

Zeitschrift: ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische Militärzeitschrift
Herausgeber: Schweizerische Offiziersgesellschaft
Band: 186 (2020)
Heft: 5

Artikel: Strategische Kommunikation im Militär
Autor: Holenweger, Michael
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-880773>

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: 16.01.2026

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

Strategische Kommunikation im Militär

Das Konzept der strategischen Kommunikation verläuft innerhalb der Streitkräfte in Richtung einer integrierten Kommunikation, bei der eine eindeutige und durchdachte Kommunikationsstrategie und daraus abgeleitete Ziele formuliert werden. Die militärischen Einsätze sollen dabei als Handeln der Nationalstaaten oder von supranationalen Organisationen wahrgenommen werden. Bei der strategischen Kommunikation ist die Beteiligung der Führungskräfte zentral.

Michael Holenweger

Die heutigen Militäroperationen werden in einem Umfeld durchgeführt, das sich durch Komplexität und eine beispiellose Mehrdimensionalität auszeichnet. Der Einsatz des Militärs nimmt dabei unterschiedliche Formen an und erfordert ein hohes Mass an Flexibilität. Die als hybride Kriege bezeichneten Konflikte scheinen ein schwer zu beherrschendes Phänomen zu sein, in dem im Informationsbereich mittels Desinformationskampagnen, Propaganda, Cyber-Attacken, Manipulationen und Behinderungen von Wahlen und Abstimmungen versucht wird, Verwirrung, Chaos und Schaden anzurichten. Zudem wird versucht, die Souveränität des angegriffenen Staates zu untergraben oder ausser Kraft zu setzen, Wahlen zu beeinflussen und extremistische Bewegungen zu unterstützen. Das Informationsumfeld ist dabei ein idealer Raum für die Durchführung von Operationen asymmetrischer Natur, welche die charakteristischen Merkmale vieler Konflikte, welche in letzter Zeit entstanden sind, zu dominieren scheinen. Dieses sich wandelnde Umfeld hat die militärischen und politischen Entscheidungsträger zur Entwicklung von Massnahmen im Informationsumfeld gezwungen.

Strategische Kommunikation

Eine adäquate Antwort auf die neuen Herausforderungen im Umgang mit Krisen und Konflikten ist das Konzept der Strategischen Kommunikation (StratKom). Dieses Konzept basiert für die Streitkräfte auf nachfolgenden Überlegungen, unter Berücksichtigung der Grundlagen der sozialen Kommunikation und den Entwicklungen der Kommunikationstechnologien:

1. Die StratKom ist der gezielte Einsatz von Kommunikationsressourcen durch

einen Staat oder eine Organisation, um seine Ziele zu erreichen.

2. Die militärischen Führer werden in den Prozess der effektiven StratKom miteinbezogen. Das Militär kommuniziert, um mehr Einfluss in seiner Arena zu gewinnen. Aufgrund des zunehmend komplexen und vernetzten Umfeldes muss das Militär strategisch kommunizieren, um Aufmerksamkeit auf seine Einsätze, Dienstleistungen und Produkte zu lenken und sich eine gute Reputation zu erarbeiten und Legitimität bei seinen wichtigsten Interessengruppen zu erlangen. Ein wichtiges Element für eine effektive StratKom ist die Schaffung enger Beziehungen zwischen den Aktivitäten der Militärs und den von den zivilen Behörden entschiedenen Massnahmen.

3. Die Kommunikation des Militärs ist aus einer integrativen Perspektive zu betrachten, das heisst alle Arten von Kommunikations- und Informationsaktivitäten unterscheiden sich zwar in Bezug auf die Taktik und das Personal, haben aber gemeinsame Ziele und Strategien. Dabei versucht die StratKom über diese unterschiedlichen Kommunikationsansätze hinauszugehen und Gemeinsamkeiten hervorzuheben und diese in einer gesamtheitlichen Strategie zu integrieren.

4. Elementarer Bestandteil der StratKom ist die Strategie. Die Strategie wird dabei als mehrdimensionales Konzept verstanden, in welches viele alternative Erkenntnisse einfließen.

Richtig ausgeübte Führung ist die ultimative Voraussetzung, um die gewünschte Wirkung zu erzielen, einschliesslich der erforderlichen Einflussmöglichkeiten auf bestimmte Zielgruppen und die Vermittlung genauer Informationen an die Öffentlichkeit. In demokratischen Ländern basiert die StratKom auf Transparenz und soll damit ein Gegengewicht zur Desinformation und Propaganda bilden. Die übermittelten Botschaften basieren im Falle der StratKom auf der Wahrheit und

den tatsächlichen Absichten des Absenders, unabhängig von der angewandten Ebene und dem betroffenen Thema. Eine der zentralen Erkenntnisse aus den vergangenen Konflikten ist, dass die Delegation der Befugnisse im Bereich der StratKom – der Verbreitung von Informationen auf Grundlage von Wort, Ton und Bild – auf die niedrigste mögliche Stufe der Befehlskette gelegt wird. Die Stufe Gruppe, Zug und Einheit sind bei der einheitlichen Kommunikation mit den ausgewählten Zielgruppen zentral und sind wesentlich dafür verantwortlich, ob die strategischen Ziele und Interessen der vorgesetzten Stufe erreicht werden können.

