Zeitschrift: ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische Militärzeitschrift

Herausgeber: Schweizerische Offiziersgesellschaft

Band: 172 (2006)

Heft: 11

Vereinsnachrichten: Die Seite des SOG-Vorstandes : Kommunikation : ein weites Feld

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. 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. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

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. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

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. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 14.07.2025

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

Kommunikation – ein weites Feld

Dass dem Überbringer einer schlechten Nachricht auch schon der Kopf abgeschlagen wurde, das ist bekannt. Hingegen fehlt die Information, was mit der Nachricht geschehen ist, ob diese beim Empfänger etwas bewirkte oder ob er sie gar falsch verstanden hatte.

Der Begriff «Kommunikation» ist heute in aller Leute Munde. Es gehört zum guten Ton, die Kommunikation des VBS als ungenügend zu bezeichnen, jene der SOG als zu zögerlich, und zivilen oder militärischen Führern in Erinnerung zu rufen, dass Kommunikation Chefsache sei.

Dabei spielt es keine Rolle mehr, dass der Begriff «Kommunikation» erst Anfang der 1970er-Jahre mit dem Buch «Menschliche Kommunikation» Eingang in den deutschen Sprachgebrauch fand. Der geistige Vater Paul Watzlawick rechtfertigte sich damals dafür, den ungewohnten Begriff auch in der deutschen Übersetzung beizubehalten. Wahrscheinlich liegt auch hier der Grund, dass zwar alle über die Kommunikation sprechen, aber jeder und jede darunter etwas anderes verstehen. Der Duden spricht weder von Indoktrination noch von Werbung, noch von Propaganda oder Information, sondern vielmehr von der «Verständigung untereinander».

Die SOG versucht, ihre Kommunikation laufend zu überdenken, den Bedürfnissen anzupassen. Elemente aus dem erarbeiteten Konzept sollen die Stossrichtung aufzeigen und Impulse vermitteln:

Mit wem ist die Kommunikation – die Verständigung – zu führen?

Als Dachverband hat die SOG nach innen wie auch nach aussen zu wirken. War es bis vor einigen Jahren für jeden jungen Offizier selbstverständlich, mit der Beförderung auch der Offiziersgesellschaft beizutreten, braucht es heute dafür gezielte Kommunikationsanstrengungen. Interne Empfänger sind primär die Mitglieder der SOG, die KOG und die Fach-OG. Dabei berücksichtigt die SOG die Hierarchie über die kantonalen Stufen; ob das auch künftig zeitgerecht ist, bleibt zu klären.

Zu den externen Empfängern gehört die so genannte interessierte Öffentlichkeit. Dazu zählen die nationale Politik, die Armeespitze, Parteien, Journalisten, andere Militärverbände, Vertreter der Wirtschaft, Abstimmungskomitees und weitere Interessengruppierungen.

Wie und wann ist die Kommunikation zu führen?

Mit den möglichen neuen Einzelmitgliedern wird der Kontakt sehr früh – im zentralen Offizierslehrgang – hergestellt. Der Erfolg rechtfertigt den hohen personellen und zeitlichen Aufwand.

Mit den internen Partnern pflegt die SOG den Austausch per Mail und über die Präsidentenkonferenzen, einmal jährlich über die Delegiertenversammlung. Wichtig sind persönliche Kontakte. Die Teilnahme des SOG-Präsidenten an kantonalen und regionalen Anlässen gibt beiden Seiten ein authentisches Bild. In die gleiche Kategorie gehört eine möglichst breite Vertretung aller Landesteile und aller Interessen im Vorstand der SOG.

Gegen aussen tritt die SOG dann in Erscheinung, wenn sie zu sicherheits- und militärpolitischen Fragen Stellung bezieht. Sie nutzt dabei die klassischen Kanäle mit Communiqués, Medienkonferenzen und Interviews.

Worüber ist die Kommunikation zu führen?

Vom Selbstverständnis her beansprucht die SOG, eine, wenn nicht gar *die* massgebende Stimme für sicherheits- und militärpolitischen Fragen zu sein.

