

Zeitschrift: Armee-Logistik : unabhängige Fachzeitschrift für Logistiker = Organo indipendente per logistica = Organ independenta per logistichers = Organ indépendant pour les logisticiens

Herausgeber: Schweizerischer Fourierverband

Band: 93 (2020)

Heft: 1

Rubrik: Herausgegriffen

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: 13.02.2026

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

ARMEE-LOGISTIK

93. Jahrgang. Erscheint 10-mal jährlich
(monatlich, Doppelnummern 7/8 und 11/12).
ISSN 1423-7008.
Beglaubigte Auflage 3285 (WEMF 2019).

Offizielles Organ:

Schweizerischer Fourierverband (SFV) /
Verband Schweizerischer
Militärkuchenchefs (VSMK)

Jährlicher Abonnementspreis: Für Sektionsmit-
glieder im Mitgliederbeitrag inbegriffen. Für nicht
dem Verband angeschlossene Angehörige der Armee
und übrige Abonnenten Fr. 32.–, Einzelnummer Fr.
3.80. Postkonto 80-18 908-2

Verlag/Herausgeber: Schweizerischer Fourierver-
band, Zeitungskommission, Präsident Four Stefan
Walder (sw), Aufdorfstrasse 193, 8708 Männedorf,
Telefon Privat: 079 346 76 70,
Telefon Geschäft: 044 752 35 35, Fax: 044 752 35 49,
E-Mail: swalder@bluewin.ch

Redaktion: Armee-Logistik
Telefon Geschäft: 044 752 35 35
Fax: 044 752 35 49,
E-Mail: redaktion@armee-logistik.ch

Chefredaktor:

Oberst Roland Haudenschild (rh)

Mitarbeiter: Hartmut Schauer (Deutschland/Amerika).
Oberst Heinrich Wirz (Bundeshaus/Mitglied EMPA);
Member of the European Military Press Association
(EMPA).

Freier Mitarbeiter: Oberst i GSt Alois Schwarzenberg-
er (as), E-Mail: schwarzenberger.alois@bluewin.ch,
Telefon 078 746 75 75

Redaktionsschluss:

Nr. 2 – 05.01.2020, Nr. 3 – 05.02.2020,
Nr. 4 – 05.03.2020, Nr. 5 – 05.04.2020
Grundsätzlich immer am 5. des Monats für die
Ausgabe des kommenden Monats.

Adress- und Gradänderungen:

SFV und freie Abonnenten:

Zentrale Mutationsstelle SFV, Postfach,
5036 Oberentfelden, Telefon 062 723 80 53,
E-Mail: mut@fourier.ch

VSMK-Mitglieder: Verband Schweizerischer Mil-
itärkuchenchefs, Zentrale Mutationsstelle VSMK,
Four Markus Wiesendanger, Schönastrasse 4,
8717 Benken; mutationen.vsmk@bluewin.ch

Inserate: Anzeigenverwaltung Armee-Logistik,
Telefon Geschäft: 044 752 35 35
(Hr. Walder), Fax: 044 752 35 49,
E-Mail: swalder@bluewin.ch
Inseratenschluss: am 1. des Vormonats

Druck: Triner Media + Print, Schmiedgasse 7, 6431
Schwyz, Telefon 041 819 08 10, Fax 041 819 08 53

Satz: Triner Media + Print

Vertrieb/Beilagen: Schär Druckverarbeitung AG,
Industriestrasse 14, 4806 Wikon,
Telefon 062 785 10 30, Fax 062 785 10 33

Der Nachdruck sämtlicher Artikel und Illustrationen –
auch teilweise – ist nur mit Quellenangabe gestattet.
Für den Verlust nicht einverlangter Beiträge kann die
Redaktion keine Verantwortung übernehmen.

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel
abgedruckten Anzeigen oder Teilen davon, insbesondere
durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch dazu
nicht autorisierte Dritte ist untersagt. Jeder Verstoß wird
gerichtlich verfolgt.

Sponsoring im VBS

**Nicht nur die Privatwirtschaft, sondern auch
die öffentliche Verwaltung misst dem Spon-
soring eine immer höhere Bedeutung bei. Un-
terschieden wird aktives Sponsoring, die Ver-
waltung als Sponsor und passives Sponsoring,
die Verwaltung als Sponsoringnehmer.**

Die Chefin VBS beauftragte am 3. Juli 2019 die In-
terne Revision VBS, im Departement eine Gesam-
tschau zum Thema Sponsoring durchzuführen,
die relevanten Regelungen aufzulisten und die
Anwendung dieser Regelungen zu überprüfen.

