

IMI-STUDIE

Nr. 1/2024 - 16.04.2024 (Update 16.5.24) - ISSN: 1611-213X



Von der Schmutzdecke in die Systemrelevanz

Die mediale Zeitenwende im öffentlichen Diskurs über Rheinmetall

von Jonas Uphoff

Inhaltsverzeichnis

Einleitung: Eine schwindelerregende Aufstiegs Geschichte	2
Die Rolle der Medien.....	2
Herausforderung für Politik und Industrie: Das negative Image der Rüstung.....	3
Untersuchung der Diskursverschiebung	3
Die wichtigsten Veränderungen im Diskurs.....	4
1. Deutlich weniger Kritik	4
2. Der Zweck rechtfertigt die Mittel	5
3. Dynamische Wirtschaft, lahme Politik	6
4. Technologiebegeisterung	6
5. Armin Papperger: „Vom Underdog zum Held der Stunde“	7
Doku „Inside Rheinmetall“: Rüstungsindustrie zum Anfassen	8
Fazit: Gekommen, um zu bleiben	9
Anmerkungen.....	10

Einleitung: Eine schwindelerregende Aufstiegs Geschichte

„Die Zeit des Redens ist vorbei. Die Zeit des Handelns ist angebrochen.“ Diese dramatischen Worte findet der Vorstandsvorsitzende der Rheinmetall-AG, Armin Papperger, zu einem Anlass, der an sich schon eine dramatische Inszenierung darstellt. Am 12. Februar 2024 tat er zusammen mit Kanzler Olaf Scholz, Verteidigungsminister Boris Pistorius und der dänischen Ministerpräsidentin Mette Frederiksen den ersten Spatenstich für den Bau eines neuen Munitionswerks in Unterlüß. Politiker*innen und Rüstungskonzernchef im Einklang - die Symbolik ist so beispielhaft für die aktuellen Entwicklungen, wie gewollt. Diese enge Zusammenarbeit, in der jetzigen Berichterstattung völlig normalisiert dargestellt und von allen Beteiligten energisch begrüßt, wäre noch vor wenigen Jahren kaum denkbar gewesen. Nicht nur die enge Tuchfühlung von Rheinmetall und Politik, auch die großflächige Akzeptanz dieser deuten darauf hin, dass das Unternehmen nicht nur von der herrschenden Politik, sondern auch von der öffentlichen, medial vermittelten Meinung mehr Akzeptanz und Legitimität erfährt als zuvor. Anhand einer Diskursanalyse einiger Leitmedien soll

Rheinmetall-AG

Hauptsitz:
Düsseldorf

Tochtergesellschaften weltweit:
98 auf sechs Kontinenten (allen, außer der Antarktis)

Länder mit Rheinmetall-Zweigstellen:
Belgien, Deutschland, Frankreich, Italien, Litauen, Niederlande, Norwegen, Österreich, Polen, Schweden, Schweiz, Spanien, Tschechische Republik, Türkei, Ungarn, Vereinigtes Königreich, Südafrika, Brasilien, Kanada, Mexiko, USA, China, Indien, Japan, Saudi-Arabien, Malaysia, Qatar, Singapur, Vereinigte Arabische Emirate, Australien, Neuseeland

Unterteilt in Divisionen:
Division Vehicle Systems Europe (9 Tochtergesellschaften und Joint Ventures): Ketten – und Radfahrzeuge von Panzern bis zu Logistik – und Spezialfahrzeuge. Z.B. Panther, Leopard, Panzerhaubitze 2000, Marder, Lynx, Fuchs, Boxer.

Division Vehicle Systems International (5): Deckungsgleich mit den Produkten von VSE, aber auf den außereuropäischen Markt konzentriert.

Division Weapons and Ammunition (15): Mittlere bis großkalibrige Munition für Boden, Wasser und Luft. Panzerkanonen, Artilleriesysteme, Raketenantriebe.

Division Electronic Solutions (17) Vernetzungstechnologie, Digitalisierung, Radarsysteme, autonome und automatisierte Waffensysteme für Boden, Wasser und Luft.

Division Power Systems (46) Mobilität, Antriebe, Motoren, Kolben

Neben den materiellen Produkten werden auch Dienstleistungen wie Ausbildung, Entsorgung von Altlasten, Wartung und Depotorganisation angeboten.

die Frage aufgeworfen werden: Wie konnte es dazu kommen? Nicht erst seit der Eskalation des Kriegs in der Ukraine und der „Zeitenwende“-Politik der Ampelregierung ist die deutsche Rüstungsindustrie auf dem aufsteigenden Ast. Aktienwerte und Umsatz der Rheinmetall-AG stiegen beispielsweise die letzten zehn Jahre fast kontinuierlich an. Eine leichte Ausnahme bilden die Corona-Jahre 2020 und 2021.¹ Der Konzern expandierte, übernahm kleinere Betriebe im Rüstungssektor und darüber hinaus. Mit offiziell 172 Standorten und 98 Tochterfirmen weltweit, ist Rheinmetall, gemessen am Umsatz, der zweitgrößte deutsche Rüstungskonzern nach Airbus.² Der latente Aufstieg erlebte mit der „Zeitenwende“ jedoch eine rasante Beschleunigung, von der die deutsche Rüstungsindustrie im Allgemeinen und Rheinmetall im Besonderen noch immer profitieren. Dass Rüstungsunternehmen von politischen Programmen zur massiven Aufrüstung oder Führung von ausgedehnten konventionellen Kriegen, wie in der Ukraine profitieren, liegt auf der Hand. Dieser Höhenflug drückt sich jedoch nicht nur im wirtschaftlichen Erfolg aus, sondern geht einher mit einer politischen und gesellschaftlichen Diskursverschiebung in Bezug auf das Thema Rüstungskonzerne. Wie Hauke Friedrichs in der ZEIT im April 2022 bemerkte: „Der Imagewandel, den die Branche erlebt, hat [neben ihrer Rolle bei der Unterstützung der Ukraine] aber auch mit der neuen Bedeutung der Landes- und Bündnisverteidigung zu tun. Firmen wie Heckler & Koch, Rheinmetall und KMW (Kraus-Maffei-Wegmann) waren in der öffentlichen Wahrnehmung die Schmuttelkinder der deutschen Industrie. Nun gelten sie als systemrelevant.“³

So präsent im öffentlich medialen Diskurs, wie seit dem Februar 2022, waren Rüstungsunternehmen nie zuvor. Die Wandlung vom eher unsympathischen Geschäftemacher mit Krieg und Tod zum geschätzten Partner, der Seite an Seite mit dem Bundeskanzler den ersten „Spatenstich“ einer neuen Munitionsfabrik ausführt, wirkt fast hastig, so schnell geschah sie. Die beteiligten Akteure (Politik, Medien und Rüstungsindustrie) nehmen sie jedoch mit Wohlwollen und Professionalität auf. Politischer Wille und wirtschaftliche Interessen allein erklären dies nicht, wie eine derartige „Rehabilitierung“ der Rüstungsindustrie in der öffentlichen Berichterstattung in so kurzer Zeit möglich war. Hierzu muss die Diskursverschiebung in den Medien betrachtet werden.

Die Rolle der Medien

Etablierte Leitmedien, ob öffentlich-rechtlich oder privat, reproduzieren tendenziell die Räson ihres jeweiligen Staates und die wirtschaftliche gesellschaftliche Ordnung. Dies bedeutet nicht, dass von ihnen keine kritische Berichterstattung zu erwarten ist, doch produzieren und reproduzieren sie, beispielsweise durch das Zitieren ausschließlich der einflussreichsten Politiker*innen, meist die schon hegemoniale Meinung. Wirtschaftliche Sachzwänge, herrschende Ideologien sowie gesellschaftliche Machtbeziehungen drücken sich auch in ihrer Arbeitsweise und Berichterstattung aus. Ihre Möglichkeiten und Fähigkeiten, grundsätzliche Kritik zu üben, scheinen also von vornherein strukturell eingeschränkt. Wie sich ein Diskurs in der Mehrheitsgesellschaft durchsetzt und wie Narrative in den öffentlichen Medien reproduziert werden, lässt sich beispielsweise durch Diskursanalysen nachvollziehen, die betrachten wie oft ein Thema und bestimmte (Erklärungs-)Muster auftauchen. Obwohl hegemoniale Erzählungen oft sehr einheitlich wirken, verbreiten sie sich (zumindest im deutschsprachigen Raum) nicht auf planvolle, staatliche Anordnung, sondern eher auf eine organische Weise, manchmal über einen langen, oder auch einen sehr kurzen Zeitraum, bei der die strukturellen Bedingungen der

Medien genauso entscheidend sein können, wie planvoll formulierte politische Agenden.⁴ Im Falle der Rheinmetall-AG, wie auch insgesamt zur Aufrüstung und der Unterstützung der Ukraine im Krieg gegen Russland, treiben die in den Medien formulierten politischen Meinungen die Politik oft vor sich her. Bestimmte politische Meinungen und Narrative, zum Beispiel in Bezug auf Waffenlieferungen für die Ukraine, wurden oft unhinterfragt vorausgesetzt und ein Druck auf Politik und Gesellschaft ausgeübt.

