

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Ulla Jelpke, Dr. André Hahn, Katrin Kunert, Frank Tempel, Wolfgang Gehrcke, Sevim Dağdelen, Inge Höger, Andrej Hunko, Kerstin Kassner, Niema Movassat, Dr. Alexander S. Neu, Kersten Steinke, Kathrin Vogler und der Fraktion DIE LINKE.

Kooperationen der Bundeswehr mit Sportvereinen und Militärwerbung im Sportbereich

Durch Personalwerbung im Sportbereich verspricht sich die Bundeswehr die Aufmerksamkeit eines sportaffinen Publikums. Dabei stehen sowohl junge Frauen und Männer zwischen 17 und 35 als auch ältere Erwachsene im Fokus, wobei Letztere als Multiplikatoren wirken (vgl. Bundestagsdrucksache 18/5942).

Im Jahr 2013 hat die Bundeswehr mit 44 Sportvereinen Kooperationsabkommen unterhalten, bei denen es um Werbung für die Bundeswehr ging, in Form von Bandenwerbung, Werbebannern, Anzeigen in Vereinszeitschriften, auf T-Shirts usw. Im Jahr 2014 waren es 57 Vereine. Die Ausgaben für diese Kooperationen stiegen von 453 000 Euro im Jahr 2013 auf 559 000 Euro im Jahr 2014 (vgl. Bundestagsdrucksache 18/5942).

Die Bundeswehr beteiligte sich auch an Sportveranstaltungen, die von dritter Seite organisiert wurden; im Jahr 2014 waren das 33 Sportfeste, Spieltage usw. Schließlich veranstaltet die Bundeswehr auch selbst Sportevents, um Jugendliche für eine Verpflichtung beim Militär zu gewinnen.

Die Kommunikationsstrategie der Bundeswehr stellt dabei der Bundesregierung zufolge darauf ab, Fähigkeiten und Eigenschaften, „die sowohl im Sport als auch bei einer Tätigkeit in der Bundeswehr als Voraussetzungen gelten“, zu betonen.

Eine neue Qualität ist die im Juli 2016 gestartete Kampagne Olympia 2016 „Offizielle Ausbilder von Vorbildern“, in der die Bundeswehr unter dem Motto „Mach, was wirklich zählt“ die „Erfolge der Spitzensportlerinnen und Spitzensportler nutzen (will), um die Bundeswehr weiterhin als sinnstiftenden und qualifizierten Arbeitgeber zu positionieren“ (siehe den Brief der Bundesministerin der Verteidigung, Dr. Ursula von der Leyen, an alle Abgeordneten des Deutschen Bundestages vom 11. Juli 2016).

Aus Sicht der Fragesteller kritisierte völlig zu Recht der Friedensbeauftragte des Rates der Evangelischen Kirche, Renke Brahm, die Bundeswehrkampagne zu Olympia: „Olympische Spiele seien eng verbunden mit der Idee des Friedens, der Völkerverständigung und der Gewaltfreiheit. Doch die Bundeswehr muss im Falle eines Einsatzes die Gewalt gerade mitbedenken und mitplanen.“ Die Kampagne werfe viele Fragen auf, sagte Renke Brahm am 18. August 2016 in Bonn (siehe www.evangelisch.de). „Um welche Vorbilder geht es hier? Werden hier die Risiken eines Soldatenberufs nicht verschleiert?“ Und er verwies auf die

Grundidee von Pierre de Coubertin, der Ende des 20. Jahrhunderts für die Wiederbelebung der Olympischen Spiele eintrat, um den Wettkampf nicht auf dem Schlachtfeld sondern im fairen sportlichen Wettbewerb auszutragen.

