

Editorial

Kaderärzte müssen sich neu organisieren.



Die Zeiten für die leitende Spitalärzteschaft haben sich verändert. Jahrelang hat sie medizinische Versorgung, Lehre und Forschung unter einen Hut gebracht. Dies reicht heute nicht mehr. Neue gesetzliche Bestimmungen ziehen administrativen Mehraufwand nach sich und verschieben das Machtgefälle in den Kliniken. Vertreter von Spitalverwaltungen, Personal- und IT-Abteilungen fordern Gehör.

Damit umzugehen fällt dem medizinischen Kader nicht immer leicht. In der Welt der Administration herrschen andere Gesetzmässigkeiten. Gleichwohl wird erwartet, dass sich die Spitalärzteschaft rasch zurechtfindet und im spitalinternen Organigramm statusgerecht agiert. Dabei zeigt sich: Die Zeiten, in denen die Chef- und Leitende Spitalärzte alles alleine regeln und organisieren konnte, sind vorbei. Nicht nur müssen wir medizinische Aufgaben und Verantwortlichkeiten noch vermehrt mit unseren Kollegen teilen, wir sind auch angehalten, unsere Kompetenzen in der Personalführung und im Management zu vertiefen.

Der VLSS unterstützt seit Langem den Executive MBA in Medical Management der privaten Hochschule für Wirtschaft PHW Bern. Hier kann sich das ärztliche Kader berufsbegleitend das geforderte Fachwissen aneignen, um Spitalmanagern auf Augenhöhe zu begegnen. Auch wenn medizinfremdes Wissen zunehmend wichtiger wird, unser Kerngeschäft, die ärztliche Betreuung sowie die medizinische Weiter- und Fortbildung, dürfen wir keinesfalls vernachlässigen. Nur wenn wir alle diese neuen Herausforderungen erkennen und uns entsprechend neu organisieren, können wir unsere führenden Positionen erhalten.



Karl-Olof Lövblad
Präsident VLSS

Inhalt

- 2 «Ein guter Mediziner macht noch keinen guten Manager...»
- 6 Wie gelingen gesundheitspolitische Kampagnen?
- 8 Beitrittserklärung

«Ein guter Mediziner macht noch keinen guten Manager...»

Die Private Hochschule für Wirtschaft Bern ist eine der wenigen Hochschulen, die schon früh die Bedeutung berufsbegleitender Weiterbildungen für die ärztlichen Kader erkannt haben. VLSS Info hat sich mit Professor Peter Link, Direktor der PHW, über den Lehrgang Executive MBA in Medical Management und die Zusammenarbeit mit dem VLSS unterhalten.

VLSS Info: Herr Link, Sie sind Direktor der Privaten Hochschule für Wirtschaft, PHW Bern. Stellen Sie Ihre Hochschule in drei Sätzen vor.

Professor Link: Die PHW ist eine etablierte nationale Wirtschaftshochschule, welche Netzwerke schafft und seit 25 Jahren bestens in Gesellschaft und Wirtschaftsinstitutionen und -gremien verankert ist.

Sie bieten den Executive MBA in Medical Management an. An wen richtet sich dieser Lehrgang?

Adressaten sind primär Mediziner, Pharmazeuten, Psychologen und Juristen. Zugelassen sind nur Akademiker, welche im nationalen und internationalen Gesundheitssektor tätig sind. Sei es als leitender Spitalmediziner, selbständiger Unternehmer (Inhaber HMO) oder als Mitarbeiter einer Gesundheitsdirektion oder eines Health Clusters.

Die berufsbegleitende Weiter- und Fortbildung boomt in der Schweiz. Auch auf Stufe von EMBA-Lehrgängen ist der Markt umkämpft. Worin unterscheidet sich Ihr Lehrgang von anderen?

