



veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (<https://www.bjv.de>)

[Startseite](#) > Sportlicher Kommunikationswettkampf

Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Sportlicher Kommunikationswettkampf

Das Zusammenspiel von Presse und PR in Medizin und Pharma

München, 01.03.2013

„Schwierig ist die Lage für die Kommunikationsabteilung immer dann, wenn die Presse einen Fall aufgreift, von dem man vorab keine Kenntnis hat“, führte Philipp Kreßirer ^[1], Leiter der Stabsstelle Kommunikation und Medien des Universitätsklinikums München, in seinen Impulsvortrag „Kommunikationsdilemma Arztthaftungsrecht“ ein.

Grundlegende Rechtsaspekte wie ärztliche Schweigepflicht, Datenschutz, Persönlichkeitsrechte (etwa bei Bildern) sowie die Fürsorgepflicht gegenüber den Mitarbeitern seien grundlegende Rechtsaspekte, die berücksichtigt werden müssen, erklärte Kreßirer. Mit diesen Fakten begann die Veranstaltung der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit ^[2] „Gemeinsame Verantwortung? Das Zusammenspiel von Presse und PR in Medizin und Pharma“ im Münchner PresseClub ^[3].

Welche Fakten kennt der Journalist?

„Das Dilemma ist: man kann sich ohne Entbindung von der ärztlichen Schweigepflicht eigentlich nicht äußern“, erläuterte der gelernte Diplom-Biologe, der seit 2006 diese Abteilung leitet. Aber selbst wenn man von der ärztlichen Schweigepflicht befreit ist, sei es nicht ratsam, allzu viele Details aus dem Behandlungsprotokoll oder der Patientenakte zu veröffentlichen. Damit könne man schnell Vertrauen verspielen und einen erheblichen Imageschaden erleiden.

Sportliches Miteinander

In seinem Fazit plädierte er für eine sorgfältige Dokumentation des Falles. Alle Fakten sollten auf den Tisch, alle Schritte abgearbeitet werden. Auch seien Fakten ehrlich zu nennen. Nur ein gewisses Maß an Miteinander und Verständnis für die andere Seite führe zu einem sportlichen Kommunikationswettkampf und letztlich zu einer vernünftigen Berichterstattung.

In der anschließenden Podiumsdiskussion unter der Leitung von Christian M. Silinsky ^[4], Medizinjournalist und Leiter der Fachgruppe Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, wurde klar, dass auch die Kommunikation in der Medizin und Pharma einem großen Wandel unterliegt. Till Stegmeier ^[5], Berater Public Relations und Social Media Communications bei der PR-Agentur Medizin & Markt GmbH, war der Auffassung, es müsse ein Gleichgewicht gehalten

werden. Sein persönliches Credo ist, Unternehmen sollten heute verantwortungsvoller kommunizieren ? auf allen Kanälen.

Dr. Till Uwe Keil [6], Medizinjournalist und Mitautor des Buches ?Mensch und Medikament?, sieht den Markt vor einem dramatischen Umbruch, wenn nicht sogar vor einem Zusammenbruch. Der Streutitelmarkt würde ganz eingehen. ?Es ist auch eine Frage der Interaktivität?, sagte Kreßirer. ?Man muss sich öffnen gegenüber dem Internet. Ich sehe darin eine Chance für Patient und Journalist?, unterstrich er. Das Internet übernimmt immer mehr die Rolle der Deutungshoheit. Das war abschließend die überwiegende Meinung auf dem Podium. Die Journalisten sind ein Teil des Spieles. Die geeignete Mischung stellt die Zusammenarbeit der klassischen Medien und die Vernetzung im Internet dar. Im Rahmen des ?issues monitoring? bieten sich die Social Media-Kanäle als eine gute Plattform für das Feedback an. Sie sind mit dem Marketing und der PR intelligent zu vernetzen.

Michael Helmerich [7]

Source URL: <https://www.bjv.de/news/sportlicher-kommunikationswettkampf>

Links:

[1] http://www.klinikum.uni-muenchen.de/de/0200-einrichtungen/weitere-informationen-presse/pressekontakt/Philipp_Kressirer/index.html

[2] <http://bjv.de/arbeitsgruppe/fg-presse-und-oeffentlichkeitsarbeit>

[3] <http://www.presseclub-muenchen.de/>

[4] http://www.cms-communications.de/cmscom/Uber_uns.html

[5] http://www.xing.com/profile/Till_Stegmeier

[6] <http://www.till-keil.de/index2.html>

[7] http://www.bjv.de/arbeitsgruppen_kp/nojs/user/70/xx