Die öffentliche Berichterstattung über die Rüstungsindustrie, im Besonderen über Deutschlands größten Rüstungskonzern, ist hierbei beispielhaft für eine generelle Stärkung militaristischer Positionen im öffentlichen Diskurs. Die Rüstungsindustrie hatte, anders als zum Beispiel die Bundeswehr, in den Jahren vor dem Krieg in der Ukraine in der öffentlichen Meinung und Berichterstattung ein fast durchweg negatives Bild.

Die Verschiebung, die es im Vergleich zu den Jahren vor und nach dem russischen Einmarsch in der Ukraine gegeben hat, lohnt deswegen eine eigene Betrachtung. Im Folgenden soll dies am größten und auch medial meistbeachteten Rüstungskonzern Deutschlands, der Rheinmetall-AG, untersucht werden. Dazu wird zunächst zu Vergleichszwecken Rekurs auf eine Studie von 2018 genommen, die sich mit dem Image der Rüstungsindustrie befasst hatte. Darauf wird kurz die Vorgehensweise der hier vorliegenden Studie erläutert und die wichtigsten inhaltlichen Punkte der Diskursverschiebung erläutert. Abschließend werden die Ergebnisse interpretativ in die aktuelle Politik der Militarisierung eingeordnet.

Herausforderung für Politik und Industrie: Das negative Image der Rüstung

„Das Image der Verteidigungswirtschaft in Deutschland ist eher negativ besetzt.“⁵ Dies stellte Franz Beitzinger von der Bundesakademie für Sicherheitspolitik⁶ noch im Jahr 2018 bedauernd fest. Berufen konnte er sich auf eine von ihm durchgeführte Umfrage zum Image der „Verteidigungswirtschaft“ (eine euphemistische Selbstbezeichnung der Rüstungsindustrie), die von der Deutschen Gesellschaft für Wehrtechnik in Auftrag gegeben worden war.⁷ Die Studie war zwar tendenziös in ihrer Fragestellung und hatte das klar formulierte Ziel, Strategien für eine Image-Aufbesserung der Rüstungsindustrie herauszufinden. Sie ist jedoch die einzige repräsentative Umfrage, die sich auf die Rüstungsindustrie generell bezieht und nicht nur auf Rüstungsexporte, die in der Mehrheit der Bevölkerung, zumindest vor Februar 2022, immer kritisch betrachtet wurden. Die Umfrage zeigt, dass auch der gesamte Komplex Rüstungsindustrie eher negativ betrachtet wurde, nur 17 Prozent der Befragten hatten ein positives Bild von diesem. Gleichzeitig machte Beitzinger der Rüstungsindustrie Hoffnung: Die Ablehnung stamme laut den Umfrageergebnissen nicht vorrangig aus einer moralisch begründeten, grundsätzlichen Abwehrhaltung, sondern daher, dass die Geschäfte der Rüstungsindustrie mit Intransparenz und Waffenlieferungen in Kriegs- und Krisengebiete als ein Sicherheitsrisiko auch für die deutsche Gesellschaft wahrgenommen würden. Mangelnde Transparenz und „Vorurteile“, korrupte Deals für Profit zu machen, würden auch eine Rolle spielen.

Es gäbe aber auch Grund zur Hoffnung, Chancen würden sich auftun: Die Rüstungsindustrie müsste mehr Offenheit wagen, sich auch den unbequemen Debatten stellen und letztendlich ihre Verdienste für die deutsche Sicherheit hervorheben. Enttabuisierung sei ebenfalls geboten: „Menschen neigen nämlich auch dazu, sich in ihren eigenen Überzeugungen auch an den



Protest gegen Rheinmetalls Rüstungsexporte. Quelle: Flickr/ippnw Deutschland

tatsächlichen oder vermuteten Überzeugungen der Mehrheit zu orientieren. Diese erzeugen gleichsam eine gefühlte gesellschaftliche Erwartungshaltung an den Einzelnen.⁸ Wenn also das Bild der Rüstungsindustrie größtenteils negativ ist, eine Art moralischer diskursiver Rahmen für Sagbares existiert, muss dieser eben verschoben werden. Potential würde laut Umfrage nicht nur im latenten Standortnationalismus und den individuellen Sicherheitsinteressen der Befragten liegen. Auch die Faszination, die von der hochentwickelten Wehrtechnologie und ihrer Assoziation mit Kraft und Stärke ausgeht, stelle einen Anknüpfungspunkt zum Imagewechsel dar. Diese wären (wenig überraschend) vor allem bei Männern und Menschen vorhanden, die sich politisch rechts einordnen.⁹ Interessant ist, dass die Studie auch Rüstungsunternehmen zu ihrer Eigenwahrnehmung sowie der vermuteten Wahrnehmung in der Bevölkerung befragte. Hier war das Bedauern der Unternehmen groß, die sich mit mangelndem Interesse und „Vorurteilen“ aus der Bevölkerung konfrontiert sahen, dabei auch die Rolle der Medien anklagten, durch die einseitige Berichterstattung diese negativen „Vorurteile“ zu verfestigen. Dabei bestünde aber Hoffnung auf eine „Verfestigung der Branchenidentität“¹⁰ und das Potential einer „Kommunikationsoffensive“¹¹ für eine bessere Zusammenarbeit mit Bundeswehr und Politik wurde allgemein als hoch eingeschätzt.

Vergleicht man diese Bestandsaufnahme aus dem Jahr 2018 mit der heutigen Lage, könnte man daraus schließen, dass diese Hoffnungen nicht unbegründet waren und die vorgeschlagenen Strategien Erfolg hatten. Auch wenn der russische Einmarsch in die Ukraine der Auslöser für die Diskursverschiebung in den öffentlichen Medien war, war die Rüstungsindustrie durchaus professionell auf ihre neue Rolle vorbereitet. Zwar hat sich die inhaltliche Selbstdarstellung Rheinmetalls kaum verändert, das Auftreten, vor allem kommuniziert durch den langjährigen Vorstandsvorsitzenden Armin Papperger, ist jedoch sehr viel offener und forscher geworden. Bewusst oder unbewusst wird dem in der gesamten deutschen und deutschsprachigen Presselandschaft ein Diskursraum geboten.

Untersuchung der Diskursverschiebung

Bei der Formierung eines bestimmten Diskurses ist die Form vom Inhalt nicht vollständig zu trennen, trotzdem erfüllt allein die Häufigkeit bei der Wiederholung bestimmter Inhalte, die Erwähnung von Argumenten oder Akteur*innen eine wichtige Funktion. Durch diese Wiederholungen werden Akteur*innen in

Zweck betrachtet wurde und auch Rheinmetall schon in diesem Zeitraum die Bundeswehr als Kunden umwarb. Über Rheinmetall als „Ausstatter der Bundeswehr“ wurde im Zeitraum der Untersuchung von der WELT am meisten berichtet, doch auch alle anderen Medien, bis auf die taz, schrieben in diesem Kontext viel. Ein hier häufiges Narrativ ist jedoch tendenziell kritisch: Berichtet wurde etwa viel über den „Pann-Panzer“ Puma, teilweise von Rheinmetall produziert, mit dem die Bundeswehr im Einsatz ihre Probleme hatte. Neben der Politik und dem Militär wurde hier auch der Rüstungsindustrie die Verantwortung für einen reibungslosen Einsatz ihrer Technologie zugeschrieben.

2. Der Zweck rechtfertigt die Mittel

Wie gelingt der Aufbau eines positiven Images für eine Industrie, über die sonst in den öffentlichen Medien meist kritisch berichtet wurde und die auch von der Mehrheit der Bevölkerung eher negativ bewertet wird? Eine Art Heiligsprechung von Rheinmetall, wahlweise eine direkte positive Verklärung gibt es jedenfalls nicht. Es besteht noch immer eine Einigkeit darin, dass dieser Konzern ein Profiteur der globalen Entwicklung zu mehr Krieg und Militär, eines „Rüstungsbooms“¹⁵, ist. Ins gute Licht gerückt wird der Konzern vor allem dadurch, dass seine Produkte nun vor allem gute Zwecke, die Ausrüstung des deutschen Militärs und vor allem die Unterstützung der Ukraine mit Waffenlieferungen, erfüllten.

