

Zeitschrift: ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische Militärzeitschrift
Herausgeber: Schweizerische Offiziersgesellschaft
Band: 146 (1980)
Heft: 11

Artikel: Psychologische Kriegführung
Autor: [s.n.]
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-52887>

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: 18.02.2026

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

Psychologische Kriegführung

Lt Martin Blatter

Der Zweite Weltkrieg ist Hauptzeuge der psychologischen Kriegführung: 8 Milliarden Flugblätter wurden auf Europa abgeworfen. Zweck: Beeinflussung der Kämpfenden und der Zivilbevölkerung. Mit dem Nuklearkrieg wächst die Beeinflussungsmöglichkeit. Die Abwehrmassnahmen sind bescheiden. ewe

Einleitung

Psychologische Kriegführung oder Psywar ist eine Art von **Krieg, der im Hintergrund sein Dasein fristet**. Es ist nicht der Krieg der Spannung, in dem die militärischen Kräfte direkt aufeinanderstossen. Gerade deshalb gerät die psychologische Kriegführung oft in Vergessenheit.

Es ist auch schwer, die direkten Folgen der psychologischen Kriegführung festzustellen. Erst die Zahl der Aktionen weist auf ihre Wichtigkeit hin. So warfen die Amerikaner während des Zweiten Weltkrieges ungefähr **acht Milliarden Flugblätter über dem europäischen Kriegsschauplatz** ab. Dabei ist die Flugblattaktion nur ein Teil der psychologischen Kriegführung. Es wurden ausserdem Fälschungen verfertigt, Filme hergestellt, das Radio brachte Informationen auf allen Wellen in fast jeder Sprache und jedem Code. Streichhölzer, Lautsprecher, Süssigkeiten, Kleinbilder und viele andere Dinge ergossen sich auf die Kämpfenden und Nichtkämpfenden. Gewiss, die Vergeudung war gross, aber die Wirkung oft nicht minder (siehe ASMZ Nr. 4/1979 «Krankheit rettet, ein Beispiel psychologischer Kriegführung»).

Jede im Kriege verwickelte Regierung musste sich mit der psychologischen Kriegführung auseinandersetzen. Jeder amerikanische Oberbefehlshaber, der die Möglichkeit der psychologischen Kriegführung hatte, wandte sie an (Bild 1).

Geschichte

Psychologische Kriegführung ist fast **so alt wie die Menschheit**. So schreibt der griechische Geschichtsschreiber Herodot, dass Themisocles die besten Segelschiffe nahm und an den Stellen, wo die Ionier am nächsten Tage vorbeikamen, folgende Inschrift anbringen liess: «Ihr Männer Ioniens tut unrecht, gegen eure Väter zu kämpfen und bei der Versklavung Griechenlands zu helfen. Kommt doch lieber zu uns, oder wenn ihr es nicht vermögt, zieht eure Streitkräfte aus dem Kampf zurück und veranlasst die Karier, dasselbe zu tun. Wenn euch keines von beiden möglich ist und ihr durch eine zu harte Notwendigkeit gebunden seid, so haltet euch, wenn wir im Kampfe stehen, absichtlich zurück und denkt daran, dass ihr von uns abstammt, und dass die Feindschaft der Barbaren gegen uns ursprünglich von euch herührte.»

Ähnlich waren die **Aufrufe gegen Ende des Zweiten Weltkrieges** (Bild 2). So stand auch in der Zeitung «Für Deutsche» (herausgegeben von den Alliierten): «Für Hitler und Partei sterben oder für die Heimat und Familie leben? Entscheidet euch – Tod und Vernichtung oder Leben und Rückkehr?»

Wie dieses Beispiel deutlich aufzeigt, gehen psychologische Kriegführung und Propaganda ineinander über. Bei einer allgemeinen Differenzierung wäre die **Propaganda** eher als Mitteilung einzustufen, in der versucht wird, die Regungen und Handlungen einer bestimmten Gruppe zu beeinflussen. **Der psychologischen Kriegführung (Psychological Warfare)** geht es um die **Beeinflussung des Feindes** (Soldaten wie Zivilpersonen), um gewisse militärische Operationen zu unterstützen. Unter dem Begriff des psychologisch geführten Krieges (war psychologically conducted) versteht man die zeitliche und thematische Abstimmung der politischen Propaganda auf umstürzlerische und militärische Bemühungen von Diktatoren in Verbindung mit der Anwendung der Ergebnisse moderner Psychologie zur Erreichung politischer und militärischer Ziele.

