

Antwort

der Bundesregierung

**auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Ulla Jelpke, Dr. André Hahn, Katrin Kunert, weiterer Abgeordneter und der Fraktion DIE LINKE.
– Drucksache 18/9463 –**

Kooperationen der Bundeswehr mit Sportvereinen und Militärwerbung im Sportbereich

Vorbemerkung der Fragesteller

Durch Personalwerbung im Sportbereich verspricht sich die Bundeswehr die Aufmerksamkeit eines sportaffinen Publikums. Dabei stehen sowohl junge Frauen und Männer zwischen 17 und 35 als auch ältere Erwachsene im Fokus, wobei Letztere als Multiplikatoren wirken (vgl. Bundestagsdrucksache 18/5942).

Im Jahr 2013 hat die Bundeswehr mit 44 Sportvereinen Kooperationsabkommen unterhalten, bei denen es um Werbung für die Bundeswehr ging, in Form von Bandenwerbung, Werbebannern, Anzeigen in Vereinszeitschriften, auf T-Shirts usw. Im Jahr 2014 waren es 57 Vereine. Die Ausgaben für diese Kooperationen stiegen von 453 000 Euro im Jahr 2013 auf 559 000 Euro im Jahr 2014 (vgl. Bundestagsdrucksache 18/5942).

Die Bundeswehr beteiligte sich auch an Sportveranstaltungen, die von dritter Seite organisiert wurden; im Jahr 2014 waren das 33 Sportfeste, Spieltage usw. Schließlich veranstaltet die Bundeswehr auch selbst Sportevents, um Jugendliche für eine Verpflichtung beim Militär zu gewinnen.

Die Kommunikationsstrategie der Bundeswehr stellt dabei der Bundesregierung zufolge darauf ab, Fähigkeiten und Eigenschaften, „die sowohl im Sport als auch bei einer Tätigkeit in der Bundeswehr als Voraussetzungen gelten“, zu betonen.

Eine neue Qualität ist die im Juli 2016 gestartete Kampagne Olympia 2016 „Offizielle Ausbilder von Vorbildern“, in der die Bundeswehr unter dem Motto „Mach, was wirklich zählt“ die „Erfolge der Spitzensportlerinnen und Spitzensportler nutzen (will), um die Bundeswehr weiterhin als sinnstiftenden und qualifizierten Arbeitgeber zu positionieren“ (siehe den Brief der Bundesministerin der Verteidigung, Dr. Ursula von der Leyen, an alle Abgeordneten des Deutschen Bundestages vom 11. Juli 2016).

Aus Sicht der Fragesteller kritisierte völlig zu Recht der Friedensbeauftragte des Rates der Evangelischen Kirche, Renke Brahms, die Bundeswehrkampagne zu Olympia: „Olympische Spiele seien eng verbunden mit der Idee des Friedens,

der Völkerverständigung und der Gewaltfreiheit. Doch die Bundeswehr muss im Falle eines Einsatzes die Gewalt gerade mitbedenken und mitplanen.“ Die Kampagne werfe viele Fragen auf, sagte Renke Brahms am 18. August 2016 in Bonn (siehe www.evangelisch.de). „Um welche Vorbilder geht es hier? Werden hier die Risiken eines Soldatenberufs nicht verschleiert?“ Und er verwies auf die Grundidee von Pierre de Coubertin, der Ende des 20. Jahrhunderts für die Wiederbelebung der Olympischen Spiele eintrat, um den Wettkampf nicht auf dem Schlachtfeld sondern im fairen sportlichen Wettbewerb auszutragen.

„Die Kampagne verschweigt dabei den militärischen Charakter der Bundeswehr: Gefährliche Auslandseinsätze wie die in Afghanistan, Mali oder am Horn von Afrika werden nicht thematisiert. Das Risiko, körperliche oder seelische Schäden beim Dienst davonzutragen, wird verschwiegen“, kritisiert auch die Deutsche Friedensgesellschaft – Vereinigte KriegsdienstgegnerInnen (DFG-VK, siehe www.militaerfestspiele.de). Auch der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) spricht sich in seiner Satzung gegen „jede Form von Gewalt“ aus, was im Widerspruch zu dieser Kampagne steht.

1. Welche allgemeine Einschätzung hat die Bundesregierung zum Stellenwert der Kooperationen zwischen Bundeswehr und Sportvereinen und der diesbezüglichen Entwicklung in den letzten zwölf Monaten?

Die Bundesregierung misst der Kooperation zwischen der Bundeswehr und den Sportvereinen einen allgemein hohen Stellenwert zu.

Nicht erst in den letzten 12 Monaten hat sich der Stellenwert von Sportkooperationen für die Personalgewinnung dadurch erhöht, dass sich der Wettbewerb auf dem Arbeitsmarkt gerade durch den gestiegenen Fachkräftemangel und den demographischen Wandel verschärft hat.

2. Was sind die wesentlichen Inhalte der von der Bundesregierung auf Bundestagsdrucksache 18/5942 angekündigten Neukonzeption zu Sportkooperationen?

Mit der neuen Positionierung der Arbeitgebermarke Bundeswehr wird die Kommunikation auf die sinnstiftenden und persönlichkeitsbildenden Elemente konzentriert. Die Bundeswehr hat mit den Sportsoldaten/-innen der Sportfördergruppen der Bundeswehr Spitzensportler/-innen in ihren Reihen, die dem Leitbild der Kommunikation entsprechen und damit als Markenbotschafter für die Bundeswehr dienen. Deshalb konzentriert sich die Sportkooperation zu personalwerblichen Zwecken auf diese Spitzensportler/-innen, ihre Sportarten und Vereine.

