

Problemfelder Armeeeinformation

Autor(en): **Knill, Marcus**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **ASMZ : Sicherheit Schweiz : Allgemeine schweizerische Militärzeitschrift**

Band (Jahr): **147 (1981)**

Heft 7-8

PDF erstellt am: **19.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-53699>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Problemfelder Armeeinformation

Oberstlt Marcus Knill

Informationsflut, Informationsdefizit, Geheimhaltungsvorschriften. Trotzdem: unsere Armee darf und muss sich in den Medien zeigen. Welche Probleme dabei auftreten und wie dies zu geschehen hat, beschreibt einer, der mit Armee und Medien verbunden ist. ewe

1 Stellenwert der Information

Nachfolgende Ausführungen basieren auf der Annahme, dass die Bedeutung der Information, das Recht auf Information und selbst die Informationspflicht unumstritten ist.

Den hohen Stellenwert der Information wird auch kaum von einer Seite in Frage gestellt. Im Gegenteil, in der Praxis zeigt sich in Beruf und Alltag, ebenso in der Armee, dass bei fehlender Information folgeschwere Mängel auftreten. **Informationsmangel** macht unsicher, schädigt die Zusammenarbeit und vergiftet das Arbeitsklima. Dass das **Informationsbedürfnis** gleichsam ein Grundbedürfnis ist, ersehen wir bei der Tätigkeit des Roten Kreuzes mit Gefangenen. Informationsentzug wird vielfach schlimmer gewertet als Nahrungsentzug.

So wie Kommunikation und damit auch die Information als Grundpfeiler der Demokratie bezeichnet werden kann, so lässt sich **bei der Armee die Information zur Zielverwirklichung** nicht mehr wegdenken. Es geht nun in diesem Beitrag darum, einige Problemfelder der Armeeinformation auszu-leuchten. Dies nicht nur deshalb, um gewisse Schwierigkeiten bei der Armeeinformation aufzudecken; es soll zugleich ein Versuch sein, Stellen sichtbar werden zu lassen, die zeigen, wo angesetzt werden muss, um künftighin noch effizienter informieren zu können.

2 Problemfeld Informationskonzept

Wer bei der Armeeinformation ohne Konzept arbeitet und den **Grundsatz-**

fragen «Wer, wie, was, wieviel, wann, an wen und mit welchen Mitteln informiert werden soll» nicht vor jeder Informationstätigkeit nachgeht, wird die grundlegendsten Fehler begehen. Vierterorts bestehen zwar Grobkonzepte, sie werden aber nicht bei jedem neuen Informationsauftrag neu adaptiert.

Bei der Konzeptfrage «**Wer soll über Armeebelange informieren?**» rückt zwangsläufig das **Koordinationsproblem** in den Vordergrund. Sollen die verschiedenen Informationsträger wie Amtsstellen, EMD, Truppeninformationsdienst, die Truppenzeitungen, die Landesverbände, die Fachzeitschriften, die SOG, die Medien und die Staatskundelehrer usw. koordiniert informieren, oder sollen sie alle auf den verschiedensten Kanälen frei, selbständig, unabgegrenzt und unkoordiniert vorgehen?

Dass eine Information effizienter ist, die auf Zusammenarbeit basiert, liegt auf der Hand. Andererseits würden einengende Vorschriften oder eine Koordinationsstelle (ein «Informationspapst») gewiss die eigene Aktivität lähmen; sie wäre letztlich kontraproduktiv. Eine Zusammenarbeit könnte höchstens auf freiwilliger Basis erfolgen. Abgesehen davon, bestehen bereits bei den meisten Instanzen taugliche Richtlinien hinsichtlich sinnvoller Abgrenzung.

Über was soll informiert werden?

Bei der Botschaft, die vermittelt werden soll, hat jeder Vermittler den Informationsinhalt zu überdenken. Auch in diesem Bereich muss ein Entscheid gefällt werden: Soll man über jedes militärische Thema informieren, oder will man sich nur auf bestimmte Bereiche spezialisieren, wie z. B. militärische Übungen, Rüstungsfragen, Aus-

bildungsprobleme, Pannen, kritischen Stellungnahmen?

