

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Anke Domscheit-Berg, Dr. Petra Sitte, Simone Barrientos, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE.
– Drucksache 19/2363 –**

Auftritt der Bundeswehr bei der re:publica 2018

Vorbemerkung der Fragesteller

Im Jahr 2017 bemühte sich die Bundeswehr um einen Stand bei der Netzkonferenz re:publica. Die re:publica schlug eine andere Form der Beteiligung vor, bei der Angehörige der Bundeswehr nicht in Uniform teilgenommen hätten. Dies wurde von der Bundeswehr abgelehnt. Der Stand kam nicht zustande, da bis zur endgültigen Entscheidung der Bundeswehr alle verfügbaren Flächen vergeben waren (<https://18.re-publica.com/de/page/bundeswehr-bei-rp18-chronologie-paar-fragen>).

Im Jahr 2018 wandte sich die Bundeswehr erneut an die Organisatoren der re:publica mit der Bitte um eine Partnerschaft und einen Stand auf der Ausstellungsfläche, „um die Bundeswehr zu präsentieren“. Das Gründungsteam der Konferenz entschied sich gegen einen Stand mit uniformierten Soldatinnen und Soldaten u. a. mit dem Argument, dass die re:publica eine zivilgesellschaftliche Konferenz sei, bei der auch traumatisierte Menschen aus Krisengebieten anwesend seien. Die Beteiligung von Soldaten in zivil etwa als Speaker war für das re:publica-Team kein Problem und fand auch statt.

Die Bundeswehr beschreibt die Abläufe bei Facebook polemisch folgendermaßen: „Nachdem die #Bundeswehr im vergangenen Jahr keinen Stand haben durfte, weil die Anmeldung angeblich zu spät erfolgt sei, konnten die Organisatoren diese Begründung in diesem Jahr nicht anführen. Nun verweigern sie unseren #Soldaten aber den Zutritt in #Uniform. Die vorgebliche Toleranz der Konferenz hat also seine Grenzen – Uniformen sind unbequem.“ (www.facebook.com/bundeswehr.karriere/photos/a.219080981464702.61370.215977868441680/1767584226614362/?type=3&theater).

Laut „taz. die tageszeitung“ vom 3. Mai 2018 erklärte das Bundesministerium der Verteidigung (BMVg), der Bundeswehr sei ein Stand zugesagt worden (www.taz.de/!5503157/). Das Team der re:publica widersprach dieser Aussage.

Kurz bevor die Konferenz am 2. Mai 2018 begann, fuhr ein Werbefahrzeug der Bundeswehr vor den Eingang des Konferenzgeländes, auf dem großflächig der Slogan „Zu bunt gehört auch grün“ stand. Soldaten in Tarnuniform und ein Kamerateam begleiteten den Wagen. Gäste der Konferenz wurden von uniformierten Soldaten angesprochen, die auch Flyer verteilten, auf denen unter anderem

die Adresse der Facebook-Seite „Bundeswehr Karriere“ angegeben war, was den Schluss zulässt, dass die Bundeswehr im Rahmen dieser Werbeaktion neue Soldatinnen und Soldaten anwerben wollte. Gäste, die Flyer ablehnten, seien von Soldaten gefragt worden, „ob das nicht „undemokratisch“ sei, wenn sie sich nicht auf eine Debatte einlassen“ (<https://18.re-publica.com/de/page/bundeswehr-bei-rp18-chronologie-paar-fragen>).

Marcel Bohnert, Leiter des Bereichs Neue Medien im Generalstab der Bundeswehr und beim Einsatz der Bundeswehr während der re:publica vor Ort und aktiv beteiligt, beschrieb in seinem Instagram-Account „wir selbst sind inzwischen wieder abgerückt“ (www.instagram.com/p/BiRHiD6F9Ps/), was den Schluss zulässt, dass die Bundeswehr ihre Präsenz vor dem Gelände der Konferenz selbst als Einsatz definiert. Die Aktivitäten der Bundeswehr vor Ort beschrieb er als „Guerillamarketing-Aktion“ (www.instagram.com/p/BiTUHR5FS52/). In der Presse wird die Aktivität der Bundeswehr auch als „Protest“ beschrieben (www.morgenpost.de/vermishtes/article214177691/Teilnahme-an-re-publica-verweigert-Bundeswehr-protestiert.html).

