

ARBEITGEBER BUNDESWEHR IM VISIER

Die Bundeswehr stellt sich für die Zukunft auf und investiert in
„DIGITALE KRÄFTE“

IM GESPRÄCH MIT
Frank-Jürgen Weise



DER KAMPF UM HIGH POTENTIALS

Der Begriff „Armee“ wird den deutschen Streitkräften schon lange nicht mehr gerecht. Über eine Viertelmillion Soldatinnen und Soldaten sowie zivile Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an über 300 Standorten machen die Bundeswehr zu einem global agierenden Arbeitgeber. Die angesichts politischer, technischer und logistischer Herausforderungen immer komplexer werdenden Aufgaben



sorgen für steigenden Bedarf an qualifizierten und engagierten Fachkräften.

Im Kampf um die klügsten Köpfe und geschicktesten Hände steht die Bundeswehr in direktem Wettbewerb mit Top-Arbeitgebern aus Wirtschaft und Institutionen. Um in diesem Wettbewerb bestehen zu können, muss sie sich nachhaltig in der Spitzengruppe der attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands etablieren.

Im Rahmen der Agenda

” *Bundeswehr in Führung –
Aktiv. Attraktiv. Anders.*

werden bereits viele Maßnahmen geplant und umgesetzt, die die Attraktivität als Arbeitgeber nachhaltig erhöhen. Daneben wird in Kommunikationsmaßnahmen kontinuierlich darüber aufgeklärt, welche außergewöhnlichen Berufs- und Karrierechancen die Bundeswehr bietet. Mit diesem Magazin möchten wir Sie über die neuesten Entwicklungen informieren und Sie dazu einladen, die Bundeswehr auf ihrem Weg zum modernen und attraktiven Arbeitgeber zu begleiten.

INHALT

- 03 — MACH, WAS WIRKLICH ZÄHLT.**
Die Arbeitgeberkampagne der Bundeswehr
 - 05 — Personalstruktur**
 - 06 — Personalgewinnung**
 - 07 — Arbeitgeberattraktivität**
 - 08 — Personal für die Wirtschaft**
 - 09 — STÄRKEN & CHANCEN**
Im Gespräch mit Frank-Jürgen Weise
 - 12 — DIGITALE KRÄFTE**
Investition in die Bundeswehr der Zukunft
 - 14 — IT-Infrastruktur und Ausstattung**
 - 15 — Qualifizierung im Bereich IT**
-



DIE ARBEITGEBERKAMPAGNE DER BUNDESWEHR

Der Wettbewerb um junge Talente wird härter, gleichzeitig braucht die Bundeswehr mehr qualifizierten Nachwuchs denn je. Die sicherheitspolitische Lage sowie der technologische Fortschritt stellen die Bundeswehr vor neue, komplexe Aufgaben im In- und Ausland; das erfordert Expertise und Kontinuität. Der Bedarf an qualifizierten und motivierten Soldatinnen und Soldaten sowie zivilen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern steigt.

Darum sucht die Bundeswehr die besten Hände und Köpfe für ihre anspruchsvollen Aufgaben. Um entsprechende Anreize zu schaffen, investiert sie derzeit in mehr als 50 Maßnahmen, die unter der Agenda „Bundeswehr in Führung – Aktiv. Attraktiv. Anders.“ zusammengefasst sind. Dazu zählen beispielsweise die Erhöhung der Besoldung, verbesserte Karrierepfade, erstmals eine gesetzliche Arbeitszeit von 41 Stunden für Soldatinnen und Soldaten, Angebote zur Kinderbetreuung oder Pflege von Angehörigen sowie flexiblere Arbeitszeiten. Zusätzlich wurden die Bereiche Führungs- und Organisationskultur, Gesundheitsvorsorge, Arbeitsplatzausstattung und die Modernisierung der Unterkünfte verbessert und vorangetrieben. Die Zwischenbilanz: hohe Bewerberzahlen seit 2014 und deutlich verbesserte Übernahmequoten als Zeitsoldatin und Zeitsoldat. Im vergangenen Jahr etwa verpflichtete sich rund jeder vierte nach dem Freiwilligen Wehrdienst weiter.

DIE BUNDESWEHR IST BELIEBT

In der Kernzielgruppe der 17- bis 35-Jährigen hat die Bundeswehr ein gutes Image als sicherer Arbeit-

geber mit guten Versorgungsleistungen. Und im „Trendence Schüler Barometer 2015“ rangiert die Bundeswehr auf Platz zwei der beliebtesten Arbeitgeber Deutschlands, gewählt von rund 13.000 Schülerinnen und Schülern der Klassen 8 bis 13.

