

Auf Augenhöhe : Junge für die Armee begeistern

Autor(en): **Besse, Frederik**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizer Soldat : die führende Militärzeitschrift der Schweiz**

Band (Jahr): **94 (2019)**

Heft 11

PDF erstellt am: **26.06.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-868561>

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.



Ein starkes Team steht im Zentrum.

Auf Augenhöhe – Junge für die Armee begeistern

Ein gutes Produkt alleine reicht nicht. Es muss auch verkauft werden. Unter diesem Gesichtspunkt beschreitet die Schweizer Armee bei der Gewinnung von Jungen neue Wege.

Hptm Frederik Besse

Die Leute da abholen, wo sie sich befinden. Auf Augenhöhe diskutieren, Sprache und Werkzeuge der Zielgruppe anpassen. Was in der Theorie trocken klingt, ist in der Praxis das genaue Gegenteil. Um Stellungspflichtigen die Schweizer Armee schon vor dem Orientierungs- und Rekrutierungstag schmackhaft zu machen, wurde im Kommando Ausbildung von Korpskommandant Daniel Baumgartner einiges in die Wege geleitet.

Das Projektteam Laufbahnberatung unter der Leitung von Oberst i Gst Theo Casanova ist zum Beispiel. Das Team koordiniert nicht nur Auftritte der Schweizer Armee an Berufs- und Maturandenmessen, sondern organisiert auch Besuche an Gymnasien und Berufsschulen. Bislang mit Erfolg. Das Rezept folgt dem Prinzip

«Peergroups»: Aspirantinnen und Aspiranten besuchen Schulen und erzählen den fast Gleichaltrigen von ihrem Armeealltag und den Karrieremöglichkeiten in der Armee. Das Angebot kommt vor Ort gut an, berichtet Oberst i Gst Casanova: «Wir haben festgestellt, dass die Jungen über die Armee informiert werden wollen.» Nicht zuletzt dank den Aspirantinnen sei ein ganz anderer Zugang zu einer der Zielgruppen, den jungen Frauen, möglich, so Casanova weiter.

Infos im Hosentaschen-Format bietet die Schweizer Armee in der Zwischenzeit auch in mehrfachen Varianten. So ist sie zum Beispiel in den Sozialen Medien prominent vertreten. Auf Instagram und Facebook folgen mittlerweile knapp 80 000 Follower unter @armee.ch der Schweizer

Armee. Auf den sozialen Kanälen postet die Armee laufend Geschichten, Hinweise und Informationen aus allen Bereichen. Die rege genutzte Kommentarfunktion beweist, dass der Austausch funktioniert und offenbar auch ein Bedürfnis ist. Die Schweizer Armee bietet aber auch diverse Apps an. Swisssookie mit Informationen über Funktionen und Truppengattungen, oder die App SAT (Schiesswesen und ausserdienstliche Tätigkeiten), oder als weiteres Beispiel die ready-App, Gemeinschaftsproduktion der Gruppe Verteidigung und dem Bundesamt für Sport. Mit ready können sich Stellungspflichtige nicht nur körperlich auf die Rekrutierung und die RS vorbereiten. Die App, die kostenfrei in den App-Stores zum Download bereitsteht, informiert auch über Funktionen in der Schweizer Armee und gibt Tipps zu angemessenem Training und gesunder Ernährung.

In der Projektaufischt für die App war auch Oberst i Gst Mathias Müller. Der Kommandant der Rekrutierung ist eine der treibenden Kräfte, wenn es darum geht, junge Menschen für die Armee zu begeistern. «Früher haben wir in der Kommuni-

kation zu stark den Fokus darauf gelegt, den Stellungspflichtigen die Wahl der richtigen Funktion zu erleichtern. Die allerwichtigste Entscheidung ist jedoch jene für oder gegen einen Dienst in der Armee», hält Oberst i Gst Müller fest. Die Werte, welche im Militärdienst vermittelt werden, stehen dabei im Zentrum. Der Berufsoffizier bekräftigt: «Es gibt kaum eine andere Organisation, in welcher Kameradschaft, Durchhaltefähigkeit und Leistungswille so gelebt werden wie in der Armee». Wer junge Menschen für eine gute Sache gewinnen wolle, könne nicht nur mit kalten Fakten und Zahlen argumentieren, sondern müsse Identifikation stiften und Emotionen wecken.