Sponsoring ist in der Verwaltungstätigkeit aus
rechtlicher Sicht grundsätzlich möglich. Im VBS
betreibt hauptsächlich die Armee aktives und
passives Sponsoring in nicht unbedeutendem
Umfang. Das jährliche Volumen kann jedoch
kaum beziffert werden, da nicht alle Einzelleis-
tungen erfasst werden und diese teilweise kaum
quantifizierbar sind.

Beim aktiven Sponsoring der Armee sehen wir
primär Risiken aufgrund der unklaren Rechts-
situation. Aus unserer Sicht sollte aufgrund des
Volumens dieser Leistungen zur Imagepflege der
Armee eine klare rechtliche Grundlage geschaff-
en werden. Diese würde dazu beitragen, die in der
Öffentlichkeit breit geschätzten Leistungen fest
im Portfolio der Armee zu verankern.

Beim passiven Sponsoring der Armee erachten
wir einige der dargelegten Aktivitäten als heikel.
Das Departement sollte einen klaren Rahmen
vorgeben, in welcher Form und mit welchen
Partnern Sponsoring betrieben werden darf. Wir
erachten es beispielsweise nicht als angebracht,
wenn Rüstungsfirmen sich finanziell an mili-
tärischen Rapporten engagieren. Dabei kann der
Anschein entstehen, dass diese Unternehmen
die Armee ungebührlich beeinflussen, auch wenn
aus vertragsrechtlicher Sicht nichts gegen eine
solche Geschäftsbeziehung einzuwenden ist.

Hingegen erachten wir es als unproblematisch,
wenn beispielsweise ein Küchenmaschinenher-
steller das «Swiss Army Culinary Team» mit einer
Sachleistung geringfügig unterstützt.
Insgesamt erachten wir ein generelles Verbot
von Sponsoring nicht als zielführend. Jedoch ist
in Zukunft in der Armee vermehrt Vorsicht wal-
ten zu lassen und dem Trennungs-, Transparenz-,
Äquivalenz- und Dokumentationsprinzip konse-
quent Folge zu leisten. Der Entscheid, ob eine
Sponsoringaktivität durchgeführt werden soll,
muss bei den Direktoren der Verwaltungseinheit-
en des VBS liegen. Bei Grossanlässen kann die
Koordination auf Stufe GS-VBS erfolgen.

Abschliessend geben wir zu bedenken, dass
Sponsoring primär eine Kommunikationsfunk-
tion innehat und daher stets auch die Kommu-
nikationsabteilungen mit im Boot sein müssen.
Jede Sponsoringaktivität ist ein Statement in der

Öffentlichkeit, welches wohlüberlegt erfolgen
und stets vorgängig auf Chancen und Risiken hin
überprüft werden muss.

Aufgrund unserer Feststellungen und Beurteilun-
gen empfehlen wir, dem Generalsekretariat VBS:

1. eine Handlungsrichtlinie zum Thema Spon-
soring zu erstellen, welche für das ganze De-
partement Gültigkeit hat. Diese soll das Dach
für die bestehenden Sponsoringweisungen der
einzelnen Verwaltungseinheiten bilden und
primär auf das Vorsichtsprinzip als oberstes
Gebot ... eingehen. ...
2. als Teil des Transparenzprinzips ab dem Jahr
2020 jede Einzelleistung von passivem Spon-
soring im VBS über CHF 5'000 einschliesslich
des Verwendungszwecks und des Sponsors
zu erfassen und auf der Webseite des VBS of-
fenzulegen. ...
3. eine eindeutige Gesetzesbasis für Display-
vorführungen sowie VUM-Leistungen der
Armee zu Gunsten ziviler kommerziell organi-
sierter Anlässe zu schaffen und zudem diese
Aktivitäten gezielt kommunikativ zu begleiten.

der Gruppe Verteidigung:

4. das Dokumentationsprinzip konsequent an-
zuwenden und dabei schriftliche Verträge zu
erstellen sowie alle Sponsoringleistungen in
den Büchern abzubilden.
5. diesen Prüfbericht und später auch die vom
GS-VBS erstellte Handlungsrichtlinie im Rah-
men der Geschäftsleitungssitzung der einzel-
nen Verwaltungseinheiten zu thematisieren.
6. zu prüfen, ob die Pauschalbeträge für Rap-
porte von Grossen Verbänden erhöht werden
sollten, um deren Durchführung ohne pas-
sives Sponsoring sicherzustellen.

Quelle: Interne Revision VBS, Prüfbericht «Spon-
soring im VBS», Bern, 31. Oktober 2019, Abklärung
A 2019-11

Roland Haudenschild

