

ARBEITGEBER BUNDESWEHR IM VISIER

„WIR VERTEIDIGEN
DIE FREIHEIT.
JETZT AUCH IM NETZ.“

Die neue Cyber-Streitkraft der Bundeswehr wird eingeführt.

IM GESPRÄCH MIT
Konstantin Sixt



WEITER BERGAUF

Die Bundeswehr gewinnt als Arbeitgeber weiter an Attraktivität: Allein in den letzten sechs Monaten konnte sie einen Zuwachs von 1.800 Soldatinnen und Soldaten verzeichnen. Bei Offizieren gibt es ein Plus von 21 Prozent, bei den Mannschaften von 18 Prozent. Besonders erfreulich: Bei den Feldwebeln im Fachdienst wurde ein Plus von 28 Prozent erzielt.

Auch bei den Fachkräften kann die Bundeswehr ihre Attraktivität steigern.

Gerade bei den besonders gesuchten Informatikerinnen und Informatikern beträgt der Einplanungszuwachs weit über 60 Prozent im Vergleich zu 2015.

Das hat natürlich auch mit der neuen Aufstellung des Cyber- und IT-Kommandos zu tun, das die Bundeswehr, zusammen-



genommen mit der Arbeitgeberkampagne, deutlich sichtbar macht. In diesem Magazin informieren wir über die neuesten Entwicklungen im Bereich Cyber und IT und

blicken mit dem Ende der ersten Staffel auf die Erfolgsserie „Die Rekruten“ zurück.

INHALT

- 03 — DIE HÄRTESTEN DREI MONATE DEINES LEBENS**
Rückblick auf die Reality-Doku „Die Rekruten“
- 07 — AGILITÄT BRAUCHT FÜHRUNG**
Im Gespräch mit Konstantin Sixt
- 08 — Arbeitgeberattraktivität**
- 10 — DIGITALE STREITKRÄFTE GEGEN VIRTUELLEN TERROR**
Neuer Organisationsbereich CIR tritt in Kraft
- 12 — Investitionen in Digitale Kräfte**
- 13 — TOP-ARBEITGEBER FÜR IT-TALENTE**
Im Gespräch mit Klaus-Hardy Mühleck
- 15 — Trendwende Personal**



DIE HÄRTESTEN DREI MONATE DEINES LEBENS

Ein Kamerateam begleitete zwölf Rekrutinnen und Rekruten während ihrer dreimonatigen Grundausbildung in der Marinetechnikschule in Parow. Auf dem YouTube-Kanal „Die Rekruten“ wurden täglich die Highlights veröffentlicht. Insgesamt rund 45 Millionen Mal wurden die Videos angeschaut, in denen man verfolgen konnte, wie die jungen Menschen zu Soldatinnen und Soldaten wurden.

Darf die Bundeswehr mit einer Reality-Doku für einen militärischen Werdegang werben? Bislang glich das deutsche Militär eher einer Blackbox, die sich nun zum ersten Mal geöffnet hat. Dies war ein mutiger Schritt. Nie zuvor wurde einer so breiten Masse ein so umfassender und authentischer Einblick in die Grundausbildung der Bundeswehr gewährt. Dieser Mut hat sich ausgezahlt. „Die Rekruten“ ist eines der erfolgreichsten deutschen Medienprojekte der letzten Jahre.

ERFOLGREICH ÜBER NACHT

Mit einem Wechselspiel aus Information, Aufklärung, Doku-Soap und der zielgruppengerechten Aufbereitung der Videos erlangte die Bundeswehr innerhalb kürzester Zeit sehr viel Aufmerksamkeit.

So war der Erfolg der Serie schon kurz nach dem Start abzusehen.

