

## Das PR-Konzept der FMH

Die Medien müssen endlich einmal aufhören, dauernd auf Ärzte einzudreschen. Da werden nur noch Storys von schwarzen Schafen und ruchlosen Abzockern rumgeboten. Und was macht die FMH: gar nichts! Der FMH-Präsident müsste halt auf den Tisch hauen und der Journaille die Leviten lesen. So oder ähnlich beklagen manche Kollegen den Liebesentzug der Medien und sehnen sich nach besseren Zeiten.

Bei anderen Ärzten, welche den Gesetzen des Medienzeitalters aufgeschlossener gegenüberstehen, beginnt die Erkenntnis zu keimen, dass wohl so etwas wie Public Relation angebracht wäre, um der Ärzteschaft wieder eine Stimme zu verleihen, die auch ausserhalb der Zunft Gehör findet.

Letzterem Anliegen ist unser Präsident gefolgt und hat ein PR-Konzept für die FMH entworfen, das wir in dieser Ausgabe veröffentlichen. Der FMH steht nun endlich ein Konzept zur Verfügung, welches von einer scharfsinnigen Situationsanalyse ausgehend konkrete Massnahmen auf verschiedenen Ebenen vorschlägt und worüber die Delegierten der Ärztekammer am 30. April zu debattieren haben werden.

Ohne die Freude über diese Initiative in irgendeiner Weise trüben zu wollen, stellt sich dennoch für mich die Frage, ob es mit der Konstruktion eines derartigen PR-Apparates, und sei er noch so voll-

endet, getan sein kann. Gehörte nicht zuerst eine Reflexion darüber, welche Botschaft überhaupt vermittelt werden soll? Müssten nicht vorgängig Instrumente und Strukturen geschaffen werden, damit eine solche Botschaft überhaupt diskutiert und beschlossen werden kann?

Hans Heinrich Brunner schreibt: «Zu viele Ärzte fühlen sich berufen, im Namen dieser FMH höchst-eigene Positionen zu vertreten, die im Umfeld der FMH nur Verwirrung und nicht häufig Spott auslösen.» Ist das Problem nicht vielmehr, dass FMH vieles bedeuten kann: der ZV, das Generalsekretariat, die einzelnen Mitglieder ... Sollten wir die Diversität der Meinungen, statt sie aufheben zu wollen, nicht so strukturieren, dass ein Wettbewerb von Ideen und Konzepten möglich wird? Mir scheint, dass eine Botschaft, die siegreich aus einer internen Auseinandersetzung hervorgeht, die besseren Chancen hat, gehört und verstanden zu werden. Ohne solche Inhalte zu generieren, dürfte hingegen das Risiko gross sein, dass die PR-Maschinerie nur so vor sich hin rattert, sinn- und zwecklos.

Mit diesen ersten Gedanken und Fragen möge eine breite, auf hohem Niveau geführte Diskussion beginnen, die entscheidende Fragen unserer beruflichen Zukunft aufwirft.

*Dr. med. M. Trutmann, Chefredaktor*

## Un concept médiatique pour la FMH

Il est temps que les médias cessent de s'acharner sur les médecins. Nous sommes las des histoires de brebis galeuses et de profiteurs sans scrupules dont on nous rabâche les oreilles. Et que fait la FMH? Strictement rien! Le président de la Fédération devrait frapper sur la table et réprimander sévèrement les représentants de la presse à sensation. C'est ainsi que certains confrères se plaignent de l'attitude hostile des médias tout en attendant des jours meilleurs.

D'autres médecins, plus sensibles aux lois de notre époque médiatisée, commencent à se rendre compte que ce qu'il faudrait au corps médical pour parvenir à se faire entendre à nouveau du public, et pas seulement en son propre sein, c'est une véritable politique en matière de communication.

Donnant suite à cette idée, notre Président a développé un concept médiatique pour la FMH, document que nous publions dans la présente édition. La FMH dispose ainsi enfin d'un outil sur lequel fonder sa démarche de relations publiques. Ce concept, au sujet duquel les délégués à la Chambre médicale du 30 avril seront appelés à débattre, propose une série de mesures concrètes à plusieurs niveaux, basées sur une analyse pointue de la situation.

Sans vouloir jouer les trouble-fête, je me demande tout de même si le dispositif médiatique que l'on vise ainsi à mettre en place – aussi parfait

soit-il – pourra suffire à atteindre le but visé. Ne serait-il pas plus sage de commencer par une réflexion de fond sur le message que nous entendons transmettre? Ne faudrait-il pas créer tout d'abord les instruments et les structures qui nous permettront de discuter et de décider de la teneur de ce message?

Hans Heinrich Brunner écrit: «Trop de médecins se sentent appelés à exprimer, au nom de la FMH, des positions très personnelles, semant la confusion au sein de la Fédération sans manquer de provoquer parfois l'ironie.» Le problème ne réside-t-il pas plutôt dans les multiples visages que peut revêtir la FMH: le Comité central, le Secrétariat général, les membres individuels, etc.? Au lieu de vouloir effacer la diversité des opinions, ne ferions-nous pas mieux de la canaliser pour favoriser une saine émulation, propice au jaillissement des idées et des concepts? Il me semble qu'un message a plus de chances d'être entendu et compris lorsqu'il est issu d'une profonde et fructueuse réflexion interne. Dépourvue d'une telle substance, il y a fort à craindre que la meilleure des machines médiatiques ne fasse que pétarader dans tous les sens, sans direction aucune.

Puissent ces quelques réflexions et questions initiales contribuer à ouvrir un large débat, et de haut niveau, sur les enjeux décisifs de notre avenir professionnel.

*Dr M. Trutmann, rédacteur en chef*