

Zeitschrift:	Übermittler = Transmissions = Transmissioni
Herausgeber:	Eidgenössischer Verband der Übermittlungstruppen; Schweiz. Vereinigung der Feldtelegraphen-Offiziere und -Unteroffiziere
Band:	5 (1997)
Heft:	6
Rubrik:	Mehr Mitglieder! : Die Mitgliederwerbung im EVU tritt 1998 in eine neue Phase

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>

Mehr Mitglieder!

Die Mitgliederwerbung im EVU tritt 1998 in eine neue Phase

Mit der Wahl in den Zentralvorstand habe ich eine konkrete Aufgabe übernommen: der Zentralvorstand hat mir den Bereich «Werbung + PR» übertragen. Es galt, die «verborgenen Geheimnisse» der EVU-Werbung zu entdecken, und als Stabssekretär musste ich noch einige «Hindernisse» nehmen, bis ich am «Übermittler-Horizont» halbwegs über eine klare Sicht verfügte. Nun, die Sache sieht nach rund sechs Monaten beträchtlich weniger düster aus. Einerseits leisteten Vorgänger und die amtierende Werbe-Task-Force enorme Arbeit, andererseits wurde ich von meinen Kameraden umfassend eingeführt. Welche Anliegen begleiten die Arbeit im Bereich «Werbung + PR»?

Werbe-Kommission

Für die Vorbereitung des Mitglieder-Wettbewerbes 1998 ist eine sogenannte Task-Force eingesetzt worden. Wie geplant, wird diese Arbeitsgruppe nach Abschluss der Arbeit aufgelöst. Der Ausschuss des Zentralvorstandes konnte aber unterdessen überzeugt werden, dass ein «Einzelkämpfer» die vielfältigen Aufgaben der Werbung nicht effizient bewältigen kann. Deshalb soll aus der Task Force eine regelmässig tagende Werbe-Kommission entstehen – analog zur technischen Kommission. Ziel ist eine breit abgestützte personelle Besetzung aus Sektionsvertretern. Selbstverständlich müssen die Suisse romande und die Svizzera italiana entsprechend vertreten sein.

Im folgenden zwei Hauptbereiche der Kommissionsarbeit:

Die Mitglieder-Werbung

In nächster Zeit werden wir uns der vordringlichen Aufgabe der Mitglieder-Werbung widmen. Nur eine gesunde und aktive Mitglieder-Basis garantieren die Tätigkeit sowie das Weiterbestehen unseres Verbandes. Aber wir wissen, wie schwer es ist, gerade junge Leute für die ausserdienstliche Aktivität zu begeistern. Deshalb hat sich der Zentralvorstand bereits früh diesem Anliegen angenommen: die Vorbereitungen für einen Mitglieder-Wettbewerb sind abgeschlossen. Der Wettbewerb soll alle motivieren, neue Mitglieder für den EVU zu gewinnen. Wir werden den Wettbewerb in der nächsten Ausgabe unserer Zeitschrift lancieren.

Die politische Lobby-Arbeit

Vielleicht etwas abgelenkt durch andere Probleme des Alltages, nehmen viele nicht zur Kenntnis, dass kurz nach der Einführung der Armee 95 über die nächste Armee-Reform diskutiert wird. Verschiedene sicherheitspolitische Gremien und Parteien erwarten eine weitaus einschneidendere Armee-Reform als während des Übergangs zur Armee 95. Für uns bedeutet das, dass wir der Frage nach einer künftigen Ausgestaltung der Armee nicht ausweichen dürfen. Unser Verband lebt vom Milizprinzip, er erbringt enorme Leistungen für die ausserdienstliche Ausbildung

und für Einsätze zugunsten Dritter. Wir werden uns – vielleicht für einige ungewohnt – für unsere Anliegen wehren müssen, wenn es zum Beispiel darum gehen wird, dass Unterstützungsbeiträge des Bundes gestrichen werden sollen. Hier müssen die PR (Public Relations) auf den Plan treten. Die «öffentlichen Beziehungen» müssen zur «Aussenwelt» gepflegt werden, zu einer Aussenwelt, welche von Parlamentariern, eidgenössischen Kommissionen, vom EMD/VBS und schliesslich von den Stimmbürgern gebildet wird. Kurz: wir müssen unseren EVU kommunizieren.

Mittel im Verbund einsetzen

Wir verfügen bereits heute über gut ausgebauten «Werkzeuge». Wir profitieren von einer professionell erarbeiteten Mitglieder-Zeitschrift («Übermittler»), von einer funktionierenden Internet-Homepage usw. In nächster Zeit müssen die Unterlagen für Werbe-Vorträge (an Offiziersschulen usw.) überarbeitet werden. Die Werbe-Kommission will versuchen, ein einheitliches Erscheinungsbild im Auftreten der Werbe-Mittel und Kontinuität in die Werbe-Aktivität einzubringen. Für diese Absicht ist der Kontakt zur «Übermittler»- und zur «Homepage»-Redaktion unverzichtbar.

Dienstleistung

Die Werbe-Kommission wird sich als «Dienstleistung-Betrieb» verstehen. Für die notwendige Mitglieder-Werbung möchte sie den Sektionen die Mittel zur Verfügung stellen. Sie soll eine Anlaufstelle bilden, wenn es darum geht, die «Übermittler»- und Homepage-Seiten zu füllen; wenn es darum geht, sektionenspezifische Anliegen weiterzutra-

gen. Zugunsten des Zentralvorstandes will die Werbe-Kommission Vorschläge ausarbeiten.

Kritik immer erwünscht, aber ...

Kritik ist immer notwendig. Deshalb muss die Werbe-Kommission für ihren Bereich ein besonders offenes Ohr haben. Ich bitte insbesondere die Sektionen, offen und direkt an uns zu gelangen, wenn Verbesserungen und Ergänzungen anzubringen sind. Umgekehrt erwarten wir, dass aus der Kritik konkrete Resultate zugunsten der gemeinsamen Ziele fliessen.

Ausblick

Ich habe mir – nur – zwei Ziele für 1998 gesetzt: Die Lancierung des Mitglieder-Wettbewerbes und die Bildung der Werbe-Kommission beziehungsweise die Aufnahme ihrer Arbeit. Anschliessend sollen – behutsam und realistisch – Prioritäten gesetzt werden.

Jubiläumsjahr

Wir werden nächstes Jahr wichtige Jubiläen in der Schweiz zu feiern haben: 1648 – 1798 und 1848. Wir werden der Unabhängigkeit unseres Landes, dem Übergang von der Alten Eidgenossenschaft zur neuen Schweiz und der Entstehung unserer Bundesverfassung gedenken. Für mich ein ausgezeichnetes Moment, einen speziellen Effort für unseren Eidgenössischen Verband der Übermittlungstruppen (EVU) zu leisten: Helfen Sie mit, neue Mitglieder zu gewinnen. Freuen Sie sich auf den Mitglieder-Wettbewerb 98!

Lt Werner Gartenmann
Zentralvorstand EVU

wettbewerb +++ 1998 startet mitglieder-wettbewerb +++ tolle preise zu gewinnen +++ belohnung für erfolgreiche mitgliederwerber +++ abenteuer beginnt in der nächsten übermittler-ausgabe +++ alle in die starlöcher! +++