

# Vom TID zur Unternehmenskommunikation

Autor(en): **Gehrig, Thomas**

Objektyp: **Article**

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

Band (Jahr): **166 (2000)**

Heft 12

PDF erstellt am: **29.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-66665>

## **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.

# Vom TID zur Unternehmenskommunikation

## UG Kommunikation F Div 6 im Truppenversuch

**Kommunikation nach aussen und nach innen wird auch in der Armee immer stärker zum Führungsinstrument. Auf den Erfahrungen der Wirtschaft basiert die neu formierte Untergruppe Kommunikation der Zürcher Felddivision 6.**

Thomas Gehrig

In der ganzen Armee werden Homepages, Informationsrapporte, Truppenzeitungen und andere Kommunikationsmittel produziert – fast immer mit qualitativ guten Resultaten! Das ist die Folge des Einsatzes ziviler Medien- und PR-Profis, die im Kommunikationsumfeld häufig adäquater eingesetzt sind als auf dem Schiessplatz...

Ein wichtiger Informationskanal für die interne Kommunikation ist der Truppeninformationsdienst TID. Die für den Empfänger unscharfe Abgrenzung zwischen dem Infodienst VBS, dem TID und anderen Informationsquellen erschwert jedoch die gezielte Vernetzung aller Fakten. Dazu kommt, dass auf Stufe Armee Korps Truppeninformationsdienst und Info/Medien, also interne und externe Kommunikation, personell getrennt sind.

Diese scharfe Unterteilung bewährt sich immer weniger. Die Grenzen zwischen der internen und der externen Kommunikation müssen durchlässig sein. Mindestens eine enge Kooperation ist für die Optimierung der Kommunikation unabdingbar.

In der Privatwirtschaft ist Unternehmenskommunikation ein etabliertes Instrument, das auch proaktiv eingesetzt wird. Es gibt für die Armee keinen Grund für eine grundsätzlich andere Sichtweise. Die zivile Krisenkommunikation gelangt im militärischen Einsatzfall im Dauerbetrieb zum Einsatz und hat sich denselben Prämissen unterzuordnen: Information muss klar und wahr sein, sie muss schnell sein und zur Verfügung stehen.

Neben der Informationsbeschaffung und -aufbereitung nimmt die Koordination einen zentralen Stellenwert ein. Tragische Aktualität erfuhr diese Tatsache im August 2000, als sich im Wiederholungskurs eines Infanterieregimentes ein schwerer Motorradunfall mit Todesfolge ereignete.

In der Kommunikationsführung galt es sofort, verschiedene Zielgruppen mit den für sie relevanten Fakten zu beliefern. Der verantwortliche TID Of im Regiment stellte sicher, dass

- die Informationsdienste beim VBS unmittelbar über die Sachlage und die Massnahmen informiert wurden;
- alle Wehrmänner mit einem «Regimentsblitz» informiert wurden;

■ Medienanfragen mit immer denselben Aussagen beantwortet wurden;

■ alle Wehrmänner sofort mit ihren Angehörigen Kontakt aufnahmen, um Spekulationen über das Unfallopfer zu vermeiden.

In Koordination mit dem USC Kommunikation wurden die weiteren Informationsschritte auf Stufe Division eingeleitet:

■ Infoschreiben an alle Regiments, Bat- und Abteilungskommandanten der Division;

■ Koordination und Disposition der Todesanzeigen;

■ Information der Truppenzeitung für eine spätere Würdigung.

Dank der kompetenten Besetzung der TID Of-Funktion auf Stufe Regiment gelang es, die tragischen Ereignisse bestmöglich zu kommunizieren. Es besteht jedenfalls eine höhere Erfolgsgarantie, wenn fachlich ausgewiesene Ansprechpartner bis auf Stufe der direktunterstellten Verbände zur Verfügung stehen. Hierbei muss es sich nicht zwingend um einen Offizier handeln. Die berufliche Kompetenz geht vor.

### Schnittstelle und Triagefunktion

Mit der Bündelung aller Kommunikationsmittel in der Hand eines Unterstabschefs Kommunikation wird die Koordination zwischen der unmittelbaren Krisenkommunikation und der weiterführenden Information optimiert.

Der TID Of auf Stufe GsVb ist gemäss FSO direkt beim Kommandanten angesiedelt, aber nicht Mitglied des Führungsstabes. Der USC Kommunikation ist dagegen in den Führungsprozess integriert und erhält deshalb im Einsatz- und Krisenfall direkten Zugang zu allen relevanten Informationen. So kann er eine Entschlussfassung im Bereich der Informationsführung aktiv beeinflussen. Der Kommandant verfügt damit für die Beurteilung seiner «eigenen Möglichkeiten» ebenso über einen Fachmann wie bei der klassischen Beurteilung von Einsatzvarianten im Gefecht.

### Erfahrungen sammeln für A XXI

Mit der Untergruppe Kommunikation will die F Div 6 Erfahrungen sammeln im Hinblick auf Armee XXI. Es genügt schon jetzt nicht mehr, die Offiziere am traditionellen Jahresrapport über die aktuelle Lage

zu informieren oder alle paar Monate den Kommandanten ein TID-Bulletin – obwohl in sehr guter Qualität – zuzustellen. Offiziere, Unteroffiziere und Soldaten sind sich als Staatsbürger gewöhnt, sofort und direkt informiert zu werden. Der Wiederholungskurs oder der Kommandantenbrief ist nicht mehr der alleinige Kanal für Truppeninformation.

Konkrete Erfahrungswerte sind im Führungsablauf, in der Koordination der eingesetzten Mittel und in der Einsatz- und Krisenkommunikation zu erwarten. Wichtig ist dabei das Primat der Flexibilität und der Fachkompetenz: Wie lässt sich mit Berufsleuten eine zur Krisenkommunikation fähige Organisation auf Milizbasis etablieren?

Heute leisten Medienschaffende (Print, Radio und Fernsehen), PR-Fachleute, Fotografen, Werber, Grafiker, Layouter, Webmaster und Videofachleute ihren Dienst in der Untergruppe Kommunikation der Felddivision 6.

Ausschlaggebend für eine Einteilung in der UG sind allein die beruflichen Qualifikationen. So fungiert ein San Sdt als Chefredaktor der Divisionszeitung, der zivil als Fernsehjournalist täglich mit Informationsbeschaffung und -verarbeitung konfrontiert ist. Für Kommunikationstrainings für Kommandanten aller Stufen basiert die F Div 6 auf dem vielfältigen Kursangebot des ZIKA in Spiez.

Dank der Konstellation, dass der USC als Generalstabsoffizier die militärische Akzeptanz und als PR-Berater die berufliche Kompetenz besitzt, besteht bei allen Beteiligten eine vorbehaltlose Bereitschaft, dieses Pilotprojekt aktiv zu betreiben.

### Erster Härtetest mit grosser Truppenübung

Die Untergruppe soll im Rahmen der Volltruppenübung «COMPLETO» im Frühling 2001 erstmals integral zum Einsatz gelangen. Mit den bis dann gemachten Erfahrungen kann das Kommunikationsmodul optimiert und einer breiteren Vernehmlassung ausgesetzt werden.

Wenn es gelingt, die Erfahrungswerte zu bündeln und in die Entschlussfassung über die Kommunikationsstrukturen der Armee einfließen zu lassen, hat das Pilotprojekt seine Aufgabe jedenfalls erfüllt. ■



**Thomas Gehrig,**  
PR-Berater BR/SPRG,  
Major i Gst,  
USC Kommunikation  
ai F Div 6,  
8307 Bisikon.