon ziemlich heikel, dass beispielsweise solche Rohstoffkriege oder ähnliches erlaubt sind.

Jetzt komme ich zum Fazit, weil mir auch langsam die Zeit ausgeht, das sind die Forderungen: Der Jugendmedienschutz sollte meiner Meinung nach nicht nur an dieses Gewaltparadigma anknüpfen, sondern sich auch auf inhaltliche Kategorien fokussieren, was man denn machen möchte. Da spielt mit hinein, dass in sehr vielen Spielen der Spieler z. B. gegen die Genfer Konvention oder gegen das Völkerrecht verstoßen kann – dazu muss man sagen: Okay, das kann man spielen, ich bin auch gegen Verbote von Videospiele, allerdings finde ich, dass die Spieler mit einem Hinweis darauf aufmerksam gemacht werden sollten: „Du kannst das spielen – das ist zwar nicht toll, dass du jetzt auf Zivilisten schießt, aber du kannst das machen –, aber es wäre natürlich in der Realität nicht in Ordnung.“ Dann fordere ich auch eine Transparenz oder mehr Transparenz, wenn das Militär mitentwickelt oder wenn Rüstungsunternehmen eingebunden sind. Es gibt schon Labels an Videospiele, warum nicht auch insoweit Aufklärung betreiben, z. B. mit einem kurzen Verweis in den Handbüchern, dass dieses Spiel von dieser oder jener Rüstungsfirma finanziell unterstützt wurde, diese also auch Interesse daran haben. Dann natürlich keine gezielte Werbung der Armee von Kindern, das bezieht sich jetzt auf meine erste Folie mit der darauf gezielten Bundeswehrwerbung. Ich erinnere mich an meine Schulzeit, in der es oft um Medienkunde ging, jetzt gibt es das noch viel heiklere Thema mit Facebook usw., aber selbst wenn die Spiele erst ab 18 Jahren freigegeben sind – die jungen Leute spielen diese. Ich denke, dem kann man nur mit Aufklärung begegnen, und diese muss eigentlich im Schulunterricht geschehen. Dort muss auf solche Spiele eingegangen werden, die jungen Leute dürfen nicht allein gelassen werden, sondern müssen darüber aufgeklärt werden, dass das, was sie da spielen, durchaus kritisch ist.

Vorsitzender: Vielen Dank für den Input. Ehe wir zu Herrn Krüger kommen, möchte ich noch nachholen, die heutigen Gäste herzlich zu begrüßen. Das ist zum einen Herr Nachtwey aus dem BMVg und Frau Ministerialrätin Werner vom Wehrbeauftragten. Ich muss zu meiner Entschuldigung sagen, die Idee, den Wehrbeauftragten einzuladen, kam uns erst in der letzten Sitzungswoche. Das wäre eigentlich bei diesem Themenkomplex von Anfang an sinnvoll gewesen. Sollten wir das nochmal tun, zumindest in meiner Vorstzeit, werden wir von vornherein daran denken. Aber da waren wir jetzt ein bisschen langsam, aber ich hoffe, dass Sie zumindest heute etwas mitnehmen können. Den Kollegen Jörn Wunderlich aus dem Familienausschuss begrüße ich auch. Herr Krüger, Sie haben das Wort.

Marco Krüger (Universität Tübingen, Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften): Mein Name ist Marco Krüger, ich bin wissenschaftlicher Mitarbeiter am Internationalen Zentrum für Ethik in den Wissenschaften an der Universität Tübingen. Wir sind das wohl größte Ethikzentrum mit einem dezidierten Forschungsschwerpunkt auf Sicherheitsethik. In meinem Vortrag möchte ich mich heute vor allem auf die aktuelle Werbekampagne der Bundeswehr konzentrieren. Dazu habe ich eine Gliederung mitgebracht, in der ich ganz kurz auf Grundannahmen, was Werbung in der Bundeswehr eigentlich leisten und können soll, eingehe. Danach gehe ich auf das Problemfeld Informationsgehalt ein, das aus meiner Sicht gerade das zentrale Problem der aktuellen Bundeswehrkampagne, aber auch teilweise schon der vorhergehenden Kampagnen ist. Dann werde ich das exemplarisch an der Kampagne „Mach, was wirklich zählt“ durchgehen, um schließlich ein paar Schlussfolgerungen daraus abzuleiten.

Zuerst kurz die Annahmen: Ganz grundlegend sollte die Werbung der Bundeswehr zwei Sachen erfüllen – wahrscheinlich auch aus Sicht der Bundeswehr. Zum einen dient sie dazu, potentielle Rekrutinnen und Rekruten anzusprechen, auf der anderen Seite aber auch einer möglichst positiven Außendarstellung der Bundeswehr. Da aber der Soldatenberuf gerade durch Charakteristika wie Waffengewalt – es kommt vielleicht zum Tö-



ten, man wird evtl. selber getötet –, nicht ganz unproblematisch ist, ist Werbung für so einen Beruf mit sehr hohen ethischen Hürden und Herausforderungen, Anforderungen verbunden: Dass sich auf der einen Seite eine sehr faktenorientierte Werbung vollzieht, sich aber auf der anderen Seite auch eine Werbung vollzieht, die die Sorgfaltspflicht einhält und in der Werbegestaltung tatsächlich auch Minderjährige mit anspricht und mitdenkt, und schließlich, dass der Informationsgehalt einer Werbekampagne relativ hoch ist. Wie sich das zeigt und darstellt, möchte ich gerne an einem Video, das leider nicht einzubinden war, kurz demonstrieren.

Das ist der sogenannte „Bananenwerbespot“ der Bundeswehr. Sie sehen eine Mutter mit Kind, die in einen Supermarkt kommt und die Bananen sind leider ausverkauft. Der direkte Schwenk geht jetzt auf die hohe See. Es wird erklärt, dass Bananen übers Meer kommen. Sie sehen Schiffe, Handelsschiffe. Mit einer relativ dramatischen Musik wird jetzt erklärt, woher der deutsche Wohlstand kommt – dieser Film ist also sehr auf die deutschen Interessen fokussiert. Es wird hier im Gegensatz zur aktuellen Werbekampagne – der Film ist tatsächlich aus der „Wir. Dienen. Deutschland.“-Kampagne – vermehrt auf den Soldatenberuf eingegangen, indem einige Bilder davon gezeigt werden. Jetzt kommt der Schwenk zu den sicheren Seewegen, der aber direkt von sehr martialischen Kriegsbildern gefolgt wird. Zur Zeitersparnis würde ich das hier abrechnen wollen. Der Werbefilm ist im Weiteren vor allen Dingen ...

Zwischenruf von MdB Pols

Sie wollen gerne zu Ende schauen? Ich wollte Sie jetzt nicht davon abhalten. Es werden noch ein paar Impressionen vom Alltag des Soldatenberufs gegeben. Regenbogen. Ich kann Ihnen den Link zukommen lassen, das ist direkt der Folgefilm.