Einer der anwesenden Soldaten, Christian Bell, Oberstleutnant beim Zentrum Operative Kommunikation der Bundeswehr, nahm als Teilnehmer an der Konferenz teil und twitterte auch von dort. Das Zentrum Operative Kommunikation ist eine Dienststelle der Bundeswehr, deren Aufgaben früher als „Psychologische Kampfführung“ später als „Psychologische Verteidigung“ bezeichnet waren. Es ist Teil des neuen Organisationsbereiches Cyber- und Informationsraum und betreibt u. a. den Radiosender „Radio Andernach“ und den Fernsehsender BWTV als Truppenbetreuungssender für deutsche Soldaten in den Einsatzgebieten der Bundeswehr.

Die Bundeswehr begleitete ihre Präsenz durch Veröffentlichungen u. a. bei Twitter (<https://twitter.com/bundeswehrInfo/status/991652152732012544>) und Facebook (www.facebook.com/bundeswehr.karriere/posts/1767584226614362:0).

1. In welchem Bundesministerium und welchem Ressort wurde die Maßnahme der Bundeswehr auf und vor der re:publica 2018 geplant, und wer hat diese in Auftrag gegeben?

Die Aktion der Bundeswehr vor der re:publica wurde im Presse- und Informationsstab des Bundesministeriums der Verteidigung (BMVg) geplant und in Auftrag gegeben.

2. Wer verantwortet die Aktion der Bundeswehr auf und vor der re:publica 2018 politisch?

Für die Plakataktion anlässlich der re:publica 2018 ist das BMVg verantwortlich.

3. Was war das Ziel des Auftritts der Bundeswehr auf und vor der re:publica, und wie genau sind die anwesenden Soldatinnen und Soldaten vorgegangen, um dieses Ziel zu erreichen?

Mit dem Plakat-Fahrzeug und in Gesprächen mit Besuchern der Messe vor der re:publica wollte die Bundeswehr die Veranstalter und die Besucher der re:publica auf das ausgesprochene Uniformtrageverbot durch die re:publica in Verbindung mit dem ausgewiesenen toleranten Charakter dieser Messe („bunter und diskursfähiger denn je“) hinweisen. Denn, „zu bunt gehört auch grün“. Die Bundeswehr ist eine in der Verfassung verankerte und dem Auftrag des Parlaments verpflichtete Institution, die sich für unsere freiheitlich-demokratische Grundordnung und die Grundrechte einsetzt. Wie andere Teilnehmer und ausstellende Arbeitgeber auf der Konferenz ist auch die Bundeswehr Teil der Gesellschaft.

4. Was genau war die Aufgabe der Soldatinnen und Soldaten, die an der Bundeswehrpräsenz bei und vor der re:publica beteiligt waren?

Aufgabe der vier eingesetzten Soldaten war es, mit Besuchern der Messe und Passanten über die Rolle der Bundeswehr in der Gesellschaft ins Gespräch zu kommen sowie über den Ausschluss der Bundeswehr von der re:publica zu informieren und diesbezügliche Fragen zu beantworten.

5. Haben sie im Rahmen der Ausübung ihres Auftrags bei der re:publica von sich aus Besucherinnen oder Besucher oder andere Passantinnen oder Passanten angesprochen?

Die vier eingesetzten Soldaten wurden von Besuchern und Passanten auf ihre Präsenz vor der re:publica angesprochen. Zudem haben sie im Rahmen ihres Auftrages auch Besucherinnen und Besucher, sowie Passantinnen und Passanten angesprochen.

6. Wie wurden die teilnehmenden Soldatinnen und Soldaten ausgewählt, die am Auftritt der Bundeswehr teilgenommen haben?

Die Teilnahme von Soldatinnen und Soldaten an der Plakat-Aktion unterlag keinen besonderen Auswahlkriterien.

- a) Zu welchen Einheiten gehören diese Soldatinnen und Soldaten?

Es handelte sich um zwei Jugendoffiziere, einen Offizier aus dem Bundesamt für Personalmanagement der Bundeswehr und einen Offizier aus dem Presse- und Informationsstab des BMVg.

- b) Welche Dienstgrade haben diese Soldatinnen und Soldaten?

Es waren die Dienstgrade Oberleutnant bis Oberstleutnant vertreten.

7. Handelte es sich bei der Präsenz der Bundeswehr vor dem Eingang zum Veranstaltungsort, mit der sie dort „protestierte“ (www.morgenpost.de/vermischtes/article214177691/Teilnahme-an-re-publica-verweigert-Bundeswehr-protestiert.html), um eine angemeldete Demonstration?

Wenn nein, um was handelte es sich dann?

