

Zeitschrift: Schweizer Soldat : die führende Militärzeitschrift der Schweiz
Herausgeber: Verlagsgenossenschaft Schweizer Soldat
Band: 77 (2002)
Heft: 12

Rubrik: Frauen der Armee

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>

Hin zum Publikum

FDA-Info und -Werbekostung an der OLMA in St. Gallen

«Der Sinn einer Botschaft ist die Veränderung, die sie in einem Vorstellungsbild hervorruft.» Was der Schriftsteller Kenneth Boulding da einmal in die Welt gesetzt hat, hat sich am FDA-Stand an der OLMA in St. Gallen immer wieder bewährt. Denn es konnte sehr viel Aufklärungsarbeit betrieben werden, die immer wieder ein «Aha-Erlebnis» bei den Besuchern auslöste.

Dass sich die Armee in den letzten Jahren immer wieder an diversen Messen und Ausstellungen in der ganzen Schweiz der Öffentlichkeit präsentiert, dürfte inzwischen hinlänglich bekannt sein. Dieses

Text und Fotos: Oblt Jürgen Baur-Fuchs

Jahr allerdings wurde die Anzahl Auftritte stark reduziert, um ein Grossprojekt durchführen zu können. An der EXPO.02 markierte die Armee in Murten bzw. Meyriez eine starke Präsenz. Der Erfolg liess denn auch nicht zu wünschen übrig.

Infolge dieses starken Auftritts an der EXPO, der auch grosse personelle Ressourcen band, wurde dieses Jahr weitgehend auf die Präsenz an anderen Messen und Ausstellungen verzichtet. Nicht aber an der OLMA in St. Gallen.

Im Gegensatz zu den vergangenen Jahren wurde der Info-Stand auf den Bereich Frauen in der Armee beschränkt. Dies tat der Attraktivität aber keinen Abbruch. Denn auch dieses Jahr haben viele OLMA-Besucherinnen und -Besucher gezielt den Militärstand aufgesucht.

Informationsauftrag

Das Hauptziel an diesen elf OLMA-Tagen war für uns, das Publikum über die Einsatzmöglichkeiten der Frauen in der Armee zu informieren. Dazu standen die diversen einschlägigen Broschüren zur Verfügung, welche rege benutzt und mitgenommen wurden. Auch die Aushebungs-CD, welche auf zwei PCs installiert war, wurde sehr häufig benutzt. Nicht zuletzt haben sich auch zahlreiche Kinder daran betätigt, wobei vor allem die Videos, in denen es «chlöpft und tätscht», beinahe stundenlang angeschaut wurden.

Der letztes Jahr neu vorgestellte Video über die Frauen in der Armee vervollständigte das Angebot für das «Selbststudium».

Den grössten Anteil am Informationsauftrag aber hatten die Standbetreuerinnen. In zahllosen persönlichen Gesprächen konnten nicht nur Vorurteile abgebaut oder



So präsentierte sich der rund 30 m² grosse Informations- und Werbekostung an der OLMA in St. Gallen vom 10. bis 20. Oktober 2002.

sogar eliminiert, sondern vor allem auch junge interessierte Frauen umfassend orientiert werden. Natürlich mussten auch viele (Militär-)Reminiszenzen aus vergangenen Jahrzehnten oder sogar noch aus der Kriegszeit angehört werden.

Erstaunlich viele junge Frauen interessierten sich ernsthaft für den Militärdienst. Diesen wurden speziell zusammengestellte «Info-Pakete» abgegeben. Rund 190 solcher Pakete wurden den Frauen mit auf den Weg gegeben. Von der Dienststelle haben wir erfahren, dass inzwischen bereits die ersten Antwortkarten aufgrund des OLMA-Besuches in Bern eingetroffen sind.

Wettbewerb

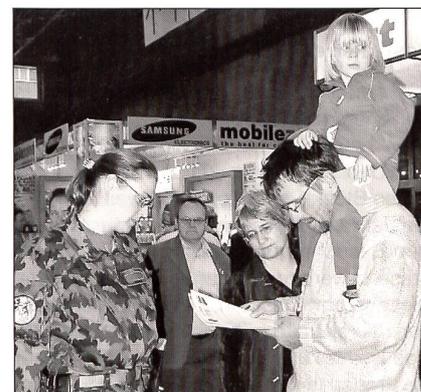
Einen nicht zu unterschätzenden Informationswert stellte auch der angebotene Wettbewerb dar. Dabei waren zehn Fragen rund um die Belange der Frauen in der Armee zu beantworten. Etliche Besucherinnen und Besucher attestierten dem Wettbewerb, dass sie dabei sehr viel gelernt hätten.