Der Kontext der Ukraine-Unterstützung ist der, in dem Rheinmetall im ganzen untersuchten Zeitraum mit Abstand am häufigsten vorkommt, weshalb sich die Mehrheit der Erwähnungen überhaupt in dem dafür relevanten Zeitraum nach dem russischen Einmarsch konzentrierten. Eine Analyse der Berichterstattung und die Rolle der deutschen Medien im Krieg in der Ukraine ist bereits andernorts thematisiert worden¹⁶ und steht nicht im Fokus dieser Untersuchung, ist aber selbstverständlich relevant für die Position Rheinmetalls im Diskurs. Insofern, dass Rheinmetall als wichtiger Akteur beim Erreichen des vielfach geforderten Zwecks der Unterstützung der Ukraine und der deutschen Aufrüstung angesehen wird, könnte man den Konzern in der Dynamik, die diese Themen entfalten, als diskursiven Trittbrettfahrer betrachten. Eine politische Richtung ist gefordert und Rheinmetall kann liefern, wie der SPIEGEL Armin Papperger zitiert: „Rheinmetall richte die Marder ‚ohne konkreten Auftrag auf eigene Rechnung her, weil es genügend Interessenten gibt, um sie uns abzukaufen‘, führte Papperger aus. ‚Aber natürlich wäre uns eine Lieferung an die Ukraine am liebsten, um dem Land zu helfen.“¹⁷ Es gibt kaum Infragestellung oder Kritik an den Zwecken, lediglich strategische Differenzen zu ihrer Verwirklichung. Gegenüber den politischen Entwicklungen, meist als Gefahr durch Russland oder allgemeine Verschärfung der globalen Sicherheitslage definiert, wird eine Art Fatalismus an den Tag gelegt. Einerseits sei man ihnen unterworfen und nun gezwungen zu handeln, andererseits werden die Politiker*innen, aber auch die Bundeswehr kräftig gescholten, diese Entwicklungen verschlafen zu haben. Der Krieg in der Ukraine, aus dem die Parteinahme logisch folgt, wird als eine Art „Realitätscheck“ gesehen, aus dem nun folgt, dass nationale Sicherheitsinteressen und Aufrüstung als notwendig anerkannt werden, trotz manchmal geäußertem Verständnis für vermeintlichen Pazifismus und Naivität der Vergangenheit. Wie ein Pressesprecher von Rheinmetall es ausdrückt: „Die Hoffnung vieler Menschen, im Herzen Europas auf militärische Sicherheitsvorsorge und auf Landesverteidigung verzichten zu können, hat sich nicht erfüllt. [...] Frieden ist eben kein Normalzustand – sondern eine wertvolle

Geschichte des Konzerns: Auswahl aus Rheinmetalls bewegtem Führungszeugnis

1930er Jahre und zweiter Weltkrieg:

Die Rheinmetall-Borsig AG (damaliger Name) spielt eine Schlüsselrolle zur Militarisierung des dritten Reiches zwecks Vernichtungskrieg. Bis 1945 werden zehntausende Zwangsarbeiter*innen, darunter Kriegsgefangene und KZ-Insassen gezwungen, für den Konzern Rüstungsgüter herzustellen.

1983: Mehrere Manager der Firma werden verhaftet. Der Vorwurf lautet, über Umwege Waffen an Staaten wie Argentinien unter der Militärdiktatur, Saudi-Arabien und Südafrika unter dem Apartheid-Regime geliefert zu haben. Der Prozess bringt tiefe Verwicklung deutscher Behörden, wie dem Wirtschaftsministerium zutage. Er endet 1986 mit sehr milden Strafen für die Angeklagten.

2008-2013: Die Türkei erwirbt aus Beständen der Bundeswehr ca. 350 unter anderem von Rheinmetall entwickelte Leopard-2 Panzer. Diese werden Jahre später in den türkischen Invasionen auf syrisches Staatsgebiet und Rojava verwendet.

2011: In enger Kooperation mit Bundeswehr und Verteidigungsministerium unterzeichnet Rheinmetall einen Milliarden-Vertrag mit dem russischen Militär zur Konstruktion mehrerer Ausbildungszentren in Russland. Dieser platzt 2014 mit der Krim-Krise. Rheinmetall verklagt die Bundesregierung auf 130 Millionen Euro.

2012: Rheinmetall unterzeichnet einen Vertrag zur Lieferung von über 100 Panzer an das indonesische Militär. Diese werden nachweislich eingesetzt, Proteste im Land zu unterdrücken, unter anderem gegen die Abholzung des Regenwaldes und Zerstörung indigener Lebensräume in West-Papua.

2014: Rheinmetall gesteht, bei einem Rüstungsdeal mit Griechenland Bestechungsgeld gezahlt zu haben und muss 42 Millionen Euro Strafe zahlen.

2018: Bei einem verheerenden Angriff der saudischen Koalition im Jemen auf Zivilist*innen werden Fragmente von schwerer Rheinmetall-Munition entdeckt. Zuvor hatte es ein Exportverbot für Rüstungsgüter nach Saudi-Arabien gegeben. Seit Jahren beliefern die italienischen und südafrikanischen Tochterfirmen des Konzerns Saudi-Arabien, die VAE und Katar auch mit schweren Waffen.

2018: Die Bundesregierung genehmigt Rheinmetall die Modernisierung der türkischen Leopard-2 Panzer. Deals zwischen Rheinmetall und türkischen Unternehmen für mehr Kooperation laufen schon seit einigen Jahren, unterbrochen von den Widersprüchen der deutsch-türkischen Außenpolitik.

zivilisatorische Errungenschaft, die vor Bedrohungen zu schützen ist und dazu auch einer Wehrhaftigkeit bedarf, die auf militärischen Fähigkeiten beruht.“¹⁸

Die „Rehabilitierung“ von Rheinmetall wird also nicht durch Sympathie, sondern Notwendigkeit erwirkt. Ein Artikel der Süddeutschen Zeitung bringt es anschaulich auf den Punkt: „[...] Nun gilt es dem Aggressor Putin etwas entgegenzusetzen. Wird die Rüstungsindustrie, wenn sie gegen das Böse kämpft, jetzt selbst

weniger böse?“¹⁹ In den seltenen Fällen, in denen diese Frage überhaupt gestellt wird, lautet die Antwort fast einstimmig: Ja. Es gibt insgesamt verhältnismäßig wenige Artikel, die sich mit dem Imagewechsel der Rüstungsindustrie aus einer Metaperspektive beschäftigen, das Narrativ „Aus der Schmutzdecke zur gesellschaftlichen Anerkennung“ ist dann aber häufig zu lesen. „Wurde die Rüstungsindustrie vor Kurzem noch dafür kritisiert, ihre Panzer, Granaten und Gewehre in die ganze Welt exportieren zu wollen, wird nun die Bundesregierung dafür getadelt, keine Ausfuhr von Kriegstechnik an die Ukraine zu ermöglichen. [...] Firmen wie Heckler & Koch, Rheinmetall und KMW waren in der öffentlichen Wahrnehmung die Schmutzkinder der deutschen Industrie. Nun gelten sie als systemrelevant. Denn auch die Bundeswehr soll nun, nach einer langen Zeit schleppender Beschaffung, viel neue Technik erhalten.“²⁰ Die eigene Rolle bei der Diskursverschiebung wird von keinem Medium thematisiert. Der Image-Wechsel wird monokausal auf politische Entwicklungen zurückgeführt, ohne zu untersuchen, auf welche Art und Weise er stattfindet.

3. Dynamische Wirtschaft, lahme Politik

Kritik an der herrschenden Politik und der Regierung lassen sich vor allem in der Form finden, dass diese die Ukraine nicht genug und vor allem nicht schnell genug unterstützen würde. Im Kontext der nachdrücklichen Forderungen, Panzer und Munition zu liefern („Free the Leos“) wurde zu Zeiten, in denen diese am präsentesten waren, von „Medienkampagnen“ gesprochen. Der Begriff ist aber etwas irreführend, denn er suggeriert eine Art einheitliche Planung und Durchführung. Die Realität ist wesentlich komplizierter und erschreckender: Eine einheitliche politische Position und Forderung setzte sich, getragen von Petitionen, privaten und öffentlichen Medien, innerhalb kürzester Zeit durch und hatte eine Zeit lang unumstritten die hegemoniale Position im Diskurs inne. Die vermeintlich schwerfällige Politik kam den Ansprüchen dieses Diskurses nicht schnell genug hinterher. Rheinmetall positionierte sich in diesem Diskurs bestimmt, aber diskret: Indem der Konzern der Regierung sowohl zur Ausstattung der Bundeswehr als auch zur Unterstützung der Ukraine Angebote aus ihrem Repertoire machte, brachte sich der Konzern damit als relevanter politischer Akteur in Position.

