

ANFRAGE von Crista Weisshaupt (SP, Uster) und Dr. Thomas Huonker (SP, Zürich)

betreffend PR-Aktivitäten des Universitätsspitals

Seit kurzem wirbt das Universitätsspital Zürich in Sendungen auf Tele-Züri sowie mit grossflächigen Inseraten in der Tagespresse für die Qualitäten seiner Dienstleistungen und seines Personals.

1. Unter welchem Budgetposten tut es dies?
2. Wie hoch sind die bisherigen, die laufenden und die fernerhin geplanten Kosten dieser Werbeaktionen?
3. Was ist das Ziel dieser Werbeaktionen? Es scheint uns problematisch, wenn öffentliche Spitäler einen ähnlichen Publikumsauftritt suchen wie umsatz- und gewinnmaximierende Firmen, da die meisten Eintritte unfreiwillig sind.
4. Findet Werbung auch gegenüber der jeweiligen Patientenschaft statt? Ist dies geneigungs- und vertrauensfördernd?
5. Ist damit zu rechnen, dass auch andere öffentliche Spitäler solche Werbeaktionen starten, oder sind solche bereits im Gange?
6. Erachtet der Regierungsrat die neuartigen Werbeaktionen des Universitätsspitals nicht auch als zusätzlichen und unnötigen Kostenfaktor im Gesundheitswesen, wo er ja anderweitig grossen Spardruck ortet?

Crista Weisshaupt

Dr. Thomas Huonker

Begründung:

Im Jahresbericht 1996 des Universitätsspitals wird als Begründung dieser Werbeaktionen angegeben, sie richteten sich auf die Behebung von "Schwachstellen, die bei Patientinnen und Patienten Unzufriedenheit auslösen" (S.6). Wir halten das Bestreben nach der Behebung von allfälligen Schwachstellen durch organisatorische Verbesserungen für sinnvoller als das Bekämpfen von Unzufriedenheit mittels PR-Aktionen.