Einfluss der Psychologie?

Trotz neuer Waffensysteme und Techniken werden die, welche Waffen und Kriegsgeräte bedienen, immer Menschen sein. Deshalb bleiben die menschlichen Schwächen innerhalb eines Krieges auch immer dieselben. Die psychologische Kriegführung macht sich diese Schwächen zunutze.

Kriege werden meist ausgetragen, um beim Feind eine politische und psychologische Änderung zu bewirken. Kriege mit dem Ziel der Ausrottung

Das ist das Ende:

Patton über den Rhein südlich Mainz

MONTGOMERY ERZWINGT

ÜBERGANG ÜBER NIEDERRHEIN

**Amerikaner vernichten 7. Armee
und 1. Panzer-Armee**

Pfalz und Saargebiet überrannt

**Über 1 100 000 Gefangene
seit der Invasion**

Bleibt am Leben!

This is it!

Putton across the Rhine south of Mainz

MONTGOMERY FORCES

CROSSING OF THE LOWER RHINE

**Americans annihilate 7th Army
and 1st Tank Army**

Palatinate and Saar overrun

**More than 1 100 000 prisoners
since the invasion
Hang on to life!**

Bild 1. Direkter Befehl an die Feindtruppen.

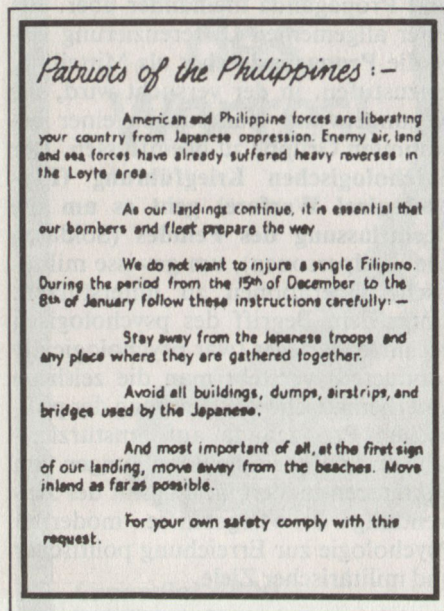


Bild 2. Amerikanisches Flugblatt für die philippinische Zivilbevölkerung.

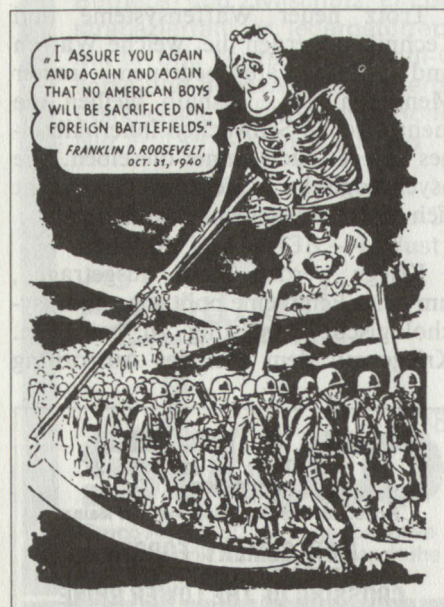


Bild 3. Deutsches Flugblatt zur Zersetzung der Kampfmoral (italienische Front 1944).

sind eher selten. Der Ausspruch Carl von Clausewitz: «Der Krieg ist nichts als eine Fortsetzung des politischen Verkehrs mit Einmischung anderer Mittel» behält seine Wahrheit. Der Krieg ist eine Art der Meinungsveränderung – eine wirkungsvolle, aber inhumane und gefährliche. So vermag

der Krieg die Menschen in einen Geisteszustand zu versetzen, der sie weniger kritisch macht. Durch die Grausamkeiten wird jedem gebildeten Menschen die Sinnlosigkeit des Krieges offenbar und führt zur Überkompensation; die Menschen ergeben sich Illusionen. Sie übernehmen Ideen, Vermutungen und Behauptungen ohne grosse Selbstkritik; sie werden suggestibel.

