

Zeitschrift: ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische Militärzeitschrift

Herausgeber: Schweizerische Offiziersgesellschaft

Band: 179 (2013)

Heft: 1-2

Artikel: Militär und Medien. Teil 1

Autor: Müller, Thomas A.

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-327616>

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: 11.01.2026

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

Militär und Medien (1/2)

**Militär und Medien: bis heute kein einfaches Verhältnis.
Es ist auf beiden Seiten geprägt von Empfindlichkeiten und Vorurteilen, aber auch von anerkennenswerten Motiven.
Der vorliegende erste Teil ist einem Überblick über die Entwicklung seit dem Vietnamkrieg gewidmet, im zweiten Beitrag folgt eine Darstellung der Akteure, Mechanismen und Tendenzen von heute.**

Thomas A. Müller

Wenn von der Macht der Medien die Rede ist, dann geschieht das häufig unter Hinweis auf den Vietnamkrieg. Dieser soll zu Hause in den USA verloren worden sein, weil ihn die Medien moralisch und politisch desavouierten. Diese Aussage hat durchaus ihre Richtigkeit. Die amerikanischen Bürger, am Fernsehen Heile-Welt-Serien wie die um den Colliehund «Lassy» oder den Delfin «Flipper» gewohnt, wurden von brutalen, unzensurierten Bildern aus Südostasien schockiert. Der Krieg wurde zum «living-room-war». Doch so einfach, wie das häufig angenommen wird, gestalteten sich die Verhältnisse nicht. Die Alleinschuld der Medien ist ein Mythos. Analysen haben ergeben, dass nur in einem Fünftel aller spezifischen Sendungen Kampfhandlungen zu sehen waren und nur in einem Viertel Tote und Verwundete. Die US-Bevölkerung stand – Medien hin oder her – nie geschlossen hinter diesem Einsatz, und die Massenproteste begannen schon früh. Gewiss ist indessen, dass Stimmung und Berichterstattung in engem Wechselverhältnis standen, sich also gegenseitig hochschaukeln konnten.

Von Falkland bis Panama

Man lernte schnell. Während des Falklandkrieges 1982 unterstanden die britischen Medien einer strengen Zensur. Diese ging so weit, dass Fernsehkameras untersagt wurden. Ein Jahr später, bei der US-Invasion in Grenada, wurden die Massnahmen bis ins Groteske verschärft: Die Medienleute betraten nicht einmal den Boden der Antilleninsel. Vielmehr wurden sie nach Barbados geflogen, und dort versorgte sie das Militär mit Material für ihre Berichterstattung.

Es hagelte Kritik aus Medienkreisen. In der Folge schlug die US-Administra-

tion für die Panama-Invasion 1989 einen neuen Weg ein, der mit dem Golfkrieg von 1991 zum Standard wurde: die «Pools». Einer kleinen Zahl von Journalisten wurde der Zugang zu Informationen vor Ort ermöglicht, und sie hatten das Material an ihre nicht berücksichtigten Kollegen weiterzugeben. Diese Regelung, die auf die Initiative der Medien zurückging, stellte niemanden richtig zufrieden. Die Journalisten monierten, dass sie mit ihrer Unabhängigkeit für einen Zugang zum Geschehen bezahlten, der zwar besser als früher war, aber noch lange nicht genügte.

Das «Embedding»

Unter US-Verteidigungsminister Donald Rumsfeld wurde 2002 das Konzept des «Embedding», also eines «Einbettens» ins taktische Dispositiv, entwickelt. Man integrierte die Medienleute in die Truppe,

und diese waren damit mitten im Geschehen, das sie über einen längeren Zeitraum mitverfolgen konnten. Sie waren nicht gezwungen, ihr Material mit Kollegen zu teilen, und konnten eine persönliche Note einbringen. Zu Beginn des Irakkriegs 2003 fand der Begriff des «Embedding» über die Fachwelt hinaus grosse Verbreitung, ja er wurde zum Modewort des Jahres.

