

Zeitschrift: Schweizer Soldat : die führende Militärzeitschrift der Schweiz
Herausgeber: Verlagsgenossenschaft Schweizer Soldat
Band: 80 (2005)
Heft: 3

Artikel: Gemeinsam staat einsam
Autor: Rudolf, Eveline / Bonetti, Ursula
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-714994>

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: 06.02.2026

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

Gemeinsam statt einsam

Marketingseminar beim Schweizerischen Militär-Sanitäts-Verband

Wie findet man neue Mitglieder, die mit Begeisterung regelmässig in der ausserdienstlichen Tätigkeit mitmachen? Indem man seinen Verband richtig «verkauft». Dazu muss man die richtigen Leute zum richtigen Zeitpunkt in der richtigen Art und Weise ansprechen. Keine einfache Sache in der heutigen an Freizeitangeboten übersättigten Zeit, wo zu allem auch noch die Armee an Ansehen stark eingebüsst hat. Der Schweizerische Militär-Sanitäts-Verband (SMSV) sieht dem nicht passiv zu. Alle Informationsbeauftragten der Sektionen waren eingeladen, im November 2004 in Sissach an einem Marketingseminar teilzunehmen. Statt einsam am heimischen Pult sollte die aktuelle Aufgabe gemeinsam angepackt werden.

Weil das Alterspflegeheim Mülilmatt in Sissach die optimale Infrastruktur für ein Seminar in kleinerem Rahmen bieten kann, trafen sich die 12 Teilnehmerinnen und Teil-

Ursula Bonetti zeigt praktische Beispiele.



*Eveline Rudolf, MSV Grenchen;
Ursula Bonetti, Mörel
Fotos: Othmar Gübeli, Wohlenschwil*

nehmer, der Leiter Marketing SMSV und zwei Referenten hier zu einer modernen Weiterbildung. Der Vormittag war dem Thema Marketing gewidmet. Mit viel Professionalität wusste der Redaktor der Verbandszeitschrift «Die Sanität», Othmar Gübeli, die wichtigsten Aspekte eindrücklich aufzuzeigen. Was man bisher in der Werbung kaum bewusst wahrnahm, wurde plötzlich zum Aha-Erlebnis. Und genau so können wir das in unsern Verbänden und Vereinen auch umsetzen, war die logische Folgerung davon.

Der Nachmittag wurde von Ursula Bonetti gestaltet, ihres Zeichens Rubrikredaktorin der Monatszeitschrift «Schweizer Soldat». Sie unterlegte die Themen «Verfassen einer Pressemitteilung» und «Fotografie» mit zahlreichen praktischen Beispielen und forderte die Anwesenden gleich zur aktiven Arbeit auf. Zusätzliche Unterlagen zum Mitnehmen sollten die künftige Arbeit in der Sektion unterstützen. Bald einmal war die Stimmung richtig entspannt und wandelte sich vom reinen Zuhören in ein lebhaftes, interessiertes Mitmachen.

Wie sehr die ganze Sache auf guten Boden fiel, soll der nachfolgende Beitrag einer Teilnehmerin, Eveline Rudolf, aufzeigen. Der vorliegende Artikel stellt insge-

samt eine echte Gemeinschaftsarbeit dar im wahrsten Sinne des Titels: Gemeinsam statt einsam.

Marketing: vielseitig einsetzbar, stark wandelbar

Nicht nur der Produzent oder Grosskonzern bedient sich des Marketings, sondern auch Kleinfirmer, Läden, Restaurants, Vereine, ja sogar wir als Privatperson benötigen das Marketing, um Verkäufe tätigen zu können. Wie die Strategie jedoch aussehen muss, um die «Ware» an den Käufer zu bringen, ist sehr individuell. Früher, wie etwa in den 60er-Jahren, wurde nur wenig geworben. Es wurde produziert, was im Rahmen des Möglichen stand, und der Kunde hat die Waren gekauft, welche angeboten wurden. Ein Slogan war: Trink Coca Cola. Heute, mit hochentwickelten Produktionsstrassen und vielfältigeren Produktionsmöglichkeiten, läuft es jedoch etwas anders: Der Kunde wählt zwischen verschiedenen, aber ähnlichen Produkten dasjenige aus, welches ihm am meisten zusagt. Wie bringt jetzt also der Verkäufer seine Ware am besten an den Käufer? Mit einem «fetzigen» Slogan und einem tollen Bild, welche gemeinsam eine entsprechende Wirkung zeigen: Coke can't beat the Feeling!

Kundenfang: leicht gemacht?

Um jedoch richtig Marketing betreiben zu

können, muss der Verkäufer eine bestimmte Menschenmenge begeistern können. Wie werden die künftigen Kunden angesprochen? Der Verkäufer muss sich ganz genau im Klaren sein, welche Personen er ansprechen möchte, und so eine Zielgruppenbestimmung definieren. Die Zielgruppenbestimmung ist daher das wichtigste Instrument des Marketings. Um uns diese etwas näher bringen zu können, startete Othmar Gübeli kurzerhand eine Gruppenarbeit, welche mit sehr viel Interesse und Begeisterung ausgeführt wurde. In drei Arbeitsgruppen wurde der SMSV, die einzelnen Sektionen sowie das Zentralblatt «Die Sanität» einer Zielgruppenbestimmung unterzogen und anschliessend den andern präsentiert. Eine Arbeit, welche sich lohnte! Die Teilnehmer hatten die Aufgabe mit Bravour gemeistert und sich eingehend mit dem Stoff auseinander gesetzt.