Gurbisch hatte interessante Versuche durchgeführt. So konnte er einer Mehrzahl von Leuten einreden, dass sie in ihrem ausgestreckten Arm einen elektrischen Strom zu spüren schienen. Erstaunlicherweise standen diese Leute nicht unter Druck, und es waren Leute wie Lehrer, Ärzte, Kriminalbeamte usw. Sie wurden einzig durch den Hinweis, es handle sich um parapsychologische Phänomene, suggestibel gemacht. Aus diesem lässt sich nur erahnen, wie gross die Anfälligkeit im Krieg ist. Dr. med. Klaus Ernst: «Keineswegs dürfen wir uns im Glauben wiegen, es seien in erster Linie seelisch abnorme, etwa dumme, haltlos oder geltungssüchtige Menschen, die suggestionsanfällig werden.» Es gibt auch keine besondere Charaktertypen, die gegenüber der Suggestion unempfindlich sind.

Die Methode

Es beginnt meist mit der **Diffamierung von Persönlichkeiten**, wobei ihnen zuerst ganz normale, menschliche Motive unterstellt werden; «die ausgesprochene Liebe zu Geld ... das Versagen als Sportler ...» Es werden Schwächen gesucht, die mit der Person etwas zu tun haben, damit eine Identifikation überhaupt möglich ist. Der nächste Schritt liegt auf der Hand: Es wird angezweifelt, ob die betreffende Persönlichkeit der Rolle gewachsen ist. Der letzte Schritt ist dann die Herabsetzung des Führers oder der Idee (Bild 3). Ein typisches Beispiel für letzteres ist auch ein deutsches Flugblatt für die Franzosen 1939/40:

«Soldat Français

Es-tu content de la nourriture? Tes officiers sont-ils bons camarades? Es-tu bien équipé?

Si oui: Fais ton devoir et meurs!

Si non: Fais valoir tes droits!

Sois courageux et gueles.»

Die Wirkung besteht nicht darin, dass die Einheit sofort aufgibt. Andererseits müssten es Supermensch sein, die mit gleicher Überzeugung in den Kampf zögen.

Einen klaren Erfolg der psychologischen Kriegführung zeigt das folgende **Beispiel auf Okinawa**. Die japanischen Truppen hatten sich eingegraben. Die Amerikaner mussten den Kampf unter

hohen Verlusten weiterführen. Die heftigen Bombardierungen und selbst die gepanzerten Bulldozer, mit denen die Stellungen zugedeckt wurden, zeigten keinen Erfolg, da die Japaner durch vorgefabrizierte Stollen teilweise entkamen und später in der Nacht wieder angreifen konnten. Aus dieser Notlage entstand die Idee, mit Lautsprechern zu arbeiten. Im Hauptquartier sass amerikanische Japaner, denen durch Spezialkurse der amerikanische Akzent abgewöhnt worden war. Als die Panzerverbände aufrollten, konnte der Panzerkommandant sein Funkgerät als Relaisstation zu den Lautsprechern benutzen. Das Tal erfüllte plötzlich eine Stimme, die von allen Seiten zu kommen schien. In japanischer Sprache wurde verkündet: «Achtung, japanische Truppen! Achtung! Hier ruft der amerikanische Panzerkommandant. Ich bin im Begriff, jeden Widerstand in diesem Tal zu vernichten. Achtung, ich habe Flammenwerfer, sie werden gegen alle Unterstände und Höhlen eingesetzt werden! Achtung, Flammenwerfer werden eingesetzt werden! Granatfeuer wird die Eingänge der Höhlen verschütten. Kein Japaner kann entkommen. Die japanische Belegschaft erhält den Befehl zum Einstellen des Widerstandes. Die Japaner müssen sich vor dem Friedhof versammeln, zur linken Seite der Amerikaner, zur rechten Seite der Japaner.» Erst kam ein japanischer Soldat, dann erschienen weitere in kleinen Gruppen. Einige, bei der Hügelspitze, schienen zu verharren, worauf