„Der Kanal ist einer der am schnellsten wachsenden Branded Channels der letzten Jahre“

Markus Hinz, Sales Director, Google Germany

„DIE REKRUTEN“ HABEN YOUTUBE EROBERT SOWIE KRITIKERINNEN UND KRITIKER ÜBERZEUGT

Kritische Stimmen, die zum einen mit dem Budget und zum anderen mit der Art und Weise, wie die Bundeswehr um Nachwuchs wirbt, nicht einverstanden waren, kamen aus verschiedenen Richtungen. Die Stimmen verstummten, als sich die Rekrutinnen und Rekruten in verschiedenen Episoden – anschaulich für die Zuschauerinnen und Zuschauer – damit auseinandersetzten, was es bedeutet, eine Soldatin oder ein Soldat zu sein, in den Krieg zu ziehen und die Verantwortung für sein eigenes Leben und das seiner Kameradinnen und Kameraden zu tragen. Insbesondere in den beliebtesten Episoden (mehr

als 1,3 Millionen Zuschauerinnen und Zuschauer) über Schießausbildung und Verwundetenversorgung wurde mit dem nötigen Ernst auf diese Themen eingegangen.

ABGERECHNET WIRD ZUM SCHLUSS

Die ersten Evaluationsergebnisse liegen schon vor. Die Zugriffe auf das Bewerbungsportal „bundeswehrkarriere.de“ sind seit dem Start der Serie um 40 Prozent angestiegen. Bei der Karrierhotline gehen über 25 Prozent mehr Anrufe ein. Die Serie hat sich in der Zielgruppe der 17- bis

25-Jährigen fest etabliert. Da sich der Erfolg schon früh andeutete, wurde das Werbebudget noch während der Kampagne um eine Million Euro herabgesetzt, weil das Projekt viral von alleine viele User erreichte.

Der Kanal soll aufgrund des Erfolges bestehen bleiben und eine neue Serie ist in Planung.

- www.facebook.com/DieRekruten
- www.instagram.com/dieRekruten
- [bundeswehrjobs](https://www.snapchat.com/add/bundeswehrjobs)

Mission erfüllt: mehr Bewerberinnen und Bewerber für die Bundeswehr

40 % MEHR ZUGRIFFE AUF DER KARRIERESEITE IM WOCHENSCHNITT NACH SERIENSTART

IM DEZEMBER 2016 GAB ES

21 % MEHR BEWERBUNGEN FÜR DEN FWD (FREIWILLIGEN WEHRDIENST) IM VERGLEICH ZUM VORJAHR

25 % MEHR ANRUFE BEI DER KARRIEREHOTLINE

ÜBER **4.500 KARRIEREANFRAGEN** ÜBER DIE GENUTZTEN PLATTFORMEN

Mut zeigen: die wohl erste Reality-Doku der Werbegeschichte

DIE IDEE: WENN JUNGE MENSCHEN NICHT MEHR AUTOMATISCH ZUR BUNDESWEHR KOMMEN, KOMMT DIE BUNDESWEHR EBEN ZU IHNEN

12 12 1
REKRUTEN WOCHEN SERIE

IN ÜBER **80 FOLGEN** ZEIGEN WIR DIE GRUNDAUSBILDUNG, WIE SIE WIRKLICH IST – AUS DER SICHT DER ZIELGRUPPE

JEDEN TAG, 17 UHR, VON NOV. 2016 BIS JAN. 2017

Die Bundeswehr wird zum Gesprächsthema Nr. 1 – im Netz und auf den Schulhöfen

„DAS KRASSESTE, SEIT ES BUNDESWEHR-WERBUNG GIBT.“
(BAMS, 2016)

270.000 ABONNENTINNEN UND ABONNENTEN

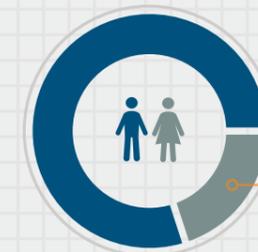
CA. **45 MIO.** AUFRUFE DER VIDEOS INSGESAMT

