

Editorial des SGP-Präsidenten

Die lieben Medien...

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

Ein langer Arbeitsweg mit öffentlichen Verkehrsmitteln hat auch seine Vorteile. So liegen an meiner Haltestelle schon vor Ankunft des ersten morgendlichen Busses die neuen Pendlerzeitungen «metropole» und «20 minutes» bereit. Die 10 Minuten Fahrt bis zum Bahnhof reichen aus für einen ersten Blick über die Schlagzeilen des Tages, und dies wohlverstanden noch vor sechs Uhr! Normalerweise genügt mir diese Information für eine gezieltere Verarbeitung der ersten regulären Tageszeitung im Zug zwischen Bern und Zürich.

Nicht so am 20. Februar dieses Jahres. Kaum wach, erfahre ich an jenem Tag, gestützt auf eine Mitteilung der Schweizerischen Depeschagentur, dass die Zahl der Mumpsfälle seit 1998 kontinuierlich zugenommen habe, auf 31 000 im Jahr 2000. Dazu habe ein Mitarbeiter des BAG kommentiert, es sei mit 80% aller Kinder in der Schweiz eben nur eine ungenügende Zahl geimpft. Soweit nichts Neues, doch dann folgt der Abschnitt, der mich im leeren Bus hellwach aufschliessen lässt: Schuld an dieser ungenügenden Durchimpfungsrate seien die Kinderärzte, die sich weigerten, alle Kinder systematisch zu impfen. Um sich zu rechtfertigen, argumentierten sie ohne wissenschaftliche Grundlage, die Kinder würden durch die Impfung autistisch. Das sitzt. Von sanftem Dahindösen keine Rede mehr, denn auch die Lektüre der nächsten Zeitung im Zug bestätigt die Meldung. Meine Pendlerfahrt bekommt eine neue Bedeutung. Ich kann

mich auf einen Tag vorbereiten, der neben dem geplanten Programm eine Vielfalt von Telefonaten mit sich bringen wird.

Als «Mediencrash» bezeichnete Herr Denzler, eingeladener PR-Experte an der SGP-Klausurtagung anfangs März (Thema «Kommunikation», vgl. den Bericht in dieser Paediatrica), eine derartige Situation. Darauf vorbereitet zu sein und eine richtige Reaktionsstrategie bereit zu halten, wird in Zukunft in unser Standardrepertoire gehören müssen. Dabei genügt es nicht, wenn wir nur auf Attacken zu reagieren wissen, unser Umgang mit den Medien muss ganz allgemein professioneller werden. Dabei ist es durchaus erlaubt, dass wir eine weit aktivere Rolle einnehmen und zu erkennen geben, dass wir bei den vielfältigen Themen, welche Kinder und Jugendliche betreffen, wichtige Diskussionsbeiträge einbringen können. Ueli Heiniger, sicher vielen als Moderator des «Zyschtigsclub» am Schweizer Fernsehen bekannt, und ebenfalls Teilnehmer an unserer Re-traite, hat uns deutlich aufgezeigt, dass das «Image» der PädiaterInnen in der breiten Bevölkerung und in den Medien sehr positiv ist, und dass wir diese Position vielmehr ausnützen sollten.

Als Grundlage für einen stärkeren Auftritt gegen aussen muss eine verbesserte, und vor allem raschere Informationspolitik innerhalb der SGP etabliert werden. Die VertreterInnen der SGP-Vorstände waren sich einig, dass eine Optimierung nur über die elektronischen Kanäle erreicht werden kann. Wir werden die mit unserer Homepage begonnenen, durch die Einführung von «ssp-sgp@egroups.com» weitergeführ-

ten elektronischen Angebote weiter ausbauen. Wir gehen davon aus, dass das mit TarMed vorgesehene Abrechnungssystem den PCs in allen pädiatrischen Praxen zum weiteren Vormarsch verhelfen wird. Was liegt also näher, als Sie über dieselben Kanäle zu informieren? Das ist nicht mehr Zukunftsmusik, sondern Realität unserer Zeit.

Die Bus- und Zugfahrten sind seit jenem Februarmorgen wieder ruhiger geworden. Zwar hat keine der Tageszeitungen das Korrektur-Communiqué des BAG, wie es auch im BAG-Bulletin 9/01 publiziert wurde, abgedruckt. Beruhigt habe ich von verschiedensten Seiten gehört, dass verunsicherte Eltern nicht scharenweise die pädiatrischen Praxen mit Fragen zur Haltung der PädiaterInnen den MMR-Impfungen gegenüber ingerannt haben. Zurück bleibt ein schaler Geschmack und die Erkenntnis, dass wir in der Öffentlichkeitsarbeit noch einen langen Weg zu gehen haben.

