

Von Bettina Zimmermann*

Armeeabstimmungen sind ohne die Stimmen der Frauen kaum zu gewinnen!



Bettina Zimmermann

Frauen machen mehr als 50 Prozent der Schweizer Bevölkerung aus. Wer Frauen in zukünftigen Armeeabstimmungen nicht für sich gewinnen kann, wird seine Interessen kaum durchsetzen können. Hier besteht Handlungsbedarf. Frauen sollen bei Armeeabstimmungen besser abgeholt werden, aber nicht auf Kosten der Männer!

Die Frage ist also nicht ob, sondern wie diese mehr als 50 Prozent der Schweizer Bevölkerung besser und möglichst rasch in sicherheitspolitische Themen miteinbezogen werden können. Dass Frauen bei Armeeabstimmungen kaum oder gar nicht adressiert werden, ist leider Fakt und kein Analyseergebnis einer feministischen Organisation.

Die Geschichte von Frauen und Sicherheitspolitik scheint eine Geschichte voller Missverständnisse und sehr oft eine Frage der Definition zu sein. Geht man bei Männern quasi automatisch davon aus, dass sich diese für Sicherheit und Sicherheitspolitik interessieren, wird das bei Frauen in Frage gestellt. Dazu ist festzuhalten: Tatsächlich sind Frauen allgemein schon aus ihrer gesellschaftlichen Entwicklung heraus an Sicherheitsfragen interessiert, wenn man

diese nicht nur auf den militärischen Bereich reduziert. Aufgrund meines beruflichen Kontextes als Krisenmanagerin in Unternehmen, oder als Präsidentin eines Business Professional Women Clubs und selber Mutter von zwei erwachsenen Kindern, habe ich einerseits täglich mit Sicherheitsfragen zu tun und andererseits weiss ich, wie sehr Frauen am Thema Sicherheit interessiert sind. Die Frage, wie unsere Kinder in Sicherheit aufwachsen können, ist dabei zentral. Gefahren lauern überall – auf dem Schulweg, im Internet und zunehmend, wenn auch aufgrund des subjektiven Empfindens, durch mögliche Anschläge im öffentlichen Raum. Der mentale Druck in der Gesellschaft steigt, sich mit Sicherheitsfragen viel stärker als bisher auseinandersetzen zu müssen.

Zielgruppe «Frau» bei früheren Armee-Abstimmungen nicht abgeholt

Das Thema Sicherheit und Armee braucht in verschiedener Hinsicht Analysen und neue Wege um nachhaltig zu sein. Weil es uns in der Schweiz schon sehr lange sehr gut geht, versteht ein Grossteil der Bevölkerung nicht, weshalb wir unsere Armee aufrüsten sollten, beziehungsweise warum die Armee überhaupt noch eine Daseinsberechtigung hat? Wir sind ja von «Freunden» umgeben.

Armee- und Sicherheitsverantwortliche haben die Aufgabe, Risiken zu erkennen, kurzfristige und langfristige Massnahmen festzulegen, diese einzuleiten und die verschiedenen Stakeholder-Gruppen in der Bevölkerung adressatengerecht zu informieren und aufzuklären. Dabei soll diese Information zielgerichtet, einfach und nachvollziehbar sein. Dass dies nicht immer so war, lehrt uns die Vergangenheit mit dem Gripen-Abstimmungskampf. Die Zielgruppe «Frau» wurde nachweislich zu wenig oder gar nicht abgeholt und viele Stimmbürger waren nicht in der Lage, diese komplexe Abstimmungsvorlage zu verstehen. Und was tun viele Menschen, wenn sie etwas nicht verstehen oder sich nicht abgeholt fühlen? Sie lehnen es ab.

