

**Zeitschrift:** ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische Militärzeitschrift  
**Herausgeber:** Schweizerische Offiziersgesellschaft  
**Band:** 178 (2012)  
**Heft:** 12

**Artikel:** Chance Miliz : Herausforderung "Social Media"  
**Autor:** Arnold, Michael  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-309713>

### **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:** 22.02.2026

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

# Chance Miliz – Herausforderung «Social Media»

**Chance Miliz als Forum zur Förderung des Miliz-Gedankenguts wird getragen von der Offiziersgesellschaft Luzern und der Zentralschule. Der Anlass 2012 am Armee-Ausbildungszentrum Luzern war einmal mehr eine gelungene Demonstration für unser einzigartiges Milizsystem. Doch die Beschwörung traditioneller Elemente genügt nicht. Angekommen in der Moderne, geht es auch darum, Menschen von diesem gesellschaftstragenden Modell neu zu überzeugen – und sich ihnen vielleicht auch auf «trendigen» Wegen anzunähern. Doch Vorsicht!**

Michael Arnold, Stv. Chefredaktor

Der frühe Wintereinbruch an jenem Samstag, 27. Oktober, dürfte noch manchem in Erinnerung geblieben sein, der an diesem Tag unterwegs war. Symptomatisch vielleicht für die Lage, in der sich unsere Armee befindet: Nach dem «bösen» Frühlingserwachen ist der mildere Nachsommer vorbei und es naht unerbittlich eine ungewisse Winterzeit. In der Tat sieht sich die Armee mit einer anhaltenden Schlechtwetterzone konfrontiert. In einem Land, das einerseits so extrem auf Sicherheit setzt, in dem alles Mögliche versichert wird und immer neue Ansprüche gestellt werden, da sieht die halbe Nation zu, wie andererseits die Institution Armee als letzter Garant für Friede

und Freiheit Schritt für Schritt zerlegt wird. Und wie bei jedem «Unglück» gibt es Gaffer, nicht ahnend, dass sie als nächste dran kommen könnten. Es gibt auch Verursacher, zum Teil offen sichtbar, zum Teil unter verschiedenen Deckmäntelchen verborgen.

Politik ist eine Kunst des Möglichen – und sie bestimmt auch die Geschicke der Armee. Einer Armee, die täglich unverzichtbare Leistungen erbringt und sich bereit hält, im Ernstfall das Land zu schützen und zu verteidigen. Aber schafft hierzu die Politik den glaubwürdigen Rahmen

Oblt Marco Parisi präsentiert Schnittstellen zwischen Eigenheiten der heutigen Generation und den Werten in der Armee. Podiumsleiter Dr. Dieter Wicki (li). Bild: HKA

und verlangt sie nicht das Unmögliche, indem andere «Sachzwänge» dauernd höher gewichtet werden, was dann weiter an die Substanz der Armee greift? So oder so: Die kostbarste Ressource der Armee ist der Bürger in Uniform. Gerade weil die Armee kleiner und gesellschaftlich diskreter wird, müssen sich die Angehörigen der Armee ernst genommen und unterstützt fühlen. Sie müssen vom Nutzen und der Schlagkraft der Truppe überzeugt sein. Das müsste auch einer breiten Öffentlichkeit wieder unter Beweis gestellt werden können.

Es sind solche Gedanken, die viele nach Luzern Gereiste beschäftigen. Nicht das erste Mal steht unsere Milizarmee am Scheideweg. Trotz allem besteht Hoffnung: auf politische Weitsicht, die Mitverantwortung des Bürgers in der Sicherheit, das grosse Potenzial des Milizsystems, die neuen Chancen der Kommunikation.

## Soldaten aus der besten Volkswirtschaft

Der Chef VBS, Bundesrat Ueli Maurer, brachte es in seiner Videobotschaft auf den Punkt: «Sicherheit – das Wichtigste im Land – kann man nicht delegieren. Da muss man selber schauen.» Wer im Weltvergleich so viele Rechte in Anspruch nehmen könne wie der Schweizer Bürger, müsse auch gewisse Pflichten erfüllen. Grundpfeiler der Armee sei deshalb die allgemeine Wehrpflicht. Das Milizsystem biete zudem eine sichere, relativ günstige und effektive Lösung. Im Gegensatz zu stehenden (Berufs-) Heeren könnten in der Schweiz Truppen nach Mass organisiert und aufgeboten werden,





je nach Lage und Aufgabe. Die Qualifikation der Truppe werde zudem entscheidend geprägt durch das hohe Know-how, das aus dem zivilen bzw. Berufsleben mitgebracht werde. Zu diesem Milizsystem gelte es Sorge zu tragen.

### Die Armee auf Facebook?

Der Professor für Sozialforschung und Methodologie an der Universität Basel, Dr. Manfred M. Bergman, wies auf die grosse Gemeinde von Facebook hin: eine Milliarde Mitglieder. Es gäbe aber keine allgemein gültige Charakterisierung der sogenannten «Facebook-Generation». Auch andere soziale Plattformen eigneten sich nicht, Einwegkommunikation (im Sinne von Werbung) zu betreiben. Gesellschaftliche Problemstellungen stünden zudem bei den Jungen nicht im Vordergrund, da von vorneherein klar sei, dass sie aufgrund der Alterspyramide zu den «Verlierern» zählen würden. Was die Milizarmee betreffe, so sei die Frage nach den Werten zu beantworten und danach, wie diese mit der «Facebook-Generation» in Bezug zu bringen wären. Hier sei aber der Dialog erfolversprechender als der Monolog (Selbstdarstellung). Social-Media-Plattformen könnten allenfalls genutzt werden, um den Austausch der Akteure innerhalb der Schweizer Armee zu fördern. Schnellschüsse seien auf jeden Fall zu vermeiden, da sie sogar kontraproduktiv wirken könnten, so Professor Bergman.

