

Positionspapier

Fehlende Innovationsfähigkeit der Bundeswehr – was dem Bitkom auf den Nägeln brennt

26. Februar 2019

Seite 1

In der Zusammenarbeit der digitalen Wirtschaft mit dem Geschäftsbereich (GB) BMVg stößt man immer wieder auf dieselben Hemmnisse bzgl. der Innovationsfähigkeit der Bundeswehr. Als Verband sehen wir es als unsere Aufgabe an, ein Höchstmaß an Innovationsfähigkeit und Wirtschaftlichkeit im Verwaltungshandeln – und dies auch bei der Digitalisierung des Geschäftsbereiches BMVg mit ihren vielfältigen Anwendungen – einzufordern. Bedeutende Anwendungsfelder sehen wir zum Beispiel bei der digitalen Verwaltung durch die zivilen Organisationsbereiche und bei der Digitalisierung von Führung, Aufklärung und Wirkung in den militärischen Organisationsbereichen.

In diesem kurzen Positionspapier möchten wir Verbesserungsvorschläge aufzeigen – als *conditio sine qua non* – für eine Bundeswehr von heute mit Zukunft, die neben militärischer Überlebens- und Durchsetzungsfähigkeit mit mindestens zeitgemäßer IT-Ausstattung operieren muss. Die hierfür benötigte politische Unterstützung durch den Bitkom erfolgt in jedem gewünschten Maß.

Aus der Sicht des Bitkom sind insbesondere die heutigen Prozesse der Planung, der Beschaffung und des Controllings für diesen angestrebten Erfolg nicht effizient und effektiv genug. Sie müssen jetzt angepasst sowie stets iterativ fortgeschrieben werden. Ferner fordern wir nachfolgende Punkte, um die Innovationsfähigkeit des GB BMVg zu erhöhen:

1. Handeln mit **unternehmerischer Freiheit**:

Der Cyber Innovation Hub (CIH) muss in die Lage versetzt werden, unternehmerisch zu handeln, um eine hohe Flexibilität, die nötige Geschwindigkeit und die hohe Selbstständigkeit im Bereich des Cyber- und IT-Marktes zu erreichen. Die Befähigung, unabhängig von den Standardprozessen der Gesamtorganisation Projekte durchführen zu können, ist auch ein wesentliches Kriterium, schnell Innovationen zu finden, zu validieren und der Bundeswehr zur Einführung zu empfehlen.

2. Eine zweckmäßige **Bereitstellung von geeigneten finanziellen Mitteln** und die Möglichkeit **direkter Beauftragung**:

Diese Kombination trägt bedeutend zur Effizienz von Innovationsmaßnahmen und zur Effektivität der Arbeit des CIH bei. Eine eigenständige Vergabestelle im CIH und ein im begrenzten Umfang frei nutzbares Budget, neben den F&T- sowie CD&E-

Bitkom
Bundesverband
Informationswirtschaft,
Telekommunikation
und Neue Medien e.V.

Teresa Ritter
Bereichsleiterin Sicherheitspolitik
T +49 30 27576-203
t.ritter@bitkom.org

Albrechtstraße 10
10117 Berlin

Präsident
Achim Berg

Hauptgeschäftsführer
Dr. Bernhard Rohleder

Budgets, verringern den hemmenden Verwaltungsaufwand. (Es werden schätzungsweise 80 Prozent der Arbeitszeit im CIH für bürokratische Prozesse verwendet). Ob der CIH dafür in eine GmbH überführt werden sollte, muss zumindest geprüft werden.

3. Klare **Abgrenzung der Handlungsfelder** innovativer Maßnahmen:

Stets sollte geprüft werden, ob alle – idealerweise auch geschäftsbereichsübergreifenden – aktuellen Innovationsmaßnahmen kohärent und komplementär sind. Erhebliche Überschneidungen, z. B. mit weiteren F&T-Projekten oder Projekten der Cyberagentur sowie des Forschungsinstitutes CODE der Universität der Bundeswehr in München, können so vermieden werden. Die Einführung von effektiven Steuerungsstrukturen und die dazu führenden Organisations- und Beschaffungsprozesse, u. a. durch **Benchmarking** und transparente **Messkriterien**, können dazu fördernd beitragen. Diese sollten die unternehmerische Freiheit nur minimal einschränken.

