

# Weihnachtsgrüsse aus Feindeshand

Autor(en): **Glarner, Hans**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **130 (1964)**

Heft 12

PDF erstellt am: **26.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-41459>

## **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.

# Allgemeine Schweizerische Militärzeitschrift

Dezember 1964

12

130. Jahrgang

Adressen der Redaktoren:  
Oberst Wilhelm Mark  
5000 Aarau, Oberholzstraße 30  
Oberstlt. i. Gst. Herbert Wanner  
3626 Hünibach bei Thun  
Mülinenstraße 34

Offizielles Organ der Schweizerischen Offiziersgesellschaft

## Weihnachtsgrüße aus Feindeshand

Von Lt. Hans Glarner

### I.

Wenn Fachleute der Kriegspropaganda von ihrer Tätigkeit berichten, lassen sie manchmal durchblicken, daß dank ihrer Arbeit auch im 20. Jahrhundert trotz Stalinorgeln und Atomsprengeköpfen noch *Schlachten ohne Tote*<sup>1</sup> geschlagen werden können. Nicht ungern pflegen sie einen wesentlichen Anteil am Sieg in dieser oder jener Auseinandersetzung auf ihr Konto zu buchen. Immerhin geben sie auch zu, daß eine stichhaltig attributive Erfolgskontrolle auf dem zusammenhangreichen Feld der Kriegspropaganda ein Ding der Unmöglichkeit ist.

Die Tatsache, daß ihr Tun in erster Linie das Einschüchtern, Demoralisieren, Zersetzen und Verwirren – also durchwegs negative Effekte – zum Ziele habe, liege in der Natur der Sache und könne ihnen unmöglich persönlich zur Last gelegt werden. Im Gegenteil! Der an sich zugegebenermaßen destruktive Zweck sei im Endeffekt gar nicht so negativ zu bewerten, da er, wie eingangs erwähnt, ja eben die Schonung unzähliger Menschenleben ermögliche und viel Elend erspare. Es sei deshalb nicht angebracht, der Kriegspropaganda den Stempel ethischer Minderwertigkeit aufzudrücken.

Was dürfen wir davon für bare Münze nehmen? Oder, anders gefragt: Um welchen Preis werden denn die Schlachten ohne Tote geschlagen? Was wird dabei zerstört? Welche Wirkung ist von den sogenannten geistigen Waffen zu erwarten?


### II.

Der Tatbestand ist sattsam bekannt: Die Welt hat in den letzten Jahrzehnten verschiedene Propagandisten kennengelernt – und ihnen vieles abgeguckt –, die ihr Instrument mit diabolischer Meisterschaft handhabten<sup>2</sup>. Die Industrialisierung und die wissenschaftliche Perfektionierung der Produktion und Verbreitung von Propagandamaterial garantieren heute die technischen Voraussetzungen zur Massenbeeinflussung *auch im Kriege*. Die Psycho-

logie und die Soziologie leisten einen nicht unwesentlichen Beitrag zur inhaltlich und formal sachgerechten Konzeption wirksamer Propaganda.

Abgesehen davon hat jene Errungenschaft, die wir die *öffentliche Meinung* nennen, das Bedürfnis nach Information im gleichen

*Home –  
to come home at Christmas.*



*That's what you want,  
that's what you dream of.*

*May be next year? War breezes still hotly in your  
face. War is not yet over. God only knows whether  
your dreams will come true.*

<sup>1</sup> Professor Dr. M. A. Linebarger, «Schlachten ohne Tote», deutschsprachiger Titel des amerikanischen Buches «Psychological Warfare», Frankfurt am Main 1960.

<sup>2</sup> Vergleiche unter anderem: H. Fraenkel und R. Manvell, «Goebbels», Köln 1960; C. Rieß, «Joseph Goebbels», Zürich 1949; J. Goebbels, «Vom Kaiserhof zur Reichskanzlei», Berlin 1934; Adolf Hitler, «Mein Kampf», München 1933; P. Quentin, «Politische Propaganda», Thalwil 1946; I. Santner, «Goebbels – gelogen wie noch nie», «Weltwoche» Nr. 1558, 20. September 1963.

Schwarz-weißes Flugblatt deutscher Herkunft, zu Weihnachten 1944 über alliierten Truppen der Westfront abgeworfen. Die Rückseite enthält einen Text mit der Frage nach dem Sinn des Krieges und mit dem Hinweis darauf, daß kein Grund für ein weiteres Ausharren in der Hölle des Krieges bestehe, zumal da der Einsatz amerikanischer Truppen in Europa die ewig währenden Zwiste der Europäer niemals bereinigen könne.

