

# Gute Kommunikation weckt das Interesse und wertet das Image auf



Jede Organisation, die sich Gedanken über ihre Zukunft macht, macht sich auch Gedanken über ihr Image. Will sie die Wahrnehmung bei denjenigen positiv beeinflussen, mit denen sie in Kontakt steht, muss sie die Wertschätzung und das Vertrauen dieser Zielgruppe gewinnen.

Imagearbeit soll besser vermitteln, wer man ist, was man tut und wie man es tut. Man demonstriert also bestmöglich seine Exzellenz, Zuversicht, Ernsthaftigkeit, Originalität und Qualität. Entsprechend gehört zum Image all das, was die Organisation ausmacht: die Marke, die vermittelten Botschaften und allen voran die Imageträger, welche eine Schlüsselrolle spielen. Dazu zählen beispielsweise die Art der angebotenen Leistungen, die Qualität ihrer Tätigkeit und der Umgang mit Mitgliedern, aber auch die Beziehung zu Partnern, die Governance, die finanziellen Engagements oder die Kommunikationsmittel.

## Imagearbeit soll besser vermitteln, wer man ist, was man tut und wie man es tut.

Basierend auf ihrer Strategie 2013–2016 vertritt die FMH insbesondere die Interessen ihrer Mitglieder, verbessert und passt die angebotenen Leistungen an und optimiert ihre Strukturen und Prozesse. Mit dieser Strategie möchte die FMH ihr Image und ihre Leistungen aufwerten sowie ihre Mitglieder um klare und motivierende Ziele scharen.

Dabei spielt die Kommunikation eine wesentliche Rolle. Diese grundlegende Arbeit umfasst eine Analyse der externen, internen und institutionellen, aber auch der Online-Kommunikation. Zahlreiche Reformen, von denen sich die Mitglieder und Organe schon jetzt oder in den kommenden Jahren überzeugen können, sind bereits im Gang oder in Pla-

nung. Hierzu zählen die Analyse der Marke in Bezug auf Ärzteschaft, Politik, Medien und die breite Öffentlichkeit, eine Kommunikationsstrategie, Umfragen zur Zufriedenheit, neue Kommunikations- und Arbeitsplattformen, die Veröffentlichung eines Leistungskatalogs, eine Sponsoring-Strategie, die Prüfung und Stärkung von Prozessen, eine neue Präsenz bei medizinischen Kongressen sowie die Entwicklung

## «Tu Gutes und rede darüber» – getreu dieser Maxime wollen wir die FMH voranbringen.

neuer Kommunikationsmittel. Unter diesen zählen die Geschäftsberichte der FMH und des SIWF zu den ersten, die umgesetzt werden. Sie bekommen ein neues Gesicht und illustrieren, wie die FMH und das SIWF die ärztlichen Standpunkte in die laufenden Diskussionen einbringen und vertreten. Diese beiden Geschäftsberichte des Jahres 2013 wurden am 8. April 2014 per Post und am 16. April 2014 auf elektronischem Wege an alle Mitglieder verschickt. Die E-Paper-Version kann auch auf Tablets und Mobiltelefone von folgender Adresse heruntergeladen werden: [www.fmh.ch](http://www.fmh.ch) → Über die FMH → Geschäftsbericht.

Kurz gesagt: Die Devise «Glücklich lebt, wer sich verborgen hält» gilt für die FMH nicht, ganz im Gegenteil! «Tu Gutes und rede darüber» – getreu dieser Maxime wollen wir die FMH voranbringen. Kommunikation ist also von entscheidender Bedeutung. Die grundlegende Detailarbeit, die uns zukommt, zielt darauf ab, ein positives und wahrheitsgetreues Bild der FMH zu zeichnen – also vom Angebot für ihre Mitglieder und vom hohen Mehrwert, den diese aus ihrer Mitgliedschaft ziehen können. Fürs Erste verweise ich Sie daher auf die Lektüre des Geschäftsberichts und freue mich, Ihnen in der Folge die Umsetzung der Kommunikationsmassnahmen vorstellen zu dürfen.

Anne-Geneviève Bütikofer,  
Generalsekretärin der FMH