

Zeitschrift: Pionier : Zeitschrift für die Übermittlungstruppen
Herausgeber: Eidg. Verband der Übermittlungstruppen; Vereinigung Schweiz. Feld-
Telegraphen-Offiziere und -Unteroffiziere
Band: 47 (1974)
Heft: 8

Artikel: Probleme im Eidg. Verband der Uebermittlungstruppen
Autor: Gisel, Heinz R.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-563721>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 03.04.2025

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

noch SE-222/KFF und SE-125. Mit diesen Geräten konnten die Verbindungen hergestellt und die befohlenen Verbindungen aufgenommen werden.

Trotz des schlechten Wetters machten alle Teilnehmer zufriedene Gesichter und ich glaube, auch an der nächsten Uebung können wir mit einem Grosseinsatz rechnen. KWS

Nach der Befehlsausgabe in Uster gelangte unsere Gruppe (fünf Aktiv- und ein Jungmitglied) trotz des «lahmen» VW-Busses wohlbehalten nach Feusisberg. Unter einem Scheunendach wurde sofort be-



Die Arbeit beim Antennenbau in strömendem Regen hat seine Reize!

gonnen, die Geräte aufzubauen und das Uebermittlungszentrum einzurichten (800 m Fernbetriebsleitung). Wegen eines Antennendefektes auf der Gegenstation und einem defekten Stativ bei uns konnte der Richtungsabgleich der R-902 erst kurz vor dem Mittagessen vorgenommen werden, was uns allerdings auf Anhieb gelang. Das SE-125-Netz wurde nach anfänglichen Schwierigkeiten von den Jungmitgliedern bestens betreut. Nach einem guten Mittagessen machten wir uns mit der Checkliste am MK 5/4 zu schaffen. Leider stellte sich ein Fehler heraus, der trotz intensiven Bemühungen nicht behoben werden konnte. Zum Glück funktionierten die anderen Geräte bis Uebungsabbruch einwandfrei. Der Einsatz und die Zusammenarbeit unserer Gruppe war auch noch beim Abbruch in strömendem Regen ausgezeichnet, und wohlgelaunt fuhren wir nach Uster zur Uebungsbesprechung mit unserem Uebungsleiter Lt Hauser, der diese Uebung vorzüglich organisiert hatte. Dabei stellten sich verschiedene Punkte heraus, die einer vermehrten Ausbildung bedürfen. Trotz diversen Schwierigkeiten war es ein gelungener Tag. Mei

Nachwort des Präsidenten

Ich danke allen Beteiligten für ihr Erscheinen und den Einsatz trotz des misslicher Wetter. Einen speziellen Dank gebührt unserem Uebungsleiter Th. Hauser, der keine Mühe und Arbeit gescheut hatte, unsere Felddienstübung vortrefflich vorzubereiten. Ich hoffe, dass an weiteren Uebungen die Mitglieder wieder mit einem so guten Einsatz mitmachen. Bx

Bereits in Thun wurde der 29. Juni 1974 und Bern als Sitzungsort zur Auswahl und Entscheidung über die Entwürfe festgelegt. Jede Sektion sollte danach je einen Entwurf pro Thema zur Auswahl stellen, damit der wirklich beste verwirklicht werden kann. In Bern waren dann allerdings weder die Sektionen noch deren Vertreter identisch mit jenen von Thun. Müssig zu erwähnen, dass deshalb längst diskutiertes erneut in Frage gestellt wurde. Genau wie in Thun wurde denn jede geplante Aktion über Sinn und Notwendigkeit seziert und analysiert.