Maße verstärkt, in dem die Plattform der meinungstragenden Schichten gewachsen ist. Die Abhängigkeit des modernen Menschen von seinen Informationsquellen ist groß. Die Sucht unserer Gesellschaft nach Information, und vor allem der verderbliche Hang zu illustrierter, leichtfablicher, suggestiver und vorverdauter Information, legt der Propaganda im kalten wie im heißen Krieg das Feld für ihre Saat brach.

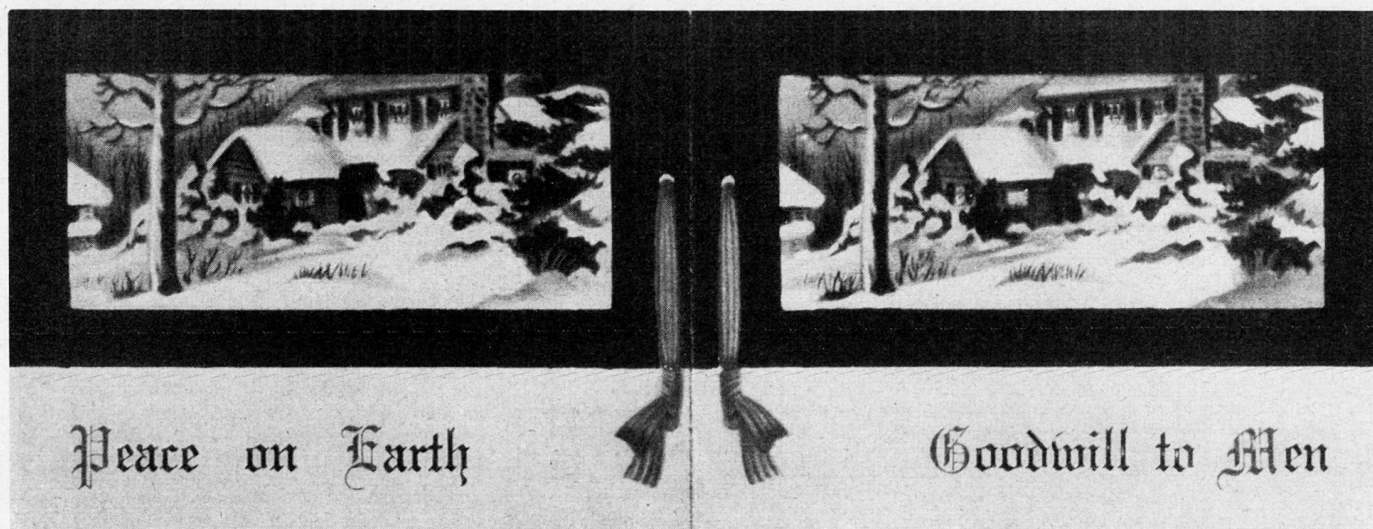
Doch nicht genug damit! Die Methoden moderner Meinungsanalyse gestatten den Propagandisten obendrein das Vordringen bis tief ins Feindgebiet geistiger Auseinandersetzung. Die Tiefenpsychologen vermögen unschwer die Grundstimmung, die günstigen Bedingungen und die lohnenden Ziele für die wissenschaftlich geschmiedeten Ränke ihrer Kollegen aus dem Propagandafach zu eruieren. Daß dazu nicht einmal die aktive Mitarbeit der Gefangenen erforderlich ist, haben bereits der zweite Weltkrieg und später auch der Krieg in Korea gezeigt<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Vergleiche Eugene Kinkead, «Kampf ohne Waffen», Frauenfeld 1963.