Wer ist der Adressat? Dies ist sicherlich eine der wichtigsten Fragen des Konzeptes. Der Umstand nämlich, ob die Armeeinformation an die Truppe, an Jugendliche, an den Souverän, an Behörden oder Journalisten gerichtet ist, entscheidet über das «Wie?».

Wie soll informiert werden? Die Verpackung der Information, die Sprachebene, die Dosierung muss unbedingt auf den Adressaten zugeschnitten sein. Sonst kommt die Information überhaupt nicht an: Man spricht über die Köpfe hinweg. Die Wahl der Form (Pressekonferenz, Artikel, Fachbeitrag, Reportage, Communiqué, Vortrag, Flugblatt, Plakat, Wandzeitung, Veranstaltung, Wehrvorführung, Demonstration, Tag der offenen Tür, eigenes Bulletin oder Einsatz von AV-Mitteln wie Film, Tonbildschau, Video oder sogar mit den elektronischen Medien) wird ebenfalls richtig getroffen, wenn Botschaft und Zielgruppe bekannt sind.

Die Armeeinformation kann nicht ein für allemal konzipiert werden. Bei jedem Informationsanlass oder bei jeder Informationstätigkeit muss das «Was, wem, wie» **neu konzipiert** werden. Der Aufwand, der für diesen zusätzlichen Konzeptaufwand investiert wird, macht sich mehr als bezahlt.

Auch bei der internen Armeeinformation hat sich gezeigt, dass die **verschiedenen Informationsträger** ihre Tätigkeit laufend neu konzipieren müssen. Es betrifft dies den Informationsdienst EMD, die psychologische Abwehr (PSA), den Truppeninformationsdienst (TID), den Truppennachrichtendienst, der Nachrichten beschafft (TND), und die Abteilung Presse, Funkspruch (APF), welche in der Hand des Bundesrates liegt. Zur Zeit werden aufgrund der Erfahrungen bei der Gesamtverteidigungsübung Konzepte und Abgrenzungen neu überdacht.

3 Problemfeld Informationsflut

Man hört oft, die moderne Gesellschaft leide unter einer **Informationskrise**, einer Krise der zwar vermittelten, aber nicht empfangenen Information. Es trifft denn auch zu, dass wir einen riesigen Aufwand hinsichtlich Informationstätigkeit betreiben, beim Empfänger aber immer weniger hängen bleibt. Wir müssen auch bei der Armeeinformation das Problem der Informationsüberflutung ernst nehmen und die Konsequenzen ziehen.

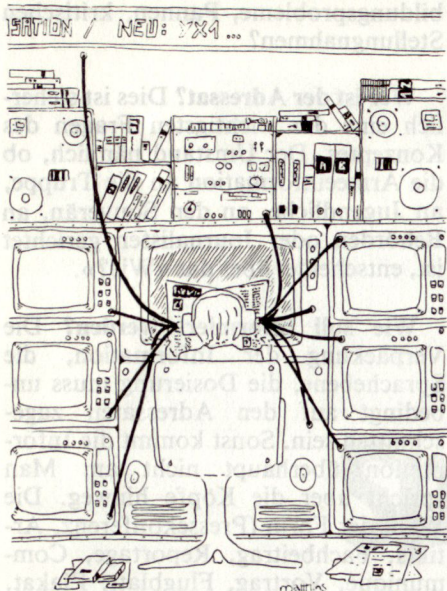


Bild 1. Informationsflut.

Obschon dies in gewissem Sinn zutrifft, muss hier eine Bemerkung zum Problemkreis Beeinflussung bzw. **Manipulation** beigefügt werden. Nicht nur K. Steinbuch weist in seinem Buch «Masslos informiert» darauf hin, dass das eigene Denken durch Fremdwahrnehmung und stete Fremdbewertung enteignet werden kann. Dass Massenmedien Massen dressieren können, wusste und weiss jeder Diktator. Wer die Kunst der Beeinflussung versteht, bringt es fertig, die veröffentlichte Meinung einer Minderheit als veröffentlichte Meinung einer Mehrheit zu verkaufen. Wer zu einem Zweck gebraucht wird, den er nicht kennt, der wird manipuliert (nach A. Gehlen).

