Neue Medien in der Vereinskommunikation

Autor(en): **Müller, Markus M.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Soldat : die führende Militärzeitschrift der Schweiz**

Band (Jahr): **86 (2011)**

Heft 9

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-717596

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

Neue Medien in der Vereinskommunikation

Ende 2008 hat die Gesellschaft der Generalstabsoffiziere (GGstOf) begonnen, die Kommunikation zu ihren damals 540 Mitgliedern stärker auf elektronische Mittel zu konzentrieren und neue Mitglieder «im Einzelsprung» bzw. mit einer persönlichen Ansprache zu gewinnen. Heute hat sich nicht nur die Mitgliederzahl um fast 40% erhöht, sondern auch der eingeschlagene Weg bewährt. Der Projektleiter zieht eine Zwischenbilanz.

MAJOR I GST MARKUS M. MÜLLER, CHEF KOMMUNIKATION GGSTOF, ZU DEN SOCIAL MEDIA

Spätestens in der Offiziersschule hat man uns gelehrt: «Information ist ein Führungsmittel.» Die nächste Stufe ist die Kommunikation, also Dialog und Austausch. Hier orten viele Offiziersgesellschaften noch Potenzial, denn der Verein definiert sich nicht nur aus Veranstaltungen, sondern insbesondere durch gemeinsame Werte, Interessen und sogar Meinungen.

Örtlich und zeitlich gebundene Referate und Podien können zwar der Informationsvermittlung dienen, sind aber immer weniger mit den gefüllten Terminkalendern vereinbar. Wenn regelmässige und aktuelle Informationen fliessen sollen, sind selbst gedruckte Medien immer zu spät. Abhilfe schaffen hier die neuen Kommunikationstechnologien («Neue Medien» oder «Social Media») insbesondere für Vereine mit geografisch weitgestreuter Mitgliederbasis.

Direkt in die Mailbox

Die Gesellschaft der Generalstabsoffiziere nutzt zwei elektronische Systeme für die Kommunikation mit ihren Mitgliedern: Die Online-Plattform [1] und den Blog [2]. Die Online-Plattform dient der Mitgliederverwaltung und ist nur den Mitgliedern als Verzeichnis zugänglich. Der Blog ist öffentlich.

Blog-Beiträge werden den Mitgliedern per E-Mail (RSS wird kaum genutzt) mit einem «Anriss» und dem Link zum Beitrag angekündigt («Teaser»). Über 700 Generalstabsoffiziere erhalten so regelmässig «Post». Sie entscheiden anschliessend, ob und wann sie den Beitrag auf dem Blog lesen wollen. Je nach Thema hinterlassen sie einen Kommentar.

Hier hat sich gezeigt, dass Ernennungen und Beförderungen immer auf grosses Interesse stossen. Interaktive Elemente wie Umfragen oder «Quick-Polls» («Was halten Sie davon?» – super, gut, schlecht) gestatten dem Vorstand, rasch ein informatives Feedback zu erhalten. Ankündigungen zu und Berichte über Veranstaltungen geben den Mitgliedern ein stärkeres Gefühl der Zugehörigkeit. Pointierte Stellungnahmen zu aktuellen Fragen (bspw. «Armeebericht») werden geschätzt und initiieren die öffentliche Diskussion.

Über den Verein hinaus

Die aus dem Blog der GGstOf gewonnenen Erfahrungen flossen im Frühling 2010 in den neuen Blog der Fricktalischen Offiziersgesellschaft (FOG) [3] ein, deren Präsidium der Autor übernahm. Dabei wurden zusätzlich Inhalte von anderen Blogs integriert, etwa der geografisch nahen OG beider Basel (OGBB) [4]. Ohne grossen Aufwand wurden so die FOG-Mitglieder auch auf deren Inhalt hingewiesen. Im Gegenzug freuen wir uns, wenn unsere Beiträge von anderen OG übernommen werden. Dies reduziert den Aufwand und belebt den Blog mit interessanten Inhalten.

Der Erfolg zeigte sich an der letzten Generalversammlung: Das Versammlungslokal war bis auf den letzten Platz besetzt. Einige schon länger nicht mehr gesehene Kameraden zeigten sich wieder und führten als Grund den regelmässigen Dialog und die Informationen an.

Ein positiver Nebeneffekt wurde bei der Zugriffsstatistik festgestellt: Wer bei Google nach «Offiziere Beförderung 2011» sucht, findet sowohl den Blog der FOG als auch jenen der GGstOf weit oben bei den Resultaten. Je nach Suchbegriff übertrifft man sogar die offiziellen Seiten des VBS [5]. Alleine die Verwendung eines Blogs als Informationsmittel hat einen positiven Effekt auf die Wahrnehmung des Vereins im Internet. Gegen aussen wird der Verein in der elektronischen Informationssphäre sichtbarer.

Mit seinen rund 100 Mitgliedern ist die FOG zu klein für eine eigene Facebook-Gruppe. Deshalb werden diese Aktivitäten unter der Leitung der Aargauischen OG gebündelt. Die GGstOf verfügt über eine eigene geschlossene Gruppe. Facebook-User können «Fan» des Blog der GGstOf werden.

