

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Ulla Jelpke, Christine Buchholz, Sevim Dağdelen, Nicole Gohlke, Annette Groth, Heike Hänsel, Dr. Rosemarie Hein, Inge Höger, Andrej Hunko, Katrin Kunert, Stefan Liebich, Dr. Alexander S. Neu, Dr. Petra Sitte, Frank Tempel, Kathrin Vogler, Jörn Wunderlich und der Fraktion DIE LINKE.

Adventure Camp der Bundeswehr

Vom 14. bis 18. Februar 2014 veranstaltet die Bundeswehr ein so genanntes Adventure Camp auf einer Berghütte der Bundeswehr in den Chiemgauer Alpen. Der Kreis der Teilnehmerinnen und Teilnehmer beschränkt sich auf 16- bis 19-jährige, mithin also auf Personen, die potenziell für eine zeitnahe Rekrutierung zum Dienst als freiwillig Wehrdienstleistende bzw. Zeitsoldaten infrage kommen. „Natürlich gibt es aber auch viele Informationen zur Bundeswehr, zu den Gebirgsjägern und zum Soldatenberuf“, heißt es auf der Homepage des Campus (www.bw-adventure-camps.de/infos).

Die Bewerbung dieses Camps verspricht Spaß und Sport. So heißt es auf der entsprechenden Homepage der Bundeswehr: „Liebst du die Herausforderung? Willst du zeigen, was in dir steckt? Bist du ein Team-Player? [...] Hoch in den Chiemgauer Alpen dreht sich alles um Klettern, Bergsteigen und Wintersport. Im Team sollt ihr Aufgaben lösen und eure Fitness unter Beweis stellen.“

Die Fragestellerinnen und Fragesteller halten ein solches „jugendgerechtes“ Marketing in Zusammenhang mit der Werbung für die Bundeswehr, bei der es letztlich um die Vorbereitung auf Auslandseinsätze mit dem Risiko, dort zu töten bzw. getötet, verletzt oder traumatisiert zu werden, für unangemessen. Zwar heißt es auf der Homepage auch, es sei „erwünscht“, kritische Fragen beispielsweise zu den Auslandseinsätzen zu stellen, im Vordergrund steht aber klar die Bewerbung eines „Trainingscamps“: „Ich fahre gerne Ski und Snowboard und bin schon gespannt auf den Wettkampf im Schnee“, wird die Teilnehmerin eines Vorabtreffens zitiert (www.treff.bundeswehr.de).

Das Camp wird auch von der Jugendzeitschrift „BRAVO“ beworben, die auf ihrer Internetpräsenz einen „Test“ bereithält, ob man für das Camp „fit“ sei (www.bravosport.de/specials/bw-adventure-camps/test-bist-du-fit-fuer-die-bw-adventure-camps). Bemerkenswert an diesem Test ist, dass das Testergebnis – selbst bei null Punkten gleich absoluter Unsportlichkeit – die Aufforderung enthält: „Bewirb dich jetzt“.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Wie viele Jugendliche haben sich zur Teilnahme am Adventure Camp beworben?
2. Wie viele Jugendliche wurden aus dieser Menge heraus zur Teilnahme eingeladen, und nach welchen Kriterien erfolgte die Auswahl (bitte nach Geschlecht und Alter detailliert angeben)?

Wer hat die Auswahl konkret vorgenommen?

3. Wie war die Zusammenarbeit mit der Jugendzeitschrift „BRAVO“ ausgelegt, und worin bestand sie im Einzelnen?
 - a) Inwiefern war die Bundeswehr an der Konzeption des beschriebenen „Fitnessstests“ auf der Homepage der Jugendzeitschrift „BRAVO“ beteiligt?
 - b) Hält es die Bundesregierung für angemessen, einen solchen „Test“ zu veranstalten, der ohnehin alle teilnehmenden Jugendlichen ungeachtet ihrer Selbstangaben zu ihrer sportlichen Leistungsfähigkeit auffordert, sich zu bewerben?
4. Welche Kosten waren mit Bewerbung, Vorbereitung und Durchführung des Adventure Camps verbunden (bitte detailliert angeben)?
5. Welche Kooperationspartner und Unternehmen waren bzw. sind mit jeweils welchen Beiträgen mit dem Adventure Camp befasst, und welche Kosten waren damit für den Bund jeweils verbunden?
6. Welche Maßnahmen hat die Bundeswehr getroffen, um es den Jugendlichen zu ermöglichen, wie auf www.treff.bundeswehr.de angekündigt, sich „ein eigenes und ausgewogenes Bild über die Bundeswehr“ zu machen, und ist die Annahme der Fragestellerinnen und Fragesteller richtig, dass dazu nicht die Einladung externer, etwa aus der Friedensbewegung kommender Personen gehört, sondern eine Unterrichtung über die Bundeswehr ausschließlich durch Soldatinnen und Soldaten erfolgte?
 - a) Wie viele Soldatinnen und Soldaten waren bzw. werden insgesamt bzw. sind in der Vorbereitung und Durchführung des Adventure Camps einbezogen?
 - b) Ist die Bundesregierung der Auffassung, die Jugendlichen könnten sich ein „ausgewogenes Bild über die Bundeswehr“ machen, wenn die Information ausschließlich durch Bundeswehrangehörige erfolgt?
 - c) Wie viele Soldatinnen und Soldaten waren bzw. sind speziell dafür vorgesehen, „offen und ehrlich ihre persönlichen Erfahrungen“ mitzuteilen, und nach welchen Kriterien wurden diese Soldatinnen und Soldaten ausgewählt (bitte jeweils Dienstgrad, Alter und Geschlecht angeben)?
 - d) Wie viele dieser Soldatinnen und Soldaten
 - waren in der Vergangenheit bzw. sind gegenwärtig Jugendoffiziere oder Karriereberater,
 - haben Kurse bei der Akademie für Information und Kommunikation besucht,
 - verfügen über eigene Erfahrungen im Auslandseinsatz?
7. Welchen inhaltlichen und zeitlichen Stellenwert nimmt die Werbung für den „Arbeitgeber“ Bundeswehr beim Adventure Camp ein, und in welcher Form erfolgt sie (etwa Vorträge, Seminare usw.)?
8. Welche Informationen über die gastgebende Truppe, in diesem Fall die Gebirgsjäger, wird den Jugendlichen vermittelt, und inwiefern gehört hierzu auch die Darstellung der Verbrechen, die die Gebirgstruppe während des Zweiten Weltkrieges begangen hatte, und die Traditionspolitik der Gebirgsjäger nach dem Zweiten Weltkrieg?
9. Nach welchen Kriterien wurden die 13 Teilnehmerinnen und Teilnehmer des „Trainingscamps“ am 11. und 12. Januar 2014 in Bad Reichenhall ausgewählt?

Falls es weitere solcher Trainingscamps gegeben hat, wie viele Jugendliche haben sich daran jeweils beteiligt?

Berlin, den 30. Januar 2014

Dr. Gregor Gysi und Fraktion