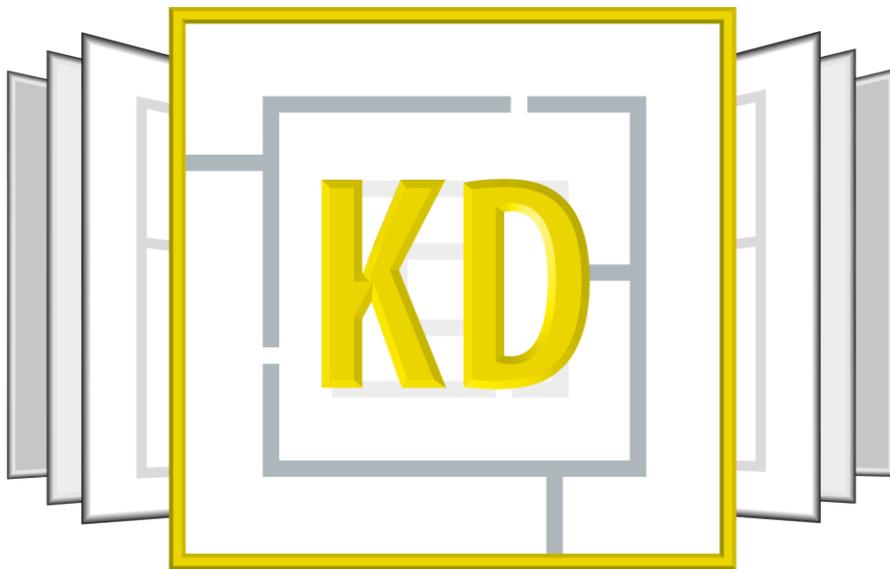


Kommunikationskonzept der Reserve

K-3105/2



Konzeptionelle Dokumentenlandschaft



Strategisch-politische
Dokumente



Allgemeine
Regelungen



Dokumentenlandschaft
Einsatz



Technische Regelungen



Regelungsnahe
Dokumente



Druckschriften

Detailinformationen

Zweck der Regelung:	Rahmenbedingungen für die Kommunikation der Reserve
Geltungsbereich:	Geschäftsbereich des Bundesministeriums der Verteidigung
Datum Gültigkeitsbeginn:	10.06.2021
Herausgebende Stelle:	BMVg FüSK III 4
Regelungsnummer, Version:	K-3105/2, Version 1
Ersetzt:	Entfällt
Aktenzeichen:	16-39-01
Beteiligte Interessenvertretungen:	Gesamtvertrauenspersonenausschuss beim BMVg, Hauptpersonalrat beim BMVg
Gebilligt durch:	Generalinspekteur der Bundeswehr
Datum nächste Überprüfung:	09.06.2026
Bestellnummer/DSK:	Keine

Mögliche Kennzeichnungen (vgl. A-550/1, Abschnitt 3.4)

Ä	Änderungen zur vorherigen Veröffentlichung	B	Berichtspflichten
!	Besonders wichtige Wörter, Zeilen oder Abschnitte	E	Abweichende Vorgaben für den Einsatz
Y	Befehle im Sinne des § 2 Nr. 2 WStG	S	Sicherheitsbestimmungen

Inhaltsverzeichnis

1	Einordnung	5
1.1	Zweck des Fachkonzeptes auf einen Blick	5
1.2	Einbindung in die konzeptionelle Dokumentenlandschaft	5
1.3	Einordnung und Kernelemente des Kommunikationskonzeptes für die Reserve der Bundeswehr	6
2	Grundsätze	7
2.1	Zweck der Reserve	7
2.2	Zweck des Kommunikationskonzeptes für die Reserve der Bundeswehr	8
3	Kommunikationsziele der Reserve	9
3.1	Zielgruppen und Kernbotschaften	11
3.1.1	Entscheidungstragende aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft	12
3.1.2	Angehörige des Geschäftsbereiches des Bundesministeriums der Verteidigung sowie militärische Entscheidungstragende	12
3.1.3	Reservistinnen und Reservisten und deren Angehörige	13
3.1.4	Am Reservistendienst interessierte Ungediente	14
3.1.5	Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber	14
3.1.6	Angehörige von Organisationen zur Gefahrenabwehr im Inneren	15
3.1.7	Alliierte und Partner	15
3.2	Zielunterstützungsgruppen	16
3.2.1	Referate/Dezernate/Fachbereiche für Reservistenangelegenheiten	16
3.2.2	Karrierecenter der Bundeswehr für die Personalgewinnung	16
3.2.3	Verbände und Vereinigungen	17
3.3	Medien	20
4	Kommunikationsinhalte	21
4.1	Themenvielfalt der Reserve	21
4.2	Werte der Reserve	22
5	Kommunikationsmanagement	23
5.1	Kommunikationsstruktur der Bundeswehr	23
5.2	Kommunikationsmanagement in der Reserve	25
5.3	Krisenkommunikation	26
6	Kommunikationsinstrumente – Medien	27
6.1	Reserve Online	27
6.1.1	Internet Website für die Reserve der Bundeswehr	28
6.1.2	Die IT-Applikation der Reserve	28
6.1.3	Extranet der Bundeswehr für die Reserve	29
6.1.4	Das Bürgertelefon der Reserve	29
6.2	Reserve in den Sozialen Medien	29

6.2.1	Leitlinien für Soziale Medien	30
6.2.2	Facebook-Seiten der Reserve mit regionalem Bezug	30
6.2.3	Karriereportal der Bundeswehr	31
7	Anlagen	32
7.1	Schlagwortverzeichnis	33
7.2	Abkürzungsverzeichnis	39
7.3	Werte der Reserve	41
7.4	Themenvielfalt der Reserve	42
7.5	Kernbotschaften der Reserve	44
7.6	Bezugsjournal	46
7.7	Änderungsjournal	47

1 Einordnung

1.1 Zweck des Fachkonzeptes auf einen Blick

101. Das Kommunikationskonzept für die Reserve der Bundeswehr (KommKonzResBw) beschreibt kommunikative Handlungsmöglichkeiten zu allen Themen der Reserve zur Unterstützung der Informationsarbeit der Bundeswehr (InfoABw). Als Fachkonzept dient das Dokument zur Ideen- und Interessenbekundung, um den Organisationsbereichen (OrgBer) die gewünschten Kommunikationsinhalte zu vermitteln und um Möglichkeiten zu schaffen, den Themenkomplex möglichst breit in der Medienlandschaft und in die Öffentlichkeit darzustellen.

102. Des Weiteren sind Fachinformationen zum Themenkomplex Reserve für Angehörige der Bundeswehr, Reservistinnen und Reservisten und ungediente Interessierte bereitzustellen. Diese werden weiterhin durch die zuständigen Dienststellen im Rahmen ihrer fachlichen Zuständigkeit über deren Kommunikationskanäle gesondert bereitgestellt und kommuniziert.

1.2 Einbindung in die konzeptionelle Dokumentenlandschaft

103. Grundlage für jegliche Kommunikation der Reserve bildet die „Konzeption der Bundeswehr“ (KdB)¹, abgeleitet aus dem „Weißbuch 2016 zur Sicherheitspolitik und zur Zukunft der Bundeswehr“² mit dem Auftrag zur transparenten, sachlichen und wahrheitsgetreuen Information der Öffentlichkeit.

104. Als Fachkonzept leitet sich das KommKonzResBw aus der Fachstrategie „Strategie der Reserve“ (SdR) K-10/5, Abschnitt 5.7 „Mentalität und Kommunikation“ ab³. Die SdR gibt die Leitlinien und übergeordneten Ziele für den kommunikativen Austausch mit den verschiedenen Zielgruppen in der Gesellschaft vor.

105. Das KommKonzResBw stützt sich in seinen Ausführungen auf die Prinzipien der „Informationsarbeit der Bundeswehr“⁴, die „Sozialen Medien in der Informationsarbeit“⁵ sowie auf das Konzept „Weiterentwicklung Onlinemedien“ K-9000/038 mit den jeweils geltenden Bestimmungen ab.

¹ Vgl. Konzeption „Konzeption der Bundeswehr“ K-1/1, Seite 17.

² Vgl. Weißbuch 2016, Seiten 17 und 132.

³ Siehe K-10/5, Abschnitt 5 „Handlungsfelder der Gestaltung der Reserve“, Seite 10 ff.

⁴ Siehe Allgemeine Regelung (AR) „Informationsarbeit“ A-600/1.

⁵ Siehe AR „Soziale Medien in der Informationsarbeit“ A-600/5.

1.3 Einordnung und Kernelemente des Kommunikationskonzeptes für die Reserve der Bundeswehr

106. Kommunikation ist für die Reserve der Bundeswehr Ausdruck ihres Selbstverständnisses als Mittler für die Bundeswehr in der Gesellschaft. Die Reserve wirkt auf staatlicher, gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und medialer Ebene und fördert dadurch einen Informationsaustausch in alle Richtungen. Ihr Stellenwert bestimmt sich zum einen durch ihr gesellschaftliches Engagement im sicherheitspolitischen Dialog mit der Öffentlichkeit und ebenso militärisch, wann und wo immer der Ruf kommt: „Jetzt brauchen wir zusätzliche Kräfte“.



Abb. 1: Bestandsaufnahme und Ausrichtung – Vision Reserve 2032

107. „Das Ziel der Kommunikation besteht neben der Information der Gesellschaft darin, Zielgruppen für die Reserve anzusprechen sowie über die Information mittelfristig einen Imagewechsel der Reserve einzuleiten und langfristig einen solchen Wechsel im Denken über die Reserve zu erreichen“⁶.

108. Aufgrund ihrer unterschiedlichen Informations- und Kommunikationsgewohnheiten sind aktive Soldatinnen und Soldaten als Zielgruppe zum Teil anders anzusprechen als Reservistinnen und Reservisten. Unter Einsatz kommunikativer Mittel muss ein auf Fakten beruhender Imagewechsel mit Blick auf die Reserve bei vielen Soldatinnen und Soldaten, insbesondere bei Vorgesetzten, weiter vorangetrieben werden. Damit ist der interne Imagewandel bestimmend für den Erfolg der SdR.

⁶ K-10/5, Abschnitt 5.7.2 „Information und Kommunikation“.

109. Die Reserve ist Teil der Bundeswehr. In der externen Kommunikation ist keine Unterscheidung zwischen Reservistendienst Leistenden und Soldatinnen und Soldaten vorzunehmen. Dadurch muss auch sprachlich das Bewusstsein geschaffen werden, dass Reservistinnen und Reservisten wie auch aktive Soldatinnen und Soldaten ihre jeweils zugewiesenen Rollen haben.

110. Dabei sind die medialen Informationskanäle in ihrem Bezug zu den Zielgruppen höchst unterschiedlich. Kameradschaftlicher Informationsaustausch über Karriere, Ausbildung, Dienst und Freizeit findet insbesondere im privaten Umfeld zumeist über die Sozialen Medien statt. Print- und Onlinemedien berichten anlassbezogen über politische und wirtschaftliche Themen der Bundeswehr. Die Reserve ist aktuell vergleichsweise selten in den Medien präsent.

111. Es ist von hohem Interesse für die Bundeswehr, dass das Thema der Reserve in den Medien Dritter aufgegriffen wird. Dazu sind relevante und für die Medien interessante Gelegenheiten zu schaffen.

112. Umso wichtiger ist daher die Bedeutung von Sozialen Medien für die Reserve. Mit ihrem strategischen Umdenken für eine Bundeswehr auch im „Digitalen Raum“ hat sie gerade auch in der Informationsversorgung über moderne Kommunikationsmittel bewusst einen neuen Kurs eingeschlagen⁷.

113. Soziale Medien bieten Reservistinnen und Reservisten neue flexible wie innovative Mechanismen und öffnen somit Zugänge in der Kommunikation mit- und untereinander und mit deren Dienststellen sowie in der Organisationsstruktur der Reservistenarbeit.

114. Parallel dazu bringen Reservistinnen und Reservisten zunehmend ihre soziale Medienkompetenz mit ein, indem sie über ihre Geschichten, Erlebnisse und Erfahrungen in der Reserve in Bild (Foto/Video) und Text berichten.

115. Damit soll das KommKonzResBw eine Arbeitshilfe wie auch eine Anregung für entsprechende Überlegungen insbesondere in der Beratungsorganisation, den Fachbereichen für Reservistenangelegenheiten (ResAngel) und der aktiven Truppe sein, um medieninteressierte Reservistinnen und Reservisten für die vorbereitende Berichterstattung „aus der Reserve“ zu gewinnen.

2 Grundsätze

2.1 Zweck der Reserve

201. Die Reserve steht als unverzichtbarer Bestandteil der Bundeswehr für die Landes- und Bündnisverteidigung (LV/BV), den Schutz der Heimat sowie Einsätze im Rahmen des internationalen Krisenmanagements zur Verfügung. Sie ergänzt, verstärkt und entlastet die aktive Truppe in der

⁷ Vgl. Strategisch-politisches Dokument „Umsetzungsstrategie Digitale Bundeswehr“ SLL-006, Abschnitt 2.3.1 „Übergreifende Kernbotschaften“, Seite 7 ff.

Auftragserfüllung. Die Reserve gewährleistet den Aufwuchs, verstärkt die Einsatzbereitschaft und erhöht die Durchhaltefähigkeit der Bundeswehr. Reservistinnen und Reservisten fungieren als Mittler und Mittlerinnen für die Bundeswehr in der Gesellschaft.

2.2 Zweck des Kommunikationskonzeptes für die Reserve der Bundeswehr

202. Das KommKonzResBw legt auf der Basis der K-10/5 die allgemeinen und spezifischen Kommunikationsschwerpunkte zur Reserve fest.

203. Das vorliegende KommKonzResBw soll den Rahmen setzen, welche Kernbotschaften (was) und über welche Mittel (wie) relevante Informationen bereitgestellt werden sollen, um allen beordneten und unbeordneten Reservistinnen und Reservisten sowie am Reservistendienst Interessierten Informationen über die Reserve zu verschaffen.

