

Zeitschrift: ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische
Militärzeitschrift

Herausgeber: Schweizerische Offiziersgesellschaft

Band: 158 (1992)

Heft: 7-8

Artikel: "Wir wollen besser informiert werden!"

Autor: Bühler, Martin

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-61770>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

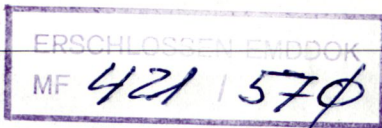
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 16.03.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



«Wir wollen besser informiert werden!»

Martin Bühler

Die Erkenntnis ist nicht neu, aber jetzt ist sie durch eine Untersuchung «im Felde» erhärtet worden: Während des Dienstes wollen sowohl Rekruten wie WK-Soldaten besser informiert werden, und zwar über militärische und zivile Themen. Ganz oben auf der Wunschliste: «Armee 95» und das Verhältnis der Schweiz zu Europa. Im Vordergrund steht aber die mündliche Information durch Dienstkameraden und das Kader.

«Wie beurteilen Sie die Information, die Sie persönlich in der Armee erhalten? Worüber möchten Sie im WK, in der RS informiert werden? Wer vermittelt in Ihrer Einheit die Informationen? Wie beurteilen Sie die Zeit, die im Militärdienst für die Information zur Verfügung steht?» Dies einige Fragen aus dem elfseitigen Fragebogen, der von insgesamt 405 Wehrmännern freiwillig und anonym ausgefüllt worden ist.

Die Befrager

Fünf Majore des Truppeninformationsdienstes, Absolventen der ZS III-D im Mai in Freiburg, waren vom Chef TID der Armee, Brigadier Michel Crippa, mit dem Pilotversuch beauftragt worden. Fachtechnisch unterstützt wurden sie von der Dienststelle TID und vom Zürcher Marktforschungsinstitut Dichter. Nach der gemeinsamen Erarbeitung des Fragebogens erfolgte die zweitägige Befragung bei der Truppe im Raum Westschweiz/ Berner Oberland.

Trotz vollständiger Anonymität ermöglichte ein Datablatt eine Differenzierung nach Sprachen, Alter, Ausbildung und beruflicher Stellung. Das Ausfüllen des Fragebogens erfolgte zugswise unter Anleitung eines TID-Offiziers und dauerte jeweils knapp eine Stunde.

Die Befragten

Genau 199 Rekruten (122 deutsch- und 77 französischsprachig) – sie standen in der 15. RS-Woche – und 206 WK-Soldaten (159 d, 47 f) lieferten den Fragebogen ab; die Umfrage darf als repräsentativ bezeichnet werden. Die Befragten leisteten Dienst in den Infanterieregimentern 3 (Genf) und 13 (Bern) sowie in den Rekrutenschulen von Colombier, Bure, Drogens und Wangen a. A.: Über 75% waren unter 26 Jahre alt, 15% waren Unteroffiziere, 85% Soldaten und Gefreite. Über 50% haben einen handwerklichen Beruf, kaufmännische (14%) und technische

Intensivere Information erwünscht!

Frage:
Wie intensiv wollen Sie über folgende Themen informiert werden?

Armee 95	73,1%
Schweiz und Europa	63,5%
Sicherheitspolitik	52,8%
Künftige Dienstleistungen	52,8%
Bedrohung	51,9%
Aktuelle Themen	50,1%
Internationale Lage	48,6%
Gegenwartsprobleme	47,1%
Dienstbetrieb	42,0%
Staat Schweiz	28,9%

(11%) Berufe waren ebenso vertreten wie akademisch-pädagogische (11%).

Als Informationsmittel benutzen über 80% Fernsehen und Tageszeitungen, knapp vor dem Radio. Von zweitrangiger Bedeutung sind offensichtlich Zeitschriften, Lokalradios und Bücher.