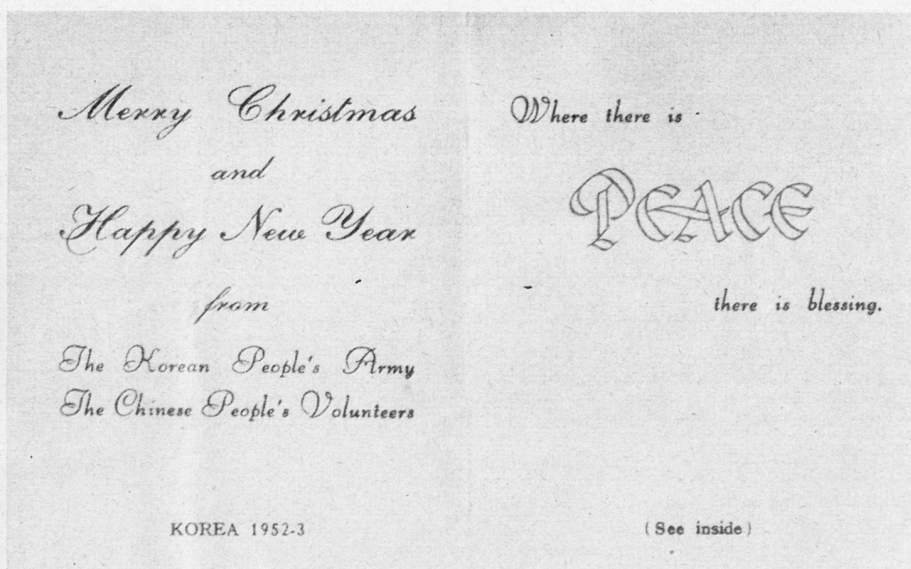
Vor diesem Hintergrund betrachtet, verwundert es nicht, daß Kriegsgeschrei, Helmbusch, Fahnen und was dergleichen eindrucksvoller Dinge mehr sind, endgültig der Vergangenheit angehören; an ihrer Stelle ist heute als übliche Begleitmusik zeitgemäßer Kriegführung ein wissenschaftlich untermauertes, rücksichtslos kalkuliertes Trommelfeuer verwirrender Nachrichten, perfider Fragen, demoralisierender Appelle und getarnter Einladungen zur Desertion (samt Passierschein) vernehmbar.

### III.

Selbst jene, die sich bisher auf Neigung oder Überzeugung gerne ausschließlich auf die Potenz materieller Waffen verließen, tun heute das Problem der Beeinflussung durch Feindpropaganda nicht mehr mit dem Hinweis darauf ab, die neuere Kriegsgeschichte erbringe keinerlei Belege dafür, daß die Propaganda irgendeine Phase eines heißen Krieges im Alleingang entschieden habe.



Außenseiten einer dreifarbigen Weihnachtskarte japanischer Herkunft, um Weihnachten 1944 abgeworfen über amerikanischen Truppen auf den Philippinen. Die beiden Innenseiten enthalten folgende Texte: (linke Seite, in altertümlicher Frakturschrift) "We cannot serve God and mammon. St. Matthew 6. 24"; (rechte Seite, in moderner Antiqua) "President Roosevelt cannot serve the people and the Big Business".



Außenseite einer vierfarbigen Glückwunschkarte chinesischer Herkunft, um Weihnachten 1952 über britischen Truppen in Korea abgeworfen. Die Innenseite enthält einen maschinengeschriebenen Brief an britische Offiziere und Soldaten, wonach die Amerikaner England in diesen blutigen Krieg verwickelt hätten, in dem die Engländer die Hauptlast tragen und die meisten Opfer bringen müßten, während zu Hause die Arbeitslosigkeit überhandnehme. Am Schluß folgt der Appell: "Friends: Don't fight any more! Without you, they cannot keep up this war!"



Einerseits liegen dafür nachgerade zu viele Aussagen von Kriegsteilnehmern aller Stufen vor, die der Propaganda einen feststellbaren Einfluß auf die Truppe attestieren<sup>4</sup>. Auf der anderen Seite kann sich der Zweifler auch an Hand zahlreicher und erstaunlich reichhaltiger Kollektionen<sup>5</sup> sogenannter «Leaflets» (Flugblätter) von der Tatsache überzeugen, daß die Elaborate der Kriegspropagandastellen jener Appelle keineswegs entbehren, die auch im Frieden immer wieder die Aufmerksamkeit der Männerwelt auf sich zu ziehen pflegen. Daß dabei durchaus nicht notgedrungen der Sex im Vordergrund zu stehen braucht, zeigen unter anderem jene Beispiele, die dem Arsenal der Moraloperationen gegen Fronttruppen entstammen und religiöse Grundthemen als Aufhänger verwenden.

Moraloperationen dieser Kategorie stützen sich in der Regel nicht nur bezüglich inhaltlicher und formaler Gestaltung auf psychologisch fundierte Überlegungen; Überlegungen psychologischer Art bestimmen vielmehr auch das Streufeld und den Streuzeitpunkt für die Verbreitung der Botschaften.