Es handelte sich nicht um eine Demonstration, sondern um eine Maßnahme der Kommunikation der Arbeitgebermarke Bundeswehr auf der Grundlage der im Geschäftsbereich des BMVg geltenden Zentralen Dienstvorschrift A-600/1 „Informationsarbeit“.

8. Falls die Aktion eine angemeldete Demonstration war, dürfen Soldaten im Rahmen einer solchen Aktion demonstrieren?

Auf die Antwort zu Frage 7 wird verwiesen.

9. Unter welche der in der Zentralen Dienstvorschrift Informationsarbeit der Bundeswehr, Abschnitt 1.3., aufgeführten Inhalte der Informationsarbeit und in Abschnitt 2 aufgeführten Maßnahmen der Informationseinheit lassen sich die Aktion und die begleitende Öffentlichkeitsarbeit subsumieren?

Die Aktion begründet sich durch die Nummer 2.7. der Zentralen Dienstvorschrift A-600/1 „Informationsarbeit“.

10. Wurde nach Auffassung der Bundesregierung bei den im Rahmen der Aktion verteilten Druckerzeugnissen der Impressumspflicht genüge getan, und wenn ja, in welcher Form?

Die Regelungen des Berliner Pressegesetzes fanden Anwendung.

11. Teilt die Bundesregierung die Ansicht von Parlamentarischer Staatssekretär Dr. Peter Tauber, dass öffentlich geförderte Veranstaltungen in jedem Fall die Präsenz der Bundeswehr zum Zweck der Rekrutierung, Werbung beziehungsweise Information oder uniformierte Soldaten bzw. Soldatinnen zu akzeptieren haben (www.facebook.com/tauber.peter/posts/1679761732115477)?

Die Facebook-Nachricht vom Parlamentarischen Staatssekretär Dr. Peter Tauber beinhaltet nicht – wie von der Fragestellerin dargestellt – die Aussage, dass „öffentlich geförderte Veranstaltungen in jedem Fall die Präsenz der Bundeswehr zum Zweck der Rekrutierung, Werbung beziehungsweise Information oder uniformierte Soldaten bzw. Soldatinnen zu akzeptieren haben“.

Die Facebook-Nachricht vom Parlamentarischen Staatssekretär Dr. Peter Tauber lautet wie folgt:

„Das ist nicht zu fassen! Die diesjährige re:publica steht ganz unter dem Motto „POP – Power of People“. Sie sagt über sich selbst, sie sei „bunter und offener für Diskurse denn je“ wolle die „Diversität und Fülle des Netzes populärer machen“ und „Filterbubbles“ überwinden.

Die Veranstalter der re:publica nehmen das mit der Meinungsvielfalt selbst jedoch nicht so genau: Unsere Parlaments- und Bürgerarmee, die Bundeswehr, wurde im Vorfeld von der re:publica ausgeschlossen und ihnen wurde der Zutritt verweigert. Bei der Begrüßung wurde das heute Vormittag noch einmal auf der Bühne verdeutlicht: „Die sind nicht eingeladen.“

Und das, obwohl die re:publica unter anderem vom BMBF, dem BMZ, dem BMAS und verschiedenen Bundesländern finanziell (staatlich) unterstützt wird. Ich halte das Verhalten der Veranstalter für mehr als fragwürdig.

Um auf diesen Umstand hinzuweisen, stehen die Soldaten nun vor der Halle unter dem Motto „Wir kämpfen auch dafür, dass die re:publica gegen uns sein kann“.

Gut so! Wir sind eine Parlamentsarmee!“

12. Behält die Bundesregierung sich vor, die Bundeswehr auch in Zukunft zu Aktivitäten wie bei der re:publica vor oder sonst am Rande von Veranstaltungen oder Institutionen einzusetzen, bei denen sie nicht eingeladen wurde, z. B. auch Schulen?

Falls ja, soll dabei direkt oder indirekt auch rekrutiert werden?

Die Bundesregierung behält sich vor, sich auch künftig für die Meinungsfreiheit und -vielfalt in unserem Land einzusetzen. Die Informationsarbeit der Streitkräfte ist hierzu ein Bestandteil. Der Begriff der Rekrutierung ist in diesem Fall nicht zutreffend und auch nicht anwendbar. Schulen stellen einen besonders schutzwürdigen Raum für Kinder und Jugendliche dar.

