

Information im Zivilschutz

Autor(en): **[s.n.]**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Zivilschutz = Protection civile = Protezione civile**

Band (Jahr): **23 (1976)**

Heft 6

PDF erstellt am: **12.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-366272>

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.

Information im Zivilschutz

Wir veröffentlichen in der Folge eine Zusammenfassung der Ausführungen von Sektionschef Robert Aeberhard vom Bundesamt für Zivilschutz über Notwendigkeit und Bedeutung der Aufklärung als Ausgangsbasis jeder weitsichtigen Aufbauarbeit im Zivilschutz. Die Ausführungen, die wir bereits in Nr. 4/76 in französischer Sprache zum Abdruck brachten, decken sich mit den Erfahrungen der Tätigkeit des SBZ in den letzten 22 Jahren. Wir möchten diese Ausführungen vor allem den Sektionen des SBZ und den Ortschefs zum Studium empfehlen. Redaktion «Zivilschutz»

1. Was heisst Information?

Stellt man sich diese – auf den ersten Blick banale – Frage, so stösst man spätestens bei der Suche nach einer «nicht banalen Antwort» auf Schwierigkeiten. Obwohl wir täglich mit und von der Information leben, mehr oder weniger Sklaven der Massenmedien sind, sich aber auch jedermann auf dem Gebiete der Information und Kommunikation als Experte fühlt, haben wir Mühe, eine allgemeine befriedigende Definition für den Begriff «Information» zu finden.

Schuld daran ist der heutige «Marsch durch die Begriffe», der einer babylonischen Sprachverwirrung gleichkommt.

Für die einen bedeutet Information *Unterricht*, für die andern *Belehrung*, für die dritten *Nachrichten*, für die vierten *Anweisungen*, für die fünften *Propaganda*, für die sechsten *Werbung*, für die siebenten *Reklame*, für die achten *Public Relations*, für die neunten *Manipulation*, für die zehnten *Beeinflussung* usw.

Ich möchte für meine Definition keinen dieser genannten Begriffe zur Hilfe ziehen, sondern die folgende unorthodoxe Begriffsbestimmung wählen

«Information ist beseitigte Ungewissheit».

Hier drängt sich noch die Definition eines zweiten Begriffs auf, nämlich des bei uns wie im englischen Sprachraum gleich geläufigen Wortpaares: *Public Relations*.

Wörtlich übersetzt heissen die beiden Worte «Öffentliche Beziehungen» (vgl. französisch «le public», die Öffentlichkeit, «les relations», die Beziehungen).

Im übertragenen Sinne bedeutet *Public Relations* eine Werbung um öffentliches Vertrauen, eine Gewinnung der öffentlichen Meinung oder ganz kurz: Öffentlichkeitsarbeit.

Offiziell wird der Begriff *Public Relations* mit folgenden Worten definiert:

«*Public Relations* sind das bewusste, geplante und fortwährende Bemühen, zwischen einer Institution und ihrer Umwelt ein Klima des Vertrauens und des Verständnisses aufzubauen, zu erhalten und zu pflegen.»

Diese beiden Begriffe sollten uns geläufig sein, wenn wir uns seriös mit Informationsaufgaben befassen.

2. Unser Informationsauftrag

Dieses eben genannte «Befassen mit der Information» gehört zu unserem täglichen Brot. Der Gesetzgeber hat uns den Auftrag dazu erteilt. Er hat klar formuliert, wer für die Information im Zivilschutz zuständig ist, also wer die Träger der Information sind. Es sind dies:

1. das Bundesamt für Zivilschutz unter Mithilfe der Kantone und Gemeinden und
2. der Schweizerische Bund für Zivilschutz, eine privatrechtliche Organisation, mit allen seinen Sektionen und Untersektionen.

Die Auftragserteilung ist im Bundesgesetz über den Zivilschutz in Artikel 2 festgehalten. Es heisst dort im sogenannten Massnahmenkatalog:

«Der Zivilschutz umfasst hauptsächlich folgende Massnahmen:

1. Aufklärung der Bevölkerung über Gefahren und Schutzmöglichkeiten.» usw.

Und in der sogenannten Verordnung über den Zivilschutz ist auch der Zweck dieser Aufklärungstätigkeit umschrieben:

«Die Aufklärung bezweckt die Anleitung des Einzelnen zur Einsicht in die Notwendigkeit der Zivilschutzmassnahmen, zur Mitverantwortung und zum richtigen Verhalten.»

