

Zeitschrift: Armee-Logistik : unabhängige Fachzeitschrift für Logistiker = Organo indipendente per logistica = Organ independenta per logistichers = Organ indépendant pour les logisticiens

Herausgeber: Schweizerischer Fourierverband

Band: 93 (2020)

Heft: 1

Rubrik: Herausgegriffen

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.02.2025

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

ARMEE-LOGISTIK

93. Jahrgang. Erscheint 10-mal jährlich (monatlich, Doppelnummern 7/8 und 11/12).
ISSN 1423-7008.
Beglaubigte Auflage 3285 (WEMF 2019).

Offizielles Organ:

Schweizerischer Fourierverband (SFV) /
Verband Schweizerischer
Militärkitchenchefs (VSMK)

Jährlicher Abonnementspreis: Für Sektionsmitglieder im Mitgliederbeitrag inbegriffen. Für nicht dem Verband angeschlossene Angehörige der Armee und übrige Abonnenten Fr. 32.–, Einzelnummer Fr. 3.80. Postkonto 80-18 908-2

Verlag/Herausgeber: Schweizerischer Fourierverband, Zeitungskommission, Präsident Four Stefan Walder (sw), Aufdorfstrasse 193, 8708 Männedorf, Telefon Privat: 079 346 76 70, Telefon Geschäft: 044 752 35 35, Fax: 044 752 35 49, E-Mail: swalder@bluewin.ch

Redaktion: Armee-Logistik
Telefon Geschäft: 044 752 35 35
Fax: 044 752 35 49,
E-Mail: redaktion@armee-logistik.ch

Chefredaktor:

Oberst Roland Haudenschild (rh)

Mitarbeiter: Hartmut Schauer (Deutschland/Amerika), Oberst Heinrich Wirz (Bundeshaus/Mitglied EMPA); Member of the European Military Press Association (EMPA).

Freier Mitarbeiter: Oberst i GSt Alois Schwarzenberger (as), E-Mail: schwarzenberger.alois@bluewin.ch, Telefon 078 746 75 75

Redaktionsschluss:

Nr. 2 – 05.01.2020, Nr. 3 – 05.02.2020,
Nr. 4 – 05.03.2020, Nr. 5 – 05.04.2020
Grundsätzlich immer am 5. des Monats für die Ausgabe des kommenden Monats.

Adress- und Gradänderungen:

SFV und freie Abonnenten:
Zentrale Mutationsstelle SFV, Postfach,
5036 Oberentfelden, Telefon 062 723 80 53,
E-Mail: mut@fourier.ch

VSMK-Mitglieder: Verband Schweizerischer Militärkitchenchefs, Zentrale Mutationsstelle VSMK, Four Markus Wiesendanger, Schönaustrasse 4, 8717 Benken; mutationen.vsmk@bluewin.ch

Inserate: Anzeigenverwaltung Armee-Logistik,
Telefon Geschäft: 044 752 35 35
(Hr. Walder), Fax: 044 752 35 49,
E-Mail: swalder@bluewin.ch
Inseratenschluss: am 1. des Vormonats

Druck: Triner Media + Print, Schmiedgasse 7, 6431 Schwyz, Telefon 041 819 08 10, Fax 041 819 08 53

Satz: Triner Media + Print

Vertrieb/Beilagen: Schär Druckverarbeitung AG,
Industriestrasse 14, 4806 Wikon,
Telefon 062 785 10 30, Fax 062 785 10 33

Der Nachdruck sämtlicher Artikel und Illustrationen – auch teilweise – ist nur mit Quellenangabe gestattet. Für den Verlust nicht einverlangter Beiträge kann die Redaktion keine Verantwortung übernehmen.

Die irgendwie geartete Verwertung von in diesem Titel abgedruckten Anzeigen oder Teilen davon, insbesondere durch Einspeisung in einen Online-Dienst, durch dazu nicht autorisierte Dritte ist untersagt. Jeder Verstoß wird gerichtlich verfolgt.

Sponsoring im VBS

Nicht nur die Privatwirtschaft, sondern auch die öffentliche Verwaltung misst dem Sponsoring eine immer höhere Bedeutung bei. Unterschieden wird aktives Sponsoring, die Verwaltung als Sponsor und passives Sponsoring, die Verwaltung als Sponsoringnehmer.

Die Chefin VBS beauftragte am 3. Juli 2019 die Interne Revision VBS, im Departement eine Gesamtschau zum Thema Sponsoring durchzuführen, die relevanten Regelungen aufzulisten und die Anwendung dieser Regelungen zu überprüfen.

