

#followtheglitchkarnickel

Anmerkungen des GKND zur Personalgewinnung des BND

(März 2021)

Unter dem Hashtag "#followtheglitchkarnickel" versucht der Bundesnachrichtendienst derzeit, die Hacker-Szene im Internet in Sprache, Cyber-Ästhetik und mit einem besonderen Bildprogramm direkt zu erreichen¹. Eingeleitet wurde die Kampagne am Abend des 26. Februar mit zunächst anonymisierten Kurzzeitprojektionen an verschiedenen Berliner Fassaden, wie jener des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales, der Deutschen Oper oder am U-Bahnhof Bundeskanzleramt, zuletzt auch an der BND-Zentrale in der Chausseestraße.

Über acht Wochen hinweg soll eine Kampagne in Form des „Guerilla-Marketing“² zur Rekrutierung von Fachkräften im Bereich IT-Sicherheit, Hacking, Reverse Engineering und Kryptographie organisiert werden. Kurzfristig intendiert ist hiermit Werbung für aktuelle Stellenausschreibungen des BND im technischen Bereich. Langfristig wird es wohl darum gehen müssen, den BND als Arbeitgeber in diesem hochspezialisierten und heftig umworbenen Segment des Arbeitsmarkts zu positionieren.

Der hier gewählte irritierend-spielerische Ansatz ist zumindest ungewöhnlich für eine deutsche Behörde. Er zielt ganz offensichtlich auf Wirkung im kulturellen Umfeld der Zielgruppe ab: Sprache und Ästhetik (Cyberpunk und Glitch-Effekte) orientieren sich an der Hacker- und IT-Szene. Das Motto "followtheglitchkarnickel" erinnert wohl nicht zufällig an "followthewhiterabbit" aus dem Science Fiction Kultfilm *Matrix*³ und soll Interesse an der gleichnamigen Website wecken, die das Kernelement der Kampagne darstellt und folgende Elemente umfasst:

¹ <https://www.followtheglitchkarnickel.de/>; Zu Berichterstattung siehe Guerilla-Marketing beim BND: Hacken für Deutschland mit dem Cyber-Karnickel (<https://www.heise.de/news/Guerilla-Marketing-beim-BND-Hacken-fuer-Deutschland-mit-dem-Cyber-Karnickel-5067627.html>); Süddeutsche Zeitung, 01.03.2021, <https://www.sueddeutsche.de/politik/geheimdienste-bnd-mit-ungewoehnlicher-aktion-auf-hacker-suche-dpa.urn-newsml-dpa-com-20090101-210301-99-634598>; Weitere Hinweise im GKND Monitor Nr. 9 vom 08.03.2021.

² Zum Begriff, seiner Herkunft, Entwicklung und seinen Implikationen vgl. einführend Zerr, Konrad, Guerilla-Marketing in der Kommunikation Kennzeichen, Mechanismen und Gefahren, in: B. Gaiser et al. (Hrsg.), Praxisorientierte Markenführung, Wiesbaden 2005, 465- 472 (<https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-663-07856-2>)

³ [https://de.wikipedia.org/wiki/Matrix_\(Film\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Matrix_(Film))

- einen Kampagnenfilm zu Fassadenprojektionen,
- ein Statement des Pressesprechers zur Kampagne,
- Animationen und GIFs des Karnickels zum Download,
- einen Code zum Ausdrucken des Karnickels am 3D-Drucker,
- einen Link zur dann aktuellen Hacking-Challenge des BND,
- das Hacker-Testimonial der BND-Website und
- aktuelle Stellenausschreibungen beim BND.

Am 01. März ist die Ausspielung der Online-Werbekampagne eingeleitet worden, auch mithilfe von SocialAds und GoogleAds.

Die Probleme behördlicher Arbeitgeber bei der Rekrutierung von Personal mit spezifischem, auf dem Arbeitsmarkt intensiv nachgesuchten Befähigungsprofil sind gerade im Bereich von Cyber und IT seit Jahren bekannt. Neben den relativ schwachen finanziellen Anreizen einer öffentlich-rechtlichen Besoldung kommt in diesem besonderen Segment auch ein spezifisches Akzeptanz- und Kommunikationsproblem hinzu, das sich weniger aus der nachrichtendienstlichen Natur der Aufgabe und des Arbeitgebers als aus dessen allgemeiner Zugehörigkeit zum gesellschaftlichen „Establishment“ ergibt, dem man sich zumindest nicht zugehörig fühlt, und dessen Sprache und soziale Manifestationen man nicht teilt.

Der Versuch, zumindest die kommunikative Kluft zu überbrücken, ist mithin folgerichtig, letztlich allerdings auch überfällig. Ein kurzer Blick über die Grenzen, etwa nach Großbritannien, zeigt, wie früh und konsequent das dortige GCHQ⁴ seine Personalgewinnung auf die relevanten Zielgruppen hin ausgerichtet hat und weiter im Sinne einer möglichst umfassenden gesellschaftlichen und professionellen Inklusion im Interesse einer optimalen Synergie unterschiedlichster Talente und Befähigungen zur Entwicklung unkonventioneller Lösungs- und Analyseansätze optimiert⁵. Das Beispiel zeigt auch, dass dieses Desiderat bereits seit mindestens fünf Jahren in der medialen wie parlamentarischen britischen Öffentlichkeit anhaltende Aufmerksamkeit findet.

