

**Zeitschrift:** Schweizer Soldat : die führende Militärzeitschrift der Schweiz  
**Herausgeber:** Verlagsgenossenschaft Schweizer Soldat  
**Band:** 86 (2011)  
**Heft:** 10

**Artikel:** OG Rorschach : der Turn-around  
**Autor:** Graf, Marcus B.  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-717686>

### **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:** 24.12.2024

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

# OG Rorschach: Der Turn-around

Viele militärisch orientierte Vereine (OG, UOV, Fachgesellschaften) stecken in einer eigentlichen Krise. Anhaltender Mitgliederschwund, schwach besuchte Anlässe und Schwierigkeiten bei der Besetzung von Vorstandschargen sind dabei die häufigsten Symptome. Anhand einer Offiziersgesellschaft (hier Rorschach) soll aufgezeigt werden, wie der Verein den Turn-around geschafft hat, um aus der sich abzeichnenden Bedeutungslosigkeit zu gelangen.

OBERST I GST MARCUS B. GRAF, PRÄSIDENT OG RORSCHACH, ZUM ERFOLG SEINER OG

Die diversen Armeeformen (A95, AXXI, ES 08/11, WEA) und die jeweiligen Bestandesreduktionen von ehemals 625 000 (Armee 61) auf neu 120 000 AdA wirken sich unmittelbar auf die Mitgliederzahlen der militärischen Vereine und Gesellschaften aus. Nicht nur, dass weniger Neumitglieder zu verzeichnen sind, auch von den bisherigen, älteren Mitgliedern hört man als Austrittsgrund oftmals, dass sie nicht mehr dienstpflichtig seien und somit keinem militärisch orientierten Verein angehören wollen.

Zudem stellt man oft fest, dass die Vereine – analog unserer Gesellschaft – überaltert sind und der Nachwuchs ausbleibt.

## Destruktives Hinterfragen

Auch das von vielen Politikern dauernde, zum Teil destruktive Hinterfragen der Armee bleibt nicht ohne Spuren. Die Besetzung von Vorstandschargen wird zunehmend schwieriger. Viele Positionen werden als vakant geführt oder von einigen wenigen in Personalunion geführt. Zusehends ist auch der Trend festzustellen, dass Vereine fusioniert werden, um einen einigermassen akzeptablen Mitgliederbestand verzeichnen zu können.

Anlässe wie beispielsweise Mitgliederversammlungen werden schwach besucht. Im schlimmsten Fall werden Veranstaltungen gar abgesagt, weil sogar minimale Teilnehmerzahlen nicht erreicht werden. Die Motivation der Anlassverantwortlichen sinkt zusehends, und es ist nicht verwunderlich, dass die Bereitschaft, weitere Veranstaltungen zu organisieren und durchzuführen, schwindet.

Auch die OG Rorschach war Ende des letzten Jahrtausends in dieser Krise. Der Verein war überaltert, einige wenige, meist militärisch angehauchte Anlässe zierten das Jahresprogramm, und es brauchte einiges

an Anstrengungen, um Mitglieder zu finden, die sich für die OG engagierten. Erschwerend kam dazu, dass das geografische Einzugsgebiet aus lediglich sieben, zum Teil kleineren Gemeinden sowie der Stadt Rorschach bestand. Aufgrund des hohen Ausländeranteils der Stadt Rorschach entschieden sich auch nicht viele Jugendliche zu einer Offizierslaufbahn, was sich problematisch auf den Vereinsbestand und -nachwuchs auswirkte.

## Erste Feststellungen

Es ist dem damaligen Vorstand zu verdanken, dass diese ersten Anzeichen einer Krise frühzeitig erkannt, hinsichtlich der Weiterentwicklung der Gesellschaft richtig gedeutet und bereits erste Massnahmen eingeleitet wurden. So verscrieb sich ein Vorstandsmitglied ausschliesslich der Akquisition von Neumitgliedern.

Aufgrund der im Kanton St. Gallen erfassten, neu brevetierten Jungoffiziere wurden diese konsequent angegangen, von den Vorteilen einer Mitgliedschaft in einer OG überzeugt und anschliessend – nach Beitritt – auch weiterhin persönlich betreut («Göttiprinzip»). Die Akquisition von älteren Offizieren, die teils noch dienstpflichtig waren, teils aber auch nicht mehr, konnte mangels Kenntnis über deren Existenz nicht verfolgt werden.

Der eigentliche Wendepunkt war zu verzeichnen, als sich im Vorstand ein eigentlicher Kern von Offizieren engagierte, die bereits ihre Jugendzeit in diversen Vereinen miteinander verbracht hatten.

