

Wechselwirkungen und Verknüpfungen von Bundeswehr und Wirtschaft

Gliederung

- 1.) Ziele
 - a) aus Sicht der Bundeswehr
 - b) aus Sicht der Wirtschaft
- 2.) historischer Rückblick
- 3.) Celler Appell- aktuelles Beispiel für die Wechselwirkungen und Verknüpfungen von Bundeswehr-Wirtschaft-Politik-Banken
- 4.) ein weiteres Beispiel, für personifizierte Zusammenarbeit—die Deutsche Post
- 5.) ein Aktionsvorschlag

1.) Ziele

Das Wirtschaft und Bundeswehr zusammenhängen, sich wechselseitig bedingen und dabei jeder seine eigenen Ziele verfolgen, das sind keine neuen Erkenntnisse. Auch nicht, das sich diese Wechselwirkungen nicht erst seit gestern bewährt haben.

1a) aus Sicht der Bundeswehr

Zunächst zu den Zielstellungen der Bundeswehr.

Sie hat Planungssicherheit hinsichtlich kontinuierlichen Nachschubs sowohl fürs Kanonenfutter als auch für die Führung der Truppe. Bedienung der modernen Waffentechnik heutzutage setzt eine bestimmte Qualifizierung und natürlich eine entsprechende Einstellung voraus. Insbesondere in der Führungsebene macht das Sinn. Bei der Rückkehr ins Zivilleben und platziert in den entsprechenden Unternehmen garantiert man so ein ruhiges Hinterland, mit entsprechenden verlässlichen Personal. Ein weiteres Beispiel was insbesondere in der annektierten DDR zur Anwendung kommt, ist das sogenannte „Schaumburger Modell“. Auf der entsprechenden Homepage (<http://www.terrww.bundeswehr.de>) liest sich das so (auszugsweise): „Eine wichtige Säule der Nachwuchsgewinnung der Bundeswehr bilden bekanntlich die Kooperationsmodelle mit der Wirtschaft, wie beispielsweise das „Schaumburger Modell“, das im Jahre 1998 in den neuen Bundesländern Einzug hielt...Die Bundeswehr lässt somit einen Teil seines Unteroffiziersnachwuchses noch vor Beginn der Wehrdienstzeit in bestimmten zivilen Berufen ausbilden und beteiligt sich an den Ausbildungskosten mit monatlich 250,- Euro pro Ausbildungsplatz. Die angehenden Soldatinnen und Soldaten werden im Anschluss an ihre Ausbildung durch die Bundeswehr als Soldat auf Zeit übernommen und berufsnah eingesetzt. Berufsausbildung und Bundeswehrverwendung garantieren somit einen festen Arbeitsplatz zwischen sieben und fünfzehn Jahren. Pro Ausbildungsplatz stellt die Wehrbereichsverwaltung insgesamt etwa 10.000,- Euro zur Verfügung. Federführend ist das Zentrum für Nachwuchsgewinnung OST... Während der Ausbildungszeit bis zur Übernahme durch die Bundeswehr hält der zuständige Wehrdienstberater Kontakt zu dem Auszubildenden.“

1b) aus Sicht der Wirtschaft

Aus Sicht der Wirtschaft ist die Bundeswehr ein dankbarer Abnehmer und das in Größenordnungen, wo dauerhafter Profit garantiert ist. Es lohnt sich, wenn bspw. Daimler den Fuhrpark der Bundeswehr per Leasingvertrag betreut.