Sehr gut, starten wir einfach direkt hier wieder. Es ist gar nicht das Grundproblem, dass keiner der Soldaten Bananen... Das Grundproblem ist tatsächlich der Informationsgehalt. Die Kernbotschaft ist eine falsche. Ich hab Ihnen von der Website des Einsatzführungskommandos der Bundeswehr die

aktuelle Statistik über Missionen der Bundeswehr im Ausland gezeigt. Man sieht vor Somalia eine Seewegeerettungs- oder Schutzmission im Mittelmeer, und daneben habe ich dargestellt, wo eigentlich die Bananen herkommen, die in Deutschland konsumiert werden: Sie kommen fast ausschließlich aus Südamerika. Das heißt, die Bundeswehr gibt eine faktisch falsche Information, wenn sie sagt, wir schützen Seewege – tatsächlich sind sie aber auf der falschen Seite von Afrika, um die Seewege für den Bananenimport zu schützen.

Jetzt könnte man sagen, „gut, das passiert mal, wie sieht’s denn bei der aktuellen Werbekampagne „Mach, was wirklich zählt“ aus“? Auch hier werden Informationen gegeben, die nur teilweise korrekt sind, die zumindest in der Wissenschaft stark umstritten sind. Ich bin selbst Friedens- und Konfliktforscher, und jetzt wirbt die Bundeswehr mit Aspekten, wie „nach der Schule liegt dir die Welt zu Füßen“, das wurde vom Vorredner ja schon gezeigt, „mach sie sicherer“ oder „mit Abwarten und Tee trinken löschst du keine Krisenherde“. Es ist tatsächlich hoch umstritten, ob Militäreinsätze – und wenn ja, welche Militäreinsätze – tatsächlich Krisenherde nachhaltig lösen. Ich meine, ein paar der aktuellen und letztmaligen Krisenherde haben gezeigt, dass Militäreinsätze nicht zwangsläufig und nicht per se zum Frieden, zum nachhaltigen Frieden führen. Das wird hier aber suggeriert. Es wird dazu noch eine Konstruktion der Alternativlosigkeit geschaffen: Also es gibt den Krisenherd – man könnte jetzt abwarten oder zum Militär gehen und den Krisenherd löschen. Zivile Bearbeitungsmechanismen werden dabei komplett außeracht gelassen. Man könnte sagen, „das ist nicht Aufgabe der Bundeswehr“, aber Aufgabe der Bundeswehr wäre es zumindest mit Blick auf das obere Plakat, nur unumstrittene und wissenschaftlich zweifelsfrei richtige und konsensuale Botschaften auf die notwendigerweise verkürzte Fläche eines Plakats zu bringen. Ein bisschen grundsätzlicher hat die Kampagne das Ziel, die Bundeswehr, potentielle RekrutInnen fit für die Gesellschaft und fit für die Zukunft zu machen. Das ist zunächst ein sehr globaler und sehr hehrer Anspruch. Dieses Ziel möchte sie in zwei Narrativen bedienen. Das erste Narrativ, die erste Grundbotschaft ist, dass die Bundeswehr der eigenen Karriereentwicklung dient und dazu dient, einen Menschen gefestigt zu machen und einen



Menschen persönlich voranzubringen. Daneben habe ich ein paar – nicht erschöpfende – Plakativmotive. Tatsächlich zielt diese Kampagne damit sehr stark auf Defizite ab – also „wahre Stärke findest du nicht zwischen zwei Hanteln“, das ist z. B. ein anderes Plakat. Die Bundeswehr präsentiert sich als Lösung für Probleme und Defizite, die junge Menschen in ihrem Lebensabschnitt des Heranwachsens gerade empfinden könnten.

Das zweite Narrativ ist, die Bundeswehr macht die Welt sicherer, friedlicher und somit besser. Auch das ist, wie gerade eben dargestellt, grundsätzlich problematisch und so zumindest in der Wissenschaft weit vom Konsens entfernt. Die Werbung knüpft zunächst direkt am Individuum, am potentiellen Rekruten an, hat aber bisher noch gar nichts zum Soldatenberuf erzählt. Also aufgrund der Plakate, die wir bisher gesehen haben, können wir noch gar nicht sagen, was ein Soldat eigentlich macht, was er eigentlich machen soll. Hier wird also ein sehr geringer Informationsgehalt transportiert. Die Kampagne ist mit über 10 Millionen Euro relativ gut ausgestattet, hat also auch im öffentlichen Diskurs auf der einen Seite eine sehr hohe Wirkung und eine sehr hohe Geltung. Auf der anderen Seite versäumt sie es aber, wirklich fundierte Inhalte zu bringen – weder auf Plakaten noch auf Postkarten. Aus einer medienwissenschaftlichen Sicht ist das eigentlich Problematische, dass die Folgemedien, wie z. B. die Website, auch sehr oberflächlich bleiben. Sie verbinden eine Mischung aus Berufsausbildung, die die Bundeswehr ja zweifelsfrei leistet, mit Sport, mit Betätigung, verschweigt aber komplett den militärischen Aspekt der Bundeswehr. Das ist insofern problematisch, als dass die Bundeswehr tatsächlich sehr komplexe Berufe anbietet und an Jugendliche gerichtete Werbung diese Komplexität darstellen sollte. Die Bundeswehr zeigt auch nicht, was sie den Jugendlichen anbieten könnte; also zu sagen, es gibt eine Ausbildung, es gibt verschiedene Ausbildungsberufe und diese Ausbildungsberufe sind in ein viel komplexeres Arbeitsfeld eingebettet. Das ist natürlich auch für die Bundeswehr ein Stück weit defizitär, das ist nicht bloß für die Rekruten defizitär.

Was folgt daraus? Zum einen, dass Plakate der Bundeswehr inhaltlich einfach fundiert sein

müssen. Das ist eine politische Forderung oder Empfehlung, die ich gerne stellen würde: Wenn die Bundeswehr wirbt, sollte sie mit einwandfreien Informationen, mit unumstrittenen Informationen werben. Und dann muss man prüfen, ob Plakate, Postkarten das überhaupt können oder ob nicht eigentlich andere Informationsveranstaltungen, wie z. B. Informationsabende, eher dieser Vermittlung von Informationen dienen. Dort können sich Jugendliche auch gemäß dem in Schulen geltenden Beutelsbacher Konsens tatsächlich auch außerhalb der Schule ein umfassendes Bild davon machen, was die Bundeswehr eigentlich leistet und was sie vielleicht auch nicht leistet, wo Gefahren sind, und ob denn der Soldatenberuf tatsächlich so attraktiv ist, wie das die Werbung glauben lassen möchte. In einem zweiten Schritt wäre es auch sinnvoll, militärkritische Stimmen zu Wort kommen zu lassen und eine Ausgewogenheit und tatsächlich auch eine Diskussion auf Augenhöhe zu schaffen. Das hätte im Endeffekt den Vorteil, dass sich Jugendliche ihr eigenes Bild, was auch der Beutelsbacher Konsens in der politischen Bildungsarbeit einfordert, machen können. Die Bundeswehr scheut sich scheinbar in ihren Werbestrategien ein Stück weit vor dieser Auseinandersetzung. Die Frage, die ein außenstehender Beobachter vielleicht haben könnte, wäre: Wenn ich meine, gute Argumente für die Bundeswehr zu haben, warum gehe ich dann nicht offensiv in eine Diskussion auch mit militärkritischen Institutionen, um tatsächlich mit Argumenten zu überzeugen und Jugendliche in dem Zweifel zu befähigen und zu emanzipieren? Das bringt mich auch zum dritten Punkt: Jugendliche ernst nehmen. Momentan sind es, wie bereits dargestellt, sehr verkürzte Werbeinhalte, die auf Defizite von Jugendlichen, auf Zukunftsängste und auf Sorgen eingehen und Versprechungen geben, die aber tatsächlich gar nicht eingehalten werden können, weil Militär grundsätzlich anders als die Zivilgesellschaft funktioniert. Militär funktioniert viel mehr über Hierarchie und viel weniger über Diskurs oder über Pluralismus, was dann tatsächlich die Zivilgesellschaft leisten müsste. Es ist ja die Frage, ob die Bundeswehr ihr eingangs gegebenes Versprechen, „wir machen dich fit für deine Zukunft in der Gesellschaft“, auch einhalten kann. Das ist eine Frage, die muss die Bundeswehr vor jeder Werbekampagne beantworten, und hat sie teilweise erst im Nachhinein beantwortet; beispiels-



weise ist die Frau in der Bundeswehrkampagne – ich wollte noch ein paar Plakate davon mitbringen – im Netz leider gar nicht mehr aufzufinden.

