

An der Heimatfront

Öffentlichkeitsarbeit und Nachwuchswerbung der Bundeswehr



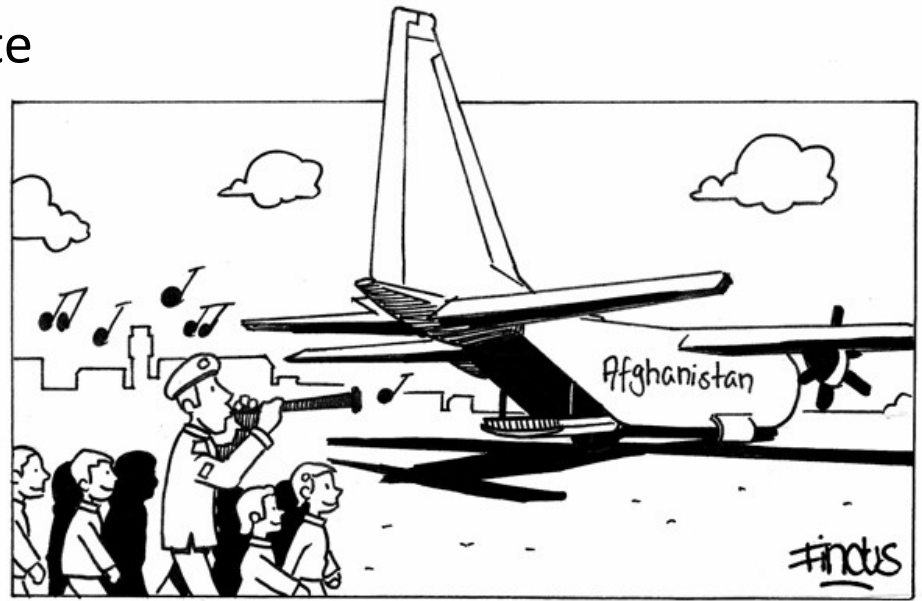
Bundeswehr-„KarriereTreff“
Gütersloh, Mai 2008



Bundeswehr- „BigBand“-Konzert
Rheine, August 2008

Inhalt

- Warum der Werbefeldzug?
- Eigene Veranstaltungen
- Eigene Medien
- Militainment/Die Bundeswehr in den Medien
- Militärmusik
 - Musikkorps / Adventskonzerte
 - Bundeswehr „BigBand“
 - Bundeswehr „KarriereTreff“
 - „Bw-Musix“
- Kritik am Werbefeldzug der Bundeswehr
- Weitere Informationen



Warum ist die Bundeswehr im Werbefeldzug?

- Heute 7.000 deutsche Soldaten im Auslandseinsatz, bald 10.000
- 170.000 (BS, SaZ, Reservisten) + 5.000 FWD + X (< 10.000 FWD) = 185.000 Soldaten im Dienst
- Von Juli 2011 bis Juli 2012: 9.350 FWDler (bereinigt)
- Arbeitgeber-Bundeswehr bei jungen Menschen unpopulär
- Großer Bedarf an AkademikerInnen
- Werbung bei den WählerInnen von morgen
- Image aufbessern



Eigene Veranstaltungen

- „Bw-Musix“, Musikkorps, BigBand
- „KarriereTreff“-Bundeswehr, Infotrucks
- „Bw-Olympix“, „Bw-Beachen“
- Bundeswehr an Schulen
- Wehrdienstberatungen in Arbeitsämtern
- Bundeswehr-„Messe-Marketing“
- „Bw-Adventure-Games“
- Mädchen-Zukunftstag „Girls‘Day“
- Soldatentag/Tag der offenen Tür
- „Tag der Reservisten“
- Großereignisse (Landestage, Kirchentage, Hafenfeste...)
- Militärzeremonien (Gelöbnisse, Zapfenstriche, Patenschaften)



Eigene Medien

- Kostenloses Jugendmagazin „infopost“
- „treff.bundeswehr“ und „bundeswehr-karriere“-Websites
- „Frieden & Sicherheit“-Schulmaterialien
- Bundeswehr-Fernsehsender „Bw-TV“ (YouTube-Channel)
- Bundeswehr-Radiosender „Radio Andernach“
- Bundeswehr auf Facebook/im Web 2.0
- Flyer, Giveaways und öffentliche Werbung