Auch wenn wir zur Kenntnis nehmen müssen, dass wir die Information selektiv aufnehmen, so darf doch die **langfristige Wirkung der Massenmedien** nicht unterschätzt werden. Nicht umsonst werden die Medien als «vierte Gewalt» bezeichnet. Obwohl in der Wirkungsforschung (nach Lazerfeld) die langfristige Beeinflussung wissenschaftlich noch zu wenig genau nachgewiesen werden kann, so stellen wir immerhin fest, dass bei Rechts- und Linksdiktaturen als erste Handlung stets der Griff nach den Medien erfolgte. Weshalb die Angst in totalitären Staaten vor einer Gegenbeeinflussung durch Medien (mit Todesstrafen für das Abhören von ausländischen Sendern)? Jeder, der in der Werbung tätig ist, weiss, wie gross die Beeinflussung der Kunden sein kann. Umsonst werden nicht Tausende von Franken für Werbeminuten investiert. Wie weit die Vorbehalte gegenüber der Atomenergie auf die jahrelangen «Antiinformationen» auf allen Kanälen der Medien zurückgeführt werden kann, ist zwar

wissenschaftlich noch nicht nachweisbar. Erwiesen ist jedoch, dass die Beeinflussung dann besonders gross ist, wenn mehrere Kommunikatoren dieselbe Meinung vertreten. Ein Argument, das auf einem zweiten Kommunikationskanal bestätigt wird, wirkt bei vielen Konsumenten viel glaubwürdiger. Ein Abrücken von der angeblich «bestätigten» Meinung ist dann kaum mehr möglich.

Aus diesem Grunde werden parteipolitische Sendungen in vielen Ländern heute gleichsam mit der Stoppuhr überwacht. Interessant wäre jedoch zu untersuchen, welche Beeinflussung durch die **unablässige Umerziehung in kleinen Schritten** möglich ist. Es betrifft dies die zahlreichen ideologischen Informationen in kleinen Rationen, die nicht messbar sind. Es können dies religiöse Sendungen, Filme, Frauenstunden, Kultursendungen, selbst Unterhaltungssendungen, sowie Schulfunksendungen sein, bis hin zu den Krimis, die beispielsweise in Deutschland während Jahren vorwiegend Unternehmer, Chefs als Verbrecher und Schufte bezeichnet haben. Gegen diese Art von gesellschaftspolitischer Verführung in kleinen Schritten erwiesen sich alle Kontrollgremien als völlig wirkungslos. Denn wir wollen die Programmfreiheit unangetastet wissen. Wir wünschen keine Zensur. Die versteckte ideologische Beeinflussung in kleinen Rationen steht und fällt deshalb letztlich mit der Struktur der Mitarbeiter bei unseren Medien mit Monopolcharakter (pluralistische Struktur der Mitarbeiter).

4 Problemfeld Elektronische Medien und Armee

Wenden wir uns noch kurz dem Problemfeld **Armee und elektronische Medien** zu: In diesem Bereich sind bekanntlich in jüngster Zeit viele Missverständnisse zutage getreten. Man habe mit den elektronischen Medien fast nur Ärger gehabt, beklagt man sich vielerorts und spricht von einem gebrochenen Verhältnis zwischen elektronischen Medien und Armee. Im Kontakt mit den Medien durfte ich jedoch erfahren, dass das zum Teil gestörte Verhältnis nicht mehr besteht. Man darf heute von einem **gegenseitigen Vertrauensverhältnis** sprechen. Ich bin voll und ganz davon überzeugt, dass persönliche Kontakte, Aussprachen und steter Dialog dieses Vertrauensverhältnis bewahren können. Konfrontation und Maulkorbpolitik (Vorvisonierung) bringen nichts. Den Medienmitarbeitern müssen wir die Programm- und Gestaltungsfreiheit voll und ganz zugestehen, verbunden mit

dem Risiko, dass auch Fehler geschehen können. Es hat sich bis jetzt gezeigt, dass seriöse Mitarbeiter auch bereit sind, allfällige Pannen oder Falschinformationen zu berichtigen. Wir müssen mitberücksichtigen, dass die wenigsten Medienmitarbeiter Militärdienst Erfahrung haben und vielfach über sicherheitspolitische Belange mangelhaft informiert oder ausgebildet sind.