Auch die Termine lassen sich untereinander austauschen. «Google Calendar» [6] ist hier nützlich und einfach in der Bedienung. Mitglieder der FOG abonnieren alle FOG-Termine über ihre elektronische Agenda. Die Termine erscheinen im eigenen Kalender, sobald sie vom Vorstand erstellt wurden. Übergeordnete Termine der Kantonalen OG und jene der «Nachbarn» werden ebenfalls automatisch integriert.

Chef Kommunikation

Vereinsintern nutzt die FOG «Google Text & Tabellen» [7]. Die Pendenzenliste ist als gemeinsames Dokument geführt, auf das alle jederzeit zugreifen können. Änderungen werden von jedem selbst direkt eingetragen, wodurch sich ein Austausch von Dateien erübrigt. Budget und Rechnung sind allen zugänglich und die aktuelle Mitgliederliste dient dem ganzen Vorstand. Ein Mini-FIS für Vereine entsteht [8].

All diese Aktivitäten benötigen im Vorstand einen «Chef Kommunikation», der seine Funktion aktiv wahrnimmt und ständig auf der Suche nach interessanten und relevanten Berichten ist. Er gehört heute wie ein Kassier oder Aktuar zum «Kernteam» und sollte die technischen Möglichkeiten aus dem Effeff beherrschen, um seine Kollegen bei Bedarf zu unterstützen. Zuletzt ein Wort zu den Kosten: Die Soft-

ware für den Blog (z.B. wordpress.org) gibt es gratis. Auch die Applikationen von Google sind kostenlos. Die Vereinskasse wird mit keinem der hier aufgeführten Tools zusätzlich belastet.

Beurteilung

Es werden nicht alle Mitglieder freiwillig auf den Blog gelangen und sich für die Updates einschreiben. Manchmal braucht es einen sanften Druck. Das «Opt-out» (selbständiges Austragen, nachdem man automatisch zum Verteiler hinzugefügt wurde) hat sich diesbezüglich bewährt. Eine initiale Begrüssung mit Hinweisen, wie man allenfalls das Abo löscht, ist zu empfehlen.

Auch der rege Austausch über Kommentare und «gefällt mir»-Bekundungen brauchen etwas Zeit. Man sollte den Mitgliedern diese Zeit zugestehen und gleichzeitig beim Inhalt nicht nachlassen. Nur so wird Vertrauen geschaffen und der Kanal institutionalisiert. Die Neuen Medien sind sicher kein Allerheilmittel für die nachlassende Vereinstätigkeit von jungen Offizieren. Immerhin wird möglichen Mitgliedern gezeigt, dass der Verein wandlungsfähig ist und auch moderne Kommunikationsmittel nutzt. Dem Image ist das bestimmt nicht abträglich. Ausserdem ist der Verein dort, wo viele sowieso jeden Tag sind: im weltweiten Netz.

[1] http://ggstof.ch; [2] http://blog.ggstof.ch; [3] http://fricktaleroffiziere.ch; [4] http://ogbb.ch; [5] http://fricktaleroffiziere.ch/?p=1443; [6] http://www.google.com/calendar; [7] http://www.google.com/docs; [8] http://blog.ggstof.ch/C4ISR

Major i Gst Markus M. Müller ist Chef Kommunikation GGstOf und präsidiert die OG Fricktal. Er ist aktuell in der Weiterbildung zum Bat Kdt. Von Beruf ist er Berater für Neue Medien in Baden (netmex.ch).

Militärpolizei nimmt Arbeit auf

Der Chef der Armee, Korpskommandant André Blattmann, hat nach dem Tötungsdelikt an einem Polizisten in Schafhausen BE den Befehl erlassen, das Vorgehen beim Rückzug der persönlichen Ausrüstung von Armeeangehörigen (AdA) zu überprüfen. 530 AdA, die weder dem Aufgebot zur Rückgabe noch zwei Mahnungen nachgekommen sind, werden jetzt dringlich individuell abgerüstet. Die Militärpolizei startet diese Massnahme am 1. Juli 2011.

Armeeangehörige müssen nach erfüllter Dienstpflicht (altershalber) und/oder nach einem medizinischen Untauglichkeitsentscheid ihr persönliches Material zurückgeben. Jährlich werden rund 22 000 AdA zur Rückgabe der persönlichen Ausrüstung aufgeboten. Eine geringe Anzahl von AdA kommt dieser Aufforderung nicht nach. Der ordentliche Mahnprozess sieht zwei Mahnschreiben vor. Bleiben diese ohne Wirkung, wird für die Abrüstung die Militärpolizei eingesetzt. Dabei geht es vor allem darum, sensitives Material wie persönliche Waffe und Schutzmaske zurückzunehmen.

Im Zusammenhang mit dem Fall Schafhausen wurden 530 Dossiers detailliert überprüft. Diese Dossiers sind seit 2006 erfolglos im Abrüstungsverfahren. Die Beurteilung dieser Fälle durch den militärärztlichen Dienst ergab, dass in 188 Fällen die Rücknahme der Waffen dringend angezeigt ist. Diese Dossiers wurden nun der Militärpolizei übergeben und sollen bis Ende 2011 abgearbeitet sein. Zur Vermeidung von Risiken erfolgen die Massnahmen der Militärpolizei erst nach Rücksprache mit den kantonalen Polizeibehörden. *Christian Burri*