Mehr sagt der Gesetzgeber nicht. Die Antworten auf die Wo-, Wie-, Wann- usw. Fragen müssen wir selber finden.

3. Unsere Zielsetzung

Ich glaube, dass sich hier zuerst die Frage der Zielsetzung bzw. der Stossrichtung der Informationstätigkeit und Öffentlichkeitsarbeit aufdrängt. Sie ist von grosser Wichtigkeit. Ich sehe drei verschiedene grosse Ziele, welche sich allerdings zu einem Ganzen finden. Unsere Aufklärung soll die schweizerische Öffentlichkeit zu einem ganz bestimmten Zielverhalten im Frieden und im Krieg führen. Darüber hinaus leistet unsere Informationstätigkeit einen Beitrag zur Dissuasion. Konkret

heisst das: Empfänger unserer Informationen sind nicht nur die Schweizerinnen und Schweizer, sondern auch das Ausland.

Die beiden erstgenannten Zielsetzungen möchte ich noch etwas genauer beleuchten.

Das Zielverhalten im Frieden bezweckt, den Einzelnen wie die gesamte schweizerische Öffentlichkeit von der Notwendigkeit der Zivilschutzmassnahmen zu überzeugen – und den Einzelnen zur Mitverantwortung heranzuziehen.

Konkreter ausgedrückt:

- Kredite für den Zivilschutz sollen gesprochen, Subventionen bewilligt werden
- der Einzelne soll sich freiwillig zu Dienstleistungen zur Verfügung stellen
- der Einzelne soll Nachteile von Zivilschutzvorkehrungen im Frieden (dicke platzversperrende Kellertüren) tolerieren
- der Einzelne soll die Opfer im Frieden für die Vorsorge im Krieg willig tragen usw.

Das Zielverhalten im Krieg bezweckt vor allem ein richtiges Verhalten, so dass Verluste an Leben und Gütern minimalisiert werden können.

Konkreter ausgedrückt:

- die Zivilschutzinformation soll das Volk standhaft vor Erpressungen machen und der Regierung die notwendige Härte in einer Erpressersituation erlauben;
- vor dem Schutzraumbezug in einer Vorangriffsphase soll das Verhalten der Menschen so gesteuert werden, dass im Sinne des Minimalisierens von Verlusten die Flucht in die Berge und Wälder praktisch ausbleibt;
- der Einzelne soll sich für einen unmittelbaren Schutzraumbezug vorbereiten und die vielen Nachteile (Leben auf engem Raum, weniger Wasser usw.) tolerieren;
- durch die Information muss der Einzelne auf einen Aufenthalt im Schutzraum vorbereitet werden. Er muss wissen, dass man im Schutzraum anständig leben – und vor allem überleben kann.

4. Das Zielpublikum

Von der Zielsetzung hängt die Frage der sogenannten Zielpublika ab, also die Frage:

«Wer ist unser Publikum?» Oder: «Wer sind unsere Gesprächspartner?» Oder: «Wer sind unsere Adressaten?» Oder: «Wer sind die Informationsempfänger?»

Die Antwort auf diese Fragen brauchen wir nicht weiter herzuholen. Sie lautet:

«Unsere Informationsempfängerin heisst Bevölkerung.»

Diese Antwort ist richtig. Unser Part-

ner ist ein völlig unspezifisches Publikum. Unser Partner heisst Öffentlichkeit.

Aber diese Antwort genügt nicht. Wir müssen diese «Allgemeine Öffentlichkeit» aufschlüsseln und sie in bestimmte Zielgruppen aufteilen.

Wir müssen genau differenzieren zwischen Männern und Frauen, Kindern und Erwachsenen, politisch Rechtsstehenden und politisch Linksstehenden, Gebildeten und Ungebildeten, Politikern und Nichtpolitikern, Militärdienstleistenden und Nichtmilitärdienstpflichtigen, Schlüsselpersonen in der Wirtschaft und Industrie und dem «Fussvolk», Intelligenten und weniger Intelligenten usw.

Die Zielgruppen sind Legion.