Selbstverständlich heißt das nicht, daß es besonderen psychologischen Verständnisses bedürfe, die Weihnachtszeit als für den im christlichen Glauben erzogenen Frontsoldaten kritische Zeit zu erkennen. Kritisch in dem Sinne, daß ihn der Gedanke an das Familienfest und die Erinnerungen an sein Zuhause sowie an christliches Gedankengut (in Parallele zu seiner Umgebung, zu den Frontverhältnissen und den täglichen Anforderungen gesetzt) zu Reaktionen führen kann, die ihm sonst fernliegen.

In diesem Zusammenhang gilt es, sich daran zu erinnern, daß eben selbst der kritische Intellektuelle psychologisch richtig konzipierten Anfechtungen genau so rettungslos ausgesetzt ist wie der leicht beeinflussbare Tölpel<sup>6</sup> – handelt es sich doch bei derartiger Einflußnahme um Appelle ans Emotionelle und nicht an den Verstand. Zur Veranschaulichung seien lediglich die Begriffe *Heimweh*, *Sehnsucht*, *Koller* zitiert, deren Effekt bekanntlich nicht vom Intelligenzquotienten des Betroffenen abhängen muß.

Die Tatsache jedenfalls, daß neben den aktiven auch viele das Jahr über eher gleichgültige Christen gerade um Weihnachten und Neujahr suggestiven Einflüssen besonders zugänglich werden, hat die Kriegspropaganda längst erkannt; und sie sucht denn auch immer wieder die weihnächtliche Aufweichung der martialisch verhärteten Seelenpanzer auszunützen, um die Soldaten dann zu treffen, wenn sie ganz besonders empfänglich disponiert erscheinen<sup>7</sup>.

#### IV.

Beispiele für Weihnachtsgrüße aus der Hand des Feindes sind alles andere als selten. Bei der Mehrzahl handelt es sich um Flugblätter, die über den Truppen abgeworfen worden sind. So kennt man vor allem aus dem zweiten Weltkrieg Weihnachtskarten der Nazi-propaganda an britische Soldaten der italienischen Front, an amerikanische Soldaten der Westfront, an die Alliierten der Westfront usw. Speziell produktiv zeigten sich auf dem Gebiete der Weihnachtsgrüße die chinesischen «Freiwilligen» in Korea.

<sup>4</sup> Vergleiche zum Beispiel: Marshall G. Messe, «Der Krieg im Osten», Zürich 1948.

<sup>5</sup> Eine große Gruppe bedeutender Sammler von Aerial Propaganda Leaflets ist in der Psywar Society, einer internationalen Vereinigung von Historikern und Sammlern der psychologischen Kriegführung, zusammengeschlossen. Die abgebildeten Originale stammen aus der privaten Sammlung des Hon. General Secretary der Psywar Society, Mr. P. H. Robbs, Kettering, England, dem wir an dieser Stelle für seine liebenswürdige Unterstützung herzlich danken möchten.

<sup>6</sup> Vergleiche G. Le Bon, «Psychologie der Massen», Stuttgart 1957.

<sup>7</sup> Vergleiche «The Falling Leaf Magazine», Band 5, Nr. 2, Dezember 1963, Psywar Society, Kettering, England.

Aber auch die Japaner lieferten im zweiten Weltkrieg ihren Beitrag an die Kollektionen.

Im Gegensatz zu den üblicherweise mit einer billigen Farbe auf dünnes, holzhaltiges Papier gedruckten, zentimeterweise neben den Passerkreuzen geschnittenen Flugblättern finden sich unter den Weihnachtsgrüßen da und dort ganz besonders aufwendig hergestellte Spezimina, Mehrfarbendrucke, ja sogar mit Silber verziert (Deutsche an Alliierte, Westfront 1944/45).

Selbst die Sprache paßt sich gelegentlich dem feierlichen Streuzeitpunkt an. So beispielsweise in jenem Weihnachtsgruß chinesischer Provenienz an die G.I. in Korea, der mehr kuriositäts-halber zitiert sei:

“Whatever the race, colour or creed,  
All plain folks are brothers indeed.  
Both you and we want life and peace,  
If you go home, the war will cease.  
Demand Peace! Stop the War!”

#### V.

Es bleibt die Frage nach dem Preis, nach den Werten, um die es in Auseinandersetzungen geht, deren Feldherrn – wie wir gesehen haben – nicht davor zurückschrecken, selbst das Weihnachtsfest in ihre Taktik einzukalkulieren.



