

## Praxismodul Gemeinwohl

Bremische Stiftung für Rüstungs-  
konversion und Friedensforschung

Potenziale eines Bremer „Zivil-Labels“



Hunter Haenisch  
Dean Hage Hassan  
Lilia Herzog  
Johanna Kranz  
Joß Mirbach  
Lea Maria Mandela Neelsen

24. Februar 2017

## Abstract

Die Bremische Stiftung für Rüstungskonversion und Friedensforschung ist mit dem Ziel an uns, die studentische Beratungsagentur „UniCon“ herangetreten, herauszufinden, ob ein ziviles Label für Unternehmen, Dienstleistungen, Hoch-(Schulen) und Produkte für den Standort Bremen einführbar ist. Dazu wurden unterschiedliche Erhebungsmethoden qualitativer sowie quantitativer Art gewählt. Zum einen kam es zur Durchführung einer Bevölkerungsumfrage zur Erstellung eines Meinungsbildes der Bremer Bevölkerung, zum anderen wurden Experten aus Politik und Wissenschaft interviewt. Dafür wurde zum einen eine annähernd repräsentative Bevölkerungsumfrage durchgeführt und zum anderen wurden Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft interviewt. Im Folgenden wird ausführlich dargelegt, welche Hürden ein solches Label meistern muss und welche Vor- und Nachteile zu beachten sind. Des Weiteren ist es Ziel, herauszufinden, wie die Bremer BürgerInnen (Der Neutralität und Einfachheit halber werden im folgenden beide Geschlechter in einem Begriff zusammengefasst genannt) zum Thema „Rüstung und ziviles Label“ stehen und ob sie sich überhaupt ein Label wünschen würden. Weiterhin wird darauf eingegangen, inwieweit sich die Bremer BürgerInnen über das Thema informiert fühlen. Schlussendlich soll eine Handlungsempfehlung für den Auftraggeber abgegeben werden. Die Stiftung soll die Möglichkeit bekommen, anhand der Umfrage- und Interviewergebnisse die Entwicklung und Vermarktung eines Labels voranzutreiben

---

## Inhaltsverzeichnis

Abstract.....	1
1. Einleitung.....	3
2. Theorie .....	4
2.1 Ethischer Konsum.....	4
2.2 Label.....	6
2.2.1 Arten von Labels .....	6
2.2.2 Erfolgskritische Faktoren von Labels.....	7
2.2.3 Das Konzept eines Bremer „Zivil-Labels“ .....	11
Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen .....	11
Bildungseinrichtungen.....	12
Andere Ansätze .....	13

2.3	Parteipositionen der Bremischen Bürgerschaft zum Rüstungsstandort Bremen.....	14
2.3.1	Senat SPD und Bündnis90/Die Grünen: .....	15
	SPD: .....	15
	Bündnis 90/die Grünen: .....	16
2.3.2	Die Opposition .....	17
	CDU/FDP .....	17
	FDP .....	18
	Die Linke:.....	18
3.	Methodik.....	19
3.1	Methodik der Bevölkerungsumfrage.....	19
3.2	Das qualitative Interview .....	22
3.2.1	Der Interviewleitfaden .....	23
3.2.2	Die Interviewpartner .....	24
3.3	SWOT-Analyse .....	25
3.3.1	Ursprung und Umstände .....	25
3.3.2	Unsere Vorgehensweise .....	27
4.	Empirische Ergebnisse .....	27
4.1	Bevölkerungsumfrage .....	27
4.1.1	Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie .....	28
4.1.2	Wissen zum Thema Rüstung in Bremen .....	31
4.1.3	Label-Wünsche .....	38
4.1.4	Zusammenfassung .....	44
4.2	Experteninterviews .....	45
4.2.1	Die Experten .....	45
4.2.2	SWOT-Analyse .....	45
	Stärken .....	47
	Schwächen .....	48
	Bedrohungen .....	49
	Chancen .....	51
5.2.3	Handlungsempfehlungen der Experten .....	51
5.2.4	Resümee .....	52
6.	Handlungsempfehlungen .....	52
7.	Schlussfazit .....	55
8.	Abbildungsverzeichnis .....	57
9.	Tabellenverzeichnis .....	58
10.	Bibliographie.....	59

## 1. Einleitung

Deutschland gehört zu den fünf größten Exporteuren von Rüstungsgütern (Mutschler 2014). Zahlreiche Unternehmen wie zum Beispiel EADS oder Airbus produzieren Rüstungsgüter für den nationalen sowie internationalen Gebrauch. Die produzierten Güter werden weltweit exportiert. Mit einem Anteil von sieben Prozent ist Deutschland der drittgrößte Waffenexporteur der Welt (Bundeszentrale für politische Bildung 2013). Bekannte Abnehmer deutscher Produkte sind zum Beispiel Saudi-Arabien, Algerien, Israel und viele mehr (Bundeszentrale für politische Bildung 2012). Weiterhin gibt es viele Informationen und Statistiken zu den Rüstungsausgaben und Rüstungsexporten Deutschlands. Doch umso schwieriger ist es spezifische sowie zuverlässige Daten und Informationen zur Rüstungsindustrie auf Länderebene zu finden.

Auch die Hansestadt Bremen ist Teil dieser Industrie. Zahlreiche Rüstungsunternehmen sind seit vielen Jahren in Bremen ansässig. Circa 4000 Menschen arbeiten in der Rüstungsindustrie Bremens und verdienen so ihren Lebensunterhalt (Henken 2011: 36). Güter wie beispielsweise Drohnen, Sensoren, Satelliten oder aber auch Schrauben werden hier produziert. Abnehmer sind zum einen die Rüstungsindustrie sowie zum anderen zivile Industriezweige (Rüstungsexportbericht 2013: 8). Doch nicht nur Rüstungsunternehmen produzieren Rüstungsgüter. So vertreiben viele Unternehmen auch Dual-Use-Güter (Bundesverband der Deutschen Sicherheits- und Verteidigungsindustrie). Dies sind Güter, die sowohl für militärische als auch zivile Zwecke verwendbar sind. Dieser Umstand macht es den Verbrauchern schwer zu erkennen, ob die von Ihnen gekaufte Ware in der Rüstungsindustrie genutzt wird oder von Unternehmen produziert wird, die sowohl zivile als auch militärische Güter produzieren. Die Schwierigkeit liegt hier darin, dass oftmals nicht klar und deutlich unterschieden werden kann, wer nun was zu welchem Zweck produziert und verkauft. Dies macht es den Verbrauchern und anderen Unternehmen kaum möglich zu erkennen, ob das von ihnen favorisierte Produkt/Unternehmen Verbindungen zur Rüstungsindustrie hat. Um eine Lösung für dieses Problem zu finden hat die Bremer Stiftung für Rüstungskonversion und Friedensforschung die studentische Beratungsagentur UniCon gebeten zu untersuchen, ob ein Label zur Kennzeichnung ziviler Produkte und Unternehmen, sowie Dienstleistungen und Bildungseinrichtungen geeignet ist.

Das Ziel ist, Kenntnisse darüber zu erlangen, wie die Bevölkerung und die Unternehmen auf ein solches Label reagieren würden und welche Rahmenbedingungen von Seiten der Politik für die Einführung erfüllt sein müssten. Dazu muss einerseits die Machbarkeit überprüft werden und andererseits ob eine solche Kennzeichnung überhaupt von den Verbrauchern und den Vertreibern von rüstungsfreien Produkten gewünscht wird.

Durch ein Mixed-Method-Design sollen diese Fragen beantwortet werden. Um herauszufinden, ob die BremerInnen offen für ein ziviles Label sind wurden unterschiedliche Methoden angewandt. Dazu wurde zum einen ein Fragebogen entwickelt, der in drei Themenblöcke unterteilt wurde. Dabei ging es darum herauszufinden, wie die BremerInnen zu der Einführung eines zivilen Labels stehen und ob sie sich genügend informiert fühlen. Des Weiteren war es Ziel, herauszufinden, wie die momentane Situation im Bereich der Labelgestaltung ist. Doch wird der Fokus nicht nur auf ein Label gelegt. Auch Alternativen wie ein Gütesiegel oder ein freiwilliges Bekenntnis wurden in Betracht gezogen. Da wir ein Label für vier verschiedene Teilbereiche anstreben, wäre die Verwendung eines Dach-Labels eine Möglichkeit, die in der Ausarbeitung näher angesprochen wird. Weiterhin wird die Problematik des Label-Dschungels in Deutschland berücksichtigt. Auf dem deutschen Markt gibt es insgesamt über 1.000 verschiedene Kennzeichen“ (Kunze 2012).

In einem weiteren Schritt wurden Experten mit einem teilstandardisierten Leitfadenterview befragt. Eine offene Frage gab den Interviewten die Möglichkeit, ihre Meinung kundzutun und noch Aspekte anzusprechen, die im Gespräch nicht weiter vertieft wurden. Die Experten waren Persönlichkeiten aus der Politik und Wirtschaft Bremens, die langjährige Erfahrungen in ihren jeweiligen Positionen vorweisen und durch ihre Expertise hervorragende Interviewpartner darstellten. Dabei sind besonders die Vor- und Nachteile eines zivilen Labels interessant und finden in der Arbeit eine ausführliche Betrachtung. Abhängig vom Ergebnis der Untersuchung möchte die Stiftung ein Zivil-Label etablieren und vermarkten. Der Schwerpunkt liegt dabei wie oben schon erwähnt auf Schulen, Bildungseinrichtungen, Dienstleistungen und Unternehmen sowie ihren Produkten. Eine Kennzeichnung entsprechender Bereiche soll dabei helfen, die Transparenz in diesen Bereichen zu stärken. Weiterhin sollen die BürgerInnen darauf aufmerksam gemacht werden, dass sie enger mit der Rüstungsindustrie verbunden sind als ihnen vielleicht bewusst ist. Im Folgenden wird ausführlich dargelegt, mit welchen Methoden und Auswertungsverfahren gearbeitet wurde und zu welchen Ergebnissen die Untersuchung geführt hat. Dabei werden die Vor- und Nachteile eines Labels betrachtet. Dennoch hat die Arbeit nicht den Anspruch repräsentativ zu sein oder wertend zu agieren.

## **2. Theorie**

### **2.1 Ethischer Konsum**

„Ob beim Kaffeetrinken, beim Schokoladenverzehr oder beim Kauf von Textilien – ethischer Konsum gemäß dem Motto ‚Wandel durch Handel‘ findet immer breitere

Akzeptanz“ (Entgartner 2014: 4). Politisch motiviertes Distinktionsverhalten und die Kaufkraft der KonsumentenInnen hat längst seinen Weg auf die Marktebene gefunden. MarketingexpertInnen bezeichnen KonsumentenInnen, die Waren bevorzugen, die besonders sozial- und oder umweltverträglich sind als „Lohas“ (Lifestyle of Health and Sustainability), deren Marktvolumen im Jahr 2011 etwa 500 Milliarden Euro weltweit betrug (Dohmen 2011).

Aber auch Unternehmen sehen sich nicht auf der Strecke geblieben: Das Konzept der »Corporate Social Responsibility« wird verschieden ausgelegt. Hauptsächlich geht es um die Verantwortung von Unternehmen, moralisch zu handeln und ihr Handeln und ihre Entscheidungen kritisch zu hinterfragen. Unternehmen sollen nicht nur auf Stakeholderansprüche reagieren, sondern diese vorausschauend in die Unternehmensstrategie einfügen, um so Risiken für die eigene Geschäftstätigkeit vorzubeugen (Eurich/Brink: 2003). Der Corporate Social Responsibility (im Folgenden CSR) werden dabei unterschiedliche Elemente zugesprochen, die je nach Interesse des jeweiligen Akteurs stärker oder schwächer in den Mittelpunkt der Diskussion rücken (Bassen et al. 2005: 232). Dabei bilden Sozial- und Umweltstandards den inhaltlichen Kern der Debatte (ebd.).

In unserem Fall wird es um die sozialen Standards der Unternehmen gehen. Hierbei beziehen wir uns auf die Kennzeichnung von Gütern, um den Verbrauchern eine Differenzierung zu ermöglichen und ihnen auf diese Weise zu helfen, ihr Kaufverhalten zu hinterfragen. Doch die Einführung solcher Kennzeichnungen und Normen erweist sich bis heute als schwierig, da es viele verschiedene Seiten gibt, die alle unterschiedliche Interessen haben und so allgemeine CSR-Normen nicht entstehen können (Bassen et al. 2005: 232). Dieser Logik liegt auch der Stakeholder-Ansatz zugrunde. Dabei geht es darum, dass Unternehmen nicht allein den Interessen ihrer Shareholder bzw. der Anteilseigner verpflichtet sind, sondern dass es neben den Shareholdern noch andere Akteure oder Akteursgruppen gibt, deren Interessen von Unternehmen gleichwertig Beachtung erhalten sollten (Schmidt 2016: 141). Doch diese Einstellung sollte im besten Fall von ihnen selbst ausgehen. Dieser Anspruch sollte dann insbesondere bei den Rüstungsunternehmen, die Dual-Use-Güter produzieren, bestehen. In dieser speziellen Situation kann der Verbraucher oft gar nicht erkennen, wo beispielsweise seine Schrauben herkommen oder in welchem Verhältnis das Unternehmen zur Rüstungsindustrie steht. Dies könnte man leicht mit einer Kennzeichnung beheben. Ein Zwang wäre zwar auch denkbar, doch es geht nicht nur um ein Label als solches sondern auch um ein Umdenken der Unternehmen. Ihnen sollte selbst bewusst werden, dass sie nicht nur eine finanzielle Verantwortung für ihre Arbeitnehmer haben, sondern sie müssen von sich aus lernen, auch für die Verbraucher mitzudenken und ihnen die Möglichkeit einräumen, die Herkunft eines Produktes einfach und deutlich erkennen zu können.

Weiterhin könnten sich Unternehmen als Teil der Gesellschaft interpretieren, deren Verantwortlichkeiten über die reine Profitmaximierung hinausgehen (Quazi/O'Brien 2000: 33f).

Durch die CSR kommen auch politische Einflüsse hinzu, die nicht wegzudenken sind. Politische Regelungen bilden ein Gerüst, an welchem sich die Unternehmen orientieren müssen (Ulshöfer/Bonnet 2009: 11). Der Staat beziehungsweise die Politik können eingreifen und von einer höheren Instanz Regelungen vorgeben, welche die Unternehmen so hinnehmen müssten. Momentan fungiert der Staat noch als eine Art Moderator und versucht, einen Dialog zwischen den Interessenvertretern herzustellen (Bassen et al. 2005: 233). Beispielsweise kann man im Hinblick darauf davon ausgehen, dass irgendwann auch politische Amtsträger Interesse an dem Thema zeigen werden, und sich so die Grundidee des Labels verändern wird. Wobei das in jedem Fall passieren wird, da sich Regelungen, welche die Unternehmen selbst treffen wie alle Regelungen den gesetzlichen Vorgaben folgen müssen. Doch auch die Konsumenten haben die Macht, den Markt zu beeinflussen. Dies können sie tun indem sie beispielsweise Produkte meiden oder bestimmte Produkte bevorzugen und so die Unternehmen dazu zwingen, auf ihre Bedingungen und Wünsche einzugehen (Bassen et al. 2005: 232).

## **2.2 Label**

Hinter dem Schlagwort „Label“ verbirgt sich ein Oberbegriff für verschiedenste Informationssysteme und Marketinginstrumente. Allgemein stellt ein Label Zusatzhinweise auf eine bestimmte Qualität eines Produkts oder einer Dienstleistung in Form eines grafischen Symbols dar. Sinnverwandt wird auch oft das Wort „(Güte-)Siegel“ verwendet. (Verbraucher konkret 2017: 5). Verbraucherinformationen dieser Art gehen über die übliche gesetzliche Kennzeichnung von Produkten hinaus, wie etwa dem Mindesthaltbarkeitsdatum oder der einheitlichen Zutatenliste.

### **2.2.1 Arten von Labels**

Der Bundesverband „VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.“, der auf der Internetseite „label-online“ Auskunft zu den mittlerweile hunderten von Labels in Deutschland gibt, bewertet sie anhand verschiedener Kriterien, um einen guten Überblick für die KonsumentInnen zu schaffen. Er trennt in verschiedene Labelarten, mit verschiedenen Eigenschaften. Eine Label-App, die den VerbraucherInnen direkt beim Einkauf entlasten soll wird ebenfalls angeboten. Über 260 Labels lassen sich dort zählen, wobei einige Siegel in mehrfacher Ausprägung zu finden sind. Einige von ihnen sollen hier genannt und erläutert werden, da sie für die weitere Ausarbeitung von Relevanz sind:

- „Produktlabel“ bezeichnen eine spezifische Qualität eines Produkts oder einer

Dienstleistung hinweisen. Diese unterscheiden sich weiter je nach Ausrichtung der Eigenschaften der Produktlabels.

- „Öko-Labels“, auch „Umweltzeichen“ genannt, zeigen zum Beispiel auf, welche Produkte umweltschonend hergestellt worden sind, und ob sie umweltfreundlich genutzt oder entsorgt werden können. Als hochbekanntester Ableger dieser Variante gilt das BIO-Siegel oder der Blaue Engel.
- „Nachhaltigkeitslabels“, wie etwa das Fairtrade-Label, geben Auskunft darüber, ob ein Produkt nach vorher festgelegten, dem Label entsprechenden ökologischen, sozialen oder wirtschaftlichen Standards hergestellt oder verbreitet worden ist.
- „Regionalzeichen“ bestätigen, dass ein Produkt aus einer bestimmten Region kommt. Da der Begriff nicht rechtlich geschützt ist, könnte damit eine bestimmte Stadt, ein Landkreis oder ein oder mehrere Bundesländer gemeint sein (Verbraucher konkret 2017: 5).

Es sollte dabei beachtet werden, dass sich diese Art von Labeling auf einzelne Produkte und Dienstleistungen bezieht, und das produzierende Unternehmen in den meisten Fällen nicht in dem Auswahlverfahren berücksichtigt wird (Kolfhaus/Teitscheid 2015: 89). Daneben gibt es noch weitere Arten von Labels, wie etwa „Test-Labels“ (wie der Stiftung Warentest), „Eigenmarken“ und „Firmenlabels“ (oft in Gebrauch von Discounter- und Supermarktketten), „Prüfzeichen“ oder „Managementlabels“ (Verbraucher konkret 2017: 5f).

## Erläuterung zur Bewertungsmatrix



Abb. 2.1 Erläuterungen zur Bewertungsmatrix (vgl. Label 2017)

### 2.2.2 Erfolgskritische Faktoren von Labels

Die Vielzahl an Labels führt des Weiteren zu Kontroversen. In der medialen Sprache hat sich längst der Begriff des Label-Dschungels etabliert, welcher der Unübersichtlichkeit der

großen Anzahl an Labels einen kritischen Ausdruck verleiht: „Die Kunden wissen schon längst nicht mehr, wie sie sich im Label-Dschungel zurechtfinden sollen: Auf dem deutschen Markt gibt es insgesamt über 1.000 verschiedene Kennzeichen.“ (Kunze 2012). Dies ist auch der primäre Beweggrund der VERBRAUCHERINITIATIVE e.V., anhand einer einheitlichen Matrix, die über 600 Label, samt ihrer Ausprägungsprofile, für den VerbraucherInnen zu bewerten und ihre Aussagekraft zu bestimmen. Der Verband wird gefördert durch das Bundesministerium für Justiz und Verbraucherschutz aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages, was dem politischem Interesse der Konsumentenaufklärung über die Vielzahl an Labels Nachdruck verleiht (Label Online 2017). Diese Bewertungsmatrix soll als Vorlage eines erfolgswirksamen Konzepts eines „Bremer Zivil-Labels“ im folgenden Abschnitt dienen.

Bewertet werden Labels anhand der vier Dimensionen Anspruch, Unabhängigkeit, Kontrolle und Transparenz.

Im Hinblick auf Gütesiegel wird Anspruch auf „label-online“ wie folgt definiert: „Die Vergabekriterien gehen deutlich über das gesetzlich vorgeschriebene hinaus. Die Kriterien des Labels werden anhand neuerer Erkenntnisse und Standards überarbeitet. Die Kriterien des Labels sind geeignet, relevante Verbesserungen im Bereich des Labels zu ermöglichen (ökologische, gesundheitliche, soziale, technische, kulturelle Ansprüche etc.)“ (Label Online 2017).

Besonders der Anspruch, über die formalen Kriterien des Gesetzgebers hinauszugehen ist hier die entscheidende Maxime und trägt - zumindest normativ - dazu bei eine Optimierung in einem der genannten Bereiche durch die Kaufkraft der KonsumentInnen am Produkt- und Dienstleistungsmarkt, zu erreichen. Eine beispielhafte Typisierung der Kriterien ethischen Konsums aus sozialer, ökologischer und ökonomischer Perspektive bieten könnte in etwa so aussehen:

Ökologie	Ökonomie	Soziales
ressourcenschonender Anbau	stabile Mindestpreise (u. a. gegenüber Lieferanten)	keine gesundheitsschädigenden Arbeits- und Produktionsbedingungen
keine umweltschädlichen Substanzen	langfristige Handelsbeziehungen	keine Kinderarbeit
Förderung kontrolliert biologischen Anbaus	Fairtrade-Prämie	Mitbestimmung der Arbeitnehmerschaft
Verbot genetisch veränderter Organismen	„gerechte“ Entlohnung der Beschäftigten	Keine Diskriminierung
Wiederinstandsetzung der Natur (z. B. Aufforstung)	Wahrung eines <i>Corporate-Governance-</i> Kodex (z. B. Korruptionsverbot)	Meinungs- und Versammlungsfreiheit

Tab. 2.1 Ökologie, Ökonomie, Soziales (vgl. Entgartner 2014: 5)

Die Dimension der Unabhängigkeit wird nach der Bewertungsmatrix von Label Online folgendermaßen beschrieben: „Die Kriterienentwicklung erfolgt unter Hinzuziehung vom Zeichennehmer weitgehend unabhängiger und kompetenter Stellen. Zeichengeber,

Zeichennehmer und Prüfer sind jeweils rechtlich und wirtschaftlich weitgehend voneinander unabhängig. Die Einhaltung der Vergabekriterien wird von unabhängiger und eindeutig identifizierbarer Stelle kontrolliert“ (Label Online 2017). Um eine grundlegende Anforderung hinsichtlich der Glaubwürdigkeit des Vergabeprozesses zu generieren, ist es selbstverständlich, dass eine Organisation, die ein Label vertritt und vergibt, an einem Grundsatz der Unabhängigkeit festhält (Mayer 2003: 46).

Das dritte Bewertungskriterium ist unter dem Begriff der Kontrolle gefasst: „Eindeutige, nachprüfbare Vergabekriterien mit klarem Bezug sind vorhanden. Die Einhaltung der Vergabekriterien wird umfassend kontrolliert. Wenn die Labelvergabe befristet ist, werden Fristverlängerungen nur nach einer erneuten Kontrolle der Einhaltung der Vergabekriterien erteilt. Bei Verstößen gegen die Vergabekriterien wird eine Nachbesserung innerhalb einer angemessenen, überschaubaren Frist eingefordert, gegebenenfalls erfolgen weitere Sanktionen bis zum Entzug des Labels“ (Label Online 2017).

Welche Art von Sanktionen vor einem tatsächlichen Entzug des Labels vollzogen wird, ist von dem Zertifizierer abhängig. Es werden im Vorfeld detaillierte Informationen über Unternehmen und deren Produkte oder Dienstleistungsangebote eingeholt. Jedoch ist es eine gängige Praxis, zumindest bei Umweltsiegeln, einen Zeitrahmen für das Tragen eines Labels im Nachhinein zu setzen, bis die nächste Kontrolle stattfindet. Auch die vollständige Dokumentation des Vergabeprozesses, bei gleichzeitigen vertrauenswürdigem Umgang mit den Informationen der Verwender des Siegels sollte gewährleistet sein, um eine erfolgreiche Etablierung des Labels zu garantieren (Mayer 2003: 43f).

Denn „die Glaubwürdigkeit sowie die Eindeutigkeit der zu vermittelnden Informationen eines Labels sind dabei wesentlich von der Reputation und dem Image der fachlichen Kompetenz der vergebenden Organisation abhängig“ (ebd.).

Die letzte und in der marktstrategischen Literatur zum Thema Gütesiegel oder Label am häufigsten diskutierte erfolgskritische Dimension ist die Transparenz. Diese wird auf „label-online“ herunter gebrochen auf die folgenden Kriterien:

„Zielsetzung und Trägerschaft sind in öffentlich zugänglichem Informationsmaterial erläutert. Vergabekriterien, Vergabeverfahren und Kontrollverfahren sind für Verbraucher verständlich und nachvollziehbar dokumentiert und veröffentlicht und kostenlos zugänglich. Das Bildzeichen des Labels ist so gestaltet, dass es nicht mit einem anderen Zeichen verwechselt werden kann“ (Label Online 2017).