Eine Optimalisierung unserer Ansprache, das heisst unserer Informations-tätigkeit, zwingt uns geradezu zu dieser Differenzierung der allgemeinen Öffentlichkeit in Zielgruppen. Damit weise ich am Rande darauf hin, dass unser Aufklärungsauftrag mit grossen Schwierigkeiten und Problemen verbunden ist. Wir haben nicht nur eine quantitative, sondern viel mehr auch eine qualitative Aufgabe zu bewältigen.

Jede einzelne der genannten Zielgruppen müsste, wenn wir eine grosse Erfolgsquote anstreben, in ihrer eigenen Sprache angesprochen werden.

Dass dies für uns ein Ding der Unmöglichkeit ist, versteht sich von selbst. Wir sind personell und finanziell dazu nicht in der Lage. Dennoch müssen wir uns bemühen, bei all unserer Aufklärungs- und Informationstätigkeit immer wieder an diese Zielgruppen zu denken. Je differenzierter die Informationsbotschaften bei den einzelnen Publika sind, desto mehr ist ihre Wirksamkeit gewährleistet.

5. Der Informationsinhalt

Die Beantwortung der Frage nach unserer Zielsetzung führt uns zur Frage nach dem Inhalt unserer Informationen. Der Informationsinhalt, also «das Produkt, welches wir verkaufen bzw. an den Mann bringen» müssen, liegt weitgehend vor und wird uns laufend gegeben.

In erster Linie geht es darum, unsere Bevölkerung mit dem Inhalt der Zivilschutzpapiere, das heisst der Gesetze, Verordnungen und Weisungen, insbesondere aber mit dem Inhalt der Zivilschutzkonzeption 1971 vertraut zu machen. Ein zweites «Paket» liefern uns unsere Politiker und Verwaltungen auf den Stufen des Bundes, der Kantone und der Gemeinden. Auch hier gilt es, die Tätigkeit der Parlamente und Verwaltungen, welche mit dem Zivilschutz im Zusammenhang steht, an die Öffentlichkeit zu tragen. Diese Tätigkeit schliesst Information und Public Relations in sich. Es geht

also nicht nur darum, «Unwissenheit zu beseitigen», sondern auch darum, für den Zivilschutz zu werben.

Nur nebenbei möchte ich noch erwähnen, dass es selbstverständlich noch andere «Pakete» gibt. So zum Beispiel ein «Ausland-Paket». Dem Export und dem Import von Zivilschutzinformationen kommt eine beachtliche Bedeutung zu.

6. Die Informationsstrategie

Nach der Beantwortung der bisher genannten Fragekreise tritt das Problem der Informationsstrategie an uns. Das heisst, es geht um die Festsetzung unserer Absichten für das Vorgehen in thematischer, in zeitlicher, in medien- und massnahmentechnischer Hinsicht. Hier sind ebenfalls neben den qualitativen quantitative Überlegungen anzustellen. Wir müssen uns Rechenschaft geben über die Grösse der Aufgaben. Auch muss berücksichtigt werden, dass sich die Information kontinuierlich und systematisch über Jahre zu erstrecken hat, wenn der Erfolg gesichert werden soll.

Es geht also um die Festlegung eines mittel- und langfristigen Programms.

7. Die Informationstaktik

Im Militär versteht man unter Taktik die operative Führung eines Verbandes. In der Politik bedeutet der Begriff die Art und Weise der Verwirklichung eines gesteckten Zieles, eines Programms. Dasselbe verstehen wir in der Information.

Hier gilt unsere ganze Aufmerksamkeit den Fragen:

Wie informieren wir?

Mit welchen Mitteln informieren wir?

Auf welche Art und Weise informieren wir?

Zu welchem Zeitpunkt informieren wir?

usw.

Zum besseren Verständnis sei hier ausnahmsweise ein Beispiel angeführt:

Wenn ein Ortschef oder ein Sektionspräsident einen Informationsabend durchführen will, muss er auf alle Fälle bei der Ansetzung des Datums das Fernsehprogramm und den Veranstaltungskalender seiner Ortschaft konsultieren. Wenn der Zivilschutzinformativabend «zufälligerweise» am selben Abend und zur selben Zeit wie die Übertragung eines Eishockey-matches stattfindet, so bleibt der Saal, abgesehen von einigen getreuen Zivilschutzbegeisterten, leer.