- a) Worin liegen die wesentlichen Unterschiede zu vorangegangenen Konzeptionen?

Die wesentlichen Unterschiede liegen in der überregionalen Ausrichtung und der eindeutigen Arbeitgebermarkenbildung sowie in der Konzentration der Sportkooperation auf die Sportsoldaten/-innen der Bundeswehr und ihre Vereine.

- b) Inwiefern ist aufgrund der Neukonzeption mit neuen Werbe- oder Veranstaltungsformationen zu rechnen?

Es sind keine grundlegend neuen Werbe- und Veranstaltungsformen geplant.

- c) Wird die Neukonzeption bereits umgesetzt (bitte ggf. nähere Angaben machen), und wenn nein, ab wann soll sie umgesetzt werden?

Die Neukonzeption wird seit Mai 2016 umgesetzt. Erste Sportkooperationen nach den neuen Vorgaben befinden sich derzeit in der Verhandlung zwischen zuständigen Karrierecentern der Bundeswehr und den vorgegebenen Vereinen.

- d) Ist die Bundesregierung bereit, dem Deutschen Bundestag die Neukonzeption in vollem Wortlaut zukommen zu lassen, oder ist diese bereits veröffentlicht (bitte ggf. Fundstelle angeben)?

Die Neukonzeption ist der durch den Verfasser als „VS–Nur für den Dienstgebrauch“ eingestuften Anlage 1* zu entnehmen. Zur Wahrung des überwiegenden Rechtes auf informationelle Selbstbestimmung der Sportsoldatinnen und Sportsoldaten sowie der Leiterinnen und Leiter der Sportfördergruppen der Bundeswehr, das eine Einschränkung nur im überwiegenden Allgemeininteresse und bei Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit zulässt, wurden die Namen geschwärzt.

3. Mit welchen Sportvereinen hat die Bundeswehr im Jahr 2015 Kooperationsvereinbarungen unterhalten?

Die Kooperationsvereinbarungen der Bundeswehr mit Sportvereinen im Jahr 2015 sind der Anlage 2* zu entnehmen. Finanzielle Einzelheiten sowie Vereinbarungen zu Leistungen und Laufzeiten unterliegen einer vertraglich vereinbarten Vertraulichkeit und sind zur Wahrung der durch Artikel 12 GG geschützten Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse als „VS–Nur für den Dienstgebrauch“ eingestuft.

- a) Welche Kosten waren damit jeweils verbunden, und wie gliedern sich diese im Wesentlichen auf?
- b) Welcher Leistungskatalog war dabei jeweils vereinbart (bitte vollständig wiedergeben)?
- c) Über welche Laufzeit erstrecken sich die Vereinbarungen jeweils?
- d) Welche Titelbezeichnungen hat sich die Bundeswehr dabei erworben (wie etwa „Sponsor“, „Partner“, „Supplier“, „Förderer“ usw.)?

Die Frage 3a bis 3d werden gemeinsam beantwortet.

Es wird auf die Anlage 2* verwiesen.

- e) Welche allfälligen Nebenabreden wurden dabei getroffen?

Es wurden keine Nebenabreden getroffen.

* Das Bundesministerium der Verteidigung hat die Antwort als „VS–Nur für den Dienstgebrauch“ eingestuft. Die Antwort ist im Parlamentssekretariat des Deutschen Bundestages hinterlegt und kann dort von Berechtigten eingesehen werden.

4. Mit welchen Sportvereinen hat die Bundeswehr für das Jahr 2016 und später Kooperationen vereinbart (bitte nach dem Schema von Frage 2 beantworten)?

Die Kooperationsvereinbarungen der Bundeswehr mit Sportvereinen für das Jahr 2016 sind der Anlage 3* zu entnehmen. Finanzielle Einzelheiten sowie Vereinbarungen zu Leistungen und Laufzeiten unterliegen einer vertraglich vereinbarten Vertraulichkeit und sind zur Wahrung der durch Artikel 12 GG geschützten Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse als „VS – Nur für den Dienstgebrauch“ eingestuft.

Es wurden keine Nebenabreden getroffen.

5. Wie erklärt die Bundesregierung, dass die Angaben zum Inhalt und den Kostenvereinbarungen solcher Kooperationen in der Antwort der Bundesregierung auf eine entsprechende Kleine Anfrage der Fraktion DIE LINKE. zu den Jahren 2013 und 2014 (Bundestagsdrucksache 18/2325) noch vorbehaltlos erteilt wurden, aber auf Bundestagsdrucksache 18/5942 aufgrund einer „vertraglich vereinbarten Vertraulichkeit“ als „VS-NfD“ eingestuft worden sind?

- a) Warum wurden diese Angaben im vorigen Jahr als „VS-NfD“ eingestuft?

Die Fragen 5 und 5a werden zusammenhängend beantwortet.

Die Vertragspartner haben die Möglichkeit, vertragliche Vertraulichkeit zu vereinbaren. Es erfolgte eine Einstufung als „VS – Nur für den Dienstgebrauch“ im vorherigen Jahr zur Wahrung der durch Artikel 12 GG geschützten Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse. In den Jahren 2013 und 2014 war dieses nicht der Fall.