Die Presse griff diese Angebote (ein Ausstattungspaket von über 42 Milliarden für die Bundeswehr und Panzer aus Beständen des Konzerns für die Ukraine), die von der Regierung zunächst unbeantwortet blieben, auf, um eine anti-staatliche Bürokratiekritik zu formulieren. „Der Bundeskanzler hatte das Sondervermögen gerade erst angekündigt, da war Rheinmetall-Chef Papperger schon zur Stelle. Keine 24 Stunden später hatte er seine Angebotsliste für den Bund fertig: Munition, Militär-Lkws und Panzer für insgesamt 42 Milliarden Euro. [...] vielleicht war er auch ein bisschen zu schnell, denn das Beschaffungswesen der Bundeswehr gilt als extrem schwerfällig, das Vergaberecht als hoch bürokratisch. Schwerfälliger als die Industrie jedenfalls.“²¹ Vor allem die vermeintlich schnelle Lösung zur Lieferung der Panzer aus eigenen Beständen wurde Ausgangspunkt der Kritik: „Trotz umfangreicher Angebote der Rüstungsindustrie hat Bundesverteidigungsministerin Christine Lambrecht (SPD) die Lieferung deutscher Waffen an die Ukraine über Wochen verschleppt. WELT liegt eine Liste vor, die bereits am 28. Februar vom größten deutschen Rüstungskonzern Rheinmetall an das Verteidigungsministerium übersandt wurde.“²²

Die Rüstungsindustrie könne und wolle sofort liefern, aber die Politik verschleppt es und lässt sie nicht. Eine Dynamik, die im Kontext von Saudi-Arabien und der Türkei Jahre zuvor noch

wohlwollend aufgenommen worden war, wurde so über Monate als schlimmste Verfehlung der deutschen Politik an den Pranger gestellt. Der Rüstungsindustrie wurde eine wegweisende, innovative Rolle zugeschrieben, sie hätte „die Politik vor sich her“²³ getrieben. Dass es neben der vermeintlich schleppenden Bürokratie auch materielle Gründe hatte, warum sich die Lieferung ausgedienter und reparaturbedürftiger Panzer in die Länge zog, wurde erst ignoriert, dann zögerlich thematisiert, sobald die politischen Entscheidungen für Panzerlieferungen schon gefallen waren: „Der deutsche Rüstungskonzern Rheinmetall weist darauf hin, dass eine Lieferung von instand gesetzten Leopard-Kampfpanzern aus seinen Beständen an die Ukraine Zeit brauche. [...] Die Instandsetzung dauere ein knappes Jahr, sagte Papperger.“²⁴

Hierfür mussten Vertreter*innen von Rheinmetall oder anderen Rüstungsunternehmen, bis auf die besagten Angebote und die Zusicherung, schneller produzieren zu können, zunächst gar keine politischen Aussagen treffen, Kritik üben oder sich gezielt in den Mittelpunkt stellen. Dies nahm ihnen die öffentliche Berichterstattung dankbar und äußerst effektiv ab. Rheinmetalls Initiative mit den Angeboten war sicherlich wohl überlegt und erfolgreich, doch wie sehr die Presse darauf anspringen würde, wie sehr dies als Basis für die Bürokratiekritik an der Bundesregierung dienen würde, hatten die Manager*innen sicher nicht kommen sehen. Der Schritt zur Konstruktion von politischen Expert*innen aus der Rüstungsindustrie, die zu jedem relevanten Tagesgeschehen befragt werden, war danach ein kurzer, wie weiter unten am Beispiel Armin Papperger gezeigt wird. Vor allem Bundeskanzler Olaf Scholz und die damalige Verteidigungsministerin Christine Lambrecht (beide SPD) wurden zu Zielscheiben der Kritik für zu zögerliche Ukraine-Unterstützung und Inkompetenz bei der Umsetzung der „Zeitenwende“. Es ist sicher kein Zufall, dass Lambrechts Nachfolger Boris Pistorius, gefeiert als „Macher“ und „Mann der Stunde“, eine wesentlich engere Verbundenheit mit der Rüstungsindustrie nach außen präsentiert, als seine Vorgängerin das tat.

4. Technologiebegeisterung

Technische Neuerungen in der Rüstungsindustrie wurden besonders oft in der Zeitung WELT präsentiert. Der Mythos der Rüstungsindustrie als technologischer Innovator, beispielsweise in den Bereichen KI, autonome Fahrzeuge und Drohnentechnik, hält sich schon seit Längerem hartnäckig, meist als eine Art Science-Fiction-Wunschvorstellung: „Eine Erfindung aus den ‚Star Wars‘-Filmen, die bereits Wirklichkeit geworden ist, sind Laserkanonen [...] kürzlich stellte die Firma Rheinmetall die neueste



Wurde breit rezipiert: Der „Panther“ von Rheinmetall. Quelle: Rheinmetall Defence/Wikimedia Commons

Generation vor. Mit den neuen Laserkanonen können beispielsweise Stahlträger in einem Kilometer Entfernung geschmolzen und kleinere Drohnen vom Himmel geholt werden.“²⁵ Diese Diskurse waren jedoch vor allem in fachlichen Kreisen, weniger in der Mainstream-Presse, vertreten. Nach dem Februar 2022 nahm in allen Medien eine detailgetreue Beschreibung von Rüstungstechnik, ihrer Funktionsweise und ihrem Nutzen, vor allem im Zusammenhang mit der Unterstützung der Ukraine und Gewährleistung der deutschen Kriegsfähigkeit zu: Omnipräsent waren Auskünfte über die Schlagkraft von Panzern und Artillerie, Unterschiede der Munitionsarten, Kostenvergleiche, vor allem eine Thematisierung von technischen Neuerungen, die veraltetes oder feindliches Gerät ausstechen würden. Inzwischen dürften viele die Namen von Kriegsmaschinen, wie den Panzern „Marder“, „Leopard“, oder dem nagelneuen, von Rheinmetall allein produzierten „Panther“²⁶, präsent haben. Berichte über deren „Debüt“ lesen sich etwa so: „Rheinmetall packt wohl alles in den neuen Kampfpanzer, was der Konzern an moderner Technik hat. Dem Panther fallen dabei mehrere Aufgaben zu. Selbstbewusst will Rheinmetall den weltweiten Leopard-Kunden eine Zukunftsalternative bieten. [...] Der neue Panzer ist auch eine Botschaft an Russland. 2015 wurde in Moskau der T-14 Armata-Panzer gezeigt, der zunächst die Nato-Militärs nervös machte.“²⁷

Ein Fokus auf technologische Zweckmäßigkeit unter Ausblendung des Zwecks hat durchaus eine Enttabuisierung und Normalisierung von Kriegsgerät zur Folge. Vor allem durch die ständige Wiederholung und Präsenz dieser Technologien in den öffentlichen Medien.

Fachliche Medien von Militärs und Rüstungsindustrie sowie die Selbstdarstellung von Rheinmetall führen den Diskurs schon lange auf diese Art und Weise, hier verändert sich also nichts. Die quantitative und qualitative Veränderung besteht darin, dass dieser technologische Diskurs nun Teil der medialen Alltagsberichterstattung ist. Das Narrativ der technischen Überlegenheit gegenüber dem Feind, etwa dadurch, dass der neue Panther „dem [russischen] Armata [...] in jeder Hinsicht überlegen [ist]“²⁸, wie Rheinmetall-Vorstandsvorsitzender Armin

Papperger verlauten lässt, wird vielfach aufgegriffen und zitiert. Viele Journalist*innen scheinen über die Monate nach dem Februar 2022 entweder aus Notwendigkeit oder tatsächlicher Begeisterung Amateur-Expert*innen in Sachen Rüstungstechnologie geworden zu sein: „Man muss kein Soldat sein, um zu wissen, dass diese Kanonen das Wichtigste an so einem Panzer sind.“²⁹ Der Ton wird allerdings auch schon ab und zu mehr als bewundernd, fast libidinös, wie diesem WELT-Journalisten nach Besuch einer Rüstungsmesse zu entnehmen ist: „Das militärische Gerät an sich verrät wenig von den Umständen, in denen es einmal benutzt werden wird. Es kann schön sein, wie das komplizierte Bugfahrwerk eines Flugzeugs am Stand von Liebherr Aerospace, oder die kinetische Skulptur des Eurofighters am Himmel.“³⁰ Hinter solcher Bewunderung bleiben auch die fachlichen Debatten im Militär oder die Werbung auf Rheinmetalls eigener Website noch zurück.