Die Intentionen und die Vorteile eines transparenten Labels liegen auf der Hand: Unabhängigkeit vom Ursprung und der Art des Labels, bleibt das allgemeine Problem der Verbraucherinformation. Diese sollte differenziert und nachvollziehbar sein um als eine

Informationsentlastung des Verbrauches dienlich zu sein, „dazu gehört auch auch, die Überfülle der unterschiedlichen Labels für den Verbraucher dadurch transparenter zu gestalten, dass er nicht für jede Produkteigenschaft gesonderte Zeichen kennen und verstehen muss.“ (Kolfhaus/Teitscheid 2015: 91)

Eines darf jedoch nicht aus dem Blick geraten: Label Online fungiert als ein Instrument, das Label, deren Funktion es etwa ist, Produkte auf ihre Nachhaltigkeit oder ökologische Verwertbarkeit zu prüfen, wiederum auf deren Qualität prüft. Die Standards der Gütesiegel-Branche sind sich der schmälernden Funktionsfähigkeit von zu detaillierten Angaben des Zertifizierens bewusst. So gehen Martin Pollrich und Lilo Wagner von einer bewussten, Schranken setzenden Informationsfreigabe bei der Bewertung von Produkten aus um die Öffentliche Legitimation zu stärken: „Die Zertifizierer von Gütern, deren Eigenschaften vor Kauf nicht beobachtet werden können, müssen ihre Integrität beweisen. Für Herausgeber von Gütesiegeln kann die restriktive Weitergabe von Informationen ein Mittel sein, ihre Unbestechlichkeit zu signalisieren und so Vertrauen bei den Verbrauchern zu schaffen“ (Pollrich/Wagner 2013: 17). Dies gibt Hinweise darauf, weshalb Zertifizierer nicht die komplette Überprüfung der Vergabekriterien offenlegen. Zwar hilft demnach Transparenz, Informationsasymmetrien zu reduzieren, jedoch ist ein relatives Maß angebracht, das den Verbraucher hinsichtlich seiner Kaufentscheidung nicht zu sehr beansprucht. Realistisch ist nämlich eine Annahme, die auch beispielsweise Impulskäufe im Supermarkt unter Zeitdruck berücksichtigt.

Anzumerken wäre noch das Modell der institutionellen Rahmenbedingungen für die Interdependenzen und dem Ablauf der Siegelvergabe aber dennoch einen guten Überblick vermittelt.

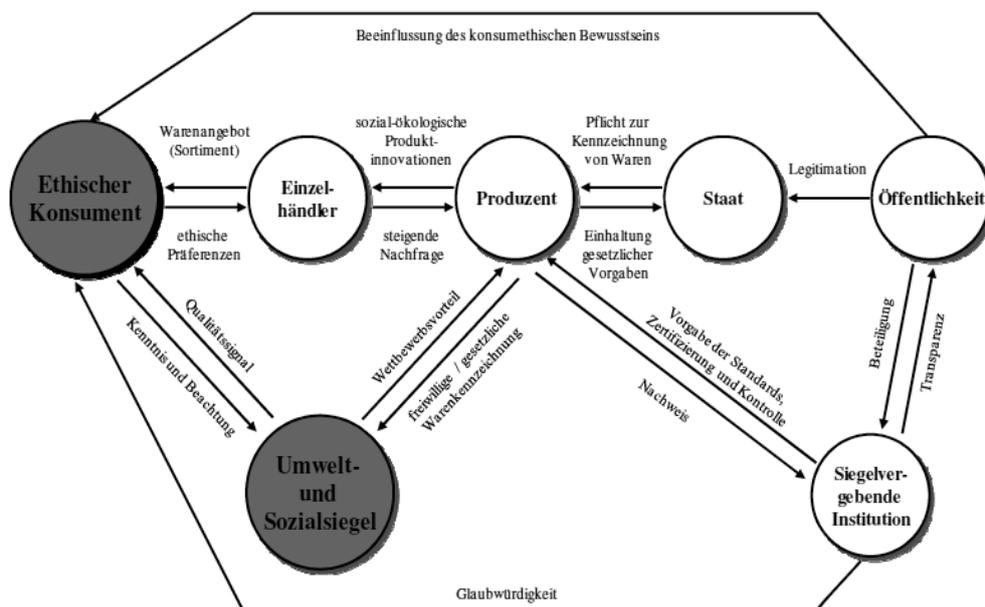


Abb 2.2 Siegelvergabe (vgl. Entgartner 2014:5 (in Anlehnung an: Retzmann 2006: 289))

### 2.2.3 Das Konzept eines Bremer „Zivil-Labels“

Bedingt durch die in Bremer Rüstungsindustrie, die einen der größten deutschen Rüstungsstandorte ausmacht, kam es zu den Überlegungen zu einem Anti-Rüstungslabel, mit dem übergeordneten Zweckgedanken des Rüstungsabbaus durch ein transparenteres Marktgeschehen, was unter dem Arbeitstitel „Zivil-Label“ der Auslöser für die vorliegende Ausarbeitung war; „Allein die fünf größten Firmen produzierten 2010 Güter im Wert von 1,15 Milliarden Euro. Das ist, gemessen an der Größe des Bundeslands, enorm“ (radio bremen 2013).

Vorab sollte außerdem gesagt sein, dass der genutzte Arbeitstitel bei einer tatsächlichen Umsetzung überdacht werden müsste. Ein aussagekräftiger Begriff in Richtung „Keine Rüstung“ oder „Anti-Kriegs-Label“ würde dem Verbraucher womöglich einen klareren Eindruck vermitteln, darüber was sich hinter dem Label verbirgt. Insbesondere wenn man bedenkt, dass nicht jeder Konsument sich vor einer Kaufentscheidung mit dem Label auseinandersetzt (Entgartner 2014: 4).

Der folgende Abschnitt will nun ein grobes Konzept für ein Gütesiegel dieser Art entwickeln, versehen mit Überlegungen und Beispielen. Doch zunächst einmal sollten die Rahmenbedingungen des „Zivil-Labels“ geklärt werden:

Das Label will sich auf drei Ebenen beweisen. Es sollen Produkte und Dienstleistungen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen zertifiziert werden, und unter der Bedingung ‚nicht mit der Rüstungsindustrie oder dem Militär in Verbindung zu bringen‘ geprüft werden. Da diese Bereiche sehr heterogen sind, sollte eine Unterscheidung zwischen ihnen, und den entsprechenden Prüfbedingungen, getroffen werden.

#### **Produkte, Dienstleistungen und Unternehmen**

Auch wenn diese beiden Punkte hier gemeinsam behandelt werden, sollte dennoch unterschieden werden, wie eine Zertifizierung gehandhabt werden könnte.

Bei Produkten lässt sich wahrscheinlich sehr einfach prüfen ob diese mit der Rüstungsindustrie in Verbindung gebracht werden können oder es wird zu einem enorm komplexen Prüfverfahren. Man nehme das Beispiel eines Produktes, dessen Herstellungsprozess von vornherein nicht im Verdacht steht, unter Bedingungen hergestellt worden zu sein, die mit der Rüstungsindustrie in Zusammenhang gebracht werden könnten, wie einen Bleistift. Ob der Bleistift in der Verwaltung eines Rüstungskonzerns zum Einsatz

kommt, lässt in keinem Fall überprüfen oder verhindern. Aber so weit, gehen normalerweise keine Siegel. Ein anderes extremes Beispiel wären Computerchips, welche aus unfassbar vielen Teilen zusammengesetzt werden. In den meisten Fällen sind nicht alle Produktionsbedingungen und Zulieferer bekannt, insbesondere im Bereich der Rohstoffe (Wölbert 2013).

Es besteht die Möglichkeit, dass derselbe Hersteller für Computerchips auch an ein Rüstungsunternehmen liefert, welches Lenkraketen oder Drohnen herstellt. Haben solche Unternehmen überhaupt ein Interesse daran, im Zweifelsfall den Lieferanten für ein Anti-Rüstungs-Label zu wechseln? Im Dienstleistungsbereich wäre ein gutes Beispiel: Kreditgeschäfte.

„Die deutschen Großbanken finanzieren Rüstungsfirmen aller Kritik zum Trotz mit Milliardenbeträgen. Sie gewähren den Waffenherstellern Kredite – oft ohne zu hinterfragen, wofür die das Geld verwenden“ (Neuhaus 2016). Ein Label könnte Bankgeschäfte nach deren Investitionen im Rüstungssektor überprüfen und bewerten. Einen Ansatz liefert die Umweltbank AG, ein Kreditinstitut, das sich als „Deutschlands grüne Bank“ versteht und seit seiner Gründung über 20.000 Umweltprojekte gefördert hat. Es verfügt außerdem über ein unabhängiges Kontrollgremium und gibt die CO<sub>2</sub>-Ersparnis, durch die geförderten Projekte, als Gradmesser des ökonomischen Erfolgs zu betrachten, an (Umweltbank 2017). Es könnte sein, dass ein Label, das ein ganzes Unternehmen prüft, vielleicht effektiver wäre, als eines, welches sich einzelnen Produkte und Dienstleistungen widmet. Denn selbst wenn eine Produktpalette eines Großkonzerns ohne Verbindungen zur Rüstungsindustrie hergestellt worden ist, deckt dies nicht den restlichen Konzern ab. So sollte sich die Frage gestellt werden ob, Rüstungsabbau oder Konversion überhaupt ein Anliegen ist, das durch die Kaufkraft des Konsumenten entschärft werden kann?

## **Bildungseinrichtungen**

Da Bildungseinrichtungen, ob Grundschulen oder sogar Hochschulen, keine Produkte oder Dienstleistungen im klassischen Sinne anbieten, sollte eine modifizierte Prüfbedingung erhalten, um dem geforderten Anliegen gerecht zu werden.

Erstens könnte man Militärbesuche der Bundeswehr an deutschen Schulen in den Fokus nehmen: „8100 Vorträge vor fast 140.000 Schülern, Tausende weitere Veranstaltungen: 29,9 Millionen Euro gab die Bundeswehr im vergangenen Jahr für Nachwuchswerbung im Klassenraum aus“ (Himmelrath 2015).

Ein grundlegender Vorschlag wäre die Möglichkeit einer formellen Selbstverpflichtung zu einer Gegenhaltung. Ein Beispiel für ein erfolgreiches, ähnliches Konzept ist das Netzwerk

„Schule ohne Rassismus - Schule mit Courage“, das sich dem Rassismus an Schulen entgegenstellt. Auf der offiziellen Website, wird das Projekt treffend beschrieben: „Wir sind ein Projekt von und für Schüler\*innen. Es bietet Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, das Klima an ihrer Schule aktiv mitzugestalten, indem sie sich bewusst gegen jede Form von Diskriminierung, Mobbing und Gewalt wenden. Wir sind das größte Schulnetzwerk in Deutschland. Ihm gehören über 2.000 Schulen an, die von rund einer Million SchülerInnen besucht werden“ (Schule ohne Rassismus - Schule mit Courage 2017). Weiter wird beschrieben, dass der Titel den die Schulen annehmen, keine Auszeichnung vor schon geleisteter Arbeit ist, sondern eine Verpflichtung. Da es ein komplexeres Anliegen im Konzept ist, Diskriminierung an Schulen einzudämmen, funktioniert das Projekt auch über (auch prominente) Patinnen und Paten, die Vorträge, ähnlich wie die Militärdienstbeauftragten an wahrscheinlich denselben Schulen. Ob dies ein Weg für ein ziviles Schullabel ist, müsste im weiteren Verfahren geprüft werden.

Zweitens wäre auch eine Selbstverpflichtung der Hochschulen, Forschung, die für Rüstungszwecke genutzt wird, zu unterbinden. Ähnlich dem Konzept einer Zivilklausel, die eine Verwendung der Forschung nur für zivile Zwecke beschreibt, und an einigen deutschen Universitäten und Hochschulen schon längst eingeführt ist. Dies sollte aber unter Vertragsbindung geschehen, um mögliche Ungereimtheiten, wie jüngst in dem Fall der Hochschule Bremen, die einen dualen Studiengang in Kooperation mit der Bundeswehr eingeführt hat, zu vermeiden. Dies stieß auf große öffentlichen Kritik und führte zu einer neuen Debatte um den zivilen Selbstanspruch der Hochschule (Pauli 2016).

Eine Zertifizierung könnte das Selbstverstehen stärken und den medialen Druck der Einhaltung dessen erhöhen.

## **Andere Ansätze**

In der Wissenschaft wurde zuletzt ein Konzept um ein Dachlabel diskutiert, das verschiedene Nutzzwecke abdecken will und das sogar im besten Fall auf EU-Ebene (Eberle et al. 2011: 19-33). So muss man sich zwingend die Frage stellen, ob beispielsweise ein ökologisch-nachhaltiges Produkt auch mit fairen Löhnen produziert worden ist? Die in dem Konzept behandelten Kennzeichnungsfelder umfassen die Bereiche Gesundheit, Umwelt, Soziales und Tierschutz. So muss man sich aber auch anschließend die Folgefrage stellen, ob es nicht noch mehr gesellschaftlich relevante Themenbereiche gibt, die durch ein Dachlabel abgedeckt werden sollen? Da es sich um ein „dynamisches Konzept“ (Eberle et al. 2011: 16) handelt, sollen die Bewertungskriterien in regelmäßigen Zeitabständen angepasst werden.

Auch der Erfüllungsgrad der Dimensionen wird bewertet, ähnlich dem Hotelsterne-Prinzip; Ein äußerst weitsichtiges Konzept, das dem Verbraucher hinsichtlich seiner Kaufentscheidung entlasten könnte.

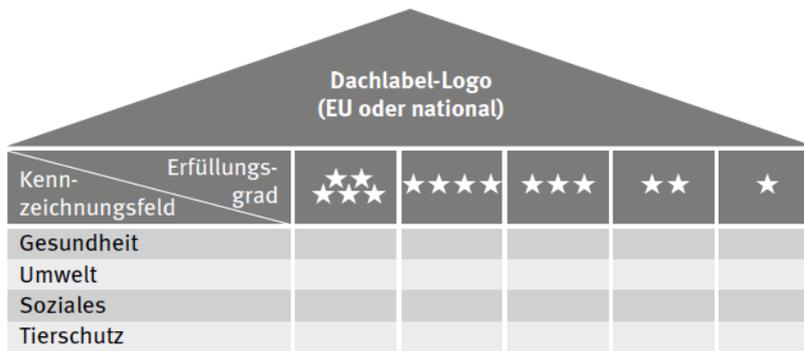


Abb. 2.3 Dachlabel (vgl. Eberle et al. 2011: 16)

### 2.3 Parteipositionen der Bremischen Bürgerschaft zum Rüstungsstandort Bremen

Man könnte meinen, dass Bremen, als wichtiger Rüstungsstandort, ein Mitbestimmungsrecht für Exporte von Rüstungsgütern eingeräumt wird. Leider ist dies nicht der Fall. Die Rüstungspolitik wird strikt durch den Kurs der Regierungsparteien und das Verteidigungsministerium bestimmt (Bundesministerium der Verteidigung 2017). Verträge für Im- und Exporte von Rüstungsgütern unterliegen der Geheimhaltungsstufe (Hipp 2014; Steinmeyer/SPD Fraktion 2012: 1ff). Eine Einsicht ist nur mit Sondergenehmigungen vom Bundestag, unter strengen Auflagen, möglich (Steinmeyer/SPD Fraktion 2012: 2ff; Deutscher Bundestag 2013, Bundesregierung 2015: 7f). Der Bundestag wird lediglich durch das Verteidigungsministerium und den Rüstungsbeauftragten der Bundesregierung alle zwei Wochen in Kenntnis gesetzt (Bundesministerium der Verteidigung 2017). Jedes Jahr wird ein offizieller Bericht über Rüstungsaufträge des Vorjahres veröffentlicht (Bartels 2017). Dem Bericht fehlt allerdings die Transparenz; eine Auflistung über Rüstungsgüter und Kundenlisten sind im Bericht nicht enthalten.

Die Bremischen Bürgerschaft besteht aus den Bürgerschaftsfraktionen SPD, Bündnis 90/die Grünen, CDU, FDP, und Die Linke. Diese vertreten unterschiedlichen Ansichten bezüglich Rüstungspolitik (Bremische Bürgerschaft).

## 2.3.1 Senat SPD und Bündnis90/Die Grünen:

### SPD

Die sozialdemokratische Partei (SPD) in Bremen ist mit dem politischen Kurs der Bundespartei konform. Die Parteipositionen unterscheiden sich nach außen hin nur minimal (Kolling 2015). Die Kernbereiche beinhalten restriktive Rüstungspolitik, Rüstungsindustrie als ökonomischen Faktor und den Erhalt von Arbeitsplätzen.

Aussagen des Senats bestätigen, dass restriktive Rüstungspolitik ein signifikanter Aspekt ihrer Argumentation ist. Ein verantwortungsvoller Umgang mit Rüstungsgütern ist ein wichtiger Faktor für Sicherheit und Frieden (SPD Landesverband Bremen 2015 – 1; SPD Landesverband Bremen 2015b: 52). „Seit die SPD wieder in der Bundesregierung ist, werden Rüstungsexporte wieder eingeschränkt.“ (SPD Landesverband Bremen 2015b: 52). Die Bundesrepublik Deutschland leistet durch einen kontrollierten Export von Rüstungsgütern einen wichtigen Beitrag zur Förderung des Friedens in der Welt (SPD Landesverband Bremen 2015b: 52f; SPD Landesverband Bremen 2013). Also sind Waffenlieferungen in „Krisengebiete, Diktaturen und sonstige Staaten (...)“ (SPD Landesverband Bremen 2015: 52)“ zu unterbinden (Cavaliere 2013). Jedoch sprechen Exporte von Kriegsmaschinerie und Satellitentechnik aus Bremen, in Regionen wie Iran oder Saudi-Arabien, eine andere Sprache (SPD Landesverband Bremen 2013).

Der Senat betont mehrfach die wichtige Rolle Bremens in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie (Kolling 2015). Deutlich wird dies durch die generierte Umsätze in Milliardenhöhe (Radio Bremen 2013; Die Welt 2012). Daher hat dieser Wirtschaftszweig einen großen Einfluss auf den Bremer Haushalt, der anteilig durch Unternehmenssteuern finanziert wird (Hacke 2012: 1). Es ist also schlüssig, dass der Senat einen der Hauptwirtschaftszweige der Stadt fördert (SPD Landesverband Bremen 2015b: 52). Der Bremer Landesverband der SPD lehnt interessanterweise die von Sigmar Gabriel geplanten Zusammenschlüsse und Fusionen europäischer Rüstungskonzerne, zur Konsolidierung der deutschen Rüstungsindustrie, ab (n-tv 2014; radio bremen 2016). Dies könnte eine verminderte Wirtschaftsleistung Bremens nach sich ziehen (Balmer 2015). Wirtschaftsförderprogramme im Dual-Use-Bereich sind bereits aktiv (Balmer 2015; n-tv 2014; radio bremen 2016; Zoll). Der Senat bleibt gleichwohl „der Auffassung, bremische Unternehmen, die auch wehrtechnische Güter herstellen (...)“ (Günther 2016: 2ff), die für zivilen Bereiche genutzt werden können, in ihren Produktionsbereichen zu stärken.

Der Begriff Technikvorsprung bezüglich der Rüstungsindustrie fällt des Öfteren (taz.de 2014; radio bremen 2012, Hegmann 2013, Hodenburg 2014). Bremen und Deutschland müssten demnach als Hochtechnologie-Standorte an der Spitze des Fortschritts bleiben (Spiegel online 2014; Freie Hansestadt Bremen 2016). StudentenInnen soll somit die

Möglichkeit gegeben werden, Bildungsabschlüsse in hochtechnologisierten Studiengänge zu erreichen (Spiegel online 2014; Haug 2011; Nier 2009).

Die Thematik Rüstungskonversion führt zu einem innerparteilich Zwist. Einerseits sind einzelne Abgeordnete der Meinung, Bremen sei „eine Rüstungshochburg. Die Zahl der Arbeitsplätze in der Rüstungsproduktion liegt, gemessen am Bundesdurchschnitt, sechsmal höher“ (SPD Landesverband Bremen 2015b: 52). Folglich ist eine Umstellung von militärischer zu ziviler Produktion eine Gefährdung von Arbeitsplätzen (SPD Landesverband Bremen 2015b: 52; Günther 1999: 8 + 13). Andererseits, unterstützen Teile der SPD Bürgerschaftsfraktion die/eine Rüstungskonversion (Günther 1999: 8, 13; Kolling 2015).

Die SPD weist auf eine vermehrte Nutzung von Dual-Use-Technologien hin. Forschung und Entwicklung von Wehrtechnologie führen zu einer Erweiterung des Zivilsektors (Bundesverband der Deutschen Sicherheits- und Verteidigungsindustrie). Ein Wandel in der Politik von Kernkompetenzen ist nicht gegeben, eine Veränderung der industriepolitischen Struktur ist somit nicht geplant. Die Vorkommnisse der Korruptionsfälle – um beispielsweise Rheinmetall und AtlasElektronik – werfen ein interessantes Licht auf das Verhalten des Senats (Zeit 2016). Die Bestechungsgelder von Rheinmetall-Defence sind sogar in den Bremer Haushalt geflossen (Zeit 2016; Kolling 2015; Ott 2014).

Kritische Fragen zur Thematik der Rüstungspolitik werden häufig mit Zuständigkeit an die Bundespartei verwiesen (Grobien et al. 2016: 1ff). „Da zu diesen Themen die Rahmenbedingungen (...) nicht bzw. nicht alleine von Bremen beeinflusst“ werden. (Ausschusses für Bundes- und Europaangelegenheiten, internationale Kontakte und Entwicklungszusammenarbeit der Bremischen Bürgerschaft 2016: 4).

## **Bündnis 90/die Grünen**

Die Grünen folgen dem Beispiel ihres Koalitionspartners und unterstützen eine restriktive Rüstungspolitik (Kolling 2015; Bremische Bürgerschaft 2008: 28-31). Man könnte meinen, dass die Partei aufgrund ihrer politischen Entwicklung und Einstellung zur Friedenspolitik klar definierte Ansichten zur Rüstungsindustrie besitzt, Dokumente oder Aussagen von Grünen-Abgeordneten in den Medien sind jedoch sehr rar. Die Bürgerschaftsdatenbank weist keine kleinen Anfragen, großen Anfragen, Plenarsitzungsprotokolle oder Anträge der Grünen Bürgerschaftsfraktion auf. Die Landeswahlprogramme von 2011 und 2015 enthalten nur marginale verschriftlichte Äußerungen (Die Grünen Landesverband Bremen 2011; Die Grünen Landesverband Bremen 2015): „Die Grünen setzen sich dafür ein, dass kein Geld der Wirtschaftsförderung für Rüstungsimporte und -exporte oder Rüstungsproduktion ausgegeben wird“ (Die Grünen

Landesverband Bremen 2011: 91). Es entsteht der Eindruck, dass man der SPD die Führung der Thematik überlässt (Kolling 2015; Gudrun 2002: 247; Bremische Bürgerschaft 2008: 246ff). Inhaltliche Aussagen sind vermehrt auf Bundesebene zu finden (Die Grünen).

Im Streit um die Zivilklausel wird deutlich, dass man eine Zusammenarbeit von Hochschulen und Bundeswehr für falsch hält. Jedoch wird der Standpunkt vertreten, dass Dual-Use-Technologien ihren Platz in der Gesellschaft haben (Bleyl 2016; Bremische Bürgerschaft 2008: 28ff).

### **2.3.2 Die Opposition**

#### **CDU/FDP**

Die Christdemokratische Partei (CDU) in Bremen möchte den Rüstungssektor ausweiten. Eine restriktive Rüstungspolitik würde zu wirtschaftlichen Verlusten in Millionenhöhe führen (Kolling 2015; Geyer 2015; Deutscher Bundestag 2016). Bremen ist federführend in bestimmten Bereichen der Wehrtechnologie, beispielsweise in der Sensorenteknik heißt das so? (radio bremen 2011; Friedrichs/Fuchs 2015). Eine gezielte Förderung würde also einer Abwanderung von Technologie entgegen wirken und die Entwicklung von Nischentechnologie fördern (Friedrichs/Fuchs 2015). Der Umsatz des Rüstungssektors wird auf rund 1,15 Mrd. Euro geschätzt. Kürzung von Subvention oder Wirtschaftsförderung wäre eine Gefährdung von Arbeitsplätzen (CDU Bürgerschaftsfraktion Bremen 2013: 4f). CDU Bürgerschaftsabgeordnete befürworten Fusionsprojekten von Rüstungskonzernen auf deutscher und europäischer Ebene. Dies sei eine Möglichkeit zur Konsolidierung des Bremer Rüstungssektors, um Technologie und Wirtschaft zu bündeln (Spiegel 2014).