- b) Ging die Anregung, Vertraulichkeit zu vereinbaren, von der Bundesregierung bzw. der Bundeswehr oder von Seiten der Sportvereine aus, und wenn letzteres, von welchen Sportvereinen konkret, und wie wurde dieser Wunsch begründet?

Es wird auf die Antwort zu den Fragen 5 und 5a verwiesen. Weitere Informationen hierzu liegen nicht vor.

- c) Wurde von Seiten der Sportvereine (welcher) oder der Bundeswehr befürchtet, dass ein Bekanntwerden des Inhalts der Kooperationsvereinbarungen den Sportvereinen schaden könnte, und wenn ja, inwiefern und aufgrund welcher konkreter Erfahrungen?

Es wird auf die Antwort zu den Fragen 5 und 5a verwiesen. Weitere Informationen hierzu liegen nicht vor.

6. Welche Gewichtung hat bei der Konzeptionierung der Kooperationsverträge die Ansprache der primären und der sekundären Zielgruppen?

Die Ansprache der primären und sekundären Zielgruppen besitzt gleichermaßen eine hohe Gewichtung.

* Das Bundesministerium der Verteidigung hat die Antwort als „VS–Nur für den Dienstgebrauch“ eingestuft. Die Antwort ist im Parlamentssekretariat des Deutschen Bundestages hinterlegt und kann dort von Berechtigten eingesehen werden.

7. An welchen Veranstaltungen Dritter mit sportlichem Bezug hat sich die Bundeswehr im Jahr 2015 sowie bislang im Jahr 2016 im Rahmen der Personalwerbung und Öffentlichkeitsarbeit (bitte differenzieren) beteiligt, und an welchen ist die Beteiligung in diesem Jahr vorgesehen?

Im Rahmen der Personalwerbung und Öffentlichkeitsarbeit hat die Bundeswehr an 127 Veranstaltungen Dritter teilgenommen. Dafür wurden Haushaltsmittel in Höhe von insgesamt rund 828 000 Euro aufgewendet. Es wurden rund 1 852 000 Personen erreicht. Die Art der Beteiligung und die Aufgliederung der Kosten sind der Anlage 4 zu entnehmen.

- a) Welcher Art war bzw. wird diese Beteiligung jeweils?
- b) Welche Kosten sind damit jeweils verbunden, und wie gliedern sich diese im Wesentlichen auf?
- c) Wie viele Personen wurden dabei jeweils erreicht bzw. mit wie vielen erreichten Personen rechnet die Bundesregierung?

Die Fragen 7a bis 7c werden gemeinsam beantwortet.

Es wird auf die Anlage 4 verwiesen.

8. Welche eigenen Veranstaltungen hat die Bundeswehr im Sportbereich im Jahr 2015 sowie bislang im Jahr 2016 unternommen, und welche sind für dieses Jahr noch geplant?

Im Jahr 2015 wurde im Bereich Jugendmarketing das bundesweite, zentrale Jugendsportevent „Bw-Beachen“ in Ingolstadt und Warendorf durchgeführt.

Im Jahr 2016 wurde im Bereich Jugendmarketing das bundesweite, zentrale Jugendsportevent „Bundeswehr Olympix“ in Warendorf durchgeführt.

Weitere Sportevents in diesem Jahr sind nicht geplant.

- a) Welche Kosten waren/sind jeweils damit verbunden, und wie gliedern sich diese im Wesentlichen auf?

Für die beiden Veranstaltungen „Bw-Beachen“ wurden in 2015 Haushaltsmittel in Höhe von rd. 545 000 Euro verausgabt. Diese teilen sich im Wesentlichen auf die Durchführung und das Werbekonzept auf.

Für die Veranstaltung „Bundeswehr Olympix 2016“ wurden in der Durchführung und Werbung rd. 350 000 Euro verausgabt.

- b) Welche Sportvereine haben sich daran beteiligt bzw. sind eingeplant?

Bei der Durchführung der genannten Veranstaltungen waren keine Sportvereine beteiligt.

- c) Wie viele Jugendliche (soweit möglich, bitte ungefähre Altersgruppen angeben) wurden als Teilnehmer gezählt bzw. werden erwartet?

Bei den beiden Veranstaltungen „Bw-Beachen“ in 2015 nahmen je knapp 500 Jugendliche, bei der Veranstaltung „Bundeswehr Olympix 2016“ rund 300 Jugendliche teil.

- d) Wie viele Personen (soweit möglich, bitte nach Altersgruppen aufteilen) wurden/werden im Zusammenhang mit den Veranstaltungen (voraussichtlich) jeweils erreicht (durch Bewerbung, Onlinekontakte)?

Die Werbung mit dem Schwerpunkt im Bereich Social Media erreichte zu „Bw-Beachen“ in 2015 rund 1,6 Millionen Jugendliche, zu den „Bundeswehr Olympix“ in 2016 etwa 1,88 Millionen Jugendliche.

9. Welche Kosten waren insbesondere mit dem Bundeswehr-Karriere-Cup verbunden, und wie haben sich diese im Wesentlichen aufgegliedert?

Es waren mit dem Bundeswehr-Karriere-Cup Kosten in Höhe von 59 500 Euro verbunden. Diese gliederten sich wie folgt auf:

- Namensrecht am Turnier und Einbindung in sämtliche Kommunikationsmaßnahmen, Präsenz auf allen Medien als Premiumpartner, Zeitungsanzeige in der Sonderbeilage zum Cup sowie in überregionaler und regionaler Zeitung, Social Media Ausspielung, Werbepräsenz auf LED-Bande: 34 500 Euro.
- TV-Übertragung des Turniers auf Sport 1, dauerhafte Bandenpräsenz, 80 Tickets zum Verlosen, Autogrammstunde mit 2 Spielern der SG Dynamo Dresden, Präsenz Karrieretruck vor Stadion: 25 000 Euro.

