

Kriegstüchtig ohne Krieg

„Explorers“, die neue Social-Media-Kampagne der Bundeswehr, soll junge Leute für den Dienst an der Waffe begeistern. Doch von den dunklen Seiten des Wehrdienstes ist in den Tiktok-Videos keine Rede. Auch in den Kommentarspalten gibt es Probleme

Von Martin Seng

Die Gesellschaft soll wieder wehrtüchtig werden. SPD-Verteidigungsminister Boris Pistorius stellt eine neue Wehrpflicht vor, FDP-„Eurofighterin“ Marie-Agnes Strack-Zimmermann fordert eine intensive Aufrüstung und der Rüstungskonzern Rheinmetall spielt nun auch im Fußball mit. Und damit nicht genug, denn die Bundeswehr spricht verstärkt die Jugend an. Dafür präsentiert sie sich als Spielplatz für Abenteuerlustige, als Erlebnis in der Natur und als Ort für Technikbegeisterte. In ihrer neuen Tiktok-Kampagne „Explorers – Roadtrip durch die Bundeswehr“ arbeitet sie gezielt mit Influencer:innen. Doch von Krieg und den Gefahren ist dort keine Rede.

In der analogen Welt liest man aktuell an vielen Bushaltestellen Fragen wie „Wie TikTakt die Bundeswehr?“ oder „Wie schmeckt die Bundeswehr?“ Daneben sieht man die Gesichter der „Explorers“-Kampagne: Selma ist für lustige Tiktok-Videos bekannt, die Österreicherin Tina Neumann hingegen gibt Schminktipp und zeigt sich gerne im Fitnessstudio. Der Kölner Koch Can Akpinar stellt die Arbeit in der Küche vor, und der bayrische Tizian Häger versucht sich als Komiker und Sportler. Zusammen mit der Bundeswehr machen die vier einen Roadtrip durch Deutschland und absolvieren an 18 Stützpunkten Challenges. Sie machen Liegestütze, entfachen ein Feuer, roben durch den Schlamm, schwimmen durch Flüsse und üben den Fallschirmsprung. Dabei fallen Sätze wie „Kameradschaft ist bei der Bundeswehr sehr wichtig“ und „Du musst keine Angst vor überhaupt nichts haben.“ Als erste Arbeitgeberkampagne der Bundeswehr werden auch Berufe wie Brückenbauer oder Mechaniker vorgestellt. Dafür wurde eigens der Tiktok-Ka-

nal @bundeswehrkarriere angelegt und die Videos werden auch auf Instagram und dem Youtube-Kanal „Bundeswehr Exclusive“ verbreitet. Das alles ist offensichtlich Werbung, modern und schnell inszeniert. In fünfminütigen oder kürzeren Videos lassen sich Inhalte nur beschränkt vermitteln und so bleibt die Kampagne oberflächlich und nur wenig informativ. Die Produktion übernimmt die Düsseldorfer Kreativagentur Castenow. „Explorers“ ist zwar die erste Arbeitgeberkampagne der Bundeswehr, doch nicht die erste Zusammenarbeit mit der Agentur. Das Budget für die Kampagne liegt laut Bundeswehrinformationen bei sechs Millionen Euro, bezahlt aus den Haushaltsmitteln für das Bundesministerium der Verteidi-

gung. Eine enorme Summe für einen Roadtrip. Dabei variiert die Resonanz der Tiktok-Videos stark. Während einzelne Videos knapp fünf Millionen Aufrufe haben, schaffen andere nicht einmal 5.000. Eine Sprecherin des Verteidigungsministeriums sagte auf Anfrage der taz, dass die Bundeswehr „bisher sehr zufrieden“ mit der Kampagne sei. „Die Community beteiligt sich nicht nur sehr rege an den täglichen Erlebnissen und Einblicken der Creator und Creatorinnen in die Bundeswehr, sondern nutzt auch aktiv Mit-mach-Optionen wie Votings und Livevents.“ Nicht nur das Publikum beteiligt sich aktiv an der Kampagne, auch die Moderation der Bundeswehr ist äußerst schnell. Sie reagiert auf Fragen und leitet

direkt zu Infoseiten weiter. „Ruf gerne mal direkt unsere Karriereberatung an, die können dir alle deine Fragen beantworten“, kommentiert die Bundeswehr unter einem Video. Auf den Kommentar „Irgendwann will