ZIELGRUPPENGERECHTE KOMMUNIKATION FÜR UMWORBENE TALENTE

Um auf dem Arbeitsmarkt konkurrenzfähig zu bleiben und die besonders umworbene Talente in Bereichen wie IT, Technik oder Medizin für die Bundeswehr zu gewinnen, möchte sie noch stärker ins Blickfeld der Zielgruppe kommen. Junge Arbeitssuchende wollen heute mehr als eine gute Bezahlung und Jobgarantie. So genannte weiche Faktoren haben entscheidenden Einfluss auf ihre Arbeitgeberwahl: Sinnhaftigkeit der Aufgabe, Identifikation mit der

Tätigkeit und gute Entwicklungs- und Karrieremöglichkeiten. Ist meine Arbeit gesellschaftlich anerkannt? Wie kann ich mich persönlich und fachlich entwickeln? Die Bundeswehr kann gute Antworten auf diese Fragen liefern und richtet deshalb ihre Kommunikation in den neuen Kampagnen danach aus. Unter dem Motto „Mach, was wirklich zählt.“ zeigt sie Soldatinnen und Soldaten sowie zivile Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die authentisch über ihre persönliche und fachliche Entwicklung sowie ihren Berufsalltag berichten. Diese ambitionierten Nachwuchskräfte geben der Bundeswehr ein Gesicht und vermitteln zwei grundlegende Kernbotschaften:

MACH, WAS WIRKLICH ZÄHLT.



1. Meine Arbeit bei der Bundeswehr ist eine sinnstiftende Tätigkeit: Ich übernehme Verantwortung für das Gemeinwohl.

Die Verteidigung der freiheitlich demokratischen Werte Deutschlands im In- und Ausland sowie der Schutz der Bevölkerung vor äußeren Bedrohungen ist mehr als ein „Job“, der mit der Uniform, dem Arztkittel oder der Krawatte an- und abgelegt wird. Es handelt sich um Aufgaben, die enormes Fachwissen erfordern, aber auch eine gute physische und mentale Verfassung, Charakterstärke und Verantwortungsbereitschaft. Der Reiz, sich für das Wohl der Gesellschaft einzusetzen und ihre Werte und Freiheit zu schützen, macht den Dienst bei der Bundeswehr in höchstem Maße „sinnstiftend“ und aner kennenswert.

2. Die Bundeswehr bietet mir zahllose Möglichkeiten, mich fachlich und charakterlich weiterzuentwickeln.

Die Aufgaben bei der Bundeswehr sind fordernd, deshalb fördert sie ihr Personal intensiv und individuell, fachlich und charakterlich. Als einer der größten und attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands bietet sie Soldatinnen und Soldaten 63 Bachelor- und Masterstudiengänge, berufsbegleitend ca. 30 Fortbildungsabschlüsse sowie rund 40 verschiedene Ausbildungsberufe an, die bis Mitte 2015 etwa 2.300 Zeitsoldaten angefangen oder absolviert hatten. Das Angebot reicht dabei vom Chemielaboranten über Krankenpfleger bis zum Mechatroniker. Die Bundeswehr

bildet außerhalb einer militärischen Laufbahn zusätzlich nicht nur etwa 1.100 Beamtenanwärter pro Jahr aus, sondern auch Azubis in rund 60 Berufsbildern mit jährlich ca. 1.300 neuen Ausbildungsplätzen. Bundesweit stehen hierfür über 400 Ausbildungsstätten sowie 30 Lehrwerkstätten für technische Berufe zur Verfügung. Im Rahmen der Attraktivitätsagenda baut sie derzeit ihre Aus- und Weiterbildungsprogramme sogar noch weiter aus. In den Berufsfeldern der Informations- und Kommunikationstechnologie lässt sie sich zum Beispiel derzeit als offizieller Ausbildungsbetrieb zertifizieren (siehe hierzu auch S. 13).

Mit der Kampagne „Mach, was wirklich zählt.“ hat die Bundeswehr das Fundament für ihre neue Arbeitgeberkommunikation gelegt. Denkanstöße wie der Slogan „Wir kämpfen auch dafür, dass du gegen uns sein kannst.“ haben die gesellschaftliche Debatte über den Arbeitgeber Bundeswehr ange regert. Das Interesse steigt, im letzten Jahr haben sich über 105.000 Personen bei der Bundeswehr beworben. Diesen Weg wird die Bundeswehr weitergehen, um einer der attraktivsten Arbeitgeber Deutschlands zu werden. Der Fokus wird in diesem Jahr auf den besonders umworbenen Talenten auf dem Arbeitsmarkt liegen, die auch die Bundeswehr sucht: IT-Spezialisten, Technikexperten und Gesundheitsfachkräfte. Das „Projekt Digitale Kräfte“ läutet die nächste Phase der Kampagne ein.