„Die Kampagne verschweigt dabei den militärischen Charakter der Bundeswehr: Gefährliche Auslandseinsätze wie die in Afghanistan, Mali oder am Horn von Afrika werden nicht thematisiert. Das Risiko, körperliche oder seelische Schäden beim Dienst davonzutragen, wird verschwiegen“, kritisiert auch die Deutsche Friedensgesellschaft – Vereinigte KriegsdienstgegnerInnen (DFG-VK, siehe www.militaerfestspiele.de). Auch der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) spricht sich in seiner Satzung gegen „jede Form von Gewalt“ aus, was im Widerspruch zu dieser Kampagne steht.

Wir fragen die Bundesregierung:

1. Welche allgemeine Einschätzung hat die Bundesregierung zum Stellenwert der Kooperationen zwischen Bundeswehr und Sportvereinen und der diesbezüglichen Entwicklung in den letzten zwölf Monaten?
2. Was sind die wesentlichen Inhalte der von der Bundesregierung auf Bundestagsdrucksache 18/5942 angekündigten Neukonzeption zu Sportkooperationen?
 - a) Worin liegen die wesentlichen Unterschiede zu vorangegangenen Konzeptionen?
 - b) Inwiefern ist aufgrund der Neukonzeption mit neuen Werbe- oder Veranstaltungsformationen zu rechnen?
 - c) Wird die Neukonzeption bereits umgesetzt (bitte ggf. nähere Angaben machen), und wenn nein, ab wann soll sie umgesetzt werden?
 - d) Ist die Bundesregierung bereit, dem Deutschen Bundestag die Neukonzeption in vollem Wortlaut zukommen zu lassen, oder ist diese bereits veröffentlicht (bitte ggf. Fundstelle angeben)?
3. Mit welchen Sportvereinen hat die Bundeswehr im Jahr 2015 Kooperationsvereinbarungen unterhalten?
 - a) Welche Kosten waren damit jeweils verbunden, und wie gliedern sich diese im Wesentlichen auf?
 - b) Welcher Leistungskatalog war dabei jeweils vereinbart (bitte vollständig wiedergeben)?
 - c) Über welche Laufzeit erstrecken sich die Vereinbarungen jeweils?
 - d) Welche Titelbezeichnungen hat sich die Bundeswehr dabei erworben (wie etwa „Sponsor“, „Partner“, „Supplier“, „Förderer“ usw.)?
 - e) Welche allfälligen Nebenabreden wurden dabei getroffen?
4. Mit welchen Sportvereinen hat die Bundeswehr für das Jahr 2016 und später Kooperationen vereinbart (bitte nach dem Schema von Frage 2 beantworten)?
5. Wie erklärt die Bundesregierung, dass die Angaben zum Inhalt und den Kostenvereinbarungen solcher Kooperationen in der Antwort der Bundesregierung auf eine entsprechende Kleine Anfrage der Fraktion DIE LINKE. zu den Jahren 2013 und 2014 (Bundestagsdrucksache 18/2325) noch vorbehaltlos erteilt wurden, aber auf Bundestagsdrucksache 18/5942 aufgrund einer „vertraglich vereinbarten Vertraulichkeit“ als „VS-NfD“ eingestuft worden sind?
 - a) Warum wurden diese Angaben im vorigen Jahr als „VS-NfD“ eingestuft?

