

**Zeitschrift:** Schweizer Soldat : die führende Militärzeitschrift der Schweiz  
**Herausgeber:** Verlagsgenossenschaft Schweizer Soldat  
**Band:** 91 (2016)  
**Heft:** 5

**Artikel:** Seit 2005 : mit neuem Konzept zum Aufschwung - bis heute  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-737786>

### **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:** 22.01.2025

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

# Seit 2005: Mit neuem Konzept zum Aufschwung – bis heute

Bedingt durch die mehrmalige Verkleinerung der Armee, traten 1995 und 2004 beim SCHWEIZER SOLDAT sowohl mit Hinsicht auf die Abonnemente als auch auf die Inserate empfindliche Verluste ein, die seinen Fortbestand in seiner damaligen Form als Vereinszeitschrift gefährdeten.

In der vierköpfigen Geschäftsleitung des Huber-Verlags kamen die Probleme jeden Monat zur Sprache. Unter Traktandum 8, Militaria, wurde immer wieder erwogen, den Titel entweder abzustossen und zu kündigen oder dann die Leserschaft einer anderen Militärpublikation zuzuführen.

Vor allem der Rückgang der Abonnemente, der auch mit den massiven Bestandesreduktionen der Armeen 95 und XXI zu tun hatte, gefährdete die Zeitschrift dramatisch; aber auch die Einnahmen aus den Inseraten verliefen nicht wie gewünscht.

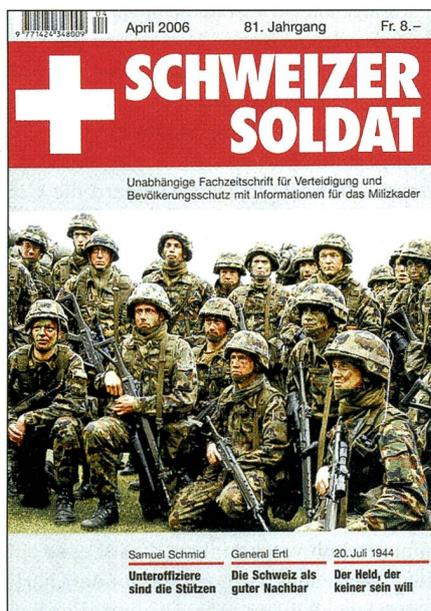
Immerhin gelang es dem Präsidenten der Verlagsgenossenschaft, den Fortbestand des Titels SCHWEIZER SOLDAT zu sichern. Ein Zeichen dafür war die Einführung der Farbe für die ganze Ausgabe im Jahr 2005 – ein Schritt, der mit der Entwicklung vieler anderer Zeitschriften Hand in Hand ging.

## Die Strategiegruppe I

Entscheidend aber war, dass der Präsident im Winter 2005/2006 eine Arbeitsgruppe einsetzte, die als Strategiegruppe I in die Geschichte der Zeitschrift einging. Die Strategiegruppe hatte *carte blanche*, den SCHWEIZER SOLDAT von Grund auf zu reformieren. Im Pflichtenheft standen Inhalt und Layout, Abonnemente und Inserate sowie, *last but not least*, die Finanzierung.

In der Wahl der Mitglieder der Strategiegruppe hatte Robert Nussbaumer eine glückliche Hand. Es gelang ihm, den damaligen Brigadier *André Blattmann*, den Kommandanten der Zentralschule, als Leiter zu gewinnen. Hinzu kamen die damaligen Brigadiere *Roberto Fisch* und *Urs Hürlimann*.

Von Seiten der Verlagsgenossenschaft wurden Vorstandsmitglieder, der Präsident und der Chefredaktor, verstärkt von Oberst i GSt *Jürg Kürsener*, Oberstlt *Peter Jenni*, Chefadj *Kurt Schütz* und Wm *Josef Ritler* eingesetzt. In zwei straff geführten Rapporten wurden für die Finanzierung, für die



Zwei der Titelbilder gemäss neuem Konzept. Beide fanden damals das Missfallen einer betulichen Exponentin der Wohlfühl-Armee: «Diese verzerrten Gesichter, das geht doch nicht!» Die Redaktion erinnerte dann daran, dass sich die Armee auf den Krieg vorbereiten muss. Die Redaktion ist dieser Linie unbeirrt treu geblieben.

Abonnemente und die Inserate neue Konzepte erarbeitet. Ebenso wurde am zweiten Rapport einstimmig ein neues inhaltliches Konzept gutgeheissen, das für die neue Fachzeitschrift den Titel «Sechs-Säulen-Konzept» trägt und bis heute gilt.