13. Handelt es sich nach Auffassung der Bundesregierung bei der re:publica 2018 bzw. beim Auftritt der Bundeswehr davor um eine politische Veranstaltung im Sinne des § 15 Absatz 3 des Soldatengesetzes bzw. Abschnitt 1.2.2. der Anzugordnung für die Soldatinnen und Soldaten der Bundeswehr („Uniformtragen bei politischen Veranstaltungen“)?

Es handelte sich bei der Aktion der Bundeswehr nicht um eine politische Veranstaltung. Gemäß Webauftritt der re:publica ist die re:publica in Berlin die größte Konferenz zu den Themen Digitalisierung und Gesellschaft in Europa. Gleichzeitig gehört die re:publica zu den weltweit außergewöhnlichsten Festivals für digitale Kultur (<https://re-publica.com/de>).

- a) Falls ja, welche Ausnahmegestimmung der Vorschrift 132 der Anzugordnung ist einschlägig, welche geeigneten Maßnahmen wurden getroffen, um „schon dem Anschein eines insoweit unzulässigen Verhaltens“ entgegenzuwirken, und wurden die Vorschriften 135 und 136 in vollem Umfang eingehalten (Ziffern nach Stand Oktober 2016)?

Es handelt sich bei der Aktion der Bundeswehr vor der Konferenz re:publica nicht um eine politische Veranstaltung.

- b) Falls nein, welche Kriterien sieht sie jeweils nicht als erfüllt an?

Der § 15 Absatz 3 des Soldatengesetzes bzw. Abschnitt 1.2.2. der „Anzugordnung der Soldatinnen und Soldaten“ findet in diesem Fall keine Anwendung.

14. Wie üblich ist es bei der dienstlichen Teilnahme von Soldatinnen und Soldaten an zivilgesellschaftlichen Veranstaltungen, eine Ausnahme von der Uniformierung zu genehmigen, und welche Kriterien werden an diese Entscheidung angelegt?

Soldatinnen und Soldaten unterliegen der Verpflichtung, im Dienst grundsätzlich Uniform zu tragen (vgl. §§ 4, 7 des Soldatengesetzes sowie Nr. 109 der Zentralrichtlinie A2-2630/0-0-5 „Anzugordnung für die Soldatinnen und Soldaten der Bundeswehr“). Zivilkleidung darf gemäß dieser Zentralrichtlinie im Dienst nur mit Genehmigung der bzw. des Disziplinarvorgesetzten getragen werden. Situationsbedingt, zeitlich und bzw. oder räumlich befristet können Abweichungen von den grundsätzlichen Vorgaben dieser Zentralrichtlinie angeordnet werden.

15. Mit welchen Personen im Dienst, mit welchem Auftrag (bspw. Informationsaustausch, Rekrutierung etc.), mit welchem Ziel und zu welchen Kosten waren Angehörige der Bundeswehr und des BMVg seit 2014 auf den folgenden Veranstaltungen als Teilnehmende, Redner bzw. Rednerinnen oder in sonstigen Rollen anwesend (bitte aufschlüsseln):
- a) re:publica 2014, 2015, 2016, 2017 und 2018,
 - b) Konferenz „Das ist Netzpolitik!“ 2017 und 2018,
 - c) Chaos Communication Congress 31C3 (2014), 32C3 (2015), 33C3 (2016), 34C3 (2017) und
 - d) Chaos Communication Camp 2015?

Dem BMVg müssen keine Veranstaltungsteilnahmen von Angehörigen der Bundeswehr angezeigt werden; dazu gehören auch die von den Fragestellern aufgeführten Veranstaltungen.

16. Werden Veranstaltungen der o. g. Art direkt oder indirekt auch zur Rekrutierung von Soldatinnen und Soldaten genutzt?

Die von den Fragestellern oben genannten Veranstaltungen dienten nicht der direkten oder indirekten Rekrutierung von Soldatinnen und Soldaten.

17. Welche Kosten sind dem Bund seit 2014 für die Übernahme von Reise- oder Teilnahmekosten im Zusammenhang mit o. g. Veranstaltungen entstanden?

Auf die Antwort zu Frage 15 wird verwiesen.

18. Mit welchen Behörden des Bundes, der Länder oder Behörden anderer Staaten gab es einen Austausch an Informationen zu o. g. Veranstaltungen, Voroder Nachbereitungen oder sonstige Abstimmungen?

Dem BMVg liegen hierzu keine Informationen vor.

19. Worauf basiert die Aussage der Sprecherin des Bundesministeriums für Verteidigung, das Organisationsteam der re:publica habe einen Stand auf der re:publica 2018 genehmigt (www.taz.de/!5503157/)?