DURCHSCHNITTLICH
CA. **500.000 VIEWS** PRO TAG
CA. **530.000 VIEWS** PRO VIDEO



140.854.366 MINUTEN WIEDERGABEZEIT
↓
ENTSPRICHT 267 JAHREN UND 295 TAGEN

MEHR ALS **50 %** DER ZUSCHAUER/-INNEN SIND ZWISCHEN 17 UND 25 JAHRE ALT



CA. **20 %** DAVON SIND FRAUEN

AUCH OHNE WERBUNG EIN ERFOLG
1 MIO. € WERBEKOSTEN EINGESPART
ENTSPRICHT 1/3 DES VORHERGESEHENEN WERBEKOSTEN BUDGETS FÜR SOCIAL MEDIA

ERFOLGREICHSTE FOLGE IST
„ERSTKONTAKT WAFFE“

MIT KNAPP
1,3 MIO.
AUFRUFEN

ÜBER **113.000**

**KOMMENTARE
AUF YOUTUBE**

OBWOHL YOUTUBE KEINE
KLASSISCHE DIALOGPLATTFORM IST

MEHR ALS **148.000**

**KOMMENTARE/NACHRICHTEN
INSGESAMT AUF ALLEN
PLATTFORMEN**

YOUTUBE, FACEBOOK UND INSTAGRAM

8 VIDEOS AUF

PLATZ 1

IN DEN YOUTUBE-TRENDS

9 VIDEOS AUF

PLATZ 6 & 8

IN DEN YOUTUBE-TRENDS

36 VIDEOS ZWISCHEN DEN

**PLÄTZEN
10 & 44**

IN DEN YOUTUBE-TRENDS



**85 %
POSITIV**

bundeswehrkarriere.de

EINE
BUNDESWEHR
ORIGINALSERIE

AB NOVEMBER WERDEN
HÄRTERE TÖNE
ANGESCHLAGEN.

YouTube DIE NEUE SERIE
MO-FR 17 UHR
JETZT ABONNIEREN

youtube.de/DieRekruten

DIE
REKRUTEN
DEINE GRUNDAUSBILDUNG ALS WEBSERIE

Bundeswehr

AGILITÄT BRAUCHT FÜHRUNG

IM GESPRÄCH MIT

**KONSTANTIN
SIXT** MITGLIED DES VORSTANDES
DER SIXT SE

SIXT ist für seine auffälligen und manchmal auch provokanten Werbeauftritte bekannt. Die aktuelle Kampagne der Bundeswehr „Mach, was wirklich zählt.“ wird in der Öffentlichkeit ebenfalls so wahrgenommen. Worin sehen Sie die größten Vorteile von heiß diskutierten Außendarstellungen?

Konstantin Sixt: Grundsätzlich gilt: Werbung muss Aufmerksamkeit erregen, sonst hat sie ihren Sinn verfehlt. Wir tun dies zuweilen auf freche und provokante Weise, verbinden dies aber stets mit dem notwendigen Augenzwinkern. Der Vorteil liegt auf der Hand: Die Marke steigt in der Bekanntheit und wird – im Idealfall – mit positiven Eigenschaften verbunden.

„Eine klare, knackige Aussage wie „Mach, was wirklich zählt.“ bringt die Botschaft auf den Punkt.“

Die Ausbildung zum Offizier beinhaltet spezielles Fachwissen z. B. in technischen Berufen – aber vor allem ausgeprägte soziale und charakterliche Fähigkeiten zur verantwortlichen Führung von Menschen. Wo sehen Sie Parallelen zu oder auch Unterschiede zwischen den Anforderungen, die die Bundeswehr an ihre Führungskräfte stellt, zu denen in Ihrem Unternehmen?

