

## **KenFM am Telefon mit Dr. Sabine Schiffer (IMV) über: Bundeswehr goes BRAVO**

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

[Buchtipps](#)

[Background](#)

[KenFM Reportage zu PTBS bei Soldaten](#)