Die CDU wünscht sich eine enge Verknüpfung von Rüstungsindustrie, Bundeswehr und der Gesellschaft (CDU/CSU Bundestagsfraktion 2013: 123; Grobien et al. (2016): 1ff; CDU Landesverband Bremen 2013), man möchte Akzeptanz schaffen (CDU/CSU Bundestagsfraktion 2013: 123). „Die Bundeswehr ist fester Teil unserer Gesellschaft. Das gilt für die Bundeswehr in ihrer Gesamtheit, für die Staatsbürger in Uniform, zivilen Mitarbeiter und Veteranen“ (CDU/CSU Bundestagsfraktion 2013: 123). Es wird versucht, die Bundeswehr in ihrer Funktion an Bildungsstätten, beispielsweise über Studiengänge in Bereichen von Wehrtechnologie und Informatik an der Hochschule und Universität Bremen, zu integrieren (CDU/CSU Bundestagsfraktion 2013: 123; Grobien et al. 2016: 1f). Eine Begrenzung durch Zivilklauseln würde der technologischen Entwicklung nur entgegenwirken. Inzwischen heißt es, „nicht zuletzt durch die ungeklärte ‚Dual-Use-Problematik‘, (...) dass die Hochschulen konkrete Nachteile bei der Einwerbung von Drittmitteln haben. Dieses gefährdet die

Wissenschaftsstandorte Bremen und Bremerhaven“ (Grobien et al. 2016: 1ff). Die Zivilklauseln drehten sich um eine „Diskreditierung militärischer Sicherheitsvorsorge im Allgemeinen und um das Herausdrängen der Bundeswehr aus dem öffentlichen Leben im Besonderen“ (Grobien et al. 2016: 1). Bremen soll also nach Möglichkeit als Hochstandort für Technologie, Forschung und Entwicklung bestehen bleiben (Dewitz 2014; Grobien et al. 2016: 1f).

Sicherheitspolitische Aspekte mit Bezug zur Rüstungsindustrie und einer Militarisierung von Polizeikräften treten vermehrt in den Aussagen der Abgeordneten auf (Grobien et al. 2016: 2ff). „Demgegenüber zeigt gerade die sicherheitspolitische Entwicklung der vergangenen Jahre, dass innere und äußere Sicherheit immer stärker miteinander im Zusammenhang stehen. Insbesondere die Bedrohung und die Anschläge durch den internationalen Terrorismus (...) mit seinen Verflechtungen in den Konflikten des Nahen Ostens, hat dieses erneut verdeutlicht. Polizeiliche und militärische Fähigkeiten sind auch deshalb notwendige Bestandteile einer ganzheitlichen Sicherheitsarchitektur“ (Grobien et al. 2016: 1f).

Exporte von Rüstungsgütern seien mit „zahlreichen Arbeitsplätzen in Bremen und Bremerhaven verbunden, die mit einer Beendigung der Waffenproduktion gefährdet wären. Außerdem seien ihnen als Abgeordnete die Hände gebunden: Außenpolitik sei Sache der Bundesregierung, nicht der Länder“ (Röhling 2016).

## **FDP**

Die FDP zeigt ein zurückhaltendes Verhalten. Die Parteiposition der FDP und der CDU sind konform (siehe CDU). Die FDP in Bremen sieht den Rüstungsstandort Bremen als wichtigen Wirtschaftszweig an, welchen man unterstützen müsse (Freie Demokratische Partei Landesverband Bremen 2015: 6, 15, 25f, 43f). Zivilklauseln seien eine Einschränkung der Forschungsfreiheit und würden abgelehnt. „Auf Erkenntnisse dieser Forschung zu verzichten, (...) ist nach unserer Auffassung nicht verantwortbar“ (Freie Demokratische Partei Landesverband Bremen 2015: 15).

## **Die Linke**

Die Parteiposition der Linken lässt sich in zwei Punkten zusammenfassen: Rüstungsexporte sollen verboten und Wehr- und Rüstungstechnologie zur Nutzung von ziviler Produktion umgewandelt werden (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 4 + 48-49; Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015b: 1ff).

Waffen aus deutscher Rüstungsproduktion sind in der Welt überall in kriegerischen Konflikten vertreten (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 4). „Auch über bremische Häfen werden 40 Tonnen Munition pro Tag verschifft. DIE LINKE fordert das Verbot von Waffenexporten und Rüstungsforschung“ (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 4). Gewaltsame Auseinandersetzungen würden durch den Entzug von deutschen Waffen oder Kriegsgerät vermindert werden (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 4; Partei die Linke Parteivorstand 2008: 7 + 45 + 65). Ein Verbot von Rüstungsexporten entschärfe also Konflikte und fördere Kriegsprävention (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 4, 32, 48). „Bremen ist einer der wichtigsten Standorte der Rüstungsindustrie in Deutschland. In der Hansestadt werden Drohnen, Kriegsschiffe, Teile für Kampfpanzer, Torpedos und Elektronik für die Luftwaffe hergestellt“ (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 48). Einzelne Abnehmerländern „wie Saudi-Arabien, Angola und Katar (...) unterstützen indirekt Terrorgruppen“ (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 48).

Eine eindeutige Position bezieht man in Bezug auf die Thematik von Zivilklausel und Rüstungsforschung (Die Linke Bürgerschaftsfraktion (2016): 1ff): „Forschung und Lehre müssen in gesellschaftlicher Verantwortung stattfinden. Rüstungsforschung wollen wir gesetzlich verhindern“ (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 30; Die Linke Bürgerschaftsfraktion (2016): 1f). Die Partei will eine Transformation von Wissenschafts- und Forschungsstruktur einleiten. (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2016: 2-5). „Angestellten in der Rüstungsindustrie verfügen zum großen Teil über eine hochqualifizierte Ausbildung und hohe fachliche Expertise. Dieses Potential kann besser für zivile Forschung, Entwicklung und Produktion eingesetzt werden“ (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 51). Einschränkungen für die Werbemöglichkeiten der Bundeswehr in Bildungseinrichtungen will man verschärfen (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 48f).

Wirtschaftsförderung für Rüstungsunternehmen soll eingestellt werden. Die hohe Belastung des Haushaltes durch Rüstungsförderung sei in öffentlichen Bereichen mehr von Nutzen. Die Gelder könnten sinnvoller eingesetzt werden (Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 49ff; Die Linke Bürgerschaftsfraktion 2015a: 51).

### **3. Methodik**

#### **3.1 Methodik der Bevölkerungsumfrage**

Wie eingangs schon erwähnt beschäftigt sich der Kunde, die Bremische Stiftung für Rüstungskonversion und Friedensforschung, seit längerer Zeit mit der möglichen Einführung eines Bremer „Zivil-Labels“, das Produkte und Unternehmen ohne Rüstungsbezug kennzeichnen soll. Die Rahmenbedingungen hierfür sollten wir, die studentische

Beratungsagentur UniCon, mithilfe eines Mixed-Method-Designs ermitteln. Zu diesen Rahmenbedingungen gehört im ersten Teil die Haltung der Bevölkerung. Zu beantwortenden Fragen waren unter anderem, ob die Bevölkerung sich der Rolle der Rüstungsindustrie bewusst ist, wie sie dazu steht und ob ein Interesse an einem zivilen Label besteht. Dafür wurde im ersten Teil der empirischen Erhebungen eine Bevölkerungsumfrage durchgeführt. Das Ziel war hierbei, möglichst viele Menschen zu befragen, um die Daten schließlich quantitativ auswerten zu können.

Am Anfang der Planung stand der Entwurf des Fragebogens. Schnell wurde klar, dass ein stark strukturierter und standardisierter Fragebogen das Mittel unserer Wahl sein sollte, also ein Fragebogen mit vorgegebenen Antwortkategorien und einer festen Reihenfolge (Diekmann: 437). Ein solcher Fragen erfüllt die Ansprüche der Objektivität, Reliabilität und Validität (ebd.) und ist außerdem gut für die quantitative Auswertung geeignet. Die Länge des Fragebogens versuchten wir möglichst kurz zu halten, um die Gefahr zu verringern, dass Befragte vor Ende der Befragung abbrechen.

Da wir eine annähernd repräsentative Umfrage anstrebten, wählten wir in allen Bremer Bezirken verschiedene Orte wie Einkaufszentren, Marktplätze und andere öffentliche Plätze aus und führten die Befragungen an verschiedenen Wochentagen und zu verschiedenen Uhrzeiten durch, um zu vermeiden, dass bei der Befragung eine Bevölkerungsgruppe – etwa Berufstätige – systematisch vernachlässigt wird.

Die Befragungen führten wir einzeln durch. Dabei trugen wir Namensschilder, auf denen, neben unseren Namen, auch das Logo unserer Beratungsagentur und der Universität zu sehen waren. Dies sollte Seriosität und Vertrauenswürdigkeit vermitteln.

An den Anfang des Interviews setzten wir eine „Catch-Phrase“: Wir sprachen die Menschen mit der Frage an, ob sie in Bremen wohnten. Dadurch wollten wir einerseits die Aufmerksamkeit der Menschen wecken und wir hofften, die Menschen zur Teilnahme zu bewegen, indem wir sie mit einer neutralen Frage ansprachen. Ein hoher Anteil an Nonresponse und eine damit einhergehende niedrige Ausschöpfungsquote bringen bekanntlich einige Probleme mit sich. Es handelt sich nämlich bei den Interviews, die schließlich ausgewertet werden können, um keine Zufallsstichprobe mehr, wenn die Stichprobe insofern systematisch verzerrt ist, als Personen mit bestimmten Merkmalen – etwa einer bestimmten Haltung zur Rüstungsindustrie – seltener befragt wurden als andere (Diekmann 2008: 422). Andererseits diente diese erste Frage als Filterfrage bereits der Vorauswahl, da nur Menschen mit Wohnort in Bremen befragt werden sollten, demographische Angaben – wie üblich – aber erst am Ende abgefragt wurden. Anschließend stellten wir uns mit unserem jeweiligen Namen vor, erläuterten kurz die Thematik des Fragebogens und versicherten ihnen die Anonymität desselben.

Waren die Befragten zur Teilnahme bereit, wurde mit dem ersten Block des Fragebogens, dem Rüstungs-Block, begonnen. Zuerst baten wir die Befragten, die ersten Begriffe zu nennen, die sie mit dem Thema Rüstungsindustrie verbinden (Frage 1). Dies sollte einerseits als „Eisbrecherfrage“ einen lockeren Einstieg ermöglichen und die Menschen auf das Thema einstimmen, andererseits wollten wir hieraus schon erste Schlüsse über die Haltung der Befragten schließen.

Weiter ging es mit einigen Wissens- und Meinungsfragen zur Rüstungsindustrie. Wir wollten wissen, welchen Stellenwert die Rüstungsindustrie ihrer Meinung nach in Bremen einnimmt (Frage 2) und welchen sie einnehmen sollte (Frage 3), welche Rolle Bremen in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie spielt (Frage 4) und spielen sollte (Frage 5) und ob die Befragten finden, dass die hohe Zahl der Arbeitsplätze in der Rüstungsindustrie verringert oder ausgebaut werden sollte (Frage 6).

Im Anschluss sollte geklärt werden, inwieweit sich die Befragten darüber informiert fühlen, ob es bei Bildungseinrichtungen, Produkten, Dienstleistungen oder Unternehmen einen Bezug zur Rüstungsindustrie gibt. Diese Frage war wichtig, da ja gerade ein mögliches Informationsdefizit in der Bevölkerung ein Grund für die Einführung eines Zivil-Labels sein könnte.

Der zweite Fragen-Block hatte das Zivil-Label selbst zum Thema. Abgefragt haben wir darin, ob sich die Menschen in den verschiedenen Bereichen ein Label wünschen (Fragen 8.1.1 bis 8.4.1) und ob ein solches Label sie in ihrer Wahl beeinflussen würde (Fragen 8.1.2 bis 8.4.2). Damit trugen wir der Möglichkeit Rechenschaft, dass die Menschen, selbst wenn sie sich schlecht informiert fühlen, entweder kein Interesse an Information oder aus verschiedenen Gründen kein Interesse an einem Label haben.

In einem letzten Block folgten einige Fragen zu den persönlichen soziodemographischen Angaben wie Geschlecht, Alter, Kindern, Wohndauer in Bremen und Stadtteil. In der Auswertung sollte auch ein möglicher Zusammenhang zwischen diesen Variablen und den Antwortkategorien untersucht werden. Wir vermuteten, dass zum Beispiel ein Label für Bildungseinrichtungen eher von Eltern gewünscht wird und die Menschen besser informiert sind, umso länger sie in Bremen leben.

Wir bemühten uns im gesamten Fragebogen um eine neutrale Formulierung der Fragen, um die Befragten nicht zu einer bestimmten Antwort zu verleiten und Effekte sozialer Erwünschtheit zu vermeiden (Diekmann 2008: 447). Wir gaben jeweils vier Antwortkategorien vor, die alle nach dem Muster „Stimme voll und ganz zu“, „Stimme eher zu“, „Stimme eher nicht zu“ und „Stimme gar nicht zu“ aufgebaut waren. Teilweise verwendeten wir unterschiedlich gepolte Items in Bezug auf die Zieldimension, nannten also mal zuerst die eher rüstungsbefürwortende, mal die rüstungskritische Antwort zuerst, um Response-Sets – also

bestimmte Muster im Antwortverhalten der Befragten, zum Beispiel das durchgängige Wählen der ersten Antwortkategorie – zu vermeiden bzw. zu kontrollieren (Diekmann 2008: 451). Vier Antwortkategorien hielten wir für eine gute Menge, weil so einerseits Abstufungen von Meinungen noch abgebildet werden können, andererseits aber auch nicht zu differenzierte Daten erhoben werden, die die Auswertung erschweren würden.

Auf eine mittlere Kategorie sowie das explizite Anbieten der Enthaltungskategorie verzichteten wir bewusst. Das Weglassen dieser Antwortmöglichkeit und der mittleren „Fluchtkategorie“ birgt zwar die Gefahr, dass die Befragten die Frage wirklich nicht beantworten können und deshalb völlig willkürliche Antworten geben, was natürlich die Umfrageergebnisse verfälschen würde (Mayer 2009: 93 f., Diekmann 2008: 453). Enthaltungen und mittlere Antwortkategorien sind aber wenig aussagekräftig und bringen kaum Erkenntnisgewinn (Diekmann 2008: 451). Da wir wünschten, dass sich die Befragten nach Möglichkeit für eine inhaltliche und damit auswertbare Aussage entscheiden, ließen wir also die mittlere Kategorie weg und sahen zwar eine Enthaltungskategorie vor, boten sie aber nicht explizit an.

Am Ende der Feldphase hatten wir 161 Befragungen geführt. Die Auswertung erfolgte mit SPSS, da dies ein gängiges Programm für die statistische Auswertung qualitativer Daten ist. Hierfür wurden zuerst den Fragen verschiedene Variablenamen gegeben und diese in ein Datenblatt in SPSS eingetragen. Die Antwortkategorien wurden codiert und gelabelt, ihnen wurden also Ziffern und Beschreibungen zugeordnet. Schließlich umfasste unser Datensatz 161 Fälle mit 33 Variablen, von denen allerdings einige wenige keine auswertbaren Daten, sondern beispielsweise Kommentare enthielten, die nur für den Überblick übernommen wurden. Im Laufe der Auswertung der Daten wurden außerdem diverse neue Variablen erstellt. Aufgrund des relativ kleinen Samples waren deskriptive statistische Verfahren sinnvoll, um die Ergebnisse auszuwerten – hauptsächlich Häufigkeits- und Kreuztabellen. Als Lagemaß berechneten wir in einigen Fällen das arithmetische Mittel (also den Mittelwert bzw. Durchschnitt), wobei diskutiert werden kann, ob das bei unseren Fragen zumindest unter Vorbehalt sinnvoll ist oder nicht. Aus den von SPSS ausgegebenen Werte erstellten wir schließlich mithilfe von Excel übersichtliche und anschauliche Tabellen und Grafiken.

### **3.2 Das qualitative Interview**

Im Anschluss an die Feldphase folgten die qualitativen Interviews mit unterschiedlichen Probanden. Wie von Bortz und Döring (1995) beschrieben sollten unsere qualitativen Interviews verschiedene subjektive Sichtweisen zum Thema Bremer Rüstungsindustrie und der Idee eines Zivil-Labels aufzeigen und ermitteln.

Die Besonderheit der qualitativen Befragungstechnik liegt im Vergleich zur vorangegangenen quantitativen Befragungstechnik darin, dass der Gesprächsverlauf weniger streng vorgegeben ist und damit stärker durch interviewte Akteure beeinflussbar wird. Die Möglichkeit einer freieren Gestaltung soll tiefere Einblicke bieten und die für den Interviewten wichtigen Punkte hervorheben.

Grundsätzlich können Interviews in unterschiedlichen Standardisierungsgraden durchgeführt werden. Entscheidend für qualitative Interviews ist, dass bei keiner Frage Antwortvorgaben vorliegen. Der Befragte soll vollkommen frei auf eine gestellte Frage reagieren können. Optionale Antworten können zwar „Ja“ oder „Nein“ sein, die Möglichkeit, die Antwort zu ergänzen besteht dennoch immer.

In unserem Fall entschlossen wir uns dazu, halb-standardisierte Interviews zu führen. Der von uns konzipierte Interviewleitfaden war weniger als detailreiche Festlegung aller geplanten Handlungsschritte anzusehen, sondern vielmehr als Gesprächsleitfaden, welcher alle für uns relevanten Fragen beinhaltet. Wie von Stier (1999) empfohlen nutzten wir zur Gewährleistung einer relativen Vergleichbarkeit Schlüsselfragen, welche wir durch ausgewählte, aus unserer quantitativen Analyse stammenden Resultate unterstützten. Eine variable Gestaltung genauer Formulierungen sowie die Reihenfolge der gestellten Fragen sollte den Gesprächsfluss positiv beeinflussen und eine individuelle Interviewführung ermöglichen.

Der Vorteil des leitfadengestützten Interviews überwog in unseren Augen, da wir es für wichtig empfanden, dem Interviewten so viel Freiraum wie nötig für eigene Formulierungen zu bieten, um seine Meinung klar herauszustellen. Die daraus resultierende eingeschränktere Vergleichbarkeit sollte durch eine SWOT-Analyse nivelliert werden.

### **3.2.1 Der Interviewleitfaden**

Der Gesprächsbeginn zeichnete sich bei jedem Interview durch das Vorstellen der InterviewerInnen aus, sowie der Vorstellung des Projekts und der studentischen Beratungsagentur UniCon. Ein weiterer Punkt war die Absprache über die Aufzeichnung des Gesprächs durch einen Datenträger, welches stets das Einverständnis des Befragten voraussetzt.

Der einheitlichen Einleitung folgte immer ein personalisierter Text, bezogen auf berufliche Laufbahn, Hobbies und/oder Interessen des Interviewten, diese kurze Phase bezeichnen Bortz und Döring (1995) als „Small Talk“ oder auch Aufwärmphase. Die individuelle Ansprache soll außerdem die Rolle des Interviewten als engagierten und wohlwollende

Gesprächspartner verstärken und so das gesamte Gespräch erleichtern.

Als erster inhaltlicher Punkt wurde die Schlüsselfrage zur Meinung zum (Zu)Stand der Bremer Rüstungsindustrie abgefragt, als Eventualfragen dienten die Fragen zum Erhalt der Rüstungsindustrie als Teil Bremens sowie die einnehmende Rolle Bremens in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie. Im Anschluss wurde eine Grafik zur Akzeptanz bzw. Ablehnung der Rüstungsindustrie durch die befragten BremerInnen präsentiert und der Interviewte bekam die Möglichkeit, zum Meinungsbild Stellung zu nehmen.

Der zweite Punkt erfragte, wie sehr sich der Interviewte über die Verbindung der Rüstungsindustrie und des Militärs in den Bereichen Produkte, Dienstleistungen, Unternehmen und Bildungseinrichtungen informiert fühlte. Es kam zu einer Konfrontation mit den ausgewerteten Daten bzgl. Wissen und Einschätzen des Themas Rüstung in Bremen und mittels der Grafik zu Ausprägungen des Wunsches nach einem zivilen Label wurde die letzte Frage eingeleitet. Die abschließenden Schlüsselfragen sollten aufzeigen, ob die befragte Person grundsätzlich für oder gegen die Umsetzung eines zivilen Labels sei und falls diese Umsetzung befürwortet würde stellte sich die Frage, wie eine solche Umsetzung aussehen könnte. Die Eventualfrage behandelte Vor- und Nachteile einer Labelumsetzung.

### **3.2.2 Die Interviewpartner**

Als Interviewpartner entschieden wir uns für fünf Bremer in verschiedenen Positionen.

Das erste Interview fand am 23.01.2017 an der Hochschule Bremen statt. Interviewt wurde Axel Viereck, Konrektor für Studium und Lehre an der Hochschule Bremen. Er ist dort unter anderem für die Weiterentwicklung von Studiengängen sowie für die Kooperationsarbeit zwischen Hochschule, Studierenden und relevanten Unternehmen zuständig.

Er passte gut ins Konzept des Projekts, da es an der Hochschule Unstimmigkeiten mit der bestehenden Zivil-Klausel gibt und daher seine Meinung und Einstellung zur Bremer Rüstungsindustrie sowie dem Konzept des zivilen Labels sehr interessant ist.

Der zweite Teilnehmer am Experteninterview war Dr. Magnus Buhlert, er wurde am 25.01.2017 in der Bremer Bürgerschaft interviewt. Als Sprecher der FDP für Bildung, Jugend, Soziales, Integration, Haushalt und Finanzen in der Bürgerschaft ist der liberale Bildungspolitiker aktuell insbesondere für Wissenschaft, Gesundheit und Soziales zuständig, zusätzlich engagiert er sich in sozialen Bereichen.

Am 01.02.2017 wurde das dritte Interview mit Christian Gloede, dem Landesvorstandssprecher der GEW, der Gewerkschaft Erziehung und Wissenschaft Bremen,

geführt. Neben seinem Amt als Landesvorstandssprecher fungiert er als Vertreter der GEW im Beirat der Hochschulen und arbeitet als Behindertenpädagoge bei der Bremischen Evangelischen Kirche.

Darauffolgend fand am 02.02.2017 ein Interview mit Holger Ruge statt, welcher seit Jahren für die Hochschulinitiative BRIDGE der Universität Bremen Gründungsberatung betreibt. Aufgrund seiner Zusammenarbeit mit verschiedenen Start-Up- Unternehmen in Bremen wünschten wir uns Einblicke in deren Situation und Sichtweisen bezüglich der Einführung und Durchsetzungsmöglichkeiten eines zivilen Labels.

Der fünfte und auch letzte Interviewpartner, der SPD- Abgeordnete Arno Gottschalk, wurde am 03.02.2017 zu seiner Meinung befragt. Aufgrund seiner kontinuierlichen Tätigkeit im Verbraucherschutz, insbesondere im Bereich nachhaltiger Geldanlagen und finanziellem Verbraucherschutz, erhofften wir uns von ihm eine differenzierte Sichtweise und interessante, auf langjähriger Erfahrung basierende Eindrücke und ggf. Empfehlungen.

### 3.3 SWOT-Analyse

#### 3.3.1 Ursprung und Umstände

Ihren Ursprung hat die SWOT-Analyse (**S**trengths, **W**eaknesses, **O**pportunities, **T**hreats) in der US-amerikanischen Betriebswirtschaftslehre und wurde für das strategische Management von Unternehmen entwickelt (Wollny/Paul 2015: 189). Je nach Quelle wird die Entwicklung dem Stanford Research Institute oder der Harvard Business School zugeschrieben (Wollny/Paul 2015: 189).

Die Absicht der Methode ist es, möglichst schnell und ohne allzu großen Aufwand einen umfangreichen Überblick der Unternehmenssituation zu gewinnen und dadurch sich in eine bessere Entscheidungslage über zukünftige Handlungsoptionen zu bringen (Wollny/Paul 2015: 191). Hierzu werden eine Aufstellung und anschließender Vergleich der unternehmensinternen Faktoren (Stärken und Schwächen) und der externen Faktoren (Chancen und Bedrohungen) zusammengetragen.

Zwischen den Faktoren wird dann nach dem optimalen Zusammenspiel geschaut und demnach kann dann die Strategieentwicklung folgen (Hill/Westbrook 1997: 47). Die Ergebnisse dienen dann meistens dem strategischen Management in Unternehmen, des Öfteren wird die Methode auch als „ein einfaches Instrument, um wichtige Trends und Faktoren für die Erreichung von Zielen mit den [vorhin erwähnten] Kategorien“ (Wollny/Paul 2015: 189) in der Politik auf nationaler oder regionaler Ebene verwendet (Ghazinoory/Abdi 2011: 33).

Bei Letzteren verwenden wiederholt auch sozialwissenschaftliche Felder außerhalb der BWL die SWOT-Analyse. Wie zum Beispiel in der „Raum-, Stadt- und Umweltplanung (...) um systematische Grundlagen für planerische/politische Entscheidungen zu schaffen“ (Wollny/Paul 2015: 190). Auch in der Bildungspolitik oder dem Gesundheitswesen findet die Methode, für eine Vielzahl von Zwecken, Einsatz (Wollny/Paul 2015: 190).

„Die SWOT-Analyse gehört zu den verbal-argumentativen Methoden“ (Wollny/Paul 2015: 190), welche ausschließlich durch Argumentation bewerten und nicht mittels „arithmetischer oder logischer Aggregation“ (Wollny/Paul 2015: 190) von Daten.

