

**Zeitschrift:** ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische Militärzeitschrift  
**Herausgeber:** Schweizerische Offiziersgesellschaft  
**Band:** 183 (2017)  
**Heft:** 12

**Artikel:** Chance Miliz : attraktiver Militärdienst : ein Widerspruch?  
**Autor:** Troxler, Walter  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-730750>

### **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:** 18.04.2026

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

# Chance Miliz: Attraktiver Militärdienst – Ein Widerspruch?

**Was die Öffentlichkeit von der Armee erwartet – rasche Einsätze auf hohem Niveau in allen Lagen – kann nur durch eine gut ausgerüstete und ausgebildete Armee erreicht werden. Um die Armee zu alimentieren, braucht es zuerst aktive Information und in der Armee attraktive Ausbildungen.**

Walter Troxler, Redaktor ASMZ

Als Beispiel zeigte der Gast aus Finnland, Oberstleutnant Mano-Mikael Nokelainen, einen wesentlichen Aspekt auf: In Finnland leisten bis 80% der Stellungspflichtigen ihren Wehrdienst, während es in der Schweiz nur etwa 60% sind. Ob es eine Armee braucht, wird bei einer 1200 km langen Grenzen zu einem unberechenbaren Nachbarn, anders beantwortet als im Wohlfühlland Schweiz.

Die finnischen Streitkräfte haben seit ihrer Reform 2015 bessere Rückmeldungen zu ihren Ausbildungen und Übungen. Grossen Wert wurde auf verbesserte Information gelegt, weil dies die Motivation fördert und Sinn und Nutzen besser erkennen lässt. Die Armee muss Teil – nicht Konkurrent – der Wirtschaft und der Gesellschaft sein, um Talente zu nutzen.

## Sicherheit durch Klick im Internet?

Dienstleistungen des Staates wie Sicherheit werden selbstverständlich konsumiert. Wird jedoch persönliches Engagement verlangt, wird das, was als «Ersatz» gedacht war, plötzlich zur zentralen Sache. Regierungsrat Winiker betonte in seiner Grussbotschaft einige Forderungen:

Priorität hat die Armee; Ersatzdienst muss Ersatz bleiben; die junge Generation muss gewonnen und in Pflicht genommen werden; positive Erfahrungen aus der Armee können im Zivilen Nutzen bringen. Information über, ja Marketing für die Armee ist notwendig, um die Vorteile zu betonen und die Vereinbarkeit von Ausbildung und Armee aufzuzeigen.

## Militärdienst attraktiv – oder sinnstiftend?

Unmissverständlich war die Botschaft von KKdt Baumgartner: Um Erfolg zu ha-



Br Peter Baumgartner begrüsst die Gäste.

Bild: Marcel Stucki, ZEM

ben, braucht es Werte wie Disziplin, Ordnung und Kameradschaft. Zwingend nötig ist die korrekte Information an die jungen Männer und Frauen vor dem Orientierungstag, um ohne Zeitdruck Vor- und Nachteile abwägen zu können.

**«Wir müssen die Jungen so nehmen, wie sie sind, und nicht, wie wir sie gerne hätten.»**

Es gilt auch, den veränderten Umständen Rechnung zu tragen und die Rekruten aus dem Zivilleben abzuholen und durch progressive Leistungssteigerung ans Ziel zu bringen. In der Armee erreichte Kompetenzen müssen so nachgewiesen werden, dass die zivile Seite diese versteht und verwenden kann. Im Bericht zur Attraktivitätssteigerung ist zu lesen:

1. Schweizerinnen und Schweizern einen ihren zivilen Fähigkeiten entsprechenden Dienst ermöglichen, was zur Attraktivität des Militärdienstes beiträgt;
2. Verbesserte Vereinbarkeit von Militärdienst und ziviler Laufbahn;
3. Anerkennen des Nutzens der im Militär erworbenen Kenntnisse und Fähigkeiten;
4. Die Ausbildungsdienste sollen sinnvoll und herausfordernd gestaltet werden.

## Podien zu Erwartungen und Erfolgsfaktoren

Das auf Erfahrungen und Erwartungen ausgerichtete erste Podium zeigte ein mehrheitlich positives Bild, das geprägt ist durch Kameradschaft und Wertschätzung. Die Mutter eines Rekruten stellte fest, dass ihr Sohn sich persönlich entwickelt habe, auch dank klarer Regeln und dass das Bestehen der Anforderungen, auch mit Hilfe der Kameraden, positive Erlebnisse schaffe. Hierarchie ist nötig, aber erfahrene Soldaten können gute Ideen einbringen. Eine flexiblere Urlaubsregelung im Sinne von Geben und Nehmen könnte die Zahl der Dienstverschiebungen etwas senken.

Der Spagat eines attraktiven Militärdienstes ist – so eine Erkenntnis des zweiten Podiums – wegen der Heterogenität der Gesellschaft fast unmöglich. Zur erfolgreichen Gewinnung von Soldaten und Kadern trägt die Sinnggebung und die gründliche Information wesentlich bei.

Um Bildung, Wirtschaft und Armee verträglicher zu machen, müssen auch Bildung und Wirtschaft ihren Beitrag leisten, denn beide profitieren von der sicheren und stabilen Lage in der Schweiz. Nutzen und Wert der Armee ist je nach Altersgruppe, sozialer Lage und Bildung sehr unterschiedlich und die schnellen Veränderungen der komplexen Bedrohungslage fördern deren Akzeptanz auch nicht. ■