204. Das KommKonzResBw beschreibt die allgemeinen und spezifischen Kommunikationsschwerpunkte sowie herausragende Veranstaltungen zur Reserve in periodischer Fortschreibung⁸ im Benehmen mit dem Presse- und Informationsstab im Bundesministerium der Verteidigung (BMVg Pr-/InfoStab) als Gesamtverantwortlichen für die Informationsarbeit im Geschäftsbereich des BMVg.

205. Seinen Zweck hat das KommKonzResBw dann erfüllt, wenn es den Vorgesetzten aller Ebenen und den Beauftragten für Reservistenangelegenheiten (BeauftrResAngel) der Bundeswehr gelingt,

- a) Reservistinnen und Reservisten und am Reservistendienst Interessierte für den aktiven Umgang mit den Kommunikationsmitteln der Reserve zu gewinnen,
- b) den öffentlichen Informationsaustausch zwischen den Reservistinnen und Reservisten, den Dienststellen der Bundeswehr und allen Teilen der Gesellschaft (Zielgruppen) als selbstverständlichen Informationsfluss in jede gewünschte Richtung zu gestalten,
- c) Themen und Inhalte aus der Reserve in Zusammenarbeit mit allen Teilen der Gesellschaft (Zielgruppen) allgemeinverständlich zu transportieren, über zeitgemäße Medien offen abzubilden und dabei den Informationsbedarfen der Reserve Rechnung zu tragen.

206. Hierzu erfüllt das Konzept weitergehend den engeren Zweck der Kommunikation dann, wenn es Vorgesetzten aller Ebenen der Bundeswehr dazu dient,

- a) dass die Ziele der Kommunikation, Imagewandel und Personalgewinnung, Eingang in den Zielsetzungsprozess der jeweiligen Führungsebene finden,
- b) die Übernahme von Umsetzungsverantwortung für „Kommunikationsmaßnahmen Reserve“ bis in die Dienststellen- oder Verbandsebene hinein zu verankern,

⁸ Siehe K-10/5, Abschnitt 5.7 „Mentalität und Kommunikation“.

- c) das KommKonzResBw selbst als Unterstützungsmittel für den Auf- und Ausbau von Kommunikation für die Reserve anzuwenden,
- d) unter Berücksichtigung personeller und materieller Ressourcen kommunikative Maßnahmen zu reservebezogenen Themen im jeweiligen Verantwortungsbereich aktiv zu gestalten und umzusetzen,
- e) die Umsetzung von InfoABw im Rahmen der Zuständigkeit und Prozesse unmittelbar im eigenen Bereich zusammen mit und für Reservistinnen und Reservisten nutzbar zu machen,
- f) reservebezogene Themen in die InfoABw zu integrieren und über den Redaktionsverbund der Bundeswehr zu vermitteln,
- g) dass Kampagnen zur Verbreitung der Kommunikation der Reserve an Verbindlichkeit in der Truppe und gegenüber den jeweils adressierten öffentlichen Zielgruppen gewinnen (z. B. Arbeitgeberwoche, Reservistinnen- und Reservistenwoche, Heimatschutzwoche u. a. m.).

3 Kommunikationsziele der Reserve

301. Ziel der Kommunikation ist es, die Zielgruppen, die für ein Engagement in der Reserve in Frage kommen, zu ermuntern, aktiv mitzuwirken, „um mittelfristig einen ‘Imagewechsel Reserve‘ einzuleiten und langfristig einen solchen Wechsel im Denken über die Reserve zu erreichen“⁹. Hierfür sind die Rolle und die Bedeutung der Reserve am Beispiel „Menschen in der Reserve“ zu verdeutlichen.

302. Kommunikative Ansätze und Ziele:

- a) Positives Umfeld gegenüber Reservistinnen und Reservisten schaffen, um Bindung an den Truppenteil bzw. die Bundeswehr zu fördern und dann zu verfestigen.
- b) Darstellung, dass der Einstieg in die Grundbeordnung (GBO) für Soldatinnen und Soldaten eine attraktive Perspektive für die Zeit nach dem Ausscheiden aus dem aktiven Dienst ist.
- c) Menschen in der Reserve stehen mitten im Leben.
- d) Bei Reservistinnen und Reservisten soll durch wahrhaftige und angemessene Darstellung in den Medien ein hohes Identifikationspotenzial verfestigt und gefördert werden.
- e) Über die Zielgruppen und vor allem in den Zielgruppen selbst soll der Aufwuchs der Reserve mit kommunikativen und medialen Mitteln kreativ und überzeugend unterstützt werden.
- f) Fachtagungen für Reservistinnen und Reservisten durchführen, um diese auf persönlichem Wege zu erreichen und die Kommunikation untereinander zu steigern.

303. Es bleibt jedoch eine notwendige Anstrengung für beide Seiten, gegenseitig Anerkennung, Respekt und Verständnis für die jeweils andere Seite aufzubringen. Reservistendienst Leistende, insbesondere jene, die für kurze Zeiträume üben, bewegen sich in anderen Rahmenbedingungen und besitzen daher auch selbstverständlich unterschiedlich ausgeprägte Sichtweisen als viele Soldaten und Soldatinnen im aktiven Dienst.

⁹ Vgl. K-10/5, Abschnitt 5.7.2 „Information und Kommunikation“.

304. Diese Wesensunterschiede können jedoch positiv besetzt sein und, solange mit dem Dienst vereinbar, gerade auch gewollt, weil gewinnbringend für ein gegenseitig belebendes Verständnis. Hier findet innerhalb der Arbeitswelt der Bundeswehr der Austausch mit der zivilen Gesellschaft statt. Damit wirkt dies auch einer Entkoppelung von Gesellschaft und Bundeswehr entgegen.



Abb. 2: Gegenseitige Wertschätzung – gemeinsames Verständnis

305. Die positive Einstellung insbesondere bei Soldatinnen und Soldaten gegenüber Reservistinnen und Reservisten ist Grundlage dafür, dass diese für ihr Engagement in der Reserve Wertschätzung erfahren. Die ehrliche Wertschätzung für die Leistung von Reservistinnen und Reservisten ist ein wichtiges Element, um diese langfristig an die Bundeswehr zu binden und für den Reservistendienst in der Beorderung zu halten.

Verbunden mit dem persönlich erfahrenen Image erleben die Reservistinnen und Reservisten nach ihrem Ausscheiden aus dem aktiven Dienst die GBO als attraktive Perspektive für ihre eigene Entwicklung. Die Einstellung weckt Interesse und eine höhere Bereitschaft für künftige Dienstleistungen.

306. Haltung und Image sowie Perspektive der Reserve bzw. Angehörige der Reserve sollen verbessert und verändert werden. Reservistinnen und Reservisten sollen an ihrer jeweiligen Stelle, ob im Reservistendienst oder in der Reservistenarbeit, als wichtiger Teil des Konzeptes ‚Streitkräfte in Deutschland‘ wahrgenommen werden. Deren besondere Rolle und zivile Leistungen werden ebenso anerkannt. Einschätzungen und Perspektiven von Reservistinnen und Reservisten werden offen und positiv aufgegriffen.

307. Bei Planungen und Überlegungen im Rahmen der Weiterentwicklung der Bundeswehr ist die Reserve immer mitzudenken und die Einplanung und Einbeziehung von Reservistinnen und Reservisten in aktive und attraktiven Rollen zu berücksichtigen.

In vielen Köpfen hat sich bei Soldatinnen und Soldaten das Bild von lebensälteren Reservistinnen und Reservisten verfestigt. Dies gilt es zu widerlegen, denn sie setzen sich aus allen Altersgruppen zusammen.

3.1 Zielgruppen und Kernbotschaften

308. Die SdR benennt drei Hauptzielgruppen: Neben den Reservistinnen und Reservisten und den aktiven Angehörigen der Bundeswehr richtet sie sich an die breite Öffentlichkeit. In letzterer, sehr weit gefasster Zielgruppe, mit Blick auf die Anforderungen zur Erreichung der in der SdR formulierten Ziele liegt der Fokus auf den Angehörigen der Reservistinnen und Reservisten und den Arbeitgebern.

309. Neben den Reservistinnen und Reservisten und ihrem unmittelbaren Umfeld sind ebenso die Soldatinnen und Soldaten, Beamtinnen und Beamten sowie die Tarifbeschäftigten der Bundeswehr von besonderer Bedeutung für die Reserve, darunter insbesondere jene, die der Reservistengewinnung, -entwicklung und -bindung in besonderer Weise verpflichtet sind. Alle Dienststellen der Bundeswehr sollen daher in besonderer Weise die Reservistendienstleistung der Dienststellenangehörigen unterstützen.

310. Hinzu kommen große Teile der Gesellschaft, die unmittelbar oder mittelbar Einfluss auf die Reserve ausüben oder mit ihr auf vielfältige Weise verknüpft sind. Dazu zählen Vertreter und Vertreterinnen der Politik auf Bundes-, Landes-, regionaler und lokaler Ebene ebenso wie wirtschaftliche und gesellschaftliche Interessengruppen, Angehörige von Organisationen zur Gefahrenabwehr im Inneren, Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen und Verbände sowie Vereine oder die Gruppe der Ungedienten – hier besonders jene Bürgerinnen und Bürger, die sich für einen aktiven Beitrag in der Reserve interessieren.

311. Um den jeweiligen Anspruch und ebenso das Engagement einer jeden Ziel- bzw. Zielunterstützungsgruppe wahrnehmungsstark zum Ausdruck zu bringen, sind, wo immer möglich, Botschaften zur Reserve durch griffige, einprägsame Claims und Slogans zu transportieren. Durch deren Nutzung werden (Kern-)Botschaften „plakativ“ untermauert bzw. aussageverstärkend „auf den Punkt gebracht“.

312. Die einzelnen Repräsentanten und Repräsentantinnen einer Ziel- bzw. Zielunterstützungsgruppe agieren bei der Erstellung ihrer Kernbotschaften selbstverständlich eigenverantwortlich im Sinne der Reserve der Bundeswehr.

313. Zusammengefasst in einer allgemeingültigen Metabotschaft kann für alle Zielgruppen festgehalten werden:

„Die Reserve ist als integraler Bestandteil der Bundeswehr unverzichtbar für deren Auftragserfüllung im Rahmen der Landes- und Bündnisverteidigung, für den Schutz der Heimat und in der Katastrophenhilfe sowie für die Einsätze im Rahmen des internationalen Krisenmanagements und damit zugleich auch ein wesentlicher Teil der gesamtstaatlichen Sicherheitsvorsorge der Bundesrepublik Deutschland.“

314. Weitere Kernbotschaften sind in Anlage 7.5 aufgeführt.

3.1.1 Entscheidungstragende aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft

315. Ziel ist es, über die Ableitung aus sicherheitspolitischen Rahmenbedingungen und Verpflichtungen ein Verständnis für den Bedarf der Bundeswehr an einer Reserve in entscheidungsrelevanten Ausschüssen und Gremien zu erzeugen.

316. Durch eine zielgerichtete Kommunikation sollen zivile Führungskräfte aus Wirtschaft, Öffentlichem Dienst und Wissenschaft, politische Mandatsträgerinnen und Mandatsträger, Beschäftigte sowie herausragende Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens für sicherheits- und verteidigungspolitische Themen interessiert werden. Sie sind wichtige Multiplikatoren und Multiplikatorinnen, um den sicherheits- und verteidigungspolitischen Diskurs zu stärken und Aufgaben und Zielsetzungen der Bundeswehr und ihrer Reserve weiterzutragen. Ein hervorragend geeignetes Mittel ist die Dienstliche Veranstaltung zur Information (InfoDVag).

3.1.2 Angehörige des Geschäftsbereiches des Bundesministeriums der Verteidigung sowie militärische Entscheidungstragende

Kernbotschaften (Auszug)

„Wir denken Reserve immer mit“

Die Bundeswehr besteht aus Aktiven und Reservistendienst Leistenden, also aus gleichgestellten Berufssoldaten und Berufssoldatinnen, Soldatinnen und Soldaten auf Zeit sowie Freiwillig Wehrdienst Leistenden und Reservistendienst Leistenden. Die Streitkräfte können ihren Auftrag nur im Verbund aller Akteure und Akteurinnen mit der Reserve erfüllen.

„Aus dem aktiven Dienst auszuschneiden, heißt, für die Reserve gewonnen zu werden“

Das bedeutet: Gut ausgebildete Soldatinnen und Soldaten werden zeitlich begrenzt in die Reserve eingeplant (GBO). Vorrangig auf Dienstposten in der Verstärkungsreserve.

317. Ziel ist die Verdeutlichung, dass ohne die Reserve die vielfältigen Aufgaben der Bundeswehr nicht erfüllt werden können. Daraus soll ein Verständnis für die Forderung „Reserve immer mitdenken“

gefördert werden. Soldatinnen und Soldaten sollen motiviert werden, sich nach ihrem Ausscheiden aus dem aktiven Dienst im Rahmen der GBO und darüber hinaus in der Reserve zu engagieren.

Das militärische und zivile Führungspersonal soll in diesem Sinne auch in die Öffentlichkeit wirken.

318. Hierbei soll in erster Linie mit kommunikativen Mitteln ein Imagewechsel mit Blick auf Reserve bei der aktiven Truppe unterstützt werden. Das positive Image der Reserve bei vielen Soldatinnen und Soldaten ist entscheidend dafür, dass Reservistinnen und Reservisten für einen Reservistendienst auch nach der GBO verlässlich zur Verfügung stehen.

319. Die Mentalität des Umganges zwischen Aktiven und Reservistinnen und Reservisten muss noch stärker von der Erkenntnis geprägt sein, dass die Herausforderungen der Zukunft nur gemeinsam und auf gleicher Augenhöhe bewältigt werden können¹⁰.

