

Stell dir vor, es ist Krieg – und keiner glaubt an den Sieg

Der Glaube an den Sieg und an die eigene militärische Wirksamkeit ist eines der ersten Opfer im „hybriden Krieg“. Durch gezielte Desinformation, Einflusskampagnen und „alternative Fakten“ wird der Optimismus in eine Dystopie verwandelt. Mangelndes Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten wird durch den Feind gefördert. Strategische Kommunikation (StratKomm) hält dagegen und zeigt dem Feind, wie nutzlos es ist, hier anzugreifen.



Foto: Bundesheer/Kulec

Jeder Soldat ein Botschafter

Kommunikation ist keine Begleitmaßnahme, sondern operatives Werkzeug – auf Augenhöhe mit kinetischen Mitteln.

In der komplexen Welt, in der – vor allem über die sozialen Medien – jede Person seine Version der Realität als Nachricht getarnt verbreiten kann, tobt ein Informations- und Deutungskrieg. Daher ist es wichtig, die Deutung der Welt in die eigene

Hand zu nehmen. Die Konfliktpartei – das Gegenüber – wird mittlerweile wieder „Feind“ genannt. Und der Feind analysiert den Wehrwillen der Bevölkerung und beeinflusst ihn gezielt – mit Worten als Waffen, mit Kommunikation. Ziel ist es,

den Wehrwillen zu brechen, Zweifel zu säen und für einen Meinungsumschwung zu sorgen. Und zwar, indem Wahrnehmungen, Überzeugungen, Interessen, Ziele, Entscheidungen und Verhaltensweisen der Zielgruppe beeinflusst werden – ➤



Foto: Bundesheer/Kulec

Narrative schaffen Wirkung. Erst durch stimmige Erzählungen erhalten militärische Handlungen Sinn, Legitimität und Unterstützung in der Bevölkerung.

mit Worten und Bildern. Und die Zielgruppe ist der globale Westen mit seinen Demokratien. Und es wirkt so: Russland sät mit seiner Erzählung von der „Befreiung der Ukraine“ den Samen des Zweifels in den Köpfen der Menschen und mit jeder Desinformation, jeder weiteren verdrehten, gefälschten, geschönten Nachricht wird diese Pflanze des Zweifels größer und stärker in den Köpfen der Menschen.

Genau in Bereichen wie diesem setzt die strategische Kommunikation (StratKomm) an. Das Projekt StratKomm hält mit ihrer Deutung der Welt dagegen. Denn Kommunikation ist ein mächtiges Instrument. Auch weil man – wie der Philosoph

Paul Watzlawick sagte – „nicht nicht kommunizieren“ kann. Handeln, Worte und Bilder sind Teil dieser Kommunikation und schaffen ein eigenes Narrativ – eine eigene Erzählung und Deutung der Welt. Und das verleiht nicht nur dem eigenen Handeln Sinn, sondern ist auch das Gegenmittel gegen die gezielten Desinformationskampagnen feindlicher Akteure – es ist ein Kampf um die Gedanken und Hoffnungen, ein Kampf um die Zuversicht. Ein Kampf, der in den Köpfen der Menschen stattfindet.

Bei StratKomm geht es um viel mehr als Public Relations (Öffentlichkeitsarbeit). Es geht um die Vorstellung der Zukunft in den Köpfen der Menschen. Dabei werden

Zielgruppenanalyse, Kommunikation, Informationsaktivitäten und andere Maßnahmen kombiniert, um die eigene Glaubwürdigkeit zu schützen und zu stärken. Denn Glaubwürdigkeit ist die Währung im Informationswettbewerb. StratKomm ist die konsequente Umsetzung der Erkenntnis, dass jede Handlung, jede Aktion Kommunikation ist. Und dass Narrative – Erzählungen – das Werkzeug sind, um diesen Aktionen einen Deutungsrahmen zu geben und sie zu erklären.

Was ist neu?

Dieser Ansatz setzt die Erkenntnis um, dass Kommunikation ein wichtiges operatives Instrument ist – und zwar auf gleicher Ebene wie kinetische Mittel.

Das ist grundsätzlich nicht neu. Bereits 500 vor Christus stellte der Militärstrategie und Philosoph Sun Tzu („Die Kunst des Krieges“) fest, dass es nicht die Krönung sei, aus hundert Schlachten hundertmal als Sieger hervorzugehen, sondern den Gegner zu unterwerfen, ohne eine einzige Schlacht zu schlagen. Neu ist jedoch, dass dies nun auch in strukturierten Prozessen und Vorschriften festgelegt ist.

StratKomm muss daher in den gesamten Planungsprozess integriert werden – von Anfang an, nicht erst als „Add-on“ am Ende. Das ist ein wichtiger Punkt. Dadurch verändert sich auch die Rolle des militärischen Führungspersonals. Denn es müssen Kommunikationswirkungen und deren Auswirkungen auf die kognitiven Dimensionen mitgedacht sowie in Operationen eingeplant werden.