Die regelmässigen Gespräche sowie die Weiterbildungsmöglichkeiten für Medienmitarbeiter helfen mit, das **Verhältnis Armee und elektronische Medien** gesund zu erhalten. In der Praxis führten jedenfalls die regelmässigen Kontakte dazu, dass angebliche Konflikte im Gespräch gegenseitig bereinigt werden konnten, wobei sich oft herausgestellt hat, dass vermeintliche Böswilligkeit lediglich auf verständliche Missverständnisse zurückgeführt werden konnten. Dank dem Dialog war es auch möglich, beidseitige Wünsche und Anliegen direkt zu vermitteln.

Im Zusammenhang mit dem Problemfeld Armee und elektronische Medien gilt nach wie vor die Bemerkung eines Informationschefs einer Heereseinheit, der unlängst dem Sinn nach folgendes verlauten liess: «Möge uns der sattsam bekannte Ärger mit den Medien erhalten bleiben, der uns als Bürger eines demokratischen Staates beschieden ist. Ist dieser Ärger letztlich doch angenehmer als die Wut, die wir in einem totalitären Staat empfinden müssen, gegenüber Medien, die keine Unruhe mehr ermöglichen, sondern sklavisches Sprachrohr eines absoluten Systems sind.»



Bild 2. Wut über elektronische Medien?

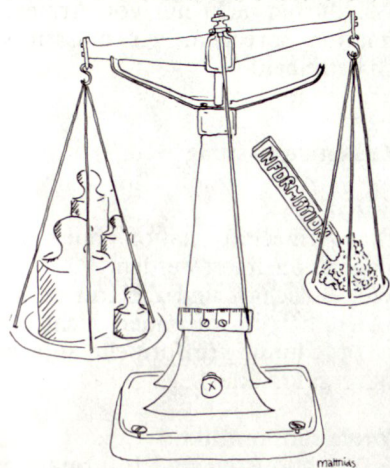


Bild 3. Informationsdefizit.

5 Problemfeld Informationsdefizit

Trotz der Erkenntnis, dass wir an einer Informationsüberflutung leiden, können wir andererseits in bestimmten Bereichen auch ein echtes Informationsdefizit feststellen. Dazu gehören mitunter gewisse **Bereiche der Sicherheitspolitik**.

Die **Wehrvorfürungen** in Zürich haben verdeutlicht, dass die Öffentlichkeit nicht nur einen Anspruch, sondern auch ein Bedürfnis hat, zu erfahren, wie ihre Armee aussieht, was sie leistet und für was die Steuergelder gebraucht werden. Ist es doch so, dass man heute kaum mehr Gelegenheit hat, die Armee im Einsatz zu sehen. Ihre Arbeitsplätze sind dezentralisiert. Die Truppe wirkt im Verborgenen; sie ist meist gut getarnt. Bei Übungen sind die Wehrmänner meist eingegraben und oft nur nachts im Einsatz. Einzelne Waffen und Geräte sind höchstens bei Verschiebungen, beim Einrücken oder bei der Entlassung der Truppe zu sehen. Ein Gesamtüberblick wird selten vermittelt. Dank der **Wehrvorführung** konnte z. B. dieses Informationsdefizit kurzfristig und lokal behoben werden.

Ein zweites Beispiel von Informationsdefizit zeigt sich beim **Staatskundeunterricht**. Vielerorts wird der Be-

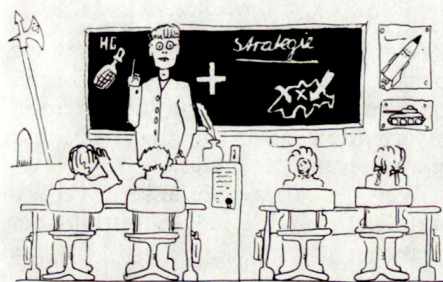


Bild 4. Informationsdefizit bei Sicherheitspolitik und Staatskundeunterricht.