- a) Welche Sportvereine haben sich daran beteiligt?

SG Dynamo Dresden

Werder Bremen

Real Betis (Spanien)

FC Everton (England).

- b) Welche Funktion im Rahmen der Personalwerbung oder Öffentlichkeitsarbeit hatte die Veranstaltung, und inwiefern (bitte Kriterien und ggf. konkrete Zahlen angeben) ist diese aus Sicht der Bundesregierung erfüllt worden?

Bei dieser Veranstaltung wurde die Zielgruppe der 17- bis 35-Jährigen erreicht, um diese wie auch weitere Multiplikatoren auf die Karrieremöglichkeiten in der Bundeswehr aufmerksam zu machen.

Der Zweck der Beteiligung der Bundeswehr an dem Karriere-Cup wurde aus Sicht der Bundesregierung erfüllt, weil während der Veranstaltungstage ca. 40 000 sportaffine und damit zur Zielgruppe gehörende Zuschauer anwesend waren, die durch unterschiedliche personalwerbliche Maßnahmen (z. B. Bandenwerbung und Anzeigen im Stadionheft im Stadion sowie dem Informationsangebot am Karrieremobil vor dem Stadion) über den Arbeitgeber Bundeswehr informiert wurden.

10. Wie viele Personen haben im Jahr 2015 insgesamt in die Speicherung ihrer Interessentendaten bei der Bundeswehr eingewilligt, und wie viele von diesen haben anlässlich von Maßnahmen im Sportbereich eingewilligt?

Anlässlich des bundesweiten zentralen Jugendsportevents „Bw-Beachen“ in 2015 willigten rund 830 Teilnehmer der Speicherung ihrer Interessentendaten im Bereich Jugendmarketing ein.

11. Welche Aktivitäten und Maßnahmen gibt es im Rahmen der Bundeswehrkampagne Olympia 2016 (bitte die einzelnen Maßnahmen mit den jeweiligen Kosten nennen)?

Die Aktivitäten und Maßnahmen sowie die Kosten gliedern sich wie folgt:

Kosten der Olympia-Kampagne gesamt: rund 5,5 Mio. Euro, davon

- rund 500 000 Euro Agentur- und Produktionskosten,
- rund 5,0 Mio. Euro für Werbung, die sich wie folgt verteilen:
 - TV: 2,3 Mio. Euro
 - Out of Home (Autobahnposter, Werbeplakate): 1,0 Mio. Euro
 - Online: 900 000 Euro
 - Print: 700 000 Euro (Print & Print Spezial zusammen)
 - Ambient (SpindAds, Freecards): 150 000 Euro.

Es wird darauf hingewiesen, dass diese Kosten nicht im Zusammenhang mit den Maßnahmen zur Sportkooperation der Karrierecenter stehen, wie sie in der Neukonzeption (siehe Anlage 1*) angewiesen sind.

12. Hat die Bundesregierung die Bundeswehrkampagne zu Olympia 2016 mit dem Präsidium sowie den Athletensprechern des DOSB abgestimmt, und inwieweit spielte dabei der Widerspruch zur Satzung des DOSB eine Rolle?

Die Olympia-Kampagne war mit dem Präsidium des DOSB abgestimmt. Seitens DOSB ist der Bundesregierung kein Widerspruch zur Satzung mitgeteilt worden.

13. Inwieweit teilt die Bundesregierung die Kritik des EKD-Friedensbeauftragten Renke Brahms zu dieser Kampagne?

Die Aussage von Renke Brahms ist eine persönliche Meinungsäußerung, die von der Bundesregierung nicht kommentiert wird.

14. Sind die Sportsoldatinnen und Sportsoldaten verpflichtet, diese Kampagne aktiv zu unterstützen (Einsatz für Autogrammstunden, Gewinnspiele usw.), oder inwieweit erfolgen solche Einsätze auf freiwilliger Basis (bitte darstellen, in welchem Umfang es bislang zu solchen Unterstützungseinsätzen gekommen ist)?

Eine Verpflichtung zur aktiven Unterstützung dieser Kampagne besteht nicht. Sämtliche Aktivitäten basieren auf Freiwilligkeit und finden in enger Abstimmung mit den Spitzensportlerinnen und Spitzensportlern entsprechend ihrer Verfügbarkeit (Trainings- und Wettkampfplanung) statt.

* Das Bundesministerium der Verteidigung hat die Antwort als „VS–Nur für den Dienstgebrauch“ eingestuft. Die Antwort ist im Parlamentssekretariat des Deutschen Bundestages hinterlegt und kann dort von Berechtigten eingesehen werden.

Bisher fanden noch keine Unterstützungseinsätze durch die identifizierten Spitzensportlerinnen und Spitzensportler statt, da die entsprechenden individuellen Kooperationsvereinbarungen zwischen den Sportlern bzw. ihren (Heimat-) Vereinen und den Karrierecentern der Bundeswehr noch zu schließen sind.

15. Inwieweit wird diese Kampagne auch mit den Paralympischen Spielen verbunden?

Die Kampagne wird insofern mit den Paralympischen Sommerspielen verbunden, als dass selbstverständlich auch über die Teilnahme und das Abschneiden des einzigen dort aktiv teilnehmenden Bundeswehrangehörigen berichtet wird.