Der Executive MBA in Medical Management ist in dieser Form einmalig in der Schweiz. Er setzt auf Kundennähe, ist unbürokratisch organisiert und äus-

Kooperationsvereinbarung VLSS – PHW Bern

Der VLSS und die PHW Bern haben eine spezielle Kooperationsvereinbarung geschlossen. Die PHW Bern bietet allen VLSS-Mitgliedern für ihre persönlichen Aus- und Weiterbildungen an der Hochschule einen Direktrabatt von 5 Prozent. Bei der Anmeldung für den EMBA in Medical Management sparen die VLSS-Mitglieder so mehr als 1'900 Franken.

Foto: Archiv PHW



serst praxisbezogen. Im EMBA dozieren nur namhafte und hochrangige Referenten mit ausgewiesener Praxiserfahrung. Der Lehrgang lässt sich problemlos berufs- sowie familienbegleitend absolvieren, weil die Präsenzzeit bewusst tief gehalten wird. Nach inzwischen 16 Durchführungen hat sich der EMBA sehr etabliert und kann auf hunderte Alumni verweisen, von denen nicht wenige Schlüsselpositionen im nationalen Gesundheitsmarkt besetzen. Was uns besonders freut: Die Hochschule und der EMBA haben kürzlich in einer internationalen Vergleichsstudie im MBA Lohnranking einen Spitzenplatz erzielt.

Seit Jahren unterrichtet auch der VLSS-Geschäftsführer Dr. iur. Thomas Eichenberger an der PHW. Wie kam es zur Zusammenarbeit?

Thomas Eichenberger gehört zu den Gründervätern des Executive MBA in Medical Management. Gemeinsam mit zwei Medizinerkollegen und der PHW Bern konzipierte er 1998 den Lehrgang. Schon früh erkannte er den zunehmenden Bedarf an interdisziplinär ausgebildeten Medizinerinnen, die vor allem in Managementdisziplinen wie Kostenmanagement, Führungskompetenzen, Leadership sowie Strategiedenken solide ausgebildet sind.

Tram und S-Bahnhof Bern-Wankdorf direkt vor dem Eingang:
Die PHW Bern ist verkehrstechnisch günstig gelegen.

Fortsetzung auf Seite 4





Peter Link, Direktor PHW Bern, mit dem bekannten Börsenanalysten Jens Korte. Korte trat an dem von der PHW organisierten Forum Bernese 2015 als Referent auf.

Private Hochschule für Wirtschaft PHW Bern

Wie viele Studiengänge bietet die PHW Bern an? Aus welchen Bereichen?

Ausbildung: (1 Bachelor of Science in Business Administration FH, 4 Vertiefungsrichtungen)

- Bachelor of Science in Business Administration FH
- Bachelor of Science in Business Administration FH – für Spitzensportler
- Bachelor of Science in Business Administration FH – Upgrade für HF Absolvent/innen (Passerelle)

Weiterbildung:

- 4 Executive MBA mit Schwerpunkten in Medical Management, General Management, Business Engineering und Management & Leadership
- 4 Diploma of Advanced Studies
- 7 Certificate of Advanced Studies

Wie viele Studierende zählt die PHW Bern zurzeit?

Gesamthaft ca. 500 Studierende und 170 Referentinnen und Referenten

Was waren die jüngsten Erfolge? Auszeichnungen? Nennungen?

- Rankingerfolg MBA, Platz 5 in Europa (Lohnranking)
- Vielfältige Publikationen von Absolvierenden und Referenten in nationalen und internationalen Journalen
- Forum Bernese als grösste kantonale akademische Veranstaltung
- Platz 5 bei den einflussreichsten Institutionen der Schweiz 2015 gemäss NZZ Ranking 2015

An der letzten Mitgliederversammlung des VLSS riet Gastredner Willy Oggier der anwesenden Kaderärzteschaft, sich Managementwissen anzueignen. Teilen Sie seine Haltung, wonach Kaderärzte ohne ökonomische Kenntnisse heute gegenüber Spitaldirektionen im Nachteil sind?