Für das Erarbeiten des Wettbewerbes standen diverse Plakate und Broschüren zur Verfügung, aus denen die Lösungen ohne grossen Aufwand gefunden werden konnten. Selbstverständlich standen auch die Standbetreuerinnen mit Rat und Tat zur Seite. Leider war dies aber nicht bei allen Wettbewerbsteilnehmern möglich, denn zum Teil war der Andrang so gross, dass man sich im Stand kaum bewegen konnte. Insgesamt wurden gegen 3000

Wettbewerbstalons ausgefüllt. Anreiz dazu war sicher auch der Hauptpreis, nämlich eine Fahrt auf das Jungfrauoch.

Verkaufsartikel

Als «Nebenerwerb» wurden auch die bekannten Verkaufsartikel angeboten: Campingbesteck, Mini-Wecker, Lippenpomade, Haarbürste und Faltregenschirm. Ausser dem Regenschirm (entweder hatten die Leute ihren eigenen Schirm schon dabei oder es war zu schönes Wetter) fanden alle Artikel zwar nicht gerade einen reissenden, aber doch ansehnlichen Absatz. Am meisten Schmunzeln löste natürlich die Lippenpomade im Tarn-Look aus. In diesem Zusammenhang wurde auch immer wieder



Selbst unter erschwerten Umständen nahm man sich Zeit, den Wettbewerbstalons auszufüllen.

Die Geschichte des Armee-OLMA-Standes

Die Präsenz der Armee an der OLMA hat bereits Tradition. Denn bereits seit 1997 ist dieser Stand immer wieder ein Anziehungspunkt für die jährlich gegen 400 000 OLMA-Besucher. In den ersten beiden Jahren war der Standort in der Halle 1.1, wo vom Fensterbauer bis zum Kaninchenfutter alles zu finden war. Aber bereits der damalige Stand, der noch mehr «handgestrickt» und mit Zeltblachen und Tarnnetzen erstellt wurde, fand bereits grosse Beachtung.

Seit 1999 figuriert der Armeestand unter «Dienstleistungen», welche in der Halle 3.1 zu finden sind. Damals gab es (wie in den beiden Vorjahren) nochmals einen reinen FDA-Stand. Dieser erhielt aber ein professionelles Outfit. Zudem wurde damals erstmals die Aushebungs-CD auf zwei Laptops präsentiert und eingesetzt.

Im Jahre 2000 wurde der Stand etwas grösser, weil neu auch das PISA, der Sozialdienst der Armee und die Abteilung Schulen und Kurse vertreten waren. Damit präsentierte sich erstmals an der OLMA die Untergruppe Personelles der Armee (UG Pers A) in einem grösseren Rahmen. Zudem wurden als absolute Attraktion «Grabsteine» gestanzt. Der Reinerlös aus dieser Aktion von rund 6000 Franken ging an die Aktion «Denk an mich».

Der absolute Höhepunkt bezüglich Präsenz wurde im Jahre 2001 erreicht. Die Standgrösse wuchs auf über 100 m² an. Nebst der UG Pers A war auch das Festungswachtkorps mit einer interessanten Ausstellung vertreten. Auch damals fanden die «Grabsteine» reissenden Absatz.

die Frage gestellt, ob nicht auch der Militär-Lippenstift, wie er auf den FDA-Broschüren abgebildet ist, zu kaufen sei. Aufgrund der festgestellten Nachfrage wäre dies sicher auch ein Verkaufsschlager.

Als «Lockmittel» wurden die Give-away-Artikel angeboten. Dank den Papiertaschentüchern, Blöckli mit Bleistift und den Bonbons konnten sehr viele Leute zum Mitmachen am Wettbewerb animiert werden. Auch kam man dank dieser Artikel viel leichter ins Gespräch mit dem Publikum. Diese Gratisartikel trugen also sehr viel zum grossen Publikumsaufmarsch bei.