Es fehlt nur noch, dass das Formular für den Dienstantritt zum Ausfüllen gleich mitgeschickt wird

ich auch zur Bundeswehr“ antwortet sie mit „Mega, wie lang hast du noch bis zu deinem Abschluss?“ Es fehlt nur noch, dass das Formular für den Dienstantritt gleich mitgeschickt wird. Häufig reagiert die Moderation

auch nur mit einem Smiley oder einer Nachfrage. Aber nicht jede dieser Interaktionen ist harmlos. So diskutiert die Bundeswehr auch mit dem User „realgermanpatriot“ über U-Boote. Schaut man auf dessen Profil, stößt man bereits im ersten Video auf einen Totenschädel der SS-Totenkopf-Division; das Zeichen der Divisionen, die die Vernichtungslager maßgeblich betrieben. In einem anderen Video fordert der User deutsche Kolonien zurück. Bis man diese Inhalte findet, sind es lediglich zwei simple Klicks. Die sind auch der Moderation der Bundeswehr zuzutrauen. „Uns ist die tägliche Betreuung des Communitymanagements sehr wichtig, um die Einhaltung der Netiquette für den Umgang miteinander auf unseren

Kanälen zu gewährleisten“, so die Sprecherin. Die Profile hinter den Beiträgen zu prüfen, gehört wohl nicht dazu. Zwar sind es Tausende Kommentare, doch wenn die Bundeswehr ihr Image reparieren will, muss sie diese Arbeit leisten.

Auch wird weder in den Kommentarspalten noch in den Videos von Krieg gesprochen. Wo sind die Geschosse und Explosionen, die einem um die Ohren fliegen? Wo sind die Eindrücke derer, die tatsächlich im Krieg sind oder waren? Oder diejenigen, die an PTBS und Verletzungen leiden? Wo sind die Gespräche mit Angehörigen von einem der 59 Bundeswehrosoldaten, die allein in Afghanistan starben? Oder die Einordnungen des Rechtsextremismus im Kommando Spezialkräfte? Darauf antwortet die Sprecherin: „Jede und jeder, die und der sich für die militärische Laufbahn der Bundeswehr entscheidet, weiß um die Gefahr, im Falle einer Landes- und Bündnisverteidigung oder einem Auslandseinsatz verwundet oder getötet zu werden“, und fügt hinzu: „Die Herausforderungen, Risiken und Gefahren des Soldatenberufs werden in den umfangreichen Beratungsgesprächen durch die Karriereberatungsbüros aufgezeigt.“

Doch vor jeder Beratung stellt „Explorers“ die Bundeswehr als Spielplatz dar und kommuniziert die tatsächlichen Gefahren nicht deutlich genug. In anderen Bundeswehrrisiken wie „Mali“ werden die Gefahren immerhin als solche präsentiert. Doch bei „Explorers“ ist Karriere das große Stichwort, das Voran- und Weiterkommen, der Weg nach oben. Eine mögliche Stufe auf dieser Karriereleiter ist das Töten anderer. Das Problem mit „Explorers“ ist nicht, dass die Bundeswehr Werbung macht, sondern vielmehr, wie sie es macht – aus sicherer Distanz.