Ja, ich teile die Haltung von Willy Oggier. MBA-Diplome gehören mittlerweile zum Branchenstandard. Wer heute in Institutionen des Gesundheitswesens verantwortungsvolle Positionen mit weitreichenden Budget- und Personalkompetenzen übernehmen will, muss eine MBA-Ausbildung vorweisen. Diese Entwicklung ist allerdings noch relativ jung. Sie kristallisierte sich erst in den letzten 4 bis 5 Jahren heraus. Persönlich kann ich dieser Entwicklung nur Gutes abgewinnen. Ein guter Mediziner macht noch keinen guten Unternehmer, keinen guten Manager aus. Man kann es mit einer Pilotenausbildung vergleichen: Viele Kaderärzte waren bislang Bordpersonal. Um sich im Cockpit zurechtzufinden, müssen sie sich das nötige Fachwissen zuerst aneignen. Dies gilt insbesondere für jene Kaderärzte, die letztlich die administrative Leitung des Spitals selber übernehmen wollen.

Was lesen Sie zurzeit am liebsten?

«Meine Psychose, mein Fahrrad und ich: Zur Selbstorganisation der Verrücktheit.» Ein wunderbares Buch von Fritz Simon über Systemtheorie und Konstruktivismus.

EMBA in Kürze

Der Executive MBA in Medical Management, kurz Medical Manager, dauert vier Semester (ohne Masterarbeit) und ist modular aufgebaut. 24 verschiedene Module – von Recht über Grundlagen im Rechnungswesen, der Organisation und Unternehmensführung bis hin zu Personalmanagement sowie Kommunikations- und Qualitätsmanagement – vermitteln den Teilnehmenden einen breiten Überblick über das moderne Management von Einrichtungen des Gesundheitswesens. Der Medical Manager lässt sich problemlos berufs begleitend absolvieren, da die Präsenzzeiten bewusst gestrafft wurden (maximal alle drei Wochen vor Ort). Die private Hochschule für Wirtschaft Bern bietet den Medical Manager bereits seit 15 Jahren an.

Mehr unter: www.phw-bern.ch/executive-mba/emba-in-medical-management/

Neumitglieder ab Januar 2016

Dr.med. Kessler Bernhard
Dr.med. Barbetz Michael, Clenia Littenheid AG
Dr.med. Steubing Dieter
Dr.med. Borer Daniel
Dr.med. Ehrentraut Annett
Dr.med. Vogel Daniel KSL Luzern
PD Dr.med. Benden Christian Universitätsspital Zürich
Prof.Dr.med. Herwig Uwe Psychiatrisches Zentrum AR
Prof.Dr.med. Fox Mark St Claraspital Basel
PD Schmid Seraina Frauenklinik Spital Grabs
Dr.med. Studer Andreas Felix Platter-Spital, Basel
Dr.med. Zimmermann Matthias Stadtspital Triemli
Dr.med. Blume Carolin Georgia Kantonsspital Graubünden
Dr.med. Conde Natalia Stadtspital Triemli
Dr.med. Frank Marco See-Spital, Horgen
Dr.med. Fries Patrick Stadtspital Waid
Gauthey Jérôme Spitalzentrum Biel
Dr.med. Monotti Rita Ospedale Regionale Locarno
PD Dr. med. Marbacher Serge Kantonsspital Aarau AG
Dr.med. Müller Dominik Kantonsspital Frauenfeld
Dr.med. Oestmann Andreas Spital Münsingen
Pasi Patrick Luzerner Psychiatrie lups.ch
med. pract. Petre Michaela Alterszentrum Adlergarten Winterthur
Dr.med. Schaefer Jacques-Emmanuel Kantonsspital Münsterlingen
Dr.med. Schnyder Jean-Marie Luzerner Höhenklinik Montana
Dr.med. Stocker Gabriella Stadtspital Triemli
Dr.med. Trachsler Johannes Stadtspital Waid
Dr.med. von der Mark Janna Stadtspital Waid
Dr méd Winckler Mariano Hôpital de Sion
Dr.med. Peternac Daniel Stadtspital Waid



VLSS-Pressemonitoring

Dank dem elektronischen Pressemonitoring des VLSS erfahren Mitglieder wöchentlich, was in der schweizerischen Spitalpolitik für Schlagzeilen sorgt. Ausgewählt und zusammengestellt werden die Informationen vom führenden Medienbeobachter und Informationslieferanten ARGUS. Für VLSS-Mitglieder ist diese Dienstleistung kostenlos.

