

Inhalt

Vorwort (7)

I. Einführung (10)

Gefahr im Verzug – Militarisierung in Deutschland (10); Massive Nachwuchswerbung – Warum benötigt die Bundeswehr neue Rekruten? (13); Massive Öffentlichkeitsarbeit – Warum die Bundeswehr um ihr Image kämpft (25); Rhetoriker für ein gutes Image – Jugendoffiziere der Bundeswehr (29); Zwischen Wissenschaft und Propaganda – das Sozialwissenschaftliche Institut der Bundeswehr (40)

II. Bundeswehreigene Werbeveranstaltungen (44)

Bundeswehr on Tour – mobile Ausstellungen (44); Präsent, wo der Nachwuchs ist – Messestände der Armee (50); Cool, jung, dynamisch – die Jugendsportevents der Bundeswehr (55); Qualitätsjournalismus? – Jugendmedien über das Bundeswehr-Abenteuerspiel (64); Vom Instrument zur Waffe – die »Bundeswehr-Musix« (68); »Pop statt Preußen« – Militärmusik (73); Armee der Arbeitslosen – Wehrdienstberatungen in Arbeitsagenturen (79); »Soldat (w) gesucht« – Girls' Day bei der Bundeswehr (85); Öffentliche Selbstinszenierung – Militärrituale der Bundeswehr (91); Bratwurst und Bundeswehr – Tag der offenen (Kasernen-)Tür (101); Auf Kirchentagen und anderswo – die Bundeswehr auf Großveranstaltungen (107); Die Militarisierung des Unterrichts – die Bundeswehr an Schulen (118); Spielerisch in den Krieg – das Simulationsspiel »POL&IS« (126); Akademiker in die Armee – die Bundeswehr an Hochschulen (132); Militärverbundenheit in der Fläche – Bundeswehr-Patenschaften mit Städten (135); Tag der Reservisten – Das Rückgrat der Bundeswehr auf Stimmenfang (136)

III. Bundeswehreigene Medien (142)

»Wir sind Nachwuchswerber« – Zur einfältigen Propaganda in der infopost (142); Multimedial auf Nachwuchssuche – Bundeswehr-Rekrutierungsportale im Internet (150); Besser spät als nie – Die Bundeswehr im Web 2.0 (157); Militärische Deutungshoheit – die »Frieden & Sicherheit«-Unterrichtsmaterialien (160); Was zum Mitnehmen – Bundeswehr Flyer, Plakate und Give Aways (166); Schützenhilfe des Auswärtigen-Amtes – www.kinder.diplo.de (167); Mediale Parallelwelt – »Bundeswehr-TV« (170); Heimische Klänge im Ausland – Bundeswehr-Radio Andernach (175)

IV. Die Bundeswehr in zivilen Medien (178)

Ohne Skrupel – Bundeswehr-PR in Print- und Onlinemedien (178); Auf die Ohren – Radiowerbung der Armee (184); Bei Popcorn und im Wohnzimmer – Bundeswehr-Kino- und Fernsehspots (186); Der unterhaltsame Krieg – Militainment, die Bundeswehr in den Medien (189); Jung, sportlich, beim Militär angestellt – Sportsoldaten in der Bundeswehr (228)

V. Vorbild US-Armee? (234)

Vorbild für die Bundeswehr – Nachwuchsrekrutierung beim US-Militär (234)

VI. Werbestopp? Die Bundeswehr in der Kritik (241)

Nein zum Werbefeldzug – Kritik an der Nachwuchs- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundeswehr (241)

Danke (260)