3.1.3 Reservistinnen und Reservisten und deren Angehörige

Kernbotschaften (Auszug)

„Reservistinnen und Reservisten erfüllen bereits im Frieden wichtige Aufgaben für die Gesellschaft“

Das bedeutet: Die Reserve erbringt durch ihr Engagement eine Entlastung im Grundbetrieb sowie einen entscheidenden Beitrag in der Katastrophenhilfe und im Heimatschutz (HSch).

„Der Reserve eine Heimat geben“

Das bedeutet: Militärische Heimat wird für Reservistinnen und Reservisten durch eine tiefe Integration in ihren Entlassungs- oder Beordnungstruppenteilen erlebbar. Ausbildung „um die Ecke“ in regionalen Ausbildungsstützpunkten ist dann heimatnah an einem Wochenende möglich. Mit einer militärischen Heimat für Reservistinnen und Reservisten wird eine wesentliche Voraussetzung für eine einsatzfähige Reserve geschaffen.

„Gleichrangige Mittel für wahrzunehmende Aufgaben“

Das bedeutet: Personal, Ausrüstung, Infrastruktur, Ausbildung und Aufwuchs sind Grundlage einer gut funktionierenden Reserve bereits in Friedenszeiten.

320. Ziel ist es, das Selbstverständnis der Reserve als elementaren Bestandteil der Bundeswehr sowie den Stolz jedes bzw. jeder Einzelnen auf seine bzw. ihre Leistungen in der Reserve im Dienste des Allgemeinwohls zu fördern. Zugleich soll das Engagement, sich in der Reserve einzubringen und Angehörige mit einzubeziehen, gefördert werden.

321. Für die Schaffung einer solchen Motivation sind die Entwicklung und die Vermittlung von Werten in der Reserve von besonderer Bedeutung. Dies schließt nicht zuletzt auch die Erfahrungen,

¹⁰ Siehe K-10/5, Abschnitt 5.7.2 „Information und Kommunikation“.

Fertigkeiten und Fähigkeiten der unbeordneten Reservistinnen und Reservisten als Mittlerinnen bzw. Mittler für die Bundeswehr in die Gesellschaft ein.

3.1.4 Am Reservistendienst interessierte Ungediente

Kernbotschaft

„Vielfältige Wege führen in die Reserve“

Das bedeutet: Jeder und jedem mit Willen und Fähigkeiten, die Reserve der Bundeswehr unterstützen zu wollen, ist hierzu bei Bedarf ein Angebot aufzuzeigen.

322. Ziel ist es, Ungedienten als Teil der breiten Öffentlichkeit für die Reserve zu interessieren, ihnen ihre eigenen Möglichkeiten für eine Mitarbeit aufzuzeigen, ihr Interesse an einer solchen Mitarbeit zu wecken und Wege in die Reserve darzustellen. Beispiele hierfür sind:

- a) der neue Freiwillige Wehrdienst im HSch und
- b) die Einstellung Interessierter mit höherem Dienstgrad auf der Grundlage spezieller und/oder hochqualifizierter zivilberuflicher Abschlüsse.

3.1.5 Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber

323. Es sollte eine möglichst flexible Durchlässigkeit zwischen Bundeswehr und Wirtschaft sowie eine gesicherte Leistungserbringung der Industrie im Fall von LV/BV erreicht werden. Ein Beispiel hierfür können Austauschmodelle sein, die eine auf Zeit angelegte Kooperation mit externem Personal ermöglichen. Hauptziele dabei sind:

- a) Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen tragen erheblich zu einer verlässlichen Verfügbarkeit der Reserve bei.

Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen, die bisher keine Reservisten und Reservistinnen als Arbeitnehmende beschäftigen, oder diese beschäftigen, ohne zu wissen, dass es sich um Angehörige der Reserve handelt, sollen mit dem Ziel eines besseren Verständnisses und der Unterstützung informiert und ermutigt werden. Hierbei geht es um den möglichen Benefit für Reservistinnen und Reservisten, Arbeitgeber und Bundeswehr, der aus der Freistellung von engagierten Reservistendienst Leistenden entstehen kann (Triple-Win-Situation).

Zugleich ist darauf hinzuwirken, dass ein früheres Wehrdienstverhältnis sowie ein zukünftiges Engagement in der Reserve von Arbeitnehmern und Arbeitnehmerinnen arbeitgeberseitig nicht als Einstellungshemmnis wahrgenommen wird.

- b) Bei Arbeitgebern und Arbeitgeberinnen von beordneten Reservistinnen und Reservisten soll die Akzeptanz ausgeprägt und verfestigt werden, dass die Freistellung von Arbeitnehmenden für Reservistendienste Bestandteil einer verantwortungsvollen Teilhabe an der Gestaltung der Sicherheitsarchitektur der Bundesrepublik Deutschland ist. Der positive gegenseitige Effekt für

Arbeitgeber und Arbeitgeberinnen und Reservistinnen und Reservisten, wechselseitig voneinander profitieren zu können, steht dabei im Fokus.

Die Bundeswehr bringt sich mit ihren Aus- und Weiterbildungsfähigkeiten als Partner in das Konzept des „lebensbegleitenden Lernens“ ein, z. B. durch zivile Übertragbarkeit von Ausbildungen von Ersthelfern und Ersthelferinnen sowie weitere Ausbildungen im Brandschutz, in Hygiene, im Datenschutz u. a. m.

Die Bundeswehr als Arbeitgeber unterstützt die Reservistendienstleistung von Beamtinnen und Beamten sowie der Tarifbeschäftigten der Bundeswehr und kommuniziert dieses Engagement.

3.1.6 Angehörige von Organisationen zur Gefahrenabwehr im Inneren¹¹

324. Durch die Betonung gemeinsamer Ziele und Interessen innerhalb des Systems der gesamtstaatlichen Sicherheitsvorsorge soll die Bereitschaft zur Zusammenarbeit gefördert werden.

325. Angehörige von Organisationen zur Gefahrenabwehr im Inneren können sich jederzeit für alle Bereiche, sofern die jeweiligen Voraussetzungen erfüllt werden, für ein Engagement in der Reserve einbringen. Bei bestimmten Gegebenheiten außerhalb des Spannungs- oder Verteidigungsfalles hat der Einsatz bei deren originären Organisationen gegebenenfalls Vorrang (z. B. Einsätze in der Katastrophenhilfe).

326. Über die Darstellung der Leistungsfähigkeit der Bundeswehr und ihrer Reserve soll zudem das Vertrauen in einen kompetenten und verlässlichen Partner gestärkt werden. Gemeinsame Übungen zur Gefahrenabwehr und zur Unterstützung bei Großschadensereignissen sind Beispiele für eine erfolgreiche partnerschaftliche Zusammenarbeit und bieten gute Möglichkeiten der Berichterstattung in den regionalen und überregionalen Medien - und natürlich auch in den Medien der Bundeswehr.

3.1.7 Alliierte und Partner

327. Alliierte innerhalb der NATO¹² und der Europäischen Union (EU) sowie Partner in weiteren Sicherheitsorganisationen und Einsatzstrukturen sollen die Bundesrepublik Deutschland mit der Bundeswehr weiterhin als verlässlichen Partner zur Mitgestaltung einer multipolaren Ordnung wahrnehmen. Dabei sind die deutschen Interessen angemessen darzustellen¹³.

328. Von herausgehobener Bedeutung in der Kommunikation gegenüber Alliierten und Partnern sind Themen zur SdR der Bundeswehr und zum Einsatz von Reservistendienst Leistenden innerhalb multinationaler Strukturen. Die redaktionelle Darstellung von besonders relevanten Themen in den beiden Arbeitssprachen der NATO (Englisch, Französisch) ist möglich.

¹¹ Gemeint sind ausschließlich Organisationen der nicht-polizeilichen Gefahrenabwehr.

¹² North Atlantic Treaty Organization.

¹³ Vgl. auch Abschnitt 3.2.3.5 „Internationale Reservistenvereinigungen“.

3.2 Zielunterstützungsgruppen

329. Zielunterstützungsgruppen für die Kommunikation in der Reserve sind Akteure, die sich mit den Belangen und den Handlungsfeldern der Reserve in eigener Sache befassen. Jedoch unterscheiden sie sich bisweilen erheblich in ihrem jeweiligen Blickwinkel auf die Bundeswehr und ihre Reserve.

3.2.1 Referate/Dezernate/Fachbereiche für Reservistenangelegenheiten

Kernbotschaft

„Aus dem aktiven Dienst auszuschneiden, heißt, für die Reserve zu gewinnen“

Das bedeutet: Gut ausgebildete Soldatinnen und Soldaten werden zeitlich begrenzt in die Reserve eingeplant (GBO) und stehen mit ihren erworbenen Fähigkeiten und Fertigkeiten für die Auftrags-erfüllung im Rahmen der LV/BV und des HSch bereit.

330. Die innerhalb der OrgBer der Bundeswehr eingerichteten Referate, Dezernate oder Fachbereiche für ResAngel unterstützen die jeweiligen Presse- und Informationszentren (PIZ) ihrer OrgBer bei der Erstellung fachlicher Beiträge und tragen so zur wirkungsvollen InfoABw mit spezifischem Bezug zur Reserve bei.

331. Das Bundesamt für das Personalmanagement der Bundeswehr (BAPersBw) ist mit der Abteilung VI für die Personalführung aller Reservistinnen und Reservisten verantwortlich und somit ein herausgehobener Partner im Rahmen der Kommunikation. Hierzu wird eine Ansprechstelle (Hotline) mit Schwerpunkt zu personalspezifischen Fragestellungen von Reservistinnen und Reservisten betrieben.

Zu weiteren, OrgBer-übergreifenden Fragestellungen unterhält das Streitkräfteamt Kompetenzzentrum Reservistenangelegenheiten der Bundeswehr (SKA KompZResAngelBw) eine Ansprechstelle (siehe Abschnitt 6.1).

3.2.2 Karrierecenter der Bundeswehr für die Personalgewinnung

Kernbotschaft

„Zivil erworbene Qualifikationen können breit in die Bundeswehr eingebracht werden und werden dort gebraucht“

Das bedeutet: Durch anhaltendes Engagement der Reserve erfährt die Bundeswehr einen ständigen Zuwachs an Kompetenzen und eine vielfältige fachliche Bereicherung.

332. Die Karrierecenter der Bundeswehr (KarrCBw) und die Karriereberatungsbüros (KarrBB) sind dem BAPersBw unmittelbar nachgeordnet. Mit diesen präsentiert sich die Bundeswehr flächendeckend und bundesweit als Arbeitgeber, sowohl für die militärischen als auch für die zivilen Laufbahnen.

333. Als Teil der Personalgewinnungsorganisation der Bundeswehr leisten die KarrCBw und die dazugehörigen KarrBB ihren Beitrag zur personellen Bedarfsdeckung – auch für die Reserve. Hierfür werden in den Bundesländern Informationsveranstaltungen organisiert, bei denen das Beratungspersonal der KarrCBw organisationsübergreifend zu Beordnungsmöglichkeiten, Qualifikationserfordernissen, Laufbahnoptionen und allgemeinmilitärischer sowie militärfachlicher Ausbildung informiert.

Dazu wird das Potenzial der Reserve in der Fläche mit eingebunden, z. B. Bezirksverbindungskommandos (BVK), Kreisverbindungskommandos (KVK) und die im HSch eingesetzten Kräfte.

3.2.3 Verbände und Vereinigungen

334. In der Bundesrepublik Deutschland existieren zahlreiche Verbände, die auf unterschiedlichen Gebieten die Reserve der Bundeswehr organisatorisch, personell und ausbildungstechnisch unterstützen sowie kameradschaftlich betreuen.

335. Ziel ist es, die bestehenden Kontakte zu diesen Verbänden in ihrer Funktion als Multiplikatoren für die Reserve zu nutzen, um das Vorhandensein, Auftreten und Wirken der Reserve in der Fläche bundesweit bewusst und informativ an die Öffentlichkeit zu bringen.

336. Hierfür sind vorrangig die mitgliederstärksten Verbände und Vereinigungen der Reservistenarbeit kompetente Ansprechpartner in eigener Sache. Ihnen bieten sich gezielte Möglichkeiten, Medienbeiträge aufzunehmen und über deren Verbandsorgane zu veröffentlichen. Darüber hinaus wird die Zusammenarbeit mit Fachverbänden gepflegt, die relevante Kenntnisse und Fertigkeiten abbilden.

3.2.3.1 Verband der Reservisten der Deutschen Bundeswehr e. V.¹⁴

337. Der Verband der Reservisten der Deutschen Bundeswehr e. V. (VdRBw) ist mit mehr als 110 000 Mitgliedern der mitgliederstärkste Reservistenverband. Er ist beauftragt, Reservistinnen und Reservisten unabhängig von einer Mitgliedschaft nach den Vorgaben des BMVg lebenslang zu betreuen und deren Interessen zu vertreten.

338. Gleichzeitig fungiert der VdRBw als Anlehnungspartner und Plattform für sämtliche im Beirat Reservistenarbeit beim VdRBw zusammengeschlossene Verbände und Vereinigungen. Unter deren Dach bestehen bundesweit rund 2 100 Reservistenkameradschaften sowie rund 700 Reservistenarbeitsgemeinschaften (RAG).

¹⁴ Vgl. K-10/5, Anlage 7.6 „Verband der Reservisten der Deutschen Bundeswehr e. V.“, Seite 52 f.

339. Der VdRBw hat den Auftrag, Reservistinnen und Reservisten als Mittler bzw. Mittlerinnen für die Bundeswehr in der Gesellschaft zu gewinnen, sie für die Wahrnehmung ihrer Mittlertätigkeit weiterzubilden sowie einen Beitrag zur Ausbildung von Reservistinnen und Reservisten für militärische Aufgaben zu leisten, der keinen Soldatenstatus bedingt. Übergreifend werden Soldatinnen und Soldaten, beorderten und nicht beorderten Reservistinnen und Reservisten u. a. Ausbildungen in sicherheitspolitischer Arbeit, militärischer Ausbildung im Bereich der körperlichen Leistungsfähigkeit (inkl. Sanitätsdienst) sowie Cyber angeboten.