Konstantin Sixt: Verantwortung ist das wesentliche Stichwort. Wir übertragen unseren Mitarbeitern ein hohes Maß an Verantwortung und erwarten damit großes

Engagement. In der Autovermietung besteht die Herausforderung darin, unsere Kunden jeden Tag aufs Neue von unseren Leistungen zu überzeugen. Wenn wir das nicht schaffen, haben wir sie verloren. Das bedeutet, dass unsere Mitarbeiter überzeugt sein müssen von dem, was sie tun. Und sie müssen bereit sein, die sprichwörtliche Extra-Meile zu gehen, um besser zu sein als der Wettbewerb und so ihr Ziel zu erreichen. Insofern sehe ich dort viele Parallelen.

Könnten Sie sich vorstellen, ehemalige Soldatinnen und Soldaten und Offiziere als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und Führungskräfte einzustellen, wenn diese fachlich geeignet sind? Wenn ja, warum?

„Ja, jederzeit. Strategie und Taktik sind nicht nur für den militärischen Bereich von wesentlicher Bedeutung – sondern ebenso in der Wirtschaft.“

Konstantin Sixt: Welches Ziel habe ich? Wie kann ich dies erreichen? Und welches Ziel gehe ich danach an? Diese Fragen stellen wir uns permanent. Das gilt für den Mitarbeiter im Vertrieb genauso wie für die Führungskraft in der Konzernentwicklung. Auf diese Weise haben wir unsere Expansion gemeistert, erst in Deutschland, dann in Europa, dann weltweit. Ehemalige Soldaten und Offiziere beherrschen dieses Denken und sind stark in der Umsetzung. Deshalb wären sie als Mitarbeiter gerne willkommen.

Sie sind persönlich vor allem in der Förderung innovativer und digitaler Geschäftsfelder engagiert. Auch die Bundeswehr muss den digitalen Wandel bewältigen, nicht zuletzt zur Abwehr von Cyber-Attacken. Was würden Sie der Bundeswehr raten, um IT-Nachwuchskräfte zu gewinnen?

Konstantin Sixt: Die IT-Szene ist geprägt von Menschen, die sich vor allem durch eine besondere Eigenschaft auszeichnen: Sie denken agil. Das steht für eine völlig mobile und vernetzte Arbeitsweise abseits fester Strukturen und Hierarchien. Um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen: Auch IT-Mitarbeiter benötigen eine

gewisse Führung. Aber sie benötigen auch Freiräume, um kreativ denken und zu einem Ergebnis kommen zu können.

Grundlage für eine „Cyber-Truppe“ wäre also eine konsequente Vernetzung – sowohl auf organisatorischer wie auch auf technologischer Ebene.

Damit verbunden sind natürlich entsprechende Investitionen in eine zeitgemäße Ausrüstung und eine attraktive Ausbildung.

Die Bundeswehr ist überproportional attraktiv für Frauen

ÜBERPROPORTIONALE STEIGERUNG
+10%
BEWERBUNGEN VON FRAUEN

IM NOVEMBER 2016 ERSTMALS 20.000 AKTIVE SOLDATINNEN

ANTEIL VON MEHR ALS 11% IN DEN STREITKRÄFTEN

ES WURDEN 21% MEHR FRAUEN EINGESTELLT



FAST JEDER 4. NEU EINGESTELLTE OFFIZIERANWÄRTER IST EINE FRAU

Die Bundeswehr ist hochattraktiver Arbeitgeber für Spezialistinnen und Spezialisten

AUFSTEIGER DES JAHRES

Trendence Graduate Barometer für IT-Studentinnen und -Studenten

PLATZ 27 IM JAHR 2016

+18

Von Platz 45 im Jahr 2015 auf Platz 27 im Jahr 2016

GRAND SLAM AWARD

FÜR DIE BESTE ARBEITGEBER-IMAGEKAMPAGNE IM JAHR 2016

BESTE RECRUITING-KAMPAGNE 2016

PROJEKT DIGITALE KRÄFTE



+30% +60%

EINSTELLUNGEN BEI SOLDATINNEN/ SOLDATEN IM BEREICH SANITÄT IM JAHR 2016

EINSTELLUNGEN BEI SOLDATINNEN/ SOLDATEN IM BEREICH IT IM JAHR 2016

FAZIT INSGESAMT ERFOLGREICHER UND BESSER ALS IM VORJAHR



CYBERABWEHR SUCHT CYBER- ABWEHRKRÄFTE!