5. Armin Papperger: „Vom Underdog zum Helden der Stunde.“³¹

Akteur*innen der Rüstungsindustrie gehörten sicher zu den Ersten, die die Diskursverschiebung sozusagen am eigenen Leib erlebten. Die Reaktionen standen im Zeichen einer professionell-zurückhaltenden Euphorie. Manager*innen kommen nun vermehrt zu Wort. „Die Wahrnehmung von Bundeswehr und Rüstungsindustrie ist in den vergangenen Wochen total gekippt, da hat sich vieles verändert“³², zitiert die SZ zum Beispiel Christopher Schindler von ThyssenKrupp Marine Systems. „Plötzlich merken die Menschen, dass es doch ganz hilfreich ist, eine Bundeswehr zu haben und dort zu investieren.“³³ Die Zugriffe auf die Jobbörse des Unternehmens seien gestiegen, man habe bis zu 40 Prozent mehr Stellen als sonst ausgeschrieben. Susanne Wiegand, Managerin des Rüstungskonzerns Renk, erkennt eine ähnliche Entwicklung: „Ich muss also niemandem mehr erklären, warum unser Unternehmen wichtig ist. Anders als früher bewerben sich junge Leute und auch ältere hoch qualifizierte Leute bei uns, die etwas machen wollen, das sinnvoll ist. Sie



Möchte lieber „Krisenhelfer“ statt „Krisenprofiteur“ genannt werden: Armin Papperger. Quelle: Dokumentarfilm „Inside Rheinmetall“

suchen ‚Purpose‘, also einen Sinn und Zweck.“³⁴

Aber wohl keine Person steht so im Fokus der medialen Aufmerksamkeit, wie der Rheinmetall-Vorstandsvorsitzende Armin Papperger. Interviews, öffentliche Auftritte und Kommentare zum tagespolitischen Geschehen sind deutlich öfter vorzufinden als vor dem 24. Februar 2022. Rheinmetall, personifiziert durch Papperger, ist zu einer festen Instanz der öffentlichen Debatte geworden, liefert regelmäßig „Expertise“ zu technischen und militärischen Fragen und übt Kritik, wenn die Politik mal wieder zu „lahm und zögerlich“ in Sachen Waffenlieferungen und Aufrüstung ist. Die Bühne hierfür wird bereitwillig von fast allen untersuchten Medien geboten. Dabei hat sich in der Selbstdarstellung und Argumentation seitens Rheinmetall wenig verändert. Dass die Existenzberechtigung des Konzerns zu Zwecken der Verteidigung und im Einklang mit dem Gesetz selbstverständlich ist, habe man natürlich immer schon gewusst. Nun gibt es endlich die bisher fehlende gesellschaftliche Anerkennung für die harte Arbeit. „Die Sicherheitsindustrie wurde in der Vergangenheit nicht im guten Licht dargestellt. Diese Sicht hat sich geändert. Ich bekomme von Privatpersonen Briefe zugeschickt, in denen sie sich für unsere Arbeit bedanken. Früher gab es da ganz andere Briefe.“ so Papperger im Interview mit dem Handelsblatt.³⁵

Eine Veränderung, die auffällt, ist, dass Papperger, durchaus passend zur „Zeitenwende“, mit deutlich nationalistischen Untertönen auftritt: „Ich glaube, dass es einfach notwendig ist, dass man Verteidigungsmaterial produziert. Das sehen Sie ja jetzt. Eine Nation, die nicht wehrhaft ist, ist verloren. Wir müssen Deutschland und Europa wieder wehrhaft machen, sodass wir unsere Demokratie und unsere Sicherheit schützen können“³⁶, sagte er in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung. Natürlich würde die Rheinmetall-AG von der nationalen und globalen Aufrüstung profitieren, aber „Krisenprofiteur“ sei so ein negativ behafteter Begriff. Man selbst sehe sich eher als „Krisenhelfer“.³⁷ Wie Papperger vermeintlich selbstlos sagt: „Wir selbst sind nicht wichtig, wir dienen unserem Land.“³⁸ Papperger tritt als treuer Diener, aber auch Kritiker der aktuellen Politik auf. Die Setzung als zuverlässiger Lieferant sowohl für die Bundeswehr als auch für die Ukraine, dessen Angeboten die Politik nur nachkommen müsse, baut an sich schon einen politischen Druck auf. Aber auch konkrete Forderungen nach noch mehr Finanzierung („Wenn man mehr als nur ein Strohfeuer anzünden will, dann reichen auch die 100 Milliarden Euro nicht“³⁹) oder Ratschlägen, wie eine deutsche Wehrhaftigkeit und eine Unterstützung der Ukraine am besten zu leisten wäre, gibt er bereitwillig zum Besten. Diese werden von den Medien vielfach aufgegriffen und reproduziert. Papperger als politischer Kommentator und im größeren Kontext die Rüstungsindustrie als politischer Akteur im öffentlichen Diskurs werden wahrscheinlich auch die nächste Zeit nicht wegzudenken sein. In einem Interview



„Keine Berührungsängste“ hat Verteidigungsminister Pistorius (r.) mit der Rüstungsindustrie. Quelle: Dokumentarfilm „Inside Rheinmetall“

mit der Tagesschau im Februar 2024, etwas mehr als zwei Jahre nach dem russischen Einmarsch in die Ukraine, sagte Papperger selbstbewusst: „Ich bin seit fast 35 Jahren in diesen Unternehmen. Ich war vom ersten Tag an überzeugt, dass ich das Richtige tue, sonst würde ich es ja nicht machen. Ich tue deswegen das Richtige, weil ich überzeugt davon bin, dass wir die NATO, dass wir Deutschland, Europa, aber letztendlich auch unsere Demokratie verteidigen. Das kann nicht verwerflich sein.“⁴⁰ Außerdem zeichnet er ein Bild der zukünftigen Rüstungspolitik, in der er die Rolle seines Konzerns fest gesichert sieht: „Wahrscheinlich haben wir in Deutschland aber schlicht zu wenig gemacht, um unsere Demokratie verteidigen zu können. Jetzt ist es Zeit, dass wir in Deutschland Gas geben. Deshalb bin ich sehr dankbar, dass der Kanzler und der Verteidigungsminister das tun.“⁴¹

Doku „Inside Rheinmetall“ – Rüstungsindustrie zum Anfassen

Der öffentlich-rechtliche Dokumentarfilm „Inside Rheinmetall“⁴², der im Herbst 2023, also nachdem die hier thematisierte Diskursverschiebung schon ihre volle Wirkung entfaltet hatte, herauskam, ist aus mehreren Gründen interessant und verdient besondere Aufmerksamkeit. Nicht nur, weil die Dokumentation unter der Regie des Journalisten Klaus Scherer öffentlich-rechtlich und auf hohem Niveau produziert ist und durch Verbreitung im Internet wahrscheinlich eine höhere Reichweite hat als die meisten Zeitungsartikel. Die Präsentation von Rheinmetall in der Doku kann als beispielhaft für die Position des Konzerns im aktuellen Diskurs und die Rolle der Medien darin angesehen werden. Einerseits werden, trotz kritischer Feststellung von Rheinmetall als Kriegsprofiteur, die Relevanz, die Notwendigkeit und der plötzliche Meinungsumschwung thematisiert, gleichzeitig wird dieser Diskurs vom Film selbst weiter reproduziert und verfestigt. Ähnlich wie in der anderen Berichterstattung ist hierfür keine explizite politische Positionierung seitens der Doku-Produktion notwendig. Ebenso wenig eine positive Verklärung von Rheinmetall. Trotzdem erfüllt der ARD-Film so effektiv eine Werbefunktion für Rheinmetall, die keine konzerneigene Reklame in der Form hinbekommen hätte.