340. Ein Schwerpunkt ist hierbei die sicherheitspolitische Aus- und Weiterbildung der Reservistinnen und Reservisten. Dabei arbeitet er u. a. mit der Gesellschaft für Sicherheitspolitik e. V. (GSP) zusammen.

341. Synergieeffekte zwischen Bundeswehr und VdRBw ergeben sich hinsichtlich ihrer Kommunikationsarbeit, die sich u. a. mit Themen rund um den Reservistendienst der Bundeswehr befasst. Beispielsweise ermöglicht das Verbandsmagazin „loyal“ Reservistinnen und Reservisten der VdRBw-Landesgruppen eine aktive Teilhabe an der Kommunikation in Form von selbsterstellten Beiträgen.

342. Der VdRBw unterstützt den dienstzeitbegleitenden Informationsprozess zur GBO mit der Darstellung der Möglichkeiten der beorderungsunabhängigen Reservistenarbeit (bu ResArb) und sollte dazu durch die verantwortlichen Vorgesetzten in Informationsveranstaltungen der Bundeswehr eingebunden werden.

343. Redaktionelle Beiträge zur Reserve der Bundeswehr in den Veröffentlichungen des VdRBw werden vollumfänglich durch den Verband verantwortet. Zudem pflegt das KompZResAngelBw im Auftrag des BMVg Abteilung Führung Streitkräfte, Referat für Reservisten- und Veteranenangelegenheiten (FüSK III 4) einen aktiven Austausch zu Themen der Reserve mit dem VdRBw. Wo immer möglich, sind herausgehobene Botschaften über möglichst viele Ausspielkanäle der Reserve zu kommunizieren, um eine möglichst hohe Verbreitung zu erreichen.

3.2.3.2 Beirat Reservistenarbeit beim Verband der Reservisten der Deutschen Bundeswehr e. V.

344. Der „Beirat Reservistenarbeit beim VdRBw“ repräsentiert die in der Reservistenarbeit engagierten Verbände und Organisationen, pflegt die intensive Zusammenarbeit mit der Bundeswehr und wirkt als Mittler für die Bundeswehr in der Gesellschaft.

345. Sein Zweck ist es, das Zusammenwirken der in der Reservistenarbeit tätigen Verbände und Organisationen abzustimmen und zu stärken, für das BMVg und den VdRBw beratend zu wirken und die Erfordernisse für diese Aufgabe als Multiplikator in der Gesellschaft, gegenüber der Öffentlichkeit, dem Deutschen Bundestag und der Bundesregierung zu vertreten.

3.2.3.3 Deutscher BundeswehrVerband

346. Der Deutsche BundeswehrVerband (DBwV) ist die mitgliederstärkste Einheits- und Spitzenorganisation zur Vertretung der Interessen aller aktiven und ehemaligen Soldaten bzw. Soldatinnen, Beamten bzw. Beamtinnen und Arbeitnehmer bzw. Arbeitnehmerinnen der Bundeswehr, ihrer Familienangehörigen und Hinterbliebenen gegenüber dem Parlament, der Regierung und der Öffentlichkeit. Der DBwV gewährt seinen Mitgliedern Rechtsschutz in Angelegenheiten, die im Zusammenhang mit deren Dienstverhältnis als Soldat bzw. Soldatin oder Zivilbeschäftigter bzw. Zivilbeschäftigte der Bundeswehr stehen. In seinem Verbandsmagazin „Die Bundeswehr“ kommuniziert der DBwV unter anderem aktuelle Schwerpunktthemen zur Reserve. Er sieht sich als Partner, um deren Kernbotschaften zu transportieren.

3.2.3.4 Bundesverband Sicherheitspolitik an Hochschulen

347. Der Bundesverband Sicherheitspolitik an Hochschulen (BSH) ist das größte Nachwuchsnetzwerk außen- und sicherheitspolitisch orientierter Hochschulgruppen an deutschen Universitäten und Hochschulen. Dieser betreibt in allen Fragen der Außen-, Sicherheits- und Verteidigungspolitik an Hochschulen und im politischen Raum Öffentlichkeitsarbeit. Dadurch fördert der BSH den sicherheitspolitischen Diskurs im akademischen Umfeld.

3.2.3.5 Internationale Reservistenvereinigungen¹⁵

348. Der Stellvertreter bzw. die Stellvertreterin der Generalinspekteurin bzw. des Generalinspektors der Bundeswehr (StvGenInsp) ist die bzw. der Beauftragte für Reservistenangelegenheiten der Bundeswehr (BeauftrResAngelBw). Sie bzw. er vertritt Angelegenheiten der Reserve auch im internationalen Bereich.

349. Ziel des deutschen Engagements in der internationalen Reservistenarbeit ist die Stärkung der deutschen Position im internationalen Umfeld und das Hinwirken auf Synergieeffekte im NATO- bzw. EU-Rahmen. Darauf ist die Kommunikation auszurichten.

350. National Reserve Forces Committee (NRFC). Im Rahmen des NRFC (multinationales Informationsforum mit dem Ziel, die Einsatzbereitschaft der Reserve der NATO zu stärken) wird die deutsche Position gegenüber den anderen Mitgliedsländern durch den Amtschef bzw. die Amtschefin des SKA vertreten. Das NRFC betreibt eine eigene Web-Präsenz (<https://www.act.nato.int/nrfc>), auf der über die aktuelle Arbeit berichtet wird. Eine Rotation in der Besetzung des Vorsitzes dieses Gremiums gewährleistet eine wechselnde Wahrnehmung in der internationalen Presse.

¹⁵ Vgl. K-10/5, Abschnitt 5.7.3 „Internationale Reservistenarbeit“, Seite 30.

351. Confédération Interalliée des Officiers de Réserve (CIOR) ist der internationale Dachverband, in dem Reserveoffiziervereinigungen aus allen NATO-Mitgliedsländern zusammengeschlossen sind. CIOR betreibt seine eigene Presse- und Informationsarbeit und hat eine Web-Präsenz (<https://cior.net/>). Durch ein Rotationsprinzip in der Besetzung der Präsidentschaft dieses Dachverbandes ist eine wechselnde Wahrnehmung in der internationalen Presse gewährleistet.

352. Confédération Interalliée des Officiers Médicaux de Réserve (CIOMR) ist ein internationaler Dachverband, in dem sich bestehende nationale Vereinigungen der Reserve-Sanitäts-offiziere der NATO-Mitgliedsstaaten zusammengeschlossen haben. Er betreibt seine eigene Presse- und Informationsarbeit sowie eine Web-Präsenz (<https://ciomr.org/>).

353. Confédération Interalliée des Sous-Officiers de Réserve (CISOR) ist der Dachverband, in dem Reserveunteroffiziersverbände aus Europa und Kanada zusammengeschlossen sind. Er betreibt seine eigene Presse- und Informationsarbeit sowie eine Web-Präsenz (<https://www.cisor.info/>).

3.3 Medien

354. Bei Medienkontakten zu überregionalen Themen bzw. zu Themen, die eine überregionale Wirkung entfalten können, ist BMVg Pr-/InfoStab über das zuständige PIZ des betreffenden OrgBer einzubinden und gegebenenfalls dessen Billigung für eine Zusammenarbeit/das vorgesehene Medienprojekt einzuholen. Dort wird die fachliche Einbindung des zuständigen Referates für Reservistenangelegenheiten - BMVg FüSK III 4 - gewährleistet. Dies gilt insbesondere auch für die Krisenkommunikation.

355. Die Zusammenarbeit mit lokal/regionalen Medien unterliegt der Billigung des PIZ OrgBer bzw. der zuständigen Leiterin bzw. des zuständigen Leiters der Informationsarbeit (LdI). Den BVK/KVK kann unter Federführung der bzw. des zuständigen LdI in der Unterstützung der Kommunikation mit lokalen und regionalen Medien eine besondere Bedeutung zukommen. Reservistinnen und Reservisten dieser Verbindungskommandos (VerbKdo) sind häufig lokal/regional fest verwurzelt und mit der regionalen Medienlandschaft vertraut.

356. Lokale und regionale Medien sind geeignete Ansprechpartner in der Fläche, um der Öffentlichkeit ein repräsentatives Bild über die vielfältigen und nutzbringenden Tätigkeiten von Reservistendienst Leistenden vor Ort zu vermitteln.

357. Reservistinnen und Reservisten aus der Region sind für die Redaktionen authentische Mittlerinnen und Mittler eigener Erlebnisse und Erfahrungen mit Bezug zur Bundeswehr. Sie stellen so einen persönlichen Bezug zwischen ihrem Engagement in der Reserve und ihrer Heimat her. Gleichzeitig wecken sie das Interesse bei nicht beorderten Reservistinnen und Reservisten und Ungedienten, sich militärisch als Reservistendienst Leistende zu engagieren bzw. außerhalb einer Beorderung in Reservistenkameradschaften mitzuwirken.

358. Überregionale Medien greifen in der Regel Themen mit sicherheits-, verteidigungs- und rüstungspolitischen Bezug auf, die aufgrund ihrer Leitungsrelevanz in Verantwortung des BMVg Pr-/InfoStab bearbeitet werden.

359. Die digitalen Medien zählen mit ihrer weiten Verbreitung von Informationen zu den überregionalen Medien. Diverse Blogs, wie beispielsweise „Augen geradeaus!“, greifen als fachspezifische Medien für Sicherheitspolitik immer wieder auch Themen der Reserve auf.

360. Das Medienmonitoring der Redaktion der Bundeswehr (RedBw) wertet die nationale und internationale Medienlandschaft täglich aus (Print, Online, Video, Audio, Agenturen) und stellt verschiedene Medienspiegel insbesondere dem in der InfoABw tätigen Personal zur Verfügung.

4 Kommunikationsinhalte

4.1 Themenvielfalt der Reserve

401. Die Themen zur Kommunikation der Reserve leiten sich aus den in der SdR aufgezeigten Handlungsfeldern der Gestaltung der Reserve ab: Rahmenbedingungen, Strukturen, Personal, Material und Infrastruktur, Ausbildung, Mentalität und Kommunikation¹⁶. Hieraus ergibt sich eine Themenvielfalt, die zur Kommunikation mit den Zielgruppen genutzt wird, um dort die jeweiligen Kernbotschaften der Reserve zu platzieren¹⁷.

402. Die Themenfelder aus Bundeswehr und Gesellschaft sind in Anlage 7.4 aufgeführt. Sie werden überwiegend anlassbezogen kommuniziert und können somit jederzeit flexibel zu aktuellen Ereignissen, Übungen, Krisenlagen und Unterstützungsleistungen von Reservistinnen und Reservisten in Medienbeiträge eingebracht werden.

403. Neu hinzukommende Themenfelder mit besonderer Berücksichtigung des Reservisten dienstes werden vom BMVg und nachgeordneten Bereichen als Fachkonzepte zur SdR aufgelegt. Hierzu zählen die Thematiken wie GBO, HSch, Personalentwicklung, Beratung, Cyber-Reserve und Arbeitgeberkommunikation.

404. Menschen sind es, die die Bundeswehr und ihre Reserve prägen. So liegt es nah, dass auch die Informationsarbeit zur Reserve authentisch Reservistendienst Leistende sowie Reservistinnen und Reservisten außerhalb ihrer Heranziehung in den Mittelpunkt stellt. Ihre Erlebnisse und Erfahrungen mit Bezug zur Bundeswehr stehen im Fokus der Beiträge zur Reserve¹⁸.

¹⁶ Vgl. K-10/5, Abschnitt 5 „Handlungsfelder der Gestaltung der Reserve“, Seite 10 ff.

¹⁷ Siehe Anlagen 7.4 „Themenvielfalt der Reserve“ und 7.5 „Kernbotschaften der Reserve“.

¹⁸ Vgl. K-10/5, Abschnitt 5.7.2 „Information und Kommunikation“.

405. Das Auftreten und die Darstellung von Reservistendienst Leistenden sind zentral für die Wahrnehmung in der Bundeswehr. Aktive Kommunikation trägt dazu bei, einen Wandel des "Images Reserve" herbeizuführen.

Kernbotschaft

„Reservisten und Reservistinnen – Teil der Bundeswehr – entscheidend, aktiv und mittendrin!“

Sie erfüllen kompetent vielfältige Aufgaben und sind für die Bundeswehr unverzichtbar.

406. Bildsprache und dargestellte Reservistendienst Leistende (Protagonisten/Protagonistinnen) sind im Sinne des Images einer aktiven und engagierten Reserve, mit der die Bundeswehr ihren Auftrag gut erfüllen kann, auszuwählen. Dabei begegnen sich Reservistendienst Leistende und aktive Soldatinnen und Soldaten auf Augenhöhe.

407. Vielfalt bringt Unterschiede und Wertigkeiten: Reservistinnen und Reservisten sind mit Antritt ihres Dienstes Soldatinnen und Soldaten. Sie bringen sich mit Know-how ein und meistern gemeinsam mit ihren Kameradinnen und Kameraden sowie mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Herausforderungen. Je weiter das Alter einer Protagonistin bzw. eines Protagonisten von dem Lebensalter der Lesenden oder Zuhörenden entfernt ist, umso weniger können sich diese damit identifizieren. Daher muss das Image der Reserve deutlich verjüngt werden. Zudem ist auf eine ausgewogene Auswahl bei den Geschlechtern zu achten.

4.2 Werte der Reserve

408. Das Selbstverständnis der Reservistinnen und Reservisten sowohl als Reservistendienst Leistende als auch als Mittlerinnen und Mittler in der Zivilgesellschaft bildet eine feste Grundlage für die InfoABw mit Themenbezug zur Reserve¹⁹.

409. Die besondere Auffassung des Dienstes von Reservistinnen und Reservisten wird von ihnen durch ihre Verbundenheit mit der Bundeswehr und dem Soldatenberuf als lebensbegleitendes Werte-Selbstverständnis ausgedrückt.