reich Sicherheitspolitik, bewusst oder vielleicht auch aus Unkenntnis, ausgeklammert. Die eidgenössische Kommission Jugend und Landesverteidigung forderte jüngst, man möge den Bereich der Bundesverfassung (Sicherheit nach aussen) bei der Staatskunde im Lehrplan verankern, damit bei der Jugend ein Informationsdefizit vermieden werden kann. Mit einer gezielten Desinformationskampagne in allen Medienkanälen verfälschte die linksextreme Seite das ernsthafte Anliegen plötzlich mit Begriffen wie «Militarisierung der Schule» oder «Wehrkundeunterricht». Durch diese Agitation kam es soweit, dass selbst der Bundesrat nichts mehr wissen wollte von dem notwendigen Anliegen, ein echtes Informationsdefizit in der Schule zu beseitigen. Diese Informationslücke besteht immer noch.

Das grösste **Informationsdefizit bei der Armeeeinformation** würde letztlich dann entstehen, wenn das Thema Armee schlichtweg verschwiegen, ausgeklammert, einfach ignoriert würde. Dies wäre bedenklicher als beissendste Kritik, Schnödererei oder als eine Situation, bei welcher vorab negative Beiträge dominieren.

Auch bei der Information gilt nämlich das Gesetz «Aktion führt zu Reaktion». Und in einer Demokratie kann die Reaktion noch manifest werden. Einseitigkeit hat bisher stets zu Gegenaktionen geführt. Dies bringt immerhin noch eine Auseinandersetzung mit dem Thema. Zwar sind Richtigstellungen undankbar; sie können (nach Dr. H. Kurz) mit jener unerfreulichen Situation verglichen werden, bei welcher der Inhalt einer ausgepressten Zahnpastatube wieder in die leere Tube zurückgebracht werden sollte. So undankbar Berichtigungen und defensive Information auch sein mögen, bedenklicher wäre freilich das völlige Ausgeklammertbleiben, das absolute **Informationsmanko**. Wer aus dem Interessenbereich fällt, der fällt letztlich auch aus dem Informationsbereich. Übertragen auf ein Fussballspiel (unter der Annahme, der Fussball sei das Informationsthema Armee), müssen wir darauf bedacht bleiben, dass kein Ersatzball ins Spiel kommt. Solange der Ball «Armee» im Spiel bleibt, ist auch das Thema im Interessenbereich; selbst dann, wenn der Gegner am Ball ist.

6 Geheimhaltung: Grund zur Informationsverhinderung?

Alle, die mit der Armeeeinformation zu tun haben, kennen das leide Dilemma zwischen notwendiger Information (Dissuasion) und notwendiger Geheim-

haltung (um dem Gegner einen Angriff nicht zu erleichtern). Der ehemalige Generalstabschef hat zu diesem Spannungsfeld mit seiner Verlautbarung (1980) deutlich gemacht, dass gar kein Grund besteht, **Geheimhaltung als Informationsverhinderungsinstrument** zu missbrauchen. Die Kriterien sind verhältnismässig einfach und wurden von Generalstabschef Senn wie folgt zusammengefasst:

1. **Geheimzuhalten** ist alles, was dem Gegner Planung und Durchführung direkter Angriffe erleichtert, wie z. B. Aufmarschpläne; Standorte, Zweckbestimmungen und Leistungsfähigkeiten ortsfester Anlagen; Einzelheiten der Kriegsmobilmachungsvorbereitungen; Umfang von Kriegsreserven; Sendefrequenzen.

2. **Informieren** soll man über Vorbereitungen, Mittel und Einrichtungen, welche einen realistischen und glaubwürdigen Eindruck des Ausmasses und der Wirklichkeit unserer Kriegsvorbereitungen vermitteln.

Die Richtlinien zeigen eindeutig, dass es ohne weiteres möglich ist, trotz Geheimhaltungsvorschriften **offen und offensiv zu informieren**. Trotz der unumgänglichen Einschränkungen darf die Geheimhaltung nicht zum Vorwand gemacht werden, zulässige Bereiche, welche aufschlussreich, interessant sind oder den Wehrwillen fördern könnten, zu verschweigen.