Während einige aktive Sektionen gleich mit mehreren Entwürfen zu jedem Thema aufmarschierten, verhielten sich andere völlig passiv. Nicht minder nutzlos war die zweimalig erfolgte Einladung an die Sektionen, zuhanden einer zentralen Liste ein Materialinventar aufzunehmen. Naturgemäss muss jede Sektion in Mitgliederkreisen etwaige Nachforschungen tätigen, um alles werbeträchtige Material zu Tage zu fördern. Was mit Listen und Verzeichnissen nicht zu schaffen ist, hat paradoxerweise eine Präsentation der Sektionen über deren Werbekampagnen im ersten Anlauf geschafft. Unter vielem wurde präsentiert:

- Massen-Werbebriefe an Lehrlinge, Gewerbeschüler usw.
- Diaschau über Katastrophenhilfe
- EVU-Sektions- und Namen-Ansteckabzeichen
- Sektionszeitungen
- gedruckte Jahresprogramme
- PR-Unterlagen und Photos für Presse

Material, hinter dem sehr viel Zeit, Geld, gute Ideen und oft persönliche Opfer liegen — und das von allgemeinem Interesse sein müsste.

... und in Zukunft?

Resultate von Bülach (Februar), Thun und Bern haben gezeigt, dass der Erfolg aus erwähnten Gründen in diesem Rahmen nicht zu erzielen ist. Es zeigt sich hier — analog der Tendenz in den Sektionen — dass Aktivität wie Interesse jeweils auf eine kleine Stammgruppe beschränkt bleibt. Deshalb wird in diesen Wochen eine

ERFA-Gruppe (Erfahrungsaustausch)

nach dem bestehenden TK-Muster die früheren allgemeinen Sitzungen ablösen. Wenige Sektionsdelegierte, aktive von früheren Sitzungen, werden regelmässig über die bevorstehenden Aktionen beraten. Als erstes wird eine

Werbe-Diaschau

nach professionellem Muster hergestellt. Damit sollen frühere Vorträge in RS, UOS, OS, technischen Schulen, Presse usw. effektiver gestaltet und durchgeführt werden können. Die technischen Möglichkei-

Probleme im Eidg. Verband der Uebermittlungstruppen

Public Relations — Ja, aber ...

Der EVU soll sein Ansehen, seine Publizität in der Oeffentlichkeit drastisch verbessern — solches verlangen alle einhellig! Eine Verjüngung durch Werbung von neuen Mitgliedern (insbesondere Jungmitgliedern) muss erreicht werden — auch darin stimmen alle überein!

Ist ja phantastisch, diese Einigkeit, fast zu toll, aber schwarz auf weiss hat dies eine kürzliche Umfrage in den Sektionen ergeben.

Zu früh gefreut! Die Einigkeit hört alsdann auf. Auf Fragen wie: Wie? wo? wann? was? hat jeder seine eigene Ansicht (wenn überhaupt eine).

Ein Versuch, die Aktivitäten der PR und Werbung der Sektionen zu koordinieren, ist bisher kläglich und erbärmlich ausgefallen. Warum?

Am 2. April wurde eine Umfrage durch 21 von 32 Sektionen beantwortet. Davon haben:

7 Sektionen keinen PR-Werbe-Verantwortlichen

14 Sektionen kein PR-Werbe-Budget

11 Sektionen kein PR-Werbeziel bzw. Programm

13 Sektionen finden es wichtiger, die Teilnehmeraktivität zu verdoppeln, als 50% mehr Mitglieder zu werben.

Auf die Frage des einzuschlagenden Weges sind genau so viele verschiedene Antworten wie Fragebogen eingegangen.

Am 20. April 1974 und am 29. Juni 1974 wurden Koordinationssitzungen protokolliert, zu denen alle Sektionen eingeladen worden waren. An der Sitzung in Thun am 20. April wurden die möglichen Massnahmen diskutiert und folgendes Vorgehen beschlossen:

- Ausarbeitung eines Werbeplakates, neu
- Entwurf eines Klebers, bestehend oder aufgebraucht
- Entwurf eines Werbeprospektes für Jungmitglieder (Alternative)
- Werbeschau mit Diapositiven, neu
- Zentrales Verzeichnis des Sektionsmaterials für PR und Werbung, neu

Schweiz. Vereinigung der Feldtelegraphen-Offiziere und -Unteroffiziere

ten hierzu sind unerschöpflich: Vertonung, Ueberblendung, Pol'aroid-Effekte und dergleichen können faszinieren, Image bilden und zur gewünschten Tat auffordern. Es können die Interessen der verschiedenen Sektionen und Landessprachen berücksichtigt werden — wo Zeitaufwand, Geld und Technik dies nur dem gesamten Verband gestatten.