### Der Faktor Mensch

Für den Chef der Armee, Korpskommandant André Blattmann, steht und fällt die Milizarmee mit den Menschen, die sich dafür einsetzen. Dazu seien aber nicht nur die Angehörigen der Armee zu zählen, sondern auch die Bevölkerung als Rückhalt. Denn in unserem System seien Armee, Wirtschaft und Gesellschaft letztlich auch eine Schicksalsgemeinschaft. Es gelte daher auch seitens Armee, den Bürger in seiner Pflichterfüllung bestmöglich zu unterstützen. Also nicht andauernd mit hohem Aufwand nach Lösungen suchen für jene, die dieser Pflicht nicht nachkommen wollten. Nutzbares Optimierungspotenzial gäbe es eher beim besseren Miteinander von Militärdienst und Ausbildung sowie bei der Bereitschaft der Arbeitgeber, so dass die Besten zum Weitermachen in der Armee motiviert werden könnten.

### Was junge Milizoffiziere bewegt

Sind die Interessen der Jungen noch armetauglich?, könnte man fragen. Zwei junge Offiziere, beide Oberleutnant, äusserten sich in diesem Zusammenhang. So wies Daniel Weilenmann darauf hin, dass es heute zunehmend schwerer falle, sich in der Vielgestaltigkeit der Möglichkeiten und Lebensentwürfe zu positionieren. Die Militärlaufbahn sei zwar eine von vielen Optionen, doch wäre es auch die richtige?

### «Die beste Werbung für die Armee sind immer noch zufriedene Soldaten, welche dies auch in ihrem Umfeld kundtun.»

KKdt André Blattmann, Chef der Armee

Für Marco Parisi ist klar, dass junge Menschen bedeutend besser für eine Armeelaufbahn motiviert werden könnten, wenn die entsprechende soziale Anerkennung gegeben wäre. Wäre, denn es brauche hier einen Effort: 1. Präsenz der Armee in der «sozialen Welt», was Social Media einschliesse. 2. Aufzeigen des Mehrwertes der Offiziersausbildung; 3. Anrechenbarkeit von militärischen Leistungen im zivilen Leben.

### Mehrwert zu wenig kommuniziert?

Die Podiumsdiskussion unter Leitung von Dr. Dieter Wicki ergab einige wichtige Erkenntnisse, auch überraschende. So legte der Unternehmensberater Jörg Lienert dar, dass der Markt für Führungsausbildung zwar übersättigt sei, aber die Armee in einer entscheidenden Tatsache kaum konkurrenziert werde: der Möglichkeit für angehende Führungskräfte in der Privatwirtschaft, praktische Führungskompetenzen schon in jungen Jahren zu erlangen. Trotzdem habe der militärische Grad bei Bewerbungen an Bedeutung eingebüsst, ja werde oft sogar nicht mehr angegeben ... Sind die Personalverantwortlichen denn noch im Bild über die Armeelaufbahnen und die daraus resultierenden Kompetenzen?

Prof. Dr. Staffelbach von der Universität Zürich ergänzte dazu, dass Studien belegen: Der Arbeitsmarkt bestrafe Unteroffiziere nicht und belohne Offiziere sogar. Zurück zu Facebook sprach sich Staffelbach für die These aus, dass die hierarchische geprägte Kultur der Armee der offenen Facebook-Kultur diametral entgegen stehe. Authentizität, Glaubwürdigkeit, hohe Verbreitungsgeschwindigkeit und Reichweite seien Merkmale, die für eine Öffnung der Armee gegenüber sozialen Medien sprächen. Doch zugleich die Warnung: Die Eigendynamik solcher Netzwerke könne auch gegenteilige Effekte hervorrufen. Der Armeechef betonte seinerseits nochmals, dass soziale Medien helfen können, die Botschaften der Armee zu verbreiten. Das Ziel müsse allerdings mit kleinen, überlegten Schritten angegangen werden.

### Anbiederung ist der falsche Weg

Die Luzerner Regierungspräsidentin, Yvonne Schärli-Gerig, ging in ihrer Grussbotschaft auf das Spannungsfeld von Tradition und Moderne ein. Der Wandel erfasse auch Tradiertes – und oft Liebgewonnenes, möchte man ergänzen. Dieser Herausforderung müsse man sich stellen und bereit sein, sich Veränderungen anzupassen. Das gelte auch für die Armee, ohne dass sie sich jetzt aber «anzubiedern» brauche.

Diese Botschaft, so allgemein sie gehalten ist, hat eine grosse Relevanz für die Milizarmee. Wir alle sind aufgerufen, nicht wirkliche und scheinbare Widersprüche zu zelebrieren, sondern Brücken zu bauen. Eine davon führt von der Vergangenheit in die Zukunft. Nicht ohne Stolz dürfen wir dabei grosse Errungenschaften wie Frieden, Freiheit und Werte im Gepäck mit führen. Darauf baut auch die Zukunft, ihre Sicherheit – und die Legitimation der Armee. Es ist tatsächlich eine Chance, diese Milizarmee intelligent weiter zu entwickeln. Doch vergessen sollten wir dabei eines nicht: Wir leben nicht im Gestern und im Morgen. Kümmern wir uns nach all den Berichten und Planungen genug um die heutige Armee, die Realität ist, wo den Problemen nicht ausgewichen werden kann? Oder überlassen wir da die Miliz sich selbst?

*Teile des Artikels (Aussagen der Referenten) stützen sich ab auf den lesenswerten Sonderdruck der Neuen Luzerner Zeitung zum Anlass, herausgegeben am 29. 10. 12. Danke dem Redaktionsteam Chance Miliz.* ■