16. Setzt die Bundeswehr auch bei ihr beschäftigte Sportlerinnen und Sportler mit Behinderungen, insbesondere Sportlerinnen und Sportler, die ihre Behinderung durch den Einsatz in Kriegseinsätzen erwarben, in ihrer Arbeitgeber-Werbekampagne ein?

Wenn nein, warum nicht?

Es ist geplant, dass der einzige an den paralympischen Sommerspielen aktiv teilnehmende Bundeswehrangehörige in der Arbeitgeber-Werbekampagne eingesetzt wird.

Anlage 4 zu Parl Sts bei der Bundesministerin der Verteidigung Gröbel
1880022-V170 vom 21. September 2016

Veranstaltungen Dritter mit sportlichem Bezug 2015 und 2016						
Datum	Veranstaltung	Art der Beteiligung	Kosten	erreichte Personen (ca.)	Personalwerbung	Werbemaßnahme Ö-Arbeit
17.01.2015	Budenzauber Emsland 2015	Kofferstand	14.000,00 €	3.500	X	
14.06.2015	Harzer Keller Run	Karriere-Mobil	1.400,00 €	3.000	X	
27.06.2015 - 28.06.2015	Beach-Soccer-Cup	Info-Mobil	1.500,00 €	1.500	X	
27.06.2015	Sportfest Fokus Wensch	Karriere-Mobil	3.400,00 €	2.000	X	
17.07.2015 - 19.07.2015	Beachvolleyball-Tour	Karriere-Mobil	3.600,00 €	4.000	X	
21.08.2015 - 31.08.2015	Pringles Kitesurf World Cup 2015	Info-Mobil	40.288,65 €	210.000	X	
25.09.2015 - 04.10.2015	Windsurf World Cup 2015	Info-Mobil	56.644,00 €	200.000	X	
01.11.2015	Sportevent "STELLMAN RUN"	Info-Mobil	2.380,00 €	2.500	X	
02.01.2016	Budenzauber Emsland 2016	Kofferstand	12.000,00 €	3.000	X	
11.06.2016	Harzer Keller Run	Karriere-Mobil	1.000,00 €	3.000	X	
17.06.2016 - 19.06.2016	Beachvolleyball- Tour	Info-Mobil	3.570,00 €	5.000	X	
18.06.2016 - 19.06.2016	Beach-Soccer-Cup	Karriere-Mobil	2.865,00 €	1.200	X	
24.06.2016 - 26.06.2016	Erlebnisturfest Göttingen	Info-Truck	20.000,00 €	250.000	X	
15.07.2016 - 17.07.2016	Jade Weser Race Cup	Info-Mobil	535,50 €	10.000	X	
14.08.2016	Tag des Sportes Hannover	Info-Truck	4.060,88 €	2.700	X	
26.08.2016 - 04.09.2016	Pringles Kitesurf World Cup 2016	Karriere-Mobil	40.288,65 €	Zukunft	X	
30.09.2016 - 09.10.2016	Windsurf World Cup 2016	Info-Mobil	56.644,00 €	Zukunft	X	
24.01.2015	AOK Traditionsmasters 2015	Kofferstand und Karriereberater, Banderwerbung, Logo für Rasenfläche, Logo für Internetseite, Online-Beiträge für Turnier-Homepage, Anzeige im Turniermagazin, Video-Clip, Flyer	14.784,65 €	8.000	X	
20.01.-29.01.2015	6-Tage-Rennen	Messteam KartC Bw Berlin, Karriereberater, Logo auf Internetseite, Sponsorentafel, Video-Clip, Bahnbeschriftung, Anzeige für Programmheft, Lautsprecherdurchsagen	15.128,77 €	73.500	X	
22.05.2015	KissCup	InfoTruck, Kofferstand und Karriereberater, Logo für Internetseite, Video-Clip, Flyer, Unterstützungspersonal für Veranstaltung	7.773,45 €	8.500	X	
30.04.-03.05.2015	Wassersportfest	InfoMobil und Karriereberater, Banner, Logo für Plakate & Internet, Kundenstopper, Anzeigenseite im Veranstaltungsheft	4.004,73 €	10.000	X	X
11.04.-12.04.2015	Eibdeichmarathon	InfoMobil, Karriereberater und Unterstützungspersonal für Veranstaltung	- €	5.000	X	
01.06.-05.06.2015	Tour de Prignitz	InfoMobil, Karriereberater und Unterstützungspersonal für Veranstaltung	- €	5.000	X	
31.07.-01.08.2015	Bundesfinale Streetsoccer	InfoTruck und Karriereberater, Eventmodul	- €	2.500	X	
27.05.-01.06.2015	DTM, GT Masters, IDM	InfoTruck und Karriereberater	11.305,00 €	620	X	
08.05.2015	Fair Play Soccer Tour (div. Termine u. Spielorte)	KarriereMobil, Kofferstand und Karriereberater	11.967,83 €	650	X	
25.04.2015	Rallye Ostprignitz	InfoTruck und Karriereberater	- €	2.000	X	
28.02.2015	Spieltag Handball Grün Weiß Schwerin	Messestand und Karriereberater	- €	200	X	
20.06.2015	r8, Berliner Dragon Citycup	InfoMobil und Karriereberater	800,00 €	1.500	X	
25.04.2015	Boxen meets Football	KarriereMobil und Karriereberater	357,00 €	400	X	
05.05.2015	Soccer Liga	Kofferstand und Karriereberater	- €	175	X	
18.02.2015	BW Spieltag beim Köpenicker SC	InfoMobil und Karriereberater	- €	300	X	
30.08.2016	Sportfest Pritzwalker Stadion	InfoMobil und Karriereberater	- €	350	X	
04.-06.09.2015	Sport im Olympiapark Cottbus	InfoMobil und Karriereberater	1.356,00 €	70.000	X	X
	Cottbus	Kofferstand und Karriereberater	4.165,00 €	4.000	X	