+4.000
BERUFSBILDER

+60
ZIVILE AUSBILDUNGEN

63
STUDIENGÄNGE AN DEN
BUNDESWEHR-UNIVERSITÄTEN



**AUS- UND WEITER-
BILDUNG BEI DER
BUNDESWEHR**



400
AUSBILDUNGS-
STÄTTEN
(BUNDESWEIT)

+9.000
FREIWILLIG WEHRDIENSTLEISTENDE
PRO JAHR IM DURCHSCHNITT

~1.300
NEUE AUSBILDUNGS-
PLÄTZE PRO JAHR

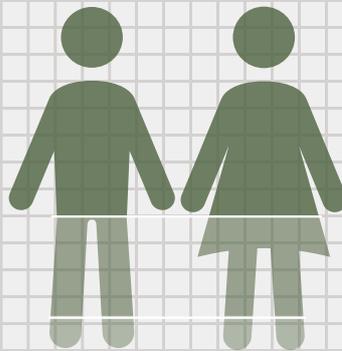
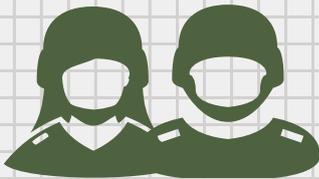
30
LEHRWERK-
STÄTTEN
(BUNDESWEIT)

PERSONALSTRUKTUR

264.972

BUNDESWEHR- ANGEHÖRIGE INSGE- SAMT ENDE 2015

**MILITÄR:
177.069**

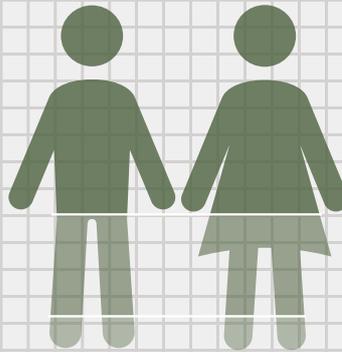
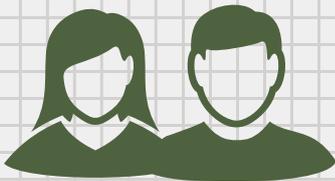


116.282
SOLDATEN AUF
ZEIT (M/W)

51.995
BERUFSSOLDATEN
(M/W)

8.792
FWD (M/W)

**ZIVIL:
87.903**



59.495
ANGESTELLTE
(M/W)

22.913
BEAMTE
(M/W)

5.495
AZUBIS, PRAKTIKANTEN,
ANWÄRTER (M/W)

SEHR GUTES BILDUNGSNIVEAU BEI DEN SOLDATEN/-INNEN AUF ZEIT:



ÜBER
3/4

DER SOLDATEN/-INNEN AUF
ZEIT HABEN MINDESTENS
DIE MITTLERE REIFE

PERSONALGEWINNUNG

Die Bundeswehr ist ein begehrter Arbeitgeber für gut ausgebildete junge Menschen.



ÜBER
105.000
BEWERBUNGEN

AUF
25.000
STELLEN



DIE QUALIFIZIERENDEN FÜHRUNGSPOSTEN SIND SEHR BELIEBT: ANZAHL DER BEWERBUNGEN AUF DIE JEWEILIGEN STELLEN

MILITÄR

6

25 %

ALLER BEWERBUNGEN FÜR
OFFIZIERSTELLEN KOMMEN
VON FRAUEN. BEI DEN UN-
TEROFFIZIERSTELLEN IST ES
FAST EIN FÜNFTTEL

1 OFFIZIERSTELLE

3

17 %

DER INSGE-
SAMT 40.501
BEWERBUNGEN
KOMMEN VON
FRAUEN

1 SOLDAT/-IN AUF ZEIT

ZIVIL

19

1 BEAMTENSTELLE

38 % ALLER BEWERBUNGEN FÜR
BEAMTENSTELLEN KOMMEN
VON FRAUEN

BELIEBTESTE BERUFE GEMESSEN AN DER BEWERBERZAHL:

MILITÄR



1. SANITÄTSDIENST
2. STABS- UND VERSORGUNGSDIENST
3. KAMPFTRUPPE



1. KAMPFTRUPPE
2. STABS- UND VERSORGUNGSDIENST
3. TECHNIK

ZIVIL



1. MITTLERER NICHTTECHNISCHER DIENST
Z. B. PERSONALSPEZIALIST
2. GEHOBENER NICHTTECHNISCHER DIENST
Z. B. OBJEKTMANAGER
3. FEUERWEHRTECHNISCHER DIENST
Z. B. BRANDSCHÜTZER

ARBEITGEBERATTRAKTIVITÄT

Laut Trendence gehört die Bundeswehr für Schülerinnen und Schüler zu den Top-Arbeitgebern.