Ein ausformuliertes Zielsystem ist somit nicht notwendig (Fürst/Scholles 2008). Allerdings liegt hierin - „der fehlenden oder geringen Formalisierung“ (Wollny/Paul 2015: 190) – auch ihre Schwäche.

Die SWOT-Analyse weist, selbst nach all den Jahren ihres Bestehens, keine rigide vorgegebene Struktur auf, was sie beizeiten mehr wie eine Art ‚Kunst‘ und weniger wie eine wissenschaftliche Methode erscheinen lässt (Ghazinoory/Abdi 2011: 33). Aus den Ergebnissen gewonnene Strategien können in ihrer Aussagekraft geschwächt werden (Wollny/Paul 2015: 190).

Schon seit einiger Zeit gibt es Bemühungen die Methode operationeller und rigoroser zu gestalten. So wies bereits 1982 H. Wehrich auf zwei Schwierigkeiten in der Anwendung hin: die zeitliche Dimension in der SWOT Matrix und die Komplexität der Interaktionen zwischen den situationellen Faktoren (Ghazinoory/Abdi 2011: 33). Als Lösung hierfür schlug er vor, zum einen mehrere SWOT Matrizen zu verschiedenen Zeitpunkten zu machen, zum anderen die Verwendung von Interaktionsmatrizen (Ghazinoory/Abdi 2011: 34).

Außerdem führten Wright und sein Kollege Pickton 1998 eine ganze Aufzählung an SWOT Einschränkungen („the SWOT limitations“) (Ghazinoory/Abdi 2011: 34).

„Die SWOT-Analyse ist im Kern ein Instrument, das in hohem Maße mit subjektiven Einschätzungen arbeitet; diverse Bewertungen können zwar skaliert werden, die Bewertungen basieren aber wieder auf subjektiven Einschätzungen.“ (Wollny/Paul 2015: 190).

Obschon der vielen Nachteile und Einschränkung, hat die Verwendung der Methode aus mehreren Gründen bis heute vorbestanden und findet nach wie vor weit verbreiteten Einsatz. Die ‚Benutzerfreundlichkeit‘ - die Methode verzichtet auf komplexe Informationen und Computersysteme - und die einfach strukturierte Herangehensweise zur Identifikation von dem internen und externen Status Quo eines Unternehmens (Ghazinoory/Abdi 2011: 34).

Während im betriebswirtschaftlichen Kontext beide möglichen Ziele einer SWOT-Analyse (Bewertung einer Situation & Entwicklung zukünftiger Handlungsoptionen) meistens

zum Einsatz kommen, findet sich in anderen sozialwissenschaftlichen Feldern eher die Nutzung als Bewertungsinstrument wieder (Wollny/Paul 2015: 191). Bei Letzteren eignet sich die Methode „für ergebnisoffene Fragestellung [wie beispielsweise] in der Raumplanung (...) oder für oder für Konzepte, die zwar eine klare Zielrichtung (Ressourcenschonung), aber keinen Wettbewerbscharakter aufweisen“ (Wollny/Paul 2015: 191), was bei uns zum Beispiel der Fall ist.

Außerdem besteht die Möglichkeit, die SWOT-Methode als Ordnungsprinzip zu verwenden, um externe Experten in einen Prozess einzubinden (Wollny/Paul 2015: 207). Diese Experten können stellvertretend für unterschiedliche Stakeholder (Akteure die womöglich betroffen sein könnten oder anderweitiges Interesse an der Thematik haben) Position beziehen (Wollny/Paul 2015: 207). In diesem Fall wird die Methode hauptsächlich als „Ordnungsprinzip für die Einholung von Meinungen und Bewertungen“ (Wollny/Paul 2015: 207) verwendet.

### **3.3.2 Unsere Vorgehensweise**

Wie oben bereits angedeutet, verwendeten wir die Methode ausschließlich als Bewertungsinstrument. Zusätzlich vernachlässigten wir die Teilung der Faktoren zwischen intern und extern und teilten die Einschätzungen und Aussagen der interviewten Experten in die vier namensgebenden Kategorien (Stärken, Schwächen, Chancen & Bedrohungen) ein.

Darauf folgten wir mit einer Beschreibung der einzelnen Items und anschließend einer Einschätzung der Gewichtung mit finalem Resümee.

## **4. Empirische Ergebnisse**

### **4.1 Bevölkerungsumfrage**

Im Rahmen unserer Bevölkerungsumfrage wurden 161 Menschen befragt. Insgesamt war uns bewusst, dass wir keine repräsentative Umfrage realisieren könnten – wir bemühten uns aber, eine „annähernd repräsentative“ Umfrage zu erreichen. Schließlich überprüften wir einige der entsprechenden Parameter, um eine Aussage über die Repräsentativität machen zu können.

52 % der Befragten waren weiblich, 48 % männlich (real im Land Bremen 2010: 50,8 % weiblich, 49,2 % männlich [Statistisches Landesamt Bremen 2016: 10]). Das Medianalter in der Befragung lag bei 41 Jahren (real in der Stadt Bremen im Jahr 2006: 42,9 Jahre [Mai/Micheel 2008: 36]).

Zur räumlichen Verteilung der Wohnorte der Befragten siehe folgendes Diagramm:

Wir sehen eine leichte Überrepräsentation der Bezirke Ost und Mitte und eine leichte Unterrepräsentation der Bezirke West und Süd, insgesamt nähert sich aber auch die Verteilung der Befragten auf die Bezirke in etwa der realen Situation an.

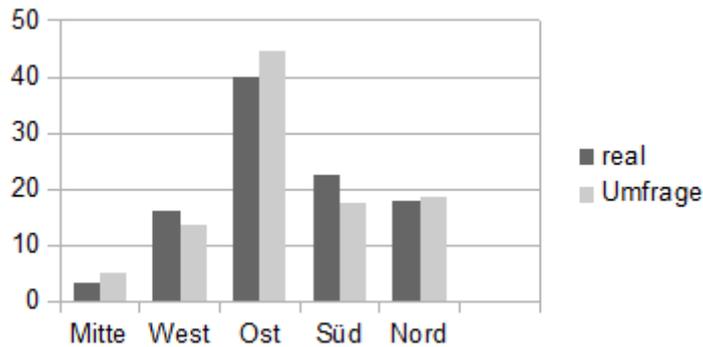


Abb. 4.1: Verteilung der Befragten nach Wohnort/Bezirk im Vergleich zur realen räumlichen Verteilung der Bevölkerung in Bremen (in Prozent)

Insgesamt lässt sich sagen, dass unsere Stichprobe die Bevölkerung zumindest in Bezug auf diese drei wichtigen Merkmale (Geschlecht, Alter und räumliche Verteilung) relativ gut abbildet.

Im Folgenden sollen die Ergebnisse der Befragung in Bezug auf die Haltung der Befragten hinsichtlich der Rüstungsindustrie und eines möglichen Labels beschrieben werden.

#### 4.1.1 Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie

Zu Beginn der Interviews baten wir die Befragten, uns die ersten Begriffe zu nennen, die ihnen zum Thema Rüstungsindustrie einfielen. Positive Assoziationen waren „Schutz“, „deutsche Wertarbeit“ oder „technologischer Fortschritt“, negative – und diese überwogen eindeutig – bspw. „Leid“, „Ungerechtigkeit“, „Mord“, „Unmoral“ und „Menschenfeindlichkeit“. Insgesamt überwogen allerdings wertneutrale Begriffe wie „Bundeswehr“, „Militär“, „Waffen“ oder „Panzer“, nur bei wenigen Befragten ließ schon die erste Frage eine Einschätzung des Standpunktes zu.

Um die Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie und Bremens Rolle darin abzufragen, wollten wir von den Befragten wissen, ob ihrer Meinung nach Arbeitsplätze aus- oder abgebaut werden sollten, ob die Rüstungsindustrie ein Teil Bremens sein und ob Bremen eine aktive Rolle in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie einnehmen sollte<sup>1</sup>. Die folgende

<sup>1</sup> Für die Auswertung wurden die rüstungskritischen (z. B.: „Arbeitsplätze sollten stark ausgebaut werden“ und „Arbeitsplätze sollten leicht ausgebaut werden“) und rüstungsbefürwortenden (z. B. „Arbeitsplätze sollten leicht abgebaut werden“ und „Arbeitsplätze sollten stark abgebaut werden“) jeweils zusammengefasst.

Tabelle gibt einen Überblick über die Antworten<sup>2</sup>:

	Arbeitsplätze ausbauen?	Rüstung sollte Teil Bremens sein	Bremen mit aktiver Rolle der ges.dt. Rüstungsindustrie?
ja (eher für Rüstung)	34%	26%	23%
nein (eher gegen Rüstung)	66%	74%	77%

Tab. 4.1: Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie

Fast drei Viertel der Befragten, die eine Meinung äußerten, gaben eher rüstungskritische Antworten. Nur bei der Frage nach dem Aus-/Abbau von Arbeitsplätzen mit Rüstungsbezug waren die Menschen etwas zögerlicher (nur etwa zwei Drittel für Abbau der Stellen) – hier wurde aber auch häufig erwähnt, dass es nur darum ging, dass keine Arbeitsplätze wegfallen sollen. Eine Umwandlung der Arbeitsplätze aber wäre wohl für einige eine gute Alternative.

Insgesamt wird aus dem Antwortverhalten deutlich, dass – zumindest in unserer Stichprobe – die Rüstungsindustrie von einem Großteil der Befragten (72%) abgelehnt wird:

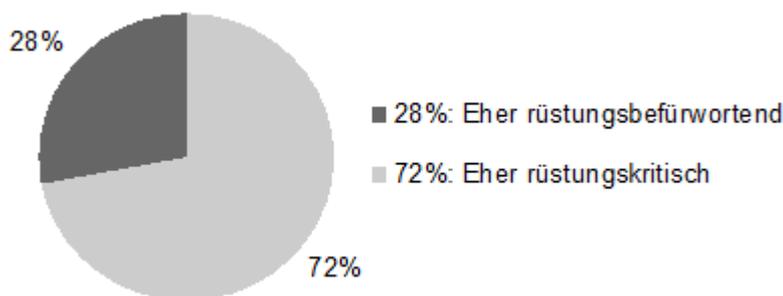


Abb. 4.2: Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie

Aber wie unterscheiden sich RüstungsbefürworterInnen von RüstungskritikerInnen? In einem ersten Schritt wollten wir mögliche Unterschiede bei den Geschlechtern untersuchen. Das Ergebnis verdeutlicht folgendes Diagramm.

<sup>2</sup> Die Werte in allen Tabellen sind auf volle Prozentzahlen gerundet. Außerdem steht bei jedem Item in der ersten Spalte die Prozente, die sich ergeben, wenn man Enthaltungen nicht in die Berechnung einbezieht – in der zweiten Spalte mit Enthaltungen.

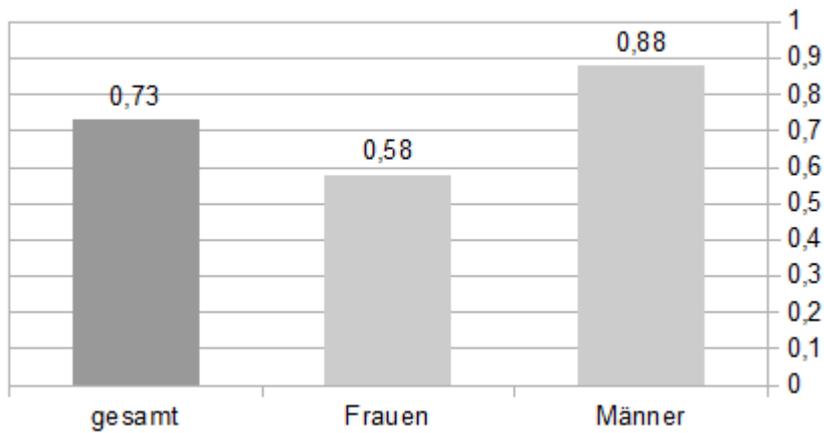


Abb. 4.3: Akzeptanz der Rüstungsindustrie (Mittelwerte) bei Frauen und Männern im Vergleich

Die Skala reicht von 0 (gar keine Akzeptanz) bis 4 (volle Akzeptanz), wobei der Mittelwert über alle Befragte bei 0,73 liegt. Das bedeutet, im Schnitt wurde weniger als eine rüstungsfreundliche Antwort gegeben. Bei Frauen liegt der Wert mit 0,58 deutlich niedriger als bei Männern, die einen Wert von 0,88 erreichen und der Rüstungsindustrie gegenüber also eine nicht ganz so negative Einstellung haben.

Auch die verschiedenen Altersgruppen gleichen sich nicht, was die Rüstungsakzeptanz angeht:

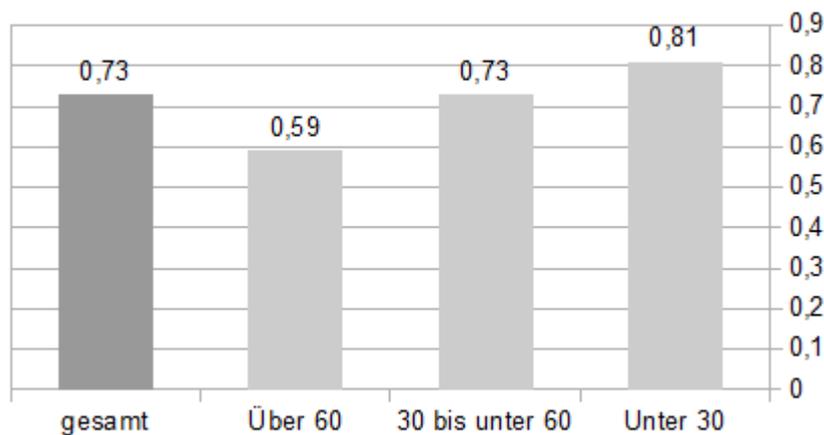


Abb. 4.4: Akzeptanz der Rüstungsindustrie (Mittelwerte) nach Altersgruppen

Während der Wert der 30- bis unter 60-Jährigen dem des Durchschnitts gleicht, zeigen die über 60-Jährigen mit 0,59 eine geringere, die unter 30-Jährigen eine deutlich größere Akzeptanz.

Ob es einen Zusammenhang zwischen Rüstungsakzeptanz und subjektivem Informationsstand oder dem Wunsch nach einem oder mehreren Labels gibt, wird im folgenden Kapitel noch thematisiert werden.

#### 4.1.2 Wissen zum Thema Rüstung in Bremen

In Frage 7ff. wollten wir den subjektiven Wissensstand der Interviewten abfragen. Wenn sie ein Produkt, eine Dienstleistung, ein Unternehmen oder eine Bildungseinrichtung auswählen, fühlen die Befragten sich dann darüber informiert, ob die Rüstungsindustrie hier involviert ist? Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Ergebnisse.

	Dienstleistungen		Unternehmen		Bildungseinrichtungen		Produkten	
(Sehr) gut	23%	21%	16%	11%	22%	19%	27%	26%
(Sehr) schlecht	77%	70%	84%	56%	78%	70%	73%	70%
Enthaltung	x	9%	x	34%	x	11%	x	4%

	Durchschnitt	
(Sehr) gut	22%	19%
(Sehr) schlecht	78%	67%
Enthaltung	x	15%

Tab. 4.2: Subjektiver Informationsstand bei...

Diese Tabelle zeigt, dass die Menschen sich zu einem sehr großen Teil schlecht oder sehr schlecht informiert fühlen, bei Bildungseinrichtungen, Dienstleistungen und Produkten 70%, bei Unternehmen wenigstens 56%. Gerade bei den Unternehmen gab es aber einen hohen Anteil an Enthaltungen (34% entgegen 4-11% bei den anderen Kategorien). Ein Grund dafür könnte sein, dass viele noch nicht auf geschäftlicher Ebene mit Unternehmen in Kontakt gekommen waren. Insgesamt fühlen sich nur 11% (Unternehmen) bis 26% (Produkte) gut oder sehr gut informiert.

Bilden wir einen Mittelwert über alle Personen und Befragten, wird das Bild noch deutlicher<sup>3</sup>:

3 Hierfür haben wir eine neue Variablen für den als Mittelwert der subjektiven Informiertheit. Diese Ergebnisse sind allerdings mit Vorsicht zu genießen, da Mittelwerte nur bei intervallskalierten Variablen gebildet werden dürfen, es gleichzeitig aber umstritten

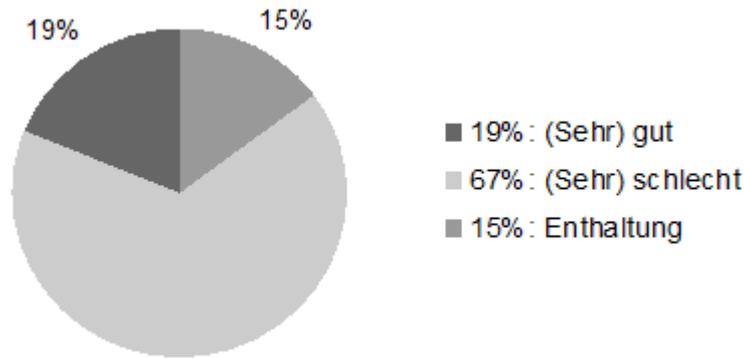


Abb. 4.5: Subjektiver Informationsstand (Mittelwert über alle Befragten und alle Bereiche)

Wir vermuten, dass tendenziell eher Unwissen als Wissen der Grund für viele Enthaltungen gewesen sein mag – sehen wir mal von der Kategorie der Unternehmen ab und den anderen Fällen, in denen die Informationen für die Befragten einfach nicht relevant sind (etwa Bildungseinrichtungen bei fertig ausgebildeten und kinderlosen Personen). Deshalb können wir davon ausgehen, dass der Informationsstand tatsächlich wahrscheinlich sogar als noch schlechter empfunden wird. Belege dafür gibt es freilich nicht.

Unabhängig davon, wie wir die Enthaltungen bewerten und ob wir sie überhaupt in die Berechnungen einbeziehen, wird eines sehr deutlich: In allen Bereichen empfinden die Befragten ein deutliches Informations-Defizit. Der Mittelwert des subjektiven Informationsstandes bei einer Skala von 1 bis 4 liegt bei nur 1,87. Hier könnte ein Label Abhilfe schaffen.

Schließlich fragen wir uns aber auch, ob die Informiertheit in allen Bevölkerungsgruppen gleich ist. Wir beginnen mit der Frage, ob diejenigen, die sich für gut informiert halten sich in Bezug auf die Akzeptanz der Rüstungsindustrie von denjenigen unterscheiden, die sich weniger gut informiert fühlen.

---

ist, ob Variablen wie diese zumindest unter Vorbehalt als intervallskaliert definiert werden dürfen oder aber als ordinalskaliert definiert werden müssen. Zur diesbezüglichen wissenschaftstheoretischen Diskussion siehe Baur (2008). Wir erhoffen uns durch dieses Verfahren lediglich eine Annäherung.

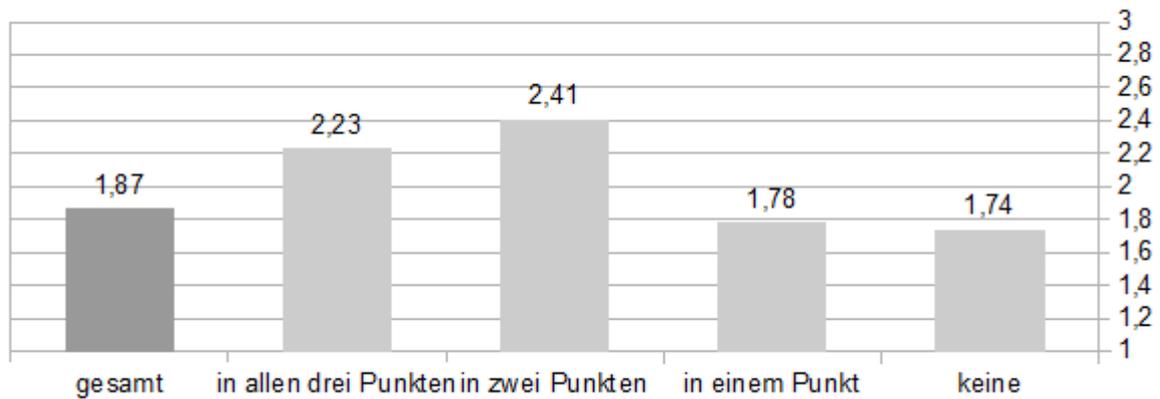


Abb. 4.6: Mittelwert der subjektiven Informiertheit nach Rüstungsakzeptanz

Diejenigen, die die Fragen nach ihrer Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie in höchstens einem Punkt rüstungsbefürwortend, insgesamt also eher ablehnend, beantworteten, weisen in ihrer Informiertheit einen Wert von 1,74 bis 1,78 auf. Damit liegen sie deutlich unter denjenigen, die sich in zwei oder drei Punkten rüstungsbefürwortend äußerten – hier liegen die Werte zwischen 2,23 und 2,41. Wir können hier natürlich keine Aussagen derart machen, dass mehr Information zu mehr Akzeptanz führt. Denkbar ist genauso, dass eher diejenigen sich informieren, die der Rüstungsindustrie positiv gegenüberstehen, oder aber auch, dass es einen anderen Faktor gibt, der sowohl die Informiertheit als auch die Akzeptanz begründet. Offensichtlich wird aber, dass sich die Rüstungsbefürworter deutlich besser informiert fühlen als die Rüstungskritiker.

Die Geschlechter unterscheiden sich kaum in ihrer subjektiven Informiertheit:

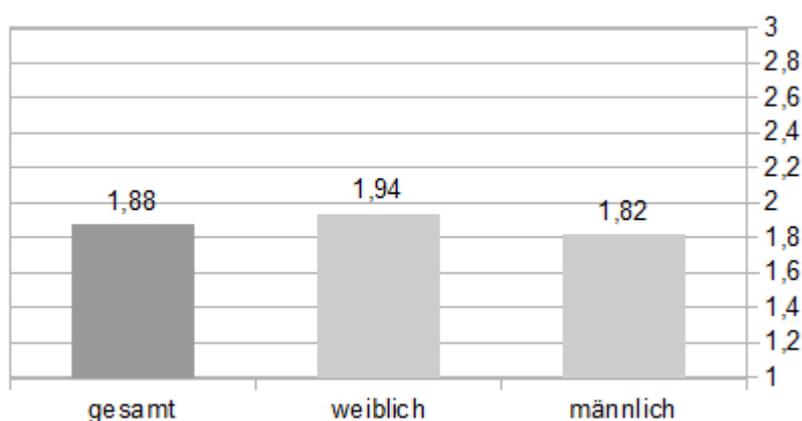


Abb. 4.7: Subjektive Informiertheit nach Geschlecht

Die Frauen fühlen sich mit 1,94 etwas besser, die Männer mit 1,82 etwas schlechter informiert. Auch zwischen den Altersklassen gibt es nur leichte Unterschiede in der Informiertheit.

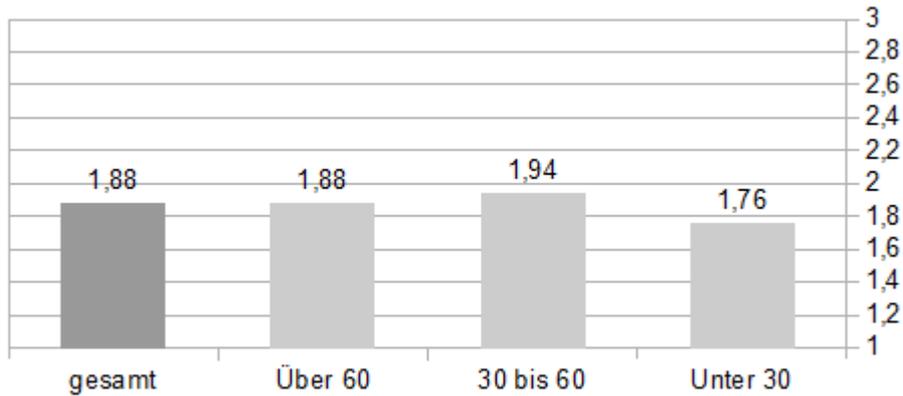


Abb. 4.8: Subjektive Informiertheit nach Alter

Während die über 60-Jährigen sich im Vergleich zu den anderen Gruppen durchschnittlich gut informiert fühlen, schätzen sich die unter 30-Jährigen mit 1,76 Punkten als weniger, die 30- bis 60-Jährigen mit 1,94 Punkten als besser informiert ein.

Anzunehmen war, dass auch die Wohndauer in Bremen einen Einfluss auf die Informiertheit hat: Wer länger in Bremen wohnt, dürfte sich besser informiert fühlen als diejenigen, die erst seit kurzer Zeit in Bremen wohnen.