U. Bühlmann, Zürich
Präsident

Editorial du Président de la SSP

Ces chers médias...

Chers Collègues,

Un long chemin pour se rendre au travail en utilisant les transports publics a également ses avantages. A l'arrêt de bus sont déjà présents avant l'arrivée du premier bus matinal les nouveaux journaux gratuits «Métropole» et «20 minutes». Les dix minutes de trajet jusqu'à la gare suffisent à un premier regard sur la une du jour, et cela bien entendu encore avant 6 heures! Normalement, cette information me suffit pour une lecture plus ciblée des quotidiens dans le train entre Berne et Zurich.

Ce ne fut pas le cas le 20 février dernier. A peine éveillé, j'apprends ce jour là, selon un communiqué de l'agence télégraphique suisse, que le nombre de cas d'oreillons a augmenté constamment depuis 1998 pour atteindre 31 000 cas en l'an 2000. Un collaborateur de l'OFSP a commenté cette information en disant que les enfants n'étaient pas suffisamment vaccinés, la couverture vaccinale n'atteignant en Suisse que 80% des enfants. Rien de neuf jusqu'ici. Mais, dans ce bus vide, le paragraphe suivant suffit à me réveiller tout à fait: les pédiatres étaient responsables de cette couverture vaccinale insuffisante, car ils s'opposaient à une vaccination systématique des enfants. Pour se justifier, les journaux argumentaient sans fondement scientifique, que les enfants risquaient de devenir autistes après cette vaccination.

Le temps d'une douce somnolence est révolu, car la lecture dans le train des autres journaux confirme ce communiqué. Mon

voyage pendulaire prend une autre importance. Je peux me préparer à une journée qui va m'apporter à côté du programme prévu une multitude de conversations téléphoniques.

M. Denzler, l'expert en relations publiques invité lors du conclave de la SSP du début mars (voir à ce sujet l'article sur le thème de la communication dans ce numéro de Paediatrica), a appelé une telle situation un «crash médiatique». Nous devons à l'avenir nous tenir prêts à la survenue de tels événements et adopter une stratégie de réaction adéquate. Il ne suffit pas de réagir ponctuellement aux attaques: notre stratégie d'action avec les médias doit être beaucoup plus professionnelle. Dans de telles circonstances il est absolument permis que nous jouions un rôle beaucoup plus actif et que nous fassions connaître, à l'occasion des multiples émissions et articles consacrés aux enfants et les adolescents, ce que nous pouvons apporter d'important à la discussion. Ueli Heiniger, présentateur de l'émission «Zyschtigsclub» de la télévision suisse-allemande, qui a également participé à notre séance en conclave, nous a clairement démontré que l'«image» du pédiatre auprès de la population et des médias était très positive et que nous devrions bien davantage exploiter ceci.

Afin de mieux se manifester vers l'extérieur, il est fondamental d'améliorer encore la politique d'information au sein de la SSP et surtout de la rendre plus rapide. Les représentants des comités de la SSP étaient unanimes pour admettre qu'une optimisation ne pouvait être obtenue que par l'emploi

des moyens électroniques modernes. Nous allons développer encore davantage l'offre de communications électroniques déjà initiée par le site internet de la SSP et par ssp-sgp@egroups.com. Nous admettons également qu'avec la facturation selon le TarMed, l'utilisation d'ordinateurs va encore se développer au sein des cabinets médicaux pédiatriques. Qu'y a-t-il de plus efficace qu'une information par ces canaux? Il ne s'agit pas là d'une musique d'avenir, mais d'une réalité de notre temps.

Les voyages en bus et en train sont devenus à nouveau plus tranquilles depuis ce matin de février. Pourtant, aucun des quotidiens n'a publié le communiqué correctif de l'OFSP – qui est paru dans le bulletin de l'OFSP 9/01. Tranquillisé, j'ai entendu de diverses parts que les pédiatres n'avaient pas été submergés d'appels de parents désécurisés au sujet de la vaccination MMR. Il en reste un goût amer et que nous avons encore beaucoup de chemin à faire pour améliorer nos relations publiques.

U. Bühlmann, Zurich
Président

Traduction: R. Tabin, Sierre