In den Veröffentlichungen der Bundeswehr zum Thema re:publica wird dargelegt, dass die Bundeswehr im Jahr 2017 keinen Stand haben konnte, weil die Anmeldung angeblich zu spät erfolgt sei. Im Jahr 2018 wurde dann der Personalwerbung eine Teilnahme an der re:publica verweigert, solange sie dort in Uniform auftreten wolle.

20. Teilt die Bundesregierung die Auffassung, dass es sich dabei um eine Falschinformation handelt, die auch an Medien gegeben wurde?

Falls ja, wurde diese Falschinformation später korrigiert, und in welcher Form?

Die Bundesregierung teilt nicht die Auffassung der Fragesteller, dass es sich um eine Falschmeldung handelt.

21. Wie viele Mitarbeiter des Zentrums Operative Kommunikation der Bundeswehr haben die re:publica 2018 dienstlich, aber ohne Uniform, besucht (<https://twitter.com/Kottem1/status/991691427431305216> und <https://twitter.com/Kottem1/status/991768658509795328>)?

Auf die Antwort zu Frage 15 wird verwiesen.

22. Wurde die „Guerillamarketing-Aktion“ (www.instagram.com/p/BiTUHR5FS52/?hl=de), wie sie der Leiter des Bereichs Neue Medien der Bundeswehr, Marcel Bohnert, beschreibt, von einer Werbeagentur begleitet?

Die Bundesregierung kommentiert keine Äußerungen auf einem privaten Instagram-Account. Die Plakat-Aktion der Bundeswehr wurde von einer Agentur in der Vorbereitung unterstützt.

- a) Wenn ja, welche Agentur war das?

Bei der Agentur handelt es sich um den gegenwärtigen Rahmenvertragspartner Castenow Communications.

- b) Wie hoch war das Honorar, das an diese Agentur gezahlt wird bzw. wurde?

Die Gesamtkosten werden mit 9 500,46 Euro inklusive Agentur- und Medialeistungen veranschlagt.

23. In demselben Instagram-Posting kommentiert Marcel Bohnert in den Kommentaren, er habe bei der Aktion „Rückenwind von oben“ gehabt: Was ist mit „Rückenwind“ gemeint, und wer war dafür verantwortlich?

Welcher Vorgesetzte von Marcel Bohnert hat die Marketingaktion genehmigt?

Die Bundesregierung kommentiert keine Äußerungen auf einem privaten Instagram-Account.

24. Welche weiteren Kosten sind für die Aktion vor der re:publica 2018 entstanden, und von wem wurden sie bezahlt (bitte nach Personal-, Werbe- und Mietkosten aufschlüsseln)?

Auf die Antwort zu Frage 22 wird verwiesen.

25. Gab es für die Aufstellung des LKWs eine Sondernutzungserlaubnis seitens der Stadt Berlin?

Falls nein, wieso wurde diese nicht eingeholt?

Es lag keine Sondernutzung des öffentlichen Straßenraums vor.

26. Gab es im Vorfeld, während oder im Nachgang der Aktion anderweitige Kommunikation mit Bezirks- oder Landesbehörden, und wenn ja, welchen Inhalts?

Die örtlich zuständige Polizeidienststelle wurde am Veranstaltungstag fernmündlich durch das Feldjägerdienstkommando Berlin über die Durchführung der Aktion informiert.

27. Wer verantwortet die Facebook-Page „Bundeswehr Karriere“ (www.facebook.com/bundeswehr.karriere/), und was ist Zielstellung dieser Seite?

Die Facebook-Seite „Bundeswehr Karriere“ wird herausgegeben vom Presse- und Informationsstab des BMVg. Ziel des Facebook-Auftritts ist es, Inhalte der Arbeitgebermarke Bundeswehr zu kommunizieren.

28. Gab es in der Vergangenheit Konferenzen oder Diskussionsveranstaltungen, an denen Bundeswehrsoldatinnen oder Bundeswehrsoldaten auch ohne Uniform entweder als Besucher oder als Referenten dienstlich teilnahmen, und wenn ja, welche?

Dem BMVg müssen keine Veranstaltungsteilnahmen angezeigt werden.

29. Ist das Setzen von „Bashtags“, also Hashtags, die das Ziel haben, eine negative politische Meinung zu einer Kampagne auszudrücken, mit den Social-Media-Richtlinien der Bundeswehr kompatibel?

Die Bundesregierung verwendet in ihrer Kommunikation keine „Bashtags“.