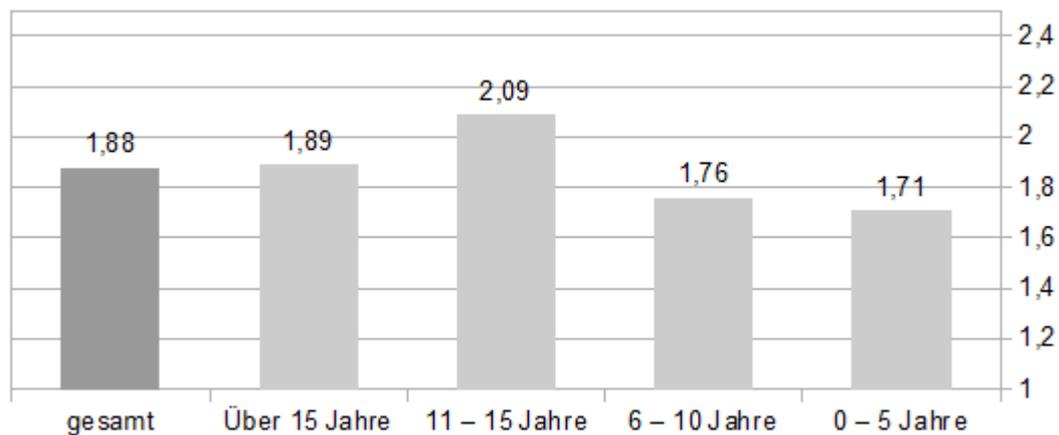


Abb. 4.9: Subjektive Informiertheit und Wohndauer in Bremen

In der Tat empfanden sich diejenigen, die bis zu fünf Jahre in Bremen wohnen, am schlechtesten informiert – ihr Wert liegt mit 1,71 unter dem Durchschnitt von 1,88. Doch auch bei einer Wohndauer von sechs bis zehn Jahren liegt die subjektive Informiertheit im Mittel nur bei 1,76 Punkten. Am höchsten ist sie mit 2,09 bei denjenigen, die zwischen elf und 15 Jahre in Bremen wohnen. Mit über 15 Jahren langjährige Bremer allerdings haben wiederum nur einen Wert von durchschnittlich 1,89.

Aber sind diejenigen, die sich gut informiert fühlen, tatsächlich gut informiert? Um dies zu überprüfen, fragten wir die Interviewten, ob Bremen ihrer Meinung nach eine Rolle in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie spielt und ob die Rüstungsindustrie eine Rolle in Bremen spielt. Wir wissen, dass Bremen im Städtevergleich der zweitgrößte Rüstungsstandort in Deutschland ist und dass immer mindestens 4.000 Menschen im Zusammenhang mit der Rüstungsindustrie beschäftigt sind (Henken 2011: 36). Auch wenn man diese Fakten natürlich nicht eindeutig den Antwortkategorien „Sehr große Rolle“, „Eher keine große Rolle“ etc. zuordnen kann, können wir sagen, dass ein höherer Wert bei diesen Fragen, also die Vermutung einer tendenziell eher großen Rolle, am ehesten der Realität entspricht. Wie die Befragten geantwortet haben, zeigenden die folgenden Grafiken.

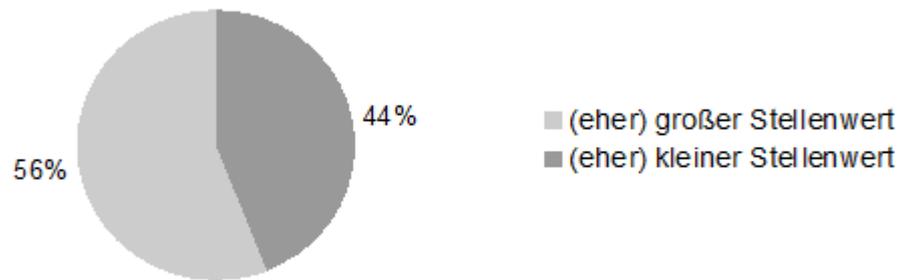


Abb. 4.10: Einschätzung des Stellenwertes der Rüstungsindustrie in Bremen

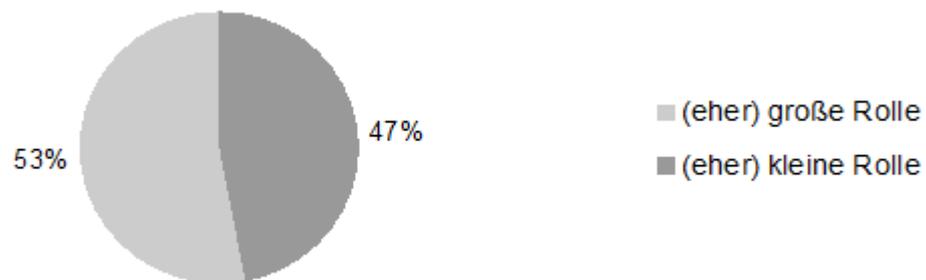


Abb. 4.11: Einschätzung der Rolle Bremens in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie

In beiden Fällen wissen oder schätzen etwas mehr als die Hälfte der Befragten, dass Bremen sowohl eine große Rolle in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie spielt, als auch, dass die Rüstungsindustrie einen hohen Stellenwert in Bremen hat. Entsprechend unterschätzt fast die Hälfte die Situation eher. Aber halten diejenigen, die bei diesen Fragen richtig lagen, auch eher für gut informiert als die Vergleichsgruppe?

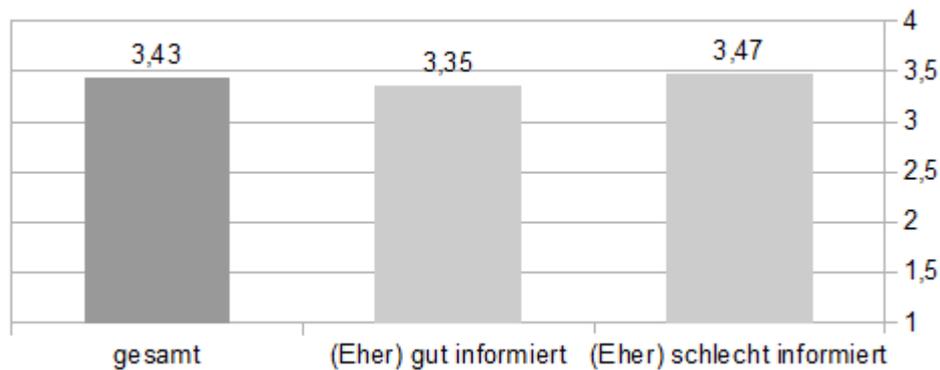


Abb. 4.12: Wissen und subjektive Informiertheit

Im Mittel lag die Zustimmung zu Bremens großer Rolle in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie und zum großen Stellenwert der Rüstungsindustrie in Bremen bei 3,43, wobei Werte zwischen eins und vier möglich waren. Die eher schlecht Informierten vermuten einen größeren Einfluss der Rüstungsindustrie, aber da schlecht festgesetzt werden kann, dass ein Wert von 3,35 (der gut Informierten) realistischer ist als ein Wert von 3,47 (der schlecht Informierten), können wir aus diesen Daten keine Schlussfolgerungen ziehen. Sofern man aus den gestellten Einschätzungsfragen zumindest eine Annäherung vornehmen kann, ist das Ergebnis, dass sich die tatsächlich gut Informierten ebenso informiert fühlen wie diejenigen, die tatsächlich eher schlecht informiert sind bzw. die Situation falsch einschätzen.

Zum Schluss wollen wir einen Blick auf die Gruppe der „Meinungslosen“ werfen – also diejenigen, die sich häufig enthalten haben. Die folgende Grafik zeigt, zu welchen Anteilen sich die Befragten wie häufig enthalten haben.

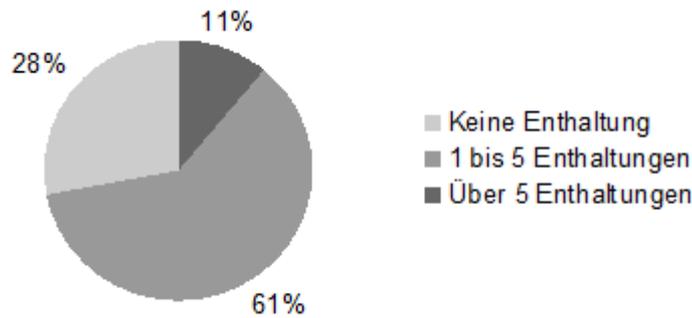


Abb. 4.13: Enthaltungen

Wir sehen, dass die Zahl der Enthaltungen kleiner ist als vielleicht erwartet. Ziehen wir die Fragen zu soziodemographischen Merkmalen ab, gab es neunzehn Fragen zu beantworten. Entsprechend waren zwischen 0 und 19 Enthaltungen möglich. Insgesamt haben sich nur 11% über fünfmal, 61% zwischen ein- und fünfmal und 28% sogar gar nicht enthalten. Eine Person enthielt sich bei jeder Frage. Die durchschnittliche Anzahl an Enthaltungen lag bei 2,37 pro Person. Ein Teil der Enthaltungen ist sicherlich darauf zurückzuführen, dass wir bei den Antwortmöglichkeiten auf Mittelkategorien verzichtet haben, um eine „Tendenz zur Mitte“ zu vermeiden. Einige Befragte gaben sogar an, sich nur wegen der fehlenden Mittelkategorie enthalten zu müssen.

Anschließend wollen wir klären, ob sich vielleicht gerade die Menschen häufig enthalten haben, die sich eher schlecht informiert fühlen.<sup>4</sup> Darüber soll folgende Grafik Aufschluss geben:

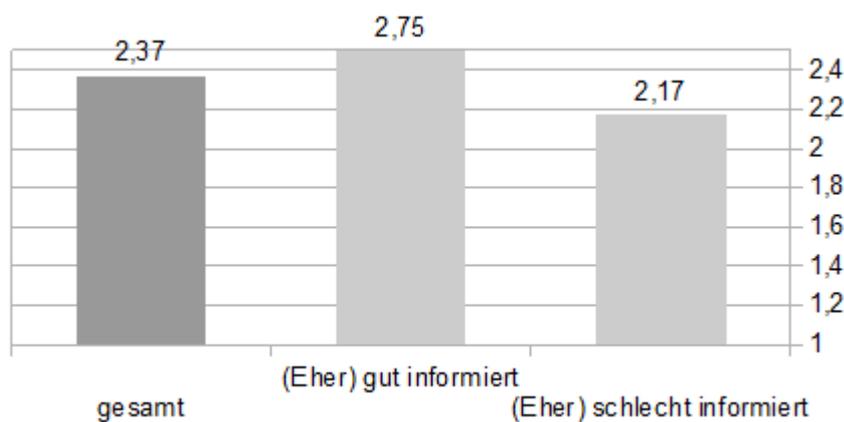


Abb. 4.14: Enthaltungen nach subjektivem Informationsstand

Die in der eigenen Wahrnehmung besser Informierten enthielten sich mit

<sup>4</sup> Dieses Unterfangen wird natürlich dadurch erschwert, dass sich solche Enthaltungen dann gerade in genau den Fragen zur subjektiven Informiertheit finden lassen – eine Annäherung wollen wir dennoch versuchen.

durchschnittlich 2,75 Enthaltungen – erstaunlicher Weise? – deutlich häufiger als die schlechter Informierten, hier beträgt der Wert 2,17.

### 4.1.3 Label-Wünsche

Im weiteren Verlauf des Fragebogens haben wollten wir herausfinden, ob seitens der Befragten ein Interesse an einem Label besteht und wenn ja, in welchen Bereichen. Die folgende Tabelle zeigt die Ergebnisse.

	Dienstleistungen		Unternehmen		Bildungseinrichtungen		Produkten	
nein	24%	21%	28%	23%	14%	12%	14%	13%
ja	76%	65%	72%	58%	86%	76%	86%	78%
Enthaltung	x	14%	x	20%	x	13%	x	9%

	Durchschnitt	
nein	20%	17%
ja	80%	69%
Enthaltung	x	14%

Tab. 4.3: Wünschen Sie sich ein Label für ...?

Der überwiegende Teil der Befragten wünscht sich in jedem der abgefragten Bereiche ein Label, insbesondere aber bei Produkten (78% wünschen sich ein Label, nur 13% wünschen sich keines, 9% Enthaltungen) und Bildungseinrichtungen (76% dafür, 12% dagegen, 13% Enthaltungen). Im Bereich der Dienstleistungen sprechen sich immer noch knapp zwei Drittel für ein Label aus, bei Unternehmen 58%. Bei letzteren gab es einen großen Anteil an Enthaltungen – vermutlich, weil wenige Befragte selbstständig waren oder sich sonst eine Kooperation mit einem Unternehmen vorstellen konnten. Einige Befragte gaben explizit an, aufgrund fehlender Kooperationen mit Unternehmen habe ein Label in diesem Bereich für sie keine Relevanz. Insgesamt fielen 69% aller Antworten zugunsten eines Labels aus. Betrachtet man Enthaltungen neutral und rechnet sie heraus, wird das Bild noch deutlicher: Zwischen 72% und 86% der Befragten, die die Frage nach einem Label-Wunsch beantworteten, waren für die Einführung des Labels.

Gehen wir davon aus, dass ein Label nicht nur in einem, sondern in allen abgefragten Bereichen eingeführt würde, wird interessant, wieviele der Befragten sich in mindestens einem Bereich ein Label wünschten. Schließlich wird, wer sich ein Label für Produkte wünscht, vermutlich auch ein solches Label begrüßen, dass zwar nicht nur, aber auch Produkte labelt.

<sup>5</sup> Das eindeutige Ergebnis zeigt folgende Abbildung.

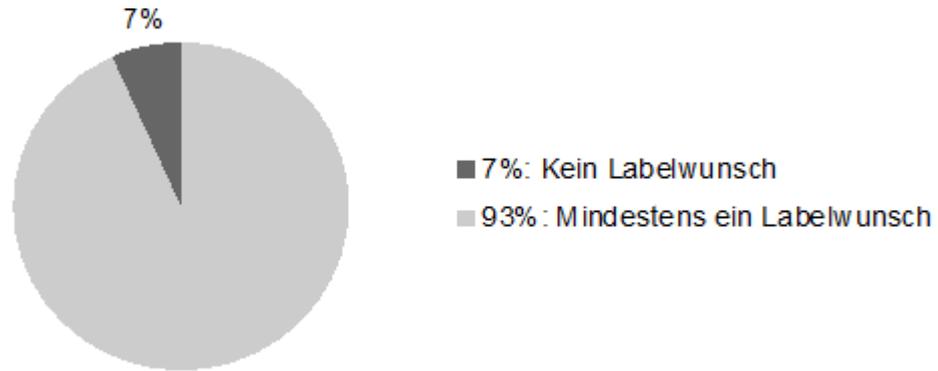


Abb. 4.15: Mindestens ein Labelwunsch

Der allergrößte Teil der Befragten, nämlich 93%, wünschen sich also in mindestens einem Bereich ein Label. Sicher kann man von einem Effekt sozialer Erwünschtheit ausgehen: Einige Befragte dürften trotz unserer Bemühungen, neutral zu sein, aufgrund der Thematik der Befragung angenommen haben, dass wir zumindest implizit wünschten, dass die Fragen zugunsten der Labels beantwortet werden – und entsprechend gehandelt haben. Der Effekt wird aber kaum so groß gewesen sein, dass die Ergebnisse nicht trotzdem eindeutig sind.

Selbst wenn wir genauer unterscheiden – also nicht schon diejenigen als LabelbefürworterInnen betrachten, die sich lediglich ein Label gewünscht haben – ist das Bild überdeutlich.

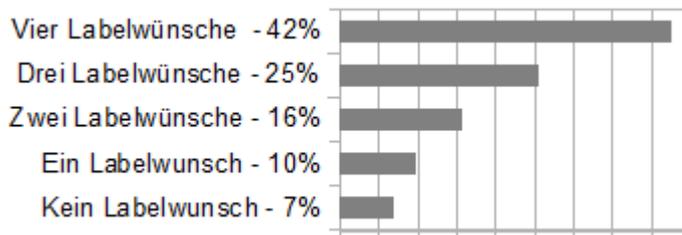


Abb. 4.16: Anzahl Labelwünsche der Befragten

Wir sehen, dass nicht nur die Gruppe derer gänzlich ohne Labelwunsch sehr klein ist, auch ein oder zwei Labelwünsche wurden mit 10% und 16% relativ selten genannt. 25% der Befragten wünschten sich in drei Bereichen ein Label, 42% sogar in jedem. Teilen wir das Sample in einerseits diejenigen Befragten, die sich höchstens zwei und andererseits

<sup>5</sup> Hierfür wurde eine neue Variable erstellt, anhand derer die Befragten unterschieden werden in Personen mit mindestens einem und solche mit gar keinem Labelwunsch.

diejenigen, die sich mehr als zwei Labels wünschten, ergibt sich folgendes Bild:

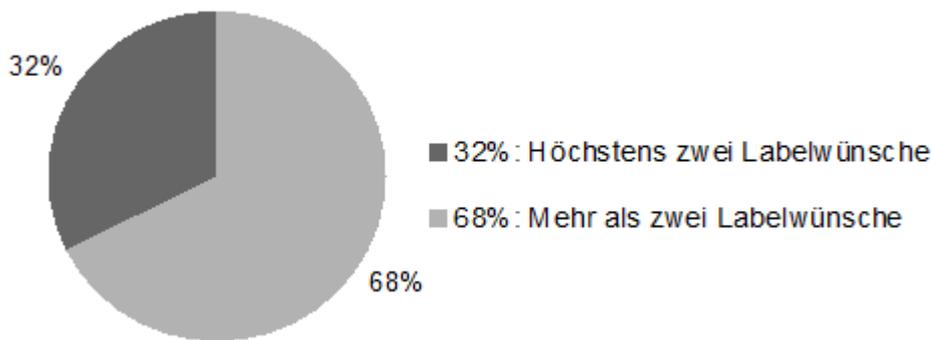


Abb. 4.17: Höchstens zwei oder mehr als zwei Labelwünsche

Mehr als zwei Drittel der Befragten, nämlich 68%, wünschen sich in mehr als zwei Bereichen ein Label. Weniger als ein Drittel, 32%, wünschen sich in höchstens zwei Bereichen ein Label. Im Mittel wünschen sich die Befragten in unserem Sample jeweils 2,87 von vier Labels.

Wir hatten außerdem vermutet, dass kinderlose Befragte seltener den Wunsch nach einem Label bei Bildungseinrichtungen äußern würden, da diese von einer Schulwahl für Kinder nicht betroffen sind. Im Sample zeigten sich diesbezüglich aber keine Unterschiede zwischen Befragten mit oder ohne Kinder. Auch zwischen Alter und Labelwunsch zeigt sich, diesmal in jedem der Bereiche, kein Zusammenhang.

Wie sich die Labelwünsche hinsichtlich der Geschlechter unterscheiden, zeigt folgende Tabelle.

	Dienstleistungen	Unternehmen	Bildungseinrichtungen	Produkten	gesamt
<b>Männer</b>	67%	70%	79%	80%	74%
<b>Frauen</b>	83%	73%	93%	92%	85%
<b>gesamt</b>	76%	72%	86%	86%	79%

Tab. 4.4: Labelwunsch nach Geschlecht

Hier lässt sich ein leichter Unterschied zwischen den Gruppen (männlich und weiblich) erkennen. Insgesamt wünschen sich Frauen deutlich häufiger ein Label als Männer, am häufigsten bei Bildungseinrichtungen (93% bei Frauen gegenüber 79% bei Männern), aber auch bei Produkten (92% bei Frauen gegenüber 80% bei Männern). Am größten ist der Unterschied bei Dienstleistungen (83% gegenüber 67%), bei Unternehmen ist der Unterschied

marginal (70% gegenüber 73%). Die Unterschiede in den Mittelwerten zeigt folgendes Diagramm.

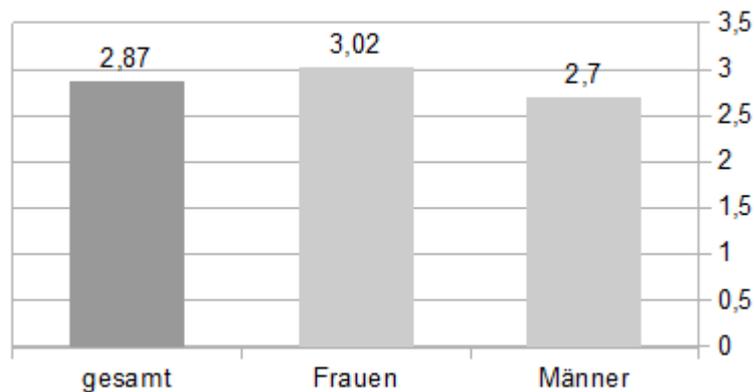


Abb. 4.18: Durchschnittliche Anzahl an Labelwünschen von Männern und Frauen im Vergleich

Während der durchschnittliche Labelwunsch über alle Befragten bei 2,87 liegt, ist er bei Frauen mit 3,02 etwas höher als Männern (2,7). Das verwundert etwas, da wir bereits festgestellt haben, dass sich Frauen insgesamt besser informiert fühlen als Männer. Insgesamt scheint das Interesse an Informationen bei Frauen also größer zu sein als bei Männern.

Wir gingen davon aus, dass es einen Zusammenhang zwischen der Ablehnung der Rüstungsindustrie einerseits und dem Wunsch nach einem Label andererseits geben könnte.<sup>6</sup> Hierzu vergleichen wir die RüstungsbefürworterInnen und die RüstungskritikerInnen hinsichtlich ihrer durchschnittlichen Anzahl an Labelwünschen:

<sup>6</sup> Hierfür erstellten wir eine Variable, anhand derer unterschieden werden kann zwischen denjenigen Befragten, die höchstens eine eher rüstungskritische Antwort gegeben haben (also eine oder keine) – diese bezeichnen wir im Folgenden als RüstungsbefürworterInnen – und diejenigen, die mehr als eine eher rüstungskritische Antwort gegeben hatten (also zwei oder drei) – im Folgenden RüstungskritikerInnen genannt.

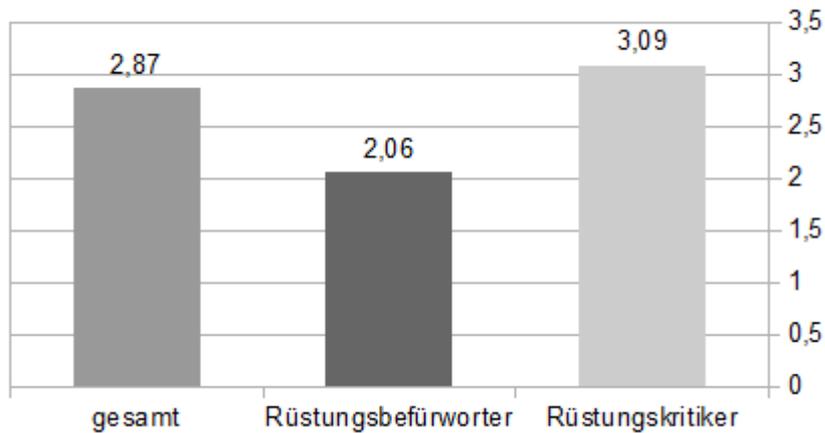


Abb. 4.19: Durchschnittliche Anzahl an Labelwünschen von RüstungsbefürworterInnen und RüstungskritikerInnen im Vergleich

RüstungskritikerInnen wünschen sich durchschnittlich in 3,09 Fällen ein Label, RüstungsbefürworterInnen nur in 2,06. Wie vermutet lassen die Daten annehmen, dass diejenigen, die eine eher abgeneigte Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie haben, sich öfter ein Label wünschen als die RüstungsbefürworterInnen.

Ist Information denen wichtig, die sich gut informiert fühlen oder haben gerade die eher schlecht Informierten ein gesteigertes Interesse an den Informationen, die ein Label bereitstellen würde? Wegen der geringen Zahl derer, die sich in keinem Bereich ein Label wünschen und der Schwierigkeit, bei so kleinen Fallzahlen sinnvolle Vergleiche zu ziehen, bezeichnen wir als LabelbefürworterInnen hier diejenigen, die sich in drei oder vier Bereichen ein Label wünschen und als LabelkritikerInnen diejenigen, die sich in höchstens zwei Fällen ein Label wünschen.<sup>7</sup> Die folgende Abbildung zeigt die Unterschiede zwischen den Gruppen

<sup>7</sup> Wir weisen ausdrücklich darauf hin, dass LabelkritikerInnen hier nur im Vergleich zu LabelbefürworterInnen betrachtet werden. LabelkritikerInnen sind nicht grundsätzlich gegen Labels, zum Teil wünschen sie sich in zwei Bereichen eines, sie wünschen sich aber *seltener* ein Label als die LabelbefürworterInnen, sind also *im Vergleich zu ihnen kritischer*.

