

Bürgerliche wollen lieber Waffen statt Werbefilme

- 01.10.2025
- Blick
- Daniel Ballmer

Actiongeladene Werbefilme auf Instagram, tägliche Medienmitteilungen oder Nachrichten auf X. Das Verteidigungsdepartement (VBS) schießt kommunikativ aus allen Rohren. Auf allen Kanälen. Immer umfassender. Dafür steht eine eigene Armee von 106 Kommunikationsfachleuten bereit, die das VBS ins beste Licht rücken sollen - fast doppelt so viel Personal wie in jedem anderen Departement.

Und das in Zeiten, in denen der Bund an allen Ecken und Enden sparen muss. Mehrkosten beim F-35, Pannendrohnen, Korruptionsskandal bei der Ruag - gleichzeitig macht das VBS regelmässig Negativschlagzeilen, die nicht zum beworbenen Hochglanzimage passen wollen. Der neue Verteidigungsminister Martin Pfister (62) will das Vertrauen ins VBS wiederherstellen. Seine Medienarmada soll ihm dabei helfen. 17,8 Millionen Franken kostet das den Steuerzahler pro Jahr.

Kosten, die den Bürgerlichen schon länger ein Dorn im Auge sind. Fertig lustig! Angeführt von SVP-Nationalrat Thomas Hurter (61) wollen SVP, FDP und GLP den Sparhebel ansetzen. Nicht beteiligt ist die Mitte-Partei, was wenig erstaunt: Sie stellt sich jeweils ohne Wenn und Aber hinter ihren eigenen Bundesrat. Die anderen bürgerlichen Parteien aber fordern den Bundesrat auf, die Öffentlichkeitsarbeit im VBS gleich um die Hälfte zu kürzen. Das eingesparte Geld solle lieber in die Verteidigungsfähigkeit der Armee gesteckt werden.

In einer Zeit, in der der Bund gezwungen ist, Sparmassnahmen umzusetzen, stelle der hohe Personalaufwand in der VBS-Kommunikation eine «unverhältnismässige Belastung» dar, findet Hurter. Für die Bevölkerung sei kaum nachvollziehbar, weshalb das VBS laufend neue Kommunikationsstellen schafft, während die Mittel für die Verteidigungsbereitschaft nicht reichen. Die VBS-Kommunikation gerät nicht zum ersten Mal ins Kreuzfeuer der Kritik. Das Departement begründete den Stellenbedarf bisher mit der Grösse des VBS. Auch habe die Armee einen besonderen Kommunikationsbedarf.

Zudem richte sich die Kommunikation nach den ständig steigenden Bedürfnissen der Bevölkerung und den zunehmenden Aufgaben. Und: Mögliche Einsparungen würden regelmässig geprüft. Das Parlament aber gibt sich damit je länger je weniger zufrieden. Zumal manche eher von Propaganda denn Öffentlichkeitsarbeit sprechen. Schliesslich könnten weitaus kostengünstigere Presse- und Informationsoffiziere in der Milizarmee noch effizienter eingesetzt werden, findet Hurter.

«Damit liessen sich die Effizienz steigern und die Kosten senken, ohne Transparenz oder Vertrauen in die Armee zu gefährden.» Die VBS-Kommunikationsarmee aber soll Federn lassen..