Mögliche Kritik am vergleichsweise späten Zeitpunkt dieser grundsätzlich nur zu begrüßenden BND-Initiative wird sich jedoch weniger an den Dienst selbst zu richten haben, der in den vergangenen Jahren bereits immer wieder erhebliche Anstrengungen in Öffentlichkeitsarbeit und Präsentation unternommen hat⁶. Eine explizitere, konsistentere und nachhaltigere politische

⁴ Government Communications Headquarters, der britische Dienst für Fernmeldeaufklärung, s. Homepage (<https://www.gchq-careers.co.uk/index.html>), aktuelle Informationen im Guardian, The latest news and comment on the Government Communications Headquarters (<https://www.theguardian.com/uk/gchq>)

⁵ GCHQ: Recruiting diverse talent to protect modern Britain (<https://www.gchq.gov.uk/information/recruiting-diverse-talent-protect-modern-britain>); GCHQ: Journey to GCHQ: How we designed a new GCHQ recruitment campaign (<https://design102.blog.gov.uk/2019/07/12/design-journey-to-gchq-recruitment-campaign/>); GCHQ - dedicated to diversity (<https://www.gchq-careers.co.uk/knowledge-hub/gchq-dedicated-to-diversity.html>); GCHQ boss says spy agency is 'not nearly diverse enough' (<https://www.theguardian.com/uk-news/2020/oct/21/gchq-boss-says-spy-agency-is-not-nearly-diverse-enough>); Why GCHQ needs to fix its diversity problem (<https://www.bbc.com/news/uk-37937026>); Weitere Hinweise im aktuellen GKND-Monitor 09/2021 vom 08. März 2021.

⁶ BND-Präsident Kahl: „Legen mehr Wert auf Transparenz, RND 05.11.2019 (<https://www.rnd.de/politik/bnd-praesident-kahl-legen-mehr-wert-auf-transparenz-G3LGPTLDYP7SL235N6XNVDICBI.html>); BND-Chef Schindler

Wahrnehmung und öffentliche Kommunikation von Verantwortung, Aufgabenstellung und Position des Bundesnachrichtendienstes als wesentlicher Teil einer sachlich erforderlichen und verfassungsrechtlich hinterlegten deutschen Sicherheitsarchitektur ist vielmehr auch im regierungsamtlichen und parlamentarischen Diskurs anzumahnen, vor dessen Hintergrund erst die Öffentlichkeitsarbeit des Dienstes an Legitimität und Kontur in der öffentlichen Wahrnehmung und damit an Wirksamkeit gewinnen kann. Mit schmallippigen gelegentlichen Referenzen ist es hier angesichts des breiten gesellschaftlichen Comments einer *a priori* kritischen bis ablehnenden Betrachtung nicht getan. Ein eventuelles „*too little too late*“ müsste mithin einem wesentlich breiteren politischen Adressatenkreis und keineswegs nur in Bezug auf die aktuelle Kampagne entgegen gehalten werden. Der GKND plädiert hier allerdings bis auf weiteres für ein versöhnlicheres „*better late than never*“, nicht ohne jedoch erneut auf die defizitäre öffentliche Behandlung der Thematik hinzuweisen und für einen Paradigmenwechsel hin zu einer angemessenen, sachgerechten Betrachtung des Dienstes und seiner Bedeutung für die Sicherheit der Bundesrepublik Deutschland zu werben.

Unter fachlichen Gesichtspunkten wird zu hoffen sein, dass die Initiative den richtigen Ton getroffen hat oder aber in den kommenden Wochen und Monaten in kommunikativer Interaktion mit der Zielgruppe finden wird. Erste Kommentare aus dem Umfeld deuten auf eine eher positive Resonanz hin⁷. Für ein abschließendes Urteil dürften allseits noch weitere Erfahrungswerte fehlen, wie Behördliches und Informelles in die richtige Balance zu bringen sein wird. Eine frühzeitige zielgruppenorientierte Überprüfung und nötigenfalls Adjustierung der verbalen und nonverbalen Botschaften wird hier nicht zuletzt auch im Interesse eines jedenfalls anzuratenden längerfristigen Umbaus der Öffentlichkeitsarbeit des Dienstes hin zu konsequenter Zielgruppenorientierung über die „Cyber-Szene“ hinaus zu empfehlen sein.