DIE BELIEBTESTEN ARBEITGEBER DEUTSCHLANDS 2015

- 1 POLIZEI
- ★ 2 BUNDESWEHR
- 3 BMW GROUP
- 4 PORSCHE AG
- 5 LUFTHANSA GROUP
- 6 ADIDAS AG
- 7 MICROSOFT
- 8 PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG
- 9 AUDI AG
- 10 DAIMLER/MERCEDES-BENZ

BELIEBTESTER ARBEITGEBER BEI AUSBILDUNGSWUNSCH

- ★ 1 BUNDESWEHR
- 2 POLIZEI
- 3 BMW GROUP
- 4 PORSCHE AG
- 5 ADIDAS AG
- 6 AUDI AG
- 7 MICROSOFT
- 8 DAIMLER/MERCEDES-BENZ
- 9 LUFTHANSA GROUP
- 10 H&M HENNES & MAURITZ

BELIEBTESTER ARBEITGEBER BEI STUDIENWUNSCH

- 1 POLIZEI
- 2 LUFTHANSA GROUP
- 3 PROSIEBENSAT.1 MEDIA AG
- 4 BMW GROUP
- 5 MICROSOFT
- ★ 6 BUNDESWEHR
- 7 PORSCHE AG
- 8 ADIDAS AG
- 9 AUDI AG
- 10 AUSWÄRTIGES AMT

trendence
Schülerbarometer
2015/16
DEUTSCHLANDS
TOP 3
Arbeitgeber



PERSONAL FÜR DIE WIRTSCHAFT

Ehemalige Soldatinnen und Soldaten sind begehrte Spezialisten in der freien Wirtschaft.



MEHR ALS
13.000

TOP-AUSGEBILDETE FACHKRÄFTE
STELLT DIE BUNDESWEHR DEM
ARBEITSMARKT JEDES JAHR ZUR
VERFÜGUNG

90 %

DER AUSGESCHIEDENEN
ZEITSOLDATEN (M/W) FANDEN
IN Q3 2015 EINE STELLE IM
ZIVILEN ARBEITSMARKT

90 %

DAVON IN WENIGER
ALS 6 MONATEN NACH
ENDE DER VERPFLICHTUNGSZEIT



STÄRKEN & CHANCEN



IM GESPRÄCH MIT Frank-Jürgen Weise

Frank-Jürgen Weise ist seit 2004 Vorstandsvorsitzender der Bundesagentur für Arbeit und leitet seit 2015 das Bundesamt für Migration und Flüchtlinge. Der ehemalige Soldat auf Zeit verließ 1983 die Bundeswehr, ist aber noch heute regelmäßig als Reservendienstleistender im Dienstgrad Oberst tätig.

” **Wie hat Sie die persönliche Berufserfahrung und Ausbildung als Offizier geprägt für Ihre zivilen Karriereschritte?**

Frank-Jürgen Weise: Mein eigener Lebensweg ist sicher nicht unbedingt typisch. In meinem beruflichen Handeln gab und gibt es aber viele Situationen, in denen meine Ausbildung und Erfahrungen als Soldat zum Tragen kommen. Viele Attribute, die ich mit dem Militär verbinde, erkenne ich in meiner Art zu denken, zu handeln und zu führen wieder. Und nicht nur in meiner eigenen. Viele ehemalige Kameradinnen und Kameraden begegnen mir heute in hohen Positionen in der Wirtschaft oder in hohen öffentlichen Ämtern wieder.

Für mich ist der Kern einer kampagnen- und erfolgswirksamen Streitkraft die Fähigkeit ihrer Soldatinnen und Soldaten, zielorientiert, konsequent und zuverlässig auch unter unsicheren Rahmenbedingungen zu agieren und dabei den ihnen anvertrauten Menschen den Sinn ihres Handelns zu vermitteln. Diese Merkmale sind zugleich aber auch Kennzeichen vieler im Berufsleben erfolgreicher Menschen. Mir hat man schon oft die Rückmeldung gegeben, dass meine Art, die Dinge klar zu benennen, die Themen zu ordnen, zu beurteilen und dann zu entscheiden, Vertrauen schafft. Hier wirken meine Zeit und meine Prägung als Soldat nach, in der ich die Werte von Geradlinigkeit, Verlässlichkeit und Glaubhaftigkeit gelernt und verinnerlicht habe.

” **Welche Stärken hat die Bundeswehr als Arbeitgeber jungen Menschen zu bieten?**