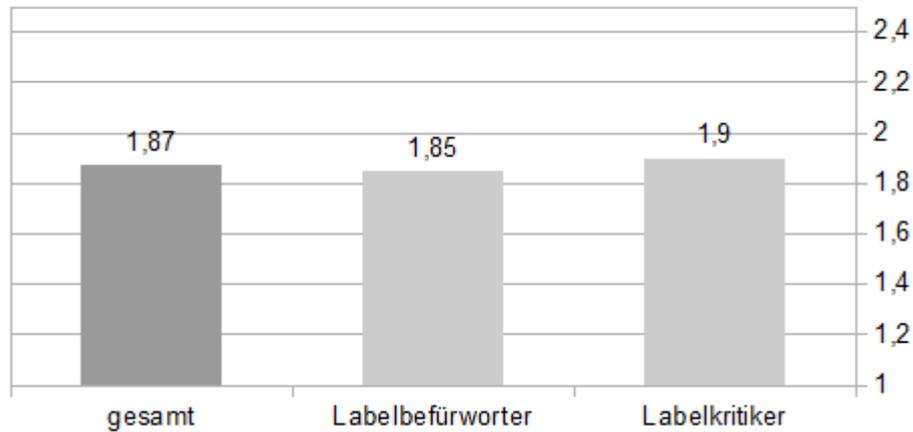


Abb. 4.20: Subjektive Informiertheit und Labelwunsch

Die subjektive Informiertheit unterscheidet sich nur marginal zwischen den Gruppen der LabelbefürworterInnen und der LabelkritikerInnen. Mit 1,85 Punkten fühlen sich die LabelbefürworterInnen etwas weniger gut informiert als die LabelkritikerInnen mit 1,9.

Nachdem deutlich wurde, dass zumindest in der Stichprobe ein deutlicher Bedarf an einem Label besteht, soll geklärt werden, ob ein Label die Menschen auch dazu bringen würde, ein entsprechendes Produkt etc. einem anderen vorzuziehen. Leider war die Frage ursprünglich missverständlich formuliert, wie uns erst im Laufe der Befragung auffiel<sup>8</sup>. Deshalb sind die Ergebnisse aufgeteilt in den Zeitraum vor und nach Verbesserung der Frage, wobei die Werte vor der Änderung offenbar fehlerbehaftet sind.

	Ursprüngliche Frage	Angepasste Frage	gesamt
Negativ	41%	14%	31%
Positiv	59%	86%	69%

Tab. 4.5: Beeinflussung des Wahlverhaltens durch ein Label

Mit der noch nicht angepassten Frage gaben „nur“ 59% der Befragten an, sich durch ein Label zum Kauf eines Produktes oder zur Wahl einer Dienstleistung, eines Unternehmens oder einer Bildungseinrichtung bewegen zu lassen. Insgesamt zeigt sich aber, dass – vor allem

<sup>8</sup> Die Frage lautete im Wortlaut: „Inwiefern würde ein Label Ihre Wahl beeinflussen?“. Ein unerwartet hoher Teil derjenigen Befragten, die sich im Verlauf des Interviews rüstungskritisch äußerten und sich ein Label wünschten, beantworteten trotzdem die Frage mit „Würde eher nicht kaufen“. Wir änderten die Frage, wobei wir deutlich machten, dass ein Label bedeutet, dass KEIN Zusammenhang zur Rüstungsindustrie besteht. Dies verursachte eine dramatische Veränderung des Antwortverhaltens. Bei anderen Fragen gab es keine großen Veränderungen im Zeitverlauf, sodass wir andere Einflussfaktoren ausschließen und davon ausgehen können, dass die Frage vor der Anpassung tatsächlich missverstanden wurde.

nach Anpassung der Frage – ein Großteil der Befragten, die eine Aussage dazu machten, inwiefern ihr Wahlverhalten beeinflusst würde, Produkte ohne Rüstungsbezug vorziehen würden: bei Ausschluss der Befragungen mit der noch missverständlichen Frage 86%. Allerdings war die Zahl der Befragten hier gering, sodass wir das Gesamtergebnis betrachten, bei dem sich nach eigener Annahme 69%, also über zwei Drittel durch ein Label positiv (im Sinne von: zum Kauf) beeinflussen lassen würden (siehe Abb. 5.21).

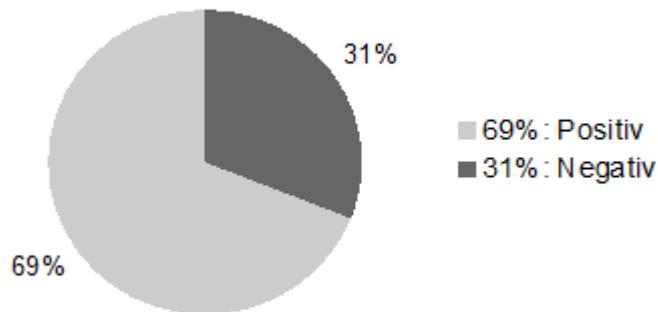


Abb. 4.21: Beeinflussung des Wahlverhaltens durch ein Label

In jedem Fall können wir davon ausgehen, dass Labels die Wahlentscheidung der Verbraucher deutlich zugunsten u.a. des gelabelten Produktes beeinflussen würden, was natürlich auch einen Wettbewerbsvorteil für Gelabeltes bedeuten würde.

#### 4.1.4 Zusammenfassung

Zum Abschluss dieses Kapitels sollen die Ergebnisse kurz zusammengefasst werden.

Ein Großteil der Befragten gab eher rüstungskritische Antworten, wobei die Ablehnung bei Frauen größer ist als bei Männern und bei Älteren größer als bei Jüngeren. Die Menschen fühlen sich insgesamt eher schlecht informiert, wenn es darum geht, inwieweit die Rüstungsindustrie in den verschiedenen Bereichen involviert ist, wobei sich die RüstungsbefürworterInnen besser informiert fühlen als die RüstungskritikerInnen, Frauen etwas besser als Männer und die unter 30-Jährigen etwas schlechter als die Älteren. Vergleichsweise gut informiert fühlen sich diejenigen, die zwischen 11 und 15 Jahren in Bremen wohnen, besonders schlecht informiert diejenigen mit einer kürzeren Wohndauer. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten ist der Meinung, Bremen spielen eher keine große Rolle in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie und auch die Bedeutung der Rüstungsindustrie wird von mehr als der Hälfte der Befragten als eher gering eingestuft,

obwohl dies nach unserem Kenntnisstand nicht der Realität entspricht. Das tatsächliche Wissen und die subjektive Informiertheit scheinen aber in keinem Zusammenhang zu stehen, hier unterscheiden sich die Gruppen kaum. Nachdem viele Angesprochene nicht an der Befragung teilnehmen wollten, war der Anteil der Enthaltungen insgesamt eher gering. Ein Großteil der Befragten enthielt sich nie, nur sehr wenige enthielten sich insgesamt häufiger. Diejenigen, die sich eher gut informiert fühlen, enthielten sich häufiger als diejenigen mit einem subjektiv eher schlechteren Informationsstand. Labelwünsche wurden sehr zahlreich geäußert, fast alle Befragten wünschten sich in mindestens einem Bereich ein Label. Besonders groß ist der Wunsch bei Bildungseinrichtungen und Produkten, bei Frauen insgesamt etwas größer als bei Männern, bei RüstungskritikerInnen größer als bei -befürworterInnen. LabelkritikerInnen fühlen sich etwas besser informiert als diejenigen, die sich ein Label wünschen. Ein Großteil der Befragten würde sich durch ein Label in seinem Wahlverhalten insofern beeinflussen lassen, als sie ein Produkt etc. mit einem Label einem solchen ohne Label vorziehen würden.

Insgesamt zeigen die Ergebnisse also, dass die Befragten eine eher rüstungskritische Haltung haben und gerne besser informiert wären, was die Rüstungsbeteiligung in verschiedenen Bereichen angeht. Folglich wünschen sie sich ein Label in einem oder mehreren Bereichen und würden sich von einem Label auch in ihrer Wahl positiv beeinflussen lassen.

## **4.2 Experteninterviews**

### **4.2.1 Die Experten**

Nachdem wir eine Vielzahl an Anfragen an verschiedene Vertreter aus Politik, Wirtschaft (Unternehmen und Gewerkschaften) und dem Bildungssektor sandten (Bildungseinrichtungen und Gewerkschaften), erhielten wir für den uns zur Verfügung stehenden Zeitraum 5 Zusagen von den in ‚Abschnitt 3.2.2 Interviewpartner‘ bereits vorgestellten Experten:

Axel Viereck, Dr. Magnus Buhler, Christian Gloede, Holger Ruge und Arno Gottschalk.

### **4.2.2 SWOT-Analyse**

In Ihren jeweiligen Interviews nannten uns die verschiedenen Experten eine Vielzahl an Bedenken und möglichen Problemen für und mit dem Label, aber auch Chancen bzw. Möglichkeiten und hypothetische sofortige Vorteile / Stärken eines umfangreich

ausgearbeiteten Labels.

In der folgenden Tabelle werden die relevantesten Aussagen aufgeführt. Daran anschließend werden die einzelnen Aussagen kurz erläutert und mit weiteren Positionen bzw. Zitaten in Zusammenhang gesetzt und ergänzt.

Tabelle 1: Tabelle 4.6: SWOT-Tabelle der Expertenaussagen zur Umsetzbarkeit eines ‚Zivil-Labels‘ im Rüstungsstandort Bremen

<b>Stärken</b>	<b>Schwächen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Aufklärung mangelnder Informiertheit &amp; Aufmerksamkeit zu Konversion in der Bremer Bevölkerung schaffen</li> <li>▪ klaren Positionierung von Schulen gegenüber Werbungsversuchen der BW<sup>9</sup></li> <li>▪ klaren Positionierung von Hochschulforschung gegenüber Kooperationsanfragen aus Rüstungsindustrie (RI) und BW</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Potenzieller Arbeitsplatzverlust</li> <li>▪ Schwierig umzusetzende Trennschärfe zwischen tatsächlichen Rüstungsproduzenten und Zulieferbetrieben</li> <li>▪ Masse an vorhandenen Labels und Schwierigkeit des Konsumenten/Verbrauchers Nützlichkeit zu erkennen</li> <li>▪ Dual-Use-Argument</li> <li>▪ große Schwierigkeiten eines bloßen Bremer Labels nötigen Bekanntheitsgrad zu erreichen</li> <li>▪ Notwendigkeit von Mehrfachdefinition, wegen Unterschied zwischen BW und RI</li> <li>▪ Zusätzliche Notwendigkeit von Rating-Unternehmen zur effektiven Etablierung</li> <li>▪ Schwer zu findende ernsthafte Alternativen zum Status Quo</li> </ul>

<sup>9</sup> Bundeswehr

<b>Chancen</b>	<b>Bedrohungen</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ RI sollte reguliertes, transparentes Tätigkeitsfeld sein</li> <li>▪ Moralische Eigenverantwortung von Unternehmen → bewusste Marketingentscheidung</li> <li>▪ Beitrag zur klaren Positionierung Bremens gegen Waffenproduktion und Export</li> <li>▪ Keine bestehende transparente Informationspolitik zum Rüstung(sindustrie)</li> <li>▪ Bereitschaft bei Dienstleistungsunternehmen mit Distanz zur RI</li> <li>▪ Einbettung des Themas Konversion in das der Abrüstung (Gegenbewegung zum aktuellen Trend des Aufrüstens)</li> <li>▪ Kennzeichnung für potentielle, nachhaltig orientierte Geldanleger</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Wegen der moralischen Komponente, besteht die Gefahr der politischen Ausnutzung und Betreiben bloßer Symbolpolitik</li> <li>▪ Gesetzte Aufgabe der BW gemäß GG<sup>10</sup> → Faktor unserer Gesellschaft</li> <li>▪ Rationales Argument der Notwendigkeit von Rüstung</li> <li>▪ Bremen als traditioneller, auch geographisch bedingter Rüstungsstandort</li> <li>▪ RI als großer Geldgeber in Bremen → Junge Technologie-Unternehmen brauchen womöglich lukrative Aufträge aus der RI</li> <li>▪ Ökonomische Ungewissheit für Unternehmen nach Konversion</li> <li>▪ Konkurrenz mit Rating-Agenturen</li> </ul>

## Stärken

Aufgrund der Tatsache, dass das Label bis dato nicht besteht, konnten mögliche Stärken selbstverständlich nur vermutet werden. Basierend auf der Expertise der Interviewten lässt sich diesen aber eine gewisse Gewichtung zuschreiben.

Zum einen deutete Herr Gloede in seinem Interview auf die Notwendigkeit hin, das mangelhafte Bewusstsein in der Bremer Bevölkerung, zum Thema Rüstungsindustrie in Bremen, zu fördern. Hierzu passte die Aussage von Herr Dr. Buhler, der sonst dem Label gegenüber eher skeptisch war, dass es ein legitimen Wunsch in der Bevölkerung nach

---

<sup>10</sup> Grundgesetz

Transparenz gäbe.

Diese Aussagen unterstützen die hypothetisch sehr wahrscheinliche Stärke des Labels, bei genügend Öffentlichkeitsarbeit und Verbreitung, wichtige Aufklärungsarbeit über den Stand der Rüstungsindustrien in Bremen zu leisten. Weiter oben in Kapitel ‚4.1.2‘ findet sich der Hinweis auf ein deutliches Informationsdefizit in Bremer Bevölkerung.

Des Weiteren sah Herr Gloede, der die Idee des Labels grundsätzlich sehr begrüßenswert fand, dieses auch als ein potentiell sehr wirksames Instrument für Schulen. Mithilfe eines Labels könnten sie sich noch klarer positionieren entgegen Werbemaßnahmen von Rüstungsunternehmen, spezieller der Bundeswehr. Seine Haltung hierzu machte er sehr deutlich mit der Aussage: „die Bundeswehr muss raus aus den Schulen!“.

Einem ähnlichen gedanklichen Pfad folgte auch Herr Viereck, allerdings im Kontext der Hochschulforschung. Er interpretierte das Label als eine Art der Weiterentwicklung und Konkretisierung der bestehenden Zivilklausel, welche es dann sowohl der Hochschule als Forschungseinrichtung als auch einzelner forschenden Personal ermöglichen würde, Kooperationsanfragen aus Militär und Rüstungsindustrie für Forschungsprojekte direkt zu begegnen und sich vor allem auf persönlicher Ebene dagegen auszusprechen, sich zu weigern. Hierzu sagte Herr Viereck: „Persönlich fände ich es wichtig (...) dass jeder der an einer Hochschule ist egal ob als Student oder Mitarbeiter oder Professor, das Recht hat zu sagen: „Ich nicht“. Das sollte aus einer Zivilklausel ableitbar sein“.

## **Schwächen**

Auf die kleine Auswahl an hypothetischen Stärken des Labels, nun folgen etliche genannte Schwachpunkte. Hier waren von den fünf interviewten Experten drei der Ansicht, dass eine erfolgreiche Etablierung eines solchen „Zivil-Labels“, als eine der möglichen Folgen, höchstwahrscheinlich den Verlust von Arbeitsplätzen mit sich brächte.

Herr Gottschalk und Herr Viereck sprachen außerdem die Schwierigkeit der definitorischen Trennschärfe, in der Entwicklung einer Label-Kernaussage, an. Wo soll die Grenze gezogen werden, wenn in den modernen, hochkomplexen Produktionsketten eine Vielzahl an Zulieferbetrieben mitwirken? Wie sollte gewichtet werden?

Des Weiteren warnte Herr Dr. Buhlert vor der bereits bestehenden Fülle an Labels sowie der Fähigkeit des Konsumenten/Verbrauchers, zu erkennen welches Label von Nutzen ist, bzw. eine vertrauliche Aussage hat. Hierzu passend der Rückbezug auf Kapitel ‚2.2.2‘ wo wir bereits die erfolgskritischen Faktoren von Labels beschrieben haben.

Herr Ruge, Herr Dr. Buhler und Herr Gottschalk wiesen ebenfalls auf die Thematik des Dual-Use-Arguments hin. Demnach könnten beispielsweise von Start-Ups entwickelte Technologien auf dem normalen Verbrauchermarkt zu kaufen, aber dieselben Technologien könnte in leicht abgewandelter Form auch in sehr lukrativen Aufträgen für Rüstungsindustrie oder Militär verwendet werden. Herr Dr. Buhler unterstützte dies mit der Aussage, dass es leichtgläubig sei zu vermuten, dass man Forschung und der Gebrauch dessen in der Rüstungsindustrie so einfach trennen könnte. Ähnliches sagte auch Herr Gottschalk, indem er das Beispiel nannte, dass ein Produkt für das Militär von Nutzen sein könnte, dies aber nicht zwingend der Fall sein müsse. Wie auch militärisches Geld nicht ausschließlich zu militärischen Zwecken ausgegeben würde.

Zum Aspekt eines wünschenswerten bzw. notwendigen Bekanntheitsgrad eines derartigen Labels, für eine wirksame Verbreitung, war ebenfalls Herr Dr. Buhler der Ansicht, dass Bremen zu klein sein und es einfach eine kritische Masse bräuchte.

Herr Gottschalk sprach wiederum die Notwendigkeit einer klaren Unterscheidung, von Rüstungsindustrie und Militär, in der Definition des Labels an. Prominentes Beispiel hierfür seien der unterschiedlichen Herangehensweisen des Militärs und der Rüstungsindustrie in der Kooperation mit der HHB<sup>11</sup>.

Um als Label eine klare Abgrenzung definieren zu können, vertrat Herr Gottschalk die Ansicht, dass professionelle „Rating-Unternehmen“ aus dem Bereich der nachhaltigen Investments von Nöten seien. Zum einen könnten diese für Einrichtungen, welche sich für das „Zivil-Label“ entschieden und somit mögliche Aufträge abschlagen müssten, nachhaltig orientierte, institutionelle Investoren und Finanzdienstleister sichern. Wenn auch im ersten Moment positiv, wäre dieser Aspekt mit einem enormen finanziellen Aufwand verbunden und somit als Schwäche zu werten.

Als letzte genannten Schwäche erwähnten auch wieder die Mehrheit der befragten Experten, dass es zurzeit und in absehbarer Zukunft schwer sein dürfte ernsthafte Alternativen zum Status Quo im Rüstungsstandort Bremen zu finden.

## **Bedrohungen**

Während wir die oben aufgeführten Schwächen als, auf kurzer oder langer Sicht, zu überkommene und behebbare Herausforderungen gewertet haben, erachten wir die im Folgenden aufgeführten Expertenaussagen als ernsthafte Bedrohungen bzw. Gefahren für die

---

<sup>11</sup> Hochschule der Hansestadt Bremen

Entwicklung, Veröffentlichung und Bestehen eines „zivilen Labels“.

Herr Viereck äußerte eine große Sorge seinerseits wie folgt: „(...) ich glaube es kann – gerade weil es einen sehr moralischen Aspekt hat – politisch ausgenutzt werden und dann sehr einseitig auf (...) Firmen eingewirkt werden.“. Da das Thema von vornherein eine stark politisch moralische Komponente aufweist, lässt sich wohl kaum verleugnen, dass zu irgendeinem Zeitpunkt seines Bestehens, das Label – selbst wenn es mit guten Absichten geschieht – von politischen Parteien für ihre respektive Agenda missbraucht werden könnte.

Als nächstes wiesen sowohl Herr Viereck als auch Herr Buhler auf die – derzeitige - Notwendigkeit der BW hin. Herr Viereck nannte die Verankerung der BW im deutschen GG mit festgelegtem Aufgabenbereich, einen Faktor unserer Gesellschaft. Um diese Aufgaben erfolgreich zu bewältigen müsse sie dann auch für sich werben dürfen, „auch wenn (...) [er] bestimmte Werbemaßnahmen nicht so gutheißen würde“. Herr Buhler drückte sich wiederum etwas pointierter aus indem er sagte: „Jeder Staat braucht eine eigene Armee, sonst haben wir im Zweifelsfall eine andere.“.

Bis auf Herr Gloede - der sich für eine klare Distanzierung Bremens und dessen Häfen von der Rüstungsindustrie aussprach - waren die anderen Experten alle der Ansicht, dass aktuell das rationale Argument der Notwendigkeit der Rüstungsindustrie in Bremen. Direkt damit die Tatsache verbunden, dass in Bremen als traditioneller, auch geographisch bedingter Rüstungsstandort - worauf Herr Dr. Buhler hinwies – die RI als großer Geldgeber etabliert ist.

Zum Letzteren bezog sich auch Herr Ruges Aussage, dass es Jungunternehmen beinahe unmöglich erscheint, ihrer moralisch-ethischen Überzeugungen wegen, einen womöglich äußerst lukrativen Auftrag aus der Rüstungsindustrie oder vom Militär, einzuhalten. Ohne, dass sie Gefahr laufen im extrem konkurrenzhaltigen Markt zurückzufallen oder im schlimmsten Fall zu scheitern bzw. bankrott zu gehen.

Während Jungunternehmen zum Teil die Wahl, bedingt Ihrer extremen finanziellen Einschränkung, fast schon wegfällt, sehen sich größere, aber vor allem gestandene Unternehmen mit der Problematik konfrontiert, woher sie nach hypothetisch erfolgter Konversion bzw. Abwendung von der Rüstungsproduktion ebenbürtige Auftragsmengen kriegen und oder wo sie einen neuen Absatzmarkt finden. Dies zeigte erneut Herr Gottschalk auf, mit Verweis auf die zweckrationale, ökonomische Handlungsweise auf dem modernen Markt.

## Chancen

Als viertes Feld der SWOT-Analyse nun die Chancen. Haltungen und Einschätzungen der Experten zu Strömungen und Zuständen in der Gesellschaft, welche eine Chance für die Etablierung und Akzeptanz eines solchen Labels bieten.

Zum einen die Ansicht Herr Dr. Buhlerts, dass die Rüstungsindustrie - anders als es aktuell der Fall ist - ein reguliertes und transparentes Tätigkeitsfeld sein sollte. Er nennt ebenfalls die moralische Eigenverantwortung von Unternehmen; ein potentielles „ziviles Label“ als eine bewusste Marketingentscheidung zu verwenden.

Wie oben bereits kurz erwähnt, sah Herr Gloede das Label als einen möglichen Beitrag zur klaren Positionierung Bremens gegen Rüstungsproduktion und Export. Herr Ruge wiederum meinte, dass Dienstleistungsunternehmen, welche sowieso ihrer Produkte wegen eine gewisse ‚Distanz‘ zur RI aufweisen würden, höchstwahrscheinlich Bereitschaft zeigen würden.

Um schneller an Relevanz zu gewinnen sollte Herr Gottschalk zufolge das Thema der Konversion in das übergreifende Konzept des Abrüstens eingebettet werden. Hierzu Herr Gottschalk: „Ziel [muss sein], unsere Militär- und Rüstungsausgaben (...) runterzufahren um diese Gelder zu nutzen, um nützliche zivile Produkte nachzufragen. Das ist meine Grundüberzeugung.“.

### 5.2.3 Handlungsempfehlungen der Experten

Zwar wurden folgende Punkte zum Teil bereits in der Analyse erwähnt, aber hier stellen wir sie nochmal geballt und übersichtlich dar.

- Herr Viereck:  
Das Label könnte sowohl die Weiterentwicklung und Konkretisierung der Bremer Hochschulen Zivilklausel vorantreiben, als auch davon Gebrauch machen.
- Herr Dr. Buhlert:  
Ein Bremisches Label kann nicht den Bekanntheitsgrad erreichen, den es schlichtweg braucht. Bremen ist zu klein und es braucht einfach eine kritische Masse.
- Herr Gloede:  
Ein Label müsste Tests unterliegen, die wiederum transparent und nachvollziehbar sind.
- Herr Ruge:  
Man sollte eine Unterscheidung zwischen Dienstleistung und der Herstellung von

Produkten machen, was Start-Up Unternehmen angeht.

- Herr Gottschalk:

Die Frage von Konversion ist einzubetten in ein übergreifendes Konzept von Abrüstung. „Es macht Sinn zu zeigen, dass der Traum bzw. die Vorstellung sind, keine Rüstungsproduktion zu haben (...) wenn man so ein Label macht sollte genau definiert werden was man damit erreichen will, sodass Interesse beim Publikum geweckt wird.“

## 5.2.4 Resümee

Allgemein lässt sich sagen, dass von den fünf Experten, vier der Idee des „Zivil-Labels“ eher etwas skeptisch gegenüberstehen. Wenn auch vereinzelt positive Meinung immer mal wieder vorkommen, so scheint überwiegend der Konsens zu bestehen, dass die ökonomische Bedeutung der RI in Bremen derzeit zu groß ist, um eine besondere Effektivität des Labels und maßgebliche Veränderungen in Bremen zu erwarten.

Mögen auch die Schwächen und Bedrohungen überwiegen, so sind es doch genügend Ansatzpunkte die sich in den Stärken und Chancen finden, um eine weitere Entwicklung des Labels nicht komplett auszuschließen.