Die Prämisse der Doku ist simpel: Rheinmetall setzt sich dem öffentlichen Blick aus, auch kritische Nachfragen werden erlaubt. Die sensationsjournalistische Begeisterung, erstmals in den Fertigungshallen des Konzerns in der Lüneburger Heide filmen zu dürfen, trägt einerseits zur rückwirkenden Mystifizierung bei. Andererseits entsteht jetzt das Bild einer ehrlichen Transparenz, einer Vermenschlichung (wortwörtlich mittels einiger sympathisch erscheinender Mitarbeiter im Interview) und eines freundlichen Gesichts der Rüstungsindustrie. Schließlich arbeiten in so einem Betrieb auch „nur Menschen“. Menschen mit Gefühlen, die sich freuen, inzwischen auch Anerkennung für ihre Arbeit, sowohl aus dem nahen Bekanntenkreis als auch aus der medialen Berichterstattung, zu bekommen. „Bei aller Tragik des Ukraine-Kriegs muss man sicherlich sagen, für uns in der Wahrnehmung als Mitarbeiter fühlt man sich von der Gesellschaft schon etwas mehr wertgeschätzt.“ Ob Industriearbeiter im Blaumann oder Vorstandsvorsitzender im Anzug: Die öffentlich-rechtliche Doku gibt den „Machern“ von Rheinmetall den Raum, sich ungezwungen, nahbar und authentisch zu präsentieren. Auch die Technik wird vermenschlicht: Aussagen, wie dass Panzerfahren, ähnlich wie Baggerfahren, einfach eine Art kindliche Freude machen würde, der Ernst beginne schließlich erst beim Gefecht, reihen sich hier ein. „Eine Menge Abenteuerspielplatz“, würde einen die Ernsthaftigkeit des Themas vergessen lassen. Der Produktionsprozess etwa von Kanonenrohren oder digitalisierten Panzern



Kriegsgerät als „Abenteurer“. Quelle: „Inside Rheinmetall“

wird mit einer Art Ehrfurcht vor dem komplizierten technologischen Prozess vorgetragen.

Dass der finanzielle Höhenflug des Rüstungskonzerns vor allem auf mehr Krieg basiert, wird in der Dokumentation mehrmals betont. Doch trotz allem Grund zur Euphorie schafft es Papperger durchgehend, als bescheidener, geduldiger, technologieinteressierter Ingenieur zu wirken, der sich nun freut, dass seine Zeit gekommen ist, aber ja schon seit Jahren weiß, dass er und seine Angestellten stets das Richtige getan haben. „Bodenständig und umtriebig“ sind Zuschreibungen, mit denen er sich identifizieren kann. Die teils durchaus kritischen Fragen, immer gekontert durch souveräne, augenzwinkernde und schlagfertige Antworten Pappergers, tragen hierzu eher bei, als dass sie die Stimmung zerstören. Auch im drögen, unsympathischen Setting der Frankfurter Börse, in dem der DAX-Aufstieg des Konzerns öffentlich gefeiert wird, widmet Papperger diesen Sieg vor allem den fleißigen Mitarbeiter*innen: „Vielleicht haben sie in den letzten 24 Jahren nicht so oft die Anerkennung bekommen, die sie eigentlich hätten bekommen sollen.“

Gelassen, aber froh um die Veränderung der politischen Kultur nimmt er die Äußerung man habe „keine Berührungängste mit der Rüstungsindustrie“ seitens des Verteidigungsministers Pistorius entgegen. Schließlich müsse man nun zusammenstehen und „Deutschland dienen“, was seit jeher die Aufgabe von Bundeswehr und Rüstungsindustrie wäre. Auch widersprüchliche Interessen, wie die Entschädigungsklage seitens Rheinmetall gegen die Bundesregierung wegen eines geplatzten Russland-Geschäfts in Milliardenhöhe, lassen sich scheinbar einfach im Sinne beider Parteien auflösen.⁴³ Nicht nur mit der deutschen Politik, auch mit dem ukrainischen Botschafter gibt sich Papperger vertraulich. Verlässlicher Partner an der Seite der Ukraine dank „deutscher Wertarbeit“.

Die Debatten um alte Skandale von Rüstungsexporten in Kriegsgebiete erscheinen nach der Konstruktion dieser Narrative unzeitgemäß und werden auch mit alten Argumenten weggeschwemmt. Auch wenn Klaus Scherer ernsthaft und nachdrücklich beispielsweise nach im Jemen gelandeten Waffensystemen von Rheinmetall fragt, wirkt das angesichts der von der Dokumentation selbst als bedrohlich konstruierten heutigen Weltlage und der Notwendigkeit von Rheinmetall darin wie eine Lappalie. Die Darstellung von Friedensaktivist*innen als versprengtes Grüppchen älterer Menschen mit Falschinformationen direkt neben Pappergers professionellem Auftritt reiht sich passend ein in das Bild, welches die Dokumentation über den Komplex Krieg, Politik und Rüstungsindustrie aufbaut. Schaut man die Dokumentation mit einem kritisch-antimilitaristischen Blick und nimmt an, dass Klaus Scherer bei der Produktion durchaus investigative, neutrale Absichten hatte (zumindest werden auch kritische Fragen gestellt), lässt sich die (unbewusste) Reproduktion eines hegemonialen Narrativs zur Rehabilitierung von Rheinmetall in nur 45 Minuten anschaulich nachvollziehen.

Fazit: Gekommen, um zu bleiben

Die Diskursverschiebung bezüglich Rheinmetall und der gesamten deutschen Rüstungsindustrie lässt sich einordnen in das politische Programm der „Zeitenwende“, für das eine produktive, erstarkende, nationale Rüstungsindustrie notwendig ist. Ähnlich wie alle anderen Teilaspekte der „Zeitenwende“ braucht die Rüstungsindustrie jedoch auch gesellschaftliche Legitimation. Ob die Erzeugung dieser von der in unserer kurzen Studie beispielhaft betrachteten Presse bewusst im Sinne der Verbreitung einer politischen Meinung, oder unbewusst im Sinne der Reproduktion nationalistischer, militaristischer Ideologie (wobei sich das nicht widerspricht) erfolgte, ist egal. Ihr Effekt, die Normalisierung von Rheinmetall als legitimer, politischer Akteur reiht sich ein in das allgemeine nationale Aufrüstungsprogramm. Hiermit flankiert die „Vierte Gewalt“ den Höhenflug der Industrie im ideologischen Überbau. Der Konzern konnte sich schließlich in jedem der letzten Jahre über mehr Aufträge und Umsätze freuen. Bürokratische Hemmnisse, wie gesetzliche Einschränkungen der Geschäfte mit der Türkei und Saudi-Arabien waren zwar ärgerlich, taten dem allgemeinen Aufschwung aber keinen Abbruch. Anders als die meisten Branchen litt die Rüstungsindustrie auch weniger unter der Corona-Krise und konnte selbst in diesem Zeitraum mehrheitlich Wachstum verzeichnen. Die ständige Erhöhung des Beschaffungsbudgets für die Bundeswehr, auch vor dem „Sondervermögen“, gab Anlass zum Optimismus. Strategisch wurde mit globaler und nationaler Aufrüstung kalkuliert und sich angepasst: Anfang der 2020er Jahre begann eine Umstrukturierung des Konzerns, indem die Bereiche „Automotive“⁴⁴ und Rüstung verschmolzen sowie zivile Industrien verkleinert oder ganz abgestoßen wurden.

Die Diskursverschiebung bietet auch auf dem Aktienmarkt Vorteile: Während einige Investmentfonds sich Anfang der 2020er wegen der ESG-Kriterien⁴⁵ zu Nachhaltigkeit zurückgezogen hatten und der Rüstungsindustrie die Möglichkeiten für Kredite eingeschränkt wurden, kam es nach dem 24. Februar 2022 auch hier zu einem Umdenken. Da die Investition in die europäische oder deutsche „Sicherheit“ nun als guter Zweck Greenwashing und Nachhaltigkeitskriterien überflügelt, wird wesentlich mehr in die Rüstungsindustrie investiert. Stand Ende März 2024 ist die Rheinmetall-Aktie die meistgehandelte Aktie des DAX und erreichte mit ca. 520 Euro ihren bisher höchsten Kurs. Im Vergleich dazu dümpelte ihr Wert im Dezember 2021 zwischen 70 und 80 Euro herum.⁴⁶ Aktienkurse sagen nun nichts über tatsächliche Wertproduktion aus, zeigen jedoch die Erwartung von Aktionär*innen an das Unternehmen, zukünftig ordentlich Profit zu machen. Planungssicherheit schaffen allerdings vor allem die gesetzlichen und politischen Verpflichtungen von staatlichen Kunden zur militärischen Finanzierung, die für das aktuelle Jahrzehnt deutlich angehoben wurden. Der Ausbau einer nationalen Rüstungsindustrie innerhalb der eigenen Grenzen ist für einen Staat, der eine stehende, konventionelle Armee aufbauen möchte, von entscheidender Bedeutung. Nicht nur, weil durch Exporte auch der politische Einfluss und die Macht des Staates steigen, sondern weil Fertigungsanlagen im Kriegsfall⁴⁷ militärstrategische Unabhängigkeit erleichtern. Für die massive Ausrüstung mit Munition in der Ukraine, aber auch für Heere der NATO-Staaten, die nun vorgesehen sind, braucht es vor allem einen drastischen Anstieg in der Munitionsproduktion. Zuletzt förderte die EU den Konzern zu diesem Zweck mit über 130 Millionen Euro.⁴⁸ Belief sich die Produktion 2022 noch auf 70.000, möchte der Konzern 2025 700.000 und ab 2027 jährlich 1,1 Millionen Schuss Artilleriemunition in allen möglichen