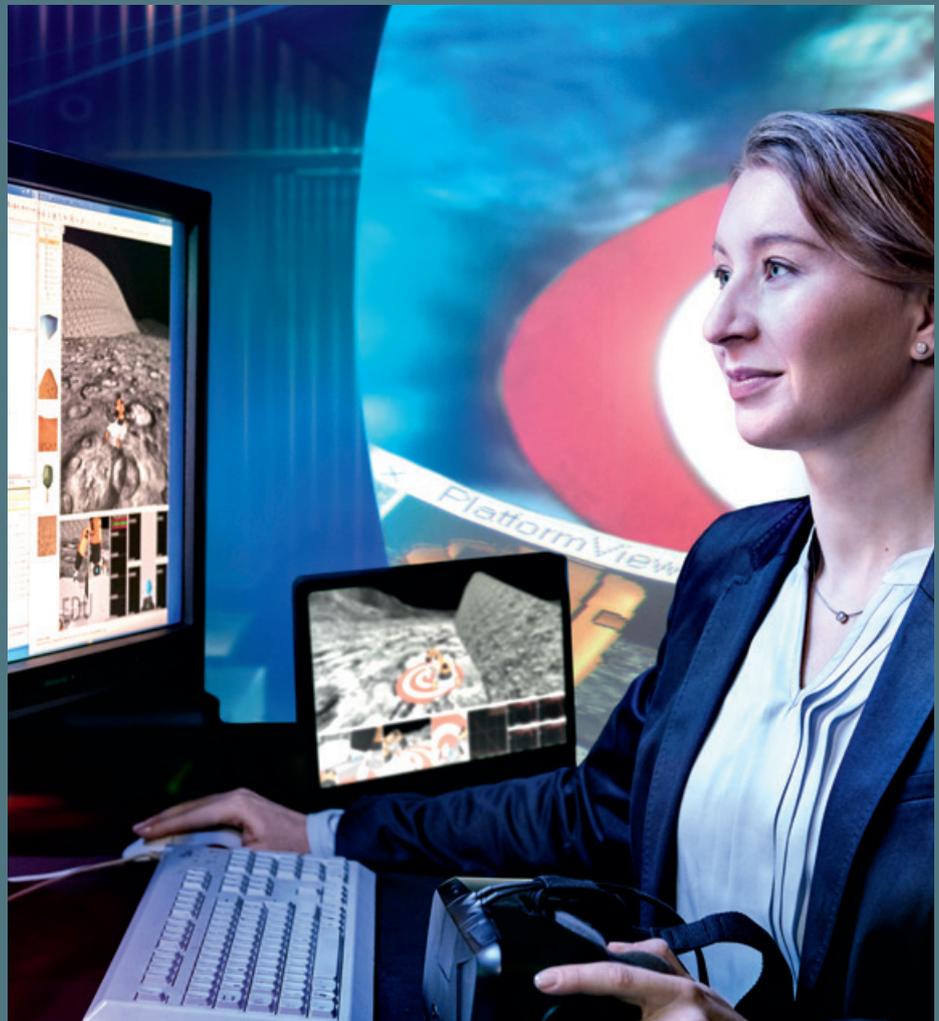
Frank-Jürgen Weise: Ich erlebe, dass junge Menschen heute stärker nach Aufgaben suchen, von deren Sinn sie überzeugt sind. Daneben möchten viele Berufsanfänger schon früh internationale Erfahrungen sammeln. Sie möchten mit moderner Technik umgehen und in einem guten Arbeitsklima arbeiten.

**NUR WENN DU DEINE
GRENZEN SUCHST,
KANNST DU DEINE STÄRKEN FINDEN.**



Und nicht zuletzt suchen junge Menschen eine zukunftsfähige und solide Ausbildung, auf der sie ihre berufliche Zukunft aufbauen können.

All das sind meiner Meinung nach Felder, auf denen die Bundeswehr einzigartige Wettbewerbsvorteile hat, die es darzustellen gilt. Die vielen verschiedenen Aufgaben unserer Soldatinnen und Soldaten, egal ob in zivilen Sondereinsätzen wie bei der Flüchtlingskrise oder in internationalen Missionen, besitzen einen hohen gesellschaftlichen Mehrwert, den man verdeutlichen kann. Darüber hinaus gibt es kaum einen Arbeitgeber, der so stark in der Ausbildung ist. Unabhängig von der Qualifikationsstufe bietet die Bundeswehr moderne Aus- und Weiterbildungen, die auch im zivilen Berufsleben anerkannt und gefragt sind. Es gibt darüber hinaus auch keinen Arbeitgeber, der einem so schnell so viel Verantwortung, sei es für Menschen oder Materialien, überträgt. Und nicht zuletzt ist der Beruf der Soldatin oder des Soldaten, die für ihre Aufgaben ja sowohl geistig wie auch körperlich ausgebildet und trainiert sind, auch deshalb für viele junge Menschen attraktiv, weil ihm Attribute wie klar, mutig und gesund anhaften. Das sind viele Stärken eines modernen Arbeitgebers, die es zu verdeutlichen und in das öffentliche Bewusstsein zu bringen gilt.