Anlage 4 zu Parl Sts bei der Bundesministerin der Verteidigung Gröbel
1880022-V170 vom 21. September 2016

Veranstaltungen Dritter mit sportlichem Bezug 2015 und 2016						
Datum	Veranstaltung	Art der Beteiligung	Kosten	erreichte Personen (ca.)	Personalwerbung	Werbemaßnahme
					Personalwerbung	O-Arbeit
18.09.2015	Berufe und Sport	KarriereMobil, Karriereberater und Unterstützungspersonal für Veranstaltung	- €	500	X	X
11.10.2015	ASICSRUN	InfoMobil und Karriereberater	- €	10.000	X	X
16.01.2016	AOK Traditionsmasters 2016	Kofflerstand und Karriereberater	21.265,30 €	8.000	X	X
26.01.-04.02.2016	6-Tage-Remen	Messteam KarrC Bw Berlin, Karriereberater, Logo auf Internetseite/Sponsorentafel, Video-Clip, Bahnbeschriftung, Anzeige für Programmheft, Lautsprecherdurchsagen	20.000,00 €	70.000	X	X
03.06.2016	KissCup	Info Truck, Kofflerstand und Karriereberater, Logo für Internetseite, Video-Clip, Flyer, Ipod	7.779,50 €	8.500	X	X
29.04.2016	Wassersportfest	InfoMobil und Karriereberater, Banner, Logo für Plakate & Internet, Kundenstopper, Anzeigenseite im Veranstaltungshett	3.500,00 €	450	X	X
09.-10.04.2016	Elbeichmarathon	InfoMobil, Falzelt und Karriereberater	- €	7.400	X	X
01.-02.06.2016	Tour de Prignitz	InfoMobil und Karriereberater	- €	4.000	X	X
23.-24.07.2016	Bundesfinale Streetsoccer	InfoMobil, Karriereberater und Eventmodul	6.000,00 €	2.500	X	X
03.06.-05.06.2016	IDM	Info Truck und Karriereberater, Unterstützungspersonal für Veranstaltung	2.290,75 €	68.000	X	X
28.04.-02.05.2016	DTM	Info Truck und Karriereberater, Unterstützungspersonal für Veranstaltung	7.378,00 €	9.000	X	X
25.06.2016	19. Berliner Dragon Citycup	InfoMobil, Karriereberater und Unterstützungspersonal	600,00 €	1.600	X	X
24.02.2016	Kick & work	Info Truck, Kofflerstand und Karriereberater, Logo für Bildschirmwerbung	3.000,00 €	350	X	X
15.07.2016	22. Schulmeisterschaft Drachenboot "Sport statt Gewalt"	InfoMobil und Karriereberater	178,50 €	650	X	X
25.-26.06.2016	Atlantic City-Cup	Banner	200,00 €	k.A.	X	X
13.-14.08.16	Deutsche Drachenbootmeisterschaft	KarriereMobil, Karriereberater und Unterstützungspersonal	400,00 €	2.000	X	X
09.10.2016	The Great 10K Berlin-Lauf	InfoMobil und Karriereberater	- €	Zukunft	X	X
15.20.09.2016	Superbike	Info Truck und Karriereberater	2.290,75 €	Zukunft	X	X
01.-05.09.2016	Red Air Bull Race	Info Truck und Karriereberater	3.986,50 €	Zukunft	X	X
16.09.2016	5. Regionaler Sport- und Berufsinformationstag Ludwigfelde	KarriereMobil, Karriereberater	- €	Zukunft	X	X
09.04.2015 - 12.09.2015	FIBo Köln	Messestand	29.014,47 €	108.500	X	X
04.09.2015 - 13.9.2015	Montgolfiade	Info- Truck	6.877,61 €	80.000	X	X
07.04.2016 - 10.04.2016	FIBo Köln	Messestand	27.733,09 €	153.000	X	X
02.09.2016 - 11.09.2016	Montgolfiade	Info- Truck	7.585,88 €	k.A.	X	X
02.12.2016 - 03.-12.2016	ARAG Big Air Freestyle Festival 2016	Messestand und Out of home Werbung	19.864,00 €	k.A.	X	X
05.05.2015	Benefizfußballspiel SSV Ulm	Infomobil	- €	300	X	X
04.06.06.15	Future Cup 2015	Infomobil	- €	1.000	X	X
16.06.2015	WM Pokal	KarriereMobil	- €	3.000	X	X
11.-12.07.15	Jugendsportwoche Heimbach	Infomobil	- €	1800	X	X
07.-08.08.15	Sommer Grand Prix	KarriereMobil	- €	8.000	X	X
28.08.2016	Radrennen RSS Donauesschingen	KarriereMobil	- €	200	X	X

Anlage 4 zu Parl Sts bei der Bundesministerin der Verteidigung Gröbel
1880022-V170 vom 21. September 2016