## 6. Handlungsempfehlungen

Zu Beginn des Projekts umfassten die erhofften Ziele der Bremische Stiftung für Rüstungskonversion und Friedensforschung verschiedene Punkte. Es sollten nicht nur fundierte Aussagen über die zu erwartende Akzeptanz eines „Zivil-Labels“ in der Bevölkerung getroffen, sondern auch die Bereitschaft der politischen Entscheider in Bremen, an der Etablierung eines solchen Zivil-Labels mitzuwirken, ermittelt werden. Da das Ergebnis der Untersuchung das weitere Vorgehen der Stiftung und damit die Zukunft des zivilen Labels beeinflusst, sind Handlungsempfehlungen nicht leicht zu treffen. Die bereits vorgestellten Ergebnisse der quantitativen Bevölkerungsumfrage spiegeln die Meinung der Bremerinnen und Bremer wider. Es zeigt sich, dass diese der Rüstung prinzipiell kritisch gegenüberstehen, sich jedoch in Bezug auf den Abbau der mehr als 4.000 Arbeitsplätze in der Rüstungsindustrie skeptisch zeigen. Bezüglich des subjektiven Wissensstandes zeigt sich, dass die zu erwartende Akzeptanz durch den Wunsch nach einem zivilen Label repräsentiert wird. Hier wird deutlich, dass 93% der Befragten sich das Label in mindestens einem der aufgelisteten Bereiche wünschen, weshalb wir von einem Effekt sozialer Erwünschtheit ausgehen. Des Weiteren scheint eine Beeinflussung des Wahlverhaltens durch ein Label möglich, ein ziviles Label würde demnach die Wahlentscheidung der VerbraucherInnen deutlich zugunsten

gelabelter Produkte, Dienstleistungen, Bildungseinrichtungen und Unternehmen beeinflussen.

Vom Meinungsbild ausgehend scheint die Weiterverfolgung des Entwicklungsprozesses eines zivilen Labels sinnvoll, da dieses sowie die generelle Information zur Rüstung in Bremen gewünscht ist und das Konsumverhalten nachhaltig beeinflussen könnte. Allerdings sollte darauf geachtet werden, der Rüstungsindustrie nicht zu kritisch zu begegnen, da diese über 4.000 Arbeitsplätze in Bremen stellt und diesbezüglich nicht nur negative Konnotationen hervorruft. Die qualitativen Interviews mit Experten zeigen kein so eindeutiges Ergebnis. Die SWOT-Analyse deutet auf ambivalente Meinungen zum Label hin. Obschon die Schwächen und Bedrohungen überwiegen, sehen die Experten dennoch ausreichend Chancen für das Label, sodass eine weitere Entwicklung nicht in Gänze außer Acht gelassen werden sollte.

Von fünf Experten stehen vier dem Label ganz klar skeptisch gegenüber, mal mehr mal weniger, aber stets aus verschiedenen Gründen hinterfragend. Des Öfteren wird die ökonomische Argumentation gefahren, dass sich Bremen in einer zu großen Abhängigkeit zur Rüstungsindustrie befindet; von denen von ihr bereitgestellten Arbeitsplätze, Steuereinnahmen und Investitionen. Vereinzelt wird auf die Tradition der Industrie in Bremen verwiesen und auf die im Grundgesetz festgehaltenen Aufgaben und Verantwortung. Positive Argumente der Experten gehen einher mit den Wünschen der Bevölkerung, und beziehen sich auf die vom Label zu leistende Aufklärungsarbeit und Förderung von Transparenz.

Unsere Analyse deutet darauf hin, dass ein ziviles Label in Bremen sehr wohl Potenzial haben könnte, dessen Umsetzung jedoch nicht ohne weiteres erfolgen kann. Wie in Kapitel drei beschrieben existieren auf dem deutschen Markt derzeit mehr als 1.000 Labels, eine Etablierung könnte sich daher als schwierig herausstellen. Um eine hohe Aussagekraft zu generieren sind verschiedene Punkte zu beachten, in diesem Fall sind besonders Unabhängigkeit, Kontrolle und Transparenz unabdingbar. Ein ziviles Label erlangt Glaubwürdigkeit durch seine Unabhängigkeit, damit einhergehend muss es einer stetigen externen Kontrolle unterliegen und für die Konsumenten transparent gemacht werden.

Externe Prüfungen von Produkten, Dienstleistungen, Bildungseinrichtungen und Unternehmen sind unabdingbar, wobei die Finanzierung ein Problem darstellen könnte. In jedem Fall sollte auch die Finanzierung der Prüfungen transparent gestaltet werden, um die Unabhängigkeit auch in diesem Bereich zu gewährleisten.

Weitere zu beachtende Punkte betreffen die Komplexität sowie die Regionalität. Schon bei Beginn des Projekts wurde festgestellt, dass das Stecken einer Grenze schwer ist. Wo beginnt Rüstungsindustrie, wo hört sie auf? In eindeutigen Fällen wie dem Bau von Panzerbauteilen mag eine Schwarz-Weiß-Sicht möglich sein, doch vermehrt geht es um (Teil)Produkte und Güter, beispielsweise Drohnen, Sensoren oder einfach Schrauben. Deren

AbnehmerInnen sind sowohl in der Rüstungsindustrie, aber auch in der zivilen Industrie zu finden. Sollten der Transparenz wegen nicht nur Interessenten des zivilen Labels, sondern auch ihre Lieferanten und Tochterfirmen beleuchtet werden? Dürften Unternehmen, welche Rüstungsaufträge annehmen, kein Label erhalten? Und wären damit deren Dienstleistungen und Produkte kategorisch ausgeschlossen? Dies beträfe viele große, in Bremen ansässige Unternehmen. Airbus beispielsweise würde demnach kein Zivil-Label zustehen, dies würde jedoch die BremerInnen kaum in ihrer Wahl eines Flughafens beeinflussen. Kleine Dienstleister und Unternehmen, welche offensichtlich nicht mit der Rüstungsindustrie kooperieren, machen einen großen Teil Bremens aus. Diese könnten gelabelt werden, ein solches Label hätte allerdings wenig Aussagekraft bzw. deutlich weniger als bei Großunternehmen. Ein solches Vorgehen scheint wenig förderlich, abgesehen vom Aufklärungscharakter.

Bezüglich der angestrebten Regionalität muss gesagt werden, dass eine auf Bremen begrenzte Reichweite deutlich abgesteckt werden muss. Sind nur Produkte etc. aus Bremen betroffen, was ist mit LieferantInnen und anderen Produktionsstätten? Wie wird die Lokalität erhalten, soll diese überhaupt erhalten werden oder ist es aufgrund der hoch globalisierten Welt des Freihandels und Warenverkehrs unmöglich? Falls die Beschränkung auf Bremen überdacht werden sollte stellt sich die Frage, ob „Bremen zu klein und unbedeutend [ist] als dass ein Bremer Anti- Rüstungsetiket hohe Wellen schlagen wird“ (Zitat Buhler)?

Laut der Lebensqualitätsstudie 2016 ist „Frieden“ der Deutschen höchstes Gut. Aber ist Frieden gleichzusetzen mit der Denunzierung eines traditionellen, arbeitsplatzschaffenden deutschen Rüstungsstandortes? Sowohl das Meinungsbild der BremerInnen als auch die Meinungen der interviewten Experten ist sich diesbezüglich nicht ganz einig. Besonders die Bevölkerung fordert aber prinzipiell mehr Informationen bezüglich der Rüstungsindustrie und ihrer Eingriffe in den Alltag. Das Zivil-Label sollte sich also - vorerst - eher positiv darstellen und sich weniger auf das Denunzieren der Rüstung, sondern mehr auf das Informieren und Aufklären der Bremer BürgerInnen besinnen.

UniCon sieht das größte Umsetzungsproblem des zivilen Labels in der Finanzierung. Es muss zwingend darauf geachtet werden, dass die Glaubwürdigkeit nicht durch die Finanzierungsmöglichkeit untergraben wird.

Würde die Finanzierung durch am Label interessierte Unternehmen und Dienstleister sowie Unterstützende stattfinden könnte dies wie Sponsoring in eigener Sache wirken und sowohl unseriös als auch abhängig wirken.

Fände die Finanzierung durch die Regierung statt würde dies ebenfalls unglaubwürdig erscheinen, da sowohl Bundeswehr als auch Rüstungsindustrie durch die Regierung finanziell unterstützt und gefördert wirken. Des Weiteren verdient sie mit dem Import und Export von

Rüstungsgütern Millionen, eine gleichzeitige Förderung eines in die gegenteilige Richtung wirkenden Labels wirkt kontrovers und suspekt.

Die Frage, ob die Regierung ein solches Label überhaupt unterstützen würde ist eine andere, da Bremen ein kleines und finanziell strapaziertes Bundesland ist und das Label regional beschränkt sein soll, ist die Finanzierung durch die Regierung unwahrscheinlich.

Unter Abwägen unserer Analysen und der aktuellen Theorie empfehlen wir, die Idee einer Konzeption des zivilen Labels weiter zu verfolgen. Dabei muss durchgehend darauf geachtet werden, dass sich das Label unabhängig, eindeutig und prägnant entwickelt.

Wir empfehlen außerdem eine verstärkte Auseinandersetzung mit den politischen VertreterInnen des Bundeslandes Bremen, einen Plan zur sicheren, unabhängiger und transparenter Finanzierung des Labels sowie das Überdenken der Idee der Regionalität des Labels.

## **7. Schlussfazit**

Das Ziel der UniCon-Beratungsagentur war es, herauszufinden, ob sich die BremerInnen der Rolle der Rüstungsindustrie in ihrer Stadt bewusst sind und ob sie für ein Label offen sind. Dies können wir anhand unserer Bürgerbefragung und den Experteninterviews bestätigen. Es hat sich gezeigt, dass die Idee eines Labels zur Kennzeichnung ziviler Güter von den von uns befragten BürgerInnen zu großen Teilen befürwortet wird. Fast alle Befragten wünschen sich in mindestens einem der Bereiche ein Label. Weiterhin zeigt sich, dass sich die Menschen besonders im Bereich der Produkte und Bildungseinrichtungen eine Kennzeichnung wünschen. Hierbei würden sie bei Vorhandensein eines Labels Produkte mit eben diesem gegenüber Produkten ohne Label bevorzugen. Doch trotz dieses Wunsches möchten einige nicht, dass Arbeitsplätze aktiv abgebaut werden. Hier zeigt sich die soziale Verantwortung gegenüber den Mitmenschen. Vielmehr wird die Möglichkeit in Betracht gezogen, die Arbeitsplätze entweder beizubehalten oder neu zu strukturieren, sodass den Arbeitnehmern kein Jobverlust droht. Des Weiteren haben wir nach der Informiertheit der BürgerInnen gefragt. Dabei stellten wir fest, dass die Informiertheit davon abhängt, wie lange eine Person in Bremen lebt. Demnach fühlen sich langjährige BewohnerInnen besser über die Rüstungsindustrie informiert als Menschen, die erst kürzlich hinzugezogen sind. Ältere Menschen fühlen sich besser informiert als Jüngere und sind eher kritisch gegenüber der Rüstungsindustrie. Jüngere Menschen fühlen sich schlechter informiert, sind aber gleichzeitig weniger kritisch gegenüber der Rüstungsindustrie. Insgesamt lässt sich sagen, dass die Einführung eines Labels als solches durchaus von der Bevölkerung gewollt ist.

Von den Interviewten haben wir viele Informationen zur Gestaltung eines Labels bekommen. Demnach wäre es sinnvoll, sich zu überlegen, wie so ein Label genau aussehen könnte. Dies ist in diesem Fall besonders interessant, da es vier Teilbereiche gibt, die zwar alle unterschiedlich sind, aber dennoch durch ein Label markiert werden sollen. Daher sollte man ein Symbol wählen, das zu allen vier Bereichen passt.

Des Weiteren wurde in den Interviews deutlich, dass man Rüstung nicht automatisch als gut oder schlecht betiteln kann. Wichtig ist, zu unterscheiden, an wen Rüstungsgüter exportiert werden. Transparenz ist ein wichtiger Punkt, jedoch wird darauf hingewiesen, dass diese von den Unternehmen selbst kommen muss. Wie die Ausführung der Kennzeichnung durchgeführt werden sollte, ruft geteilte Meinungen hervor. Ob nun ein Label oder ein freiwilliges Bekenntnis, beide Arten werden von den Experten mehrheitlich als gut befunden. Jedoch ist fraglich, wie die Einführung eines Labels gestaltet werden soll. Dabei wurde viel über das Argument gesprochen, das ein Zwang zur Kennzeichnung kontraproduktiv sei. Insbesondere wenn es um die ethische Verantwortung der Unternehmen geht, sollte man bedenken, dass eine Freiwilligkeit den guten Willen der Unternehmen symbolisiert. Als Beispiel wurde die Zivilklausel an der Universität Bremen genannt. Diese wird immer wieder ausgedehnt und umgangen. Weiterhin muss man bedenken, dass die Welt sich in den letzten Jahren stark globalisiert hat und die Handelswege heute viel weiter sind. Das macht es oftmals schwer, alle Fertigungsstationen lückenlos nachzuvollziehen. Daher muss auch hier überlegt werden, wie eine Label dieses Problem aufgreifen kann.

Wenn nun alle angesprochenen Argumente, positiv wie negativ, berücksichtigt werden, sind wir zuversichtlich, dass der Entwicklung und Einführung eines Labels ziviler Produkte nichts im Wege stehen wird. Die Handlungsempfehlungen geben der Stiftung für Rüstungskonversion und Friedensforschung Anreize zur Gestaltung eines Labels. Dabei ist anzumerken, dass diese bei Bedarf ergänzt oder abgeändert werden können, falls im weiteren Verlauf der Gestaltung eines Labels neue Erkenntnisse zu Tage kommen. Insgesamt haben wir mit unseren Untersuchungen festgestellt, dass sowohl die BremerInnen als auch die Experten ein generelles Interesse an einer Kennzeichnung von zivilen Produkten usw. haben und wir sind zuversichtlich, dass dieses Ziel erreicht wird.

## 8. Abbildungsverzeichnis

Abb. 2.1	Erläuterungen zur Bewertungsmatrix (vgl. Label 2017)	7
Abb. 2.2	Siegelvergabe (vgl. Entgartner 2014:5 (in Anlehnung an: Retzmann 2006: 289))	10
Abb. 2.3	Dachlabel (vgl. Eberle et al. 2011: 16)	14
Abb. 4.1	Verteilung der Befragten nach Wohnort/Bezirk im Vergleich zur realen räumlichen Verteilung der Bevölkerung in Bremen (in Prozent)	28
Abb. 4.2	Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie	29
Abb. 4.3	Akzeptanz der Rüstungsindustrie (Mittelwerte) bei Frauen und Männern	30
Abb. 4.4	Akzeptanz der Rüstungsindustrie (Mittelwerte) nach Altersgruppen	30
Abb. 4.5	Subjektiver Informationsstand (Mittelwert über alle Befragten und alle Bereiche)	32
Abb. 4.6	Mittelwert der subjektiven Informiertheit nach Rüstungsakzeptanz	33
Abb. 4.7	Subjektive Informiertheit nach Geschlecht	33
Abb. 4.8	Subjektive Informiertheit nach Alter	34
Abb. 4.9	Subjektive Informiertheit und Wohndauer in Bremen	34
Abb. 4.10	Einschätzung des Stellenwertes der Rüstungsindustrie in Bremen	35
Abb. 5.11	Einschätzung der Rolle Bremens in der gesamtdeutschen Rüstungsindustrie	35

Abb. 4.12	Wissen und subjektive Informiertheit	36
Abb. 4.13	Enthaltungen	37
Abb. 4.14	Enthaltungen nach subjektivem Informationsstand	37
Abb. 4.15	Mindestens ein Labelwunsch	39
Abb. 4.16	Anzahl Labelwünsche der Befragten	39
Abb. 4.17	Höchstens zwei oder mehr als zwei Labelwünsche	40
Abb. 4.18	Durchschnittliche Anzahl an Labelwünschen von Männern und Frauen im Vergleich	41
Abb. 4.19	Durchschnittliche Anzahl an Labelwünschen von RüstungsbefürworterInnen und RüstungskritikerInnen im Vergleich	42
Abb. 4.20	Subjektive Informiertheit und Labelwunsch	43
Abb. 4.21	Beeinflussung des Wahlverhaltens durch ein Label	44

## 9. Tabellenverzeichnis

Tab. 2.1	Ökologie, Ökonomie, Soziales (vgl. Entgartner 2014: 5)	8
Tab. 4.1	Haltung gegenüber der Rüstungsindustrie	29
Tab. 4.2	Subjektiver Informationsstand	31

Tab. 4.3	Wünschen Sie sich ein Label für ...?	38
Tab. 4.4	Labelwunsch nach Geschlecht	39
Tab. 4.5	Beeinflussung des Wahlverhaltens durch ein Label	42
Tab. 4.6	SWOT-Tabelle der Expertenaussagen zur Umsetzbarkeit eines ‚Zivil-Labels‘ im Rüstungsstandort Bremen	47 + 47

## 10. Bibliographie

Ausschuss für Bundes- und Europaangelegenheiten, internationale Kontakte und Entwicklungszusammenarbeit der Bremischen Bürgerschaft (2016): TOP 5 Stand der Umsetzung der Entwicklungspolitischen Leitlinien der Freien Hansestadt Bremen.

<http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:R3zuV7hjPUAJ:www.lafez.bremen.de/sixcms/media.php/13/Bericht%2520Umsetzungsstand%2520Entwicklungspolitische%2520Leitlinien%2520Bremen.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=de&client=firefox-b-ab> (Zugegriffen: 24.02.2017).

Baake, Reiner (2015): Schriftliche Fragen an die Bundesregierung im Monat Juli 2015 Fragen Nr. 134 und 135. Staatssekretär. <http://www.spiegel.de/media/media-37306.pdf> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Balmer, Rudolf (2015): Fusion in der Rüstungsindustrie Die vereinten Panzerbauer Europäische Einigung: Der deutsche Konzern KMW und das französische Staatsunternehmen Nexter wollen ihre Fusion in Paris besiegeln. Taz.de. <http://www.taz.de/!5213306/> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Bartels, Hans-Peter (2017): Unterrichtung durch den Wehrbeauftragten Jahresbericht 2016 (58. Bericht). Deutscher Bundestag. Drucksache 18/10900. <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/18/109/1810900.pdf> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Bremische Bürgerschaft (2008): Plenarprotokoll 28. Sitzung am Donnerstag, dem 11. September 2008. [http://www.gruene-fraktion-bremen.de/fileadmin/media/LTF/fraktionbremen\\_de/homepage/buergerschaft\\_sachiv/plenarprotokoll\\_landtag\\_28\\_sitzung\\_am\\_11/plenarprotokoll\\_landtag\\_28\\_sitzung\\_am\\_11.pdf](http://www.gruene-fraktion-bremen.de/fileadmin/media/LTF/fraktionbremen_de/homepage/buergerschaft_sachiv/plenarprotokoll_landtag_28_sitzung_am_11/plenarprotokoll_landtag_28_sitzung_am_11.pdf) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Bremische Bürgerschaft (2017): Sitzplan der 19. Wahlperiode. <https://www.bremischebuergerschaft.de/index.php?id=348> (Letzter Zugegriffen: am 21.02.2017).

Bauer, Rudolph; Böhrnsen, Sören; Drewes, Hartmut; Eick, Volker; Gössner, Ralf; Henken, Lühr; Hey, Heike; Höhl, Christoph; Kolling, Andrea; Lentz, Ekkehard; Leonidakis, Sofia; Schlusche, Torsten; Schulze, Dietrich; Streibl, von Hodenberg; von Hodenberg, Ralf; Boehne, Wieland Klaus (2011): Erfolgsgeschichten aus Bremen? Rüstungsstandort an Der Weser. Produktion, Forschung und

Perspektiven. Bremen: Bremer Friedensforum.

Bassen, Alexander; Jastram, Sarah; Meyer, Katrin (2005): Corporate Social Responsibility: eine Begriffserläuterung. In Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik 6, 231-236. Mering: Rainer Hampp Verlag.

Baur, Nina (2008): Das Ordinalskalensproblem. In: Datenanalyse mit SPSS für Fortgeschrittene. 279 – 289. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Bleyl, Henning (2016): Bremer Zivilklausel-Streit Oliv ist keine Grauzone. taz.de. <http://www.taz.de/!5303000/> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Bortz, Jürgen; Döring, Nicola (1995): Forschungsmethoden und Evaluation für Sozialwissenschaftler. Berlin: Springer.

Bundesministerium der Verteidigung (2017): Dossier: Rüstungsangelegenheiten. [https://www.bmvg.de/portal/a/bmvg/start/journal/dossiers/ruestungsangElegenheiten!/ut/p/z1/hU5NC4IwGP4tHbzufVVM67agi1glBukusXRNyZmZS\\_v5GZ6CpOf2fPIAgxxYy4dGctvolquJF2x92UXJkfE2nhfE2R5pEKeJezi6iB6c\\_wXYZOMCKEJWCsimjXB514QMGLA7H\\_iLdNpYJSzh5echFDVvKyVVSXdJZiIFjpa\\_zddpe\\_UqCM-lmjDDkaSa5trbrtw46O14jkVpLJUgIHPzVqHVvlf8KQvfiR\\_QDNSR09QZuzWe\\_/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/#Z7\\_B8LTL29225JSE0A5JPL1MN1007](https://www.bmvg.de/portal/a/bmvg/start/journal/dossiers/ruestungsangElegenheiten!/ut/p/z1/hU5NC4IwGP4tHbzufVVM67agi1glBukusXRNyZmZS_v5GZ6CpOf2fPIAgxxYy4dGctvolquJF2x92UXJkfE2nhfE2R5pEKeJezi6iB6c_wXYZOMCKEJWCsimjXB514QMGLA7H_iLdNpYJSzh5echFDVvKyVVSXdJZiIFjpa_zddpe_UqCM-lmjDDkaSa5trbrtw46O14jkVpLJUgIHPzVqHVvlf8KQvfiR_QDNSR09QZuzWe_/dz/d5/L2dBISEvZ0FBIS9nQSEh/#Z7_B8LTL29225JSE0A5JPL1MN1007) (Zugegriffen: 21.02.2017).

Bundesregierung (2015): Bericht der Bundesregierung über ihre Exportpolitik für konventionelle Rüstungsgüter im Jahr 2014 (Rüstungsexportbericht 2014). Unterrichtung durch die Bundesregierung. Deutscher Bundestag. Drucksache 18/5340. <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/18/053/1805340.pdf> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Bundesverband der Deutschen Sicherheits- und Verteidigungsindustrie: FAQ – häufig gestellte Fragen und Antworten 2. Was sind Dual-Use-Güter? Bundesverband der Deutschen Sicherheits- und Verteidigungsindustrie. <http://www.ruestungsindustrie.info/faq> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Bundeszentrale für politische Bildung (2012): Globaler Waffenhandel - Übersicht und aktuelle Dynamiken. <http://sicherheitspolitik.bpb.de/konventionelle-waffen/hintergrundtextem5/globaler-waffenhandel-uebersicht-und-aktuelle-dynamiken> (Zugegriffen: 05.02.2017)

Bundeszentrale für politische Bildung (2013). Waffenhandel: China fünftgrößter Rüstungsexporteur. [http://www.bpb.de/politik/hintergrund\\_aktuell/156757/china-fuenftgroesster-ruestungsexporteur-18-03-2013](http://www.bpb.de/politik/hintergrund_aktuell/156757/china-fuenftgroesster-ruestungsexporteur-18-03-2013) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Cavaliere, Maurizio Andreas (2013): Mehr Gerechtigkeit, weniger Waffen!. SPD.de. [https://www3.spd.de/20130827\\_mehr\\_gerechtigkeit\\_weniger\\_waffen.html](https://www3.spd.de/20130827_mehr_gerechtigkeit_weniger_waffen.html) (Zugegriffen: 21.02.2017).

CDU Bürgerschaftsfraktion Bremen (2013): ausguck 2.13 Das Magazin der CDU-Bürgerschaftsfraktion im Land Bremen CDU SAGT DIEBEN UND EINBRECHERN DEN KAMPF AN. [https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=17&cad=rja&uact=8&ved=0ahUK EwjZvfjM-IDSaHUBDcAKHa\\_4B3o4ChAWCDowBg&url=http%3A%2F%2Fwww.cdu-fraktion-bremen.de%2Fdownload%3Fdokument%3D1%26file%3D2\\_ausguck\\_2\\_131.pdf&usq=AFQjCNE3fABxgketuDV2N\\_V01A7uFCPg3A](https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=17&cad=rja&uact=8&ved=0ahUK EwjZvfjM-IDSaHUBDcAKHa_4B3o4ChAWCDowBg&url=http%3A%2F%2Fwww.cdu-fraktion-bremen.de%2Fdownload%3Fdokument%3D1%26file%3D2_ausguck_2_131.pdf&usq=AFQjCNE3fABxgketuDV2N_V01A7uFCPg3A) (Zugegriffen: 23.02.2017).

CDU Bürgerschaftsfraktion Bremen (2015): Neues Vertrauen in Bremen Wahlprogramm der CDU Bremen für die 19. Legislaturperiode der Bremischen Bürgerschaft beschlossen, am 23. Februar 2015. CDU Landesverband Bremen. <https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=4&ved=0ahUKEwjewsbr4KbSAhVlxxQKHcCYDTAQFggMAM&url=http%3A%2F%2Fwww.cdu->

[bremen.de/2Fimage%2FInhalte%2Ffile%2FWahlprogramm\\_2015.pdf&usg=AFQjCNHW3XXHg9BN8NIZpTbvTaL6-tmLg&cad=rja](http://www.bremen.de/2Fimage%2FInhalte%2Ffile%2FWahlprogramm_2015.pdf&usg=AFQjCNHW3XXHg9BN8NIZpTbvTaL6-tmLg&cad=rja) (Zugegriffen: 23.02.2017).

