

Rosenbergstrasse 115

Dass die Kolleginnen und Kollegen Hausärzte an der Basis stinkesauer sind, zeigt sich immer wieder; eben gerade an einer Fortbildungsveranstaltung der FMP, bei der ein standes- beziehungsweise gesundheitspolitischer Vortrag von Dr. Sottas für Aufregung sorgte. Nicht weil er sich persönlich unbeliebt gemacht hätte, ganz im Gegenteil, er zeigte sich den Sorgen und Anliegen der Kollegen gegenüber – nicht nur vorgeschoben, so hatte man den Eindruck – ausgesprochen aufgeschlossen. Nein, für Emotionen sorgten einige Statistiken und einige Formulierungen im neuen Medizinalberufegesetz. Und überhaupt. Alle gäben vor, sich um die Hausärzte zu kümmern, in Wirklichkeit aber werde immer wieder gegen sie entschieden. Selbst von der FMH selber. Kein Wunder, wenn der wichtigste Vertreter der Hausärzteschaft, der Präsident der FMH, davon ausgehe, das medizinisch, chronisch übertensorgte, teure Genf sei massgebend für die ganze Schweiz.



Das präsentierte Dr. Sottas: Die Statistiken des BAG zeigten auf, dass es sich beim Hausärztemangel um eine Chimäre handle. Die Situation sei viel weniger dramatisch als publiziert. Die Hausärzte seien nicht älter als die Spezialisten und würden nicht aussterben, meint offenbar das BAG. In vielen Regionen sei die medizinische Versorgung mit Hausärzten überhaupt kein Problem, nehme sogar zu, es gebe lediglich regionale Unterschiede. Kein Anlass zur Sorge. Und im Übrigen seien Gruppenpraxen ohnehin die Lösung in der Zukunft. Da kam der Bundesbeamte aber an die Rechten. Eine Lösung für die Städte sei das, als Modell völlig ungeeignet für ländliche Regionen. Und natürlich gebe es vorderhand noch genügend Ersatz für ausscheidende Hausärzte. Bloss, in der Ostschweiz sprächen die alle Hochdeutsch.



Und so präsentierte sich das neue MedBG, beispielsweise im Artikel 35: Inhaberinnen

und Inhaber einer kantonalen Bewilligung dürfen ihren Medizinalberuf während längstens 90 Tagen pro Kalenderjahr in einem anderen Kanton selbstständig ausüben, ohne eine Bewilligung dieses Kantons einzuholen. Tönt gut. Bis einer nachfragt, ob er bei seinem Abstecher in einen anderen Kanton denn auch von den Krankenkassen bezahlt werde. Dumm gelaufen – da braucht er eine separate kantonale Konkordanznummer und die muss ihm die santésuisse keineswegs geben. Na ja, an alles können die Bundespolitiker auch nicht denken.



Lustig wird auch die Sache mit dem Gesundheitsberuferegister. Nicht weil da jedermanns und jederfraus Geburtstag offengelegt wird, sondern wegen der Titel und Ausweise, deren Vorhandensein oder Fehlen allenfalls über die Höhe der Abgeltung für bestimmte ärztliche Verrichtungen entscheidet, deren Vorhandensein wiederum möglicherweise an die Mitgliedschaft in einem (bzw. dem) anerkannten Schweizer Berufsverband, der FMH, gebunden ist. Und das heisst? Selbstverständlich gibt es keinen Zwang zur FMH-Mitgliedschaft. Man kann auch austreten und auskommen «ohne ihr». Nur: Ein Auskommen hat man dann halt nicht. Soviel zum Kampf gegen die Monopole.



In einem wenigstens blieb Sottas unwidersprochen: Die innerhalb der Ärzteschaft bestehenden Differenzen über Weiterbildung, Titel, Monopolansprüche, Tarife und so weiter seien ein wesentlicher Quell des Ärgers und der Unzufriedenheit der Hausärztinnen und Hausärzte. Wo er recht hat, hat er recht.



Falls die Sprache Effizienz und Klarheit des Handelns repräsentiert, dann stehen uns schwierige Zeiten bevor. Lesen wir doch etwa über die Ziele des Zentralvorstands

der FMH (SAeZ Nr. 22): «... hat der Zentralvorstand, ausgehend vom Zweckartikel, im Rahmen eines Strategiefindungsprozesses Leitlinien erarbeitet.» Oder: «Im diesjährigen Zielsetzungsprozess wurden Handlungsfelder definiert...» Oder auch: «Die strategischen Optionen werden in den Ressorts beziehungsweise Aktivitätsbereichen vertieft ...» Momoll, «da weiss man, was man hat» (erster Teil der Persilwerbung).



Lustig auch der Begleitkommentar zum Projekt «Imageprozess FMH» (wer immer auch diesen Begriff erfunden hat, er wird sich was dabei gedacht haben): «Mittels einer Imagekampagne sollen die «tatsächliche» Meinung sowie die Bedürfnisse und Anliegen der Mitglieder erfragt werden. Daneben sollen (...) werden, damit das Mitglied weiss, «wofür es seinen Beitrag zahlt.» Ja was denn nun? Will man nun Bedürfnisse erfragen – was ja sehr löblich wäre – oder doch eher, worauf der Terminus «Imagekampagne» hindeutet, uns Mitgliedern verdammt nochmal endlich klar machen, wie aufopferungsvoll sich unsere FMH-Funktionäre für unsere berufliche Zukunft einsetzen?



Der «Imageprozess FMH» wird übrigens von einer externen Agentur «begleitet» und das Projekt in Etappen realisiert. So machen das Politiker, die nicht wollen, dass man gleich schnallt, wie viel das Ganze kostet. Verständlich bei Kosten von Franken 185 000 für die erste Etappe. Und wir wissen jetzt wenigstens «wofür das Mitglied seinen Beitrag zahlt». «Guten Abend!» (zweiter Teil der Persilwerbung!)

Richard Altorfer