410. Verbundenheit, Verpflichtung, Identifikation und Loyalität können zusammengefasst mit dem Begriff "Commitment"²⁰ oder auch Engagement ausgedrückt werden. Motive für eine so umschriebene bindende Vereinbarung und Verpflichtung sollen für die Reserve kommunikativ genutzt werden²¹.

¹⁹ Siehe K-10/5, Abschnitt 5.7.1 „Reservistinnen und Reservisten als Mittler in der Gesellschaft“, Seite 28.

²⁰ Vgl. SKA Grp MilPsych-Forschg „Lebens- und einsatzbedingte Vakanzen der Bundeswehr – eine Analyse zum Potenzial der Reserve“, Seite 5ff.

²¹ Siehe Anlage 7.3. „Werte der Reserve“.

411. Maßgebliche Faktoren zur Förderung der Kommunikation in der Reserve sind:

- a) Möglichkeiten, sich selbsttätig mit eigenen Ideen einzubringen.
- b) Partizipative Handlungsräume für Kommunikation.
- c) Unvoreingenommene und transparente Teilhabe am Informationsfluss.
- d) Die wahrgenommene Unterstützung durch die Wertschätzung von Beiträgen für die Kommunikation in der Reserve als dazugehöriges, wichtiges und unverzichtbares Element.
- e) Motivation und Inspiration: Zuversicht in künftige, attraktive Entwicklungen der Kommunikation, um deren Zielsetzung „Kommunikation aus einer Hand“ zu erfüllen und damit den größeren Sinnzusammenhang der SdR als gemeinsames Ziel zu verdeutlichen und wahrnehmbar zu machen.
- f) Vermittlung und Pflege der bundeswehreigenen Kommunikationskultur, um Unsicherheiten zu vermeiden und dadurch den sicheren Umgang mit modernen Sozialen Medien zu fördern (Netiquette).

412. Weitere Ansatzpunkte für das Werte-Selbstverständnis der Reserve sind in Anlage 7.3 aufgeführt.

5 Kommunikationsmanagement

5.1 Kommunikationsstruktur der Bundeswehr

501. Die Struktur der InfoABw folgt grundsätzlich der Struktur des BMVg und der Bundeswehr²². Der unmittelbar der Leitung des BMVg zugeordnete BMVg Pr-/InfoStab ist oberste und zentrale Instanz der Informationsarbeit im Geschäftsbereich des BMVg²³. Dies gilt ebenfalls für reservebezogene Themen.

²² Vgl. A-600/1, Nr. 3003.

²³ A-600/1, Nr. 3004.

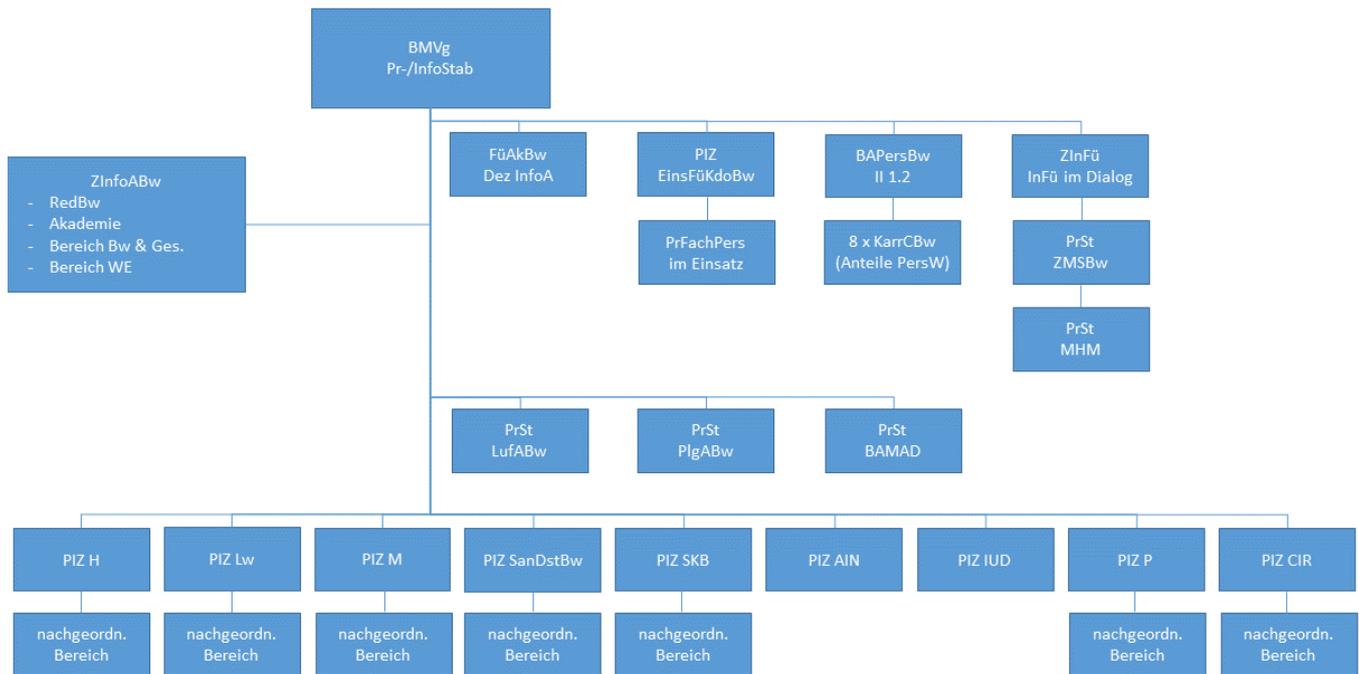


Abb. 3: Fachstrang Informationsarbeit²⁴

502. Nachstehende Dienststellen/Organisationselemente stehen in Verantwortung für den Leistungsprozess „Informationsarbeit leisten“ oder tragen in Teilprozessen unmittelbar dazu bei.

- BMVg Pr-/InfoStab,
- Zentrum für Informationsarbeit der Bundeswehr (ZInfoABw) mit RedBw sowie
- PIZ der OrgBer und Fachpersonal Informationsarbeit der direkt dem BMVg nachgeordneten Dienststellen.

Sie vermitteln über den Leistungsprozess auch reservebezogene Themen.

Folgende zuständige Dienststellen unterstützen fachlich die InfoABw zu Themen der Reserve, wodurch sie einen Beitrag zur Kommunikation der Reserve leisten:

- BMVg FüSK III 4, Referat für Reservisten- und Veteranenangelegenheiten,
- BMVg Personal (P) II 5, Referat für Reserve, Personeller Wehersatz mit u. a. Personalmanagement Reserve und Leistungen an Reservistendienst Leistende,
- KompZResAngelBw,
- Referate und Fachbereiche für ResAngel der militärischen/zivilen OrgBer (mil/zivOrgBer),
- BAPersBw sowie
- Beordnungsdienststellen der OrgBer.

²⁴ Siehe A-600/1, Abschnitt 3 „Der Fachstrang Informationsarbeit“, Nr. 3001, Abbildung 1.

503. Die RedBw als zentrale Stelle der InfoABw ist fachlich unmittelbar dem BMVg Pr-/InfoStab unterstellt. Ihr kommt mit Blick auf die durch sie betriebenen Informationskanäle in den Bereichen Online, Video, Audio, Bild, Soziale Medien und Print eine herausgehobene Bedeutung zu. Das KompZResAngelBw ist in den durch die RedBw gesteuerten Informationsaustausch innerhalb der InfoABw eingebunden. Themen zur Reserve mit herausragender Bedeutung werden auf den Kanälen der RedBw veröffentlicht.

504. Das Referat FÜSK III 4 im BMVg verantwortet als das zuständige ministerielle Fachreferat für Reservisten- und Veteranenangelegenheiten die Bearbeitung zu allen Themen mit Bezug zu Reservistenangelegenheiten. Es unterstützt und stimmt sich ab mit BMVg Pr-/InfoStab zu öffentlichkeitswirksamen und redaktionellen Themen mit Bezug zur Reserve. In fachlichen Angelegenheiten führt das Referat das KompZResAngelBw beim SKA.

505. Eingebettet in die jeweils aktuellen Schwerpunktsetzungen der Themen der Bundeswehr, setzt BMVg FÜSK III 4 in enger Abstimmung mit BMVg Pr-/InfoStab thematische Schwerpunkte für die Kommunikation zur Reserve im Zuge der periodischen Weisungen für die Reservistenarbeit.

506. Das KompZResAngelBw ist ein Organisationselement des SKA. Es arbeitet BMVg FÜSK III 4 bei der Unterstützung der bzw. des StvGenInsp in ihrer bzw. seiner Funktion als BeauftrResAngelBw im Rahmen der „Werkbankbeziehung“²⁵ zu. Das KompZResAngelBw betreibt thematisch im Auftrag und in Abstimmung mit BMVg Pr-/InfoStab die Kommunikationsinstrumente/Medientools der Reserve aus einer Hand^{26 27}.

507. Im Aufgabenschwerpunkt Kommunikation arbeitet das KompZResAngelBw den PIZ der Bundeswehr zu, stimmt Inhalte zur Informationsarbeit über ResAngel ab und koordiniert diese mit den Zielunterstützungsgruppen der Reserve.

5.2 Kommunikationsmanagement in der Reserve

508. Die Informationsarbeit in ResAngel wird durch die nachgeordneten Referate/Dezernate/Fachbereiche für ResAngel in den mil/zivOrgBer unterstützt. Hierbei arbeiten sie eng mit den PIZ/ Pressestellen bzw. dem zuständigen Fachpersonal der Informationsarbeit ihres OrgBer zusammen.

509. Die Referate/Dezernate/Fachbereiche für ResAngel arbeiten dem bzw. der jeweiligen BeauftrResAngel zu. Das schließt Überlegungen/Beratungen zur Kommunikation von militärischen Themen zur Reserve ein.

²⁵ Siehe AR „Zusammenarbeit des BMVg mit Dienststellen des nachgeordneten Bereiches“ A-500/1 „Werkbankerlass“, Seite 4.

²⁶ Vgl. K-10/5, Abschnitt 5.7.2 „Information und Kommunikation“.

²⁷ Siehe Abschnitt 6 „Kommunikationsinstrumente – Medien“.

510. Wo immer möglich, können Reservistinnen und Reservisten mit medialer Berufserfahrung bei der Umsetzung von Themenschwerpunkten der Reserve inklusive der Beschaffung, Sammlung, Auswahl und Vorbereitung von Beiträgen für die Kommunikation der Reserve aus dem zivilen Umfeld gewonnen und hinzugezogen werden.

511. Social-Media-Redakteure und -Redakteurinnen für die Erstellung und Bearbeitung von Beiträgen von und über die Reserve können auch aus dem zivilen Umfeld hinzugezogen werden. Sie sind weder an Dienstposten noch an Dotierungshöhen gebunden²⁸.

512. Die Ausbildung und Qualifizierung des Medienfachpersonals für die Kommunikation der Inhalte der Reserve erfolgt auf den dafür vorgesehenen Lehrgängen zur zentralen und dezentralen Ausbildung und Qualifizierung des Fachpersonals der InfoABw. Grundsätzlich stehen alle diesbezüglichen Trainings an Ausbildungseinrichtungen der Bundeswehr für Reservistendienst Leistende offen²⁹.

5.3 Krisenkommunikation³⁰

513. Als Krise wird bezeichnet, eine vom Normalzustand abweichende Situation außerhalb eines Spannungs- oder Verteidigungsfalles mit dem Potenzial für oder mit bereits eingetretenen Schäden an Schutzgütern, die mit der normalen Aufbau- und Ablauforganisation nicht mehr bewältigt werden kann³¹.

Sie erfordert den Einsatz von ausgebildetem und besonders geschultem Fachpersonal auch für die Krisenkommunikation, wie es die Bundeswehr in ihrer Struktur auf ihrem Fachstrang InfoABw, insbesondere in den PIZ, vorhält. Dieses Personal wird für die Krisenkommunikation grundsätzlich eingesetzt³².

514. In einer Krise ist die möglichst rasche Verfügbarkeit von zuverlässigen Informationen und Fakten zur Reserve in die Reserve hinein und in die Öffentlichkeit von besonderer Bedeutung.

Die Kanäle des VdRBw e. V. sind ggf. miteinzubeziehen, um im Krisenfall schnell und flächendeckend zu informieren.

²⁸ Siehe AR „Betrieb der regionalen Facebook-Seiten der Bundeswehr“ A1-600/5-1, Abschnitt 2.6 „Rollen“, Seite 7 f.

²⁹ AR „Ausbildung der Reserve“ A1-221/0-23.

³⁰ Vgl. A1-600/5-1, Abschnitt 4.7 „Krisenkommunikation“, Seite 15.

³¹ Vgl. Leitfaden Krisenkommunikation des Bundesministeriums des Innern, Stand: August 2014, Abschnitt 3.1 „Krise: Begriffsklärung“.

³² Vgl. AR „Informationsarbeit im Organisationsbereich Personal“ C1-600/1-5000, Abschnitt 5.2 „Bereich Presse-/Öffentlichkeitsarbeit“, Seite 7.

515. Krisenkommunikation in der Reserve kann in besonderen Lagen erforderlich sein. Dazu zählen (Auswahl):

- Naturereignisse wie Extremwetterlagen (u. a. Stürme, Starkniederschläge, Hochwasser, Hitzewellen), Waldbrände, Erdbeben, Epidemien,
- technisches/menschliches Versagen: Systemversagen (u. a. Unter- und Überkomplexität in der Planung), Fahrlässigkeit, Unfälle, Havarien sowie
- Anschläge, Attentate, Sabotage und Kriege.

516. Die BVK/KVK, die in ihrer Aufgabenerfüllung als Teil eines zivilen Krisenstabes der Bezirks- bzw. Kreisregierungen nah am Geschehen sind, müssen krisenhafte Entwicklungen mit Auswirkungen auf die Bundeswehr möglichst frühzeitig erkennen und melden.