7 Problemfeld Kritik und Armeeeinformation

Nach den Äusserungen des Ausbildungschefs darf Kritik nicht einfach mit schädigender Wühlarbeit gleichgesetzt werden. Kritik, die darauf abzielt, Schwächen zu verbessern, kann als **konstruktive oder aufbauende Kritik** bezeichnet werden. Das selbstkritische Mitdenken ist ein Lebenselement der Demokratie. Die Armee muss deshalb gegenüber sachlicher, aufbauender Kritik stets offenbleiben und darf nicht aus einer zwar verständlichen Abwehrhaltung gegenüber Destruktion auch aufbauende Kritik zurückbinden. Kritik hat eine Kontrollfunktion, trägt zur Regeneration bei und ermöglicht somit auch Verbesserungen.

Obschon es gewisse Medienmitarbeiter nicht gerne hören: Es gibt aber auch eine **destruktive Kritik**. Eine Kritik, die bewusst darauf abzielt, die Substanz der kritisierten Sache zu schwächen, zu zersetzen, zu demontieren und letztlich aufzulösen. Destruktive Kritik ist keine Kritik, die etwas beanstandet, damit die Situation verbessert wird. Meist zeichnet sich die

destruktive Kritik durch Unsachlichkeit aus, ist vielfach auch tatenwidrig oder verzerrt. Gegen destruktive Kritik muss unmissverständlich mit Richtigstellungen oder Gegenaufklärung Stellung genommen werden.

Bleiben wir uns beim Problemfeld **Armee und Kritik** bewusst: Weshalb sollte die Armee die allereinzige Institution sein, die fehlerfrei funktionieren muss? Bei jedem Betrieb, auch bei den Medien, rechnet man mit Fehlern. Bei der Armee hingegen erwartet man reibungsloses und pannenloses Funktionieren. Wenn bei der Armee die Information nur noch um festgestellte Mängel kreist, erhält die Öffentlichkeit allmählich ein verzerrtes Gesamtbild. Umfassende Information muss deshalb auch Positives beinhalten. Es darf und sollte auch das vermittelt werden, was sich bewährt hat und funktioniert.

Viele Leute behaupten, die elektronischen Medien hätten eher eine **«Linkstendenz»**. Vielleicht kommt dies daher, weil Veränderungen, utopische Theorien und das bewusste Engagement für Randgruppen und Minderheiten publizistisch viel ergiebiger sind als das Bewahren, die Erfahrung, Privatheit und Konstanz. Wie ein Fernsehmitarbeiter verlauten liess, müssen die Medien «mit der kritischen Sonde» arbeiten. Ob aber die «kritische Sonde» in allen Bereichen gleichwertig zur Anwendung kommt?

Viele Publizisten sehen sich zwangsläufig als «uneigennützig Beobachter der Wirklichkeit» und sehen sich damit auch als «Kritiker des gemeinen Wohls». Leider sind sich viele als das angebliche «Auge und Ohr der Öffentlichkeit» nicht bewusst, dass sie selbst gegenüber bestimmten Ideologien oder gegenüber einem bestimmten Zeitgeist unbewusst befangen sein können. Vielleicht daher die **Empfindlichkeit gewisser Medienschaffender** gegenüber Medienkritikern: Man wähnt sich als «Hüter des gemeinsamen Wohls», Kritik wird als Angriff auf die Meinungsfreiheit betrachtet, ohne zu berücksichtigen, dass man eben auch als Medienmitarbeiter durch ideologische Zäune befangen sein kann.

8 Problemkreis Image der Armee

Bei der Armeeformation darf uns das Image der Armee nicht gleichgültig sein. **Der Ruf der Armee** hat recht viel mit der Dissuasion zu tun. Wer das Image laufend beachtet, weiss, welchen Ballast er über Bord werfen muss, damit der Ballon mit dem Image der Armee an Bord in die Goodwillosphäre steigen kann.