„Frieden & Sicherheit“



Bundeswehr-DVD



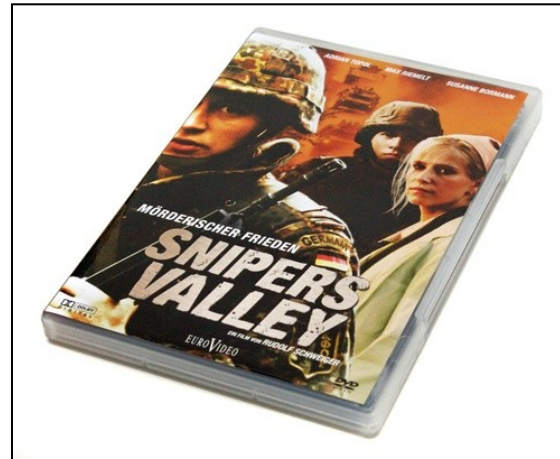
Plakat in Kassel, September 2009

Die Bundeswehr in den Medien

- Werbeanzeigen in Schüler- und Jugendmagazinen
- Bundeswehr-Radio- und Fernsehspots
- Beteiligung an Filmproduktionen (Militainment)
- Bundeswehrfreundliche Medienberichterstattung
- Sportsoldaten



RTL-„Streitkräfte im Einsatz“



Kinofilm „Snipers-Valley“



SPIESSER Nr.116

Musikkorps & Adventskonzerte

„Musik geht unter Umgehung des Verstandes direkt ins Gemüt und schafft ein positives Klima für [...] Gespräche mit den Bürgern“
Organisationshandbuch für den „Tag der Reservisten 2008“

- 18 Musikkorps (Abbau im Rahmen der Bundeswehr-Reform)
- Im „Verteidigungsfall“ im Sanitätsdienst tätig



Telgte

HOME AKTUELLES **LOKALES** SPORT LOKALSPORT FOTOS VIDEOS
 KARTE MÜNSTER KREIS BORKEN KREIS COESFELD KREIS STEINFURT KREIS

MUSIK VERBINDET

Profis kooperieren mit Schülern



Zum Zeichen der Kooperation gab es ein Wappen: Norbert Woestmeyer, Hauptmann Timor Oliver Chadik, Winfried Osthues und Bernd Steffen (v.l.).Foto: (Große Hüttmann)

Telgte - Musik verbindet, das ist bekannt. Dennoch ist die Verbindung, die das Luftwaffenmusikkorps 3 unter der Leitung von Hauptmann Timor Oliver Chadik und das Philharmonische Jugendblasorchester des Gymnasiums unter der Leitung von Winfried Osthues eingegangen sind, eine ganz ungewöhnliche. „Das hat es in unserer 56-jährigen Geschichte noch nicht gegeben“, betont der Bundeswehr-Offizier.