Oberstabsgefreiter Taube mit VR-Brille – ober Ego-Shooter check? Foto: Martin Schutt/dpa/picture alliance

ARD 12.00 Tagesschau 12.10 Mittagmagazin 14.03 Der Winklerkönig 15.30 Sehnsucht nach Liebe 17.00 Tagesschau 17.15 Brisant 18.00 Gefragt – Gejagt 18.50 Morden im Norden: Abgetuht. D 2023 20.00 Tagesschau 20.15 Eingeschlossene Gesellschaft, Komödie, D 2022, 21.50 Tagesthemen 22.25 Mein Körper. Meine Wohlfühltemperatur – Hitze 23.10 Tatjana Nara und die Toten im Dschungel 23.45 Tagesschau 23.55 Tatort: Das kalte Haus. 1.30 Eingeschlossene Gesellschaft, Komödie, D 2022.

18.30 Exklusiv – Das Star-Magazin 18.45 RTL Aktuell 19.05 Alles was zählt 19.40 Gute Zeiten, schlechte Zeiten 20.15 Das RTL EM-Studio – Alle Spiele, Tore, Emotionen 21.00 Undercover Boss (3/4) 22.15 RTL Direkt 22.25 Undercover Boss (3/4) 23.15 Spiegel TV 0.00 RTL Nachtjournal 0.25 RTL Nachtjournal EM-Spezial 0.45 Alltagskämpfer – So tickt Deutschland! 1.30 Seitenwechsel – Die Welt mit anderen Augen sehen SAT.1 12.00 Auf Streife 13.00 Auf Streife – Die Spezialisten 15.00 Das Schnäppchen-Menü – Drei Gänge, fertig, los! 16.00 Drei Teiler für Lafer 17.00 Lebensretter hautnah 18.00 Notruf 19.00 Die Landarztpraxis 19.45 SAT.1 newstime 20.15 Der SAT.1 Discounter-Check! Aldi, Lidl, Penny & Co. 22.40 Einsatz mit Herz – Die Notfallhelden (4/4) 0.00 Der SAT.1 Discounter-Check! Aldi, Lidl, Penny & Co. Pro 7 12.10 Friends 13.45 Two and a Half Men 15.35 The Big Bang Theory 17.00 taff 18.00 ProSieben newstime 18.15 Die Simpsons 19.05 Galileo 20.15 Grey's Anatomy – Die jungen Ärzte 21.10 Seattle Firefighters – Die jungen Helden 22.10 9-1-1: Notruf L.A. 23.10 9-1-1: Lone Star 0.05 Grey's Anatomy – Die jungen Ärzte 1.00 Seattle Firefighters – Die jungen Helden

tagestipp Einer der besten Horrorfilme aller Zeiten. William Friedkins Klassiker von 1973 gilt als Begründer des Exorzismusgenres und ist auch nach fast 50 Jahren noch beeindruckend. Damals sollen verstörte Kinobesucher_innen in Ohnmacht gefallen sein, sich übergeben haben und zitternd das Kino verlassen haben. Anfänger! „Der Exorzist“, 23.25 Uhr, arte

ARTE 8.10 Stadt Land Kunst 9.00 „Die Wilden“ in den Menschenzoos 10.30 Wilde Wege (5+6) 12.05 Leben auf den Aran Islands 12.40 Stadt Land Kunst 14.15 Der Smaragdwald. Abenteuerfilm, GD 1985. 16.05 Im Dreck verreckt. Reithriller, FILMEX 1968. 17.55 Mit Kompass und Köpfchen auf hoher See 18.25 Phänomenale Natur 19.10 Arte Journal 20.15 Corti: Meine zwei Gesichter 21.45 French Connection. Polizeithriller, USA 1971. 23.25 Der Exorzist. Horrormovie, USA 1973. 1.25 Looking for Robert 2.40 Abenteuer Archäologie