MACH, WAS WIRKLICH ZÄHLT.

PROJEKT
DIGITALE
KRÄFTE



bundeswehrkarriere.de

DIGITALE STREIT- KRÄFTE GEGEN VIRTUELLEN TERROR

Am 1. April ist es so weit: Der neue militärische Organisationsbereich „Cyber- und Informationsraum“ (CIR) der Bundeswehr tritt offiziell in Aktion. Der neue Bereich soll die IT-Systeme der Bundeswehr als Teil der kritischen Infrastrukturen unseres Staates vor Cyber-Angriffen schützen. Für diese Aufgabe braucht es die im Arbeitsmarkt stark umworbenen IT-Spezialistinnen und -Spezialisten. Hier tragen vor allem die gesellschaftliche Relevanz und die neue, sinnstiftende Aufgabe zur Attraktivität des Arbeitgebers Bundeswehr bei.

Warum die Aufgaben des CIR so wichtig sind, zeigt ein aktueller Fall: In den ersten fünf Wochen des Jahres 2017 wurden ca. 120.000 Ereignisse bei der Bundeswehr registriert, die als potenzielle Cyber-Attacken gewertet werden können. Das unterstreicht die Aktualität und Relevanz des Themas. Unser Alltag ist zunehmend von der Digitalisierung durchdrungen und die Gefahr und Anfälligkeit für Cyber-Angriffe steigt.

Mit der Bündelung der Streitkräfte geht die Bundeswehr nun gezielter gegen solche Angriffe

13.500
DIENSTPOSTEN IM ORGANISATIONSBEREICH
CIR
DARUNTER
1.500
ZIVILE DIENSTPOSTEN

und die digitale Kriegsführung vor. Rund 13.500 Posten, die schon innerhalb der Bundeswehr existieren, werden unter dem neuen Bereich CIR zusammengefasst. Zusätzlich soll er noch weiter ausgebaut werden und bis 2021 mit 14.500 Stellen vollkommen einsatzbereit sein.

AUSGEZEICHNET: ARBEITGEBER BUNDESWEHR

Um jetzt und auch künftig Top-Kräfte für sich begeistern zu können, wirbt die Bundeswehr im Bereich IT mit dem „Projekt Digitale Kräfte“ – und das mit Erfolg: Laut Trendence Graduate Barometer steigt die Bundeswehr von Platz 38 im Jahr 2015 auf Platz 27 der beliebtesten IT-Arbeitgeber. Einen so großen Sprung schaffte kein anderes Unternehmen. Dieser Erfolg wurde Ende 2016 mit dem HR Excellence Award, dem wichtigsten Preis der Personalbranche in Deutschland, gekrönt. Von den 700 zu Beginn des „Projekts Digitale Kräfte“ freien Stellen konnten bereits 470 besetzt werden – eine deutliche Steigerung im Vergleich

zum Vorjahr. Mit diesen starken Ergebnissen blickt Klaus-Hardy Mühleck, Abteilungsleiter Cyber und Informationstechnik im BMVg, positiv in die Zukunft: „Die erhöhte Sichtbarkeit und die Arbeitgeberkampagne zeigen im Bereich der Informatik bereits gute Ergebnisse und wir sind zuversichtlich, dass wir auch künftig unsere Attraktivität steigern können.“ Gebraucht werden beispielsweise Spezialistinnen und Spezialisten in den Bereichen IT-Systemadministration, Softwareentwicklung, Cyber-Forensik, IT-Sicherheit.