Dies war die Grundüberlegung zu einer Serie von vier Kurzfilmen unter der Regie des Zentrum für elektronische Medien. Die vier Filme zeigen unterschiedliche Zeitpunkte in der Laufbahn eines Schweizer Soldaten. Vom Erstkontakt mit der Armee während des Orientierungstages bis zur Entlassung aus dem Dienst. Besonders am Orientierungstag, an dem junge Schweizerinnen und Schweizer zum ersten Mal direkt mit der Armee in Kontakt kommen, können die Filme der «Entscheide Dich»-Serie besonders gut eingesetzt werden. «Die Durchführung des Orientierungstages ist Sache der Kantone. Meiner Meinung nach würde sich insbesondere der erste Film der Serie hervorragend zum Auftakt der Veranstaltung eignen. Wir werden unseren Partnern ein spannendes Programm vorschlagen», verspricht der Chef des Kommando Rekrutierung.

Die Herausforderung, junge Männer und Frauen für den Militärdienst zu gewinnen und zu begeistern, soll sich jedoch nicht auf die Produktion von Filmen, Apps oder die Präsenz in den Sozialen Netzwerken beschränken.

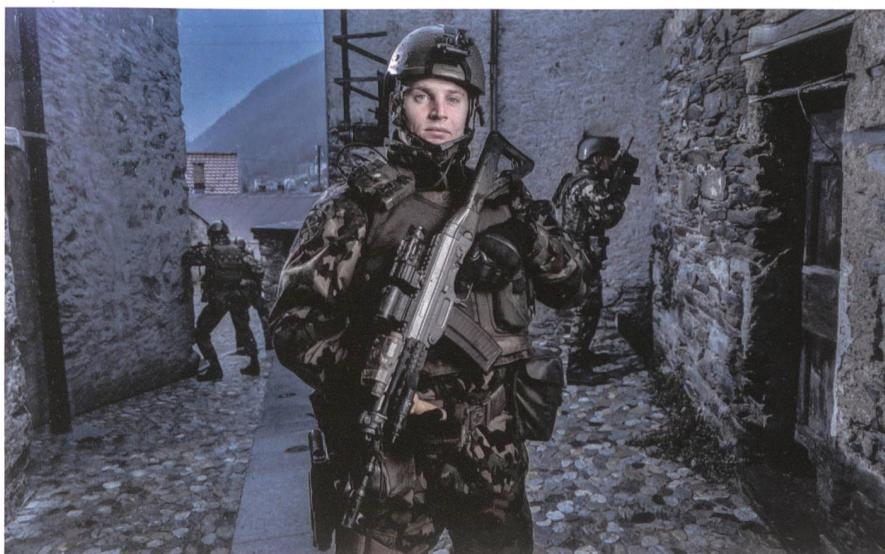
Die Vorteile einer Kaderausbildung in der Armee für das zivile Berufsleben müssen den Jungen vor Augen geführt werden. Und immer wieder fixe Werte der Armee betonen, wie Kameradschaft, Sozialisation oder etwa das an seine Grenzen und darüber hinaus kommen. Dabei werden alle Generationen miteinbezogen, denn die Milizarmee wird nicht nur von ihren Soldaten, sondern auch von der Gesamtbevölkerung getragen.



Angehörige der Armee in einer Schule.



Kdt Rekrutierung: Oberst i Gst Müller.



Er hat seine Entscheidung bereits getroffen.