Abschließend sei jedoch vor dem langjährigen Erfahrungshintergrund der GKND-Mitgliedschaft auf einen sehr wesentlichen Aspekt mit inhärentem erheblichem Handlungspotential hingewiesen: Die beste Kampagne nützt nichts oder verkehrt sich sogar in ihr Gegenteil, wenn ihr nicht moderne, zielgruppenorientierte Strukturen und Verfahren in Personalwirtschaft und Personalführung innerhalb des Dienstes entsprechen. Enttäuschungen bis hin zur inneren oder auch förmlichen Kündigung, die dann in derart sicherheitsempfindlichen Funktionen immer noch das kleinere Übel wäre, wären ansonsten die unvermeidliche Folge. Hier sind in der Vergangenheit im Einzelfall immer wieder ebenso unnötige wie schmerzliche Verluste angesichts eines zu hart ausfallenden „clash of civilizations“ zwischen herkömmlichen öffentlich-rechtlichen Regularien und eher staatsferner digitaler Welt zu beklagen gewesen. Es wird mithin ernsthaft zu prüfen sein, wie neue, auch status- und laufbahnrechtliche wie organisatorische Wege nach dem Vorbild von Partnerdiensten beschritten werden können, um das erforderliche spezifische Arbeits- und Lebensumfeld für einen kreativen und dynamischen „Cyber-Raum“ zu schaffen und zu bewahren⁸. Auch hier können nötigenfalls die bereits seit über 10 Jahren

will Nachrichtendienst verschlanken und Öffentlichkeitsarbeit intensivieren, WELT, 13.10.2013 (<https://www.welt.de/politik/deutschland/article120870362/BND-Chef-will-Nachrichtendienst-verschlan-ken.html>)

⁷ Vgl. Hintergrundgespräch mit Andreas Bogk vom Chaos Computer Club (Deutschlandfunknova.de, 02.03.2021)

⁸ Schutz, Thomas, Nerds are rising: Entwicklung digitaler Führungskompetenz durch Computerspiele wie WoW und LoL. Springer 2018, (<https://www.springerprofessional.de/nerds-are-rising-entwicklung-digitaler-fuehrungskompetenz-durch-/15115796>)

bestehenden pragmatischen Ansätze im britischen GCHQ als Anregung und Ansporn dienen, das Besuchern in Alter, Sozialverhalten und Dynamik seiner Belegschaft als augenscheinliche Antithese einer konventionell strukturierten und organisierten Behörde entgegentritt⁹.

Dass eine derart qualifizierte, dynamische und motivierte Einheit auch einen adäquaten technisch-operativen Handlungsrahmen haben muss, sollte sich von selbst verstehen, sei aber angesichts der aktuellen, unter so andersartigen Auspizien stattfindenden Diskussion um das BND-Gesetz noch einmal ausdrücklich betont¹⁰. Hier kann im Interesse einer realistischen und perspektivischen Bewertung der Erfordernisse an den Dienst erneut nur auf die Sinnhaftigkeit einer vergleichenden Betrachtung der Befähigungen und Befugnisse unserer Verbündeten hingewiesen werden¹¹. „Viel können sollen, aber wenig dürfen dürfen“¹², wird letztlich weder eine valide Grundlage für die essentiell notwendige Motivation und Führung einer neuen Generation hochqualifizierter Mitarbeiter*innen und Wahrung einer Kooperation mit unseren Freunden und Partnern auf Augenhöhe sein, noch grundsätzlich für ein verantwortbares Maß an eigenen Befähigungen zur Aufgabenerfüllung angesichts der besonders dynamischen Risiken und Bedrohungen im Cyber-Raum.

Der neue Ansatz in Marketing und Personalgewinnung sollte hier mithin auch als ein Schritt angesehen werden, der in Bedeutung und Wirkungsmacht deutlich über seinen unmittelbar verfolgten Zweck hinausweist.



Dr. Hans-Dieter Herrmann
Vorsitzender

⁹ Vgl. die Selbstdarstellung des GCHQ „Life at GCHQ“ (<https://www.gchq.gov.uk/section/culture/life-at-gchq>), die nicht nur Anspruch formuliert, sondern auch Realität (mit den üblichen „human factor“ bedingten Abstrichen) widerspiegelt.

¹⁰ Vgl. die GKND-Stellungnahmen der vergangenen Monate: **Öffentliche Anhörung des Ausschusses für Inneres und Heimat** zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des BND-Gesetzes (22. Februar 2021); **Die Erste Lesung der Entwurfs zur Novellierung des BNDG** vom 29.01.2021 und der Entschließungsantrag der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen vom 27.01.2021; **Nachrichtendienstliche Befähigungen** für die Aufklärung von Nuklearwaffenprogrammen; **Die Novellierung des BND-Gesetzes** - Stellungnahme zur Ersten Lesung am 28.01.2021; **Ansprüche an die strategische Ausland-Ausland- Fernmeldeaufklärung (FmA) des BND** im Lichte des BVerfG-Urteils vom 19. Mai 2020; **Befähigung und Kontrolle** - Rahmenbedingungen für die strategische Ausland-Ausland-Fernmeldeaufklärung des BND

¹¹ Vgl. hier insbesondere die Anregung in der GKND-Stellungnahme zur **Öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Inneres und Heimat** zum Entwurf eines Gesetzes zur Änderung des BND-Gesetzes (22. Februar 2021)

¹² BND-Gesetz: Deutschlands Schlapphüte sollen viel können und wenig dürfen; NZZ 30.01.2021 (<https://www.nzz.ch/international/bnd-gesetz-was-deutschlands-schlapphuete-duerfen-ld.1599029>)