Militärische Führung

Die militärische Führung spielt dabei ebenfalls eine sehr wichtige Rolle in der StratKom. Sie sind nicht nur formelle Vorgesetzte und Organisatoren des StratKom-Systems, sie beurteilen auch die erzielten Ergebnisse. Die militärische Führung ist in erster Linie der Initiator der Kommunikation. Es liegt an der militärischen Führung, die Aktivitäten der StratKom tatsächlich zu initiieren, fortzusetzen und weiterzuentwickeln. Durch die militärische Führung erfahren die Mitarbeiter, wie die Strategie und ihre Botschaften aussehen, wie sie im Gesamtrahmen der Mission zu interpretieren und umzusetzen ist und in welchem Rahmen gehandelt werden soll. Erfahrungen und bewährte Vorgehensweisen sollten durch die militärische Führung anhand der Botschaften und Narrative bei militärischen Operationen auf jeder Ebene – strategisch, operativ und taktisch – vermittelt werden. Durch die gemeinsamen Erfahrungen entsteht eine positive Beziehung zwischen der Führung und den Mitarbeitern der StratKom, weil dadurch ein gemeinsames Verständnis der zu vermittelnden Kernbotschaften, ihrer Form und

Nomos Verlagsgesellschaft: Anwendungsgebiete und Grundlagen von Strategischer Kommunikation

Die Strategische Kommunikation ist im Verlauf der letzten Jahrzehnte zu einem weit verbreiteten, interdisziplinären Begriff in der Gesellschaft geworden und bezeichnet einen Prozess der zielgerichteten und vernetzten Kommunikation. Strategische Kommunikation beinhaltet ein Kommunikationskonzept, welches Analyse, Planung, Organisation, Durchführung und Kontrolle von interner und externer Kommunikation von Unternehmen und Organisationen umfasst, mit dem Ziel, eine stringente und aufeinander abgestimmte Kommunikation gegenüber den Zielgruppen zu gewährleis-

ten. Die Beiträge dieses Bandes beleuchten Strategische Kommunikation aus einer umfassenden Forschungsperspektive. Sie bestätigen sowohl die Relevanz und Bedeutung als auch die Vielfalt von Strategischer Kommunikation in der Wirtschaft, in der Politik und im Militär und zeigen, dass es trotz unterschiedlichen Perspektiven, Aspekten und Handlungsfeldern grundlegende Gemeinsamkeiten der Strategischen Kommunikation gibt.

Reihe Militär und Sozialwissenschaften, Band 51; ISBN 978-3-8487-6372-6

ihres Inhalts hergestellt werden kann. Durch die Führung werden dabei die zentralen Grundsätze der Kommunikationsstrategie an die Mitarbeiter der Organisation kommuniziert.

Aufgrund des veränderten Umfeldes ist die Vernetzung der sicherheitspolitischen Akteure auf der staatlichen Ebene und der nicht-staatlichen Ebene immer wichtiger geworden. Durch die vereinfachte Medialisierung und die vielen sozialen Kommu-

nikationskanäle hat die Übertragung von Informationen massiv zugenommen. Die StratKom nimmt bei der Vernetzung der sicherheitsrelevanten Akteure und der Abstimmung der zum Teil weit auseinander liegenden Ziele eine zentrale Rolle ein. Sowohl in Kriegs-, Krisen- als auch in Friedenszeiten bedürfen die Einsätze des Militärs permanenter Informations- und Kommunikationsarbeit, um die Aufgaben und Handlungen gegenüber der Öffentlich-

keit kontinuierlich in einem Dialog zu begründen und zu rechtfertigen. Durch die StratKom soll die Kommunikation der politischen Ebene mit den kommunikativen Handlungen der Armee im Einsatz sinnvoll verknüpft werden. Die sicherheitspolitische Kommunikation darf dabei nicht nur der Politik überlassen werden, sondern ist auch eine Aufgabe der Angehörigen der Armee. Durch die Kommunikation der militärischen Führung mit der Öffentlichkeit und den politischen Akteuren über die Aufgaben, den Sinn und Zweck der Armee und deren Handlungen kann diese die benötigte Legitimität herstellen, welche vor allem in demokratischen Gesellschaften, in denen Redefreiheit und Meinungsppluralismus herrscht, für die politische und gesellschaftliche Legitimation der Armee von enormer Bedeutung ist. ■



Hauptmann
Michael Holenweger
Dr., Projektleiter
Forschungsprojekt
MILAK
8712 Stäfa

Mit Sicherheit das beste Publikum für Ihr Inserat.

Führungskräfte aus Armee und
Wirtschaft informieren sich hier.



Zürichsee Werbe AG · T +41 44 928 56 15
urs.grossmann@fachmedien.ch · www.fachmedien.ch

Ein gemeinsames Abzeichen verbindet!