Interessierte Mitglieder abonnieren das Pressemonitoring einfach und rasch mit einer E-Mail ans Verbandssekretariat: info@vlss.ch

Die Rechtsberatung des VLSS

Der VLSS berät seine Mitglieder in juristischen Belangen nach einem dreistufigen Verfahren:

Stufe 1 Jedes Mitglied hat Anspruch auf eine unentgeltliche Rechtsberatung. Anfragen können per E-Mail (info@vlss.ch) an den Verbandsjuristen gerichtet werden. Dieser gibt Empfehlungen für das weitere Vorgehen ab. Sofern keine Weiterungen entstehen, ist die Beratung normalerweise nach zwei oder drei Kontakten abgeschlossen.

Stufe 2 Ist eine anwaltliche Vertretung gewünscht oder objektiv erforderlich, kann das Mitglied beim Geschäftsleiter Antrag auf Rechtsschutz stellen. In diesem Fall erhält es einen einmaligen Kostenbeitrag an die effektiv entstandenen Anwaltskosten in der Höhe von maximal CHF 2000.– Das Mitglied entscheidet, ob es dem Vorstand des VLSS beantragen möchte, zu einem Sachverhalt im Interesse des Mitglieds auch offiziell Position zu ergreifen. (Der Vorstand entscheidet über die Gewährung eines beantragten Kostenbeitrages, wenn das Gesuch vom Geschäftsleiter abgelehnt wurde, aber vom Mitglied an den Vorstand weiter gezogen wird). Die Unterstützung gemäss Ziff. (2) hat durch einen vom Mitglied beantragten und vom Geschäftsleiter des VLSS empfohlenen Anwalt zu erfolgen. Ein solcher Kostenbeitrag wird nur gewährt, wenn das betreffende Mitglied über keine Rechtsschutzversicherung verfügt. Wir empfehlen mit Blick auf Ziff. (3) hiernach trotzdem den Abschluss einer Rechtsschutzversicherung über den VLSS bei der Winterthur-ARAG oder den Abschluss einer gleichwertigen Versicherung bei einer anderen Gesellschaft.

Stufe 3 Unterstützung für anwaltliche Vertretung, die den Kostenrahmen von CHF 2000.– übersteigen, wird nur in ausserordentlichen Fällen von grundsätzlicher Bedeutung für den VLSS und seine Mitglieder gewährt, sofern das Mitglied über keine Rechtsschutzversicherung verfügt. Anwaltskosten sind in der Regel über die unter Ziff. (2) hiervoor erwähnte Rechtsschutzversicherung des Mitglieds zu decken; für die Bewilligung ausserordentlicher Gesuche ist der Vorstand des VLSS auf Antrag des Geschäftsleiters abschliessend zuständig.

Kontakt

Verein der Leitenden Spitalärzte der Schweiz (VLSS)

Sekretariat Postgasse 19, Postfach, 3000 Bern 8
T +41 (0)31 330 90 01 | F +41 (0)31 330 90 03
info@vlss.ch | www.vlss.ch

Wie gelingen gesundheitspolitische Kampagnen?

Gesundheit wird in der Gesellschaft breit diskutiert; eine korrekte Vermittlung der Inhalte ist aber eine grosse Herausforderung. Wie man eine Kampagne richtig durchführt und worauf man achten sollte war Thema an einem Symposium von Public Health Schweiz.

