

**Zeitschrift:** Zivilschutz = Protection civile = Protezione civile  
**Herausgeber:** Schweizerischer Zivilschutzverband  
**Band:** 36 (1989)  
**Heft:** 3

## 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:** 06.04.2026

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

## Verpasste Gelegenheiten

Wenn ein Jüngling ein hübsches Mädchen trifft und ihm erzählt, was für ein grossartiger Kerl er sei, so ist das Reklame. Wenn er ihm vorschwärmt, wie reizend sie aussieht, ist das Werbung. Wenn sich aber das Mädchen für den Jüngling entscheidet, weil es von anderen gehört hat, er sei ein feiner Kerl, dann war das PR.

Der feine Kerl in dieser Pointe von Alwin Münchmeyer könnte den Zivilschutz verkörpern, das Mädchen die öffentliche Meinung. Weil aber der Zivilschutz zu wenig über seine Vorteile erzählt, gibt es keine Reklame, und weil die Vorteile zu wenig bekannt sind, gibt es auch keine PR über den Zivilschutz. Dies, etwas überspitzt formuliert, der Grund, warum diese Pointe nicht für den Zivilschutz zutrifft.

Es passiert fast täglich in der Öffentlichkeit etwas, das im Zusammenhang mit dem Zivilschutz steht und den Zivilschutz veranlassen sollte, sich ins richtige Licht zu rücken. Eine Organisation, der es gelingt, dass man über sie in der Öffentlichkeit nicht spricht, verdient es nicht, dass sie existiert.

Verstehen Sie mich richtig, die Rede ist hier nicht von marktschreierischem Buhlen um die Gunst der Öffentlichkeit oder gar um aufdringliche Propagandatätigkeiten. Doch muss mit vermehrten Hinweisen auf die Aufgaben und Tätigkeiten des Zivilschutzes unsere Organisation ins richtige Licht gerückt werden. Denn Information schafft Vertrauen, beseitigt Vorurteile.

Ein Beispiel dazu: Im vergangenen Herbst orientierte die Armee die Öffentlichkeit, dass Dienstbüchlein nun

auch in romanischer Sprache verfasst und herausgegeben werden. Diese Information wurde damals an die Medien versandt, die diese sympathische Geste gegenüber einer sprachlichen Minderheit in unserem Land dankbar aufgenommen und im Fernsehen, Radio und zahlreichen Zeitungen verbreitet hatte. Im Zivilschutz hatte man Dienstbüchlein in romanischer Sprache schon Monate früher verfasst und den Zivilschutzpflichtigen im romanischen Bünden ausgehändigt. Niemand schien aber damals auf die Idee gekommen zu sein, dass ein solches Ereignis die Öffentlichkeit interessiert hätte und man mit dieser Aktion gleichzeitig Werbung für die Volksverbundenheit unserer Organisation hätte betreiben können. Die Armee hat dem Zivilschutz einmal mehr die «Show» gestohlen.

Ein anderes Beispiel: Jedem haften die entsetzlichen Bilder noch heute in Erinnerung, die in der Weltpresse über die Erdbebenkatastrophen in der Sowjetunion die Runde machten. Manch einer in der Öffentlichkeit wird sich damals die Überlegung gemacht haben, wie wir in der Schweiz auf derartige Ereignisse vorbereitet wären. Zwangsläufig stellte man sich die Frage, ob in einem solchen Katastrophenfall nicht die zahlreichen Zivilschutz-Organisationen mit ihrem Material in der Schweiz hätten sinnvoll eingesetzt werden können. Doch keine Zivilschutzstelle gab in der Öffentlichkeit Antwort auf diese Fragen. Einmal mehr wäre eine aufklärende Information Werbung im besten Sinne für den Zivilschutz gewesen. Man hätte darauf

aufmerksam machen können, dass unsere soliden Stahlbeton-Schutzräume auch dann nicht zerstört würden, wenn das Gebäude über dem Schutzraum einstürzen sollte. Intakte Schutzräume könnten als Notunterkünfte für Obdachlose und für den Aufenthalt während der Nachbeben dienen. Und in den Zivilschutzräumen lagern wohlverwahrt wertvolle Mittel, die zum Retten und Schützen von Menschen und Gütern eingesetzt werden könnten. Gedacht sei in erster Linie an Pionier- und Brandschutzmaterial, aber auch an die Verwendung von geschützten Sanitätsposten, Sanitätshilfsstellen und Operationsstellen mit Pflegeräumen.

Gezielte und aktualitätsbezogene Informationen über den Zivilschutz könnten wesentlich dazu beitragen, den Ruf unserer Organisation zu verbessern. Es gilt, die Gelegenheit beim Schopf zu packen und nicht zu verpassen. Der Öffentlichkeit muss immer wieder in Wort und Bild vor Augen geführt werden, für was der Zivilschutz in unserem Lande gut sein kann. Ohne derartige Aktionen geht das Verständnis in der Öffentlichkeit für die Notwendigkeit eines Zivilschutzes rasch verloren, oder noch schlimmer, wird das Verständnis über dessen Notwendigkeit nicht einmal geweckt. ▀

Hansjürg Saager

Gruppe Medien des Schweizerischen Zivilschutz-Fachverbandes der Städte

### Apropos Information

Der Autor unseres heutigen Beitrages, Hansjürg Saager (48), Zürich, ist Wirtschaftsjournalist. Er ist Herausgeber und Chefredaktor der Nachrichtenagentur AWP (AG für Wirtschafts-Publikationen) und schreibt für verschiedene Organe der Wirtschafts- und Finanzpresse. Im Zivilschutz bekleidet er als Dienstchef in der Ortsleitung die Funktion eines Pressechefs in der Zivilschutz-Organisation der Stadt Zürich.

## Schutzraumliege-System MV3

**BZS schockgeprüft**

für Schutzräume bis 200 Schutzplätze

3er-Schutzraumliegestelle MV3 292.60

6er-Schutzraumliegestelle MV3 611.20

9er-Schutzraumliegestelle MV3 929.80

**VARGA AG Metallwarenfabrikation**

Chamerstr. 14 6343 Rotkreuz Tel. 042-64 12 89