4. **"Value for the Money"** als Grundgedanke der Beschaffung:

Dieses Leistungsprinzip muss binnen Haushaltsfristen kennzahlenbasiert Maßstab täglicher Steuerung werden und sollte vom Parlament unterstützt werden. Die konsequente Ausrichtung am Bedarf des Nutzers und an am Markt verfügbaren Lösungen garantiert einen hohen Grad an Nutzerzufriedenheit bei Mitarbeitern und Soldaten.

5. Erhöhung der **Geschwindigkeit in der Verwaltung**:

Für Digitalisierungs- und Innovationsmaßnahmen mit ihren schnellen und teilweise disruptiven Entwicklungen sind die bisherigen Planungs- und Beschaffungsprozesse, die für klassische Rüstungsprojekte konzipiert sind und jahrelang dauern, ungeeignet. Im Beschaffungs- und Entwicklungsprozess muss sofort auf plötzliche Veränderungen reagiert werden können, um Bedrohungen zu begegnen. Gerade auch bei Innovationsprojekten mit kleineren Unternehmen und Startups ist das Bedienen der langwierigen und komplexen Beschaffungsprozesse nicht zweckmäßig und abschreckend. Eine radikale Verbesserung, Beschleunigung und Vereinfachung der Prozesse durch:

- **Streichung komplexer Prozesse** mit langen Durchlaufzeiten,
- **Straffung** der Entscheidungs- und Mitzeichnungswege, idealerweise durch eine direkte Berichtslinie zur Leitung der Gesamtorganisation (Leitungsnähe),
- Bindung der Entscheidungsprozesse für Innovationsmaßnahmen an **festzulegende maximale Zeiträume und Fristen** können für die Schnelllebigkeit von Innovationen im Cyberraum förderlich sein,
- schnelle Umsetzung und Ausrollen von **Innovationsprojekten** durch Schaffung besonderer Rahmenbedingungen und Verfahren mit vertretbarem Risiko,

- agile Planungs-, Entwicklungs- und Entscheidungsverfahren,
- fertige IT-Lösungen oder Produkte, z. B. von **Startups** oder aus der nationalen technologischen Industriebasis, müssen innerhalb eines Quartals beschaffbar sein. Auch das Prinzip des „Minimal Viable Product“ sollte beim Einkauf durch das CIH möglich sein, um die Validität zu prüfen.

Bitkom vertritt mehr als 2.600 Unternehmen der digitalen Wirtschaft, davon gut 1.800 Direktmitglieder. Sie erzielen allein mit IT- und Telekommunikationsleistungen jährlich Umsätze von 190 Milliarden Euro, darunter Exporte in Höhe von 50 Milliarden Euro. Die Bitkom-Mitglieder beschäftigen in Deutschland mehr als 2 Millionen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zu den Mitgliedern zählen mehr als 1.000 Mittelständler, über 400 Startups und nahezu alle Global Player. Sie bieten Software, IT-Services, Telekommunikations- oder Internetdienste an, stellen Geräte und Bauteile her, sind im Bereich der digitalen Medien tätig oder in anderer Weise Teil der digitalen Wirtschaft. 80 Prozent der Unternehmen haben ihren Hauptsitz in Deutschland, jeweils 8 Prozent kommen aus Europa und den USA, 4 Prozent aus anderen Regionen. Bitkom fördert und treibt die digitale Transformation der deutschen Wirtschaft und setzt sich für eine breite gesellschaftliche Teilhabe an den digitalen Entwicklungen ein. Ziel ist es, Deutschland zu einem weltweit führenden Digitalstandort zu machen.