Hochglanz-Pornographie – so betitelten viele die Anti-AIDS-Kampagne 2014 des Bundesamts für Gesundheit (BAG). Vielerorts in der Schweiz hingen Plakate, auf denen schöne Menschen Sex haben. Die Reaktionen in Bevölkerung und Medien blieben denn auch nicht aus: Christlich gefärbte Organisationen verlangten eine sofortige Beendigung der Kampagne, die Schweizerische Evangelische Allianz (SEA) betrieb eine Gegenkampagne mit treuen, bekleideten Paaren, und die Presselandschaft griff die Kampagne mit reisserischen Titeln auf und kritisierte sie teilweise heftig. War die Kampagne ein Reinfall?

«Furchtappelle wirken nur kurzfristig, positive Impulse hingegen wirken länger.» Die AIDS-Kampagne gibt eine positive Botschaft: schützt man sich beim Geschlechtsverkehr vor Krankheiten, kann man das Leben so richtig geniessen. Dementsprechend wurde der Projekttitle denn auch von «Stop Aids» zu «Love Life» auf positiv umgepolt. Damit reagiert das BAG auf die jüngsten Erkenntnisse wissenschaftlicher Studien zu Medienwirkung.

Fahr, Professor für Kommunikation in Fribourg, konkretisiert in seinem Vortrag: «Verängstigung wirkt nur kurzfristig und nur unter bestimmten Umständen. Eine furchtorientierte Kommunikationskampagne kann sogar kontraproduktiv sein.» Oft resultiert sie nämlich in einer Verneinungsreaktion. Das heisst, dass die betroffenen Personen die Augen vor dem Problem verschliessen. Umgekehrt konnte Fahr feststellen, dass die Reaktanz bei einer positiven Emotionalisierung grösser war, und vor allem länger andauerte. Unter anderem untersuchte Fahr dabei auch die LOVE LIFE-Kampagne des BAG.

Vorsicht vor möglichen Missverständnissen

Auch Suzanne Suggs von der Università della Svizzera italiana forscht im Bereich der Gesundheitskommunikation. Als gebürtige Amerikanerin bringt sie einen erfrischenden Blick von aussen auf die



Foto: Public Health Schweiz

«Viele Kampagnen scheitern daran, dass die Botschaft nicht verstanden wird», erklärte Suzanne Suggs.

Mitnichten, meint Norina Schwendener vom BAG. Sie stellt die AIDS-Kampagne von 2014 zwei Jahre später am «Symposium Gesundheitskommunikation – zwischen Gesundheitsförderung und Bevormundung» als Beispiel für eine überaus gelungene Kampagne vor. Sie freut sich sichtlich noch immer über das grosse Echo und die Kontroverse von damals. Tatsächlich scheinen sich die Zuhörer an diesem Vormittag in Bern noch gut an die Plakate zu erinnern. «Die Kampagne hat definitiv einen hohen Erinnerungswert», schwärmt die BAG-Mitarbeiterin und zeigt auf, wie man dies erreichte.

Angst wirkt nur kurzfristig

Swendener bestätigt damit ihren Vorredner Andreas Fahr von der Universität Fribourg, der sagt:



Foto: iStockphoto



Foto: Public Health Schweiz

Der Politologe Claude Longchamps bemerkte, dass sich arme Menschen nicht mehr für Gesundheitsfragen interessieren.

“Die Aids-Kampagne hat definitiv einen hohen Erinnerungswert.”

Mutterschoss sicherer als Kindersitz: Eine Kampagne in den USA, bei der eine Latino-Gemeinschaft zum Gebrauch von Auto-Kindersitzen animiert werden sollte, scheiterte beinahe. Nicht die intensiven Werbemassnahmen, sondern die priesterliche Weihung der Sitze brachte die Zielgruppe schliesslich zum Umdenken.



Schweizer Gesundheitskampagnen. So fleht sie überraschenderweise die Anwesenden geradezu an, bei Kampagnen nicht mehr von der Ausgangssprache in die anderen Landessprachen eins zu eins übersetzen zu wollen. Denn, die für die Werbung so wichtigen Wortspiele funktionieren übersetzt nicht. Überprüft man die kulturellen Unterschiede nicht, könne man das Geld genauso gut zum Fenster rauswerfen.