8. Unsere Partner

In unserer Informationsstrategie und Informationstaktik ist im übrigen die Tätigkeit unserer Verbündeten mit einzubeziehen. Wir müssen unbedingt Querverbindungen aufnehmen und uns beispielsweise fragen:

Was macht der Schweizerische Bund für Zivilschutz?

Oder umgekehrt, was macht das Bundesamt für Zivilschutz?

Was macht die Zentralstelle für Gesamtverteidigung?

Was macht die Sektion des SBZ?

Was macht die Nachbarsektion zur Linken oder zur Rechten des SBZ?

Was macht der ZS-Stellenleiter oder Ortschef im Dorf X oder Y?

Was macht das kantonale Amt für Zivilschutz?

usw.

Aufgrund der Antworten ergibt sich ein weiterer Fragenkatalog:

Wo kann man koordinieren?

Wo kann man Arbeitsteilungen vornehmen?

Wo ist eine Zusammenarbeit möglich?

usw.

Mit dem Aufzählen der Fragen habe ich gleichzeitig eine Reihe von Informationspartnern genannt. Die Kontakte zu all diesen Partnern, welche ebenfalls wichtige Informationsträger und Informationssender sind, sind äusserst bedeutungsvoll. Als weitere Partner möchte ich nennen:

Offiziers- und Unteroffiziersvereine

andere militärische Vereinigungen

Samariter- bzw. Rot-Kreuz-Vereine

Zeitungsredaktionen

Politische Parteien

usw.

9. Massnahmen

Jede Informationsaktion wird von einem Massnahmenpaket begleitet. Dieses ist Teil des Feinprogramms und beinhaltet alle Initiativen, wie den Einsatz der verschiedenen Medien. Beispielsweise müssen wir uns folgende Gedanken machen:

– Drängt sich die Herausgabe einer Broschüre, eines Faltprospektes oder eines Flugblattes auf?

– Muss ein neuer Film bereitgestellt werden?

– Benötigen wir eine Dia-Ton- oder eine Dia-Schau?

– Ist die Durchführung einer Ausstellung notwendig?

– Muss ein systematisierter Vortragsdienst aufgebaut werden?

– Soll ein Tag der offenen Tür oder eine Zivilschutz-Woche oder ein Hearing oder ein Podiumsgespräch usw. durchgeführt werden?

– Ist eine Plakat- bzw. Wandzeitungsaktion ins Auge zu fassen?

– Sind gewisse Persönlichkeiten (wie Politiker) zu begrüssen?

– usw.

10. Informationsmittel

Aufgrund der vorgesehenen Massnahmen drängen sich ganz spezifische Informations- bzw. Werbemittel auf. Diese brauche ich hier nicht besonders vorzustellen. Sie dürften alle-

mein bekannt sein. Ich denke beispielsweise an sämtliche Informationsunterlagen des SBZ und des BZS, angefangen bei den Zivilschutzanstecknadeln über die Zivilschutz-PTT-Sondermarken bis zu den umfangreichen Gesetzessammlungen.

11. Informationsquellen

Es dürfte einleuchten, dass nicht alle Informationssender autark auf ihrer Stufe über die notwendigen Informationen verfügen, um diese bearbeitet oder unbearbeitet weiterleiten zu können. Aus diesem Grunde heisst es für sämtliche in der Information Tätigen: Ad Fontes, das heisst zu den Quellen! Es gibt eine Menge davon. Die bereits obenerwähnten Querverbindungen mit andern Partnern der Zivilschutzinformation verschaffen uns zu diesen Quellen Zugang. Ich nenne einige direkte Quellen:

- Bundesratsberichte
- Parlamentsberichte
- Departementsberichte
- Mitteilungsblatt des BZS
- Kreisschreiben
- Merkblätter
- Ausbildungshilfen des BZS
- Veröffentlichte oder nichtveröffentlichte Papiere der Kantone und der Gemeinden usw.

13. Der SBZ, eine Aufklärungsorganisation

Den Schweizerischen Bund für Zivilschutz brauche ich Ihnen hier in diesem Kreis nicht besonders vorzustellen. Ihm kommt innerhalb unserer Aufklärungstätigkeit eine bedeutende Rolle zu.

SBZ und BZS freuen sich über eine recht glückliche «Entente cordiale».