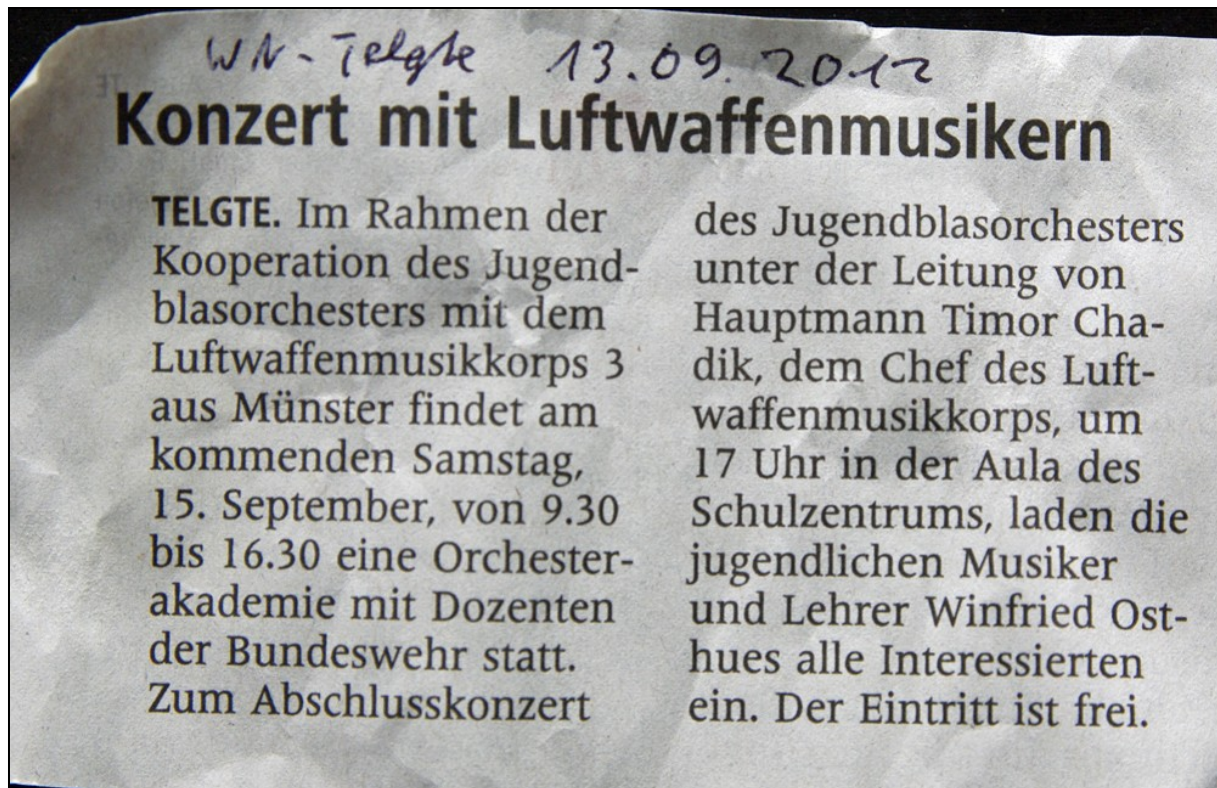
Denn ab sofort arbeiten die Berufsmusiker eng mit den Schülerinnen und Schülern des Telgter Gymnasiums zusammen. Sowohl gegenseitige Probenbesuche als auch eine Orchesterakademie oder Meisterkurse bei den Bundeswehrangehörigen sind geplant. Die Kooperation ist auf zwei Jahre befristet und soll als Höhepunkt ein gemeinsames Konzert zum Stadtjubiläum 2013 beinhalten. Möglicherweise wird dann eine Eigenkomposition uraufgeführt.

„Das ist eine große Chance für das Gymnasium“, war sich Bürgermeister Wolfgang Pieper anlässlich der offiziellen Besiegelung der Kooperation sicher. Die Idee hatte Winfried Osthues. Über persönliche Kontakte trat er mit Hauptmann Chadik in Verbindung. „Das Lernen und die Kontakte zu den Profis sind für die Schüler sehr vorteilhaft“, unterstreicht der Pädagoge.

Auch dem Leiter des Luftwaffenmusikkorps ist die Begeisterung über die Zusammenarbeit anzumerken. „Wir betreten damit absolutes Neuland, aber ich bin überzeugt davon, dass es für unser Orchester eine genauso spannende Sache sein wird wie für die Schüler.“ Begeistert sei die Idee auch von seinen Musikern aufgenommen worden.