517. Die BVK/KVK können auf Weisung und unter fachlicher Führung der bzw. des zuständigen Ldl auch in der zivilen Krisenkommunikation die InfoABw unterstützen.

6 Kommunikationsinstrumente – Medien

6.1 Reserve Online

601. Mit dem breit angelegten Medienmix verschafft „Kommunikation aus einer Hand“ den sehr heterogenen Ziel- und Zielunterstützungsgruppen mediale Zugänge, über die sie ihr Informationsinteresse und weiterführendes Engagement für die Vielfalt der Reserve in alle Themenfelder einbringen können.



Abb. 4: Kommunikation aus einer Hand³³

³³ Siehe K-10/5, Abschnitt 5.7.2 „Information und Kommunikation“, Abbildung 8.

602. Der übergreifenden Bedeutung der Reserve für alle OrgBer der Bundeswehr entsprechend, erfolgt die mediale Umsetzung von Themen der Reserve über alle Ausspielkanäle der Medien der Bundeswehr (Online, Video, Audio, Bild, Soziale Medien, Print) über die jeweils für die InfoABw zuständigen Stellen.

603. Über die Reserve soll authentisch, spannend und bildlastig berichtet werden. Der VdRBw e. V. ist dabei wichtiger Partner³⁴.

604. Die Digitalstrategie der Bundeswehr hat mit ihrer Informationstechnologie auch zum Ziel, ein modernes, zeitgemäßes, flexibles und attraktives Arbeits- und Lernumfeld zu bieten³⁵. Hierzu zählen unter anderem Onlineauftritte und Online-Informationsräume auch für die Zielgruppe Reserve; sowohl für ungediente als auch bundeswehurnahe Interessierte aus allen Gesellschaftsteilen.

6.1.1 Internet Website für die Reserve der Bundeswehr

605. Auf der Internet Website www.bundeswehr.de/reserve werden Informationen zur Reserve der Bundeswehr für alle Zielgruppen in allgemeinverständlicher Form und barrierefrei bereitgestellt: Unterhaltssicherung, Truppenärztlicher Dienst, Bundeswehr Sozialdienst, Militärseelsorge u. a. m.³⁶.

6.1.2 Die IT-Applikation der Reserve

606. Die „Res-App“ trägt dem veränderten Kommunikations- und Informationsverhalten der Nutzer und Nutzerinnen moderner Medien Rechnung. Als mobile Plattform flankiert sie das Informationsspektrum der Onlineauftritte der Reserve und führt multiple Funktionen auf einem smarten Endgerät nutzerfreundlich zusammen.

607. Die „Res-App“ verfügt über die Funktionalitäten

- Informationen zur Reserve der Bundeswehr,
- Stellenbörse Reserve der Bundeswehr,
- Chat-Funktion und
- Informationsangebote des Reservistenverbandes (VdRBw).

608. Eine Verlinkung mit der Stellenbörse Reserve des BAPersBw ermöglicht die Erweiterung der Reichweite und führt damit zu einer Erhöhung des Bewerberaufkommens auch und gerade für dringend gesuchte hochspezialisierte Qualifikationen.

³⁴ Vgl. K-10/5, Abschnitt 5.7.2 „Information und Kommunikation“.

³⁵ Vgl. SLL-006, Abschnitt 3.3.4 „Ziele und Funktion Digitaler Campus“, Seite 12 f.

³⁶ www.bundeswehr.de/de/betreuung-fuersorge.

609. Die redaktionelle Zuständigkeit über diese Funktionalitäten (außer Info-Angebot des VdRBw e. V.) liegt beim KompZResAngelBw im Auftrag von BMVg FüSK III 4. Dies schließt die Darstellung von Inhalten der Reserve in den Auftritten der OrgBer unter redaktioneller Zuständigkeit des PIZ im jeweiligen OrgBer keinesfalls aus.

6.1.3 Extranet der Bundeswehr für die Reserve

610. Das Extranet der Bundeswehr ist ein geschützter Bereich im Internet unter Ausschluss der breiten Öffentlichkeit. Offene, jedoch nicht allgemein öffentliche Informationen, dabei zu einem großen Teil Fachinformationen, werden für einen fest umrissenen Kreis von Nutzenden zur Verfügung gestellt³⁷.

611. Im Extranet der Bundeswehr haben insbesondere aktive und frühere Angehörige der Bundeswehr Zugriff auf die Reserve betreffende Fachinformationen wie z. B. strukturelle, personelle oder technische Neuerungen, Trainings und Ausbildungen. Zu diesem Zweck besteht zudem die Möglichkeit der Teilhabe an organisationsinterner horizontaler und vertikaler Mitarbeiterkommunikation.

6.1.4 Das Bürgertelefon der Reserve

612. Das Bürgertelefon der Reserve wird als Ansprechstelle vom KompZResAngelBw betrieben. Es bildet die zentrale Informationsstelle für Reservistinnen und Reservisten sowie Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber, aber auch für sonstige Interessierte zu Fragen der Reserve. Anfragen können sowohl telefonisch als auch über das auf allen Internetseiten von Bundeswehr.de verfügbare Kontaktformular schriftlich an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Bürgertelefons der Reserve gerichtet werden.

613. Der Betrieb des Bürgertelefons der Reserve erfolgt im Schulterschluss mit dem Bereich „Bürgerdialog“ der RedBw sowie mit der Hotline des BAPersBw Abteilung VI.

614. Das Referat für finanzielle Leistungen an Reservistendienst Leistende im BAPersBw, Referat VII 3.2, hat eine eigene telefonische Ansprechstelle.

6.2 Reserve in den Sozialen Medien³⁸

615. Soziale Medien weisen per se eine wachsende Anzahl von Systemtools auf. Ihre Verbreitung ist von technischen, marktwirtschaftlichen und teilweise politischen Faktoren abhängig (Marktfreigabe von Schlüsseltechnologien).

³⁷ Siehe K-9000/038, Abschnitt 5 „Inhalte und Zuständigkeiten für das Bereitstellen von digitalen Informationen“.

³⁸ Siehe K-9000/038, Abschnitt 1.1 „Ausgangslage“.

616. Der Fortbestand einzelner Social-Media-Kanäle ist nicht vorhersagbar. Verändertes Anwenderverhalten kann die Nutzung neuer Kommunikationskanäle und/oder Social-Media-Plattformen notwendig machen. Neue Anwendungen erfolgen im Rahmen der InfoABw in Abstimmung mit und nach Billigung durch BMVg Pr-/InfoStab.

617. Ebenso bestimmt das Nutzerverhalten verschiedener Generationen von Reservistinnen und Reservisten, welche Soziale Medien „gerade im Trend sind“, ohne dass dies nachhaltig wäre.

618. Erfolgreiche Kommunikation mit den externen Zielgruppen muss daher schnell reagieren – Antwortzeit-Verhalten in der dialogischen Kommunikation – und sich kontinuierlich anpassen (s. o.), da die Informationen immer häufiger über mobile Endgeräte abgefragt werden.

6.2.1 Leitlinien für Soziale Medien

619. Die „Social-Media-Guidelines“ der Bundeswehr³⁹ geben Bundeswehrangehörigen Hilfestellung im Umgang mit Social Media. Ebenso sollen sie bei Vorgesetzten Orientierung und Verhaltenssicherheit schaffen, um das Engagement von Soldatinnen und Soldaten sowie Reservistinnen und Reservisten in den sozialen Netzwerken wertzuschätzen. Die Guidelines sind inklusive regelmäßig gestellter Fragen und entsprechender Informationen unter www.bundeswehrsosialmedia.de abrufbar.

6.2.2 Facebook-Seiten der Reserve mit regionalem Bezug

620. Die regionalen Facebook-Seiten der Landeskommandos (LKdo) unterstützen die Kommunikation zwischen Bundeswehr und Gesellschaft in den Sozialen Medien. Sie stehen sowohl Soldatinnen und Soldaten als auch Reservistinnen und Reservisten grundsätzlich offen. Sie bieten die Möglichkeit, eigene Erlebnisse beitragen zu können. Sie dienen auch dazu, dass Interessierte Informationen über die Reserve in ihrem regionalen bzw. örtlichen Umfeld erhalten.

621. OrgBer-übergreifend stehen in jedem Bundesland die regionalen Facebook-Seiten allen Dienststellen der Bundeswehr als Plattform zur Darstellung von Veranstaltungen und zur Publikation redaktioneller Inhalte zur Verfügung.

622. Die redaktionelle Auswahl zugelieferter Beiträge obliegt den regionalen Redaktionen in den LKdo. Die inhaltliche Verantwortung der Kanäle liegt bei der Streitkräftebasis (SKB).

623. Jede Nutzerin und jeder Nutzer hat die Möglichkeit, Beiträge zu kommentieren. Beiträge können per E-Mail über den Organisationsbriefkasten an die Pressestelle im jeweiligen LKdo eingereicht werden.

³⁹ Siehe Social-Media-Guidelines der Bundeswehr vom 19. November 2019.

624. Gesteuert durch die bzw. den Ldl des zuständigen LKdo eignen sich die regionalen Facebook-Kanäle als Ergänzung zu Katastrophenschutz-Apps (z. B. Warn-App NINA⁴⁰ des Bundesamtes für Bevölkerungsschutz und Katastrophenhilfe) für die Kommunikation während militärischer Katastrophenalarmlänge, um verzugsarm Informationen im regionalen Zusammenhang bereitstellen zu können.

6.2.3 Karriereportal der Bundeswehr

625. Dem Grundsatz „one face to the customer“ des BAPersBw folgend, ist die Nutzung des Karriereportals der Bundeswehr „Karriere in der Reserve“ als alleinige offizielle Schnittstelle notwendig.

626. Eine Verlinkung mit dem Karriereportal der Bundeswehr „Karriere in der Reserve“ ermöglicht die Erweiterung der Reichweite und führt damit zu einer Erhöhung des Bewerberaufkommens auch und gerade für dringend gesuchte hochspezialisierte Qualifikationen (z. B. Sanitätsdienst, Cyber-IT).

⁴⁰ Notfall-Informations- und Nachrichten-App.

7 Anlagen

7.1	Schlagwortverzeichnis	33
7.2	Abkürzungsverzeichnis	39
7.3	Werte der Reserve	41
7.4	Themenvielfalt der Reserve	42
7.5	Kernbotschaften der Reserve	44
7.6	Bezugsjournal	46
7.7	Änderungsjournal	47

7.1 Schlagwortverzeichnis

Aufwuchs

Der Aufwuchs umfasst alle Maßnahmen zur Erhöhung der personellen und materiellen Einsatzbereitschaft der Bundeswehr außerhalb einer Mobilmachung. Die völkerrechtsverbindliche Obergrenze von 370 000 Soldatinnen und Soldaten im Frieden darf dabei nicht überschritten werden.

Beauftragter bzw. Beauftragte für Reservistenangelegenheiten der Bundeswehr (BeauftrResAngelBw)

Die Zuständigkeit für die Reserve liegt beim bzw. bei der StvGenInsp, der bzw. die zugleich BeauftrResAngelBw ist und dabei von dem Abteilungsleiter bzw. der Abteilungsleiterin des Führungsstabes der Streitkräfte (FüSK) unterstützt wird.

Beorderung

Eine Beorderung ist die Einplanung einer Reservistin oder eines Reservisten auf einem Dienstposten der Verstärkungsreserve oder in der Personalreserve.

Bezirksverbindungskommando und Kreisverbindungskommando (BVK/KVK)

BVK/KVK sind Teileinheiten der LKdo, denen die Zivil-Militärische Zusammenarbeit in Verbindung zur Regierung ihres jeweiligen Bundeslandes obliegt. Entsprechend den föderalen Strukturen der Bundesrepublik Deutschland sind 34 Bezirks- (BVK) und 415 Kreisverbindungskommandos (KVK) in den Regierungsbezirken, Landkreisen und kreisfreien Städten aufgestellt. Sie sind ausschließlich mit ortsansässigen Reservistinnen und Reservisten besetzt. Die Verbindungskommandos beraten im Fall einer Großschadenslage oder Katastrophe die zivilen Katastrophenschutzbehörden über Möglichkeiten und Grenzen der Unterstützung durch die Bundeswehr. Sie nehmen an den Sitzungen des leitenden Katastrophenschutzstabes zur aktuellen Lage der Gefahrenabwehr teil, melden das Lagebild und die operativen Folgeplanungen an das LKdo. Erforderliche Verlegungen von eingesetzten Bundeswehrkräften sowie Bedarf an zusätzlichen Kräften werden ebenso weitergemeldet. Die BVK und KVK halten auch die Verbindung zu den eingesetzten Truppenteilen.

Dienstliche Veranstaltung (DVag)

DVag sind dienstliche Vorhaben im Geschäftsbereich des BMVg insbesondere zur militärischen Ausbildung, zu denen grundsätzlich Reservistinnen und Reservisten mit ihrem Einverständnis nach § 81 Absatz 1 Soldatengesetz (SG) zugezogen werden können.

Ergänzungstruppenteile (ErgTrT)

ErgTrT sind in den Organisationsgrundlagen ausgeplante Elemente der jeweiligen Strukturebene, deren Dienstposten in der Regel mit Reservistinnen und Reservisten besetzt werden. ErgTrT werden bei Bedarf aktiviert, dienen der Verstärkung der aktiven Verbände im gesamten Aufgabenspektrum und bilden damit die Grundlage für die Aufwuchsfähigkeit.

