

KENFM AM TELEFON MIT DR. SABINE SCHIFFER (IMV) ÜBER: BUNDESWEHR GOES BRAVO

Posted on 21. September 2012

Der Bundeswehr geht seit dem Wegfall der Wehrpflicht der Nachwuchs aus.

Um hier gegenzusteuern hat die Bundeswehr ihren Werbeetat allein zwischen 1998 und 2010 von 9 auf 27 Millionen erhöht.

Dieses Geld wird vor allem eingesetzt um das Image der Truppe bei Jugendlichen und Kindern zu verbessern. Neuester Streich: Eine zusammen mit der Jugendzeitschrift BRAVO präsentierte Kampagne. Die Bundeswehr ein "Actioncamp" ?

Vom tatsächlichen Alltag des Berufssoldaten z.B in Afghanistan erfährt die Zielgruppe der 12-19 jährigen nichts.

Ken Jebesen im Gespräch mit Dr. Sabine Schiffer vom IMV ([Institut für Medienverantwortung](#))

[Buchtipp](#)

[Background](#)

[KenFM Reportage zu PTBS bei Soldaten](#)