„Das ist eine Anerkennung für die ausgezeichnete Arbeit, die unser Orchester leistet“, betonte der stellvertretende Schulleiter Bernd Steffen. Zugleich sei das Ganze ein Glücksfall für das Gymnasium. Das sieht auch Norbert Woestmeyer, Vorstandsmitglied des Fördervereins, so. „Diese Zusammenarbeit wird einen zusätzlichen Motivations Schub auslösen.“

VON A. GROSSE HÜTTMANN



Bundeswehr „BigBand“

- seit Gründung etwa 12 Millionen Euro für „wohltätige Zwecke“ gesammelt
- 2008: 70 Auftritte (54 öffentlich); Mai-August 25 kostenlose „Open Air Konzerte“ mit 120.000 Zuschauer; Kosten 477.795 EUR



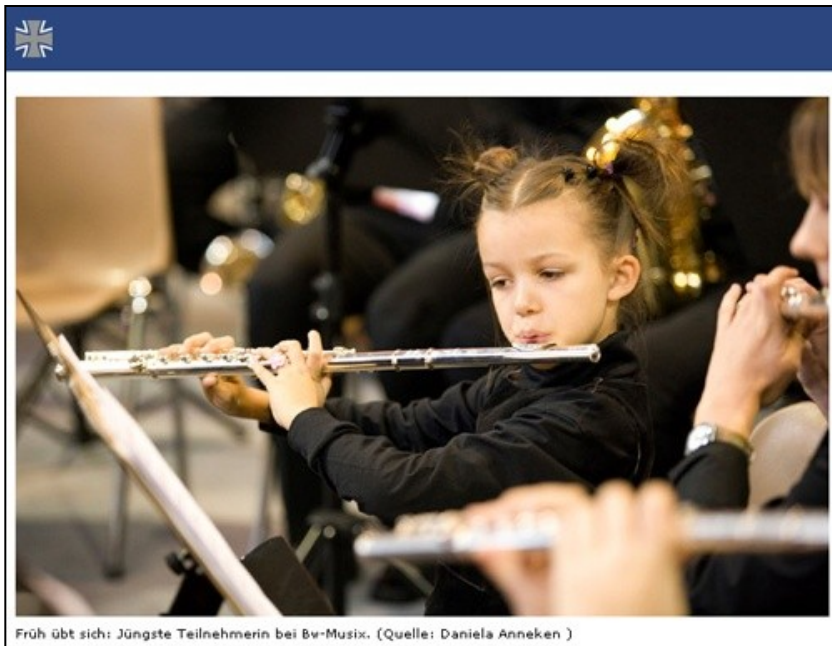
Bundeswehr „KarriereTreff“

- Seit August 2006 im Einsatz
- 40 Auftritte im Jahr von je 1 bis 6 Tagen
- 35.000 Euro pro Einsatz (1,4 Mio Euro/Jahr)
- 2009 wurden 44 Musikgruppen für das Bühnenprogramm eingestellt (Kosten etwa 140.000 Euro)



„Bw-Musix“

- Jugendmusikorchesterwettbewerb
- Seit 2003 – zunächst unregelmäßig
- Festival seit 2009 in Balingen: rund 1.000 Jugendliche, Altersdurchschnitt 14,97, Proteste



Früh übt sich: Jüngste Teilnehmerin bei Bw-Musix. (Quelle: Daniela Anneken)



Foto: Frank Engelhardt



Bw-Musix

Bläserwettbewerbe Oktober 2014

Songauswahl ▾

Die Big Band der Bundeswehr
Music Was My First Love

00:00 06:40

HOME BW-MUSIX 2014 EINBLICKE INFOS FAQ KONTAKT



Bw-Musix - Schon angemeldet?

Aktuelles

Jetzt kann endlich die Probenarbeit beginnen. Die Wettbewerbsordnungen für BW-Musix 2014 in Balingen sind ab sofort online. Wir wünschen Euch viel Spass beim Einstudieren der Stücke.

- [PDF](#) Wettbewerbsordnung Bw-Musix 2014
- [PDF](#) Wettbewerbsordnung Big Band Bw-Musix 2014
- [PDF](#) Wettbewerbsordnung Bläserklasse 2014

Bildergalerie



Inhalt
Bw-Musix 2013 News
Programm Kontakt
Einblicke Impressum
FAQ

Links
www.militaermusik.bundeswehr.de
www.bundeswehr.de
www.bundeswehr-karriere.de

Kontakt
Zentrum Militärmusik der Bundeswehr
Hauptmann Johannes Langendorf
Postfach: 53109 Bonn
E-Mail: bwmusix@bundeswehr.org
Tel.: +49 (0) 228-43320-302
Fax: +49 (0) 228-43320-420



Arbeitgeber Bundeswehr

Newcast produziert TV-Spots fürs Recruiting.
Mehr erfahren ▶

Zwei Units, ein Ziel: messbarer Markenerfolg auf allen Kanälen.