Rheinmetalls Produktionsstandort in Ünterlüß wird zurzeit massiv ausgebaut. Quelle: Hajotthu/Wikipedia

Kalibern produzieren. Raketenergie stellt die neueste „strategische Portfolioerweiterung“ des Konzerns dar. Das würde ihn nach aktuellem Stand zum größten Produzenten für Artilleriemunition unter den Nato-Staaten und ihren Verbündeten machen. Ein Rüstungsbetrieb mit derartigen Wachstumsplänen benötigt selbstverständlich auch mehr Personal, bis zu 5.000 neue Stellen sollen geschaffen werden. Ein besseres Image hilft auch hier, sich als attraktiver Arbeitgeber zu präsentieren, der etwas für die Gesellschaft leistet. In einem neueren ARD-Beitrag, der fast selbst wie ein Anreiz wirkt, sich bei Rheinmetall zu bewerben, geben Berufsanfänger*innen an, ihre Arbeit mit Stolz und Bewusstsein für deren gesellschaftliche Relevanz zu verrichten.⁴⁹ Im politischen Programm zu einem konventionell hochgerüsteten Europa wird die Rheinmetall-AG also die nächsten Jahre oder Jahrzehnte eine Schlüsselrolle spielen. Eine gesteigerte Präsenz in den Medien verschafft ihr und der allgemeinen Politik der Aufrüstung hierbei einen großen Vorteil in Sachen Reklame und Legitimation, weshalb der Konzern wortwörtlich nicht von der Bildfläche verschwinden wird. Nicht nur, weil alle Vorgänge, die Rheinmetall betreffen, einen hohen Stellenwert in der hegemonialen Meinung zur Aufrüstung des deutschen Staates darstellen. Der Konzern ist zu einer Instanz geworden, die mehr am politischen Diskurs und der gesellschaftlichen Debatte teilhat als zuvor. Eins steht fest: Rheinmetall ist auf die öffentliche Bühne gekommen, um zu bleiben. Und ein Ende dieses Aktes zeichnet sich noch nicht ab.

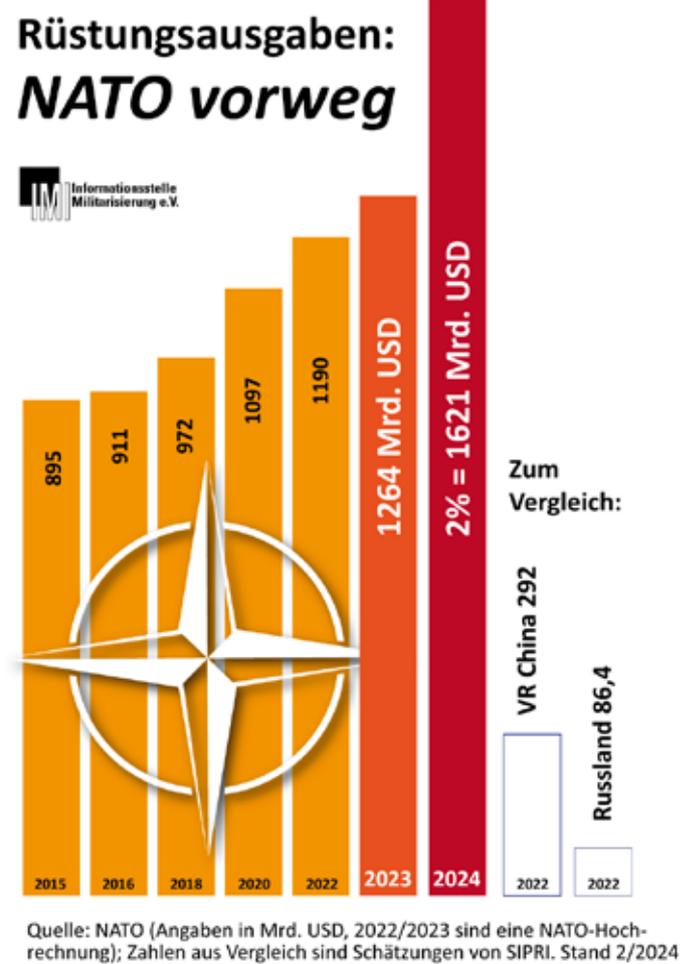
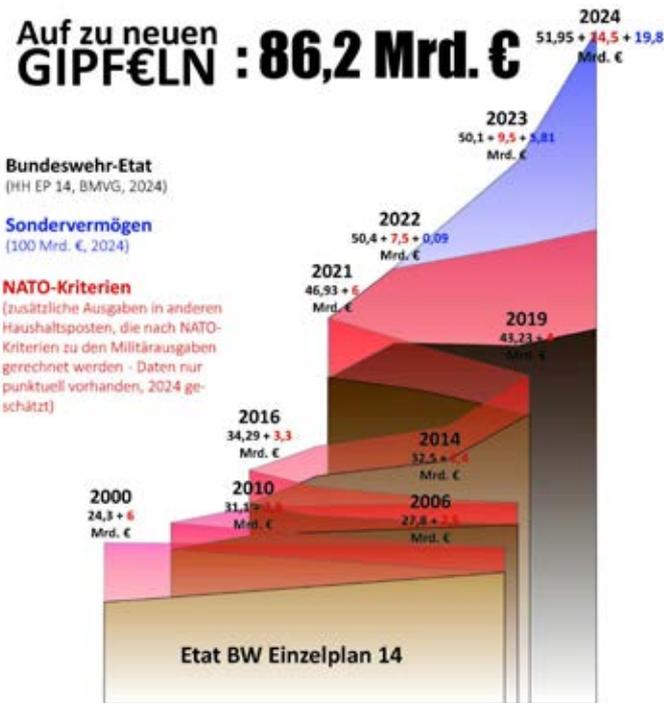
Anmerkungen:

- 1 Statistik „Umsatz der Rheinmetall-AG von 2000 bis 2023“ Statista Research Departement 15.03.2024. Aufgerufen am 20.02.2024 [statista.com](https://www.statista.com); Kurs der Aktie der Rheinmetall-AG, Börse Frankfurt, aufgerufen am 20.02.2024: [boerse-frankfurt.de](https://www.boerse-frankfurt.de)
- 2 Da Airbus jedoch ein transnationaler Konzern (französisch-deutsch) ist, ist Rheinmetall zumindest das größte ausschließlich deutsche Rüstungsunternehmen.
- 3 Hauke Friedrichs „Plötzlich systemrelevant“, ZEIT online, 12.04.2022
- 4 Zur intensiveren Auseinandersetzung zu den Themen Medien und Krieg siehe: IMI: AUSDRUCK Dezember 2023, Schwerpunkt Medien [imi-online.de](https://www.imi-online.de)
- 5 „Die Rüstungsindustrie im Blick der öffentlichen Meinung“, Arbeitspapier Sicherheitspolitik 28/2018, Bundesakademie für Sicherheitspolitik [baks.bund.de](https://www.baks.bund.de)
- 6 Die BAKS ist ein dem Verteidigungsministerium unterstellter Think-Tank für Bildung von Führungskräften in Sachen Sicherheitsfragen. 2015 wurde der neue Bereich „Kommunikation und öffentlicher Diskurs“ eingerichtet.
- 7 „Perzeption von Wehrtechnik und Rüstung in der Bundesrepublik Deutschland“, Beitzinger 2018 [dwt-sgw.de](https://www.dwt-sgw.de)
- 8 Ebd.
- 9 Vgl. ebd., S. 38