Ich komme sofort zum Schluss. Als letzten Punkt möchte ich noch ansprechen, dass 2015 etwas mehr als 1.500 Minderjährige in die Bundeswehr aufgenommen worden sind und dort ihren Dienst angetreten haben. Im gleichen Zeitraum haben aber über 280 Jugendliche in der Probezeit und noch dazu 203 Jugendliche oder knapp über 200 Jugendliche noch in ihrer Minderjährigkeit den Dienst wieder quittiert. Es gibt also einen extrem hohen Durchlauf, es gibt damit auch eine Unzufriedenheit – ich kann die Bundeswehr nicht zufriedenstellen und die kann tatsächlich auch die Rekruten nicht zufriedenstellen. Das bringt mich zum Schluss zu der Überzeugung, dass die Bundeswehr tatsächlich mit Slogans wirbt, die sie im Nachhinein nicht halten kann. Das ist angesichts des Soldatenberufs, des potentiellen Tötens und all der Gefahren, die damit einhergehen, unverantwortlich der Jugend gegenüber und wird in keiner Art und Weise der Schutzfunktion und dem Schutzauftrag, den die Bundeswehr als Parlamentsarmee im Endeffekt ja auch hat, gerecht.

Dr. Tobias Hecker (Department of Psychology, Psychopathology & Clinical Intervention, University of Zurich): Die Klinische Psychologie ist zunächst damit beschäftigt, sich anzuschauen, was psychische Störungen sind. Schaut man sich in den neueren Studien psychische Störungen bei Bundeswehrsoldaten an, sieht man, dass vor allen Dingen diejenigen, die in Auslandseinsätzen waren, von psychischen Störungen betroffen sind; aber auch bei den anderen liegen psychische Störungen vor, vor allen Dingen aus dem Bereich der Traumafolgestörung, wozu die posttraumatische Belastungsstörung, aber auch die Angststörung und die affektiven Störungen gehören. Es stellt sich natürlich die Frage nach den Risikofaktoren, psychische Störungen zu entwickeln. In Metaanalysen, die ...

Vorsitzender: Können Sie kurz für Laien sagen, was DS und CO sind – außer Frau Walter-Rosenheimer weiß das vermutlich niemand.

Dr. Tobias Hecker (Department of Psychology, Psychopathology & Clinical Intervention, University of Zurich): DS bedeutet die im Einsatz, im Auslandseinsatz Befindlichen, oder diejenigen, die im Auslandseinsatz waren; CO ist die Kontrollgruppe, das sind also Bundeswehrsoldaten, die nicht im Auslandseinsatz waren. Das einfach nur als Einstieg. Man sieht deutlich, dass Einsätze die Wahrscheinlichkeit für psychische Störungen erhöhen, aber eben auch sonst psychische Störungen vorliegen können. Worauf ich eigentlich hinaus will: Was sind Risikofaktoren für Traumafolgestörungen? Einer der konsistenten Risikofaktoren in Metaanalysen, die alle verfügbaren Studien zu dem Zeitpunkt eingeschlossen haben, ist das jüngere Alter. Dabei muss man auch bedenken – das sieht man an der kleinen Zahl –, dass es im Vergleich zu den verschiedenen konsistenten Risikofaktoren für Traumafolgestörungen eher ein kleiner Risikofaktor ist. Dennoch zeigt die gleiche Metaanalyse, dass wenn man die Studien in Studien im militärischen Kontext und im zivilen Kontext unterteilt, dass das jüngere Alter in den Studien im militärischen Kontext ein konsistenter Risikofaktor ist, der im militärischen Kontext deutlich größer ist. In Studien in einem etwas anderen Kontext, nämlich im Vergleich zwischen minderjährigen und erwachsenen Rekruten in der Demokratischen Republik Kongo, zeigt sich auch, dass die Vulnerabilität im Bereich der Traumafolgestörungen bei minderjährigen Rekruten deutlich ausgeprägter ist als bei Erwachsenen.

Die Frage ist natürlich, was macht Jugendliche besonders vulnerabel? Die neueren Forschungen aus dem Bereich der Neuroentwicklungspsychologie liefern ganz gute Hinweise darauf, dass – anders als vermutet – die Gehirnentwicklung noch nicht abgeschlossen ist, weder pränatal und auch nicht in den ersten Lebensjahren. Es hat sich vielmehr in den letzten Jahren gezeigt, dass sich das Gehirn noch während der Adoleszenz, also im Jugendalter, verändert. Es verändert sich nicht die Struktur, aber Organisation oder die Funktionalität des Gehirns, und zwar bis in die dritte Lebensdekade, also bis Anfang der 20er. In dieser Zeit entwickelt sich vorne unser Frontalhirn, das für Planung, für Risikobewertung zuständig ist, langsamer, es reorganisiert sich langsamer als andere Gehirnstrukturen. Und das hat verschiedene, auch verhaltensmäßige Auswirkungen. Das kann man in



dem Ergebnis der Studie auf der rechten Seite sehen: Die Risikoeinschätzung ist auch abhängig davon, ob man in Gruppen oder alleine handelt; Jugendliche können zwar die Risikobewertung ähnlich wie Erwachsene durchführen, aber wenn es darum geht, sich zu entscheiden, zeigt sich, dass sie in Gruppen risikoreichere Entscheidungen treffen. Und das nicht nur in der Pubertät – also in einem Alter, aus dem man das sehr gut kennt, so zwischen 13 und 16 Jahren –, sondern das ist tatsächlich auch noch im jungen Erwachsenenalter der Fall. Und das hängt mit dieser unterschiedlichen Linearität der Entwicklung des Gehirns zusammen, dass es sozusagen von hinten nach vorne, also zuletzt im Frontalkortex zu einer Reorganisation und zu einer Bildung der weißen Substanz kommt. Diese neue Erkenntnis hat sich tatsächlich erst in den letzten 10, 15 Jahren entwickelt. In dieser Zeit der Reorganisation, also in dieser vulnerablen Zeit ist das Gehirn auch sehr anfällig für Umwelteinflüsse, sowohl negativer als auch positiver Art. Und das heißt, dass in dieser Zeit die Vulnerabilität für psychische Erkrankungen durchaus steigt. Aber nicht nur das, auch das Risikoverhalten nimmt zu. Und das hat auch einen Einfluss darauf, wie Gewalt wahrgenommen wird.