#### 端午の節句

日本の國民が昔から子供に對し非常に大きな愛情を持つてゐる事は全世界の人々に良く知られてゐます。徳川時代の初期の頃より毎年五月五日に家族の内の男の子の節義を象徴する爲に鯉のほりを立てる習慣が始まつた。皆さんも御存知の様に之は武士が當時の戦に用いるのほり、槍、其他の武器を飾り其の偉勢を示してゐたのに對抗して一般庶民は空高く鯉のほりを吹き流し愛する子供を祝福したもので此の紙の鯉のほりは武士の如何なる教章やのほりよりもはるかに壓倒してゐた。さて現在の烈しい戦の混亂の中にあつても此の美はしい物語りは皆さんの故國に於ける幾多の記憶を呼び起すのに充分でしょう、我々は皆さんの子供に對する限り無き愛情に對し深い理解と同情とを持つものであります。

Dreifarbige Parallelbeispiel amerikanischer Herkunft zu den Weihnachtsbotschaften, die sich an christliche Gegner richten. Das Flugblatt wendet sich an die Japaner anlässlich ihres «Knabentages». Die Texte auf Vorder- und Rückseite gehen auf das Wesen und die Schönheit dieses Feiertages ein, betonen, daß die Kinder am meisten unter dem Krieg zu leiden hätten, und appellieren an die Familienliebe, um auf diesem Weg die japanischen Soldaten zu demoralisieren.

Zugegeben: Es sind dies keinerlei meßbare, materielle Werte. Wer aber geglaubt hat, menschliches Zusammenleben in würdiger, erstrebenswerter Form sei auch ohne die in Frage stehenden Werte denkbar, kann sich – und das tönt zunächst paradox – ausgerechnet auf Grund moderner Methoden eines Zweiggebietes der Kriegspropaganda vom Gegenteil überzeugen.

Während es sich nämlich beispielsweise der Ägypterkönig Sesostri (III.; um 1860 vor Christus?) noch leisten konnte, den feigeren unter den unterworfenen Völkern zum Zeichen ihrer

Schande auf die in den eroberten Ländern eigens errichteten Säulen pornographische Insignien zu malen<sup>8</sup>, setzt seit geraumer Zeit die Kriegspropaganda sehr viel daran, einen möglichst großen Teil der unterworfenen Bevölkerung zu loyaler Zusammenarbeit zu gewinnen. Die Sprachregelung der psychologischen Kriegführung hat dafür den Begriff *Konsolidierungspropaganda* geprägt. Ihre Aufgabe besteht darin, das *Vertrauen*, die *Moral*, die *Menschlichkeit*, den *Glauben* wiederherzustellen . . .

<sup>8</sup> Herodot, «Pers. Log.», 2. Teil.

## Truppennachrichtendienst 1964

Von Major R. Schmucki

Seit der Einführung des Reglementes Truppennachrichtendienst (TND) gegen Ende 1962 wurden in diesem Spezialdienst unserer Armee auf allen Stufen bemerkenswerte Fortschritte erzielt. Das Reglement TND darf für sich in Anspruch nehmen, daß es allen Beteiligten die Ziele klar abgesteckt hat. Da dieses Reglement zugleich grundlegende Vorschrift für die nachrichtendienstliche Tätigkeit in unserer Armee ist, wird es interessieren, welche Erfahrungen mit demselben in der Praxis gemacht wurden.

Die Grundlage dieser Ausführungen bilden einerseits persönliche Erfahrungen und andererseits die ausgewerteten Fragebogen von den Nachrichtenoffizieren der kombattanten Truppenkörper einer mechanisierten Division.

Bei der Beurteilung ist grundsätzlich zu unterscheiden zwischen der Arbeit des Nachrichtendienstes auf Stufe Heeresinheit und nachrichtendienstlicher Arbeit auf Stufe Truppenkörper.

Weil das Reglement TND Ziele und Aufgaben sehr weit steckt, vermag in Wirklichkeit nur der Nachrichtendienst der Heeresinheit den Großteil der umschriebenen Aufgaben zu erfüllen. Die Möglichkeit der größeren Leistungsfähigkeit ist gegeben durch genügende Dotation an Nachrichtenoffizieren (1 Generalstabsoffizier und 5 Nachrichtenoffiziere) und verhältnismäßig große Auswahl an Nachrichtenbeschaffungsorganen. Die grundsätzliche Zustimmung zum Reglement TND kann nicht ausschließen, daß einzelne vorgeschriebene Arbeitsgänge sich in der Praxis nicht bewährt haben. Es wird davon noch die Rede sein.

