Kamerad, was meinst Du...?

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Der Fourier : offizielles Organ des Schweizerischen Fourier-Verbandes und des Verbandes Schweizerischer Fouriergehilfen**

Band (Jahr): **55 (1982)**

Heft 11

PDF erstellt am: **05.06.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Kamerad, was meinst Du . . . ?

Wieviel WK-Werbung ist zulässig?

Folgendes Beispiel hat sich zugetragen während des Wiederholungskurses eines Bataillons: Als «Gag» wurde per Kurier vom «Regiment» am ersten Tag der Manöverwoche eine nicht alltägliche Zwischenverpflegung zuhanden aller Einheiten unseres Bataillons gebracht mit der Aufforderung, die Verteilung zuhanden aller Wehrmänner auf dem hellgrünen Dienstwege vorzunehmen. Was an sich gut gemeint war (als Zückerchen für schlimme Stunden), wurde von einem Teil der Mannschaft als Werbung verurteilt. Die Kaugummifirma ist Sponsor eines bekannten Fussballclubs — der Initiant (seine Adresse stand auf der Kartonschachtel) grosser Sympathisant eben dieses Clubs.

Meine Frage: Kann ich als Versorgungsfunktionär gegen diese Art Schleichwerbung im WK anhand eines Paragraphen im VR oder in einem anderen Reglement wirkungsvoll opponieren . . . oder muss ich mir im Notfall die Verteilung befehlen lassen? (. . . was tatsächlich so geschah).

Auf Ihre Antwort bin ich gespannt.

Antwort des OKK: Wieviel Werbung ist zulässig?

Die Rechtsabteilung der Direktion der Militärverwaltung bestätigt, dass keine gesetzlichen Bestimmungen die Werbung im Militärdienst verbieten. Trotzdem sollte die Armee nicht als Werbeträgerin missbraucht werden.

Im Reglement 51.24 «Ausbildung und Organisation in Schulen» (AOS), welches jedoch lediglich für die Schulen und Instruktionskurse gem. Schultableau (Reglement 51.76/I) Gültigkeit hat, wurde vom Ausbildungschef angeordnet, dass

> «die Schul- und Kurskommandanten entscheiden, ob Gebrauchsartikel als Werbegeschenke verteilt werden dürfen. Sie erlassen gegebenenfalls Weisungen für solche Aktionen. Werbeaktionen für Raucherwaren und *alkoholische* Getränke sind verboten».

In den Wiederholungs- und Ergänzungskursen sollte diese Werbung *sinngemäss* angewendet werden.

Sofern der Truppe Gegenstände zur Verteilung an die Wehrmänner zugestellt werden, hat der Kommandant zu entscheiden, ob die erhaltenen Waren diesen zur freien Selbstbedienung angeboten oder dem Absender wieder zur Verfügung gestellt werden sollen. Er hat damit nach seinem eigenen Ermessen zu beurteilen, ob die Werbewirkung der Aktion im Vordergrund steht beziehungsweise ob die Armee nur als Werbeträgerin benutzt wird oder ob der Truppe vielmehr eine echte Zuwendung gemacht wird und damit keine oder nur eine geringfügige Werbewirkung verbunden ist. Auf alle Fälle ist eine gewisse *Zurückhaltung* zu üben. Ein gesunder Menschenverstand nützt mehr als viele Vorschriften.

(Red.) Damit dürfte gewissermassen auch eine Antwort erteilt worden sein auf das geäusserte Missbehagen eines Einheitskommandanten der Gebirgsdivision 12, welcher sich nicht einverstanden erklären konnte mit der Werbeaktion des Kommandos der Territorialzone 12 für einen Zonenwein, der bestellt werden konnte in einer Weinhandlung in Pontresina.

In eigener Sache

Letztlich wird es nicht mehr möglich sein, dass die Truppe nochmals vom Sponsor dieser Fussballmannschaft bedient wird, denn unterdessen werben die entsprechenden Fussballer — sicher nicht unbedingt zu ihrer eigenen Freude — für Hundenahrung. Müsterli davon eignen sich kaum für WK-Truppen.

Hingegen sind sowohl Inserateregie, als auch Redaktion «Der Fourier» sehr interessiert an der Werbung . . . in unserem Fachorgan. Inserate-Tarife stellen wir Ihnen gerne kostenlos zu (Adressen im Impressum).