- 10 Vgl. ebd., S. 22
- 11 Vgl. ebd., S.
- 12 AFP „Munition und Mitschuld“, Süddeutsche Zeitung, 18.12.2018
- 13 Z.B. Hannes Koch „Strafanzeigen gegen Rüstungsfirmen“, taz, 13.12.2019
- 14 Zuletzt beispielsweise zum zweiten Jahrestag des russischen Einmarschs: Dominic Johnson „Von Ukraine-Müdigkeit keine Spur, taz 25.02.2024 [taz.de](https://www.taz.de)
- 15 Gerhard Hegmann „Rheinmetall profitiert von Rüstungsboom“ Die WELT, 06.08.2021
- 16 Vgl. IMI: AUSDRUCK Dezember 2023, Schwerpunkt Medien [imi-online.de](https://www.imi-online.de)
- 17 David Böckling „Rheinmetall-Chef kritisiert fehlende Liefergenehmigungen für die Ukraine“, SPIEGEL online 13.05.2022
- 18 Christian Parth „Rheinmetall in Niedersachsen: Hier wird aufgerüstet“, ZEIT online, 08.10.2022
- 19 Thomas Fromm et.al „Die Rückkehr der Rüstungsindustrie“, Süddeutsche Zeitung, 05.03.2022
- 20 Hauke Friedrichs „Plötzlich systemrelevant“, ZEIT online, 12.04.2022
- 21 Caspar Busse, Thomas Fromm „Volles Rohr“, Süddeutsche Zeitung, 14.06.2022
- 22 Alexander, Geiger, Hegmann „Lambrecht verschleppte Waffenlieferungen an Ukraine“, DIE WELT, 31.03.2022
- 23 Mike Szymanski „Zu Land, zu Wasser, in der Luft“ Süddeutsche Zeitung, 24.02.2022
- 24 Mathias Peer „14 Tote nach Raketenanschlag, Gefangenenaustausch abgesagt“ Die ZEIT, 15.01.2023
- 25 Julia Köppe „Wie viel ‚Star Wars‘ ist schon Wirklichkeit“, SPIEGEL online, 03.01.2020
- 26 vgl. IMI-Studie 2022/7: Kampfpanzer KF51 Panther [imi-online.de](https://www.imi-online.de)
- 27 Klaus Geiger „Scholz vor Kiew-Besuch unter Druck“, Die WELT, 14.06.2022
- 28 Martin Murphy „Dem Armata überlegen“ Handelsblatt vom 17.6.2022
- 29 Süddeutsche Zeitung, 14.06.2022
- 30 Boris Pofalla „Die Ästhetik der Lenkwaffen“, Die WELT, 01.07.2022
- 31 Tatsächliche Formulierung der Süddeutschen Zeitung vom 09.08.2022
- 32 Thomas Fromm „Wie, dein Papa baut Panzer?“, Süddeutsche Zeitung, 14.04.2022
- 33 Ebd.
- 34 Zitiert in: Thomas Fromm „Können wir überhaupt noch Krieg?“ Süddeutsche Zeitung, 18.11.2023
- 35 Martin Murphy „Rheinmetall-Chef Armin Papperger über die Bundeswehr: ‚Wir könnten Aggressor nur wenige Tage widerstehen‘“ [Handelsblatt.com](https://www.handelsblatt.com), 10.06.2022
- 36 Caspar Busse, Thomas Fromm „Wir haben von allem zu wenig“, Süddeutsche Zeitung, 10.05.2022
- 37 Ebd.
- 38 Ebd.
- 39 Ebd.
- 40 Klaus-Rainer Jackisch „Interview: Konzernchef von Rheinmetall“ [tagesschau.de](https://www.tagesschau.de) 29.02.2024
- 41 Ebd.
- 42 Klaus Scherer „Inside Rheinmetall“ [daserste.de](https://www.daserste.de) 24.10.2023
- 43 2014 versagte die Bundesregierung im Zuge der Krim-Krise einen zuvor abgeschlossenen Vertrag zwischen Rheinmetall und dem russischen Militär zum Bau von Übungszentren in Milliardenhöhe. Rheinmetall verklagte daraufhin die Regierung auf 130 Millionen Euro Schadenersatz. <https://www.tagesschau.de/investigativ/wdr/rheinmetall-russland-streitkraefte-100.html>
- 44 Sparte, die sich mit Antrieben und Mobilität, auch im zivilen Bereich, befasste.
- 45 Abkürzung für Standards zur Nachhaltigen Investition unter den Aspekten „Environment, Social and Governance“, siehe auch: [wirtschaftslexikon.gabler.de](https://www.wirtschaftslexikon.gabler.de)
- 46 [boerse-stuttgart.de](https://www.boerse-stuttgart.de) und [boerse.de](https://www.boerse.de), aufgerufen am 28.03.2024
- 47 Zu den konkreten Kriegsführungsplänen des deutschen Militärs siehe IMI-Ausdruck März 2024, Schwerpunkt „Kriegstüchtig“ [imi-online.de](https://www.imi-online.de)
- 48 Pressemitteilung Rheinmetall [rheinmetall.com](https://www.rheinmetall.com) 26.03.2024
- 49 Ingrid Betram „Rüstungsindustrie zieht mehr jüngere Bewerber an“ [tagesschau.de](https://www.tagesschau.de) 30.03.2024

NEU: IMI-Factsheet Rüstung 2024

Leider verläuft die Rüstungsspirale derart rasant, dass wir uns wieder gezwungen sahen, unser Factsheet „Rüstung“ erneut grundlegend zu überarbeiten. Jetzt finden sich neben aktualisierten Zahlen zur Rüstungsindustrie, Rüstungsexporten und dergleichen unter anderem auch Informationen zum „Sondervermögen“ der Bundeswehr und der Debatte um Sozialkürzungen zur Finanzierung des aktuellen Rüstungsschubes.



Das Factsheet kann wie immer kostenlos auf unserer Website imi-online.de heruntergeladen oder ebenfalls kostenlos in Print für Büchertische etc. im [Materialshop der DFG-VK](#) bestellt werden.

Spendenaufruf

Dieser Wegweiser zeigte 2017 am Tag der Bundeswehr in Dornsteden in die Richtungen der zahlreichen, aktuellen Auslandseinsätze der Bundeswehr. Die Informationsstelle Militarisation (IMI) versucht mit all den Einsätzen sowie den Militarierungsprozessen im Inneren, Migrationsbekämpfung, militärischen Landschaften, Rekrutierungsmaßnahmen, Rüstungshaushalten und vielen weiteren Themen Schritt zu halten. Um dazu fähig zu sein und das erstellte Material grundsätzlich online kostenlos zur Verfügung stellen und in Printform zum Selbstkostenpreis abgeben zu können, sind wir auf Spenden und Mitgliedschaften angewiesen, die steuerlich absetzbar sind.

Daher bitten wir alle, die sich finanziell dazu in der Lage sehen, uns für das kommende Jahr mit einer Spende zu unterstützen oder auch Menschen im Bekanntenkreis über eine mögliche IMI-Mitgliedschaft zu informieren.

IMI-Spendenkonto Kreissparkasse Tübingen:
IBAN: DE64 6415 0020 0001 6628 32
BIC: SOLADES1TUB

Mitgliedsformulare finden sich hier:
www.imi-online.de/mitglied-werden

Jede Form der Unterstützung ist sehr willkommen!



Information

Die Informationsstelle Militarisation (IMI) ist ein eingetragener und als gemeinnützig anerkannter Verein. Ihre Arbeit trägt sich durch Spenden und Mitglieds-, bzw. Förderbeiträge, die es uns ermöglichen, unsere Publikationen kostenlos im Internet zur Verfügung zu stellen. Wenn Sie Interesse an der Arbeit der Informationsstelle oder Fragen zum Verein haben, nehmen Sie bitte Kontakt zu uns auf. Nähere Informationen wie auch Sie IMI unterstützen können, erfahren Sie auf unserer Homepage (www.imi-online.de), per Brief, Mail oder Telefon in unserem Büro in Tübingen.

Spenden an IMI sind steuerabzugsfähig.

Unsere Spendenkontonummer bei der Kreissparkasse Tübingen ist:
IBAN: DE64 6415 0020 0001 6628 32 BIC: SOLADES1TUB

Adresse:

**Informationsstelle
Militarisierung (IMI) e.V.**
Hechingerstr. 203
72072 Tübingen

Telefon: 07071/49154
Fax: 07071/49159
e-mail: imi@imi-online.de
web: www.imi-online.de

Der hier abgedruckte Text spiegelt nicht notwendigerweise die Meinung der Informationsstelle Militarisation (IMI) e.V. wieder.