Das ist das Beispiel eines Buches eines Fußballhooligans, der die Wahrnehmung von Gewalt als äußerst faszinierend beschreibt, die sich quasi suchtartig bei ihm entwickelt hat, so dass er in diesen Rausch hineingezogen wurde und durch eine Gefängnisstrafe wieder herauskam; er sagt, dass man eigentlich eine Gewaltrehabilitation braucht. Wissenschaftlich würden wir das mit dem Begriff der appetitiven Aggression beschreiben, das ist eine Form der Aggression, die ausgeübt wird, um Lust zu empfinden, um bei der Gewaltausübung eine positive Erregung zu verspüren. Studien zeigen, dass sowohl das Alter ein Risikofaktor für die Ausbildung einer Faszination an Gewalt darstellt als auch eine freiwillige Rekrutierung – also besonders diejenigen, die Gewalt faszinierend finden, schließen sich bewaffneten Gruppen an. Und es kommt dann zu einer Wechselwirkung, zu einer Art Kreislauf: die Ausübung von Gewalt führt zu noch mehr Faszination an Gewalt. Diese Unterschiede konnten wir in der Studie, die ich Ihnen schon eingangs gezeigt habe, auch wieder für minderjährige Rekruten zeigen, nämlich dass – im Vergleich zu erwachsenen

Rekruten – besonders die minderjährigen Rekruten mehr von dieser Faszination an Gewalt berichten. Daraus entwickelt sich im Prinzip ein Teufelskreis der Gewalt, nämlich dass das Erleben von Gewalt immer auch mit Ausübung von Gewalt zusammenhängt. Das kann hier in Form von Ausübung von familiärer Gewalt sein. Dieser Zusammenhang wird durch die Symptome einer Traumafolgestörung erklärt, in der eine höhere Alarmbereitschaft auch zu mehr aggressivem Verhalten führt und gleichzeitig die Faszination an Gewalt dazu führt, dass mehr Gewalt ausgeübt wird. Das heißt abschließend im Prinzip, die Gehirnentwicklung in der Adoleszenz führt dazu, dass Jugendliche risikoreichere Entscheidungen treffen, und diese risikoreichen Entscheidungen sind eine Erklärung für die in der Forschung häufig beschriebenen Risikofaktoren des jüngeren Alters für sowohl Traumafolgestörungen als auch für aggressives Verhalten als auch für diese Faszination an Gewalt, die Jugendliche beschreiben.

Abg. **Eckhard Pöls** (CDU/CSU): Dankeschön. Zunächst vielen Dank an Sie drei, dass Sie uns das Thema nahegebracht haben. Ich habe eine Frage an den Vertreter des BMVg, Herrn Nachtwey, und auch an Frau Werner vom Wehrbeauftragten. Wir haben von Herrn Hecker gehört, dass es bei der Bundeswehr auch minderjährige Rekruten gibt, das ist ja auch richtig so. Können Sie, Herr Nachtwey, kurz sagen, wie eine Ausbildung von Minderjährigen bei der Bundeswehr aussieht? Ich denke da an die Ausbildung an der Waffe, wie sieht das bei Übungen aus? Sind Auslandseinsätze auch etwas für Minderjährige oder nicht? Wie wird man überhaupt Rekrut bei der Bundeswehr, welche Rolle spielen da die Erziehungsberechtigten? Vielleicht können Sie den Weg aufzeigen, wie ein junger Mensch, Mann oder Frau, zur Bundeswehr kommt. Ich weiß nicht, wer das von Ihnen besser beantworten kann, Herr Nachtwey oder Frau Werner?

Vorsitzender: Herr Nachtwey war Sachverständiger in der letzten Sitzungswoche. Vielleicht können Sie versuchen, das kurz – weil wir das Thema in der letzten Sitzung ausführlich hatten und das Wortprotokoll ja auch bald vorliegen wird – zu beantworten.



Christian Nachtwey (Bundesministerium der Verteidigung): Ich versuche es ganz kurz zu machen. Ohne Erziehungsberechtigte und deren Zustimmung kann ein Minderjähriger nicht in die Bundeswehr eintreten, das ist der erste Punkt. Der zweite Punkt ist ganz klar: Auslandseinsätze sind tabu für Minderjährige. Und der dritte Punkt ist, dass bei der militärischen Ausbildung auch die Ausbildung an der Waffe stattfindet, aber als Minderjährige dürfen sie keinen Wachdienst wahrnehmen, weil sie nicht allein verantwortlich in die Lage gebracht werden dürfen, die Waffe auch anwenden zu müssen – insofern nur Handhabung der Waffe zu Ausbildungszwecken. Mit diesen drei kurzen knappen Sätzen würde ich meine Antwort zusammenfassen wollen.

Abg. **Eckhard Pols** (CDU/CSU): Vielleicht noch eine Ergänzungsfrage: Es gibt ja auch eine zivile Berufsausbildung bei der Bundeswehr, was bilden Sie da aus?

Christian Nachtwey (Bundesministerium der Verteidigung): In 54 Ausbildungsberufen...

Abg. **Eckhard Pols** (CDU/CSU): ... Oh Gott, diese brauchen Sie jetzt nicht alle aufzählen.

Christian Nachtwey (Bundesministerium der Verteidigung): ... ist vom Verwaltungsfachangestellten bis zum Fluggerätemechaniker, Informatiker, alles vertreten. Also die Spannweite ist riesig groß.

Vorsitzender: Vielen Dank für die schnelle Antwort. Ich hätte auch direkt eine Frage an Herrn Dr. Hecker. Die Studie, auf die Sie abgestellt haben, heißt – glaube ich – „Kongo“?

Dr. Tobias Hecker (Department of Psychology, Psychopathology & Clinical Intervention, University of Zurich): Ja, richtig.

Vorsitzender: Wie würden Sie das als klinischer Psychologe einschätzen: Macht es einen Unterschied, ob ich einen 16- oder 17-Jährigen werbe und entsprechend ausbilde, der aus einem demo-

kratischen Schulsystem kommt und möglicherweise einen gewissen Alphabetisierungs-/Bildungsstand und ein anderes gesellschaftliches Umfeld hat, oder einen 16-, 17-Jährigen habe, der aus einem Land kommt, in dem Bürgerkriegssituationen noch nicht so schrecklich lange zurückliegen und dieser freiwillig oder zwangsrekrutiert wird? Würde das bei den Kennwerten, die Sie gemessen haben, in der gleichen Altersgruppe einen Unterschied machen oder wäre das von der Entwicklung des Gehirns her gedacht am Ende ganz egal?

Dr. Tobias Hecker (Department of Psychology, Psychopathology & Clinical Intervention, University of Zurich): Die Definition von minderjährig, die wir hier haben und die auch in anderen Ländern gilt, ist ja eine juristische Definition; entwicklungspsychologisch ist das nicht die Frage von 17 oder 18 Jahren, da ist es eher so ein linearer Prozess. Die Hirnentwicklung ist erst später abgeschlossen, nach den neueren Erkenntnissen erst Anfang der dritten Dekade, also Anfang der 20er Jahre. Um Ihre Frage zu beantworten, inwieweit die Herkunft einen Unterschied macht und in welchem Land man aufwächst, muss man sagen, dass auf jeden Fall verschiedene Faktoren eine Rolle spielen. Es ist ein bisschen komplizierter, als nur zwischen demokratischem Land und nicht-demokratischem Land zu trennen. Wichtig sind immer die Erfahrungen der engen Bezugsperson im Aufwachsen und die Erfahrungen, die im Laufe des Lebens gemacht werden, diese sind wichtiger, als eine demokratische Erziehung. Je mehr dramatische Erfahrungen – egal, ob innerhalb oder außerhalb eines Kontextes von Militarisierung – gemacht werden, desto mehr steigt die Vulnerabilität.