Wollten Journalisten ins «Embed»-Programm aufgenommen werden, hatten sie eine einwöchige militärische Grundausbildung zu absolvieren, das «Media Boot Camp». Vor der Operation «Iraqi Freedom» waren das insgesamt über 600 Personen. Sie wurden in Themen wie ABC-Kriegsführung, direktes Feuer, Minen, erste Hilfe im Gefecht, taktische Märsche und Verhalten bei Gefangennahme ausgebildet. Ein Teilnehmer beschrieb das

Ein «embed» im Einsatz.

Bild: Spc. Jeffery Sandstrum US Army



Ganze als «abwechselnd spannend, unterhaltsam, erschreckend und körperlich äusserst anstrengend». Die Medienleute wurden mit ihrem künftigen Leben im Zug vertraut gemacht. Das war nicht jedermann's Sache, und mancher Teilnehmer stieg aus dem Programm aus. Mit ihrer Unterschrift erklärten sich die Journalisten mit den Einsatzregeln (Rules of Engagement) einverstanden: im Sinn der «Operations Security» keine Berichterstattung über laufende Operationen, über Truppenstärken und anstehende Aufträge, zudem kein eigenes Fahrzeug und die Bestätigung, dass man Regierung und Militär von jeglicher Haftung für körperliche Schäden freispreche.

Kritik

Das Konzept hat freilich seine Schwächen. Eine davon bildet die immer noch bestehende Gängelung der Medien. Bis April 2005 waren in den US-Medien Bilder von toten Soldaten, Leichenteilen und Särgen verboten. Eine externe Agentur sorgte im Auftrag der Regierung für ein systematisches Monitoring der Mediengesellschaft. Unbotmässige Journalisten verloren ihre Akkreditierung. Und auch in den Medienhäusern wurde harsch vorgegangen: Der Sender NBC entliess 2003 den Pulitzer-Preisträger Peter Arnett wegen eines Interviews, in dem dieser die Angriffe auf Bagdad analysiert hatte.

Ein zweiter Schwachpunkt sind die erheblichen Risiken, denen sich die «Embeds» aussetzen. In den zwei Monaten von «Iraqi Freedom» kamen 16 von 600 Medienleuten ums Leben. Die Todesrate unter den Journalisten war 45mal höher als jene der Truppe. Einen weiteren Kritikpunkt ergab die fehlende Distanz so-



Training für das Verhalten bei Gefangennahme.

Bild: B. Rudenko, Verteidigungsministerium
der Russischen Förderation

wohl zu den Soldaten, mit denen sich mancher «Embed» vorbehaltlos zu identifizieren begann, als auch zu den Geschehnissen. Eine Studie, die «Embedded»- von Nicht-«Embedded»-Berichterstattung vergleicht, kommt zum Ergebnis, dass erste im grossen Ganzen dem Militär gegenüber positiver eingestellt ist und mehr gut erzählte «Stories» aufweist. Zum fehlenden Abstand von den Ereignissen schrieb ein altgedienter Medienmann 2003: «Der Blick des Journalisten fällt durch den Sehschlitz des Panzers. Und der ist nicht sehr gross.»

Schliesslich sind auch die Politiker nicht nur angetan vom Konzept des «Embedding». Es können kritische Äusserungen der Truppe aufgegriffen und an promi-

nenter Stelle verbreitet werden. Das geht bis in die Generalsränge. So war ein Journalist des Magazins «Rolling Stone» 2010 mehrere Tage und Nächte unterwegs mit US-General Stanley McChrystal und publizierte dessen respektlose Äusserungen in grosser Aufmachung: Präsident Obama sei «schlecht vorbereitet» zu einem Meeting erschienen, «ängstlich» und «desinteressiert», Vizepräsident Biden ein «Leck-mich-Typ» und Sicherheitsberater Jones ein «Clown». Sein loses Mundwerk kostete McChrystal den Job. ■



Major a.D.
Thomas A. Müller
Dr. phil.
ehem. C Medien/stv. C
Kommunikation Log Br 1
8703 Erlenbach ZH


OldtimerKulturreisen
entdecken und geniessen Schweiz

49 Reisen à 2/3/5 Tage in 7 Regionen der Schweiz von April bis Oktober 2013

in kleinen Gruppen von 10 – 15 Oldtimer- und Youngtimer-Autos (Miete möglich)



www.oldtimer-kulturreisen.ch