Bild 4. Amerikanischer Passierschein für Deutsche (Westfront 1944/45).

sich der Sprecher wieder einschaltete: «Achtung, an alle japanische Soldaten, die noch auf der Hügelspitze sind! Die japanischen Truppenteile, die hinter uns liegen, haben sich uns, auf Befehl von Oberst Musashi, gestern Abend ergeben und sind nun in Sicherheit. Ihr sollt bald dieselbe Chance erhalten. Achtung, ich werde bald den Hügel hinaufkommen ...» Darauf machten sich die letzten Japaner auf den Weg zum abgemachten Treff.

Wie dieses Beispiel zeigt, wurde die psychologische Kriegführung häufig bei Übergabe angewendet. Dies ist sicher nicht die Hauptaufgabe, aber hier lassen sich die Erfolge direkt messen. Ähnliches bezwecken die **Passierscheine**, wie sie zum Beispiel von den Amerikanern während des Zweiten Weltkrieges abgeworfen wurden. Dieser Passierschein verspricht ein einfaches Überlaufen ohne grosse Formalitäten und Verhöre, gute Verpflegung, ärztliche Behandlung und die Entfernung aus der Gefahrenzone (Bild 4). Wer einen solchen Schein «für alle Fälle» einsteckt, hat im Grunde seine Kampfmoral bereits verloren und ist somit der psychologischen Kriegführung erlegen.

Es ist schwer, die Erfolge messen zu wollen, denn die psychologische Kriegführung beabsichtigt meistens, **seelische Reaktionen auszulösen und keine sofortige Handlung**. Dieses Ziel wird nur dann erreicht, wenn die Propaganda stetig ist und sich wiederholt. Im weiteren muss das Ziel tief in der Realität eingebettet sein. So kann ein Pressebericht des Feindes, in dem über die Hinrichtung von Schiebern im Lebensmittelbereich berichtet wird, Ausgangslage für eine Kampagne werden. Oder es wird ein Flugblatt entworfen, in dem die Fouriere aufgefordert werden, alle Lebensmittelkonserven zu vernichten, die keine Etiketten aufweisen, weil eine Lebensmittelvergiftung zu befürchten sei. Im Kriege ist Stoff genug vorhanden!

Die Leitung der psychologischen Kriegführung muss **die Besonderheiten der Gruppe wie auch der Gesellschaft genauestens kennen**. Der Russe Seleznev sah beispielsweise zwischen den Italienern und den Finnen folgende Unterschiede: «Die italienischen Soldaten zeichneten sich durch ihre Heftigkeit, durch die Neigung zu unbeachteten Entscheiden, durch den Mangel an Ausdauer und Hartnäckigkeit aus. Sie waren aber sehr leichtgläubig gegenüber verschiedenen Nachrichten und Gerüchten. Der italienische Soldat ist sehr religiös und abergläubisch. Ganz andere Merkmale der nationalen Psychologie besitzen die finnischen Soldaten: strenge Sitten, starkes Selbstbe-



Bild 5. Einschüchterung (Korea-Krieg).

wusstsein, Langsamkeit und Bedachtsamkeit bei der Entschlussfassung, schwach entwickeltes religiöses Gefühl ...» Hier geht es nicht darum, die Richtigkeit des Bildes des russischen Obersten zu beweisen. Es soll nur aufzeigen, wie genau die Stellen der psychologischen Kriegführung beobachten müssen, damit ihre Kampagne auf die Realität stösst und so ihre Wirkung erhält. Dabei ändert sich die Psychologie der Nation von Situation zu Situation.

