

# J-8

**Titel** Weg mit der Wehr-bung. Gegen die Rekrutierung von Minderjährigen für die Bundeswehr

**AntragstellerInnen** Heidelberg

**Zur Weiterleitung an** Juso-Bundeskongress

angenommen  mit Änderungen angenommen  abgelehnt

---

- 1 Keine Kindersoldat\*innen in der Bundeswehr
- 2 Wir begrüßen, dass sich die SPD gegen die Rekrutierung von Minderjährigen für die Bundeswehr einsetzt. Ein  
3 Verbot dieser Rekrutierung ist jedoch endlich umzusetzen. Besonders wichtig ist das in Anbetracht der stei-  
4 genden Zahlen minderjähriger Soldatinnen und Soldaten. Laut dem Verteidigungsministerium betrug die Zahl  
5 der Soldat\*innen, die bei Dienstantritt unter 18 Jahren alt waren, im Januar 2018 2128 – die Zahl hat sich seit  
6 2011 verdreifacht. Davon sind 90 Soldat\*innen auch nach Vollendung der Probezeit noch minderjährig. Zwar  
7 dürfen diese Jugendlichen nicht im Ausland eingesetzt werden, sie durchlaufen aber zumindest die normale  
8 militärische Ausbildung. Dies ist mit Blick auf die UN-Kinderrechte zu kritisieren. So verbietet Paragraph 38 der  
9 UN-Kinderrechtskonventionen, den Kriegseinsatz von Kindern unter 15 Jahren. Alle Kinder zwischen 15 und 18  
10 Jahren sollen außerdem nachrangig zu Streitkräften ausgebildet werden, hier sollen Erwachsene vorgezogen  
11 werden. Durch die Ausbildung von Kindersoldat\*innen in Deutschland wird § 38 (3) jedoch grundlos missach-  
12 tet. Ein Mangel an erwachsenen Soldat\*innen herrscht in Anbetracht der Kriege, an denen Deutschland zur  
13 Zeit beteiligt ist, nicht. Kinder gehören in Schule und Ausbildung und nicht an die Waffe!
- 14 Zudem herrscht innerhalb der Bundeswehr teilweise eine Haltung, die der Entwicklung von jungen Menschen  
15 zu selbstbestimmten, demokratisch gesinnten Erwachsenen im Weg steht. Beispiele dafür sind der Zwang zu  
16 Uniformität und Disziplin, entwürdigende Aufnahme-rituale und sexistisches Verhalten (z.B. Kaserne Pfullen-  
17 dorf, Gebirgsjäger Bad Reichenhall) sowie rechtsextreme Tendenzen wie das Zeigen von Hitlergrüßen (z.B.  
18 KSK-Einheit, Fall Franco A.). Gerade im Verlauf der letzten Jahre hat dieses antidemokratisch-antifreiheitliche  
19 Gedankengut öffentlichwirksam zugenommen. Die freie Entfaltung (UN-Kinderrechtskonvention § 23) der Kin-  
20 der kann so nicht gewährleistet werden. Die Bundeswehr ist kein wertneutraler und offen- demokratischer  
21 Raum, in dem sich Kinder frei bewegen können und sollen.
- 22 Soldat\*in ist kein normaler Beruf. Kein Werben fürs Sterben!
- 23 Das Berufsbild Soldat\*in ist kein normaler Beruf, sondern beinhaltet eine militärische Ausbildung, im Kern also  
24 das Erlernen des Umgangs mit der Waffe und in letzter Konsequenz das Erlernen des Tötens von Menschen.  
25 Auch wenn nicht jede\*r Soldat\*in persönlich in den Krieg ziehen oder Menschen töten wird, trägt die Bundes-  
26 wehr in Arbeitsteilung zu Waffengewalt, Krieg und zivilen Opfern bei. Weiterhin ist das Berufsbild Soldat\*in  
27 wie kaum ein anderer Beruf extrem von Hierarchie, sowie Befehl und Gehorsam geprägt.
- 28 Werbung für die Bundeswehr verharmlost jedoch den Beruf und verschleiert den Kern der Tätigkeit des\*r  
29 Berufssoldats\*in. Ein umfassendes Bild des Berufs wird nicht dargestellt und negative Aspekte bewusst ge-  
30 schönt. Dies bezieht sich einerseits auf den Einsatz von Waffengewalt und in letzter Konsequenz auf den ei-  
31 genen Tod oder den Tod anderer. Aber auch die psychischen Auswirkungen von Auslandseinsätzen, wie jah-  
32 relange Traumata, werden in der Werbung nicht thematisiert. Stattdessen werden z.B. in den vergangenen  
33 YouTube-Serien „Die Rekruten“ oder „Mission Mali“ die militärische Ausbildung attraktiv und speziell auf Ju-  
34 gendliche zugeschnitten in Szene gesetzt. Dies erschwert einen differenzierten Umgang mit den Risiken und  
35 moralischen Implikationen der Bundeswehr. Eine kritische Auseinandersetzung damit ist aber gerade bei jun-  
36 gen Menschen und Minderjährigen enorm wichtig. Soldat\*in zu sein ist kein Beruf wie jeder andere und darf  
37 deswegen nicht durch Werbung auf der Straße oder in sozialen Netzwerken normalisiert werden.