Abg. **Jörn Wunderlich** (DIE LINKE.): Ich möchte an die Frage des Kollegen Pols anschließen. Herr Krüger, das ist ja auch das, was Sie letztlich kritisieren. Von Seiten des BMVg hieß es, es gebe 54 Ausbildungsberufe. Warum wird darauf nicht hingewiesen, ich sage jetzt mal überspitzt: „Bei uns kannst du Mechatroniker werden, mit der Gefahr dabei, auch noch erschossen zu werden.“ Das ist natürlich keine Werbebotschaft, so würde keine Firma werben. Natürlich nennt man das Positive. Wenn wir Autowerbung als Beispiel neh-



men, dann heißt es auch, der ist flott, der ist schnell, der ist leise, über die CO₂-Werte reden wir mal nicht. Das ist genau das, was Sie kritisieren, dass dort ein Bild vermittelt wird, das mit der Realität tatsächlich nicht übereinstimmt. Wenn man die Hirnentwicklung nimmt, wird gerade eine Zielgruppe angesprochen, bei der eine erhöhte Risikobereitschaft besteht, in der Sehnsüchte, Wünsche und Träume angesprochen werden, die mit der Realität aber weiß Gott nichts zu tun haben. Letztlich ist damit dann auch diese hohe Fluktuation erklärbar, dass viele den Dienst wieder quittieren, weil sie sagen, „das habe ich mir ja ganz anders vorgestellt.“ Ich weiß es nicht, ich habe noch mit keinem gesprochen, aber ich kann mir vorstellen, dass die dann sagen, „das hab ich mir ganz anders vorgestellt.“ Und dass auch von Seiten der Bundeswehr, des Dienstherrn gesagt wird, „naja, so wie du dir das vorstellst, kannst du das hier nicht umsetzen.“ Da treffen also diese gegenseitigen Erwartungen aufeinander. Das ist im Grunde, nach meiner Überzeugung, eine kranke und letztlich auch schlechte Werbung. Eine durch und durch schlechte Werbung, weil sie ein Produkt verkaufen will, das sich in der Gestalt so gar nicht verkaufen lässt. Warum – und das ist auch die Kritik – wird nicht in öffentlichen Veranstaltungen gesagt, welche Ausbildungsberufe es gibt, und warum stellt man sich dann nicht auch der Kritik? Warum soll ich es bei euch machen in diesen hierarchischen Strukturen mit Law and Order, warum kann ich es nicht in der Zivilgesellschaft machen, wo es die ganze Pluralität etc. gibt? Nach 12 Jahren bin ich für die pluralistische Gesellschaft möglicherweise untauglich, weil ich in diesen Strukturen gar nicht mehr klarkomme. Das sind Risiken, die man auch abschätzen muss. Ich selbst habe nicht gedient, aber ich habe Freunde aus Soldatenfamilien, und der Ton, der teilweise zuhause herrschte, war schon großartig. Aber letztlich ist der von Ihnen angesprochene Kritikpunkt, dass mit der Werbung diese Altersgruppe angesprochen wird. Würde man stringent Ihren Ausführungen folgen, müsste man im Grunde sagen, dass man den Militärdienst erst ab 21 öffnet, weil dann die Hirnentwicklung abgeschlossen ist.

Vorsitzender: Ich komme auch aus einer Soldatenfamilie und es gab zumindest einen gepflegten Umgangston. Es muss also nicht überall gleicher-

maßen gewesen sein...

Zwischenruf Walter-Rosenheimer: Bei uns auch!

...also dann haben wir das in Ost und West. Herr Krüger, wollen Sie vielleicht die Frage kurz beantworten? Danach hat sich direkt Herr Pols gemeldet.

Marco Krüger (Universität Tübingen, Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften): In aller Kürze. Ich würde es auch als problematisch sehen. Das Problem ist, dass das Folgemedium, die Website, vor allen Dingen auf die Berufsausbildung abstellt, aber den gesamten anderen Teil immer noch nicht transportiert. Das war übrigens bei der „Wir. Dienen. Deutschland.“-Kampagne schon mal ein bisschen anders. Da gab es einen Werbespot, in dem auch mal in einem unaufgeregten, ohne Action-Musik geladenen Video-Spot ein Sarg und ein Kranz zu sehen waren, wo also zumindest visuell darauf hingewiesen wurde, dass man als Soldat durchaus auch sterben kann. Das ist jetzt aber komplett aus dieser Werbekampagne wieder verschwunden.

Abg. **Eckhard Pols** (CDU/CSU): Ich wurde eben ein bisschen nachdenklich und musste auch ein bisschen schmunzeln, bei dem was Kollege Wunderlich gesagt hat. Demnach dürfte ich erst mit 21 oder mit 24 Jahren den Beruf erlernen, erlernen ist gut, aber den Beruf ausüben. Aber es wird gerade von linker Seite immer wieder gefordert, das Wahlalter z. B. auf 16 Jahre herunterzusetzen. Da soll ich die große Verantwortung haben, meine Stimme zu geben und ...

Zwischenruf Wunderlich: Mit Wählen töte ich aber nicht.

... das ist Definitionssache. ... dann auch dieses Recht ausüben zu können. Ich will das hier nicht weiter vertiefen. Sie sagten, die Bundeswehr könne sich auf andere Weise öffentlich darstellen. In jüngster Vergangenheit wurde es der Bundeswehr schwer gemacht, sich öffentlich darzustellen. Ich denke nur an die Berufsfindungsmärkte, die



überall im Lande stattfinden. Diese werden von den Arbeitsagenturen bzw. teilweise auch von den Berufsschulen, teilweise aber auch in den Schulen selbst abgehalten. Da gibt es eine Menge Beispiele dafür, dass die Bundeswehr nicht in Schulen gelassen wurde. Ich glaube, wir haben das hier in der Kinderkommission auch einmal gehört, dass sich die Berufe dort vorstellen konnten, aber die Bundeswehr draußen vor der Tür gelassen wurde. Nun muss man aber sehen, dass sich die Situation der Bundeswehr ein bisschen geändert hat: Durch das Aussetzen der Wehrpflicht steht die Bundeswehr jetzt in direkter Konkurrenz oder in direktem Wettbewerb zu den freien Berufen und muss sich selbstverständlich ihren Nachwuchs auf dem Arbeitsmarkt suchen. Jeder Beruf muss sich dort irgendwie – das macht jeder Beruf, auch der Beruf des Politikers – positiv darstellen. Das muss man der Bundeswehr auch zugestehen. Und ich glaube, ich hätte das so verstanden, vielleicht liege ich da auch falsch, dass Sie, oder auch Herr Schulze, meinen, dass eine Verherrlichung dargestellt wird. Wir haben in dem kurzen von Ihnen gezeigten Video-Spot die Szene mit der Kanone auf dem Schiff gesehen. Deshalb bat ich darum, dass Sie den Film bis zum Ende zeigen. Man muss letztendlich demjenigen, der die Werbung macht, selbst überlassen, wie er sich darstellt. Ich glaube auch, dass die jungen Leute heutzutage den Kenntnisstand haben, dass der Beruf des Soldaten sicherlich nicht mit dem Beruf des Tischlers oder des Schlossers vergleichbar ist, dass das Gefahrenpotential in diesem Beruf sehr, sehr hoch ist oder hoch sein kann, wenn er beispielsweise in einem Auslandseinsatz ist. Wobei wir laut Definition auch nicht in dem Sinne in den Krieg ziehen, sondern versuchen, eine Befriedung herzustellen. Das muss man auf der anderen Seite auch sehen.