470 STELLEN
KONNTEN BEREITS
BESETZT WERDEN

dieses bundesweit einzigartigen Cyber-Clusters einmalig Mittel in Höhe von etwa 20 Millionen Euro investiert. Darüber hinaus werden hier im Rahmen einer massiven Kapazitätserweiterung im Forschungs-, Lehr- und Studienbetrieb des Cyber-Clusters weitere zwölf Millionen Euro jährlich bereitgestellt. Mit dieser Aufstellung sollen künftig Fake-News-Kampagnen wie in Litauen, Angriffe auf softwarebasierte Waffen- und IT-Systeme sowie auf kritische Infrastrukturen wie Wasserwerke oder Stromnetze keine Chance mehr haben.

EXZELLENTA AUSBILDUNG MIT NEUEM STUDIENGANG

Für diese Expertinnen und Experten ist es wichtig, fortwährend auf dem neuesten Stand der Technik zu sein. Deshalb legt die Bundeswehr großen Wert darauf, eng mit dem neu geschaffenen Cyber-Cluster an der Universität der Bundeswehr in München vernetzt zu sein. Hier wird die Bundeswehr nicht nur ausbilden, sondern auch Forschung betreiben. Insgesamt werden im Zuge des Aufbaus der Forschungsinfrastruktur

WARUM IM BEREICH IT BEI DER BUNDESWEHR STUDIEREN?

Leutnant Theresa Schömburg, Masterstudentin im Bereich IT, ist überzeugt, dass einem ein Studium bei der Bundeswehr viel abverlangt, aber auch die besten Chancen bietet, um einen Beruf mit Verantwortung zu ergreifen. Sie erzählt: „Das Besondere am Studium bei der Bundeswehr ist zum einen die fundierte akademische Ausbildung. Zum anderen werde ich hier direkt zur Führungskraft ausgebildet. Man muss also schon bereit dazu sein, Verantwortung zu übernehmen.“ Sobald das Studium beendet ist, geht es für Schömburg zurück in die Truppenverwendung, wo sie direkt als Führungskraft eingesetzt wird.

INVESTITIONEN IN DIGITALE KRÄFTE

Gefahren werden komplexer: Cyber-Attacken bei der Bundeswehr

IN DEN ERSTEN
5 WOCHEN
DES JAHRES
2017

WURDEN CA. **120.000** EREIGNISSE BEI DER BUNDESWEHR REGISTRIERT, DIE ALS POTENZIELLE CYBER-ATTACKEN GEWERTET WERDEN KÖNNEN.

DABEI GILT: DIE ANGRIFFE WERDEN IMMER KOMPLEXER. DEM SETZT DIE BUNDESWEHR STÄNDIG VERBESSERTE ABWEHRMECHANISMEN ENTGEGEN. UNTER DEM STRICH SIND DIE ATTACKEN DAHER FÜR DIE BUNDESWEHR TENDENZIELL NICHT GEFÄHRLICHER GEWORDEN.

Spezialistinnen und Spezialisten gesucht: Personalbedarf im Bereich IT im Jahr 2017



GESUCHT WERDEN UNTER ANDEREM:

**CYBER-FORENSIKER,
IT-SICHERHEITS-SPEZIALISTEN
UND SOFTWARE-
PROGRAMMIERER (M/W)**

1.000
STELLEN ALS IT-SOLDAT/-IN



850
MILITÄRISCHE ODER ZIVILE
STELLEN ALS IT-ADMIN (M/W)

Exzellenz-Cluster: neuer und einzigartiger Studiengang „Cybersicherheit“



BUNDESWEIT
EINZIGARTIGES CYBER-CLUSTER
AN DER BUNDESWEHR-UNI
MÜNCHEN

20 MIO. €

WERDEN FÜR DEN
AUFBAU DER FORSCHUNGS-
INFRASTRUKTUR
EINMALIG INVESTIERT



WEITERE
12 MIO. EURO
JÄHRLICH

FÜR DEN
MASSIVEN
AUSBAU



**TOP-ARBEITGEBER
FÜR IT-TALENTE**

IM GESPRÄCH MIT
KLAUS-HARDY MÜHLECK

„ Die Aufgaben klingen groß: Abwehr von Cyber-Attacken, Hackerangriffe, Aufdecken von Malware. Welche Schlüssel-fähigkeit brauchen die Soldatinnen und Soldaten bzw. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in der neuen Organisation? Und wie investieren Sie in die Aus- und Weiterbildung Ihrer Fachkräfte?