14. Die Sektion Information des Bundesamtes für Zivilschutz

Auf die Vorstellung des Informationsdienstes, das heisst der Sektion Information des Bundesamtes für Zivilschutz, möchte ich aber nicht verzichten; ganz einfach deshalb, weil unser

Dienstleistungsbetrieb noch zu wenig bekannt ist.

Vorweg möchte ich Ihnen «ans Herz legen», dass wir gerne bereit sind, Ihnen bei der Lösung Ihrer Probleme behilflich zu sein.

Beispielsweise bei der Durchführung einer Ausstellung, bei der Produktion einer Aufklärungsschrift, einer Diashow usw.

Unsere Sektion zählt verschiedene Zweige:

Wir besitzen einen eigentlichen *Informations- und Auskunftsdienst*. Der wird tagtäglich beansprucht und erledigt im Verlaufe eines Jahres unzählige Anfragen und Aufträge.

Weiter unterhalten wir einen *Inland- und Ausland-Dokumentationsdienst*. Dieser Zweig beschränkt sich auf das Sammeln und Archivieren von Informationsmaterial. Zur Aufarbeitung reicht es nur von Fall zu Fall.

Dann ist der *Ausstellungsdienst* zu nennen.

In eigener Regie und Verantwortung engagieren wir uns mit zum Teil sehr grossen Ausstellungen an unseren nationalen Messen wie beispielsweise der Mustermesse in Basel, dem Comptoir Suisse in Lausanne, der Olma in St.Gallen. Als sogenannte Zudiener, Berater und Helfer wie auch als Materiallieferanten setzen wir uns bei Ausstellungen im kantonalen, regionalen und lokalen Bereich ein. In der Regel übernehmen Zivilschutzorganisationen dieser Stufen die Federführung – und wir beliefern die Ausstellungen mit Bundesmaterial.

Im vergangenen Jahr (1975) engagierten wir uns an rund 50 Ausstellungen. Im laufenden Jahr dürfte sich diese Zahl verdoppeln.

Ein weiterer Zweig unserer Sektion Information ist der *Filmverleihdienst*. Wir besitzen ungefähr hundert verschiedene Filmtitel; die meisten Streifen in allen drei Landessprachen, was uns eine Kopieanzahl von einigen hundert Streifen gibt.

Im vergangenen Jahr bearbeiteten wir rund tausend Bestellungen für 2500 Kopien. In der Regel verleihen wir nur die Kopien. Auf besonderen

Wunsch hin stellen wir auch die notwendigen Apparaturen und Einrichtungen wie auch den Filmoperateur zur Verfügung.

Dem Filmverleihdienst angeschlossen ist der Verleih von Tonbildschauen.

Ein weiterer Dienstzweig ist der *Fotodienst* mit seinen Archiven.

Dieser wird vor allem für die Erledigung von Aufträgen des eigenen Hauses eingesetzt, steht aber als Dienstleistungsbetrieb auch den Massenmedien und allen übrigen Interessenten zur Verfügung.

Die Archive beherbergen einige tausend Bilder und Diapositive. Seit einiger Zeit ergänzen wir das Bildmaterial mit Farbaufnahmen.

Es ist der *Bibliotheksdienst* zu nennen. Er beliefert einerseits die Mitarbeiter des eigenen Hauses, steht aber andererseits auch allen Informationsstellen und Interessierten des ganzen Landes zur Verfügung.

Schliesslich möchte ich noch auf den *Referentendienst* hinweisen.

Für militärische Schulen und Kurse, für Kurse jeglicher Art innerhalb des Rahmens unserer Gesamtverteidigung,

für Veranstaltungen der Zivilschutzorganisationen der Kantone und Gemeinden

wie auch für Schulen, Parteien und Verbände stellt das Bundesamt – im Sinne umfassend ausgebauter Public Relations – Referenten zur Verfügung.

Und noch zwei Worte über die erwähnte Zusammenarbeit SBZ–BZS:

Eine sogenannte «Übereinkunft zwischen BZS und SBZ» regelt die Zusammenarbeit und legt die einzelnen Aufgaben und Verantwortungsbereiche fest.