Auch in der Schweiz gab es eine Zeit, in der unser Volk sehr empfindlich für Gerüchte war. «**Gerüchte haben wir in der Schweiz zum Beispiel während der ersten Maitage des Jahres 1940 erlebt**, in der Zeit unmittelbar nach der Besetzung Norwegens und Dänemarks durch die Deutsche Armee. Niemand wusste damals kurz vor dem Überfall auf Belgien, Holland und Luxemburg, ob der Krieg uns mittelbar bevorstehe oder ob er uns nochmals verschonen werde. In jenen Tagen kam es mehrfach vor, dass Wehrmänner aus dem Aktivdienst ihren Angehörigen nach Hause telefonierten und andeuteten, sie hätten von höherer militärischer Stelle erfahren, dass eine deutsche Invasion der Schweiz wahrscheinlich in wenigen Tagen zu erwarten sei. Wenn auch rückblickend keine katastrophalen Folgen jener Gerüchtewelle zu verzeichnen sind, so wurden doch nicht wenige Familien durch sie zur fluchtartigen Evakuierung in die Zentralschweiz veranlasst» (K. Ernst). Man kann sich nur vorstellen, wie die Wirkung einer deutschen Propaganda in dieser Situation gewesen wäre.

ALLIIERTES  ERKOMMANDO
(Supreme Headquarters Allied Expeditionary Force)

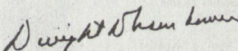
BEFEHL

AN DIE VERSPRENGTEN
DEUTSCHEN TRUPPENTEILE

Das schnelle Vordringen der Alliierten hat es mit sich gebracht, dass zahlreiche deutsche Einheiten versprengt und aufgelöst worden sind und daher von zuständiger deutscher Seite keine Befehle mehr erhalten können.

Um nutzlose Opfer an Menschenleben zu vermeiden, ergeht daher folgender Befehl:

- 1.) Deutsche Soldaten, die abgeschnitten oder versprengt wurden, sowie Einheiten, die vom deutschen Kommando keine Befehle mehr erhalten, haben sich beim nächstliegenden alliierten Truppenteil zu melden.
- 2.) Bis dahin ist der Einheitsführer bzw. rangälteste Unteroffizier für die Disziplin seiner Mannschaft verantwortlich. Die umstehenden Verhaltensmassregeln für versprengte Einheiten treten mit sofortiger Wirksamkeit in Kraft.


DWAYT D. EISENHOWER

Oberbefehlshaber der Alliierten Streitkräfte

Bild 6. Befehl Eisenhowers an zersprengte deutsche Truppenteile.

Das auslösende Moment solcher Paniksituationen ist die Angst (Bild 5). Diese Angst ist um so stärker, je grösser die Lebensgefahr, und sie kann auch durch die psychologische Kriegführung unterstützt werden. Mit Flugblättern wird an die Emotionen appelliert, die im Zusammenhang mit den Sorgen ums Leben stehen. So stand auf einem sowjetischen Flugblatt:

«Hitler wird erdrückt: Soldaten! Wollt ihr wissen, wie stark die antinazistische Koalition ist? Die Zahlen sollen sprechen. Auf der Seite der USA, der Sowjetunion und England sind

Bevölkerung – 1725 Millionen
Soldaten – 50 Millionen
Flugzeuge – 110 000
Geschütze – 90 000
Panzer – 85 000

Diese gewaltige Macht kann Hitler nicht bezwingen, er wird erdrückt!»

Abwehrmassnahmen

Gibt es nun einen Schutz vor der psychologischen Kriegführung des Gegners? Professor Dr. Paul M.A. Linbarger sieht zwei wichtige **Grundregeln**:

1. Die Geheimhaltung soll nur auf das Notwendigste beschränkt werden. Es soll nur für geheim erklärt werden, aus dem der Feind Nutzen ziehen kann.
2. Es sollten nicht Personen unberechtigt höher klassifizierte Informationen als anderen gegeben werden, da die bevorzugten Persönlichkeiten versucht sein werden, ihre Kenntnisse zu verändern. So soll entweder die ganze Einheit die Information erhalten oder überhaupt nicht.