Veranstaltungen Dritter mit sportlichem Bezug 2015 und 2016						
Datum	Veranstaltung	Art der Beteiligung	Kosten	erreichte Personen (ca.)	Personalwerbung	Werbemaßnahme O-Arbeit
30.08.04.09.16	DM Fallschirmspringen	Karrieremobil	300,00 €	k.A.		X
04.09.2016	Extremhindernislauf Mudiator	Messestand	4.700,00 €	k.A.		X
06.02.2015 - 08.02.2015	Short-Track Weitcup in Dresden	Logointegration in Werbemitteln wie Pressewand, Sponsorenwand; 1 x Anzeige	1.785,00 €	k.A.		X
11.04.2015 - 12.04.2015	8.Tangermünder Elbeichmarathon	Standfläche Infomobil	714,00 €	5.000		X
19.04.2015	Leipzig Marathon	60 Jahre Bundeswehr und Bundeswehr-Logo auf T-Shirt; Standfläche Karrieretruck und Karrieremobil	2.948,34 €	12.500		X
02.05.2015	Radtrennsporttage Wittenberg	Standfläche Karrieremobil	72,41 €	1.500		X
17.05.2016	Powertriathlon in Gera	1 x Anzeige; Platzierung Werbeanmer 3,0m x 0,5m; Benennung Arbeitgeber Bundeswehr durch Moderator der Veranstaltung sowie im Pressesgespräch; Standfläche Karrieremobil	2.261,00 €	4.000		X
19.05.2015	WBO - Intercontinental Meisterschaft im Halbschwergewicht in Leipzig	1 x Bundeswehr-Logo auf Werbereiter gegenüber der Hauptkamera; 1 x Bundeswehr-Logo auf LED-Anzeige in der Veranstaltungshalle; Nennung im offiziellen Programmheft sowie durch Ringrichter	6.021,40 €	k.A.		X
21.05.2015	DSA - Sportabzeichen in Bautzen	Standfläche Karrieremobil	595,00 €	200		X
12.06.2015 - 14.06.2015	23. Landesspielfest und 7. internat. Spielfest der Volleyballjugend in Braunsbedra	1 x Anzeige im Begleitheft; Standfläche Kofferstand	416,50 €	3.000		X
13.06.2015 - 14.06.2015	DM U17-Damen Floorball in Weitenfels	Platzierung Werbeanmer am Spielfeldrand; Standfläche Kofferstand	1.160,00 €	k.A.		X
19.06.2015	Benefizlauf in Halle	Standfläche Kofferstand	1.428,00 €	2.000		X
19.06.2015 - 30.06.2015	Beach & Soul Dresden	Standfläche Karrieremobil	80,00 €	500		X
24.06.2015	DAK - Firmenlauf	Standfläche Karrieremobil	595,00 €	750		X
10.07.2015 - 12.07.2015	Motorrad Grand Prix Deutschland	Vorstellung Arbeitgeber Bundeswehr; Schaltung 30sek Videospot auf alle Videoleinwänden des Veranstaltungsgeländes vor jedem freien Training und den Qualifikationen am Samstag und Sonntag und vor den Warm ups am Sonntag; 1 x Anzeige im offiziellen Begleitheft	8.925,00 €	k.A.		X
18.07.2015	Havelberg, Hafentriathlon in Havelberg	Bundeswehr-Logo auf T-Shirt	487,82 €	k.A.		X
07.08.2015 - 16.08.2015	City-Beach-Halle	Standfläche Karrieremobil	3.000,00 €	3.000		X
28.08.2015	2. Tangermünder Lichterlauf	Standfläche Karrieremobil	297,50 €	3.000		X
06.09.2015	39. Arneburger Elbelauf	Standfläche Karrieremobil	200,00 €	200		X
25.09.2015 - 27.09.2015	10. Rosstrappendownhill in Thale	Platzierung Werbeanmer 3,0m x 1,0m im Start-/Zielbereich; Bundeswehr-Logo auf Flyern und Plakaten; Bundeswehr-Logo auf Homepage des Veranstalters und Verlinkung zu www.Bundeswehr-karriere.de; Standfläche Karrieremobil	2.975,00 €	6.000		X
16.04.2016	1. Glauchauer NordWest Kriterium (Radsportveranstaltung U17; U19; U23 in Glauchau)	Standfläche Karrieremobil	800,00 €	1.000		X
16.04.2016 - 17.04.2016	9. Tangermünder Elbeichmarathon	Standfläche Infomobil	2.499,00 €	7.400		X
24.04.2016	19. VVO Oberelbe-Marathon in Dresden	Standfläche Karrieremobil	476,00 €	10.000		X
24.04.2016	Karriere- und Ausbildungsmesse	Standfläche Kofferstand	593,81 €	25		X
29.04.2016	12. Mühlhäuser Rößlinglauf	Standfläche Karrieremobil	300,00 €	6.000		X
21.05.2016	23. TMP-Weisprung-Meeting der Weltklasse in Bad Langensalza	Standfläche Infomobil	1.785,00 €	600		X
21.05.2016	Powertriathlon in Gera	Standfläche Karrieremobil	952,00 €	1.500		X
07.06.2016 - 12.06.2016	Crimmitschau Beach 2016	Standfläche Karrieremobil	1.523,00 €	150		X
11.06.2016	24. Landesspielfest und 8. internat. Spielfest der Volleyballjugend in Braunsbedra	Standfläche Karrieremobil	400,00 €	1.700		X
18.06.2016	Jena Beach 2016	Standfläche Eventmodul + Eventmodul	7.511,28 €	k.A.		X

