

**Zeitschrift:** ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische  
Militärzeitschrift

**Herausgeber:** Schweizerische Offiziersgesellschaft

**Band:** 175 (2009)

**Heft:** 08

  

**Artikel:** Gratwanderung Medienarbeit

**Autor:** Zimmermann, Axel / Hess, Andreas

**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-346>

### **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:** 02.04.2025

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

# Gratwanderung Medienarbeit

**Zu berichten gäbe es übers Schweizer Militär viel. In den Tageszeitungen erscheint allerdings wenig über die alltägliche Arbeit der Truppe. Vorrang haben Enthüllungen, Skandale und Sensationen. Trotzdem ist die systematische Medienarbeit auf Stufe Brigade und Bataillon/Abteilung unerlässlich – nicht zuletzt im Hinblick auf mögliche Ernsteinsätze.**

Axel Zimmermann, Andreas Hess

Journalisten können nicht befohlen werden. Sie suchen sich ihre Themen nach eigenem Ermessen und momentaner Relevanz aus. Ein Brigaderapport kann noch so hochkarätig besetzt sein, das gewählte Thema noch so aktuell – oft ist das Medienecho klein. Angefragte Journalisten betrachten den Anlass vielleicht als PR-Aktion, die allenfalls einen kleinen Hinweis wegen des grossen Verkehrsaufkommens wert ist.

## Die Arbeit beginnt im Kleinen

Wichtige Medienkanäle auf Stufe Truppenkörper und Brigade sind die Truppenzeitung *armee.ch* und die Homepage des Verbands. Entscheidend ist aber, dass auch die eigenen Medienerzeugnisse zwingend den journalistischen Gesetzmässigkeiten gehorchen müssen. Propaganda ist fehl am Platz. Die Berichte müssen glaubwürdig, wahr und sachkundig sein, um das Pub-

**In einem Einsatz ist die Absprache zwischen dem Tactical Operation Center TOC und der Kommunikationszelle von entscheidender Bedeutung.**



**Der Kommandant stellt sich den Medien: Brigadier Hans-Peter Wüthrich trainiert einen Auftritt.**

likum erreichen zu können. Die eigene Medienarbeit stellt deshalb einen dauernden Spagat zwischen den Ansprüchen der vorgesetzten Kommandanten und den Erwartungen der Leser und damit auch der Öffentlichkeit dar.

## Offensive Arbeit ist gefragt

Die Hauptherausforderung liegt aber in der Zusammenarbeit mit den öffentlichen Medien. Bereits ein kleiner Verkehrsunfall im WK oder zum Beispiel ein auffallendes Übungsszenario mit dem Einsatz von Beleuchtungsgeschossen über dem Bodensee lösen ein spontanes Medieninteresse aus.

Eine ruhige Phase mit nur minimaler Medienarbeit wird abrupt durch einen hektischen Betrieb mit kritischen Journalistenanfragen abgelöst. Wenn nicht rasch, kompetent und umfassend informiert werden kann, schiessen Übertreibungen, Falschmeldungen und allenfalls sogar bewusste Irreführungen ins Kraut. Gerade im mehrheitlich kritischen Umfeld braucht es den unermüdlichen Einsatz zugunsten guter Informationen. Die Medienfreiheit in der Schweiz kommt zum Ausdruck: Wenn die Journalisten nicht mit passenden Informationen versorgt werden, nimmt die Gefahr für heikle Eigenrecherchen zu.

## Es braucht permanente Bereitschaft zum Dienen

Informieren ist führen. Eine breite und sofortige Information wird heutzutage als gegeben vorausgesetzt. Wer sich dem entzieht und sich hinter einem Schutzwall von Geheimniskrämerei verschanzte, lässt sich die Chance für überzeugende Informationsarbeit entgehen – und erlebt schlimmstenfalls sogar einen «Medienkrieg», bei dem die öffentlichen Journalisten dank ihrer viel grösseren Kapazität die Sieger sein werden. Mit nur einem Presse- und Informationsoffizier auf Stufe Bataillon/Abteilung und einer kleinen Mediengruppe auf Stufe Brigade steht das korrekte Zudienen für die Medienschaffenden der Öffentlichkeit im Vordergrund der Arbeit: Mehr liegt mangels personeller Ressourcen nicht drin. Aber «gar nicht kommunizieren» ist nicht möglich.

## Absolute Zurückhaltung gibt es nicht

In einer Verteidigungsoperation hätte die öffentliche Kommunikation einen zentralen Stellenwert. Besonders im Krisenfall braucht es glaubwürdige und sachdienliche Informationen. Auch dann wird es nicht ausreichen, auf die Geheimhaltung zu verweisen und sich in vornehmer Zu-

rückhaltung zu üben. Die Informationsarbeit ist zwar ein Spagat zwischen militärischer Geheimhaltung und aktiver Öffentlichkeitsarbeit. Die Truppe wie auch die Einwohner verlangen aber nach Informationen. Deshalb ist klar, auf welche Seite der Spagat stärker auszurichten ist. Informieren heisst auch motivieren. Wenn ein Kommandant die Bevölkerung beruhigen kann, gelingt es ihm, auch die Miliztruppe zum Erfolg zu führen.