” *Welchen Herausforderungen muss sich die Bundeswehr als Arbeitgeber besonders stellen?*

Frank-Jürgen Weise: Ich glaube, die Bundeswehr ist insgesamt auf einem guten Weg. Untersuchungen, denen zufolge die Bundeswehr zu den in der öffentlichen Meinung vertrauenswürdigsten Organisationen gehört, bestätigen dies. Zugleich sehe ich jedoch das Risiko, dass sich die Bundeswehr zunehmend aus dem öffentlichen Bewusstsein entfernt. Die Medien nehmen

selten und oft bestenfalls neutral Notiz von der Truppe. In der gesellschaftlichen Diskussion spüre ich wenig Emotion, geschweige denn Begeisterung. Diskussionen um die technische Ausstattung oder eine eingeschränkte Einsatzbereitschaft helfen ebenfalls nicht. Wir müssen uns aber darüber im Klaren sein, dass sich die Bundeswehr auf dem Arbeitsmarkt einem immer stärkeren Wettbewerb gegenüber sieht. Die Konkurrenz um immer weniger Schulabgänger nimmt zu. In diesem Wettbewerb müssen wir deshalb darauf achten, die wichtigen Faktoren der Arbeitgeberattraktivität nicht aus den Augen zu verlieren und unsere Stärken zu bewahren und auszubauen.

Wichtig sind dabei nicht alleine die Botschaften nach außen. Mindestens ebenso bedeutend ist die Kommunikation innerhalb der Organisation. Ich erlebe eine Bundeswehr, die sich viel Gutes vorgenommen hat und

hart an sich arbeitet. Das kann aber nur dann erfolgreich sein, wenn die Botschaften den Führungskräften – den Offizieren und den Unteroffizieren – vermittelt und von diesen aufgenommen, verinnerlicht und weitergegeben werden.

Nur so kann es gelingen, Soldatinnen und Soldaten zu Botschaftern ihres Berufes zu machen, die ihre Überzeugung auch nach außen tragen. Und solche Botschafter sind die wirksamste Art von Werbung, die sich ein Arbeitgeber nur wünschen kann.



INVESTITION IN DIE BUNDESWEHR DER ZUKUNFT

CYBERSICHERHEIT GEWINNT AN BEDEUTUNG

Gefahren drohen heute nicht mehr nur aus der Luft, vom Boden oder vom Meer, sondern auch aus dem World Wide Web. Sie haben dabei eine neue Dimension erreicht: Terroristen und andere potenzielle Gegner nutzen den Cyberraum als Kommunikationsmittel ebenso wie als Angriffsfläche. In der so genannten hybriden Kriegsführung sind IT-Attacken zum festen Begleiter geworden. Mit realen Folgen: Angriffe auf Kommunikationsnetze können die Bundeswehr in ihrer Handlungsfähigkeit empfindlich stören und einschränken, unseren Staat, unsere Wirtschaft und Gesellschaft verletzen oder schlimmstenfalls komplett lahmlegen.

Angriffsversuche über das Internet auf Ministerien, Bundesbehörden und die Streitkräfte sind inzwischen alltäglich. Die Informations- und Computersysteme der Bundeswehr, aber auch komplexe Waffensysteme wie der Eurofighter, in dem rund 80 Hochleistungsrechner verbaut sind, sind zu potenziellen Zielscheiben für Hacker geworden.

In der Folge bedeutet das neue Gefahrenpotenzial für die Bundeswehr, dass sie das Ausspionieren und die Sabotage von Servern oder Cyberterrorakte verstärkt dort bekämpfen muss, wo sie stattfinden: im Netz.

Die Landesverteidigung wird zunehmend digitaler und die Cybersicherheit gewinnt an Bedeutung. Sie wird noch mehr als bisher zum militärischen Thema und IT-Spezialisten entwickeln sich zu einer der wichtigsten Ressource der Truppe.