Der Hauptakzent bei den Abwehrmassnahmen liegt auf der defensiven psychologischen Kriegführung. Ein Beispiel ist die **deutsche Abwehr gegen die alliierte psychologische Kriegführung** (Bild 6). Die deutschen Truppen kämpften weiter, obwohl sie eigentlich nicht mehr kämpfen sollten. Der Erfolg der deutschen Abwehr ist aber nicht nur ihrer Propagandamaschinerie zuzuschreiben, die unaufhörlich die Truppen informierte (zwar hoffnungslos verdrehte Informationen, aber dennoch Informationen). Der Grund war auch «... die gute Versorgung der deutschen Truppen hinsichtlich der Verpflegung, des Nachschubs, der Verbindung und der Waffen» (Dr. P.M.A. Linebarger). Die Truppe war im Glauben, es ginge ihr besser, als es in Wirklichkeit war.

Leider gelingt die totale **Abschirmung der feindlichen Propaganda** nicht. So hatten die Deutschen während des Krieges versucht, den Sender BBC zu stören. Der Erfolg war nur dürftig. Wie das untenstehende Schema zeigt, gibt es bei massiver Feindpropaganda nur zwei Möglichkeiten:

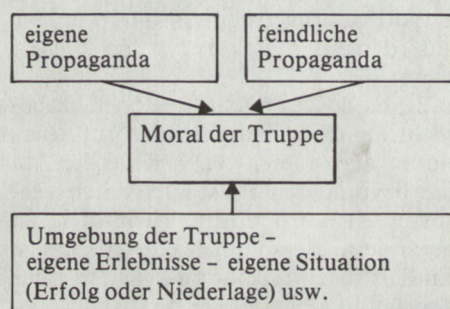
1. In der Umgebung der Truppen jede Disharmonie vermeiden, was in Anbetracht eines Krieges vermutlich unmöglich ist. Dennoch gibt es hier einige Faktoren, die man beachten sollte:

- Gruppenbindungen immunisieren gegen Argumente, die den Gruppenwerten entgegengesetzt sind.

- Aktive Teilnahme von Personen, die überzeugt werden sollen, ist wirksamer, als wenn sie nur ein passives Auditorium bilden.

- Wenn Personen genötigt werden, gegen ihre Überzeugung zu argumentieren, übernehmen sie unbewusst etwas von dieser Argumentation.

2. Die eigene Propagandatätigkeit erhöhen, wobei die Wirksamkeit nicht von der Anzahl der Aktionen, sondern von der Glaubwürdigkeit abhängig ist. Um die Glaubwürdigkeit zu steigern, müssen die Beeinflussungsversuche möglichst getarnt werden, da die blosse Etikettierung einer Aussage als Propaganda bereits deren Wirkung vermindert.



Psychologische Kriegführung in der Zukunft

Was für eine Rolle die psychologische Kriegführung in der Zukunft spielen wird, lässt sich heute nur mutmaßen. Sicher ist, dass die Wissenschaft heute in Sachen Kommunikations- und Wirkungsforschung um ein Weites voraus ist. Aber ein Raster wurde bis heute nicht gefunden, mit dem sich praktisch jede Meinungsbildung herauslesen liesse. Dazwischen ist eben ein Mensch, der sich nicht wie eine Maschine behandeln lässt, der man auf einer Seite etwas eingibt und die auf der anderen Seite die gewünschte Reaktion zeigt. Dennoch wäre es fahrlässig, diese Art von Krieg irgendwie verdrängen zu wollen. Die psychologische Kriegführung vermag viel, wenn sie richtig eingesetzt wird. Peter Watson: «However, psychological warfare is probably more effective than many of the Vietnam commanders gave it credit for.»

Ein zukünftiger Krieg wird eine **neue Angstquelle** mit sich bringen: die **atomare Bedrohung**. Der russische Oberst Seleznev erkannte schon vor rund zwanzig Jahren die Wichtigkeit dieses Kriegsmittels: «Die Verwendung von Massenvernichtungsmitteln wird ohne Zweifel auch die psychische Belastung der Menschen verschärfen, die diesen Kampfmitteln ausgesetzt werden. Die kämpfenden Parteien werden versuchen, durch entsprechende Mittel und Methoden die psychologische Einwirkung auf den Moralezustand zu verstärken ...» Oder: «Zur Vervollkommenheit unserer ideologischen Waffe wären noch Untersuchungen durchzuführen über die konkreten Fragen der Propagandatätigkeit und der Methodik zur Beurteilung der moralisch-psychologischen Einwirkung der modernen Kriegsmittel auf Bewusstsein, Gedanken und Gefühle der Soldaten und der Zivilbevölkerung ...».