Prospekt

Ein Prospekt ist eine äusserst komplexe Angelegenheit, er soll nicht nur informieren, sondern auch zu einer Tat auffordern. Man ist nur zur Tat bereit, wenn man sich persönlich angesprochen fühlt, d. h. wenn man einen persönlichen Nutzen erhofft und ersehen kann. Unterschwellig vorhandene Wünsche wecken, ans Idol appellieren und zeigen, wie die Wünsche erfüllt werden können, ist ebenso Aufgabe des Prospektes wie das Vermitteln des Wunsches, die Tat (Beitritt) gerade jetzt zu tun (und nicht erst später). Der heutige Prospekt vermag in diesem Sinne für die Jungmitglieder-Werbung und RS nicht zu genügen. Umgekehrt ist der bestehende Prospekt nicht dazu da, als reiner Wurfprospekt neue Mitglieder zu werben, er ist vielmehr als Beilage zu individuellen Werbeschreiben und Aktionen gedacht). In Bern wurde zu diesem Thema ein ausgezeichnete Entwurf vorgelegt, der von der ERFA-Gruppe weiter ausgearbeitet wird.

Public Relations

Erfreulich, wie in letzter Zeit Presseberichte über unsere Tätigkeit erscheinen. Illustrierte Berichte über Sektionsanlässe sind nicht mehr ungewöhnlich. Bleibt zu bedenken, dass durch die Massenmedien unser Image verbessert und bei Kontinuität die Mitglieder-Aktivitäts- und Bestände aufgebessert werden.

Es soll ein Konzept ausgearbeitet werden, um eine möglichst breite Streuung auf alle Massenmedien zu erzielen. Insbesondere müssen die auflagenstärksten Blätter und Radio-TV aktiviert werden, was normalerweise die Möglichkeiten einzelner Sektionen übersteigen. Es wird in Archiv mit Pressephotos und Informationen angelegt.

«Pionier»

In unserer eigenen Publikation bietet sich eine nicht zu unterschätzende Möglichkeit, anderen Sektionen über die eigenen Erfolge in PR und Werbung zu berichten. An früher erwähnten Sitzungen sind verschiedene sehr gute Möglichkeiten erwähnt worden, wie auch noch geworben werden kann. Die Sektionen sind eingeladen, im «Pionier» ihre PR- und Werbekonzepte zu veröffentlichen.

Dank allen, die schriftlich und persönlich ihre Entwürfe und Ideen an die Sitzungen gebracht haben und die sonstige mitgeholfen haben, unsere Effektivität in PR und Werbung zu steigern.

Heinz R. Gisel, Chef PR und Werbung

Zentralvorstand

Zentralpräsident:

Hptm David Furrer, Benedikt-Banga-Strasse 10, 4142 Münchenstein
G (061) 34 24 96 P (061) 46 55 33

Sekretär:

Oblt Peter Denzler
Schönmattstrasse 15, 4153 Reinach BL
G (061) 25 13 13

Kassier:

Oblt Bernhard Strickler
Aumattstrasse 16, 4153 Reinach BL
G (061) 25 13 13

Beisitzer:

Adj Uof Jean-Pierre Ochsner
Supperstrasse 26, 4125 Riehen
G (061) 25 13 13

Fw Peter David
Baselstrasse 28, 4142 Münchenstein
G (061) 25 13 13

Verbindung und Uebermittlung ein Kommunikationsproblem

Von Oblt Louis Bosshart

Liebe Kameraden,

Der Uebermittler ist stets bestrebt, dem Benützer unserer Mittel, der Truppe also, qualitativ einwandfreie und sichere Verbindung zu Verfügung zu halten. Die Probleme, die beim Aufbau eines Uebermittlungsnetzes, für dessen Betrieb und Unterhalt zu lösen sind, sind mannigfaltig. Ob im Netz technische Mittel eingesetzt werden oder ob es sich dabei um einen Kurier- oder Brieffaubendienst handelt — in vielen Fällen gelangt eine Kombination davon zur Anwendung — immer haben wir uns mit organisatorischen und oder technischen Aufgaben auseinanderzusetzen.