Die Resultate

Angesichts der Tatsache, dass kaum ein Tag vergeht, ohne dass die Themenbereiche «Armee», «EMD», «Sicherheitspolitik» in den Medien auftauchen, erstaunt es doch einigermaßen, dass die Hälfte der Befragten der Meinung ist, dass die gedruckten und die elektronischen Medien ungenügend über die Belange der Armee informieren; 40% fühlen sich gut oder zumindest genügend informiert.

Mehr als die Hälfte aller Befragten beurteilt die persönliche Information in der Armee respektive während des Dienstes als mangelhaft. Es lassen sich

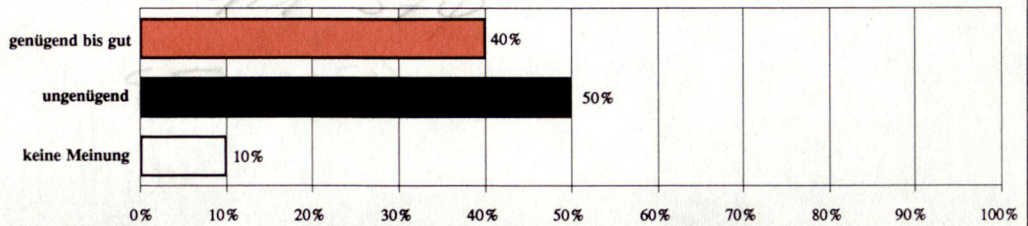
Wenn's nicht gelesen wird...

Informieren ist das eine, die Information zur Kenntnis nehmen das andere. Szene in einer WK-Kompanie: Die Soldaten beschwerten sich bei den TID-Offizieren, sie hätten keine Informationen über die Armee 95. In der Unterkunft liegt jedoch massenweise eine gutgestaltete Regiments-Zeitung auf, in der auf einer ganzen A4-Seite über die Grundzüge der Armee 95 und die konkreten Auswirkungen auf Organisation, Ausrüstung und Dienstzeiten des eigenen Regiments informiert wird...

Martin Bühler;
Chef Information, Stab
der Gruppe für Ausbildung;
3003 Bern;
Major, Info Of F Div 3.

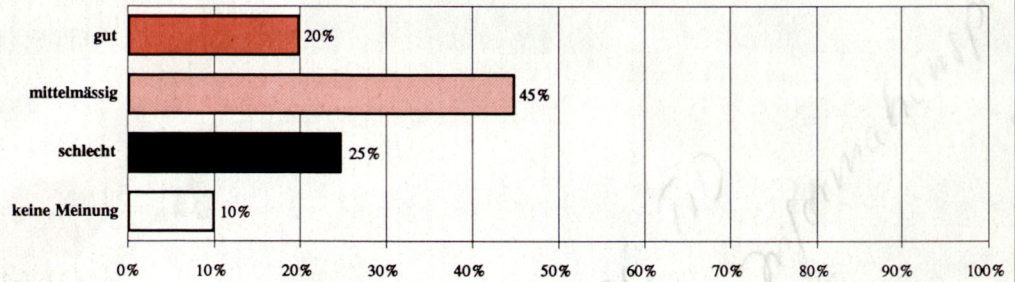
Information durch zivile Medien

Frage:
Genügen Ihnen die Informationen, die Sie von den zivilen Medien (Fernsehen, Radio, Zeitungen, Zeitschriften usw.) über die Armee und die Landesverteidigung erhalten?