Die «Übereinkunft» aus dem Jahre 1972 wird gegenwärtig revidiert. Um einer drohenden Zersplitterung vorzubeugen, im Sinne einer Straffung, besserer Koordination und mit dem Ziel, künftig noch rationeller zusammenzuarbeiten – und vor allem die unité de doctrine zu wahren (es gibt in unserem Lande nur einen Zivilschutz) – werden einige Aufgabenbereiche

Stromerzeuger

von SIM haben 3 Eigenschaften mehr: Sicher im Betrieb. Interessant im Preis. Modern in der Konzeption.

Genelux

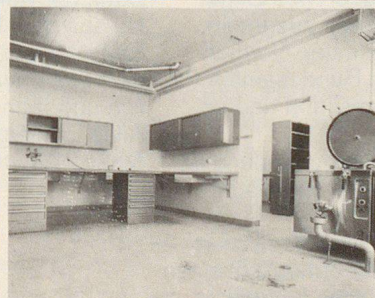
Tragbare Generatoren von 1–5 kVA
220/380 Volt. Gleichstromanschluss
12 Volt ohne Aufpreis.


Net

Notstrom-Aggregate von 2,5–
15 kVA mit Dieselmotoren. Genera-
tor 220/380 Volt. Bürstenlos. Kurz-
schlussgesichert.

SIM

Basel 061 41 43 76
Bern 031 56 08 11



emag  **norm**

8213 Neunkirch

Telefon 053-6 14 81

Gestelle

Schränke

Tische

Stühle

Tanks

Garderoben

Pulte

Betten

Prospekt Z 09
verlangen

zentral zusammengefasst. Beispielsweise liegt heute schon de facto das Film- und Ausstellungswesen voll in den Händen des Bundesamtes.

15. Beispiele aus der Informations- bzw. Aufklärungstätigkeit

Beispiele aus der Informations- und Aufklärungstätigkeit brauche ich hier wohl kaum viele aufzuzählen, denn als Praktiker im Informationswesen stehen wir jahraus jahrein «mitten in diesen Beispielen» drin.

Erlauben Sie mir aber, hier von nur zwei wenig praktizierten «Beispielen» zu sprechen:

15.1 Militärische Entlassungsfeiern

Jeden Spätherbst und Winter finden landauf, landab militärische Entlassungsfeiern statt. Diese werden meist in einem würdigen Rahmen gestaltet. Da und dort haben lokale Zivildienstbehörden und/oder lokale Zivildienstorganisationen (SBZ-Sektionen!) mit den Kreiskommandanten zusammengespant, um

- die militärische Entlassung (für 50jährige) mit
- dem Übertritt in den Zivildienst (für 50jährige) und
- dem Austritt aus der Zivildienstpflicht (für 60jährige Männer und Frauen)

zu verkoppeln.

Dies scheint mir eine sehr sinnvolle

Verkoppelung und Zusammenarbeit. Sinnvoll deshalb,

- weil Armee und Zivildienst dem gleichen Ziel verbunden sind,
- weil Armee und Zivildienst gleichwertige Partner der Gesamtverteidigungsorganisation sind,
- weil die «Zivildienstklasse» neben Auszug, Landwehr und Landsturm de facto die vierte Heeres- bzw. Altersklasse darstellt.
- weil es gilt, das wertvolle Potential des 50jährigen Soldaten auf den Zivildienst zu übertragen,
- weil man dem 50jährigen Wehrmann nicht das Gefühl geben will, er gehöre nun «zum alten Eisen» und sei deshalb für die Dienste in der Armee nicht mehr fähig bzw. nicht mehr zu gebrauchen,
- weil mit der Zusammenlegung demonstriert wird, dass zwischen Armee und Zivildienst ein echtes partnerschaftliches Verhältnis besteht,
- weil an der gemeinsamen Feier gleichzeitig die 50jährigen über den Zivildienst aufgeklärt werden können,
- weil der Übertritt in den Zivildienst hier «nahtlos» erfolgen kann,
- weil - ganz simpel und naiv ausgedrückt - diese günstige Gelegenheit «beim Schopfe ergriffen» werden sollte, da sie sich ja geradezu aufdrängt.

15.2 Belieferung der Lokalredaktionen

Auch die Zusammenarbeit mit den Zeitungsredaktionen wird noch zu wenig benützt.