Das Image ist uns auch Leitbild für die Öffentlichkeitsarbeit, es beeinflusst die Öffentlichkeitsarbeit, so wie andererseits auch die Öffentlichkeitsarbeit das Image beeinflussen kann. Information allein genügt jedoch nicht, um das Image zu verbessern, denn das Image der Armee setzt sich aus vielen Teilbildern zusammen:

- Aus dem Bild, das die Wehrmänner geben.
- Wie die Rüstung aussieht.
- Aus der Glaubwürdigkeit der Führung.
- Aus der Effizienz der Ausbildung.
- Was die Politiker beschliessen.
- Was die Öffentlichkeit denkt und sagt.
- Was das Ausland meint.
- Wie die veröffentlichte Meinung über die Armee lautet.
- Aus dem persönlichen Eindruck (Realität).
- Wie der Partner am Arbeitsplatz von der Armee spricht.

Wer mit dazu beiträgt, die verschiedenen Teilbilder zu verbessern, hilft aktiv mit, das Image aufzuwerten. Sicherlich darf dabei die Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit weder überschätzt noch unterschätzt werden. Wir können aber die veröffentlichte Meinung in Presse, Radio und Fernsehen nicht einfach unbeachtet lassen. Wer die Öffentlichkeitsarbeit vernachlässigt, läuft Gefahr, dass geschickte Informanten plötzlich einseitige Informationen zur Sicherheitspolitik in die Welt setzen, wie zum Beispiel das bewusste **Ausspielen der sozialen Landesverteidigung mit der militärischen Landesverteidigung**. Bei derartigen Attacken dürfte nicht geschwiegen werden. Hier müsste unbedingt darauf hingewiesen werden, dass es kein Entweder-Oder gibt: Kein noch so grosszügig ausgebauter Sozialstaat taugt etwas, wenn er erpressbar oder zufolge ungenügender Abwehrkraft eingenommen werden kann. Eine bis auf die Zähne bewaffnete Schweiz nützt nichts, wenn die soziale Wohlfahrt fehlt und die Einsicht zur Notwehr ausbleibt.

Analoge Beispiele einseitiger Information sind jedem bekannt, der sich mit Armeeformation auseinandersetzt. Denken wir nur an die **Themenbereiche**, wie:

- das Anpreisen von billigen Alternativen zur militärischen Landesverteidigung (Kleinkriegstaktik),
- das unablässige Wiederholen der Ausweglosigkeit unserer Verteidigung einem modernen Gegner gegenüber,
- ein Kleinstaat könne sich eine taugliche Rüstung nicht mehr leisten,
- das Verdrängen und Herunterspielen der militärischen Bedrohung.

Wir dürfen nicht nur von Armeeformation sprechen, wir müssen sie auch betreiben!

9 Zusammenfassung

Konzept

Die Armeeformation muss laufend neu konzipiert werden.

Wer Botschaft und Zielgruppe stets im Auge behält, informiert nicht über die Köpfe hinweg (informelle Sprache: konkret, kurz, klar).

Informationskonflikt

Informationsflut und Informationsresistenz sind zu berücksichtigen, indem wir

- in kleinen Rationen informieren,
- kontinuierlich informieren,
- das vermitteln, was interessant ist.

Trotz Informationsflut kann das Verhalten beeinflusst werden! Deshalb wenig informieren, dafür konstant.

Medien / Armee

Der Kontakt mit den Medien muss gepflegt werden! Persönliche Kontakte, Gespräche schaffen Vertrauensverhältnis.

Der Dialog darf nie abbrechen.

Auf dem Gebiet der Information zählen Rechtsgrundlagen und Organigramme viel weniger als Menschen.

Informationsdefizit

Informationsdefizite müssen wir beheben.

Geheimhaltung

Die Geheimhaltung darf nicht Vorwand für Informationsverhinderung sein!

Die Vorschriften sind einfach: Es kann trotz Geheimhaltungsvorschriften verhältnismässig offen und transparent informiert werden.

Kritik

Die Armeeformation muss realistisch und glaubwürdig bleiben.

Mängel und Missstände dürfen nicht verschwiegen werden. Aber auch positive Informationen müssen wir vermitteln. Fehlinformation oder Desinformation sind richtigzustellen.

Besser: agieren statt reagieren.

Image

Wer das Image der Armee im Auge behält, redet nicht nur von Information, sondern betreibt sie auch. Armeeformation allein genügt nicht zur Verbesserung des Images.

Wer die Armee verbessert, verbessert letztlich auch das Selbstbild der Armee. ■