

**Zeitschrift:** Schweizer Soldat : die führende Militärzeitschrift der Schweiz  
**Herausgeber:** Verlagsgenossenschaft Schweizer Soldat  
**Band:** 94 (2019)  
**Heft:** 11

**Artikel:** Transparenz oder Risiko : zum Gebrauch von Social Media in der Armee  
**Autor:** Besse, Frederik  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-868562>

### **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:** 15.03.2025

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

# Transparenz oder Risiko: Zum Gebrauch von Social Media in der Armee

Noch nie war unsere Gesellschaft so miteinander vernetzt wie heute. Doch wird dadurch Transparenz geschaffen? Experten aus der Armee, Wissenschaft und der Politik haben an der Herbsttagung der MILAK dazu Stellung genommen.

Von der Herbsttagung 2019 berichtet Hptm Frederik Besse

«Aufmerksamkeit ist Geld, Einfluss, Status, Macht», Dies sagte einer der Referenten, nämlich der renommierte Forscher Vincent F. Hendricks aus Dänemark. Das muss wohl auch die MILAK und Brigadier Peter Stocker geehrt haben - denn Ihnen wurde viel Aufmerksamkeit an der Herbsttagung 2019 zuteil. Das Auditorium der ETH Zürich war sehr gut besucht.

## Twitterkrieg mit den Taliban

Dass die USA mit den Taliban in Afghanistan die Klagen kreuzen ist wohl jedem bekannt. Weitaus weniger öffentlich ist der Krieg um die Meinungshoheit im Internet. Obwohl die Gotteskrieger aus dem Hindu-Kusch für Ihre ultrakonservativen Kurs bekannt sind, so nutzen sie dennoch moderne Medien um ihre Ziele zu erreichen. Colonel Juanita Chang, Chief of Public Affairs



**Kommandant MILAK und Gastgeber, Brigadier Stocker.**

der U.S. Army, Supreme Headquarters Allied Powers Europe (SHAPE), referierte über die virtuellen Gefechte mit den Tali-

ban. Diese nutzen Instagram um Propaganda zu verbreiten. Zusammen mit der afghanischen Regierung würde die Kommunikationsspezialisten der Armee dem entgegenwirken und die «Fake-News» mit Fakten widerlegen.

Doch Social Media wird nicht nur dort verwendet. Die US-Streitkräfte nutzen die Möglichkeiten der digitalen Kommunikation um Botschaften zu senden. Dabei gehe es um Inhalte, wie Werte der Armee und Einblicke in das Training. Jeder Soldat und jede Soldatin erhalte diesbezüglich ein Training und regelmässige Briefings.

## Der User ist das Produkt

Alles hat seinen Preis. Selbst Gratismedien. Meistens, wenn kein Preis verlangt werde, so bezahlt der Kunde mit etwas anderem. Für Vincent F. Hendricks ist das unter anderem: die Aufmerksamkeit. Sie sei die Währung wenn jemand Facebook, Instagram, Youtube und Co verwende. Diese Aufmerksamkeit werde für Geld an Werbepartner verkauft. Öffentlich-rechtliche Medien haben jedoch eine andere Vorgehensweise. In der heutigen Zeit, in der sich Wahrheit und Lügen in den Debatten vermischen, brauche es die öffentlich-rechtlichen Medien.

## Jeder AdA kann Influencer sein

Korpskommandant Daniel Baumgartner, Chef Kommando Ausbildung, diskutierte in einer Podiumsdiskussion über die Vor- und Nachteile von Social Media in der Armee. «Wir haben jährlich 100 000 Influencer, nämlich alle, die Dienst leisten», so KKdt Baumgartner.

Der Armee bieten sich Chancen die Jugendliche über diese Kanäle zu erreichen und im Gespräch zu bleiben. Am Ende der Herbsttagung war klar: Wenn jemand Chancen nutzt, dann die MILAK! Die Organisatoren haben erneut ein gutes Gespür bewiesen und eine spannende Vortragsreihe mit Diskussionsrunde organisiert.



**Gut besucht: Herbsttagung 2019.**



Linde Material Handling

*Linde*

# PASST IMMER.

Die Produktpalette von Linde.