Freiwilliger Wehrdienst im Heimatschutz (FWD HSch)

Das Projekt „Dein Jahr für Deutschland – Freiwilliger Wehrdienst im Heimatschutz (FWD HSch)“ findet als Pilotprojekt ab April 2021 für zunächst ein Jahr statt. Bei diesem Modell wird eine aktive Dienstzeit von sieben Monaten (Präsenzphase) mit einer anschließenden Verpflichtung zum Reservedienst von fünf Monaten über einen Sechs-Jahreszeitraum speziell für das staatsbürgerliche Engagement in der Heimat verknüpft. Die Ausbildung besteht zunächst aus einer dreimonatigen Grundausbildung an einem der Grundausbildungsstandorte der SKB und der Luftwaffe. Danach folgt die viermonatige „Spezialausbildung Heimatschutz“. Diese Phase schließt einen Abschnitt bei einer Dienststelle mit dem späteren regionalen Bezug ein. Der fünfmonatige Dienst als Reservistendienst Leistende oder Reservistendienst Leistender ist grundsätzlich in einer der im HSch eingesetzten Einheiten zu leisten.

Führung Streitkräfte, Referat für Reservisten- und Veteranenangelegenheiten (FüSK III 4)

Das Referat FüSK III 4 im BMVg ist für Grundsatzfragen der Reservisten- und Veteranenangelegenheiten zuständig.

Grundbeorderung (GBO)

GBO ist die grundsätzliche Einplanung aller wehrdienstfähig aus dem aktiven Dienst ausscheidenden Soldatinnen und Soldaten der Bundeswehr in die Reserve für einen Zeitraum von sechs Jahren, um eine vollständige Bedarfsdeckung der Truppen- und der Territorialen Reserve im Bereitschafts-, Spannungs- oder Verteidigungsfall sicherzustellen.

Heimatschutz (HSch)

HSch umfasst die Aufgaben, die im Rahmen der gesamtstaatlichen Sicherheitsvorsorge zum Schutz Deutschlands und seiner sich auf deutschem Hoheitsgebiet befindenden Bürgerinnen und Bürger außerhalb des Spannungs- oder Verteidigungsfalls durch die Bundeswehr wahrzunehmen sind.

Host Nation Support (HNS)

Zivile und militärische Unterstützungsleistung eines Aufnahmestaates im Frieden, in einer Krise und im Krieg für verbündete Streitkräfte und Organisationen der NATO, die sich auf dem Gebiet des Aufnahmestaates befinden.

Informationsarbeit der Bundeswehr (InfoABw)

InfoABw umfasst die gesamte Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Bundeswehr. Die fachliche Zuständigkeit liegt beim Pr-/InfoStab im BMVg. Die A-600/1 legt verbindliche Vorgaben für die Durchführung der InfoABw im Geschäftsbereich des BMVg fest. Zu den Prinzipien der InfoABw zählt, dass die Öffentlichkeit durch Maßnahmen der InfoABw mittel- und unmittelbar sachlich, wahrheitsgetreu, ausgewogen, differenziert, nachvollziehbar, reaktionsschnell, offen und somit transparent informiert werden soll. Informationen müssen einer kritischen Überprüfung standhalten⁴¹.

⁴¹ Vgl. A-600/1, Abschnitt 1 „Grundsätze“.

Kernbotschaften

Kernbotschaften drücken essenzielle Kommunikationsinhalte in einem prägnanten Satz aus, der zumeist als einzelstehender Ausruf formuliert wird. Sie enthalten Angebote, Leistungen und Forderungen, die an genau definierte Dialoggruppen/Zielgruppen adressiert sind.

Kompetenzzentrum für Reservistenangelegenheiten der Bundeswehr (KompZResAngelBw)

Das KompZResAngelBw des SKA arbeitet dem BMVg FÜSK III 4, Reservisten und Veteranenangelegenheiten, zu. Es ist die zentrale Kontakt- und Ansprechstelle nach außen.

Kommunikation

Kommunikation ist der Austausch von Nachrichten zur Übermittlung von Informationen, Vorstellungen, Einstellungen, Gefühlen, Meinungen oder Anweisungen zwischen Einzelpersonen oder Gruppen mit dem Ziel, Handlungen zu bewirken, zu verstehen oder abzustimmen. Sie ist entscheidend für die Effizienz einer Organisation. Sie kann über Sprache, Schrift und visuelle Elemente analog oder mittels digitaler Medien verbal oder nonverbal stattfinden.

Kommunikationsinstrumente

Kommunikationsinstrumente sind Mittel zur Verständigung von Menschen untereinander in Wort, Bild und Ton. Im kommunikativ werblichen Gebrauch dienen sie als Medien zur kreativen Umsetzung und Darstellung von Kommunikationsbotschaften, die von den jeweiligen Zielgruppen sinnlich wahrgenommen werden. Unterschieden werden analoge (Print-)Medien (Zeitungen, Zeitschriften, Plakate, Flyer, Werbebanner, Ausstellungs-/Messestände usw.) und digitale Medien (Fernsehen, Radio, Video, Audio, Internet-Portale, Websites, Apps, Soziale Medien usw.).

Kommunikationsstrategie

Eine Kommunikationsstrategie umfasst alle mittel- bzw. langfristigen Maßnahmen, mit denen eine Organisation ihre Kernbotschaften zielgerecht an Dialoggruppen nach außen vermittelt, um ihre selbstgesteckten Kommunikationsziele zu erreichen. Kommunikationsstrategien können sowohl einzelne als auch eine Kombination mehrerer Kommunikationsinstrumente beinhalten.

Krise

Ein sich zuspitzendes Spannungsverhältnis unterhalb der Ebene des bewaffneten Konflikts, verursacht durch Instabilitäten, die unter anderem aus ethnischen, politischen, sozialen oder ökonomischen Schwierigkeiten oder ungeklärten territorialen Ansprüchen entstehen können.

Landeskommando (LKdo)

Die Kräfte der LKdo (16) sind unter dem Kommando Territoriale Aufgaben der Bundeswehr zusammengefasst. Sie sind zuständig für die Zivil-Militärische Zusammenarbeit mit den zivilen Dienststellen und Behörden des jeweiligen Bundeslandes. Bei besonders schweren Unglücksfällen oder Katastrophen koordiniert das LKdo die Unterstützung durch die Bundeswehr in Absprache mit den zivilen Katastrophenschutzstellen und den Verbänden/Dienststellen der Bundeswehr und bereitet entsprechende Maßnahmen vor (siehe BVK/KVK).

Metabotschaft

Eine Metabotschaft enthält sämtliche Informationen, die „eine über allem stehende Aussage“ an die Gesamtheit aller Zielgruppen vermittelt.

Netiquette

Netiquette bezeichnet das gute oder angemessene und respektvolle Benehmen in der elektronischen Kommunikation. Der Begriff beschrieb ursprünglich Verhaltensempfehlungen im Usenet, wird aber mittlerweile für alle Bereiche in Datennetzen verwendet.

Personalreserve (PersRes)

Die Personalreserve (nicht strukturgebundene Beordnungsmöglichkeit) ist eine planerische Vorsorge zur Kompensation fehlenden Personals oder zur Deckung temporär erhöhten Bedarfs zur Erhöhung der Einsatzbereitschaft und der Durchhaltefähigkeit von Dienststellen.

Reserve (Res)

Unter der Reserve werden die personellen, organisatorischen, materiellen und infrastrukturellen Maßnahmen zusammengefasst, die einen Aufwuchs ermöglichen.

Reservisten/Reservistinnen

Reservistinnen und Reservisten sind alle früheren Soldatinnen und Soldaten der Bundeswehr, die ihren Dienstgrad nicht verloren haben, sowie Personen, die aufgrund einer mit dem Bund eingegangenen Verpflichtung zu einer Wehrdienstleistung nach dem Vierten Abschnitt des SG herangezogen werden können.

Reservistenangelegenheiten (ResAngel)

Alle Aufgaben der Führung, des Einsatzes, der Information, der Betreuung, der Beteiligung, der Ausbildung, der Weiterentwicklung, der Dienstleistung und der Verwendungsplanung, soweit sie sich auf Reservistinnen und Reservisten beziehen.

Reservistendienst (RD)

Wehrdienst nach dem Vierten oder Fünften Abschnitt des SG wird als „Reservistendienst“ bezeichnet.

Reservistendienst Leistende (RDL)

Personen, die in der Bundeswehr Wehrdienst nach dem Vierten und Fünften Abschnitt des SG Wehrdienst leisten, werden als „Reservistendienst Leistende“ bezeichnet.

Soziale Medien

Soziale Medien (Social Media) sind digitale Medien und Methoden, mit denen sich Nutzerinnen und Nutzer untereinander austauschen und mediale Inhalte einzeln oder in einem definierten Kollektiv oder offen in der Allgemeinheit erstellen und weitergeben.

Der Begriff „Social Media“ dient im weiteren Sinne zur Beschreibung einer neuen Erwartungshaltung an die Kommunikation und wird zur Abgrenzung vom Begriff Medium für ein Printprodukt oder einen Rundfunkkanal stets im Plural verwendet. Dies soll signalisieren, dass es sich um mehr handelt als einzelne Medien oder Kanäle.

Strategie der Reserve (SdR)

Die SdR ist im strategischen, konzeptionellen und planerischen Rahmen der deutschen Streitkräfte eingebettet. Sie folgt der Systematik von Weißbuch 2016, KdB und dem in kontinuierlicher Fortschreibung befindlichen Fähigkeitsprofil der Bundeswehr⁴² (FPBw). Sie ist auf das Jahr 2032 und darüber hinaus ausgerichtet und zeigt den Weg zu einer allumfänglich einsatzbereiten Reserve als integraler Bestandteil der Bundeswehr im Aufgabenspektrum von LV/BV und HSch auf. In dem Strategiepapier werden die verschiedenen Handlungsfelder für eine einsatzbereite Reserve beschrieben: Rahmenbedingungen, Strukturen, Personal, Material und Infrastruktur, Ausbildung sowie Mentalität und Kommunikation. Die SdR wendet sich vor dem Hintergrund der veränderten sicherheitspolitischen Herausforderungen und ihre Konsequenzen für Deutschland an alle Teile der Gesellschaft, um ein grundlegendes Verständnis für das Einsatzspektrum der Reserve zu wecken und Zusammenhänge zu erklären.

Territoriale Reserve (TerrRes)

Die TerrRes wird zu territorialen Verbindungs-, Sicherungs- und Unterstützungsaufgaben eingesetzt. Sie ist Teil der SKB. Neben der Verbindungsorganisation, bestehend aus BVK, KVK, VerbKdo zu den Innenministerien der Länder, VerbKdo zu den Nachbarstaaten und den Stützpunkten Hilfeleistungen im Innern in der SKB, werden den LKdo unterstellte Kräfte im HSch nach regionalen Gesichtspunkten aufgestellt, die zur Entlastung der aktiven Truppe im HSch, der Katastrophenhilfe und im HNS vorgesehen sind.

Truppenreserve (TrRes)

Die TrRes dient der Unterstützung der aktiven Truppe als integraler Bestandteil in allen OrgBer. Die Militärischen Organisationsbereiche (MilOrgBer) können die TrRes auch in Form von ErgTrT zum Aufbau oder zur Verstärkung bestimmter Fähigkeiten aufstellen.

⁴² Siehe Konzeption „Fähigkeitsprofil der Bundeswehr 2018“ K-1/2 VS-NfD.

Übungen

Übungen nach § 61 Absatz 1 und 2 SG werden als allgemeiner Reservistendienst durchgeführt. Übungen, die von der Bundesregierung als Bereitschaftsdienst angeordnet werden (§ 6 Absatz 6 Wehrpflichtgesetz (WPfIG)), werden als besonderer Reservistendienst durchgeführt. Übungen im Sinne der SdR sind abzugrenzen von Übungen, die zum Abschluss und/oder der Überprüfung sowie der Weiterentwicklung der im Rahmen der militärischen Ausbildung erlangten Kompetenzen auf allen Ebenen durchgeführt werden.

Ungediente

Personen, die keinen Wehrdienst in der Bundeswehr geleistet haben.

Verbandsveranstaltung (VVag)

Veranstaltung der in der Reservistenarbeit tätigen Verbände und Vereinigungen im Rahmen der Reservistenarbeit. VVag erfordern keinen dienstlichen Rahmen.

Verstärkungsreserve (VstkgRes)

Die VstkgRes umfasst die Gesamtheit aller auf strukturgebundenen Dienstposten beorderten Reservistinnen und Reservisten. Sie wird zur Herstellung der vollen Einsatzbereitschaft von im Frieden sowie zur Erweiterung bestehender oder zum Aufbau neuer Fähigkeiten benötigt.

Verlässliche Verfügbarkeit

Verlässliche Verfügbarkeit beschreibt den Zustand, in dem beordnete und motivierte Reservistinnen und Reservisten außerhalb des Bereitschafts-, Spannungs- oder Verteidigungsfalls bei hoher Freistellungsbereitschaft der Arbeitgeberseite und der Bereitschaft zu regelmäßiger, freiwilliger Dienstleistung ihre für die Beorderungsverwendung erforderlichen Kenntnisse und Fertigkeiten regelmäßig auf dem aktuellen Stand halten. Dies erfordert die regelmäßige Teilnahme an den durch die Beorderungsdienststellen terminierten, in einem festzulegenden Rhythmus und in einem festzulegenden zeitlichen Umfang stattfindenden Einzel- oder Truppenübungen.

Wehrdienst zur temporären Verbesserung der personellen Einsatzbereitschaft gemäß § 63b SG

Wehrdienst zur temporären Verbesserung der personellen Einsatzbereitschaft dient dem Erhalt oder der Herstellung der Funktionsfähigkeit von Organisationseinheiten bei anders nicht abwendbaren Vakanzten oder der Abfederung anders nicht rechtzeitig zu bewältigender Auftragsspitzen. Er ist nur zulässig, wenn für Reservistinnen und Reservisten eine Wiederverwendung als Berufssoldat bzw. Berufssoldatin oder eine erneute Berufung in das Dienstverhältnis eines Soldaten bzw. einer Soldatin auf Zeit nicht möglich ist.