30. Hat es Aufforderungen an Soldatinnen und Soldaten gegeben, sich im Rahmen ihres Dienstes an den Diskussionen zu Social-Media-Beiträgen zu dem Vorfall zu beteiligen?

Wenn nein, hat es Äußerungen von Vorgesetzten oder anderen Soldatinnen oder Soldaten über ihre privaten Accounts gegeben, die von anderen Soldatinnen oder Soldaten dahingehend verstanden worden sein können, etwa weil sie über Social-Media-Accounts erfolgten, mit denen sie sowohl dienstlich als auch privat kommunizieren?

Die Bundesregierung fordert keine Soldatinnen und Soldaten auf, sich im Rahmen ihres Dienstes an Diskussionen in den Social-Media-Kanälen zu beteiligen.

31. Welche Medien, Journalisten und Multiplikatoren außerhalb der Bundeswehr wurden vorab über die Aktivitäten der Bundeswehr während der re:publica informiert?

Da es sich um eine kurzfristig geplante Aktion handelte, wurden im Vorfeld keine Medien, Journalisten und Multiplikatoren außerhalb der Bundeswehr informiert.

32. Reisten Journalisten gemeinsam mit der Bundeswehr zum Gelände der Konferenz an?

Es reisten keine Journalisten gemeinsam mit der Bundeswehr zum Gelände der re:publica an.

33. Hatte die Hauptstadtkorrespondentin von Radio Andernach, Hauptmann Janika Papke, der laut Facebook-Page von Radio Andernach der Zutritt zur Konferenz verweigert wurde, ein Ticket oder eine Akkreditierung für die Konferenz, wenn ja, unter welchem Namen (www.facebook.com/radio.anderbachbwtv/posts/1222503304519553)?

Gemäß der Richtigstellung von Radio Andernach hatte die genannte Redakteurin keine Akkreditierung und kein Ticket für die Veranstaltung; diese Behauptung ist auch nicht aufgestellt worden.

34. Warum wurde die Facebook-Seite von Radio Andernach, die Ende 2015 vom BMVg mit dem Argument geschlossen wurde, das Radio sei ein „internes Medium der Betreuungskommunikation“, wieder publiziert (<http://augengeradeaus.net/2016/01/bundeswehr-und-social-media-wer-ist-drinnen-wer-ist-draussen/>)?

Es wurde die Notwendigkeit erkannt, dass im Spannungsbogen zwischen interner und externer Kommunikation neben dem Facebook-Auftritt der Bundeswehr auch eine Möglichkeit zur Kommunikation im Bereich der Betreuung der Soldatinnen und Soldaten im Einsatz und deren Angehörigen erforderlich ist.

- a) Wann wurde sie wieder publiziert?

Die Facebook-Seite wurde Anfang 2017 nach Beauftragung des BMVg erneut in Betrieb genommen.

- b) Hat sich am Auftrag der Facebook-Seite mit dem neuen Auftritt etwas geändert, und wenn ja, was?

Am Auftrag der Facebook-Seite hat sich nichts geändert.

- c) Welche Argumentationen des BMVg haben zu der Entscheidung geführt, die Facebook-Seite erst zu schließen und sie dann wieder zu öffnen?

Auf die Antwort zu Frage 34 wird verwiesen.

35. Wie bewertet die Bundesregierung die verschiedenen Facebook-Posts und -Kommentierungen der Diskussion der Bundeswehrpräsenz vor der re:publica durch die Facebook-Page von „Radio Andernach BWTV“, insbesondere vor dem Hintergrund, dass die Redaktion der Facebook-Seite offenbar absichtsvoll und auch wertend in eine Diskussion mit der Öffentlichkeit eintritt?

Die Bundesregierung kann nicht erkennen, dass die betreffenden Postings in sozialen Medien des nachgeordneten Bereichs des BMVg gegen geltende Rechtsgrundlagen verstoßen.

36. Wie bewertet die Bundesregierung die Tatsache, dass der Leiter des Bereichs Neue Medien der Bundeswehr, Marcel Bohnert, einen Artikel im Buch „Soldatentum – Auf der Suche nach Identität und Berufung der Bundeswehr heute“ geschrieben hat, dessen Mitherausgeber Felix Springer offenbar Mitglied der Identitären Bewegung ist oder ihr zumindest nahesteht (www.sueddeutsche.de/muenchen/exklusiv-hinweise-auf-rechtes-netzwerk-an-der-bundeswehr-uni-1.3511849)?

Die Bundesregierung nimmt keine Stellung zu externen Publikationen.