Auch der Beurteilung von Desinformation fällt eine runderneuerte Rolle zu. Das ist eine weitreichende Folgerung, die sich aus den Analysen der Krisen und Kriege der vergangenen Jahre ergibt. Wesentlich ist, dass strategische Kommunikation Informationsumfelder inzwischen als echte Einsatzräume sieht – genauso wichtig wie Land, Luft, See, Cyber und Weltraum. Diese Ansicht teilt das Österreichische Bundesheer mit den Partnern der Europäischen Union, von denen die meisten bei der NATO Vollmitglied sind. Auch Österreich ist seit 1995 Teil der NATO-Partnerschaft für den Frieden (PfP) und stimmt sich mit seinen Partnern ab. Unsere Partner bezeichnen den Prozess, Bedrohungen im Informationsumfeld zu verstehen und darauf zu reagieren, als Information Environment Assessment.

Die NATO spricht in ihrer 2023 erschienenen Vorschrift zu Strategic Communications von einer Art „Informationsdominanz“. Sie muss in dem – inzwischen als echte Einsatzräume gewerteten – Informationsumfeld im „Gefecht der Worte und Bilder“ bestehen. Und dies ethisch und im Einklang mit dem Völkerrecht. Doch wie allgemein bekannt ist, wollen

antidemokratische Fraktionen genau dieses Völkerrecht unterminieren. Für den Feind gilt mittlerweile folgendes Konzept: Die faktische Realität ist mittlerweile zweitrangig, die Wahrnehmung (perception) entscheidet über die Realität. Wer das vergisst, hat ver-

loren – die Informationsdominanz und das Vertrauen der Menschen.

Woran mangelt es?

An einem starken Narrativ – also umgangssprachlich der „G’schicht“. Denn es braucht eine stimmige Ge-

