

Soldaten im Klassenzimmer?!

Über die Militarisierung des Bildungswesens

Folienvortrag von Lena Sachs

in Arbeitsgruppe 2 „Militarisierung von Bildung und Forschung. Wie erreicht das Militär Universitäten und Schulen? Militärische Forschung an Hochschulen und Bundeswehr an Schulen“

10. Strategiekonferenz der Kooperation für den Frieden am 22./23. Februar 2013 in Stuttgart

The logo is a yellow rectangle with a subtle geometric pattern. It contains the text 'Strategien für Deutschland eine nachhaltige im Krieg Friedenspolitik' in a sans-serif font. The words 'Strategien für', 'eine nachhaltige', and 'Friedenspolitik' are in red, while 'Deutschland' and 'im Krieg' are in black.

Strategien für
Deutschland
eine nachhaltige
im Krieg
Friedenspolitik

Hintergrund

- „Transformation“ der Bundeswehr von einer Verteidigungsarmee zu Interventionsarmee
→ Legitimationsbedarf
- Nachwuchsprobleme (Aussetzung der Wehrpflicht)
- Fachkräftemangel
→ Rekrutierungsbedarf

Kosten für Nachwuchswerbung



* veranschlagt

** Entsprechend dem Gesetzentwurf der Bundesregierung für den Haushalt 2012. Die deutliche Steigerung der Mittel wird folgendermaßen begründet: „Mehr wegen Intensivierung von Werbemaßnahmen nach Aussetzung der Pflicht zur Ableistung des Grundwehrdienstes“

In den letzten Jahren steigen die Kosten für die Nachwuchswerbung massiv. Der Posten „Nachwuchswerbung“ in den Haushaltsplänen des Bundes erfasst jedoch lange nicht alle Mittel, die für die Anwerbung von Jugendlichen ausgegeben werden. Die Gehälter für Jugendoffiziere, ihre Reisekosten etc. sind in diesem Posten beispielsweise nicht enthalten.

Ablehnung des Afghanistan-Einsatzes



Die aufgeführten Umfragen stammen von unterschiedlichen Meinungsforschungsinstituten. Dies bedeutet, dass die Fragen unterschiedliche sind. Dennoch zeigen sie, dass die Ablehnung zunimmt und seit einigen Jahren die Mehrheit der Deutschen den Einsatz ablehnt.

Quelle: Informationsstelle Militarisierung Tübingen

http://imi-online.de/download/factSheetSchuleBW2011_web.pdf

„Der Karrieretreff“

Auf Messen

Tage der offenen Kasernenür

[ohne die Bild-Dokumente]

Die „Öffentlichkeitsarbeit“ der Bundeswehr

- WehrdienstberaterInnen



Werbung für die Bundeswehr zur Nachwuchsgewinnung

- Jugendoffiziere

„ExpertInnen der politischen Bildung“



Geschichte der Zusammenarbeit

- 1958 Dienstantritt der ersten 17 Jugendoffiziere
- 1959 Sitzung KMK und JgdOffz
- 1961 Verbot der Nachwuchswerbung von JgdOffz

Bis heute Intensivierung der Zusammenarbeit

Kooperationsvereinbarungen

Seit 2008

- Nordrhein-Westfalen (CDU/FDP) (überarbeitet)
- Saarland (CDU) (überarbeitet)
- Baden-Württemberg (CDU/FDP)
- Rheinlandpfalz (SPD)
- Bayern (CSU/FDP)
- Mecklenburg-Vorpommern (SPD/CDU)
- Hessen (CDU/FDP)
- Sachsen (CDU/FDP)



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR KULTUS, JUGEND UND SPORT



Kooperationsvereinbarung

zwischen dem

**Ministerium
für Kultus, Jugend und Sport
des Landes Baden-Württemberg**

und dem

**Wehrbereichskommando IV
- Süddeutschland -
der Bundeswehr**

Die Kooperationsvereinbarungen

→ Intensivierung der Kooperation durch:

- Mehr Jugendoffiziere in Schulen
- Einbindung der JgdOffz in Aus- und Fortbildung von ReferendarInnen und Lehrkräften
- Verbreitung der Angebote der JgdOffz durch Medien des Ministeriums
- Verfassung eines jährlichen Berichts

Die Kooperationsvereinbarungen

- Rechtlich nicht bindend
- Verantwortung liegt bei Lehrkräften
- Dient JgdOffz als Türöffner in die Schulen
- Angebot lässt sich unter die Lehrenden streuen

Zusammenarbeit in der Praxis

Angebote der Bundeswehr im Bereich politische Bildung:

- Vorträge als Unterrichtseinheit
- Schulklassenbesuche „bei der Truppe“
„Tag der Schulen“
- Diskussionsveranstaltungen
- Seminare und Seminarfahrten
- Planspiel POL&IS
- In der LehrerInnen Fort- und Weiterbildung
- Herausgabe von Unterrichtsmaterialien

Einsätze der Jugendoffiziere

Bundesweit 2012

175.447 Teilnehmer_innen erreicht
(2011: 156.805)

Zielgruppen	Teilnehmer
Hauptschule	9.104
Realschule	35.794
Gymn. Sek. Stufe I	17.378
Gymn. Sek. Stufe II	57.335
Berufsb. Schulen	17.898
Universitäten	3.916
Sonst. Schulen	2.335
insges. Schüler/ Studenten	143.760

Einsätze der „Karriereberater“

2012 an Schulen

Informationsvorträge 2012	Schulform / Art	Jugendliche (ca.)	Lehrkräfte (ca.)
	Hauptschule	69.240	3.760
	Realschule		
	Gymnasium	44.160	4.780
	Berufsbildende Schulen	74.870	6.800
	Multiplikatorenvorträge	0	9.970
	Summe	188.270	25.310

2012 insgesamt

Zielgruppe	Erreichte Personen (ca.)
Jugendliche	254.600
Lehrkräfte	25.310
Multiplikatoren	81.380
Summe	361.290

Banale Militarisierung des Bildungswesens

- **WehrdienstberaterInnen** werben intensiv um eine „Karriere“ bei der Bundeswehr
 - SoldatIn wird als „ganz normaler Beruf“ präsentiert
 - Risiken werden kaum erwähnt
 - **Jugendoffiziere** stellen die Sichtweisen des Verteidigungsministeriums dar
 - Werben um Akzeptanz für militärische Einsätze und Sympathie für die Bundeswehr
- **Normalisierung der Präsenz der Bundeswehr im öffentlichen Raum und in Bildungseinrichtungen**
- **Bundeswehr als selbstverständlicher Akteur im zivilen Alltag**

Wie geht's weiter?

- Heute Nachmittag Workshop bei Klaus Pfisterer zu aktuellen Entwicklungen
- **Bundesweites Aktionswochen
Vernetzungs- & Vorbereitungstreffen
24.03. in Kassel**
- **Dezentraler Aktionstag: 14.06.2013**