Klaus-Hardy Mühleck: Nicht nur die Aufgaben sind groß, auch die Vielfalt der Aufgaben ist enorm. Neben Talenten mit besonderen Fähigkeiten bzw. Kenntnissen, beruflichen Qualifikationen und entsprechenden Studienabschlüssen freuen wir uns auf viele Bewerbungen von jungen Menschen, die idealerweise einschlägige Erfahrungen in der Softwareentwicklung und Programmierung haben, die sich mit der Administration von Betriebssystemen oder Cloudcomputing auskennen oder generell Erfahrungen rund um das Thema IT-Sicherheit aufweisen können.

Eine zentrale Rolle für Aus- und Weiterbildung kommt dabei sicherlich auch der Universität der Bundeswehr in München zu. An diesem Ort investieren wir viel in Personal und Ressourcen, um die wissenschaftliche Aus-, Fort- und Weiterbildung in den Bereichen Informatik und Cyber-Sicherheit im Sinne eines lebenslangen Lernens massiv auszubauen.

Allein hier werden elf neue Professuren eingerichtet, die auf aktuellstem Stand von Wissenschaft und Lehre sein werden.

Aber auch in anderen zivilen und militärischen Laufbahnen benötigen wir hochqualifizierte Spezialistinnen und Spezialisten. Deshalb müssen wir die bestehende Aus- und Fortbildung intensiv überarbeiten und an die zukünftigen Herausforderungen anpassen.

„ Glauben Sie, dass die Bundeswehr ein guter Arbeitgeber für IT-Nachwuchskräfte ist? Wenn ja, warum?

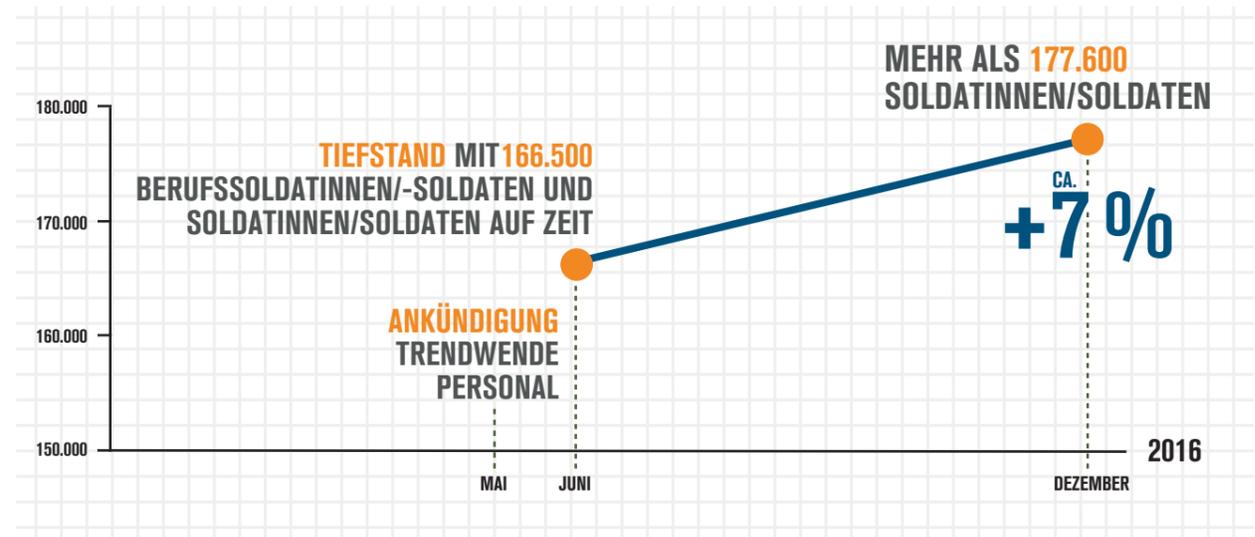
Klaus-Hardy Mühleck: Die Bundeswehr als Arbeitgeber zu wählen ist immer eine gute Entscheidung. Neben der Arbeitsplatzsicherheit und einer anständigen Bezahlung bietet die Bundeswehr wie kein zweiter Arbeitgeber ein Bildungs- und Qualifizierungsangebot, das vom Hauptschulabschluss bis zur Promotion alles umfasst. Mit dem neuen Aufgabenportfolio im Cyber- und Informationsraum sollen auch neue Karrierewege erschlossen werden, die mit attraktiven Weiterentwicklungsmöglichkeiten gekoppelt werden. So denken wir beispielsweise darüber nach, Austauschprogramme mit zivilen Unternehmen aus IT und Consulting aufzusetzen.