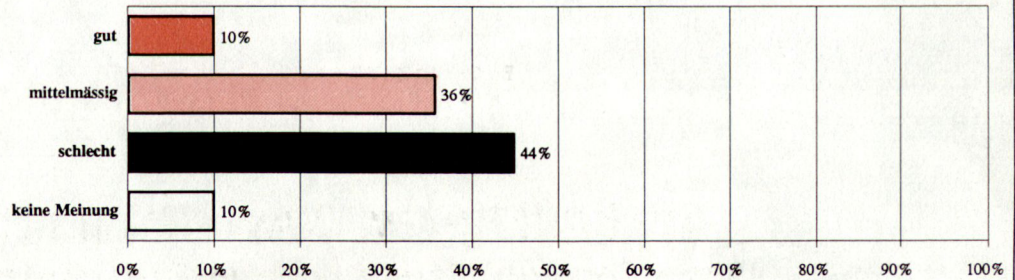
Informationsstand über Auftrag der Armee

Frage:
Wie beurteilen Sie persönlich Ihren Informationsstand über den Auftrag der Armee?



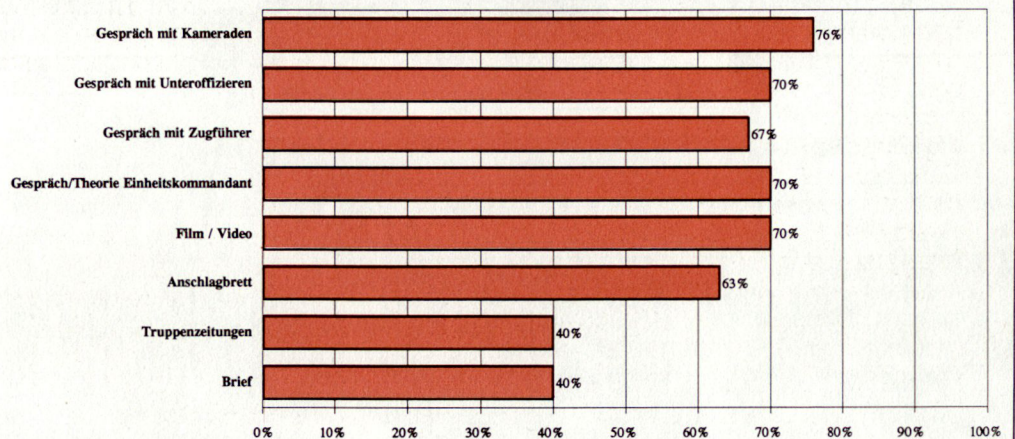
Informationsstand über die Mittel der Armee

Frage:
Wie beurteilen Sie Ihren Informationsstand über die Mittel der Armee, das heisst über Waffen, Organisation, Ausrüstung usw.?



Informationsformen (Beurteilung «gut»)

Frage:
Wie gut eignen sich die folgenden Informationsformen, um die allgemeinen Informationen im Militärdienst zu vermitteln?



hier keine signifikanten Unterschiede zwischen Deutschschweizern und Westschweizern oder zwischen Rekruten und WK-Soldaten erkennen. Im wesentlichen wird bemängelt, dass für die Information zuwenig Zeit zur Verfügung steht, dass sie oberflächlich, einseitig und methodisch schlecht vermittelt wird.

Zu denken geben müssen die Antworten auf die Frage nach dem subjektiven Informationsstand über den Auftrag der Armee: 70% fühlen sich mittelmässig oder schlecht informiert, nur jeder Fünfte bezeichnet sich als «gut informiert». Nicht besser scheint es mit dem Wissensstand über Waffen, Ausrüstung und Organisation unserer

Armee zu stehen: mittelmässig (36%), ungenügend (32%) oder schlecht (12%) lauten hier die Antworten. Im Klartext: 80% der Befragten kennen die Armee, in der sie dienen, schlecht.

Bei den Themen, über welche die Truppe eine breitere Information wünscht, steht die «Armee 95» mit 73,1% ganz oben, gefolgt vom Verhältnis

nis der Schweiz zu Europa mit 63,5%. Es folgen **Sicherheitspolitik** und **künftige Dienstleistungen** mit je 52,8%, gefolgt von den **Bedrohungspotentialen** (51,9%), der **internationalen Lage** (z.B. Jugoslawien) – 48,6% – und **Gegenwartsproblemen wie Drogen oder Aids**. Häufig aufgeführt, vor allem von den Rekruten, wurde das Bedürfnis nach Information über die **Rechte des Soldaten**.