Dieser harte Kern, verbunden mit einigen Offizierskameraden, die miteinander Militärdienst geleistet hatten, schweisste sich zu einer eigentlichen «Speerspitze» der Offiziersgesellschaft zusammen. Auch im weiteren Verlauf der Vereinsgeschichte zeigte es sich, dass das solide Fundament

aller beschlossenen Massnahmen der zusammengeschiessste Vorstand mit einer exzellenten Kameradschaft war.

## Massnahmen

Aufgrund der sich ändernden äusseren und inneren Rahmenbedingungen ergriff der Vorstand folgende Massnahmen:

- *Verbesserung des Auftritts gegen aussen und innen:* «Kleider machen Leute» – was hier gilt, gilt auch für unsere OG. Also wurde ein neues Corporate Identity/Design (Logo, Farbklima, Briefpapier, Powerpointvorlage, Mailfooter, ...) entwickelt und umgesetzt, damit der Auftritt gegen aussen sauber, klar und sympathisch erscheint. Zudem wurde die bisherige Namensgebung von «Offiziersverein Rorschach und Umgebung» kurz und prägnant auf «OG Rorschach» geändert. Das bis anhin eher verstaubte «Kasernenimage» wich einem frischen und klaren Vereinsprofil.
- *Repositionierung der OG:* Was ist der Sinn und Zweck einer OG? Die ausschliesslich militärische Orientierung und Ausrichtung (mit Kartenleseübungen im Wald, Pistolenschiessen als Jahreshöhepunkt etc.) sind passé. Vielmehr stellen wir die Sicherheitspolitik des Landes, die Regionalpolitik, das Networking sowie kameradschaftliche Erlebnisse in den Vordergrund.
- Vor allem das Netzwerken geniesst einen hohen Stellenwert, allerdings nur in Verbindung mit qualitativ hochstehenden Anlässen (grosser Erlebnis- und Erfahrungswert ist ein Muss). Die Statuten wurden dahingehend geändert, dass der Vorstand legitimiert ist, zu regionalpolitischen Themen pointiert öffentlich Stellung zu nehmen. Dies allerdings unter Wahrung der





Was zählt, ist der innere Zusammenhalt, die gute Kameradschaft.

konfessionellen und parteipolitischen Neutralität.

- *Neustrukturierung des Mitgliederwesens:* Wer seine Truppe nicht kennt, kann sie nicht führen. Zusammen mit der neuen Website wurde die Mitgliederverwaltung – unter Wahrung des Datenschutzes – online geschaltet. Die bisherigen Mitgliederangaben wurden erweitert mit Pflichtangaben wie Arbeitsgeber, berufliche Funktion.

#### Interessante Profile

Damit erfuhren wir, welche interessanten Profile sich unter unseren Mitgliedern befanden. Dies lieferte uns vor allem bei der Finanzierung von ausgesuchten Anlässen wertvolle Informationen. Jedes Mitglied pflegt die Daten mittels persönlichen Passwörtern selbst, der Vorstandsekretär verantwortet die Aktualität der Daten.

Hinsichtlich der massgeschneiderten Anlässe im Jahresprogramm führen wir die Mitglieder in vier Zielgruppen:

- Young-boys – Mitglieder bis 30 Jahre
- Aktivmitglieder – Mitglieder zwischen

30 und 55 Jahren (Passivmitglieder kennen wir nicht, dafür haben wir die Old-boys)

- Old-boys – Mitglieder über 55 Jahre
- Potenzielle Mitglieder – alle Offiziere in unserer Region, welche (noch) nicht Mitglied sind, werden ebenfalls geführt und einmal pro Jahr kontaktiert («Ste-ter Tropfen ...»)

Zudem hat sich der Grundsatz «Neumitgliederakquisition ist Chefsache» ebenfalls bewährt. Denn viele Unentschlossene lassen sich im Gespräch mit einem Vereinspräsidenten eher zu einem Beitritt ermutigen.

- *«OG Rorschach» als regionaler Brand:* Was man nicht sieht, kann man auch nicht richtig kennen. Also versuchen wir, unserer OG ein Profil zu geben, um so den Bekanntheitsgrad zu erhöhen. Sei es, dass wir Inserate mit Wahlempfehlungen, Glückwünschen oder auch Todesanzeigen schalten. Wir führen eigens gebrandete Polo-Shirts mit gesticktem Vereinslogo sowie je einen OG Weiss- und Rotwein. Bei Stadtfeiern führen wir unter dem Namen

«Chez Küsche» eine Festbeiz in Form eines getarnten KP und bieten militärische Speisen und Getränke (Käseschnitten, Festungswein) an.