Das neue Konzept löste in der Seitenanordnung und Rubrizierung ein Konzept ab, das auf Artikeltypen wie Hintergrund oder Reportage gründete. Fortan galt es, jeden Monat attraktive Beiträge zu folgenden sechs Säulen zu gewinnen und zu gestalten:

- Schweiz Militärpolitik
- Schweizer Armee, Truppenreportagen
- Ausland
- Militärgeschichte
- Rüstung+Technik
- Zu guter Letzt.

Auch die Umstellung auf ein modernes Layout gelang in einem kurzen «Chut». Die

Wahl fiel auf den erfahrenen, auch anderweitig erfolgreichen Zuger Layouter *Kurt Hildbrand*.

Hildbrand entwarf in seinem Atelier in Walchwil einen grundsätzlich neuen, frischen Auftritt, der im Vorstand und in der Redaktion Beifall fand. Hildbrand setzte seine reiche Erfahrung in der Gestaltung von Zeitungen und Zeitschriften erfolgreich um.

Er fand einfache Regeln zur Gestaltung der Seiten, führte für den Lauftext eine neue, gut zu lesende Seriphenschrift ein und setzte leserfreundliche Titel. Und er wusste: 50% des Erfolgs sind gute Bilder.

Nachdem eine Zürcher Grossfirma den Huber-Verlag übernommen hatte, wechselte die Verlagsgenossenschaft rasch in den Kanton St. Gallen, wo schliesslich der Zollikofer-Verlag den Titel übernahm.

SOLDAT

In der Vorstufe setzte der neue Verlag für den SCHWEIZER VERLAG einen begabten jungen Layouter ein: Der Toggenburger *Mischa Gottwald* übernahm die Aufgabe, nach dem neuen Konzept jeden Monat eine attraktive, leserfreundliche Zeitschrift zu gestalten. Von Anfang an gelang ihm das gut. Er schätzt Kurt Hildbrands modernes Layout und entwickelt dieses stetig weiter.

### Die Grossauflage

Strategisch setzte der Präsident mit der ihm eigenen Tatkraft einen Ansatz der Arbeitsgruppe um, der als einzigartig erfolgreicher Schritt in die Geschichte der Zeitschrift eingehen sollte: die Grossauflage.

Robert Nussbaumer hatte die Idee, fortan alle Kader vom Wachtmeister an aufwärts eine Zeitlang zu beliefern und die Auflage so gewaltig zu steigern. Zur Verwirklichung dieses Grossprojektes galt es Hindernisse zu überwinden. Entscheidende Hilfe fand der Präsident beim Chef des Zeitschriftenverlags in St. Gallen, dem erfahrenen *Thomas Müllerschön*.

Mit Müllerschöns tatkräftiger Hilfe stellte Robert Nussbaumer auch wieder in zeitlich kurzer Kadenz entschlossen und mutig die Grossauflage auf die Beine, die sich seither auch in der Abonnementswerbung sehr bewährt. Ein Wermutstropfen war der Verlust eines Sponsors und damit verbunden der staatsbürgerlich bedeutenden Wachtmeister in der Grossauflage.

### Idealisten am Werk

Inhaltlich lebt der SCHWEIZER SOLDAT von einer verschworenen Equipe idealistischer Redaktoren, die jeden Monat ihr Bestes leisten, ihre Rubriken spannend und informativ zu gestalten. Ebenso schwer wiegt die Arbeit der Korrespondentinnen und Korrespondenten, die in Wort und Bild aus der ganzen Schweiz und aus aller Welt berichten.

In aller Regel liefern sie auf jedes Monatsende derart viel guten Stoff, dass die Redaktion in den Abschlusstagen vor dem Druck der neuen Ausgabe Mitte Monat die Qual der Wahl hat. Das Ergebnis sind dann die dicht gefüllten, vielfältigen Ausgaben gemäss dem Sechs-Säulen-Prinzip, das praktisch immer eingehalten wird (selten wird ein Beitrag zur Militärgeschichte geschoben, weil die Nummer übertoll ist).

### 52 Jahre Exzellenz und Treue

In der Geschichte einer Zeitschrift gehört es sich und entspricht es auch wissenschaftlichem Standard, dass herausragende

Federn und treue, loyale Redaktoren genannt werden.

Bei den exzellenten Federn ist zuerst Oberst i Gst *Jürg Kürsener* zu nennen. Der angesehenste Nautikexperte im deutschen Sprachraum begann seine Laufbahn vor 52 Jahren als Gymnasiast. Er besuchte den Flugzeugträger *Enterprise* und schrieb für den SCHWEIZER SOLDAT einen sachkundigen Bericht.