0.00 75 Jahre BRSO: Mit Mariss Jansons im Musikverein Wien 1.30 Dahoam is Dahoam 2.00 Wir in Bayern SWR 18.00 SWR Aktuell Rheinland-Pfalz 18.15 SWR Landesschau Rheinland-Pfalz 19.30 SWR Aktuell Rheinland-Pfalz 20.00 Tagesschau 20.15 Lecker aufs Land – eine kulinarische Reise (1/6) 21.00 Mein leckerer Garten (3/6) 21.45 SWR Aktuell Rheinland-Pfalz 22.00 Sag die Wahrheit 22.30 Meister des Alltags 23.00 Quizduell – Olymp 23.50 strassens stars 0.20 Die Montagsmaler 1.05 Sag die Wahrheit 1.35 Meister des Alltags 2.05 Einfach schön! 2.25 Kaffee oder Tee HESSEN 18.00 Maintower – News & Boulevard 18.25 Brisant 18.45 Die Ratgeber 19.15 alle wetter 19.30 hessenschau 20.00 Tagesschau 20.15 Visite 21.00 Unser Baby – Alles wird anders (3/7) 21.30 hessenschau 21.45 Tatort: Land in dieser Zeit. D 2016 23.15 Verurteilt! Echte Kriminalfälle im Gespräch 0.00 Auf den Spuren der drei toten Babys (2/2) 0.45 Verliebt auf Island 21.00 Maintower – News & Boulevard 2.35 alle wetter 22.00 Verurteilt! Echte Kriminalfälle im Gespräch 3.35 Unser Baby – Alles wird anders (3/7)

2.10 Täter – Opfer – Polizei – Extra 2.35 Hauptstadtrevier: Hertrasschwinder. D 2012 MDR 18.10 Brisant 19.00 MDR Regional 19.30 MDR aktuell 19.50 Bwak (1/5) 20.15 Neues überm Gartenzaun (1-3) 23.00 Nord bei Nordwest 0.30 Keine Zeit für Träume 2.00 Charité (5+6) PHOENIX 13.30 phoenix plus 14.00 phoenix vor ort 14.15 Drei Blicke auf Deutschland – Was bedeutet die Staatsbürgerschaft? 14.30 Terrorgefahr in Deutschland – Die neue Strategie des IS 15.00 Die Euro-Neurage 15.05 Europas Neonazi-Netzwerke 15.45 Geschichte des Grundgesetzes 16.00 Im Griff der Upper Class – Wäre Großbritannien ohne Adiel und König besser dran? 16.45 Ein erschöpftes Land – Das Vereinigte Königreich wählt 17.30 phoenix der tag 18.00 Die Spur Propaganda-Angriff auf die EU – Wie Orban seine Ideologie verbreitet 18.30 Tierische Superbauten 20.00 Tagesschau 20.15 Legendäre Hotels. Geschichte, Glanz und Gloria. 21.00 Rheinhofel Dresden – Das Weiße Haus am Rhein 21.45 heute-journal 22.15 Deutschlands Schätze – Expedition in die Erdgeschichte (1-3) 23.00 Legendäre Hotels. Geschichte, Glanz und Gloria. 1.15 Rheinhofel Dresden – Das Weiße Haus am Rhein 2.00 Früher war der Urlaub sonniger – Eine Reise durch die Jahrzehnte



Foto: Hoyu Productions/ARTE

KI.KA 7.45 Sesamstraße 8.10 Zacki und die Zoobande 8.30 Der kleine Drache Kokoruss 9.00 Heidi 9.45 Die Schlümpfe 10.40 The Garfield Show 11.40 Vater hoch vier. Familienkomödie, DK 2005. Regie: Claus Bjerre. Mit Niels Olsen, Sids Mickelberg 13.05 Schau in meine Welt! 13.30 logol 13.40 Tiere bis unters Dach 14.10 Schloss Einstein 15.00 Find me in Paris – Tanz durch die Zeit 15.50 Wendy 16.30 Heye Lilli 17.00 Tashi 17.25 Yakari 17.50 Wir sind die Dorfbande 18.15 Die Biene Maja 18.50 Unser Sandmännchen 19.00 Sherazade – Geschichten aus 1001 Nacht 19.25 Wissen macht Ah! 19.50 logol 20.00 KIKA Live 20.10 Home Sweet Rome