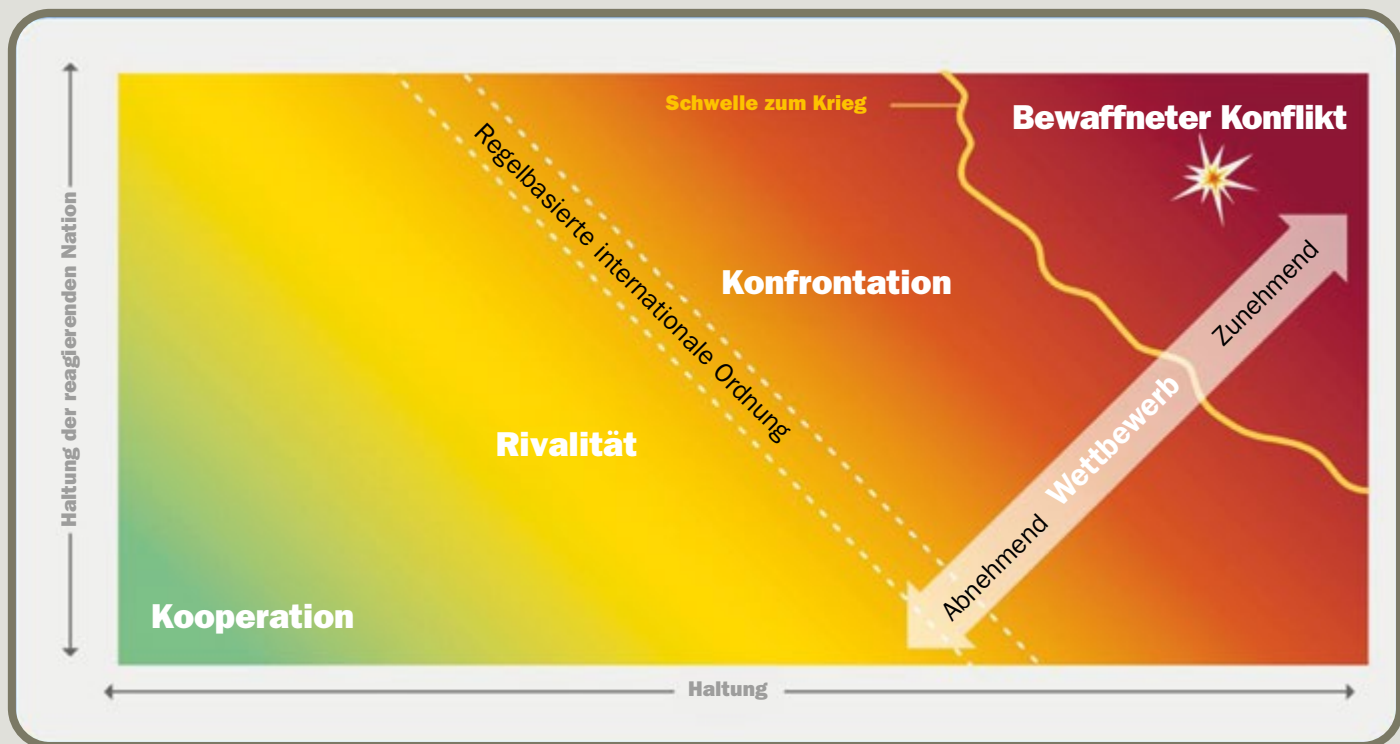


Foto: Bundesheer/Kerner

Strategische Kommunikation ist der Kampf um die Wahrnehmung

„Das Informationsumfeld wird durch das Erodieren der regelbasierten internationalen Ordnung immer stärker zum Schlachtfeld der hybriden Kriegsführung. Wie bei der Präsentation des Risikobilds 2025 durch Generalmajor Ronald Vartok angesprochen, befinden sich die Europäische Union und alle ihre Mitgliedsstaaten bereits in einem Informationskrieg. Österreich muss sich daher auch gegen diese Gefahren rüsten, das Österreichische Bundesheer trägt hier eine wesentliche Rolle.“

Brigadier Reinhard Kraft, Gruppe Direktion Kommunikation im Bundesministerium für Landesverteidigung (BMLV)



Quelle: AJP-10 Strategic Communications

Kampf um die Köpfe. Internationale Beziehungen bewegen sich entlang eines Kontinuums aus Zusammenarbeit, Konkurrenz und Eskalation – wo Kooperation endet, beginnt oft der strategische Wettbewerb und irgendwann ein möglicherweise auch bewaffneter Konflikt. Strategische Kommunikation zielt darauf ab, den Wehrwillen für den Fall der Fälle zu stärken und gegnerischer Desinformation aktiv entgegenzuwirken.

schichte, um Fakten und Handeln Sinn und Kontext zu geben. Und so den Wehrwillen am Leben zu erhalten. Ein Narrativ (die Erzählung) ist von zentraler Bedeutung. Denn wie Menschen haben auch Nationen und Organisationen wie das Österreichische Bundesheer eine Geschichte. Und diese verleiht allen Aktivitäten des politischen, militärischen und zivilen Personals, der Machtinstrumente, der Operationsebenen, der operativen Domänen und der gemeinsamen Operationsgebiete Sinn und bildet den Deutungsrahmen, in dem sich „alles“ bewegt. Narrative dienen dazu, die Begründung für eine Aktivität und das angestrebte Ergebnis kurz und einprägsam zu erklären, um Verständnis, Unterstützung und die Wahrnehmung von Legitimität aufzubauen.

Auch im Bundesheer braucht es daher ein strategisches Kommunikationsdenken („strategic communication mindset“) auf allen Ebenen,

um dieses Narrativ zu entwickeln und zu kommunizieren. Denn da das Informationsumfeld inzwischen als echter Einsatzraum festgelegt ist, müssen ab nun Kommandanten Folgerungen aus dem neuen „Gefechtsumfeld der Worte und Bilder“ – dem Informationsumfeld – ziehen können. Dazu benötigt das Bundesheer eine an diese Situation angepasste Strategie, die im Einklang mit der Österreichischen Sicherheitsstrategie und abgestimmt auf seine Partner in der Europäischen Union sowie der NATO ist, da die meisten EU-Mitglieder auch in der NATO sind.

Jeder Soldat ist ein Botschafter. Von der operativen Ebene aufwärts ist der militärische Erfolg fast immer abhängig von Effekten in der kognitiven und emotionalen Dimension, die erschaffen werden. Die NATO sieht StratKomm als ein entscheidendes Tool im 21. Jahrhundert, um ein gewünschtes Ziel zu erreichen. Sie stellt ein Narrativ,

den Deutungsrahmen und Botschaften bereit, die den Operationen auf operativer und taktischer Ebene Sinn verleihen. Um den roten Faden in der Geschichte zu entwickeln, muss die StratKomm die „Wahrnehmungen, Überzeugungen, Interessen, Ziele, Entscheidungen und Verhaltensweisen“ der Zielgruppen verstehen. Erst dann kann sie sie in die richtige Richtung lenken.

Kurz gesagt: Strategische Kommunikation zielt darauf ab, das Kommunikationsumfeld zu verstehen und bewusst zu gestalten. Dieses bewusste Gestalten umfasst im weitesten Sinne auch die Erhöhung des Wehrwillens, denn dieser ist notwendig, um Bedrohungen abzuwehren und in letzter Konsequenz auch zu siegen. Oder wie es der ehemalige Kommandeur der ISAF und der US Forces in Afghanistan Stanley Allen McChrystal formulierte: „We win when the people decide we win“.