NEUER ORGANISATIONSBEREICH GEGEN AKTUELLE BEDROHUNGEN

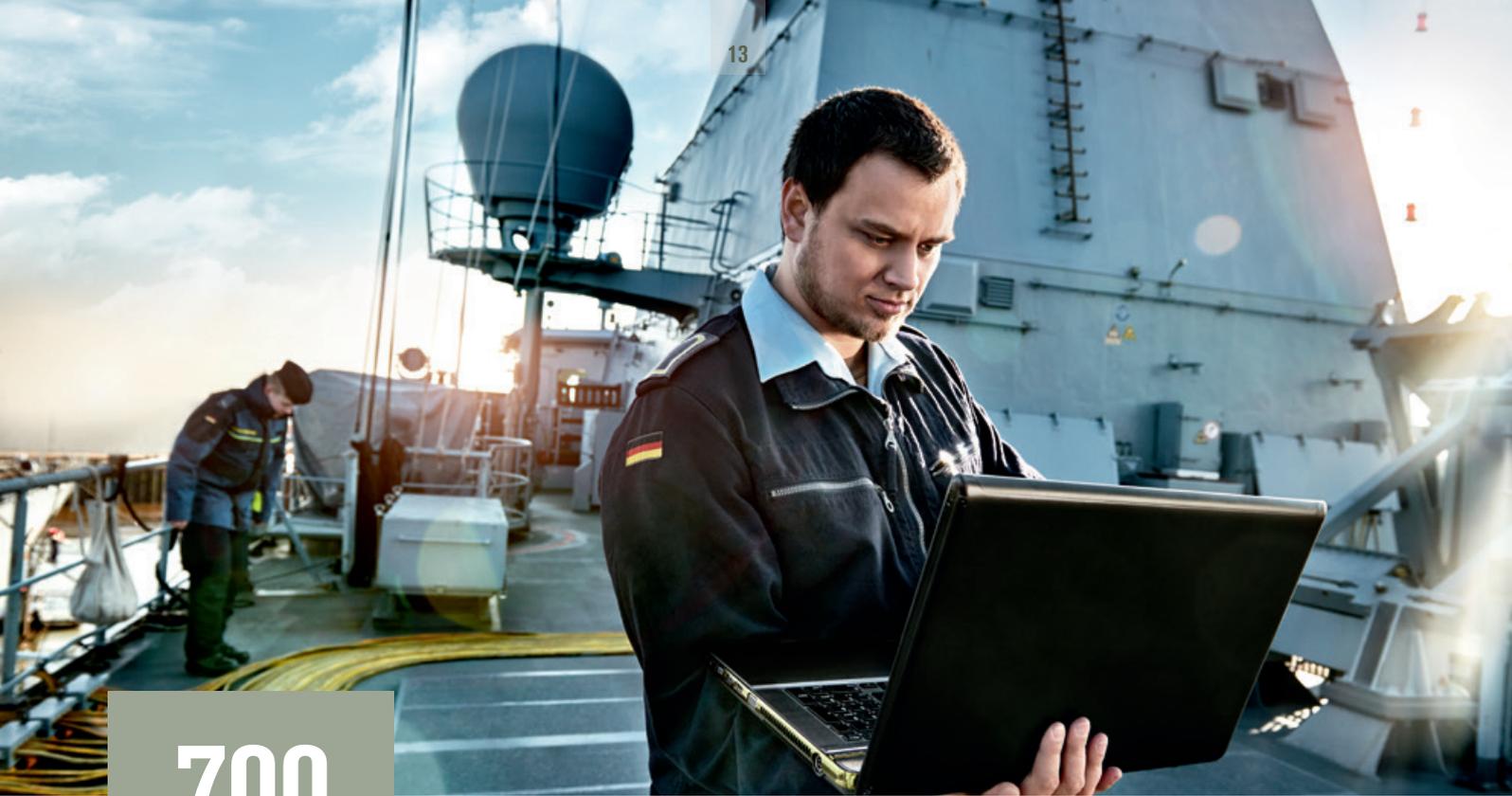
Die deutschen Streitkräfte sind auf diesem Gebiet schon heute gut aufgestellt. Eine Vielzahl an IT-Fachleuten verfügt über eine große Bandbreite an Expertise. Sie betreuen zum Beispiel die IT-Infrastrukturen der Bundeswehr, die die Grundlage

für Führung und Durchführung von Einsätzen weltweit sowie für die Steuerung modernster Waffen-, Überwachungs-, und anderer Computersysteme bilden. Ein Budget von über einer Milliarde Euro stehen der Bundeswehr jährlich für die IT zur Verfügung, auch zur Stärkung zukunftsorientierter Bereiche wie der Cyberverteidigung.

Um künftig noch handlungsfähiger zu sein, stehen einschneidende Veränderungen an: Beginnend noch in diesem Jahr werden alle notwendigen Kompetenzen in dem neuen, zentralen Organisationsbereich „Cyber- und Informationsraum“ zusammengeführt. Im November 2015 hat Verteidigungsministerin Ursula

von der Leyen den Auftrag hierfür gegeben; den Fahrplan dazu erarbeitet ein Aufbaustab unter Rüstungs-Staatssekretärin Dr. Katrin Suder. Die Ziele sind deutlich definiert: Im neuen Kommando für den „Cyber- und Informationsraum“ sollen klare Strukturen und Verantwortlichkeiten die Effizienz erhöhen und die Vernetzung mit Bündnispartnern sowie





700
ADMINS
WERDEN GESUCHT
IN 2016

anderen Ressorts verbessern. Die „Inhouse“-Cyber-/IT-Kompetenz der Bundeswehr wird auf diese Weise nachhaltig gestärkt und ausgebaut.