Vorsitzender: War die Frage zielgerichtet oder soll antworten, wer will?

Abg. **Eckhard Pöls** (CDU/CSU): Nein, sie geht an Herrn Hecker.

Vorsitzender: Herr Dr. Hecker, Herr Krüger. Zuvor möchte Frau Walter-Rosenheimer noch direkt zu diesem Beitrag sprechen.

Abg. **Beate Walter-Rosenheimer** (BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN): Auch von meiner Seite danke für Ihre Darstellung. Ich wollte dazu nur ganz kurz etwas sagen. Ich finde, dass man das nicht gleichsetzen kann. Wir fordern das Wahlalter 16. Wir fordern mehr Partizipation. Gekoppelt an dieses Wahlalter 16 fordern wir aber auch eine bessere politische Bildung, mehr Aufklärung für die Kinder und Jugendlichen. Darüber hinaus geht es uns darum, diesen Prozess einer Demokratie schon kleinen Kindern möglichst deutlich zu machen, dieses Empfinden zu wecken, dass ich mitentscheiden kann, und dass das, was ich mitentscheide, auch Bedeutung hat. Wir wollen die Kinder natürlich nicht einfach so an die Wahlurnen lassen, sondern es soll schon ein Prozess sein, der Kinder früher beteiligt – im Idealfall natürlich weit bevor sie 16 Jahre alt sind. Kollege, ich bin auch klinische Psychologin. Das steht in Ihren Augen konträr dazu, dass das Gehirn erst mit über 20 Jahren fertig ausgebildet ist. Das sehe ich aber anders. Die Entscheidung, Soldat zu werden, in einer Armee zu dienen und sich der Gefahr von Auslandseinsätzen auszusetzen, ist eine andere Entscheidung. Insbesondere wenn man bedenkt, dass Kinder und Jugendliche bei uns im Augenblick Gott sei Dank in Frieden aufwachsen. Jetzt sind diese Auslandseinsätze dazu gekommen, die wir, als ich jung war, gar nicht hatten. Ich habe selbst in der Traumaforschung und in der Krisenintervention gearbeitet. Es ist noch gar nicht so lange her, dass Soldaten überhaupt in diesem Bereich ausgebildet wurden, um das auffangen zu können, was da entsteht. Gott sei Dank ist es für uns nicht Alltag, uns mit Tod und mit Kampf auseinanderzusetzen. Ich finde, das ist eine ganz andere Entscheidung. Ich denke, man kann ganz schwer antizipieren, wie man damit umgehen wird, wenn man dann im Krieg ist und die Kameraden neben einem fallen oder verletzt werden. Sehr lange gab es gar keine psychologische Betreuung bei der Bundeswehr, das hat sich jetzt geändert. Deswegen glaube ich, das kann man nicht so einfach gleichsetzen: wenn man frühes Wahlrecht will, dann kann man auch sagen, die können auch mit 16 Jahren zur Bundeswehr. Das sehe ich nicht so.

Dr. Tobias Hecker (Department of Psychology, Psychopathology & Clinical Intervention, University of Zurich): Ich schließe mich im Prinzip an. Es



ist ja die Frage der Perspektive. Als Psychologe schaue ich aus einer anderen Perspektive. Es geht nämlich nicht darum, welche Verantwortung hier getragen wird, sondern um das Risiko für die Betroffenen, das heißt, mit welchen potentiellen psychischen Störungen sie zurückkommen. Die Frage, ab welchem Alter man in den Auslandseinsatz geht, ist deshalb nichts Triviales. Es ist klar, dass Minderjährige nicht in den Auslandseinsatz gehen. Aber selbst bei denjenigen, die mit 18 oder 19 Jahren in den Auslandseinsatz gehen, besteht ein erhöhtes Risiko, dass sie mit psychischen Störungen zurückkommen, die dann auf Jahre die Funktionalität beschränken. Die Frage ist: Wollen wir das? Das ist das, was ich betrachte und nicht so sehr die Frage, „welche Verantwortung trage ich bei einer Wahlentscheidung?“, sondern „welches Risiko sollen unsere Soldaten tragen?“ Da gibt es unterschiedliche Risikofaktoren, die man berücksichtigen kann und die die Bundeswehr auch untersucht. Es gibt jetzt auch eine gute psychologische Untersuchung und Begleitung der Auslandseinsätze, bei der solche Fragen betrachtet werden. Das ist aber eine andere Perspektive, aus der man schaut.

Marco Krüger (Universität Tübingen, Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften): Ich würde auch sagen, dass es bei der aktuellen Werbung auf der einen Seite die Tendenz zur Verherrlichung der Bundeswehr und zur Verharmlosung des Soldatenberufs gibt. Aber auf der anderen Seite ist die Werbung selbstverständlich bemüht, das Produkt, das sie vermarktet, positiv darzustellen. Aber die Werbung sollte auch nah am Produkt bleiben. Über Werbung für Chips, die vorgaukeln, schlank zu machen, würde man auch sagen, dass es eine schlechte Werbung ist. Ein Soldatenberuf, der vorgaukelt, zivil zu sein, indem nur auf Berufsausbildung und in der zweiten Instanz aber gar nicht auf das Militärische abgestellt wird, ist tatsächlich eine schlechte Werbung – darin ist dann die Problematik zu sehen. Zur Bundeswehr in Schulen ist zu sagen, dass das mit dem seit 1976 bestehenden Beutelsbacher Konsens zusammenhängt. Danach ist es der Lehrkraft im Endeffekt selbst überlassen, ob sie das auffangen kann und ob sie tatsächlich eine Gegenposition im Bereich der politischen Bildung zu einem Jugendoffizier, der die politischen Botschaften aus Sicht der Bundeswehr präsentiert, darstellen kann

oder nicht. An dieser Stelle wäre es ein schlaues politisches Mittel, diejenigen Initiativen zu stärken, deren täglich Brot es ist, zivile Konfliktbearbeitungsmechanismen zu transportieren. Wenn wir uns das Budget des zivilen Friedensdienstes in Deutschland von 2014 ansehen, dann betrug dieses gut 33 Millionen Euro. Das reicht natürlich nicht aus, um in viele Schulen zu gehen, um dort einen Gegendiskurs zu etablieren. Die Bundeswehr kann mit einem Werbeetat von über 10 Millionen Euro etwas ganz anderes leisten. An dieser Stelle besteht also ein Ungleichgewicht, das im Endeffekt von dem einzelnen Lehrer manchmal nicht abgefangen werden kann. Aus eigener Überforderung heraus sagen die Lehrer dann teilweise, dass sie das nicht im Sinne des Beutelsbacher Konsens abdecken können. Ich denke, dass wir hier die Problematik einer strukturellen Benachteiligung von zivilem Friedensdienst und friedenspropagierenden Stellen haben.

