



IMV Institut für
Medienverantwortung
gUG (haftungsbeschränkt)
Goethestraße 6
91054 Erlangen

Fon +49 9131 933 277-8
Fax +49 9131 933 277-9
www.medienverantwortung.de
info@medienverantwortung.de

Pressemitteilung, 24.09.2012

Bundeswehr goes BRAVO KenFM und IMV reichen Beschwerde ein

Mit heutigem Datum haben wir beim Werberat und der Bundesarbeitsstelle Jugendschutz folgendes Schreiben eingereicht:

Sehr geehrte Damen und Herren,

hiermit ersuchen wir Sie dringend, sich der aktuellen Werbekampagne der Bundeswehr anzunehmen. Die Kampagne, die das Verteidigungsministerium in Kooperation mit der Kinder und Jugendzeitschrift BRAVO fährt, kann sowohl als bewusste Verharmlosung von Krieg als auch als grobe Täuschung bezeichnet werden.

Der Beruf des Soldaten ob mit oder ohne Uniform hat nicht im Entferntesten mit dem zu tun, was der Bundeswehr/Bravo-Werbepot der Zielgruppe zu verkaufen versucht.

Krieg und/oder der Dienst an und mit der Waffe ist weder ein "Actioncamp" in Berchtesgaden noch ein Badespaß auf Sizilien. Wer z.B. in Mazar I Sharif seinen Dienst schiebt, wird mit den Spots, die "crazy"-Strandspiele und Beachpartys versprechen, regelrecht verhöhnt.

Im weitesten Sinne sind die aktuellen Werbefilme der Bundeswehr zusammen mit BRAVO für die 12-19 jährigen eine Form des vorsätzlichen Betruges. Es wird in keiner Silbe auf die Gefahren des Soldatenberufes hingewiesen oder wird mit authentischen Bildern des klassischen Soldatenalltags, ob in Kaserne oder im Krisengebiet, ein ehrliches Berufsbild vermittelt.

Die Bundeswehr/Bravo-Spots wurden vorsätzlich so gestaltet, um Kinder und Jugendliche möglichst unkritisch mit einem Beruf vertraut zu machen und für ihn zu begeistern, über den Bundesverteidigungsminister de Maiziere jetzt offen aussprach: "Töten und Sterben gehört dazu".

Wenn es um die Gefahren geht, die vom Rauchen ausgehen, wurde die Industrie verpflichtet entsprechende Warnhinweise mit zu kommunizieren. Warum fehlen die entsprechenden Hinweise bei den aktuellen Bundeswehr-"Actioncamp"-Spots?

Wir ersuchen sie hiermit dringend, diesem verantwortungslosen Vorgehen ein Ende zu setzen und sowohl mit Bundeswehr als auch dem Bauer Verlag das Gespräch zu suchen.

Freundliche Grüße

Ken Jepsen, www.kenfm.de

Dr. Sabine Schiffer

KenFM im Interview mit Sabine Schiffer zum Thema
<http://www.youtube.com/watch?v=P1U0GE-16Pk>

Das Institut für Medienverantwortung richtet sich mit seinen Analysen und Vorschlägen an Medienmacher und Mediennutzer gleichermaßen. Nicht nur mehr Verantwortung vonseiten Medienmachender gegenüber dem jeweiligen Medienprodukt wäre erstrebenswert, sondern auch mehr Verantwortung vonseiten der Mediennutzer gegenüber dem Erkennen von Meinungsbildungsprozessen. Darum setzt sich das IMV unter anderem für eine umfassende Medienbildung sowie einen systematischen Lehrplan für den Schulunterricht ein, der sich an der Kindsentwicklung orientiert.