Anlage 4 zu Parl Sts bei der Bundesministerin der Verteidigung Gröbel
1880022-V170 vom 21. September 2016

Veranstaltungen Dritter mit sportlichem Bezug 2015 und 2016						
Datum	Veranstaltung	Art der Beteiligung	Kosten	erreichte Personen (ca.)	Personalwerbung	Werbemaßnahme
						O-Arbeit
19.06.2016	SZ-Mini-EM 2016 in Dresden	Standfläche Infomobill	4.165,00 €	10.000	X	X
22.06.2016	DAK - Firmenlauf	Standfläche Karrieremobil	684,25 €	1.500	X	X
23.06.2016 - 26.06.2016	Dresden Beach 2016	Standfläche Eventmodule + Eventmodule	37.835,46 €	1.200	X	X
09.07.2016	Kultur- und Sporttage in Oberbärenburg	Standfläche Kofferstand	297,50 €	1.500	X	X
16.07.2016	Havelberg Triathlon	Standfläche Infomobill	1.421,00 €	1800	X	X
29.07.2016 - 30.07.2016	Bundeswehrkarriere-Cup in Dresden	Namingright; TV-Titeipatronat; Online-Social Media; Logopräsenz auf Tickets; Logopräsenz auf Werbemittel; LED-Bandenwerbung; 60 Public Tickets; Stadionsdurchsagen; 30sek. Videowerbespot; Standfläche Infomobill	59.500,00 €	26.325	X	X
13.08.2016 - 21.08.2016	Werdau Beach 2016	Standfläche Karrieremobil	1.523,00 €	30	X	X
20.08.2016	100km-Lauf in Leipzig	Platzierung Werbebanner	95,00 €	1500	X	X
20.08.2016 - 21.08.2016	O-See Beach (Beach & Soul Oibersdorfer See)	Standfläche Karrieremobil	1.761,20 €	500	X	X
21.08.2016	DM Berg Radsport 2016 (U17; U19; U23) in Waldenburger	Standfläche Karrieretruck	800,00 €	2.000	X	X
26.08.2016	3. Tangenmünder Lichtenlauf	Standfläche Karrieremobil	250,00 €	1.800	X	X
27.08.2016	20. Mühlenhäuser Altstadtlauf	Standfläche Kofferstand	200,00 €	1.000	X	X
04.09.2016	40. Arneburger Elbelauf	Standfläche Karrieremobil	200,00 €	1600	X	X
23.09.2016 - 25.09.2016	Rosstrappendownhill in Thale	Standfläche Karrieremobil	595,00 €	Zukunft	X	X
20.06.2015	Gorch-Fock-Marathon	Anzeige im "Nordseejogger"	1.190,00 €	k.A.	x	x
01.01.2015	Neujahrsspringen	Präsentation mit Karrieremobil	306,00 €	25.000	X	X
13.01. - 18.01.2015	IBU Biathlon Weltcup	Präsentation mit Infomobill	-	160.000	X	X
06.02.2015	All Star Handball Game Nürnberg	Präsentation mit Kofferstand und werblicher Auftritt	7.000,00 €	7.500	X	X
07.03.2015	Braveheart Battle	Präsentation mit Infomobill	430,30 €	18.600	X	X
01.05.2015	Weilheimer Aulaf	Präsentation mit Karrieremobil und werblicher Auftritt	1.785,00 €	1600	X	X
16.05. - 17.05.2015	Regensburg Marathion	Präsentation mit Info-Truck	1.981,00 €	10.000	X	X
16.08.2015	Rock Race Würzburg	Präsentation mit Karrieremobil	300,00 €	2.000	X	X
28.08.2015	U 19 Fußballspiel TSV Nördlingen - FC Augsburg	Präsentation mit Karrieremobil	-	500	X	X
30.01. - 31.01.2016	Oberbayrische Karatemeisterschaft	Präsentation mit Kofferstand	200,00 €	1600	X	X
12.03.2016	Braveheart Battle	Präsentation mit Infomobill	-	5.400	X	X
01.05.2016	Weilheimer Aulaf	Präsentation mit Karrieremobil	-	1620	X	X
07.05. - 08.05.2016	Regensburg Marathon	Präsentation mit Info-Truck	1.807,00 €	10.500	X	X
08.05.2016	Wings for Life Worldrun	Präsentation mit Karrieremobil	-	20.000	X	X
14.08.2016	Streetheroes 2016	Präsentation mit Fahrtzeit	2.872,00 €	1.000	X	X
01.07. - 03.07.2016	Trendsportveranstaltung "MUNICH MASH 2016"	Einsatzmittel des Karriere TreffBw (KinoTruck), Exponat: Trial Bike; Eventmodul: Face to Face Climbing; Außerdem: Karriereberater; Marinepersonal; Sicherheitspersonal: Gestellt durch Feldjäger und ziviler Wachfirma	119.715,88 €	85.000	x	x
15.09. - 18.09.2016	CHI Donaueschingen - 60. Internationales S.D. Fürst zu Fürstenberg-Gedächtnisturnier	Exponat: VW Widder; Flugsimulator; Außerdem: Karriereberater; Sicherheitspersonal: Gestellt durch Feldjäger und ziviler Wachfirma	19.899,26 €	55.000	x	x
	127 Veranstaltungen		828.341,37 €	1.851.945		