- b) Ging die Anregung, Vertraulichkeit zu vereinbaren, von der Bundesregierung bzw. der Bundeswehr oder von Seiten der Sportvereine aus, und wenn letzteres, von welchen Sportvereinen konkret, und wie wurde dieser Wunsch begründet?
- c) Wurde von Seiten der Sportvereine (welcher) oder der Bundeswehr befürchtet, dass ein Bekanntwerden des Inhalts der Kooperationsvereinbarungen den Sportvereinen schaden könnte, und wenn ja, inwiefern und aufgrund welcher konkreter Erfahrungen?
6. Welche Gewichtung hat bei der Konzeptionierung der Kooperationsverträge die Ansprache der primären und der sekundären Zielgruppen?
7. An welchen Veranstaltungen Dritter mit sportlichem Bezug hat sich die Bundeswehr im Jahr 2015 sowie bislang im Jahr 2016 im Rahmen der Personalwerbung und Öffentlichkeitsarbeit (bitte differenzieren) beteiligt, und an welchen ist die Beteiligung in diesem Jahr vorgesehen?
 - a) Welcher Art war bzw. wird diese Beteiligung jeweils?
 - b) Welche Kosten sind damit jeweils verbunden, und wie gliedern sich diese im Wesentlichen auf?
 - c) Wie viele Personen wurden dabei jeweils erreicht bzw. mit wie vielen erreichten Personen rechnet die Bundesregierung?
8. Welche eigenen Veranstaltungen hat die Bundeswehr im Sportbereich im Jahr 2015 sowie bislang im Jahr 2016 unternommen, und welche sind für dieses Jahr noch geplant?
 - a) Welche Kosten waren/sind jeweils damit verbunden, und wie gliedern sich diese im Wesentlichen auf?
 - b) Welche Sportvereine haben sich daran beteiligt bzw. sind eingeplant?
 - c) Wie viele Jugendliche (soweit möglich, bitte ungefähre Altersgruppen angeben) wurden als Teilnehmer gezählt bzw. werden erwartet?
 - d) Wie viele Personen (soweit möglich, bitte nach Altersgruppen aufteilen) wurden/werden im Zusammenhang mit den Veranstaltungen (voraussichtlich) jeweils erreicht (durch Bewerbung, Onlinekontakte)?
9. Welche Kosten waren insbesondere mit dem Bundeswehr-Karriere-Cup verbunden, und wie haben sich diese im Wesentlichen aufgegliedert?
 - a) Welche Sportvereine haben sich daran beteiligt?
 - b) Welche Funktion im Rahmen der Personalwerbung oder Öffentlichkeitsarbeit hatte die Veranstaltung, und inwiefern (bitte Kriterien und ggf. konkrete Zahlen angeben) ist diese aus Sicht der Bundesregierung erfüllt worden?
10. Wie viele Personen haben im Jahr 2015 insgesamt in die Speicherung ihrer Interessentendaten bei der Bundeswehr eingewilligt, und wie viele von diesen haben anlässlich von Maßnahmen im Sportbereich eingewilligt?
11. Welche Aktivitäten und Maßnahmen gibt es im Rahmen der Bundeswehrkampagne Olympia 2016 (bitte die einzelnen Maßnahmen mit den jeweiligen Kosten nennen)?
12. Hat die Bundesregierung die Bundeswehrkampagne zu Olympia 2016 mit dem Präsidium sowie den Athletensprechern des DOSB abgestimmt, und inwieweit spielte dabei der Widerspruch zur Satzung des DOSB eine Rolle?
13. Inwieweit teilt die Bundesregierung die Kritik des EKD-Friedensbeauftragten Renke Brahms zu dieser Kampagne?

14. Sind die Sportsoldatinnen und Sportsoldaten verpflichtet, diese Kampagne aktiv zu unterstützen (Einsatz für Autogrammstunden, Gewinnspiele usw.), oder inwieweit erfolgen solche Einsätze auf freiwilliger Basis (bitte darstellen, in welchem Umfang es bislang zu solchen Unterstützungseinsätzen gekommen ist)?
15. Inwieweit wird diese Kampagne auch mit den Paralympischen Spielen verbunden?
16. Setzt die Bundeswehr auch bei ihr beschäftigte Sportlerinnen und Sportler mit Behinderungen, insbesondere Sportlerinnen und Sportler, die ihre Behinderung durch den Einsatz in Kriegseinsätzen erwarben, in ihrer Arbeitgeber-Werbekampagne ein?

Wenn nein, warum nicht?

Berlin, den 23. August 2016

Dr. Sahra Wagenknecht, Dr. Dietmar Bartsch und Fraktion