Besucherreaktionen

Der Armeestand ist an der OLMA bereits zu einem festen Bestandteil geworden. Viele Leute suchen diesen Stand gezielt auf. Und sei es nur, um zum Beispiel ein neues Blöckli zu bekommen, weil das letztes Jahr erhaltene aufgebraucht ist. Die Besucherreaktionen auf die Armeepresenz werden von Jahr zu Jahr positiver. Dieses Jahr mussten jedenfalls nur noch ganz vereinzelte pöblerische und abschätzige Bemerkungen (vor allem in Bezug auf die Frauen in der Armee) angehört werden. Vielfach konnte aber gerade auch mit diesen Leuten ein klärendes Gespräch geführt werden. Grossmehrheitlich wird es sehr

Durch die Abgabe von Give-away-Artikeln konnte viel Publikum an den Stand «gelockt» und so auch zum Mitmachen am Wettbewerb animiert werden.



geschätzt, dass sich die Armee dem Publikum öffnet und auch bereitwillig Auskunft gibt. So konnten zum Beispiel auch diverse Auskünfte über WK-Daten, Zeit- oder Berufsmilitär, Einsätze im Ausland, zuständige Adressen usw. erteilt werden.

Infrastruktur

Der Armeestand fügte sich auch dieses Jahr wieder professionell in die Ausstellung ein. Dank den «ausstellungserprobten» Angestellten des Zeughauses Bern konnte der Stand in einem halben Tag aufgebaut werden. Die Feineinrichtung nahm dann nochmals einen Tag in Anspruch, sodass am Donnerstag, 10. Oktober 2002, um 08.30 Uhr alles für die ersten Besucher bereitstand. Ausnahmsweise mussten dieses Mal Einrichtungsgegenstände (Tische, Stühle und Theken) eingemietet werden, weil alles armeeeigene Material an der EXPO im Einsatz war.

Nach dem Ausstellungsende am Sonntag, 20. Oktober 2002, um 18.00 Uhr, ging dann alles sehr schnell. Alles Material, das nicht nach Bern zurück musste, konnte noch am Sonntagabend abtransportiert werden. Somit gab es Platz, um am Montag die Abbauarbeiten zügig voranzutreiben. Nach gut drei Stunden sah man nichts mehr von unserem Stand, weil dank einer speditiven Arbeitsweise gegen Mittag bereits alles im Lastwagen verstaut war.

Personal

Den Stand während den elf Ausstellungstagen permanent mit mindestens drei bis vier Personen zu besetzen, ist jeweils gar nicht so einfach. Zum Glück gibt es aber immer wieder Frauen, die sich für mehrere Tage melden. Andere wiederum absolvieren einzelne Tage.

Das Standpersonal hat sich auch dieses Jahr wieder hauptsächlich aus dem Info-Team Ostschweiz-Graubünden rekrutiert. Aber auch aus dem «fernen» Baselbiet sind zwei Standbetreuerinnen angereist. Die

Leitung des gesamten Einsatzes lag bei der Koordinatorin des Info-Teams, Kpl Beatrix Baur-Fuchs. Als ihr Stellvertreter «vor Ort» amtierte während der ganzen Ausstellung ihr Ehemann.

Der Einsatz der Frauen verdient besondere Anerkennung. Denn ihr Dienst wird zwar besoldet und entschädigt, an die Dienstleistungspflicht werden aber diese Tage nicht angerechnet. Ganz im Gegensatz zu den männlichen AdA's, die jeweils im Einsatz sind und so ihre WK-Pflicht absolvieren können. Scheinbar gibt es doch noch nicht die volle Integration der Frauen in der Armee. Die Gleichberechtigung und -behandlung lässt grüssen ...

Fazit

Der Entscheid, neben der Expo auch an der OLMA einen Stand zu betreiben, erwies sich als goldrichtig. Das Publikum hätte es wohl zur Kenntnis genommen, aber nicht immer verstanden, wenn die Armee an der OLMA nicht mehr vertreten gewesen wäre. Andererseits war bei diesem Entscheid auch zu beachten, dass es in den folgenden Jahren schwierig wäre, wieder einen Stand zu bekommen, wenn man ein Jahr auslässt.

Zum Schluss bleibt noch zu danken:

- Oberst Heinz Zahn, UG Pers A, der es ermöglichte, dass wir wieder einen Stand betreiben konnten
- der Dienststelle Frauen in der Armee, die vor und während der OLMA v.a. mit Materiallieferungen stets zu Diensten war
- dem Personal des Zeughauses Bern, das wie in den Vorjahren den Standauf- und -abbau professionell betrieb
- der OLMA-Direktion und insbesondere dem Hallenchef, Herrn Hohl, für die Unterstützung
- und last but not least all den Frauen, die sich als Standbetreuerinnen zur Verfügung gestellt haben. Vor allem sie waren es, die zum Erfolg beigetragen haben. ☑