

 „WEIL DU ES KANNST“

Wie Bundeswehr-Werbung den Krieg verharmlost und immer mehr junge Rekruten anzieht

Mit aggressiver Werbung wirbt die Bundeswehr im Stadtbild um Rekruten. Die Militarisierung schreitet voran. Doch zu welchem Preis? Ein Kommentar.



Franz Becchi

17.11.2025

🔄 17.11.2025, 19:52 Uhr



U-Bahnhof Heinrich-Heine-Straße (U8) mit Bundeswehr-Werbung
imago/PEMAX

„Weil dein Einsatz jetzt zählt“; „Weil wir dich fördern und fordern“ – unheimliche Sprüche, mit denen Wladimir Putin in [Moskau](#) versucht, seine Bevölkerung zum Krieg zu begeistern. Moment, das ist ja gar nicht Moskau, sondern der Bahnhof Zoologischer Garten in Berlin.

Aber hat diese „Tarnwerbung“ tatsächlich Erfolg?

Die [Bundeswehr](#) wirbt intensiv um Nachwuchs, und das Militärmarketing wird immer aggressiver und teurer. Inzwischen fließen beachtliche Gelder in die Werbung – von dystopischen Plakaten bis hin zu gelben [BVG](#)-Straßenbahnen, die mit Militärwerbung überzogen sind. Dabei wird oft ein verzerrtes Bild des Krieges gezeichnet, fast so, als sei Krieg und Töten ein harmloses Videospiel.

Für die Bundeswehr ist Krieg ein Videospiel

Ein Beispiel: Ende Oktober startete die Bundeswehr eine Kampagne im Look vom bekannten Ballerspiel „Call of Duty“. „Du willst herausfinden, was du wirklich drauf hast?“, lautet die Werbung des Verteidigungsministeriums auf X. „Als Teil eines starken Teams schützt du Deutschland und trittst für den Frieden ein. Weil du es kannst“, heißt es weiter. Darunter ist ein Werbespot veröffentlicht, in dem eine Jugendliche am Computer zu sehen ist, gefolgt von zwei Freunden, die an einer Drohne basteln und diese dann fliegen lassen. Die Botschaft: Krieg wird als „cooles“ Abenteuer inszeniert und zugleich als notwendiger Beitrag zum „Frieden“ dargestellt.

Es ist kein Zufall, dass sich die Werbung hauptsächlich an die jüngere Generation richtet. Sie soll für den Dienst in der Bundeswehr „begeistert“ werden. Und wenn die Jugendlichen dies nicht von sich aus wollen? Dann soll das wie in den „Hunger Games“ per Losverfahren geregelt werden.

Freiwilligkeit ist in Ordnung, aber hier in Berlin soll die Wehrpflicht wieder eingeführt werden. „Wir wollen die Freiwilligkeit attraktiver machen. Wir möchten möglichst viele junge Menschen für den Dienst am Vaterland gewinnen“, erklärte der Vorsitzende der CDU/CSU-Bundestagsfraktion, [Jens Spahn](#), kürzlich.

Die Bundeswehr benötigt mehr Soldaten und investiert mehr als je zuvor in die Nachwuchsgewinnung. 2024 wurde das Budget für Rekrutierung auf 58 Millionen Euro erhöht, ein deutlicher Anstieg gegenüber den 35 Millionen Euro im Jahr 2023. Und das ist nur ein Teil des gesamten Werbebudgets des Ministeriums.

Warum diese große Anstrengung? Ganz einfach: Viele Jugendliche haben wenig Interesse an Krieg und Wehrdienst. Sie sind in einem Deutschland aufgewachsen, das ihnen vermittelt hat, dass Kriege böse sind und eine stark militarisierte Bundesrepublik historisch eher eine Bedrohung darstellt als ein Schutz. Jetzt soll das Narrativ plötzlich umgedeutet werden: „Der Russe steht vor dem Brandenburger Tor“, so das neue Argument, „die Militarisierung Deutschlands dient der Verteidigung des Landes.“ Kriegstüchtigkeit, hurra!

Doch genau dieses Narrativ ist problematisch. Es stellt die Sicherheit des Landes ausschließlich durch militärische Stärke infrage und ignoriert dabei die langfristigen gesellschaftlichen und politischen Folgen einer solchen Politik. Der Gedanke, dass Deutschland sich nur durch eine verstärkte militärische Präsenz gegen äußere Bedrohungen schützen kann, vernachlässigt die Rolle diplomatischer Beziehungen, friedenspolitischer Maßnahmen oder internationaler Kooperationen. Diese Sichtweise könnte die Gesellschaft weiter polarisieren und die Bereitschaft zu einer friedlichen Konfliktlösung untergraben.



„Ich habe alles verloren“: Wie der Staat das Leben von Soldaten zerstörte, weil sie die Corona-Impfung verweigerten

Berlin 26.07.2025



Wahrheitsministerium für von der Leyen: EU-Kommission führt „European Democracy Shield“ ein

Ausland 13.11.2025



Um das neue Narrativ unter die Leute zu bringen, setzt die Bundeswehr nicht nur auf klassische Werbeflächen, sondern dringt auch in die sozialen Medien vor. Lediglich General Carsten Breuer, der zu „What’s Up?“ von 4 Non Blondes singt, oder Verteidigungsminister Boris Pistorius, der bei „Y Que Fue?“ von Don Miguelo die Hüften schwingen lässt, fehlen noch. Doch anscheinend reicht es, die Kriegspropaganda auf subtilere Weise zu verbreiten – und sie zeigt erste Erfolge.

Die Bundeswehr wächst wieder. „Mehr Soldatinnen und Soldaten, mehr Bewerbungen, mehr Einstellungen“, vermeldet die Bundeswehr in ihrer Halbjahresbilanz für 2025. Das Thema Gendern ist der Bundeswehr besonders wichtig, auch wenn das Selbstbestimmungsgesetz im Kriegsfall eine Ausnahme beinhaltet: Der Geschlechtseintrag eines Mannes, der nicht mehr Mann sein möchte, müsste mindestens acht Wochen vor einem Kriegsbeginn vom Standesamt geändert worden sein.

Aktuell zählt die Bundeswehr insgesamt 183.100 „Soldatinnen und Soldaten“. Bis 2030 soll dieser Bestand auf 260.000 steigen, darunter sowohl Berufssoldaten als auch Zeitsoldaten. „Immer mehr junge Menschen interessieren sich für die beruflichen Möglichkeiten bei der Bundeswehr und entscheiden sich bewusst für den Dienst in den Streitkräften“, heißt es stolz in der Bilanz.

Bundeswehr ist „reeltüchtig“

Im Vergleich zum Vorjahr gab es elf Prozent mehr Erstberatungsgespräche. Die Zahl der Bewerbungen liegt etwa acht Prozent über dem Vorjahresniveau, die Zahl der Einstellungen sogar etwa 28 Prozent höher. Fazit: Die Bundeswehr ist „reeltüchtig“ – es scheint nur eine Frage der Zeit, bis sie auch „kriegstüchtig“ wird.

Doch während das Rekrutierungspotenzial wächst, bleibt die Frage, wie viele dieser Rekruten wirklich verstehen, was ein Krieg bedeutet – abseits von Heldenbildern und der

glatten Fassade der Militärwerbung. Kriege sind nicht nur ein Spiel, sie sind eine der verheerendsten Erfindungen der Menschheit. Und vielleicht wird erst in einem echten Krieg klar, wie gefährlich es ist, die Folgen eines bewaffneten Konflikts zu unterschätzen.

Dieser Artikel wurde auf berliner-zeitung.de veröffentlicht.