Auch bei der Weltraumtechnik wird das Ganze offensichtlich. Empfohlen sei sich durch <http://www.silicon.de> eine diese Fotogalerie zu klicken und anschließend den Artikel auf <http://www.bdli.de> zu lesen und das Ganze zu vertiefen

Zusammenfassend: Deutlich ist hoffentlich geworden, dass sich Bundeswehr und Wirtschaft sich gegenseitig brauchen und dass es sich für beide Seiten lohnt

2.) historischer Rückblick

An dieser Stelle ein kurzer geschichtlicher Rückblick: Bereits am Vorabend des I. Weltkriegs machte sich der damalige Reichstagsabgeordnete Karl

Liebkecht bei den Herrschenden und Militärs sehr „unbeliebt“: Er machte nämlich öffentlich, wie damals Krupp und das Militär sich Rüstungsaufträge verschafften. Das Brisante war, das damals Krupp auch Verträge mit dem damaligen so genannten Erbfeind Frankreich abgeschlossen hatten. Liegt auf der Hand das Krupp zu einen der Großverdiener des I. Weltkriegs war. Verdeutlichen sollen diese Verflechtungen nachfolgendes Zitat: „...Ich schlage vor, dass vor allem und sofort die Hauptvertreter der in betracht kommenden Industriezweige zu einer Besprechung eingeladen werden, wo ihnen der Ernst der Lage entwickelt und sie aufgefordert werden, umgehend bestimmte Vorschläge für die Steigerung der Fertigung und die dazu nötigen Maßnahmen zu machen. Ich bitte, mir von der Besprechung rechtzeitig Kenntnis zu geben, damit ich einen Vertreter entsenden kann... gezeichnet von Hindenburg, Chef des Generalstabes des Feldheeres an den Kriegsminister, 31.8.1916“ (S.323, Der deutsche Militarismus, 2 Bände, 1. Band, Deutscher Militärverlag, 1971, Peter Bachmann, Kurt Zeisler)

Wenn man sich vor Augen hält, dass „Krupp zum Beispiel verdiente während des Krieges 800 Millionen Mark, ebensoviel wie in 20 Vorkriegsjahren...“oder (S.324, Der deutsche Militarismus, 2 Bände, 1. Band, Deutscher Militärverlag, 1971, Peter Bachmann, Kurt Zeisler)

	1914/15 Reingewinn	1915/16 Reingewinn	1916/17 Reingewinn
Hoesch- AG	1,0 Mill. Mark	8,8	17,5
Mannesmann	8,1	16,9	24,7

Carl Zeiss Jena war im Übrigen genauso „schlau“.

Historische Tatsache ist auch, dass Krupp und Flick zu den Sponsoren von Hitlers NSDAP waren. Beim Nürnberger Kriegsverbrecherprozess wurde die Mitschuld der Wirtschaft durch die Verknüpfung mit den Militärs explizit als Kriegsverbrechen benannt.

Im DDR-FDJ-Studienjahr und Geschichtsunterricht sprachen wir vom MIK, dem Militärindustriellen Komplex, was die Verfilzung von Staat/Militär/Industrie/Banken ausdrückte. Heutzutage wird das in der BAKS –der Bundesakademie für Sicherheitspolitik-sichtbar.

3.) Celler Appell

Eben diese Bundesakademie für Sicherheitspolitik hat ihre Finger auch im so genannten Celler Appell drin. Diesen Celler Appell gibt es seit 2007.

Was das Ganze soll, hier im Original -Ton :“ Weltweite Sicherheit und Stabilität tragen eine positive Rendite für die Wirtschaft - in Form niedrigerer Kosten und Risikoprämien, besserer Investitionsbedingungen, höherer Erträge, und auch in Form freierer Märkte, auf die unser Land ganz besonders angewiesen ist. Sicherheit und Stabilität sind daher ein hohes Gut und ein wichtiger Wirtschaftsfaktor... Dieses Gut hat seinen Preis, und auch in Deutschland müssen Wirtschaft und Gesellschaft bereit sein, diesen Preis zu entrichten und einen unserer Wirtschaftskraft entsprechenden Beitrag zu leisten. Wir brauchen einen engeren Schulterschluss zwischen Wirtschaft, Politik und Bundeswehr, um ein besseres Verständnis für die Aufgabenstellung des jeweils anderen zu erreichen und die Suche nach innovativen Lösungen zu verstärken...“