Ich bin überzeugt, dass die Zeitungen, insbesondere die Lokalblätter, gerne in regelmässigen Intervallen Kurznachrichten über den Zivildienst all-gemein wie auch über die Zivildienstorganisationen innerhalb des Streugebietes der Zeitung veröffentlichen.

Diesen zwei Beispielen aus der Praxis stehen die «traditionellen» Aufklärungsaktionen gegenüber wie die Durchführung von Zivildienstwochen, Aufklärungswochen in den Schulen, Tage der offenen Tür usw.

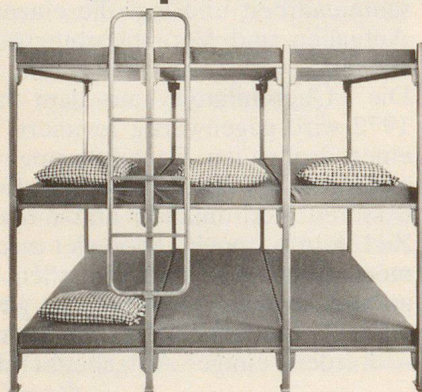
16. Information, eine Daueraufgabe

Damit komme ich zum Schluss meiner Ausführungen und möchte noch deutlich unterstreichen, dass die Aufklärung über den Zivildienst nicht nur eine anspruchsvolle Aufgabe, sondern auch eine Daueraufgabe ist.

Information ist ein langfristiger Prozess, eine langfristige Aufbauarbeit. Die Öffentlichkeit kann man nicht von heute auf morgen «gewinnen». Mit nur einer Aktion pro Jahr erfüllen wir unsere Aufgabe schlecht... Vertrauen kann man sich nur durch stetes Bemühen schaffen.

Hostra Liege-Lagergestell + Noppa Pat. angem.

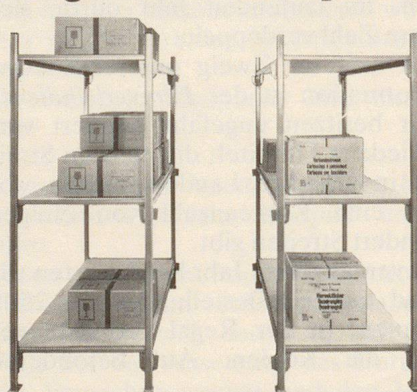
die perfekte Verbindung zwischen System, Funktion, Stabilität.



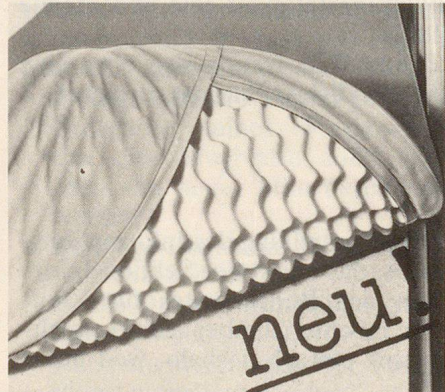
Unser neues schockgeprüftes Liege-Lagergestell ist technisch ausgereift, Es entspricht den neuesten Normen und Vorschriften des Bundesamtes für Zivildienst, es ist formschön und unverwundlich.

Dank der einfachen Keilverbindung ist es schnell montiert, oder zum Lagergestell umgebaut.

Sämtliche Metallteile sind plastifiziert. Die eingehängte Leiter ermöglicht einen sicheren Einstieg in jeden Liegeplatz.



Dank der Keilverbindung, entsteht im Nu aus dem Liege- das Lagergestell. Stabilität und Tragkraft sind optimal, es bietet enorm viel Platz, ist übersichtlich und raumsparend. Alles in allem, ein perfektes System, funktionell und stabil.



Die neue Matratze NOPPA hat gegenüber den herkömmlichen Unterlagen verschiedene Vorteile.

Ihre rund 700 Noppen, gewährleisten optimale Luftzirkulation. Jegliche Feuchtigkeit verdunstet, ein hygienisches Problem ist gelöst!

Dazu kommt ein höheres Raumgewicht, welches den Liegekomfort verbessert und die Matratze widerstandsfähiger macht.

Wir dürfen mit gutem Gewissen sagen «Bessere Qualität zum gleichen Preis».

Hochstrasser AG
8630 Rüti/ZH 055 3117 72

hostramobiliar