” Im Organisationsbereich CIR sollen zukünftig auch Experten aus der Wirtschaft unterstützen: Ohne Uniform. Ohne Soldatenstatus. Diese Öffnung ist völlig neu für die Bundeswehr. Was waren die ausschlaggebenden Gründe dafür? Was versprechen Sie sich davon?

Klaus-Hardy Mühleck: Das Internet ist grenzenlos. Die Herausforderungen, die sich uns stellen, sind es leider auch. Mit dem Aufbau einer Cyber-Reserve in der Bundeswehr als Teil einer Cyber-Community

wollen wir darüber hinaus institutionenübergreifend den Erfahrungsaustausch und den Wissenstransfer anregen und neue Angebote für ein ehrenamtliches Engagement schaffen. Aber wir wollen auch robust sein. Die Einsätze der Zukunft werden nicht nur zu Land, zur See, in der Luft oder im Weltall zu bestreiten sein. Der Cyber- und Informationsraum bietet bei all seinen Chancen aber zugleich eines der größten Gefahrenpotenziale. Dieser Gefahr etwas entgegenzusetzen zu können, war ausschlaggebend für die Überlegungen zum Aufbau einer Cyber-Reserve, um zusammen mit anderen, egal ob Wirtschaft oder Staat, die gesamtstaatliche Sicherheitsvorsorge auf eine solide Basis zu stellen.

TRENDWENDE PERSONAL: SIGNIFIKANTER POSITIV-TREND



Personalbedarf und -entwicklung: Die Bundeswehr will weiter wachsen



WIE ZIEHT MAN GEGEN TROJANER INS FELD?

MACH, WAS WIRKLICH ZÄHLT.

IMPRESSUM

Herausgeber:

Bundesministerium der Verteidigung

Presse- und Informationsstab

Jens Flosdorff (V. i. S. d. P.)

Stauffenbergstraße 18

10785 Berlin

Kontakt:

Bundesministerium der Verteidigung

Presse- und Informationsstab

Beauftragter für die Kommunikation der

Arbeitgebermarke Bundeswehr

Stauffenbergstraße 18

10785 Berlin

Telefon: 030 182400

E-Mail: imvisier@bmvg.bund.de

Bildnachweis: BMVg und Bundeswehr

Konzeption/Gestaltung: Castenow, Düsseldorf

Druck: Bonifatius, Paderborn

Stand: März 2017

Weitere Informationen im Internet unter

www.bundeswehrkarriere.de

Diese Publikation ist Teil der Informationsarbeit
des Bundesministeriums der Verteidigung.

Sie wird kostenlos abgegeben und ist nicht
zum Verkauf bestimmt.



Bundeswehr