CDU/CSU Bundestagsfraktion (2013): CDU/CSU Regierungsprogramm 2013-2017. [http://www.csu.de/programm/cdu\\_csu\\_regierungsprogramm\\_2013-2017/files/assets/basic-html/page124.html](http://www.csu.de/programm/cdu_csu_regierungsprogramm_2013-2017/files/assets/basic-html/page124.html) (Zugegriffen: 23.02.2017).

CDU Landesverband Bremen (2013): Motschmann: „Die GEW schadet dem Ansehen der Bundeswehr“. <http://www.cdu-bremen.de/index.php?ka=1&ska=2&idn=30> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Dewitz, Christian (2014): Abschied von einem Pionier der Luft- und Raumfahrtindustrie. bundeswehr-journal. <http://www.bundeswehr-journal.de/2014/abschied-von-einem-pionier-Der-luft-und-raumfahrtindustrie/> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Deutscher Bundestag (2013): Die Beschlüsse des Bundestages vom 5. bis 7. Juni Namentliche Abstimmung. [https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2013/45033928\\_kw23\\_angenommen\\_abgelehnt/212582](https://www.bundestag.de/dokumente/textarchiv/2013/45033928_kw23_angenommen_abgelehnt/212582) (Zugegriffen: 21.02.2017).

Deutscher Bundestag (2016). Rüstungsverbot abgelehnt Wirtschaft und Energie/Ausschuss – 09.11.2016. Deutscher Bundestag Presse. <https://www.bundestag.de/hib?url=L3ByZXNzZS9oaWlVMIjAxNjExLy0vNDc5NTQ2&mod=mod454590> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Die Grünen: Außen-, Friedens-, und Sicherheitspolitik. Die Grünen Bundestagsfraktion. <https://www.gruene.de/en/themen/frieden-globalisierung/aussen-friedens-und-sicherheitspolitik.html> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Die Grünen Landesverband Bremen (2011): Wir bleiben dran Wahlprogramm Bremen 2011. <https://gruene-bremen.de/archiv/buergerschaftswahl-2015/wahlprogramm-2015/> (Zugegriffen: 23.02.2015).

Die Grünen Landesverband Bremen (2015): Wahlprogramm 2015 Ganz Klar Grün. <https://gruene-bremen.de/archiv/buergerschaftswahl-2015/wahlprogramm-2015/> (Zugegriffen: 23.02.2015).

Diekmann, Andreas (2008): Empirische Sozialforschung. Grundlagen, Methoden, Anwendungen. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch Verlag.

Die Linke Bürgerschaftsfraktion (2015a): Sozial, das muss drin sein. DIE LINKE Bürgerschaftswahlprogramm Land Bremen 2015. Die Linke. [http://www.dielinke-bremen.de/fileadmin/user\\_upload/Wahlen\\_2015/Wahlprogramm\\_2015/LinkeBRE\\_LTW15\\_Langwahlprogramm\\_Web.pdf](http://www.dielinke-bremen.de/fileadmin/user_upload/Wahlen_2015/Wahlprogramm_2015/LinkeBRE_LTW15_Langwahlprogramm_Web.pdf) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Die Linke Bürgerschaftsfraktion (2015b): Militärische, wehrtechnische, rüstungs- und sicherheitsrelevante Forschung und Lehre an den öffentlichen Hochschulen in Bremen und Bremerhaven sowie an den außeruniversitären Forschungseinrichtungen. Drucksache 19/92. Fraktion die Linke. [https://www.bremische-buergerschaft.de/drs\\_abo/2015-10-01\\_Drs-19-92\\_5034a.pdf](https://www.bremische-buergerschaft.de/drs_abo/2015-10-01_Drs-19-92_5034a.pdf) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Die Linke Bürgerschaftsfraktion (2016): Studiengangskooperation mit der Bundeswehr an der Hochschule Bremen. Drs. 19/.... Fraktion die Linke. [https://www.bremische-buergerschaft.de/drs\\_abo/2017-01-12\\_KIA-2017-01-11%20Studiengangskooperation%20mit%20der%20Bundeswehr%20an%20der%20Hochschule%20B](https://www.bremische-buergerschaft.de/drs_abo/2017-01-12_KIA-2017-01-11%20Studiengangskooperation%20mit%20der%20Bundeswehr%20an%20der%20Hochschule%20B)

[remen\\_8c2b7.pdf](#) (Zugegriffen:23.02.2017).

Die Welt (2012): SIPRI-BERICHT Waffenhersteller machen 411,1 Milliarden Umsatz. Die Welt. <https://www.welt.de/politik/ausland/article13889751/Waffenhersteller-machen-411-1-Milliarden-Umsatz.html> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Die Zeit (2015): Bundeswehr: "Wir sind hier der Kriegsgott" Rüstungskonzerne übernehmen bei der Bundeswehr Aufgaben von Soldaten. Das erworbene Wissen verkaufen sie ins Ausland. Die Zeit online. <http://www.zeit.de/2015/34/bundeswehr-ruestungsindustrie-hilfssoldaten/seite-2> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Die Zeit (2016): ThyssenKrupp: Razzia wegen Verdachts auf Schmiergeldzahlungen. Zeit online. <http://www.zeit.de/wirtschaft/unternehmen/2016-06/thyssenkrupp-razzia-Schmiergeld-essen> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Dohmen, Caspar (2011): Hauptsache, man fühlt sich gut. Süddeutsche Zeitung. Heft, 28.06.11, 23. München: Süddeutscher Verlag.

Eberle, Ulrike; Spieller, Spiller; Becker, Tilman; Heißenhuber, Alois; Leonhäuser, Ingrid-Ute; Sundrum, Albert (2011): Politikstrategie Foodlabeling, Gemeinsame Stellungnahme der Wissenschaftlichen Beiräte für Verbraucher- und ernährungspolitik sowie Agrarpolitik des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz. [http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Agrarpolitik/2011\\_10\\_Politikstrategie\\_FoodLabelling.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](http://www.bmel.de/SharedDocs/Downloads/Ministerium/Beiraete/Agrarpolitik/2011_10_Politikstrategie_FoodLabelling.pdf?__blob=publicationFile) (Zugriff am 23.02.2017).

Entgartner, Tim (2014): Umwelt- und Sozialsiegel: Wie informativ und glaubwürdig sind sie? Zur Aufhebung von Informationsasymmetrien beim ethischen Konsum von Waren. In Wirtschafts und Unternehmensethik. Hrsg. Thomas von Retzmann; Tillmann Grammes. Taunus: Wochenschau Verlag.

Eurich, Johannes; Brink, Alexander (2003): „Anerkennung als Voraussetzung gesellschaftlicher Teilhabe“. In Zeitschrift für Wirtschafts- und Unternehmensethik, 325-344. Mering: Rainer Hampp Verlag.

Freie Hansestadt Bremen (2016): Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen Wie die Raumfahrtforschung unser Leben verändert. Freie Hansestadt Bremen. <http://landesportal.bremen.de/senat/45629739> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Freie Demokratische Partei Landesverband Bremen (2015): Freie Demokraten FDP FÜR BREMEN UND BREMERHAFEN. Freie Demokratische Partei Landesverband Bremen e.V. [http://www.fdp-bremen.de/backend/uploads/fdp\\_wahlprogramm\\_2015\\_fuer\\_bremen\\_und\\_bremerhaven\\_index.pdf](http://www.fdp-bremen.de/backend/uploads/fdp_wahlprogramm_2015_fuer_bremen_und_bremerhaven_index.pdf) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Friedrichs, Hauke; Fuchs, Christian (2015): Bundeswehr: "Wir sind hier der Kriegsgott" Rüstungskonzerne übernehmen bei der Bundeswehr Aufgaben von Soldaten. Das erworbene Wissen verkaufen sie ins Ausland. Zeit online. <http://www.zeit.de/2015/34/bundeswehr-Ruestungsindustrie-hilfssoldaten> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Geyer, Steven (2015): Vor allem Lieferungen an arabische Staaten sorgen für Anstieg / Opposition kritisiert Wirtschaftsminister Gabriel Rüstungsexporte auf Rekordkurs. Weser Kurier. [http://www.weser-kurier.de/startseite\\_artikel,-Ruestungsexporte-auf-Rekordkurs-\\_arid,1184183.html](http://www.weser-kurier.de/startseite_artikel,-Ruestungsexporte-auf-Rekordkurs-_arid,1184183.html) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Ghazinoory, Sepehr; Mansoureh, Abdi; Mandana, Azadegan-Mehr (2011). Swot Methodology: A State-of-the-Art Review for the Past, A Framework for the Future. In Journal of Business Economics 62

and Management. Heft 12, 24-48. Wiesbaden: Springer Verlag.

GKKE (2013): Rüstungsexportbericht der GKKE.

[https://www.bicc.de/fileadmin/Dateien/pdf/press/2013/Publications/Othe\\_Publications/REB\\_2013\\_f%C3%BCr\\_Bundespressekonferenz.pdf](https://www.bicc.de/fileadmin/Dateien/pdf/press/2013/Publications/Othe_Publications/REB_2013_f%C3%BCr_Bundespressekonferenz.pdf) (Zugegriffen 05.02.2017).

Grobien, Susanne; Bruch, Thomas von; Röwekamp, Thomas; CDU Fraktion (2016): Arbeit von Hochschulen und Bundeswehr stärken – Kooperationen unterstützen. Drucksache 19/457. CDU Fraktion. [https://www.bremische-buergerschaft.de/drs\\_abo/2016-05-24\\_Drs-19457\\_e17d4.pdf](https://www.bremische-buergerschaft.de/drs_abo/2016-05-24_Drs-19457_e17d4.pdf) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Günther, Martin (1999): Gemeinschaftsinitiative KONVER II (1994-99) Jahresbericht 1999. Der Senator für Wirtschaft und Häfen.

[https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKeWj1sYPowZ\\_SAhUEESwKHTaGDpgQFggfMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.efre-bremen.de%2Fsixcms%2Fmedia.php%2F13%2FK2\\_b99.pdf&usq=AFQjCNGXVGJ0bo7J3SixLJnyMVZHzOdEhG](https://www.google.de/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=2&cad=rja&uact=8&ved=0ahUKeWj1sYPowZ_SAhUEESwKHTaGDpgQFggfMAE&url=http%3A%2F%2Fwww.efre-bremen.de%2Fsixcms%2Fmedia.php%2F13%2FK2_b99.pdf&usq=AFQjCNGXVGJ0bo7J3SixLJnyMVZHzOdEhG) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Günther, Martin (2016): Vorlage für die Sitzung des Ausschusses für Bundes- und Europaangelegenheiten, internationale Kontakte und Entwicklungszusammenarbeit im Lande Bremen Fragenkatalog der Fraktion Die Linke zum Thema „Rüstungsexporte als Fluchtursache und die Rolle Bremens als Rüstungshochburg“. Das Ressort - Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen.

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tzaNaG5A1QMJ:www.bund-europa-ausschuss.bremen.de/sixcms/media.php/13/TOP%2520I.4%25202016\\_04\\_05\\_BEA%2520Bericht\\_R%25FCstungsexporte\\_final\\_BV.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=de&client=%20firefox-b-%20ab](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:tzaNaG5A1QMJ:www.bund-europa-ausschuss.bremen.de/sixcms/media.php/13/TOP%2520I.4%25202016_04_05_BEA%2520Bericht_R%25FCstungsexporte_final_BV.pdf+&cd=1&hl=de&ct=clnk&gl=de&client=%20firefox-b-%20ab) (Zugegriffen: 21.02.2015).

Hacke, Constanze (2012): Steuern und Finanzen Grundsätze der Steuerpolitik. Bundeszentrale für politische Bildung. <http://www.bpb.de/izpb/147061/grundsaeetze-der-steuerpolitik?p=all> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Haug, Kristin (2011): Forschungsfinanzierung: Wissen schaffen ohne Waffen! Universitäten sollten nicht für Unternehmen forschen, die das Militär beliefern, sagt Kristin Haug. Zeit online. <http://www.zeit.de/campus/2011/05/studieren-zivilklausur> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Himmelrath, Armin. 2015. Antreten im Klassenzimmer! Bundeswehr an Schulen. Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/lebenundlernen/schule/bundeswehr-an-schulen-30-millionen-euro-fuer-nachwuchswerbung-a-1027935.html> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Henken, Lühr (2011): Rüstungsstandort Bremen. In: Bremer Friedensforum, Hrsg. Bremische Stiftung für Rüstungskonversion und Friedensforschung; Die Linke; Fraktion der Bremischen Bürgerschaft; Deutsche Friedensgesellschaft (DFG-VK); Abrüstungsinitiative Bremer Kirchengemeinden; AstA der Universität Bremen, 10 – 37. Bremen: Bremer Friedensforum.

Hegmann, Gerhard (2013): Torpedo-Allianz wird zum Rohrkrepierer. welt.de. <https://www.welt.de/wirtschaft/article119467676/Torpedo-Allianz-wird-zum-Rohrkrepierer.html> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Heinrich, Gudrun (2002): Kleine Koalitionspartner in Landesregierungen Zwischen Konkurrenz und Kooperation. Opladen: Leske + Büdlich.

Hill, Terry; Westbrook, Roy (1997): SWOT Analysis: It's Time for a Product Recall. Long Range Planning. Heft 30. 4-5, 46-52.

Hipp, Dietmar (2014): Urteil in Karlsruhe Ein guter Tag für die Rüstungsindustrie. Spiegel Online. <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/ruestungsexporte-Verfassungsgericht-laesst-geheimhaltung-der-regierung-zu-a-998462.html> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Kunze, Anne (2012): Nicht noch mehr Labels: Die meisten Gütesiegel führen den Verbraucher in die Irre. Zeit Online. <http://www.zeit.de/2012/03/Verbraucher-Guetesiegel>. (Zugriffen: 22.02.2017).

Hodenberg, von Wieland (2014): Bremen ist eine Rüstungshochburg Podiums-Referat auf dem ZU-Pressefest der DKP am 29.06.2014 in Dortmund Remilitarisierung nach 1945. <http://news.dkp.suhail.uberspace.de/2014/07/bremen-ist-eine-Ruestungshochburg/> (Zugriffen: 23.02.2017).

Kolfhaus, Stephan A.; Teitscheid, Petra (2015): Neues Dachlabel für nachhaltig erzeugte Lebensmittel: Ergebnisse einer Fallstudie des Masterstudiengangs Nachhaltige Dienstleistungs- und Ernährungswirtschaft. In Der verantwortungsvolle Verbraucher Aspekte des ethischen, nachhaltigen und politischen Konsums. Hrsg. Christian von Bala und Wolfgang Schuldzinski, Bd. 387-109.

Kolling, Andrea (2015): 3.000 ANSCHLÄGE AUF DIE KOALITION: ANDREA KOLLING ERKLÄRT, WELCHE RÜSTUNGSPOLITIK DER SENAT VERFOLGEN SOLLTE Dr. Carsten Sieling und der kleine grüne Drache. Taz online. <http://www.taz.de/!880223/> (Zugriffen: 21.02.2017).

Label Online (2017): Unsere Bewertung. <http://label-online.de/unsere-bewertung/> (Zugriff am 22.02.2017).

Mayer, Claudia (2003): Umweltsiegel im Welthandel: Eine institutionenökonomische Analyse am Beispiel der globalen Warenkette von Kaffee, Hrsg. Haraldt von Bathelt; Jörg Bendix; Helmut Brückner; Georg Miehe; Michaela Paal; Christian Opp; Pletsch, Alfred; Marburg an der Lahn: Selbstverlag der MarburgerGeographischen Gesellschaft e.V.

Mayer, Horst Otto (2009): Interview und schriftliche Befragung. Entwicklung, Durchführung. Oldenburg: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.

Neuhaus, Carla (2016): Geldinstitute in der Kritik. Banken finanzieren Rüstungsfirmen mit Milliarden. Der Tagesspiegel. <http://www.tagesspiegel.de/wirtschaft/geldinstitute-in-der-kritik-banken-finanzieren-ruestungsfirmen-mit-milliarden/13418398.html> (Zugriffen: 23.02.2017).

Nier, Jan (2009): Rüstungshochburg Dank Bremen gut gerüstet. taz.de. <http://www.taz.de/!5162913/> (Zugriffen: 23.02.2017).

Mai, Ralf; Micheel, Frank (2008): Die regionale Bevölkerungsentwicklung. In Einfluss des demographischen Wandels auf die föderalen Finanzstrukturen, Hrsg. Ralf Mai und Frank Michael, 15–52. Berlin: Pro Business.

Mutschler, Max M. (2014): Die Regulierung des internationalen Waffenhandels. Bundeszentrale für politische Bildung. <http://www.bpb.de/apuz/190111/die-regulierung-des-internationalen-waffenhandels?p=all> (Zugriffen: 23.02.2017).

n-tv (2014): Ab ins Ausland? Rüstungskonzerne drohen der Regierung Ein Freund von Waffenexporten ist Wirtschaftsminister Gabriel nicht - das hat er immer wieder deutlich gemacht. Die deutsche Rüstungsindustrie ist auch nicht gut auf den Minister zu sprechen und droht ihm nun. n-tv.de. <http://www.n-tv.de/wirtschaft/Ruestungskonzerne-drohen-der-Regierung-article13643991.html> (Zugriffen: 21.02.2017).

Partei die Linke Parteivorstand (2008): Die Reden: Lothar Bisky, Oskar Lafontaine, Gabi Zimmer, Gregor Gysi Die Beschlüsse: Eine starke Linke für eine andere, bessere Politik ...Die Diskussionen: Berichte von den Debatten Die Wahlen: neuer Vorstand, neue Kommissionen Die Medien: der Parteitag in Presse und Fernsehen. DISPUT Heft Juni 2008. Berlin: Neue Zeitungsverwaltung GmbH. [https://www.die-linke.de/fileadmin/download/disput/2008/disput\\_juni2008.pdf](https://www.die-linke.de/fileadmin/download/disput/2008/disput_juni2008.pdf) (Zugriffen: 23.02.2017).

Pauli, Ralf (2016): Hochschule Bremen und Zivilklausel. Uniform im Hörsaal. taz.de. <http://www.taz.de/!5331942/> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Pollrich, Martin; Wagner, Lilo (2013): Gütesiegel: Zu detaillierte Angaben können die Funktionsfähigkeit der Zertifikate schmälern. Heft 80, 15-18. Berlin: DIW- Wochenbericht.

Radio Bremen (2012): Eine Branche mit Tradition Rüstungsstandort Bremen. Radio Bremen online. <http://www.radiobremen.de/politik/dossiers/ruestung/ruestungsstandort100.html> (Zugegriffen: 23.02.2017).

radio bremen (2013): Rüstungsstandort Bremen. Wer produziert hier? Das „Who-is-who“ der Branche. <http://www.radiobremen.de/politik/dossiers/ruestung/ruestungsstandort104.html> (Zugegriffen: 23.02.2017).

radio bremen (2016): Abkommen mit Kanada Bremer SPD lehnt Ceta ab. <http://www.radiobremen.de/politik/nachrichten/spd-ceta100.html> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Retzmann, Thomas (2006): Didaktik der berufsmoralischen Bildung in Wirtschaft und Verwaltung. Eine fachdidaktische Studie zur Innovation der kaufmännischen Berufsbildung. Norderstedt: Books on Demand.

Röhling, Lisa-Maria (2016): Jugend im Parlament Frischer Wind im Plenarsaal. Weser Kurier. [http://www.weser-kurier.de/bremen/bremen-stadtreport\\_artikel,-Frischer-Wind-im-Plenarsaal-arid,1465858.html](http://www.weser-kurier.de/bremen/bremen-stadtreport_artikel,-Frischer-Wind-im-Plenarsaal-arid,1465858.html) (Zugegriffen: 23.02.2017).

Schmidt, Imke (2016): Consumer Social Responsibility. Gemeinsame Verantwortung für nachhaltiges Konsumieren und Produzieren. Wiesbaden: Springer VS.

Schule ohne Rassismus - Schule mit Courage (2017): Förderung von Zivilcourage Wer wir sind. <http://www.schule-ohne-rassismus.org/wer-wir-sind/> (Zugegriffen: 23.02.2017).

SPD Landesverband Bremen (2013): „Rüstungsexporte strikter kontrollieren!“ Anlässlich des Antikriegstages am 1. September 2013 erklärt Sarah Ryglewski, stellvertretende SPD-Landesvorsitzende und Mitglied der Bremischen Bürgerschaft. SPD Landesverband Bremen. [http://www.spd-land-bremen.de/Ruestungsexporte\\_strikter\\_k...html](http://www.spd-land-bremen.de/Ruestungsexporte_strikter_k...html) (Zugegriffen: 21.02.2017).

SPD Landesverband Bremen (2015a): Entwurf des SPD-Regierungsprogramms 2015 – 2019. SPD Landesverband Bremen. [www.spd-landbremen.de/Binaries/Binary12878/Entwurf\\_Regierungsprogramm\\_...pdf](http://www.spd-landbremen.de/Binaries/Binary12878/Entwurf_Regierungsprogramm_...pdf) (Zugegriffen: 21.02.2017).

SPD Landesverband Bremen (2015b): SPD Leben, arbeiten, lernen, wohnen ... in Bremen und Bremerhaven Regierungsprogramm 2015-2019. [http://www.spd-land-bremen.de/Binaries/Binary12878/Entwurf\\_Regierungsprogramm\\_...pdf](http://www.spd-land-bremen.de/Binaries/Binary12878/Entwurf_Regierungsprogramm_...pdf) (Zugegriffen: 21.02.2017).

Spiegel (2014): CDU kritisiert Gabriels Rüstungspolitik. Spiegel online. <http://www.spiegel.de/spiegel/vorab/cdu-kritisiert-gabriels-ruestungspolitik-a-992830.html> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Steinmeyer, Frank-Walter; SPD Fraktion (2012): Frühzeitige Veröffentlichung der Rüstungsexportberichte sicherstellen – Parlamentsrechte über Rüstungsexporte einführen. Antrag Deutscher Bundestag. Drucksache 17/9188. <http://dip21.bundestag.de/dip21/btd/17/091/1709188.pdf> (Zugegriffen: 21.02.2017).

Statistisches Landesamt Bremen (2016): Bremen in Zahlen 2016. [www.statistik.bremen.de/sixcms/media.php/13/biz2016\\_pdfa.pdf](http://www.statistik.bremen.de/sixcms/media.php/13/biz2016_pdfa.pdf) (Zugegriffen: 14.02.2017).

Stier, Winfried (1999): Empirische Forschungsmethoden. Berlin: Springer.

Süddeutsche Zeitung (2014): Rheinmetall gibt Bestechung bei Rüstungsdeal zu. sueddeutsche.de. <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/korruption-rheinmetall-gibt-Bestechung-bei-ruestungsdeal-zu-1.2261583#redirectedFromLandingpage> (Zugegriffen: 23.02.2017).

taz (2014): Kritik an von der Leyens Rüstungspolitik „Warum die U-Boote aufgeben?“ Verteidigungsministerin von der Leyen will im Rüstungssektor nur noch einige Schlüsseltechnologien fördern. Kritik kommt von links und rechts. taz.de. <http://www.taz.de/!5031260/> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Verbraucher konkret (2017): Basiswissen Labels. 2017. Hrsg. Barbara Stocker. Berlin: VERBRAUCHER INITIATIVE e.V.

Quazi, Ali M.; O'Brien, Dennis (2000): „An Empirical Test of a Cross-national Model of Corporate Social Responsibility“. In: Journal of Business Ethics, Heft 25, 33-51. Dordrecht: Springer Netherlands.

Ulshöfer, Gotlind; Bonnet, Gesine (2009): Corporate Social Responsibility auf dem Finanzmarkt: Nachhaltiges Investment-Politische Strategien- ethische Grundlagen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.

Umweltbank (2017): Die Bank für die Umwelt. <https://www.umweltbank.de/umweltbank/default.html> (Zugegriffen: 23.02.2017).

Wölbart, Christian (2013): Fair & Green IT: Kritisieren ist einfach, besser machen schwierig. c't Blog. 15. <http://heise.de/-1861216> (Zugriff am 23.02.2017).

Wollny, Volrad; Paul, Herbert (2015): Die SWOT-Analyse. Herausforderungen der Nutzung in den Sozial-wissenschaften. In Methoden der Experten- und Stakeholdereinbindung in der sozialwissenschaftlichen Forschung, Hrsg. Marlen Niederberger, Sandra Wassermann, 189-211. Wiesbaden: Springer Verlag.

ZOLL: Dual-Use-Güter. Zoll. [https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Aussenwirtschaft-Bargeldverkehr/Warenausfuhr/Waren/Dual-Use-Gueter/dual-use-gueter\\_node.html](https://www.zoll.de/DE/Fachthemen/Aussenwirtschaft-Bargeldverkehr/Warenausfuhr/Waren/Dual-Use-Gueter/dual-use-gueter_node.html) (Zugriffen: 21.02.2017).