### Ausbildung und Erfahrung zählen

Um eine hohe Qualität der Medienarbeit durch die Informations- und Kommunikationsverantwortlichen auf Stufe Brigade und der Bataillone/Abteilungen sicherzustellen, ist eine permanente Ausbildung notwendig. Die Grundausbildung und Vorbereitung auf ihre zukünftige Aufgabe erhalten die angehenden Kommunikationsoffiziere im zweiwöchigen TLG Kommunikation in Luzern.<sup>1</sup>

Während der Stabs- und Wiederholungskurse der Stäbe und Einheiten wird das vermittelte Wissen angewendet und vertieft. Die meisten Ereignisse und Anlässe wie Jahresrapporte, Fahnenübernahmen oder Besuchstage sind vorhersehbar und planbar.

Anspruchsvoller wird die Kommunikation bei grossen Truppenübungen. Grosse Verschiebungen und Truppeneinsätze können rechtzeitig den Medien mitgeteilt werden. Schwieriger wird es bei nächtlichen Einsätzen, oft verbunden mit Lärmemissionen. Oft sind Reklamationen und Beschwerden die Folge. Hier zeigte sich, dass eine termingerechte Information der Bevölkerung viel Goodwill bewirken kann. Wichtig dabei ist, dass die Kommunikationsverantwortlichen die lokalen Gegebenheiten, vor allem auch die medialen, gut kennen.

### Stabsübungen als Kommunikationstraining

Wie aber eine mögliche Kommunikation in einer Raumsicherungs- oder gar Verteidigungsoperation gehandhabt wird, kann nur in Stabsrahmenübungen trainiert werden. Die Infanteriebrigade 7 konnte anlässlich der SRU SIEGFRIED (Raumsicherung) im Jahre 2006 und der SRU LUETHY 2009 (Verteidigung), die Kommunikation in diesen beiden Fällen trainieren. Unterstützt durch Kommunikationstrainer des ZIKA und professionelle Journalisten wurden realitätsnahe Situationen im Krisenfall durchgespielt. Im Zentrum steht unter anderem die Frage, was zu



**Die Vorbereitung und die Durchführung von Truppenbesuchen mit Medienvertretern gehören zu den Aufgaben der Kommunikationszelle.** Bilder: Fachof Andreas Hess

einer laufenden Operation wann, wie, wo gesagt werden kann, ohne die Operation und ihr Ziel zu gefährden. Zeitdruck beim Erstellen der Informationen über den Operationsverlauf, negative Interpretationen der gemachten Aussagen in Radiosendungen oder Irreführung durch hochgespielte Medieninformationen konnten so durchgespielt und veranschaulicht werden.

Während beiden Übungen waren die personellen Ressourcen knapp bemessen. Umgesetzt und angewendet werden konnten die trainierten Sequenzen während der Truppenübungsreihe NEON ONE bis NEON FIVE der Inf Br 7, in welchen zeitweise über 3000 Armeeinghörige aus verschiedenen Formationen und Truppengattungen im Einsatz gestanden haben. Die «NEON»-Übungen der Jahre 2008 und 2009 hatten die Raumsicherung zum Thema, das Schwergewicht lag bei der Zusammenarbeit mit Partnern innerhalb und ausserhalb der Armee.

### Fazit

- In Raumsicherungs- und Verteidigungsoperationen müssen die Ressourcen der Kommunikationszellen der Stäbe der Brigaden und Bataillone/Abteilungen hochgefahren werden.
- Materiell müssen die Kommunikationszellen über eine adäquate Ausrüstung wie Video- und Fotoausrüstung, PC, Laptop, Aufnahmegeräte etc. verfügen können.
- Stabsrahmenübungen sind für die zielgerichtete Ausbildung und das Training der

Kommunikationszellen für den Ernstfall unerlässlich. Die Mitberücksichtigung der Kommunikationszellen in solchen Übungen muss konsequent erfolgen.

- Kommunikationsoffiziere der Reserveverbände sollen zur Verstärkung oder Ausbildung der aktiven Verbände fallweise hinzugezogen werden können. Ihre Erfahrungen in diesem Bereich sind gross.
- Für die Kommunikationszellen der Reserveverbände, ab 1. 1. 2010 auch für die Inf Br 7, besteht die grosse Herausforderung, die neue Aufgabe nach innen wie nach aussen, geschickt und sinnvoll zu kommunizieren. Die Kunst wird sein, den negativ besetzten Terminus «Reserve» mit wertvollen, herausfordernden, anspruchsvollen und interessanten Stabsaufgaben gleichzusetzen.
- Auch die Reserveverbände sind auf adäquate Informationskanäle dringend angewiesen. Zur Information gegen Innen wie nach aussen und vor allem: Zur Förderung der Identifikation mit dem Verband und deren Tätigkeit und zur Förderung des inneren Zusammenhaltes. ■

<sup>1</sup> Siehe ASMZ Nr. 5/09, Seite 22/23



Major  
Axel Zimmermann  
Chef Komm a i Inf Br 7  
7315 Vättis



Fachof (Hptm)  
Andreas Hess  
Chef Medien Inf Br 7  
8708 Männedorf