Emotionale statt sachliche Argumente

Aktuelle und künftige sicherheitspolitische Herausforderungen können nur in Zusammenarbeit mit den Frauen gelöst und Mehrheiten dafür gefunden werden. Das darf nicht länger eine reine Männerdomäne bleiben. Das bedingt, dass die Zielgruppe «Frau» anders abgeholt werden muss, als die Zielgruppe «Mann». Lassen Sie mich das sehr vereinfacht ausdrücken, im Wissen darum, dass man nie alle in denselben Topf werfen kann: Frauen holt man mit

emotionalen Argumenten ab, Männer mit sachlichen. Das «Überzeugungswording» für Frauen soll gut überlegt angepasst werden. Dabei können und sollen Kampfbe-griffe nicht vollständig geändert oder weg-gelassen werden, denn letztlich ist der in der Bundesverfassung und im Militärge-setz geregelte Kernauftrag der Armee die Kriegsverhinderung und der Erhalt des Friedens. Dazu braucht es als letztes Mittel auch die Fähigkeit zu kämpfen.

Es darf bei der Zielgruppendefinition auch keinesfalls um eine Frage von Frau versus Mann gehen, sondern um ganzheitliche, gemeinsame und für beide Geschlechter tragfähige Lösungen. Es geht darum Frauen gezielt mit Emotionen zu überzeugen und keine «Weichspülprogramme» zu schaffen. Frauen gehen Themen grundsätzlich mehr auf der emotionalen und Beziehungsebene an, was eine ganz wichtige Ergänzung ist zum Bild, das Männer malen. Männer schätzen sich selber in Sicherheitsfragen gerne als kompetenter ein. Dies lässt sich wohl darauf zurückführen, dass immer noch viele Berufe im Sicherheitsbereich wie Militär, Polizei oder Feuerwehr männerdominiert sind. Dass Männer und Frauen unterschiedlich sind, wissen wir schon seit Urzeiten, und genau diese Unterschiede

sollen auch bei Sicherheitsthemen und künftigen Armeestimmungen berücksichtig werden.

Frauen sollen frühzeitig, am besten sofort, in die Diskussion um die künftige Stoss-richtung für Armeestimmungen einge-bunden werden. Dem voraus muss aber die Erkenntnis stehen, dass Frauen eine wichtige Stakeholder-Gruppe sind, die man (auch) in Armee- und Sicherheitsfra-gen abholen muss.

Frauen vom Nutzen der Armee überzeugen

Der Prozess, Geschäftsfrauen und Entschei-derinnen sowie vor allem Frauen an der Basis von der Relevanz der Armee über-zeugen zu können, wird ohne Frauen und Frauenverbände nicht erfolgreich sein. Die Verkäuferin, die Servicekraft, die Mutter und Familienmanagerin muss genau so überzeugt werden wie die Geschäftsführerin. National- und Stände-rätinnen spielen hierbei sicher eine grosse Rolle, doch es braucht vor allem Frauen, die wissen und besser spüren, was die Frau an der Basis wirklich beschäftigt.

Um das Sicherheitsverständnis bei den Frauen längerfristig zu fördern, wäre auch

ein obligatorischer Orientierungstag vor der Rekrutierung für Frauen begrüssens-wert. Ein solcher brächte die Möglichkeit, Frauen die Sinnhaftigkeit und den Nutzen der Schweizer Armee aufzuzeigen. Aber das Wichtigste ist: Wer Frauen bei sicherheitspolitischen Fragen und Abstimmun-gen auf seiner Seite wissen möchte, muss zuallererst bereit sein, sie ernst zu nehmen!

**Bettina Zimmermann ist Krisenmanagerin, Buchautorin und CEO der GU Sicherheit & Partner AG. Sie berät und unterstützt Unter-nehmen, Verbände und Behörden beim Aufbau von firmeninternen Krisenstäben und Führungsunterstützungsteams und be-gleitet Firmen in akuten Krisensituationen vor Ort in den Bereichen Krisenmanage-ment, interne/externe Krisenkommunika-tion und Bedrohungsmanagement.*