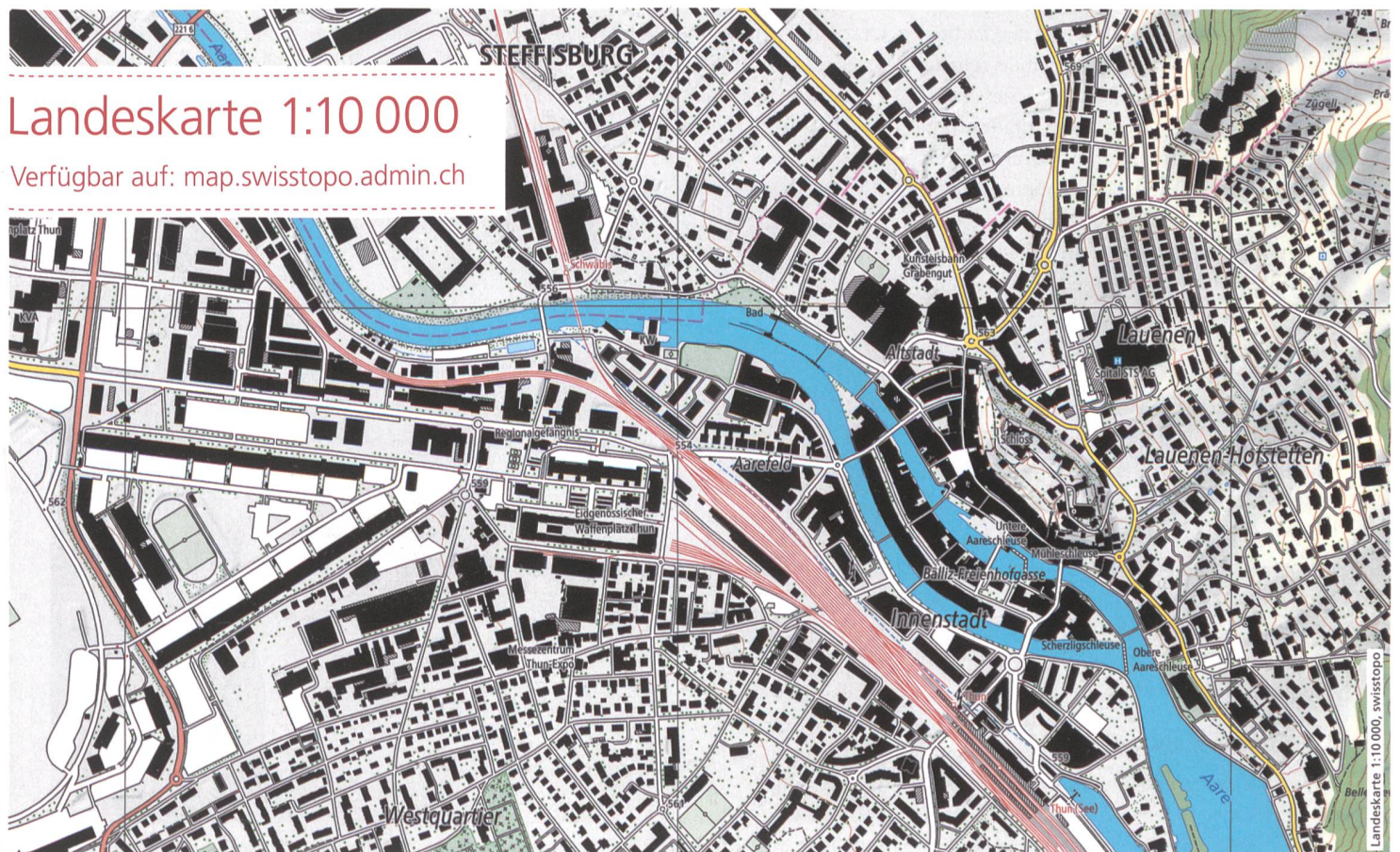
Wir bieten für jeden Anwendungsfall das passende Fahrzeug. Lager-  
technikfahrzeuge, Schlepper und agile Schwergewichte mit bis zu 18  
Tonnen Traglast. Variabel in den Antriebs- und Energiekonzepten. Mit  
Ausstattungsoptionen abgestimmt auf Ihr Business und Ihre Bedürfnisse.

Die legendäre Linde Qualität und zahlreiche Sicherheitsfeatures garan-  
tieren zudem beste Arbeitsbedingungen auch unter harten Einsatzfällen.  
Erfahren Sie mehr über unsere Möglichkeiten und erleben Sie den Linde  
Mehrwert.

Rufen Sie uns an: 0848 300 930

Linde Material Handling Schweiz AG

[www.linde-mh.ch](http://www.linde-mh.ch)



## Landeskarte 1:10 000

Verfügbar auf: [map.swisstopo.admin.ch](http://map.swisstopo.admin.ch)



Schweizerische Eidgenossenschaft  
Confédération suisse  
Confederazione Svizzera  
Confederaziun svizra

Bundesamt für Landestopografie swisstopo  
[www.swisstopo.ch](http://www.swisstopo.ch)

Weitere Infos: [swisstopo.ch/lk10](http://swisstopo.ch/lk10)