38 Werbung dient allerdings nicht nur der Verschleierung des Kerns einer militärischen Ausbildung, sondern trägt  
39 auch zur Militarisierung des öffentlichen Raums bei. Die Großflächenplakatwerbung der letzten Monate tragen  
40 das positive Image von Krieg und Militär in die Gesellschaft und konfrontieren auch Kinder mit einer undiffe-  
41 renzierten, rein positiven Darstellung von Krieg und Bundeswehr. Wir sprechen uns klar gegen eine Militarisie-  
42 rung des öffentlichen Raums aus und fordern daher ein Verbot von Werbung für die Bundeswehr in jeglicher  
43 Form. Denn: Krieg ist kein Normalzustand und darf auch im öffentlichen Raum nicht positiv dargestellt wer-  
44 den.

45 Bundeswehr raus aus den Schulen

46 Wir sprechen uns gegen Bundeswehrkampagnen an Schulen, dem öffentlichen Raum und auf Ausbildungsmessen aus. Der Besuch von Soldatinnen und Soldaten an Schulen zum Zweck der Rekrutierung oder der Be-  
47 such von Schulklassen an Standorten der Bundeswehr im Rahmen der Berufsorientierung soll daher verboten  
48 werden. Gleiches gilt für Reisen, Veranstaltungen und sonstige von der Bundeswehr finanzierte Formate, da  
49 diese eine unzulässige Einflussnahme darstellen. Werden Beschäftigte der Bundeswehr in anderem Rahmen an  
50 Schulen eingeladen, zum Beispiel zur politischen oder geschichtlichen Bildung, muss eine ausgewogene und  
51 neutrale Darstellung der Sichtweise, wie im Beutelsbacher Konsens vorgesehen, gewährleistet werden. Dies  
52 kann durch das Einladen zivilgesellschaftlicher/militarismuskritischer Verbände gewährleistet werden.  
53

54 Auf Ausbildungsmessen steht die Bundeswehr bspw. auf einem extra Parkplatz, oft vor der Messehalle. Bei  
55 öffentlichen Veranstaltungen bekommt die Bundeswehr einen exponierten Platz zugewiesen. Die zusätzliche  
56 Aufmerksamkeit und den geringeren logistischen Mehraufwand im Gegensatz zu den Messeständen tatsäch-  
57 licher Ausbildungsberufen ist falsch. Häufig reisen sie mit einem Bus an, in dem Fernseher und Simulations-  
58 möglichkeiten vorhanden sind. Mit dieser Werbung können zivilgesellschaftliche Ausbilder aus Kosten- und  
59 Personalgründen nicht mithalten.

60 Wir fordern deshalb:

61 1. Das harte Verbot der Rekrutierung Minderjähriger in die Bundeswehr. Dies gilt sowohl für den freiwilligen  
62 Wehrdienst und Praktika, als auch die Ausbildung oder das Studium in den zu dem Dachverband gehörenden  
63 Institutionen (beispielsweise Bundeswehr-Universität Hamburg).

64 2. Ein Ende der einseitigen und kriegsverherrlichenden Werbung durch die Bundeswehr, insbesondere das  
65 Absetzen der Serien wie bspw. „Die Rekruten“ oder „Mission Mali“, und der Werbeplakate der Bundeswehr im  
66 öffentlichen Raum.

67 3. Die Bundeswehr soll in Schulen einen kritischen Diskurs erfahren. Werden Bundeswehr-Vertreter\*innen  
68 eingeladen, so ist darauf zu achten, dass auch Gegenpositionen im gleichen Umfang zur Geltung kommen  
69 können.

70 4. Jegliche finanzielle Einflussnahme auf schulische Veranstaltungen ist zu verbieten.

71 5. Auf Ausbildungsmessen darf die Bundeswehr nicht in dem bisherigen Maße auftreten. Ihr Stand muss sich  
72 wie alle anderen in der Messehalle befinden und darf die übliche Größe nicht übersteigen. Sie muss in einem  
73 gleichen Umfang ausgestattet sein wie die Stände ziviler Ausbildungsvertreter\*innen.

74 6. Bei öffentlichen Veranstaltungen bekommt die Bundeswehr einen Platz entsprechend aller anderen Veran-  
75 stalter. Sie muss im gleichen Maße ausgestattet sein.