Seither hält Jürg Kürsener seiner ersten Zeitschrift unverbrüchlich die Treue. Er erfreut unsere Leserinnen und Leser nicht nur mit Nautikartikeln, sondern auch mit brillanten Analysen zur amerikanischen und fernöstlichen Sicherheitspolitik.

### Über Jahrzehnte hinweg

Viele andere Persönlichkeiten wären zu nennen, an der Spitze natürlich langjährige Redaktoren:

- Oberstlt *Peter Jenni* versieht das Ressort Rüstung + Technik seit nunmehr vier Jahrzehnten. Er kennt sich aus in dieser vielfach verschlüsselten Welt und führt eine geschliffene Feder.
- Major *Patrick Nyfeler* amtiert als loyaler, zuverlässiger stellvertretender Chefredaktor und liefert jeden Monat pünktlich sein Quiz und die beiden Brennpunkte Heer und Luftwaffe.
- Fachof (Major) *Andreas Hess* betreut seit langem die monatliche SUOV-Seite und hält Verbindung zum Schweizerischen Unteroffiziersverband und dessen Sektionen.

### Wahrhaft professionell

Genannt werden müssen ebenso Korrespondentinnen und Korrespondenten, die dem SCHWEIZER SOLDAT Profil verleihen und die Treue halten:

- *Heidi Bono* als zuverlässige Berichterstatterin namentlich aus der Ter Reg 2.

- Oberst *Hansruedi Fuhrer*, den wir alle als souveränen Militärhistoriker schätzen, der seine profunden Analysen ungeachtet historischer Modeströmungen verfasst und so Anerkennung und Resonanz findet.
- Wm *Josef Ritler*, ein professioneller Journalist und Redaktor, begleitet den SCHWEIZER SOLDAT seit Jahrzehnten in vielfältigen Aufträgen kompetent und kameradschaftlich.
- Gfr *Franz Knuchel*, für viele der Fliegerfotograf der Schweiz, steuert ebenfalls seit Jahrzehnten seine feinen, gestochenen scharfen Flugzeugbilder und sachkundige Texte bei.
- Stolz ist die Redaktion, dass sie mit Hptm *Stefan Bühler*, Adj Uof *Christian Graber*, Oberst *Ernesto Kägi*, dem Schützen *James Kramer*, Hptm *Marc Lenzin*, Oberst *Gregor Roos*, Major *Kaj-Gunnar Sievert* und *Alexandre Vautravers* sehr tüchtige Korrespondenten gewinnen konnte – plus unsere renommierten Berichterstatter aus dem Ausland: So Brigadier *Dieter Farwick* und Oberst i Gst *Georg Geyer*.

### Neue Inseratestrategie

Prekär gestaltete sich für den Verlag die Lage auf dem Inseratemarkt, als er die Zeitschrift übernahm.

Wegen der Verkleinerung der Armee und dem Beteiligungsrückgang der Milizunteroffiziere an den UOV-Anlässen war das Segment der kleinen und mittleren Inserate geschrumpft.

Der Verleger *Thomas Müllerschön* entwarf einen neuen Ansatz, die Grossinseratestrategie. Er vernachlässigte die kleineren und mittleren Inserate nicht, die nach wie vor gepflegt und gut placiert werden. Zusätzlich sprach er vermehrt grosse Firmen an – und hatte auch da Erfolg. fo. 

## Die überragende Bedeutung der Strategiegruppe II

In den letzten Jahren kommt der Strategiegruppe II und ihren Empfehlungen überragende Bedeutung zu. Wieder hatte der Präsident, Robert Nussbaumer, bei der Auswahl der Mitglieder eine glückliche Hand: Neben zwei Männern aus dem Vorstand, nämlich dem Präsidenten und dem Chefredaktor, brachten Prof. Dr. *Rudolf Grünig*, Br *Daniel Keller* und Wm *Josef Ritler* ihre Erfahrungen ein.

Die eine Empfehlung, mit dem E-Paper vorwärts zu machen, wird jetzt, Mitte April 2016, planmässig umgesetzt. Die

auswärtigen Mitglieder der Strategiekommission legten grossen Wert auf die Herausgabe einer digitalen Zeitschrift im Massstab 1:1 zum Printprodukt. Damit bestätigten sie den Kurs des Vorstandes.

Einen wahrhaft bleibenden Beitrag leistete *Rudolf Grünig*, der ehemalige Kdt der Inf Br 5: Er verband den digitalen Ansatz mit dem Wunsch des Vorstandes und der Redaktion, aus staatsbürgerlichen Gründen seien die Wachtmeister wieder zu bedienen. Damit geht ein altes Desiderat der Verlagsgenossenschaft in Erfüllung!