Die Frage nach dem Wunsch, auch schriftliche Unterlagen mit nach Hause nehmen zu können, um im privaten Umfeld fundierter argumentieren zu können, wurde mit 70,4% ver-

neint. Lediglich 19,4% wünschen dies ausdrücklich. Dies zeigt das Bedürfnis nach primär verbaler Information. Erhärtet wird das Faktum bei den Fragen nach den Informationsformen: Die Gespräche mit den Kameraden, mit dem Kompaniekommandanten, mit den Zugführern und Unteroffizieren stehen klar höher im Kurs als Truppenzeitungen und Briefe. Eine Ausnahme scheint das Anschlagbrett zu sein, das als Informationsmedium eine gute Akzeptanz hat.

Ordogravieh ...

Der Fragebogen enthielt mehrere offene Fragen, das heisst, die Befragten konnten ihre Wünsche selbst formulieren. **Nachdenklich muss die Tatsache stimmen, dass kaum einer der 405 Befragten einen klar und verständlich strukturierten Satz zustande brachte.** Ganz abgesehen von den katastrophalen Orthografie-Kenntnissen.

Deutschschweizer optimistischer

Bei der Frage nach der Selbsteinschätzung zeigten sich markante Unterschiede zwischen deutsch- und französischsprachigen AdA. **Der Deutschschweizer Wehrmann ist eher optimistisch (51% / f 36%) und robust (36% / f 21%), während sich der Westschweizer eher als sensibel (25% / d 17%) bezeichnet oder als einer, der die Probleme eher schwernimmt (30% / d 16%).**

Zusammenfassung

- Das Bedürfnis nach mehr Information ist klar vorhanden.
- Militärische und «zivile» Informationen sind gleichwertig.
- Im Zivilleben interessiert sich der Wehrmann wenig um Militärfragen, kritisiert aber gleichzeitig, er werde von den Medien schlecht informiert.
- An schriftlichen Informationen vor und nach Dienstleistungen ist das Interesse gering, unmittelbar vor der RS oder dem WK steigt es.
- Mündliche Informationen, besonders das Gespräch, stehen im Vordergrund.

- In der RS gelten Zugführer und Unteroffiziere, im WK gilt der Einheitskommandant als hauptsächlichster Informant.
- Das Instruktionkader in der RS informiert wenig.
- Truppenzeitungen werden ausserdienstlich von etwa zwei Dritteln gelesen; die Qualität wird als genügend beurteilt.
- Für Gespräche und Informationen muss mehr Zeit eingeräumt werden.

Mit sich und der KPT zufrieden



**“Herr Doktor, ein neuer Verband!”
Wie rasch wird aus dem Spiel Ernst.
Dann ist die KPT die Familienkasse
für unsere Familienkasse.**

Die Krankenkasse KPT versichert als schweizerische Berufskrankenkasse Angestellte des Bundes, der Kantone und der Gemeinden sowie der schweizeri-

schen Transportunternehmungen wie auch deren Angehörige. 240'000 zufriedene Mitglieder sind der Beweis unserer Leistungsfähigkeit.



Krankenkasse KPT
Tellstrasse 18
Postfach
3000 Bern 22
Telefon 031 42 62 42

Antwortalon

Bitte in einen Umschlag stecken und zurücksenden
an: Krankenkasse KPT, Tellstrasse 18, Postfach,
3000 Bern 22, Telefon 031 42 62 42.
Ich bin an der Krankenkasse KPT interessiert.
Nehmen Sie mit mir Kontakt auf.

ASMZ

Name, Vorname: _____

Strasse: _____

PLZ/Ort: _____

Geburtsdatum: _____ Telefon: _____

Arbeitgeber: _____