Anspruch und Wirklichkeit – Herausforderungen

■ Die erste Herausforderung in der SOG-Kommunikation besteht darin, intern zu einer einigermassen abgestützten Meinung zu kommen, und zwar im Gegensatz zu früher oft eher innert Stunden denn Wochen. Die Funktion des Dachverbandes erschwert dabei die Konsensfindung. Während spezifische Interessengruppierungen ein Segment der Meinungsvielfalt abdecken und rasch mit klaren Statements oder Diskussionsbeiträgen bereit sind, hat die SOG zu respektieren, dass sie Modernisten wie Traditionalisten, Euroturbos wie Anhänger des Alleingangs, Panzeroffiziere wie Kader der Infanterie, junge und alte, Dienstleistende wie Pensionierte, Ost-, Zentral-, West- und Südschweizer usw. vereint. Das führt auch dazu, dass die SOG oft nicht einfache, medienwirksame Botschaften plakativ vertreten kann. Dieser Aufgabenstellung würde an sich der Grundgedanke der Kommunikation, die Verständigung, entgegenkommen.

■ Die zweite Herausforderung liegt im Gesetz des Handelns. Eigentlich müsste die SOG ihre Kommunikation proaktiv gestalten. Realität ist jedoch heute, dass die von der SOG besetzten Themenfelder erst interessieren, wenn sie schlagzeilenwirksam zugespitzt werden können.

■ Die dritte Herausforderung liegt in Thematik und Tonalität. Sicherheits- und militärpolitische Themen gehören nicht mehr zum breiten Volksgut! Erschwerend wirkt dabei die Tendenz, dass die SOG und ihre Insider – wie übrigens oft auch Vertreter von Armeespitze und VBS – eine technokratische Sprache pflegen, mit Begriffen arbeiten, die – wenn überhaupt – nur Spezialisten geläufig sind. In einer Diskussion war z.B. die Rede davon, «ein Verband müsse in der gegebenen Situation ‹überwachen›, ja gar ‹bewachen› können». Die Begriffe mögen gefechtstaktisch korrekt sein, verstanden wird die Unterscheidung in der Bevölkerung nicht.

■ Die vierte Herausforderung liegt im Abgrenzen gegenüber anderen Organisationen. Das Milizsystem bringt es mit sich, dass Vertreter der SOG immer auch anderen Herren dienen. Bis vor Kurzem war die SOG auch mit anderen Gruppierungen verbunden. Einengende Mitgliedschaften müssen abgebaut werden.

■ Die fünfte Herausforderung liegt in den geänderten Formen des Austauschs und der Verständigung. Elektronische Medien wie Internet und Mail, sich wandelnde Konsumgewohnheiten der Zeitungsleser und das Aufkommen der Gratiszeitungen mit Kürzestbeiträgen erschweren die differenzierte Meinungsbildung. Gefragt sind nicht mehr beleuchtende, zum Denken anregende lange Beiträge in so genannten Qualitätszeitungen, sondern vielmehr kurze Inputs. Dasselbe gilt auch für Diskussionsrunden: Es geht meist nicht mehr um einen Austausch – im Sinne des Wortes – von Kenntnissen, Meinungen, Ideen sondern nur noch um stereotypes Platzieren von vorbereiteten Statements, ja Schlagworten. Diese Veränderungen sind Fakten – sie erhöhen aber die Anforderungen an jene gewaltig, die für die SOG sprechen und auftreten.

Konsequenzen aus den Herausforderungen – Thesen

■ Die SOG stellt sich den geänderten Rahmenbedingungen und nimmt die heutigen Formen und technischen Anwendungen der Kommunikation auf.

■ Sie pflegt intern den intensiven Austausch und fördert die Meinungsbildung.

■ Sie erarbeitet frühzeitig zu möglichen Kernthemen eigene Positionen, beachtet dabei aber das «weniger ist mehr» und verzichtet daher auch darauf, zu jeder «Tagesaufgeregtheit» Stellung zu beziehen (Letzteres ist insofern problematisch, als aus einem Nebenthema urplötzlich Grundsatzdiskussionen entstehen können).

■ Sie vermeidet militärtechnisch geprägte Begriffe und unterstützt ihre Vertreter darin, komplexe Sachverhalte einem breiteren Publikum verständlich zu machen.

■ Und: Die SOG pflegt eine Kultur des Austausches und des Zuhörens!

Die SOG will dazu beitragen, dass über die Nachricht diskutiert und nicht einfach dem eingangs erwähnten Überbringer der Kopf abgeschlagen wird. ■