

53. Abgeordnete
**Ulla
Jelpke**
(DIE LINKE.)
- Mit welchen Sportvereinen kooperiert die Bundeswehr in Form von Trikotwerbung, Werbespots in Spielunterbrechungen, Infoständen oder anderen Maßnahmen, „um auf die jungen Leute zuzugehen“ (Die Bundeswehr 3/2009, S. 15), und welche Kosten sind damit verbunden (bitte Sportvereine komplett auflisten und Art der Kooperation angeben)?

Antwort des Parlamentarischen Staatssekretärs

Thomas Kossendey
vom 18. Januar 2010

Im Rahmen des Personalmarketings der Bundeswehr wurden Verträge zur Durchführung personalwerblicher Maßnahmen mit 27 Sportvereinen in Duisburg, Hamm, Düren, Stendal, Berlin, Brandenburg, München, Hof, Weißenfels und aus den Landkreisen Ostprignitz-Ruppin, Salzlandkreis, Prignitz, Ravensburg, Berchtesgadener Land, Ebersberg, Augsburg, Passau, Straubing-Bogen, Neustadt an der Waldnaab, Bamberg, Regensburg, Schleswig-Flensburg, Peine, Hameln-Pyrmont, Osnabrück und Burgenlandkreis geschlossen.

Da in den Verträgen zwischen den Vertragsparteien grundsätzlich Stillschweigen über die Vertragsinhalte vereinbart wurde, ist die Veröffentlichung oder Weitergabe von Vertragsdetails an Dritte nicht möglich. Die gewünschte Auflistung von Einzelmaßnahmen sowie der damit verbundenen Ausgaben kann ich Ihnen daher nur als Gesamtauflistung ohne Bezug zu einzelnen Sportvereinen/Verträgen zur Verfügung stellen.

Insgesamt werden in den unterschiedlichen Verträgen folgende personalwerbliche Maßnahmen vereinbart:

Bandenwerbung in Sporthallen, Stadien und auf dem Trainingsgelände; Logoeinbindung auf der Sponsorentafel und der Pressekonferenzrückwand; Bannerwerbung/Einbindung auf der Vereinshomepage mit Link zu Internetseiten der Bundeswehr; Anzeigen im Stadionheft, Programmheft, Turnierheft, Saisonheft; Beilage im Saisonheft; Einsatz eines Kofferstandes bei Spielen; Dauerkarten für Multiplikatoren, Gäste und Zielgruppen; Ausstrahlung von Radiospots; Ausstrahlung von Videospots; PR-Termine mit den Spielerinnen/Spielern; Tragen von Einspieltrikots mit Bundeswehrlogo; Einbindung von Vereinen in personalwerbliche Aktivitäten der Wehrdienstberatung; Werbung mit Bundeswehrlogo auf Trikots, Sportanzügen; Vorbereitungsspiel gegen eine Bundeswehrmannschaft; Sporthallenaufkleber mit dem Aufdruck „Bundeswehr – Karriere mit Zukunft“; Werbung mit Bundeswehrlogo im Hallenbereich; Mannschaftsausstattung (Trikots, Shorts, Hosen, Jacken, Taschen ...) mit Bundeswehrlogo.

Mit der Durchführung der oben angegebenen Werbemaßnahmen sind Ausgaben in Höhe von insgesamt ca. 88 800 Euro verbunden.