



Presse- mitteilung

HAUSANSCHRIFT BMVg Presse- und Informationsstab
Stauffenbergstr. 18, 10785 Berlin
POSTANSCHRIFT 11055 Berlin
TEL +49 (0)30-18-24-22208
FAX +49 (0)30-18-24-22228
INTERNET www.bmvg.de
E-MAIL bmvgpresse@bmvg.bund.de

DATUM Berlin, 25. April 2018
SEITEN 1 von 2
NUMMER 07/2018

Girls' Day 2018 mit neuem YouTube-Hit der Bundeswehr Platz da, jetzt kommen die Girls!

Instagram Live am 26. April 2018

Am Donnerstag, den 26. April 2018, ist wieder Girls' Day in Deutschland. Rund 4.500 Schülerinnen werden den Arbeitgeber Bundeswehr an über 100 Standorten entdecken können. Damit sind wir auch in diesem Jahr einer der größten Veranstalter.

Am Girls' Day selbst können Schülerinnen ihre Fragen zur Karriere bei der Bundeswehr einigen Soldatinnen und Mitarbeiterinnen live zwischen 14:15 Uhr und 14:45 Uhr auf unserem neuen Instagram-Karriere-Kanal („bundeswehrkarriere“) stellen.

Zudem werden wir ab heute ein kurzes Video auf unserem YouTube-Kanal „Bundeswehr Exclusive“ zeigen. Zu sehen ist eine Panzerfahrerin, die einen Kleinwagen, der von einem Mann auf einem Frauenparkplatz geparkt wird, mit ihrem Panzer crasht.

Das Video ist über den nachfolgenden Link verfügbar (bis 30. April 2018):
<https://we.tl/KyNnD5i08y>.

Ein Screenshot ist der Pressemitteilung beigelegt.

Derzeit arbeiten und dienen etwa 52.300 Frauen in der Bundeswehr, davon etwa 21.300 Soldatinnen und rund 31.000 Zivilangestellte. Der Frauenanteil in der gesamten Bundeswehr beträgt damit mittlerweile mehr als 20 Prozent und liegt auf Augenhöhe mit Konzernen wie der Deutschen Telekom, der Deutschen Bahn oder Siemens. Im militärischen Bereich erleben wir eine kontinuierliche Steigerung und liegen bei etwa 12 Prozent.

17 Jahre nach der Öffnung der deutschen Streitkräfte für Frauen kommt mittlerweile jede fünfte Bewerbung für den Soldatenberuf von einer Frau. Schülerinnen wählten die Bundeswehr 2017 erneut auf Platz 3 der beliebtesten Arbeitgeber in Deutschland.

Mit dem Video zum Girls' Day macht die Bundeswehr nun einmal mehr Furore im Internet. Die YouTube-Experimente der Bundeswehr kommen nicht nur bei den jungen Leuten gut an und bringen ein Bewerberplus, sondern auch die Kommunikationswelt zeichnet uns mit einer Vielzahl von Preisen aus. Zuletzt gewann die Bundeswehr den ADC Grand Prix für ihre Serie MALLI.