Die richtige Wahl des Mediums

Wo aber soll nun der Kunde angeworben werden? Wenn die Zielgruppenbestimmung abgeschlossen ist, kann sich der Verkäufer des Medienangebots annehmen. Je nach Medium wird eine völlig andere Personengruppe angesprochen, daher ist die Wahl des richtigen Mediums sehr wichtig und entscheidend für gute Absatzmöglichkeiten. Radio- und TV-Werbung, Werbebriefe, Plakate, Zeitungen und Zeitschriften sowie Internet stehen dem Verkäufer offen.



Konzentrierte Arbeit macht durstig.

Der SMSV im neuen Kleid

Auch der SMSV hat sich mit der neuen Militärreform der Armee XXI zu wandeln begonnen. Es sind Neuerungen und Umstrukturierungen erfolgt, welche uns einen neuen Zielkurs weisen. Mit kleinen, aber stetigen Schritten wandelt sich nun das Bild des SMSV. So findet man uns seit kurzer Zeit im Internet im neuen strahlenden Aufzug! Unter www.smsv.ch können verschiedene Informationen über den Verband eingeholt werden. Für Neumitglieder, welche sich der Sanität verschreiben möchten, steht die Schweizer Karte mit allen bestehenden Sektionen zur Ansicht zur Verfügung, inkl. Vereins- und E-Mail-Adressen. Beat Dietsche zeigte uns die Neuausführung unserer Homepage und erklärte uns einige Details. Jedermann kann nun diverse Informationen, Kursangebote und aktuelle Events abrufen sowie Dokumente herunterladen oder einfach mal per «Briefkasten» eine spezielle Frage an den SMSV stellen. Begeistert sahen wir, welche grosse Möglichkeiten das Internet dem SMSV und seinen Interessenten bietet, und wir lobten die Gestaltung der neuen Homepage.

Pressenachrichten

Nach dem schmackhaften Mittagessen begaben sich alle wieder in den Theoriesaal. Mit neuen Kräften gingen wir vereint an ein weiteres Thema: Pressemitteilungen. Ursula Bonetti, Korrektorin und Rubrikredaktorin der Monatszeitschrift «Schweizer Soldat», hielt uns einen sehr interessanten Vortrag über Presseberichte. Um uns etwas darauf einzustimmen, legte sie uns einige Pressemitteilungen vor. Bald war uns allen klar, dass diese Vergleiche für unser eigenes Wirken sehr von Bedeutung sein werden, denn nicht jeder Pres-

sebericht ist interessant gestaltet oder verfügt über einen anziehenden Blickfang. So hatten wir bald festgestellt, dass ein Bericht ohne Unterteilung und Untertitel schwerfällig wirkt. Ein Artikel jedoch, welcher unterteilt wird, mit einer kurzen Überschrift beginnt und informativ geschrieben ist, weckt die Leser zum Weiterlesen.

Bilder sprechen mehr als tausend Worte!

Bilder sind attraktive Blickfänger und animieren zum Lesen. Jedoch wirkt nicht



Beat Dietsche, Leiter Marketing SMSV, bedankt sich bei der Referentin Ursula Bonetti mit einem echten Basler «Mässpäggli».

jedes Bild gleich gut! Das richtig gewählte Bild kann den dazu geschriebenen Text noch mehr hervorheben und betonen sowie auch den Leser animieren, den Text vollständig zu lesen. Ungünstige und schlecht gewählte Bilder motivieren den Leser kaum, der Bericht bleibt ungelesen und geht unter. Um uns dies zu veranschaulichen, zeigte uns Ursula Bonetti mehrere Texte mit Bildern. Zudem konnten wir bei ganzen Bilderserien bestimmen, welches Bild weshalb besser wirkte oder weshalb es als Blickfang nicht geeignet war. Eine sehr spezielle Aufgabe, welche uns viel Spass bereitete.

Das A & O der Textgestaltung

Nicht nur Bild und Text sind Bestandteile einer Pressemitteilung, denn deren Gestaltung ist genauso wichtig. Ein gut unterteilter, übersichtlicher Text mit mehreren Untertiteln spricht stark an, und der Leser hat die Wahl, wo er mit Lesen beginnen möchte, was ihn interessieren könnte. Es ist dies eine grosse Herausforderung für jeden Presseschreiber, einen Artikel so interessant wie möglich zu gestalten, sodass er auch von Anfang bis zum Schluss gelesen wird. Wir erhielten eine zweite kleine Aufgabe zur Erledigung. Jeder Teilnehmer hatte einen Presstext «am Stück», welchen er unterteilen und betiteln musste. Im Vergleich waren dann doch sehr verschiedene, aber interessante Resultate herausgekommen. Die Kreativität zum Schreiben wurde bei jedem Einzelnen geweckt. Zum Schluss gab uns Frau Bonetti noch einige Tipps aus ihrer jahrelangen Praxis mit und wünschte uns bei unserem künftigen Wirken für den SMSV viel Erfolg.

Zufrieden und motiviert

Weiterhin viel Erfolg wünschen auch wir den Referenten, welche uns an diesem einen Tag so vieles beigebracht hatten. Besten Dank für ihr tolles Engagement. Ein herzliches Dankeschön auch für die feine Verköstigung. Dieses Marketingseminar war auf der ganzen Linie ein grosser Erfolg!

Miteinander gehts besser

Diesem lebendigen Bericht, die beste Rückmeldung, die sich ein Referent wünschen kann, gibt es nicht mehr viel beizufügen. Der SMSV hat die Zeichen der Zeit erkannt. Mit Elan geht es nun auf «Kundenfang» und «Verkauf» der vielseitigen Angebote und Aufgaben des Verbandes, auf die Bestimmung der Zielgruppe und auf eine moderne, aktuelle Information, um neue Mitglieder für den Sanitätsdienst zu begeistern. Es lebe die ausserdienstliche Tätigkeit, denn sie ist nach wie vor unverzichtbar in unserem Milizsystem. ☑