7.2 Abkürzungsverzeichnis

Abkürzung	Erläuterung
AR	Allgemeine Regelung
BAPersBw	Bundesamt für das Personalmanagement der Bundeswehr
BMVg	Bundesministerium der Verteidigung
BMVg Pr-/InfoStab	Bundesministerium der Verteidigung, Presse- und Informationsstab
BMVg Ref FüSK III 4	Bundesministerium der Verteidigung, Abteilung Führung Streitkräfte, Referat Reservisten- und Veteranenangelegenheiten
BeauftrResAngel	Beauftragte bzw. Beauftragter für Reservistenangelegenheiten
BeauftrResAngelBw	Beauftragte bzw. Beauftragter für Reservistenangelegenheiten der Bundeswehr
BSH	Bundesverband Sicherheitspolitik an Hochschulen
BVK	Bezirksverbindungskommando
Bw	Bundeswehr
CIOMR	Confédération Interalliée des Officiers Médicaux de Réserve (Internationaler Dachverband für Sanitätsoffiziere und Sanitätsoffizierinnen der Reserve der NATO)
CIOR	Confédération Interalliée des Officiers de Réserve (Dachverband der Reserveoffizierverbände der NATO-Staaten)
CISOR	Confédération Interalliée des Sous-Officiers de Réserve (Dachorganisation der nationalen europäischen Reserveunteroffizierverbände)
DVag	Dienstliche Veranstaltung(en) nach § 81 SG
DBwV	Deutscher Bundeswehrverband
e. V.	Eingetragener Verein
ErgTrT	Ergänzungsstruppenteil
EU	Europäische Union
FüSK	Führung Streitkräfte
GBO	Grundbeorderung
HNS	Host Nation Support
HSch	Heimatschutz
InfoABw	Informationsarbeit der Bundeswehr
IT	Informationstechnik
KarrCBw	Karrierecenter der Bundeswehr
KarrBB	Karriereberatungsbüro
KdB	Konzeption der Bundeswehr
KompZResAngelBw	Kompetenzzentrum Reservistenangelegenheiten der Bundeswehr
KommKonzResBw	Kommunikationskonzept für die Reserve der Bundeswehr
KVK	Kreisverbindungskommando

Abkürzung	Erläuterung
Ldl	Leiter und Leiterinnen in der Informationsarbeit
LKdo	Landeskommando
LV/BV	Landes- und Bündnisverteidigung
MilOrgBer	Militärischer Organisationsbereich
mil/zivOrgBer	militärische/zivile Organisationsbereiche
NATO	North Atlantic Treaty Organization
NRFC	National Reserve Forces Committee (Multinationales Informationsforum für NATO-Staaten)
NINA	Notfall-Informations- und Nachrichten-App
OrgBer	Organisationsbereich
PersRes	Personalreserve
PIZ	Presse- und Informationszentrum
RAG	Reservistenarbeitsgemeinschaft
RDL	Reservistendienst Leistende
RedBw	Redaktion der Bundeswehr
Res	Reserve
Res-App	Reservisten-Applikation
ResArb	Reservistenarbeit
ResAngel	Reservistenangelegenheit
SdR	Strategie der Reserve
SG	Soldatengesetz
SKA	Streitkräfteamt
SKB	Streikkräftebasis
StvGenInsp	Stellvertreter bzw. Stellvertreterin der Generalinspekteurin bzw. des Generalinspektors der Bundeswehr
TerrRes	Territoriale Reserve
TrRes	Truppenreserve
VerbKdo	Verbindungskommando
VdRBw	Verband der Reservisten der Deutschen Bundeswehr e. V.
VstkgRes	Verstärkungsreserve
VVag	Verbandsveranstaltung(en)
Warn-App	Warn-Applikation
WPfIG	Wehrpflichtgesetz

7.3 Werte der Reserve

lfd. Nr.	Selbstverständnis der Wertegemeinschaft der Reserve
1.	Kameradschaft leben und erleben
2.	Zugehörigkeitsgefühl zu einer sowohl definierten wie differenzierten Gemeinschaft mit vielerlei Eigenmerkmalen
3.	Stolz, Anerkennung, gesellschaftliche Akzeptanz, Selbstwertgefühl
4.	zivilberufliche Erfahrung: Kompetenz, Erfahrung, Fähigkeiten mit herausforderndem Potenzial für die Bundeswehr
5.	militärische Erfahrung von Reservedienst Leistenden im Zivilberuf (Führungsfähigkeiten, besondere Fachkenntnisse)
6.	berufliche Weiterentwicklung: Karriereperspektiven, Möglichkeiten der Selbstverwirklichung
7.	gelebte Verpflichtung von Reservistinnen und Reservisten gegenüber Dritten (gerade auch in Krisenlagen)
8.	gemeinsame Wertevorstellungen
9.	fortsetzungsbezogene Verbundenheit (Grundbeorderung)
10.	„richtiges“ Handeln: Orientierung, Sinnhaftigkeit, Verantwortung
11.	positive Gefühle: „Spaß“ (Abwechslung), Freude (Erfülltheit), Gefallen an der Arbeit (persönliche Befriedigung/Zufriedenheit; Work-Life-Balance)
12.	Einsatzbereitschaft: Bestätigung, gebraucht zu werden
13.	gleichberechtigtes Standing gegenüber Zeitsoldatinnen und Zeitsoldaten, Berufssoldatinnen und Berufssoldaten und Freiwillig Wehrdienst Leistenden (bundeswehrgemeinsamer Personalkörper)
14.	„bundeswehrgemeinsam“ im Sinne einer einheitlichen Führungs-, Organisations- und Kommunikationskultur
15.	Chancengleichheit
16.	Vereinbarkeit von Bundeswehr und Zivilleben
17.	öffentliche Anerkennung/Wahrnehmung: Sichtbarkeit in der Öffentlichkeit

7.4 Themenvielfalt der Reserve

lfd. Nr.	Themenfelder aus Bundeswehr und Gesellschaft
1.	Rolle von Streitkräften in der Demokratie als Teil der gesamtstaatlichen Sicherheitsvorsorge
2.	rechtliche Grundlagen der Reserve
3.	Verankerung der Reserve in der Gesellschaft; die Rolle der Reserve als Mittler für die Bundeswehr in der Gesellschaft
4.	Die Motivation für ein Engagement in der Reserve
5.	Das Selbstverständnis der Reserve
6.	Dialog und Maßnahmen für und mit der Arbeitgeberseite zur Erreichung eines „Triple-Win“ zwischen Arbeitgeber, Reservistendienst Leistenden und Bundeswehr
7.	Fähigkeitsforderung Reserve sowie Reservistenangelegenheiten im BMVg an der Schnittstelle zur Politik
8.	verlässliche Verfügbarkeit von Reservistinnen und Reservisten
9.	Die Rolle des Verbands der Reservisten der Deutschen Bundeswehr (VdRBw) e. V.
10.	Die Rolle des Beirats für Reservistenarbeit beim VdRBw e. V.
	Themenfelder aus dem Grundbetrieb
11.	Kategorien der Reserve
12.	Strukturen/Gliederungen der Reserve
13.	Wie werde ich Reservist? Wie werde ich Reservistin?
14.	Personalinformation und Personalbindung von zur Entlassung heranstehenden Soldatinnen und Soldaten; Wiedergewinnung früherer Soldatinnen und Soldaten
15.	Die Leistungen der Reserve
16.	Träger der Reservistenarbeit
17.	Möglichkeiten einer Karriere in der Reserve
18.	Zivil-Militärische Zusammenarbeit, Territoriale Reserve
19.	im Heimatschutz eingesetzte Kräfte und andere Einsatzgebiete
20.	Leistungen des Unterhaltsicherungsgesetzes
21.	Die beorderungsunabhängige Reservistenarbeit
22.	Internationale Reservistenarbeit
	Themenfelder aus Ausbildung, Übung, Einsatz
23.	Übungen, Dienstliche Veranstaltungen (DVag), Verbandsveranstaltungen (VVag)
24.	Übungsvorhaben und Ausbildungen

25.	Zivil-Militärische-Zusammenarbeit im Ausland
26.	Freiwilliger Wehrdienst im Heimatschutz
27.	Host Nation Support
28.	Streitkräftegemeinsame Ausbildung
	Themenfelder zur Ausrichtung der Reserve
29.	Aktuelle Entwicklungen im Lichte der gesellschaftlichen Realitäten
30.	Weiterentwicklung des Unterhaltsicherungsgesetzes
31.	Artikelgesetz zur nachhaltigen Stärkung der personellen Einsatzbereitschaft der Bundeswehr
32.	Grundbeorderung - Erhöhung der Bereitschaft von Reservistinnen und Reservisten für eine Heranziehung außerhalb von Bereitschafts-, Spannungs- und Verteidigungsfall
33.	Wesentliche Kernelemente der Strategie der Reserve (SdR, Abbildung 2)
34.	Stand der Implementierung der Strategie der Reserve auf dem Weg zur „Vision Reserve 2032+“

7.5 Kernbotschaften der Reserve

Ifd. Nr.	Kernbotschaften und deren Bedeutung
1.	<p>„Wir denken Reserve immer mit“</p> <p>Das bedeutet: Aktive, Reservistinnen und Reservisten sind EINE Bundeswehr, also Gleichstellung von Reservistinnen und Reservisten während ihrer Heranziehung mit Zeit- sowie Berufssoldaten und -soldatinnen und Freiwillig Wehrdienst Leistenden. Die Bundeswehr kann ihren Auftrag OHNE die Reserve NICHT erfüllen.</p>
2.	<p>„Gleiche Mittel für gleiche Aufgaben“</p> <p>Das bedeutet: Personal, Ausrüstung, Infrastruktur, Ausbildung und Aufwuchs sind Grundlage einer gut funktionierenden Reserve bereits in Friedenszeiten.</p>
3.	<p>„Aus dem aktiven Dienst auszuschneiden, heißt, für die Reserve zu gewinnen“</p> <p>Das bedeutet: Gut ausgebildete Soldatinnen und Soldaten werden zeitlich begrenzt in die Reserve eingeplant (Grundbeorderung).</p>
4.	<p>„Investitionen in die aktive Bundeswehr sind auch Investitionen in die Reserve“</p> <p>Das bedeutet: Für die Zielgruppe Wirtschaft ist eine Investition in die Reserve eine Investition mit Rendite für militärische Stabilität, für den Personalmarkt, für attraktive Ausbildungen u. a. m.</p>
5.	<p>„Reservistinnen und Reservisten erfüllen bereits im Frieden wichtige Aufgaben für die Gesellschaft“</p> <p>Das bedeutet: Die Reserve erbringt durch ihr Engagement Entlastung im Grundbetrieb sowie Landessicherheit im Katastrophen- und Heimatschutz.</p>
6.	<p>„Zivil erworbene Qualifikationen können breit in die Bundeswehr eingebracht werden und werden dort gebraucht“</p> <p>Das bedeutet: Durch anhaltendes Engagement der Reserve erfährt die Bundeswehr einen ständigen Zuwachs an Kompetenzen und einer vielfältigen fachlichen Bereicherung.</p>
7.	<p>„Erfahrungen aus der Truppe können breit in die Zivilgesellschaft eingebracht werden“</p> <p>Das bedeutet: Speziell erworbene Kenntnisse und Qualifikationen z. B. in Menschenführung, Organisation oder Krisenmanagement sind gefragte Kompetenzen in der Zivilgesellschaft.</p>
8.	<p>„Vielfältige Wege führen in die Reserve“</p> <p>Das bedeutet: Jede und jeder mit Willen und Fähigkeiten, die Reserve der Bundeswehr zu unterstützen, erhält hierzu bei Bedarf angemessene Angebote.</p>
9.	<p>„Wir machen Reserve einsatzbereit“</p> <p>Das bedeutet: Aus dem aktiven Dienst auszuschneiden und sich aktiv der Reserve zur Verfügung zu stellen, ist ein Zugewinn für den Aufwuchs der Reserve.</p>

Ifd. Nr.	Kernbotschaften und deren Bedeutung
10.	„Der Reserve eine Heimat geben“ Das bedeutet: Militärische Heimat wird für Reservistinnen und Reservisten erlebbar durch eine tiefe Integration in ihrem Entlassungs- oder Beorderungstruppenteil. Ausbildung 'um die Ecke' in regionalen Ausbildungsstützpunkten ist heimatnah an einem Wochenende möglich.

7.6 Bezugsjournal

(Nr.) Bezugsdokument	Titel
1. Die Bundesregierung vom 13. Juli 2016	Weißbuch 2016 zur Sicherheitspolitik und zur Zukunft der Bundeswehr
2. K-1/1	Konzeption der Bundeswehr
3. K-10/5	Strategie der Reserve
4. A-600/1	Informationsarbeit
5. A-600/5	Soziale Medien in der Informationsarbeit
6. SM-Guidelines Bw vom 19. November 2019	Social-Media-Guidelines der Bundeswehr
7. C1-600/1-5000	Informationsarbeit im Organisationsbereich Personal
8. A1-600/5-1	Betrieb der regionalen Facebook-Seiten der Bundeswehr
9. K-9000/038	Weiterentwicklung Onlinemedien
10. Bundesministerium des Innern, Stand: August 2014	Leitfaden Krisenkommunikation
11. SKA Gruppe Angewandte Militärpsychologie und Forschung, Gesamtbericht 2017	Lebens- und einsatzbedingte Vakanzen der Bundeswehr – eine Analyse zum Potenzial der Reserve
12. SLL-006	Umsetzungsstrategie Digitale Bundeswehr
13. K-1/2 VS-NfD	Fähigkeitsprofil der Bundeswehr 2018
14. SG	Gesetz über die Rechtsstellung der Soldaten (Soldatengesetz - SG)
15. WPfIG	Wehrpflichtgesetz (WPfIG)
16. A-500/1	Zusammenarbeit des BMVg mit Dienststellen des nachgeordneten Bereiches
17. A1-221/0-23	Ausbildung der Reserve

7.7 Änderungsjournal

Version	Gültig ab	Geänderter Inhalt
1	10.06.2021	<ul style="list-style-type: none">• Erstveröffentlichung