- Damit geben wir unserem Verein nicht nur ein Gesicht, wir schaffen in der Bevölkerung Goodwill für unsere Anliegen, bessern unsere Vereinskasse auf und fördern den Zusammenhalt unter unseren Mitgliedern.
- *Neuer Stellenwert der Kommunikation – Einbezug der neuen Medien:* Wer nicht informiert, wird auch nicht gehört. Basierend auf dem neuen CI/CD wurde auch eine multifunktionale Website aufgeschaltet, die mehr als nur Einbahninformation ermöglicht. Die Online-Mitgliederverwaltung, Vorstandsadministration (Protokolle u.dgl.), An- und Abmeldewesen von Anlässen, Networking, etc. sind allesamt im CMS integriert.

#### SMS-Service

Mittels zwei bis drei Postversänden pro Jahr werden die Old-boys kontaktiert. Potenzielle Mitglieder hören einmal pro Jahr von uns, meist verbunden mit einer Einladung zu einem speziellen Anlass. Der Mail-Newsletter wurde durch einen SMS-Service abgelöst, der uns ermöglicht, innert kurzer Zeit all unsere Mitglieder zu erreichen (bspw. Reminder für Anmeldungen, Hinweise, etc.).

- *Kameradschaft im Vorstand:* Wo keine Kameradschaft ist, ist auch keine (Arbeits-)Freude. Die Vorstandssitzungen werden alternierend von jedem Mitglied organisiert. Nach den Sitzungen soll Platz für kulinarische und/oder andere Erlebnisse sein. Einmal pro Jahr findet ferner ein dreitägiger Vorstandsworkshop statt, der als Surprise-Event gestaltet ist.

Ziel des jeweiligen Organisators ist es, seine Vorstandskameraden mittels eines spannenden, einmaligen und nicht für jedermann buchbaren Programms derart zu überraschen, dass sie auch Jahre danach davon schwärmen. Dass dabei auch für den Verein gearbeitet wird, ist selbstredend. Ein spezielles Weihnachtsessen im gediegenen Rahmen vermittelt allen Vorstandsmitgliedern eine weitere gewisse Exklusivität und dient gleichzeitig als Dankeschön der Gesellschaft für die ehrenamtlich geleistete Arbeit.

- *Attraktives Jahresprogramm:* Ohne spannende Anlässe fehlt der persönliche, von jedem Mitglied erwartete Mehrwert. Mit rund 25 Anlässen pro



Jahr wurde das Jahresprogramm quantitativ aber auch qualitativ massiv ausgebaut. Dafür können allen Mitglieder-kategorien massgeschneiderte Angebote in Form von Veranstaltungen angeboten werden. Da jeder Anlass klassifiziert ist (\* bis \*\*\*), weiss jedes Mitglied, ob es eine freiwillige oder «Pflicht»-Veranstaltung ist. *Der Vorstand erwartet von jedem Mitglied – und das wird deutlich kommuniziert –, dass er an minimal zwei Anlässen pro Jahr (HV und Gesellschaftsabend) teilnimmt.*

Während für die Young-boys eher sportliche Anlässe angeboten werden, bieten wir den Old-boys ganz wenige, dafür gediegene Veranstaltungen an. Selbstredend stehen alle Angebote allen offen. Gute Erfahrungen wurden mit einer nach oben begrenzten Teilnehmerzahl gemacht. Frei

nach dem Motto «nur was rar ist, ist auch wertvoll» sind viele Anlässe ausgebucht, und es herrscht ein eigentlicher Run auf die Einschreibung. So sind beispielsweise die dreimal jährlich durchgeführten Kaminfeuergespräche mit 30 Teilnehmern meist innert einem Tag bereits ausgebucht.

**Positives Fazit**

Ein Turn-around lässt sich nicht schnell realisieren. Vielmehr ist es ein steter Prozess, der eingeleitet werden muss und nur beschränkt Fluktuationen im Vorstand verträgt. Zudem gilt es zu beachten, dass sämtliche Vereinsarbeit ehrenamtlich erfolgt und im beruflichen wie auch privaten Alltag jedes einzelnen nicht oberste Priorität genießt.

Doch der Erfolg hat sich mittelfristig eingestellt. Innert zehn Jahren hat sich der Mitgliederbestand von rund 100 Offizieren

auf 160 erhöht. Dies notabene in einem Zeitraum, in welchem die meisten Gesellschaften drastische Mitgliederreduktionen zu verzeichnen hatten.

Durch die Neuausrichtung der OG Rorschach zu einem militärisch geprägten Serviceclub, in dem bei attraktiven und spannenden Veranstaltungen der Fokus auf Networking gelegt wird, haben sich viele Mitglieder motivieren lassen, vermehrt am Vereinsleben teilzunehmen.

Zudem hat sich parallel dazu auch der Mitgliederbestand um über die Hälfte erhöht, was den Erfolg der eingeleiteten Massnahmen belegt. +



Marcus B. Graf, Oberst i Gst, Präsident OG Rorschach, Mitglied weiterer OG (AI/AR, NW, Pz), Beruf: STEAG & Partner AG (CEO), St. Gallen, Militär: Milizoffizier, ehemaliger Kdt eines Pz Bat in der Pz Br 11, Heeresstab (FGG 7), wohnhaft in Goldach.