Sponsoring ist in der Verwaltungstätigkeit aus rechtlicher Sicht grundsätzlich möglich. Im VBS betreibt hauptsächlich die Armee aktives und passives Sponsoring in nicht unbedeutendem Umfang. Das jährliche Volumen kann jedoch kaum beziffert werden, da nicht alle Einzelleistungen erfasst werden und diese teilweise kaum quantifizierbar sind.

Beim aktiven Sponsoring der Armee sehen wir primär Risiken aufgrund der unklaren Rechtsituation. Aus unserer Sicht sollte aufgrund des Volumens dieser Leistungen zur Imagepflege der Armee eine klare rechtliche Grundlage geschaffen werden. Diese würde dazu beitragen, die in der Öffentlichkeit breit geschätzten Leistungen fest im Portfolio der Armee zu verankern.

Beim passiven Sponsoring der Armee erachten wir einige der dargelegten Aktivitäten als heikel. Das Departement sollte einen klaren Rahmen vorgeben, in welcher Form und mit welchen Partnern Sponsoring betrieben werden darf. Wir erachten es beispielsweise nicht als angebracht, wenn Rüstungsfirmen sich finanziell an militärischen Rapporten engagieren. Dabei kann der Anschein entstehen, dass diese Unternehmen die Armee ungebührlich beeinflussen, auch wenn aus vertragsrechtlicher Sicht nichts gegen eine solche Geschäftsbeziehung einzuwenden ist. Hingegen erachten wir es als unproblematisch, wenn beispielsweise ein Küchenmaschinenhersteller das «Swiss Army Culinary Team» mit einer Sachleistung geringfügig unterstützt.

Insgesamt erachten wir ein generelles Verbot von Sponsoring nicht als zielführend. Jedoch ist in Zukunft in der Armee vermehrt Vorsicht walten zu lassen und dem Trennungs-, Transparenz-, Äquivalenz- und Dokumentationsprinzip konsequent Folge zu leisten. Der Entscheid, ob eine Sponsoringaktivität durchgeführt werden soll, muss bei den Direktoren der Verwaltungseinheiten des VBS liegen. Bei Grossanlässen kann die Koordination auf Stufe GS-VBS erfolgen.

Abschliessend geben wir zu bedenken, dass Sponsoring primär eine Kommunikationsfunktion innehat und daher stets auch die Kommunikationsabteilungen mit im Boot sein müssen. Jede Sponsoringaktivität ist ein Statement in der

Öffentlichkeit, welches wohlüberlegt erfolgen und stets vorgängig auf Chancen und Risiken hin überprüft werden muss.

Aufgrund unserer Feststellungen und Beurteilungen empfehlen wir, dem Generalsekretariat VBS:

1. eine Handlungsrichtlinie zum Thema Sponsoring zu erstellen, welche für das ganze Departement Gültigkeit hat. Diese soll das Dach für die bestehenden Sponsoringweisungen der einzelnen Verwaltungseinheiten bilden und primär auf das Vorsichtsprinzip als oberstes Gebot ... eingehen. ...
2. als Teil des Transparenzprinzips ab dem Jahr 2020 jede Einzelleistung von passivem Sponsoring im VBS über CHF 5'000 einschliesslich des Verwendungszwecks und des Sponsors zu erfassen und auf der Webseite des VBS offenzulegen. ...
3. eine eindeutige Gesetzesbasis für Displayvorführungen sowie VUM-Leistungen der Armee zu Gunsten ziviler kommerziell organisierter Anlässe zu schaffen und zudem diese Aktivitäten gezielt kommunikativ zu begleiten.

der Gruppe Verteidigung:

4. das Dokumentationsprinzip konsequent anzuwenden und dabei schriftliche Verträge zu erstellen sowie alle Sponsoringleistungen in den Büchern abzubilden.
5. diesen Prüfbericht und später auch die vom GS-VBS erstellte Handlungsrichtlinie im Rahmen der Geschäftsleitungssitzung der einzelnen Verwaltungseinheiten zu thematisieren.
6. zu prüfen, ob die Pauschalbeträge für Rapporte von Grossen Verbänden erhöht werden sollten, um deren Durchführung ohne passives Sponsoring sicherzustellen.

Quelle: Interne Revision VBS, Prüfbericht «Sponsoring im VBS», Bern, 31. Oktober 2019, Abklärung A 2019-11

Roland Haudenschild