Von der Bedeutsamkeit spricht auch die Tatsache, dass sich die Teilnahmezahl schon allein aus der Wirtschaft von ca. 50 im Jahr 2007 auf über 100 im Jahr 2008 erhöhte. Es lohnt sich dieses Dokument in Gänze zu lesen und zu kennen. Siehe also:

http://www.bmvg.de/fileserving/PortalFiles/C1256EF40036B05B/W27FBL5W774INFODE/Celler_Appell.pdf

4.) die Deutsche Post

Ein weiteres Beispiel wo es ebenso offensichtlich wird, führt uns die Deutsche Post vor Augen. Seit Anfang des Jahres 2008 läuft eine Werbekampagne, wo 8000 Plakate aushängen, mit folgender Aufschrift...“Wenn mir meine Frau schreibt, dann ist die Heimat ganz nah. Selbst wenn ich 5000km weg von Deutschland bin. Von Afghanistan bis in den Kosovo, von Bosnien bis Tschibuti, Menschen wie Dirk Kowalke vertrauen bei Auslandseinsätzen uns und der Feldpost. Wir sorgen in enger Kooperation mit der Bundeswehr dafür, dass die Soldaten und Soldatinnen ihren Kontakt nach Hause behalten.

Wir machen uns auf dem Weg für sie, mit einer Million Briefe für 8000 Empfänger pro Jahr. Die Feldpostversorgung ist gemeinsame Aufgabe der Bundeswehr und der Deutschen Post AG. Die Post kommt an.“

Es gibt Bilder im Internet, wo die abgebildeten Akteure die bereits vielfach erwähnten Wechselwirkungen gleichsam personifizieren.

Da ist zum einen General Schneiderhan zu sehen, der ranghöchste Militär hierzulande. Zum anderen ist Udo Eschenbach Konzernrepräsentant der Deutschen Post zu sehen. In einem Artikel von german-foreign-policy.com heißt es über ihn: „... Eschenbach verkörpert die zunehmende Durchdringung ziviler Gesellschaftsbereiche, wie sie in der aktuellen PR-Aktion deutlich wird, in persona. Der Oberst der Reserve, der seit 1981 bei der Bundespost, später im Bundespostministerium und dann bei der Deutschen Post AG gearbeitet hat, ist der Armee über 30 Jahre lang in Wehrübungen verbunden geblieben. Als Präsidiumsmitglied für den „Bereich Wirtschaft“ wirkt er für die Gesellschaft für Wehrtechnik e.V., eine Bundeswehr-Kontaktstelle zur Industrie. Sein zivil-militärischer Lebenslauf ähnelt der Karriere anderer Bundeswehr-Reservisten, die ihre Position in der Wirtschaft nutzen, um die Interessen der Truppe zu vertreten...“

Wenn man Bundeswehr/Wirtschaft bei Google eingibt, erhält man 1.230 000 Treffer, gar nicht zu reden davon, dass es eine spezielle Internetseite gibt, nämlich www.bundeswehr-wirtschaft.de

Zudem macht eine Auflistung von Informationsstelle Militarisierung (IMI) deutlich, dass die Bundeswehr in 11 Städten in den Arbeitsämtern eine dauerhafte Präsenz hat und in 204 Städten regelmäßige Sprechstunden durchführt. Eine Tatsache, die meist Vorort nicht so bekannt ist.

5.) ein Aktionsvorschlag

Und an dieser Stelle müssen wir aktiv werden. Wie das aussehen kann, haben wir vor dem Greifswalder Arbeitsamt ausprobiert. Dort standen wir mit Schildern „Mein Urgroßvater marschierte nach Frankreich. Er starb bei Verdun.“ „Mein Großvater marschierte gegen die Sowjetunion. Er starb in Stalingrad.“ „Mein Vater lebte in der DDR. Er wurde nicht in den Krieg geschickt!“

„...und uns schicken sie wieder in alle Welt „ und klärten mit Flugblättern über die Ziele der Bundeswehr auf. Das Ganze ist jedenfalls ganz sehr zur Nachahmung empfohlen.

marina