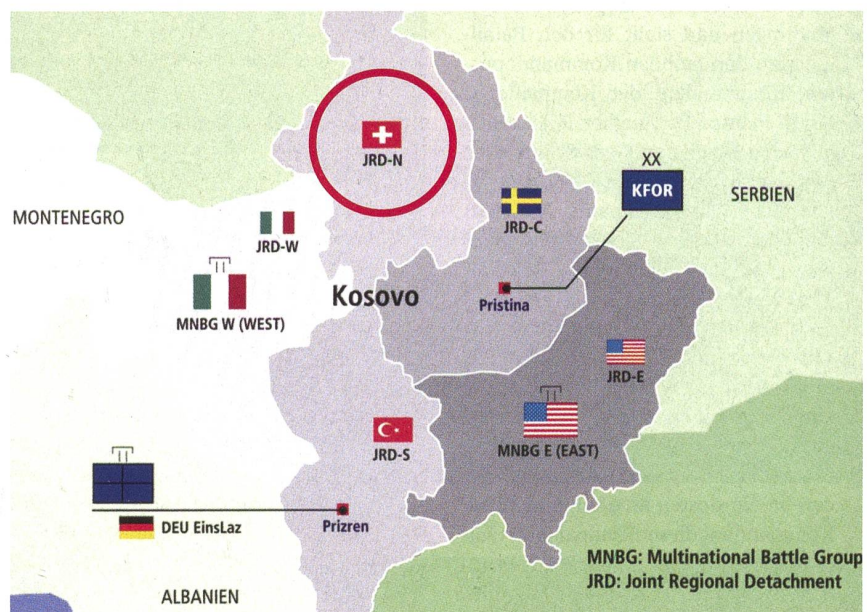
**Kosovo: Die Schweiz übernimmt das Kommando im Norden**

Der Bundesrat hat das Departement für Verteidigung, Bevölkerungsschutz und Sport ermächtigt, im Hinblick auf die Übernahme einer Kommandofunktion innerhalb der KFOR in Kosovo das Kontingent der SWISSCOY per 1. Januar 2012 für die Dauer von zwölf Monaten um maximal 15 Personen zu erhöhen.

Im Rahmen der Anpassung an die verbesserte Sicherheitssituation vor Ort verfügt die multinationale Kosovo Force (KFOR) über ein Netz von Verbindungs- und Überwachungs-Detachements, sogenannten Liaison and Monitoring Teams (LMT). Deren Aufgabe ist es, durch eine flächendeckende Präsenz und direkte Kontakte ein umfassendes Lagebild zu erhalten und allfällige negative Trends möglichst frühzeitig zu erkennen und zu verfolgen.

Die LMT wurden im Frühjahr 2011 in fünf Regionen zusammengefasst, den sogenannten Joint Regional Detachments (JRD). Die JRD sind für die Führung und Koordination der unterstellten LMT zuständig. Gleichzeitig sind sie verantwortlich für die direkten Beziehungen mit Schlüsselpersonen und stellen die einzige territoriale Führungsstruktur im eigenen Einsatzgebiet dar. Pro JRD übernimmt ein Staat die Rolle der Führungsnation. Im JRD-West ist dies Italien, im JRD-Süd die Türkei, im JRD-Ost die USA und im JRD-Central Schweden.

Bis zum Sommer 2011 wurde das JRD-North von Frankreich geführt. Zur-



Im Norden der Abschnitt, über den die Schweiz das Kommando übernimmt.

zeit wird das JRD-North direkt durch das Kommando der KFOR geführt. Eine möglichst rasche Übergabe an eine Führungsnation wird angestrebt. Mit Bundesbeschluss vom 8. Juni 2011 hat das Parlament den Einsatz der Schweizer Armee zur Unterstützung der KFOR bis zum 31. Dezember 2014 genehmigt. Der Bundesrat wird in Artikel 2 dieses Bundesbeschlusses ermächtigt, das schweizerische Kontingent kurzfristig mit maximal 80 Personen während höchstens zwölf Monaten zu verstärken.

Die Schweizer Armee ist in der Lage, die Aufgabe des JRD-North zu übernehmen. Bis Ende 2011 kann die Aufgabe ad interim innerhalb des bis dahin bewilligten Kontingents (220 Personen) erfüllt werden. Ab Januar 2012 hätte die Schweiz die Aufgabe vollständig zu übernehmen. Dies ist innerhalb des bewilligten Kontingents jedoch nicht möglich. Deshalb ist eine Aufstockung des SWISSCOY-Kontingentes, wie es Botschaft und Bundesbeschluss vorsehen, für die Dauer des Kommandos notwendig. *Silvia Steidle*