Oblt Louis Bosshart, Nof in einem Inf Bat, beleuchtet in seinem Aufsatz die Verhaltensweisen der Benützer unserer Dienstleistungen. Sie sind dem Uebermittler nicht unbekannt, und sie haben ihn des öfters bei der praktischen Arbeit viel Mühe bereitet. Die Wiedergabe erfolgt mit freundlicher Genehmigung der Redaktion der ASMZ. fu

Vorgefasste Meinung als Störfaktor

Die Grundform jeder Kommunikation ist ein Akt, bei dem ein Sender eine Aussage macht, die von einem Empfänger aufgenommen wird. Bedingung für ein Zustandekommen einer Kommunikation ist, dass der Zeichenvorrat bei Sender und Empfänger möglichst identisch ist, so dass die codierte Aussage des Senders vom Empfänger ohne Informationsverlust decodiert werden kann. Identität der Zeichenvorräte bei Sender und Empfänger ist ein Idealfall, denn man spricht sehr selten die «genau gleiche Sprache». Dazu kommt

noch, dass Sender und Empfänger meist recht verschiedenartige Erwartungen in bezug auf eine Aussage haben können. Diese Erwartungen können die Aufnahme von Aussagen entscheidend beeinflussen. Im Zivilleben sind es vor allem Vorurteile, die über Aufnahme, Ablehnung oder Uminterpretation einer empfangenen Aussage entscheiden. Im Militär sind es vor allem vorgefasste Meinungen, Vermutungen und Annahmen (Feindannahmen), die sich in ungewissen Lagen spekulativ breit machen und der Uebermittlung von Informationen gefährlich werden können, denn man interpretiert in solchen Fällen oft Inhalte in Aussagen hinein, die in erster Linie die eigenen Auffassungen bestätigen. Ob sie dann der Wirklichkeit entsprechen, wird kaum mehr geprüft, sofern sie nur ins eigene Konzept passen. Anders formuliert: Ein jeder folgert messerschaft, es kann nicht sein was nicht sein darf! (Morgensstern)

Ein Beispiel aus einer Übung mit einer Nachrichtenkompanie eines Infanterieregimentes mag diesen Tatbestand illustrieren. Die Nachrichtenkompanie bekam den Auftrag, sich auf einer bestimmten Achse von A nach B zu verschieben. Führer und Geführte der Kompanie waren überzeugt, bei dieser Verschiebung von Grenadiern aufgehalten oder überfallen zu werden. Ein zufällig den Raum der Nachrichtenkompanie passierender Grenadierzug bestärkte die Leute der Nachrichtenkompanie in der Vermutung, und es zeigte sich in der Folge, dass sämtliche eintreffenden Meldungen mit diesen Fehlerwartungen in Verbindung gebracht, darnach modifiziert oder sogar krass uminterpretiert wurden. Als einziges Hindernis stand nämlich der Verschiebung nur ein supponierter Erdrutsch entgegen, der eine Strasse versperrte und eine Umleitung der Kolonne bedingte. Im folgenden seien die objektiven Gegebenheiten, die Funkmeldungen und ihr Uminterpretation im Hinblick auf den erwarteten Ueberfall aufgezeichnet:

Tatbestand:

Erdrutsch versperrt Strasse vor X

Funkmeldung:

1. Strassensperre vor X

Interpretation durch Truppe:

Hier wird die erwartete Einlage geboten. Wir sind auf die Sperre der Grenadiere aufgefahren.

2. Funkmeldung (Präzisierung):

Erdrutsch links vor x

Verstanden als: «Er (Führer der Spitze rückt (schweizerdeutsch) links vor nach X» Die Spitze versucht, die Sperre zu durchbrechen, um den andern die Durchfahrt zu ermöglichen.

Das hier genannte Beispiel zeigt, wie stark die Aufnahme von Aussagen von den Vermutungen und Prädispositionen der Empfänger abhängen. Obige Meldungen passen ausgezeichnet in den Kontext der Vor-