

Dass die FMH in den letzten Jahren innerhalb der schweizerischen Gesundheitspolitik zu einem zentralen Player geworden ist sowie die spektakulären Erfolge, die sie 2008 und 2012 bei Volksabstimmungen erzielte, sind selbstverständlich kein Zufall: Unsere Kommunikationsabteilung hat einen wesentlichen Anteil daran.

Nachfolgend einige Erläuterungen der Leiterin Kommunikation. Wir danken ihr für dieses Editorial und die bemerkenswerte Arbeit ihrer Abteilung.

*Dr. med. Jacques de Haller,
Präsident der FMH*

Medienarbeit steht hoch im Kurs bei der FMH

Sie begleiten uns beinahe ständig, dank unserer Online-Erreichbarkeit fast rund um die Uhr. Wir konsumieren sie morgens zum Frühstückskaffee, blättern sie im Tram oder im Zug durch, werfen in den Arbeitspausen einen Blick drauf, sehen, hören oder lesen sie auch abends: die Nachrichten und Geschichten, welche uns auf all den verschiedenen Kanälen – Fernsehen, Radio, Online-Portale und Zeitungen – zur Verfügung stehen. Nicht von ungefähr hat sich der Ausdruck Medien-Konsum längst etabliert.

Medien leisten einen wesentlichen Beitrag zur Meinungsbildung der Öffentlichkeit. Diese will zu Recht informiert sein und verstehen, was in der Welt läuft, oder wofür eine Organisation steht und für welche Ziele sie sich einsetzt.

Die Öffentlichkeit will zu Recht wissen, wofür die FMH steht und wofür sie sich einsetzt.

Medienarbeit zählt darum längst zu den Kernaufgaben heutiger Unternehmen und Organisationen – natürlich auch für die FMH als wichtiger Akteur im Gesundheitswesen.

Die Medienwelt bzw. die Medienberichterstattung funktioniert dabei nach eigenen Gesetzmässigkeiten, die bei Ausestehenden manchmal Erstaunen und Unverständnis auslösen. Sei dies, weil eine Neuigkeit, die ein Unternehmen verbreiten möchte, nicht unbedingt einen Newswert hat und darum wenig Interesse bei Medienschaffenden findet; sei dies, weil eine Anfrage, ein Interview, ein TV-Beitrag möglichst gleich realisiert sein will und keinen Aufschub auf später zulässt.

Kommunikationsverantwortliche sind daher Brückenbauer und Übersetzerinnen zwischen den Spezialisten einer Organisation und den Medien. Ihre Aufgabe ist es, den Anfragenden Fachwissen in verständlicher Art und Weise sowie Ansprechpersonen in der benötigten Zeit zur Verfügung zu stellen.

Die Abteilung Kommunikation der FMH kann dank der Expertise der verschiedenen Ressorts des Generalsekretariats auf ein fundiertes Know-how zählen und Anfragen zu Themen wie etwa ambulante und stationäre Tarife, Ärzttestatistik, Qualität, eHealth, ärztliche Weiter- und Fortbildung, Prävention oder Rechtsfragen kompetent und zeitnah beantworten.

Neben sachlichen Informationen benötigen Medien aber auch «Köpfe», das heisst, Personen oder Handlungsträger, welche eine Organisation repräsentieren. Darum vertreten der Präsident und die weiteren Mitglieder des Zentralvorstandes die Haltung der FMH und geben der Verbindung der Schweizer Ärztinnen und Ärzte ein Gesicht.

Heutige Medienarbeit verlangt aber auch, nicht nur auf Ereignisse zu reagieren, sondern proaktiv Themen zu setzen und Kontakte zu pflegen. Dies stellt die FMH sicher, indem sie beispielsweise Medienmitteilungen und Stellungnahmen zu aktuellen Themen veröffentlicht und Journalisten in Hintergrundgesprächen einen vertieften Einblick in schwierige Sachverhalte bietet.

Macht sich dennoch manchmal Erstaunen oder Unmut über eine Berichterstattung oder ein Interview bemerkbar, dann ist dies mehrheitlich darauf zurückzuführen, dass die Infolieferanten mit den Spielregeln der Medienwelt nicht vertraut sind. Diese sollte man kennen und üben – deshalb organisiert die FMH regelmässig Medientrainings für die Mitglieder des Zentralvorstandes und hat während der letzten vier Jahre mit der Veranstaltung meet&learn auch die Kommunikationsverantwortlichen der in der Ärztekammer vertretenen Organisationen in die Abläufe der Medienwelt eingeführt.

Wer die Bedürfnisse der Medien kennt, transparent informiert und sich als Dienstleister versteht, wird von Medien-

Wer die Spielregeln der Medienwelt einhält, wird von Journalisten als verlässliche und kompetente Informationsquelle geschätzt.

schaffenden als kompetenter Auskunftspartner und Themen-setzer wahrgenommen und geschätzt. Da die Medienarbeit für die FMH von hohem Wert ist, hat sie in den vergangenen Jahren den Kontakt zu Medienschaffenden aufgebaut und pflegt diese kontinuierlich. Denn: Medienarbeit ist vor allem Beziehungsarbeit!

*Jacqueline Wettstein,
Leiterin Kommunikation FMH*