

Kleine Anfrage

der Abgeordneten Anke Domscheit-Berg, Dr. Petra Sitte, Simone Barrientos, Christine Buchholz, Birke Bull-Bischoff, Nicole Gohlke, Heike Hänsel, Matthias Höhn, Andrej Hunko, Ulla Jelpke, Niema Movassat, Norbert Müller (Potsdam), Dr. Alexander S. Neu, Sören Pellmann, Helin Evrim Sommer, Friedrich Straetmanns, Dr. Kirsten Tackmann, Kathrin Vogler und der Fraktion DIE LINKE.

Auftritt der Bundeswehr bei der re:publica 2018

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-paarfragen>).

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/15503157/). 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 Kamerteam 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/vermischtes/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).

Wir fragen die Bundesregierung:

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?
2. Wer verantwortet die Aktion der Bundeswehr auf und vor der re:publica 2018 politisch?
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?
4. Was genau war die Aufgabe der Soldatinnen und Soldaten, die an der Bundeswehrpräsenz bei und vor der re:publica beteiligt waren?
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?
6. Wie wurden die teilnehmenden Soldatinnen und Soldaten ausgewählt, die am Auftritt der Bundeswehr teilgenommen haben?
 - a) Zu welchen Einheiten gehören diese Soldatinnen und Soldaten?
 - b) Welche Dienstgrade haben diese Soldatinnen und Soldaten?
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?

8. Falls die Aktion eine angemeldete Demonstration war, dürfen Soldaten im Rahmen einer solchen Aktion demonstrieren?
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?
10. Wurde nach Auffassung der Bundesregierung bei den im Rahmen der Aktion verteilten Druckerzeugnissen der Impressumspflicht genüge getan, und wenn ja, in welcher Form?
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)?
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?
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“)?
 - a) Falls ja, welche Ausnahmebestimmung 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)?
 - b) Falls nein, welche Kriterien sieht sie jeweils nicht als erfüllt an?
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?
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?
16. Werden Veranstaltungen der o. g. Art direkt oder indirekt auch zur Rekrutierung von Soldatinnen und Soldaten genutzt?
17. Welche Kosten sind dem Bund seit 2014 für die Übernahme von Reise- oder Teilnahmekosten im Zusammenhang mit o. g. Veranstaltungen entstanden?

18. Mit welchen Behörden des Bundes, der Länder oder Behörden anderer Staaten gab es einen Austausch an Informationen zu o. g. Veranstaltungen, Vor- oder Nachbereitungen oder sonstige Abstimmungen?
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/)?
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?
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>)?
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?
 - a) Wenn ja, welche Agentur war das?
 - b) Wie hoch war das Honorar, das an diese Agentur gezahlt wird bzw. wurde?
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?
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)?
25. Gab es für die Aufstellung des LKWs eine Sondernutzungserlaubnis seitens der Stadt Berlin?
Falls nein, wieso wurde diese nicht eingeholt?
26. Gab es im Vorfeld, während oder im Nachgang der Aktion anderweitige Kommunikation mit Bezirks- oder Landesbehörden, und wenn ja, welchen Inhalts?
27. Wer verantwortet die Facebook-Page „Bundeswehr Karriere“ (www.facebook.com/bundeswehr.karriere/), und was ist Zielstellung dieser Seite?
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?
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?

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?

31. Welche Medien, Journalisten und Multiplikatoren außerhalb der Bundeswehr wurden vorab über die Aktivitäten der Bundeswehr während der re:publica informiert?
32. Reisten Journalisten gemeinsam mit der Bundeswehr zum Gelände der Konferenz 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/radioandernachbwtv/posts/1222503304519553)?
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/>)?
- a) Wann wurde sie wieder publiziert?
- b) Hat sich am Auftrag der Facebook-Seite mit dem neuen Auftritt etwas geändert, und wenn ja, was?
- c) Welche Argumentationen des BMVg haben zu der Entscheidung geführt, die Facebook-Seite erst zu schließen und sie dann wieder zu öffnen?
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?
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)?

Berlin, den 23. Mai 2018

Dr. Sahra Wagenknecht, Dr. Dietmar Bartsch und Fraktion