Was sich aus dem Gesagten ableiten lässt, sagt P.M.A. Linebarger: «**Je mehr die Menschen über die Propaganda Bescheid wissen, um so besser können sie ihr widerstehen.**»

Literatur

Daugherty William: **A psychological warfare casebook**. Baltimore: The Jons Hopkins Press 1957.

Ernst Klaus: **Gerüchte, Panik, Massenvahn**. Arbeitsheft D5 vom Schweizerischen Aufklärungsdienst, Zürich 1969.

Linebarger Paul M. A.: **Schlachten ohne Tote** (psychological warfare). Frankfurt, Verlag: E. S. Mittler & Sohn 1960.

Noelle-Neumann Elisabeth: **Publizistik**, Frankfurt, Fischer Taschenbuch Verlag 1971.

Seleznev I. A.: **Krieg und ideologischer Kampf**. Moskau, Militärverlag des Verteidigungsministeriums der UdSSR, 1964. (Gekürzte Übersetzung): Swiss Keastein Institut, Berne).

Watson Peter: **War on the mind**. London, Hutchinson & Co. 1978.

Bücher und Autoren:

Pflicht zur Nichtbefolgung von Kriegsbefehlen

Von Dietrich Daubitz. Selbstverlag, Luzern 1979.

Bis in die Mitte des 19. Jahrhunderts galt in allen Armeen der Grundsatz, dass militärischen Befehlen, sei es im Frieden oder Krieg, vorbehaltloser Gehorsam geschuldet werde. Erst vor etwa hundert Jahren fand der Gedanke Eingang in die Militärstrafgesetze, dass militärische Befehle mit verbrecherischem Inhalt nicht nur nicht befolgt werden müssen, sondern auch nicht ausgeführt werden dürfen. Dieses Prinzip ist heute allgemein anerkannt; es war insbesondere wegleitend für die Rechtsprechung im grossen Nürnberger Kriegsverbrecherprozess. Im schweizerischen Militärstrafrecht findet die - auf Dienstsachen beschränkte - Gehorsamspflicht (MStG Art. 61) darin eine Einschränkung, dass sich der Untergebene strafbar macht, wenn er sich bei der Ausübung des Befehls bewusst war, an einem Verbrechen oder Vergehen mitgewirkt zu haben (MStG Art. 18 Abs. 2).

Die lesenswerte Zürcher Dissertation von Dietrich Daubitz setzt sich mit der in der jüngeren Strafrechtsliteratur vielbeachteten Frage nach dem Recht bzw. der Pflicht zur Nichtbefolgung militärischer Befehle auseinander. Daubitz schildert die Entwicklung und heutige Ausgestaltung dieses modernen Prinzips und weist vor allem die nicht geringen Schwierigkeiten nach, die sich seiner praktischen Verwirklichung in den Weg stellen. Diese liegen einerseits in der bedrängenden Zwangslage, in der sich jeder Befehlsempfänger im Krieg befindet, sowie in der strafrechtlich ungenügenden Erfassung von Widerhandlungen auf der nationalen Ebene. Die grösste Schwierigkeit erwächst der praktischen Anwendung daraus, dass es in den meisten Fällen für die Betroffenen sehr schwierig, wenn nicht sogar unmöglich ist, die verbotene Kriegshandlung als solche richtig zu erkennen. Um die meist in Reglementen und Merkblättern umschriebenen, im Strafrecht aber nur mit Generalklauseln umrissenen verbrecherischen Kriegshandlungen konkreter zu erfassen, macht der Verfasser den Vorschlag, die wesentlichsten Verbrechenstatbestände, die sich aus den Schutzvorschriften für die Menschenrechte ergeben, einzeln in das materielle Militärstrafrecht einzubauen. Auf diese Weise könnten diese Tatbestände schon im Frieden allen im Krieg handelnden Personen deutlich gemacht werden. Kurz