Abg. **Susann Rührich** (SPD): Ich habe nochmal eine konkrete Nachfrage. Ich weiß nicht, ob Sie, Herr Krüger, Herr von Glaßer oder vielleicht unsere VertreterIn des Ministeriums und des Wehrbeauftragten etwas dazu sagen können: Wir haben von Ihnen jetzt mehrfach von der Werbung, den Spielen und Filmen usw. gehört. Wir unterstellen damit natürlich eine bestimmte Wirkung, sonst würde es ja nicht gemacht werden. Gibt es Erhebungen bei denjenigen, die sich zur Bundeswehr melden oder sich dafür interessieren, mit der Frage, wie sie auf die Bundeswehr aufmerksam gemacht worden sind. Gibt es Erhebungen, ob und wie viele Menschen aufgrund dessen zur Bundeswehr gekommen sind? Kann man das in irgendeiner Beziehung setzen oder ist das eher eine Werbung mit Wirkung, die sich gesellschaftlich verbreitet, so dass daraufhin aus dem damit geschaffenen Klima die Menschen kommen? Gibt es Anhaltspunkte, dass Menschen sich aufgrund dieser Werbung dort gemeldet haben?

Michael Schulze von Glaßer: Ganz kurz dazu. Es gibt schon Erhebungen auch der Bundeswehr. Ich weiß, dass es früher vom Sozialwissenschaftlichen Institut der Bundeswehr Bevölkerungsumfragen gegeben hat, in denen danach gefragt wurde, wie die Bundeswehr in Medien oder über Medien ankommt. Dabei ist man zu dem Ergebnis gelangt,



dass die Bundeswehr zu 90 Prozent positiv ankommt, wenn sie dargestellt wird. Das war dann wiederum der Grund, dass das Sozialwissenschaftliche Institut der Bundeswehr damals empfohlen hat, mehr in die Präsentation in den Medien und Filmunterstützung zu geben oder auch in Richtung dieser Videospieleunterstützung zu gehen. Ob es jetzt aktuelle und genaue Zahlen gibt, weiß ich nicht, dazu können Sie wahrscheinlich mehr sagen. Es gibt aber das Statement der US-Armee, das ich gerade im Bereich der Videospiele sehr prägnant finde, dass speziell diese Videospiele, mit denen die jungen Leute wirklich die US-Armee spielen können, tatsächlich Folgen und großen Einfluss haben.

Christian Nachtwey (Bundesministerium der Verteidigung): Selbstverständlich lassen wir verfolgen, wie die Werbung, die die Bundeswehr schaltet, aufgenommen wird. Wir lassen dies durch externe Agenturen gezielt auf das jeweilige Medium nachverfolgen, um zu wissen, wo es sich lohnt, in Werbung zu investieren und wo weniger. Zum zweiten möchte ich noch einen Aspekt ansprechen: Werbung ist das eine, die Personalgewinnung und die Karriereberatung ist der zweite wichtige Aspekt, bevor jemand überhaupt Soldat werden kann. Das ist der Bereich, das hatte ich auch das letzte Mal ausgeführt, ich möchte es nur der Vollständigkeit halber ganz kurz sagen, in dem gezielt auch auf die Besonderheiten des Berufes des Soldaten eingegangen wird, in dem die aus dem Soldatenberuf herrührenden Risiken – das Risiko, im Einsatz verwundet oder auch getötet zu werden – angesprochen werden.

Abg. **Jörn Wunderlich** (DIE LINKE.): Ich möchte noch einmal auf diese ganze Problematik mit den Video- und Egoshooter-Spielen eingehen. Gibt es auch Erhebungen, in denen die jungen Rekruten danach gefragt werden, wie sie auf die Idee gekommen sind, den Soldatenberuf zu ergreifen – nach dem Motto, „ich habe die siebte Legion gespielt, jetzt bin ich 17 und habe Uniformgröße mittel und brauche eine HK 30.“ Gibt es solche Fragen, dass man nach der Motivation, auch nach dem „Warum“ fragt? So wie beim Arbeitsamt nach der Motivation für irgendeinen Beruf gefragt wird, den man ergreifen will: „Warum, warst du da in der Schule gut oder hast du eine Neigung dazu?“

Gibt es möglicherweise auch Fragen, ob die Motivation auch von solchen Spielen beeinflusst wird?

Christian Nachtwey (Bundesministerium der Verteidigung): Das vermag ich jetzt nicht klar mit „Ja“ oder „Nein“ zu beantworten. Eines ist aber auch klar: Die Ernsthaftigkeit der Entscheidung wird auch im Einplanungsgespräch noch einmal hinterfragt. Insofern glaube ich schon, dass wir eine hinreichend valide Basis haben, um jemandem überhaupt auch das Angebot zu machen. Jemand, der eben nicht die psychische Reife mitbringt, wird auch nicht Soldaten werden können.

Abg. **Jörn Wunderlich** (DIE LINKE.): Ich frage das vor dem Hintergrund, dass bei diesen Spielen die FSK-Grenzen herabgesetzt werden, indem man die Blutszenen einfärbt – dann ist es FSK 16 –, und wenn es ganz raus ist, dann ist es FSK 12, im Kontext zur erhöhten Risikobereitschaft aufgrund der vorderen Hirnpartie. An der Stelle könnte man dann auch sagen, was man bei Ihnen heraus hören konnte, „Mensch, auf andere Leute schießen ist ja eigentlich ziemlich unblutig und ziemlich einfach, und wenn ich getroffen werde, gut, dann bin ich im nächsten Level wieder voll fit, sieben Leben hab ich sowieso.“ Dass man also die tatsächliche Gefahr, die der Beruf des Soldaten mit sich bringt, aufgrund dieser Konstellation in einem gewissen Maße ausblendet. Es kann ja durchaus ein ernsthafter Berufswunsch sein, aber letztlich einer aufgrund einer erhöhten Risikobereitschaft in Kombination mit dieser verminderten Realitätswahrnehmung durch Suggestivspiele.

Michael Schulze von Glaßer: Studien sind mir dazu nicht bekannt...

Vorsitzender: Ich würde die Gelegenheit nutzen, dass wir damit auch gleich die letzte Runde einleiten, weil das Zeitkontingent erschöpft ist. Gut, noch Herr Pols und dann die Abschlussrunde mit Herrn Krüger und Dr. Hecker.

Michael Schulze von Glaßer: Ganz kurz noch dazu. Studien sind mir also auch nicht bekannt, und ich kann dazu selbst wenig sagen, da ich Politikwissenschaftler und kein Psychologe bin, aber



ich würde es a) vermuten und b) sehe ich durchaus, dass die Bundeswehr schon zu wissen scheint, dass junge Leute, die solche Shooter spielen, durchaus ihre Zielgruppe sind. Beispielsweise ist die Bundeswehr jährlich auf der gamescom in Köln, der größten Videospielemesse der Welt, mit einem riesigen Stand vertreten, wo sie meistens gleich noch einen Panzer aufstellt, in dem man sich dann fotografieren kann und so weiter. Das ist quasi diese militärraffine Zielgruppe, die man dort abgreifen möchte. Ich sagte bereits, dass die Bundeswehr meines Wissens nach bisher nur ein Videospiele, einen Flugsimulator, unterstützt hat. Aber sie kommt durchaus in vielen Videospiele vor. In dem Spiel Medal of Honor Warfighter kann man z. B. das KSK-Kommando Spezialkräfte richtig auch mit deutscher Flagge usw. spielen. Das Spiel wurde zwar nicht offiziell von der Bundeswehr unterstützt, aber so wie ich es bisher immer gehört und auch nachgefragt habe, stört man sich nicht daran, wenn man darin dargestellt wird. Gerade wenn man als westliches Militär in einem westlichen Videospiele gegen Taliban oder ähnliche spielt, beinhaltet das selbstverständlich auch einen gewissen Werbeeffekt, da man sehr positiv dargestellt wird. Das nimmt man natürlich gerne mit, auch wenn man es nicht direkt selbst unterstützt, denn – das muss man natürlich auch sehen – für die Bundeswehr wäre es momentan noch sehr schwierig, im Zuge dieser ganzen Ballerspiele- und Gewaltdebatte ein Videospiele zu unterstützen. Ich denke, das könnte imagetechnisch heikel werden. Deswegen lässt man das lieber stillschweigend so machen.