In der Arbeit des Nachrichtendienstes der Truppenkörper (Regiment und Bataillon) ergibt sich ein anderes Bild. Obwohl die Forderungen an die Nachrichtenorgane grundsätzlich die gleichen sind, fehlen auf dieser Stufe die personellen und materiellen Voraussetzungen, alle wünschenswerten (und vorgeschriebenen) Aufgaben erfüllen zu können.

Eine große Einschränkung in der Arbeit des Nachrichtenoffiziers ergibt sich auch aus der Tatsache, daß die meisten unserer Übungen (einschließlich Rahmenübungen) im Zeitraffer durchgeführt werden. Damit bleibt dem Nachrichtenoffizier nicht die erforderliche Zeit, die geforderten nachrichtendienstlichen Maßnahmen seriös zu erledigen.

In der Praxis steht der Nachrichtenoffizier eines Truppenkörpers immer vor der Frage, welche Bedeutung in der Dringlichkeit den verschiedenen Maßnahmen zukommt. Gerade über diesen Punkt gibt das Reglement TND aber keine Auskunft, was zugegebenermaßen schwierig ist, weil die Tätigkeit des Nachrichtenoffiziers nicht allzusehr schematisiert werden kann. So sehen denn 70 Prozent der befragten Nachrichtenoffiziere den Wert des Reglementes TND zur Hauptsache darin, daß es über

Ziel und Zweck des Nachrichtendienstes Auskunft gibt, und nur 30 Prozent der Befragten bezeichnen das Reglement als eine wirkliche praktische Hilfe. Diese Feststellung wird im ersten Moment überraschen, weil das Reglement TND alle Arbeitsgänge bis ins Detail beschreibt. Aber eben darin liegt das Unge-nügen der Arbeitsvorschrift, daß sie den Möglichkeiten der verschiedenen Stufen nicht angepaßt ist und praktisch vom Nachrichtenoffizier der Heeresinheit das gleiche fordert wie vom Nachrichtenoffizier des Truppenkörpers.

Bei genauem Studium der Tätigkeit der Nachrichtenoffiziere ergibt sich trotzdem die Möglichkeit, ihnen für die praktische Arbeit einige Hinweise zu geben. Dies scheint notwendig, damit ein sinnvolles sofortiges Handeln des Nachrichtenoffiziers sichergestellt wird.

Jede militärische Aktion beginnt in der Regel damit, daß auf irgendeine Weise Nachrichten (in der Übung Nachrichtenblätter) über den Gegner bekannt werden und der Kommandant einen Auftrag erhält. Der Kommandant hat innert nützlicher Frist einen Entschluß zu fassen, der Nachrichtenoffizier hat ihn als Führungshelfe zu unterstützen, indem er Nachrichten über Feind und Umwelt liefert.

Dem Nachrichtenoffizier des Truppenkörpers könnte folgende Dringlichkeit der zu treffenden Maßnahmen als Richtlinie empfohlen werden:

1. *Sofortmaßnahmen*: Vorbefehle an Nachrichten-, Aufklärungs- und Übermittlungsorgane sowie an unterstellte Kommandostellen. – Überprüfung der Beobachtungsorganisation.
2. *Feindbeurteilung*: Eintragung der Feindnachrichten auf Pause oder Karte und Studium der Feindmöglichkeiten. – Vortrag beim Kommandanten.
3. *Festlegung der dringlichen Nachrichtenbedürfnisse*: entweder zusammen mit dem Kommandanten oder alleine im letzteren Falle durch den Kommandanten genehmigen lassen.
4. *Einleitung der Nachrichtenbeschaffung*: durch Erteilen der entsprechenden Befehle an die Beschaffungsorgane.
5. *Erstellen eines nachrichtendienstlichen Dokumentes*: Nachrichtenbeschaffungsplan.

Zu dieser einfachen Arbeitsvorschrift ist noch folgendes zu bemerken: Daß nach dem Studium des erhaltenen Befehles vorerst die Sofortmaßnahmen befohlen werden müssen, bedarf keiner Begründung. Es entspricht dies der heutigen Praxis der allgemeinen Befehlsgebung.

Vorerwähnte Sofortmaßnahmen unterscheiden sich nur unwesentlich von den Sofortmaßnahmen im Reglement TND, nämlich darin, daß auch die Überprüfung der Beobachtungs-