

Zeitschrift: Zivilschutz = Protection civile = Protezione civile
Herausgeber: Schweizerischer Zivilschutzverband
Band: 29 (1982)
Heft: 4

Werbung

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: 08.02.2026

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

rechtheit: «Gleiche Rechte für Mann und Frau heisst auch vergleichbare Pflichten übernehmen»! Ansprechen des sozialen Zugehörigkeitsgefühles bzw. des Bedürfnisses nach sozialer Zugehörigkeit: «Mitenand», «Wir sitzen alle im gleichen Boot, auch Du»! Ansprechen des Solidaritätsgefühles.

Zielgebiet

- **Für die Kampagne**
Ganzer Kanton Basel-Stadt
- **Für die Bearbeitung des Zielpublikums**
Zivilschutzsektor (ca. 20000–25000 Einwohner)

Die Bearbeitung des Zielpublikums muss aus folgenden Gründen sektorweise erfolgen:

- Im Rahmen der Aufbau- und Ablauforganisation des Zivilschutzes spielt der Sektor in unserer Stadt eine ganz entscheidende Rolle.
- Frauen, die in der gleichen Gegend wohnen, haben ein ähnliches Alltagsumfeld, zum Beispiel gleiche Einkaufsläden, Restaurant/Café, Coiffeur, Strassenverkehrsmittel, Kirche, Hausarzt; ähnliche Wohnqualität, Umweltbelastung, u. a.
- Viele Frauen kennen sich auch nur vom Sehen her.

Diese Gemeinsamkeiten sind für unsere Werbeanstrengungen von grossem Vorteil und müssen genutzt werden. Eine sachbezogene und auf konkrete Sachverhalte hin überschaubare Informations- und Werbeaktivität ist daher durchführbar.

Strategie/Kommunikationsmassnahmen

Massnahmen auf der Ebene der Beeinflusster

Wir orientieren schriftlich die Mitglieder des Grossen Rates und des Bürgerrates, die Vorstände von Frauenorganisationen und politischen Parteien, die Vorstände der Quartiervereine usw. sowie die Presse über den heutigen Stand des Zivilschutzes in unserem Kanton und künden an, dass wir Massnahmen ergreifen werden, um vermehrt freiwillig zivilschutzdienstleistende Frauen zu gewinnen!

Massnahmen auf der Ebene des Zielpublikums

Wir verschicken persönlich adressierte Einladungen zu einem sektorweisen Orientierungsabend über Sinn und Zweck des Zivilschutzes. Dieser Einladung legen wir eine Informationsbroschüre mit Anmeldekarre zum Zivilschutzdienst bei. Am Orientierungsabend referieren Vertreter des Amtes für Zivilschutz sowie Frauen, die bereits seit einiger Zeit freiwillig Zivilschutzdienst leisten (Erfahrungsbericht).

(Zu diesem Orientierungsabend, der in einem geeigneten Lokal im betreffenden Quartier-Kirchgemeindehaus, Schulhaus, Quartierrestaurant usw. stattfindet, können Ehemänner ihre Frauen natürlich begleiten.)

Flankierende Massnahmen

Wir unterstützen unsere Werbeanstrengungen mit wirkungsvollen Inse-

raten in Basler Tageszeitungen und Anzeigenblättern sowie mit Plakaten.

Zeitpunkt/Zeitdauer

Beginn der Werbemassnahmen: Januar 1983.

Abschluss der ersten Phase der Kampagne: November 1983.

Kontrolle

Aufgrund der Anmeldungen zum freiwilligen Zivilschutzdienst können wir im November 1983 überprüfen, ob wir die Zielsetzungen erfüllen bzw. nicht erfüllen werden oder ob wir für das 1. Halbjahr 1984 weitere Werbemassnahmen ergreifen müssen, um das anvisierte Ziel zu erreichen.

Zusammenfassung

Unser Wissen darum und damit unser Vertrauen darauf, dass wir auch in schwerwiegenden Kriegs- und Katastrophenfällen eine Überlebenschance besitzen, verpflichtet uns, diese Chance auch mit allen Mitteln zu nutzen! In einem Kriegs- und/oder Katastrophenfall müssen möglichst viele Kräfte mobilisiert werden können. Wir benötigen deshalb auch möglichst viele Frauen, damit die vielschichtigen Aufgaben des Zivilschutzes überhaupt bewältigt werden können! Frauen können und müssen zur Erfüllung nahezu aller Zivilschutz-Aufgaben herangezogen werden! Durch geeignete Werbemassnahmen gelingt es, Frauen vermehrt für den freiwilligen Zivilschutzdienst zu motivieren, zu überzeugen, zu gewinnen!



Trinkwasser für Zivilschutz und Militär

Unsere Trinkwasserstationen eignen sich für die Aufbereitung von Quell-, Grund- und Oberflächenwasser, welches radioaktiv (A), biologisch (B) und chemisch (C) verunreinigt ist.

In verschiedenen Leistungen und Transportarten erhältlich.

Sollte eigentlich in keiner Gemeinde fehlen.

Wir beraten Sie gerne und führen die Anlagen auch in Ihrer Gemeinde vor.

**Korthals AG, Im Lindengut 11
8803 Rüschlikon
Telefon 01 724 11 24**

Bitte senden Sie uns Ihre Unterlagen:
Firma: _____
Strasse: _____
PLZ/Ort: _____
Tel.: _____