Zwischenruf Wunderlich

Beim ersten Teil von Medal of Honor aus dem Jahr 2010 konnte man auch die Taliban spielen. Und lustigerweise war es der Deutsche Bundeswehrverband, der empört darüber war und protestiert hat. Das hat dann da u. a. dazu geführt hat, dass das dann in „Opposing Forces“, also oppositionelle Kräfte umbenannt wurde. Man hat sich also daran gestört, dass man da Taliban spielen konnte.

Abg. **Eckhard Pöls** (CDU/CSU): Ich habe noch eine kurze Frage. Sie haben vorhin die Zeitung „Spieß“ mit der Anzeige hinten auf dem Cover gezeigt.

Nun kenne ich diese Zeitung nicht. Ich weiß nicht, wo sie herkommt und wer der Herausgeber oder Urheber dieser Zeitung ist. Ich würde sagen, da müssten Sie sich an den Verleger halten, wenn Sie meinen, dass die Bundeswehrwerbung fehl am Platze ist. Ich weiß nicht, ob die Bundeswehr an den Verleger herangetreten ist oder umgedreht, dass diese Jugendzeitschrift an die Bundeswehr herangetreten ist, „hier das wäre auch ein Medium für euch, um euch mal vorzustellen bzw. Werbung zu machen.“ Dieser Weg, die Kritik eigentlich eher bei den Herausgebern anzusetzen, als hier an der Bundeswehr Kritik zu üben, würde mich interessieren. Noch eine Frage an Sie, Herr Nachtwey. Wir haben von Herrn Schulze gehört, dass die Bundeswehr Sponsor/Financier auch solcher Spiele sei. Ist das so zu verstehen, wie Herr Schulze das gesagt hat, oder welchen Hintergrund muss ich mir da vorstellen?

Christian Nachtwey (Bundesministerium der Verteidigung): Tut mir Leid, dazu kann ich Ihnen nichts sagen, weil ich den Hintergrund so nicht kenne.

Vorsitzender: Gut, dann kommen wir jetzt zur letzten Runde, wenn Sie noch die Gelegenheit für ein Schlusswort nutzen wollen. Danach würde ich die Sitzung kurz für eine „Umbaupause“ unterbrechen, damit wir in den geschlossenen Teil treten können.

Michael Schulze von Glaßer: Also ich bin da nicht an den Verleger herangetreten, aber Sie haben recht, das ist eine Sache zwischen dem Verleger und der Bundeswehr. Allerdings liegt diese Spieß-Zeitung kostenlos an Schulen aus, und da könnte man natürlich die Schulen dahingehend sensibilisieren, darauf zu achten, was bei ihnen ausliegt. Denn das ist eine rein werbefinanzierte Zeitschrift, darin werben alle möglichen Unternehmen, eben auch die Bundeswehr, und da muss man natürlich auch mal grundsätzlich sagen, wie die Werbung auch auf die Schülerinnen und Schüler wirkt. Ich denke, das ist noch einmal ein anderes Thema, aber wahrscheinlich durchaus für eine Debatte hier an dieser Stelle interessant. Ich kann vielleicht noch etwas zur Aufklärung beitragen, wie das mit der Bundeswehr bei Video-



spielen ist. In einem Fall, den ich recherchiert habe, habe ich auch beim Verteidigungsministerium nachgefragt. Hierzu gab es vor einigen Jahren auch mal eine kleine Anfrage und es wurde gesagt, dass die Bundeswehr oder das Verteidigungsministerium noch nie ein Videospiel, eine Produktion unterstützt habe. Allerdings gab es oder gibt es in Rostock-Laage das Jagdgeschwader 73. Aus Rostock-Laage kommt auch ein Flugsimulatorhersteller, der sozusagen auf dem kurzen Dienstweg mit der örtlichen Bundeswehreinheit kooperiert hat und Fotos, auch Innenaufnahmen etc. von den Eurofightern machen durfte. Inwieweit das intern in Ordnung war, ist dann noch einmal eine andere Frage, die die Bundeswehr bzw. das Verteidigungsministerium intern klären müsste, da das Verteidigungsministerium offiziell noch keine Spiele unterstützt hat. Das nur vielleicht zur Aufklärung.

Zwischenruf

Also das Verteidigungsministerium wusste davon nichts, es gab nur eine Verbindung zwischen der örtlichen Bundeswehreinheit und dem örtlichen Flugsimulatorhersteller. Das ist in dem Videospiel Jagdgeschwader 73. Inwieweit das bundeswehrintern okay war, weil das Bundesministerium nicht eingebunden war, weiß ich nicht.

Marco Krüger (Universität Tübingen, Internationales Zentrum für Ethik in den Wissenschaften): Ganz kurz wollte ich in zwei Sätzen noch einmal auf die Rolle der Karriereberater eingehen. Die Karriereberater sind eine sehr nachgeschaltete Instanz, die dann im Einzelgespräch umfassender informieren. Werbung setzt jedoch weit vorher an

und setzt vor allen Dingen am öffentlichen Diskurs an und bringt ein anderes Bild der Bundeswehr mit sich, was dann im Endeffekt eine andere Grundeinstellung von potentiellen Rekruten bewirkt. Mit welcher Einstellung man evtl. zu einem Karriereberater oder auch nicht geht, hängt massiv davon ab, wie sich die Bundeswehr darstellt und damit auch vom Werbeerfolg. Insofern würde ich Werbung und den Karriereberater als individuelle Beratungsinstanz ein Stück weit auseinanderdividieren.

Dr. Tobias Hecker (Department of Psychology, Psychopathology & Clinical Intervention, University of Zurich): Ich möchte zum Abschluss noch einmal betonen, dass Jugendliche eine vulnerable Gruppe sind, und dass im Jugendalter auch noch Entwicklung erfolgt und diese noch nicht abgeschlossen ist. Das sollte in den Überlegungen der Kinderkommission eine Rolle spielen, und es sollte darum gehen, Schutzbedürftige zu schützen und nicht, Interessen der Bundeswehr im Auge zu haben, sondern die Interessen der Kinder und Jugendlichen.

Vorsitzender: Herzlichen Dank von meiner Seite für die gute und sehr umfangreiche Diskussion. Vielen Dank auch an Herrn Nachtwey und Frau Werner für Ihre Anwesenheit und aktive Beteiligung. Vielleicht nimmt man ja gegenseitig etwas mit, dann hätte die Sitzung der Kinderkommission noch einen größeren Mehrwert. Ich unterbreche die Sitzung jetzt für eine kurze Pause und danach stellen wir die Nichtöffentlichkeit für die weiteren Tagesordnungspunkte her.

Schluss der Sitzung: 17.30 Uhr

Norbert Müller, MdB
Vorsitzender