Ob integrierte Kampagne, animierte Website, crossmediale Kreativmaßnahme, interaktive Mobile-App, erfolgreicher Online-Shop oder gezieltes Social-Media-Marketing – mit Newcast steuert Ihre Marke nachhaltig auf Erfolgskurs. Dabei profitieren Sie von den zahlreichen Synergien innerhalb eines starken Netzwerkes.

Mehr erfahren ▶

News

Newcast ist immer auf der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern mit frischen Ideen.

Zu den offenen Stellen ▶

New Case



Newcast und "Das Bo"

Entwicklung und Inszenierung einer crossmedialen Kampagne bei XFactor und VOX zur Einführung der Nescafé 3in1 Stic „Das Bo“ und Du produzierest den 3in1 Song!

Weitere Projekte ▶

Newcast Campaign



Newcast Campaign bietet 360-Grad-Kommunikation aus einer Hand:

- Branded Content
- Integrierte Crossmedia-Angebote
- TV & Special Ads
- Product Placement
- Kundenindividuelle Konzeption
- Inhouse Production

Newcast Interactive



Newcast Interactive entwickelt umfassende Online-Kommunikation:

- Social Media
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Websites
- Online-Kampagnen
- Mobile
- E-Commerce

New Blog

26. MAR

Mit Shazam aufs Treppchen – Newcast gewinnt Mediapreis 2013

TV und Online sinnvoll verknüpfen – viele haben es versucht, Newcast hat es einfach gemacht. Und ...

15. JAN

New Year – New Home

Newcast beginnt das neue Jahr mit einer großen Veränderung: dem Umzug in ein neues Gebäude und ...

Alle Einträge ▶

VivaKi Group

Newcast gehört zur Agenturgruppe VivaKi.

VivaKi ist Teil der Publicis Group, dem drittgrößten Kommunikationsdienstleister weltweit.

Kontakt

Performics-Newcast GmbH
Luis-Pasteur-Platz 3
40211 Düsseldorf
Tel. +49 (0)211 17 52 370 0
Fax +49 (0)211 17 52 370 899
kontakt@newcast.net

Newsletter

Bleiben Sie informiert mit unserem Newcast Newsletter.
Jetzt abonnieren

Follow

Facebook
Twitter
Google+

Musikschau der Nationen

- Jährliche Großveranstaltung in Bremen
- Besucher sind meist vom Militär überzeugt
- Erlöse an den „Volksbund deutsche Kriegsgräberfürsorge





Kritik am Werbefeldzug der Bundeswehr – insbesondere der Militärmusik

- Warum braucht eine Armee Musiker?
- Schon Kinder werden angeworben
- Hohe Kosten für Werbung (per Musik)
- Heldenkult hatten wir schon mal
- Banale Militarisierung

„Aber noch übertönte den Jammer im Krieg Militärmusik! Militärmusik!“

Kurt Tucholsky „Unser Militär“



„Tag der offenen Tür“ in
Münster, August 2009

Weitere Informationen

„An der Heimatfront -
Öffentlichkeitsarbeit und
Nachwuchswerbung der Bundeswehr“
260 Seiten, zahlr. s/w-Fotos
EUR 16,00 [D] / EUR 16,50 [A]
ISBN 978-3-89438-442-5

„Soldaten im Klassenzimmer -
Die Bundeswehr an Schulen“
135 Seiten, zahlr. s/w-Fotos
EUR 12,00 [D] / EUR 12,40 [A]
ISBN 978-3-89438-492-0



Kontakt: michael@schulze-von-glasser.eu | www.schulze-von-glasser.eu

Interessante Links: www.bundeswehr-wegtreten.org; www.imi-online.de;
www.dfg-vk.de ; www.bundeswehr-monitoring.de; www.tdh.de/schule-ohne-militaer