Nebst den klassischen Fragen (Wen will man ansprechen?, was will man sagen?, wie will man es sagen?, wo will man es kommunizieren?) ist für Suggs vor allem eine Frage zentral – eine Frage, die sich viele Kampagnenführer nicht stellen: Wie könnte meine Botschaft missverstanden werden? Denn, so die Wissenschaftlerin, viele Kampagnen scheitern gerade daran, dass die Botschaft nicht verstanden wird. Suggs erzählt von einer Kampagne in den USA, bei der eine Latino-Gemeinschaft zum Benützen von Autokindersitzen animiert werden sollte. Trotz intensiven Massnahmen benützte die Zielgruppe keine Kindersitze im Auto. Bis man bei der Zielgruppe nachfragte und herausfand, dass der Schoss der Mutter aus religiösen Gründen als sicherer empfunden wurde. Erst durch priesterliche Weihung der Kindersitze konnte das Problem gelöst werden. Die Kampagne war aber eigentlich gescheitert. Nicht die teuren Plakate und Werbespots hatten genützt, sondern das Nachfragen. Suggs befindet: wenn man eine Botschaft erklären muss, hat man eigentlich schon versagt.

Sport versteht jeder

Dieses harte Urteil kann Claude Longchamp durch statistisches Material untermauern. Der vor allem als Wahl- und Abstimmungsanalytiker des Schweizer Fernsehens bekannte Politologe weiss zu berichten, dass mit wenigen Ausnahmen eigentliche alle gesundheitspolitischen Abstimmungen in Bezug zum KVG (Krankenversicherungsgesetz) auf Bundesebene gescheitert sind. Warum? Die Botschaften sind entweder zu komplex oder werden reduziert auf eine reine Kostenfrage.

Etwas Anderes liest Longchamp auch noch aus seinem Gesundheitsmonitoring heraus: Zwar hat sich Public Health in den letzten Jahrzehnten zu einem Thema der Öffentlichkeit gemausert, doch ein steigender Anteil der Bevölkerung interessiert sich nicht (mehr) für Gesundheitsfragen und verabschiedet sich aus der Debatte. Longchamp fällt auf, dass es sich dabei um ärmere Leute mit schlechterer Gesundheit und kleiner Gesundheitskompetenz handelt (poor people – poor health – poor health competence). Der Grund? Die Public Health-Debatte sei zu technisiert, weniger gebildete Schichten können ihr nicht folgen. Dabei gäbe es so einfache Massnahmen. Man müsse vor allem den Breitensport vorantreiben. Sport versteht jeder und schützt vor vielen Gesundheitsproblemen.

Beitrittserklärung

Ich trete hiermit dem Verein der Leitenden Spitalärzte der Schweiz bei und verpflichte mich, den Mitgliederbeitrag von CHF 250.- zu bezahlen.

Titel	Ort
Name	Datum
Vorname	Unterschrift
Spezialität	
Funktion im Spital	
Adresse	
Telefon	
Fax	
E-Mail	
Geburtsdatum	

Wahlerklärung für Mitglieder des VLSS

Hiermit erkläre ich, mich in Zukunft durch die unten angekreuzte Organisation meiner Wahl als Basisorganisation in der FMH vertreten zu lassen.

Kantonale Ärztesgesellschaft

VLSS

Die von Ihnen gewählte Basisorganisation wird Ihnen den FMH-Mitgliederbeitrag in Rechnung stellen.

Auch wenn Sie den VLSS als Basisorganisation wählen (was wir sehr empfehlen, erhalten wir dadurch doch ein grösseres Gewicht bei der FMH) müssen Sie zusätzlich Mitglied bei einer Kantonalen Ärztesgesellschaft (KÄG) sein.

Die meisten KÄG gewähren diesfalls aber eine Reduktion des Mitgliederbeitrages.

Ja, ich bin damit einverstanden, dass meine Neumitgliedschaft im Info des VLSS veröffentlicht wird.

Ort

Datum

Unterschrift