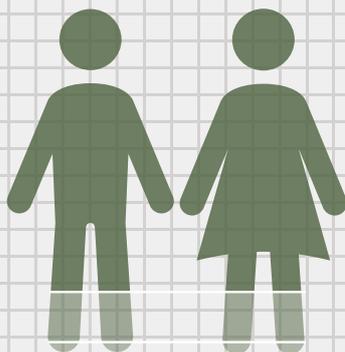
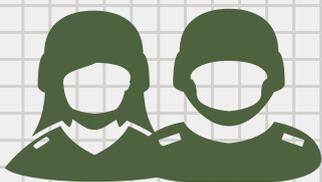
auskennen, in der Lage sind, neue Sicherheitsprobleme und Angriffsszenarien zu erkennen, abzuwehren und ihnen entgegenzuwirken und gleichzeitig ihren Anteil für die Sicherheit Deutschlands leisten wollen. In Bezug auf die Anreize für Nachwuchstalente und etablierte Spezialisten wird derzeit deutlich „nachgerüstet“. Die Attraktivität des Berufsbildes soll unter anderem durch neue Karrierewege und Werdegänge erhöht und durch kontinuierliche Weiterbildungsangebote deutlich gesteigert werden.

KARRIEREMÖGLICHKEITEN FÜR CYBER-/IT-SPEZIALISTEN

Für die Soldatinnen und Soldaten sowie die zivilen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bundeswehr eröffnet der zukünftige Organisationsbereich „Cyber- und Informationsraum“ neue Karrieremöglichkeiten. Gleichzeitig erhöht er den Bedarf an qualifiziertem Personal. Aus diesem Grund sucht die Bundeswehr ab sofort verstärkt nach Cyber- und IT-Experten, die sich mit den komplexen Strukturen der Informationstechnologie

Menschen mit Pioniergeist sind jetzt gefragt: Die Neuorganisation des Bereichs Cyber/ITs eröffnet die Chance, mitzugestalten und „etwas zu bewegen“. Eine neue „digitale“ Truppe entsteht, in der fachliche Exzellenz prägend für das Selbstverständnis ist. Diese neuen Streitkräfte werden auf die Bedrohungen des Cyberraumes reagieren und einen wichtigen Beitrag zur Sicherheit Deutschlands leisten.

IT-STELLEN
21.379

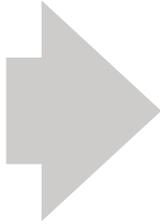


17.657
MILITÄR (M/W)

3.151
BEAMTE (M/W)

571
ANGESTELLTE (M/W)

IT-INFRASTRUKTUR UND AUSSTATTUNG

1 MRD. € 

**JÄHRLICHES
BUDGET IM
BEREICH IT**

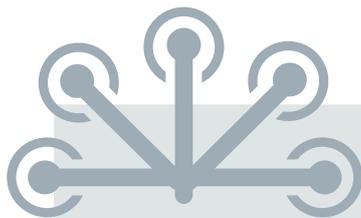
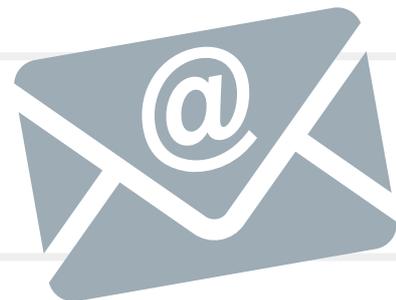
**WAFFENSYSTEME SIND HEUTE MEHR
SOFTWARE ALS HARDWARE.
BSP. EUROFIGHTER:**

> 80 Computer

**> 100 km
Kabel**



1,1 Mio. E-MAILS PRO TAG INNER-
HALB DER BUNDESWEHR



425.000

PERSONALDATENSÄTZE UMFASST
DAS PERSONALWIRTSCHAFTSSYSTEM

EINES DER GRÖSSTEN **SAP-**
PERSONALWIRTSCHAFTSSYSTEME
WELTWEIT

QUALIFIZIERUNG IM BEREICH IT



7 IT-STUDIENGÄNGE AN BUNDESWEHR-UNIVERSITÄTEN INSGESAMT

der Bundeswehr
Universität **München**

HELMUT SCHMIDT
UNIVERSITÄT
Universität der Bundeswehr Hamburg

4 DAVON AN DER UNIVERSITÄT DER BUNDESWEHR MÜNCHEN

3 DAVON AN DER HELMUT-SCHMIDT-UNIVERSITÄT DER BUNDESWEHR HAMBURG



- » INFORMATIK
- » WIRTSCHAFTSINFORMATIK
- » COMPUTER AIDED ENGINEERING
- » TECHNISCHE INFORMATIK & KOMMUNIKATIONSTECHNIK



IN PLANUNG: NEUER STUDIENGANG „CYBERSICHERHEIT“



- » ELEKTRO- UND INFORMATIONSTECHNIK
- » INFORMATIONSTECHNIK
- » INFORMATIK-INGENIEUR



333 STUDIERENDE INSGESAMT IN ALLEN 4 STUDIENGÄNGEN



TOP-BETREUUNGSQUOTE:

10 AUF **1**
STUDIERENDE PROFESSOR

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 18 24 00

E-Mail: imvisier@bmvg.bund.de

Bildnachweis: BMVg und Bundeswehr

Konzeption/Gestaltung: Castenow, Düsseldorf

Druck: Bonifatius, Paderborn

Stand: März 2016

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