

AGMV-Herbsttagung 2009

Dienstag, 10. November 2009, Seminarhotel Spirgarten Zürich-Altstetten

Zusammenfassung der Resultate

Nach der Präsentation des Projektstands "Schweizerischer Fachverband Mütter- und Väterberatung" führten wir mit der Methode World Café* zu den Themenbereichen

- Aufgaben für den Fachverband
- Effiziente und professionelle Arbeit
- Auftrag gut erfüllen
- Optimale Präsentation der MVB

vier Workshops durch. Im Folgenden werden die Kernaussagen dargestellt.

* Informationen zur Methode: www.zurbonsen.de/pdf/cafetogo_d.pdf

Tisch 1, Moderation Gabrielle Suhner

Worauf soll der "Schweizerische Fachverband Mütter- und Väterberatung" seine Haupttätigkeit legen?

Infostelle

Der FV ist erste und einzige Anlaufstelle für alle Belange MVB.

Verbandspolitik

- Politische Stellungnahmen für die gesetzliche Verankerung der MVB in allen Kantonen
- Lobbying für die MVB
- Einbindung französischer Schweiz und Tessin

Wissenschaftliche Forschung

- Grundlagenforschung (Familienmodelle, Entwicklungspsychologie, Gesundheitsvorsorge etc.) und demographische Entwicklungen in der Schweiz und europaweit sammeln und zur Verfügung stellen
- Darauf basierend soll er sich auch in Fachverbänden und Sozial Politik einbringen
- Selbstevaluation (z.B. Nationalfondsgelder für Wirkungsnachweis MVB als Wissenschaftliche Arbeit)

Projektarbeit

- Fundraising für Projekte zu den Themen Frühförderung und Prävention
- Projekte regional oder landesweit lancieren, begleiten, strukturieren, koordinieren
- Zugänge schaffen zu Fachinstitutionen, Fachleuten, Experten
- Projektpool schaffen
- Fachtagungen anbieten
- Fachstandards erstellen
- Koordinierte Verhaltensmassnahmen vorschlagen

Organisation, Struktur

Standards erarbeiten zu:

- Organisationsgrösse und Organisationsstruktur
- Dienstleistungsportfolio MVB,
- Berufsqualifikation, Ausbildung, Weiterbildung
- Stellenplan, Supervision, Intervention
- Rahmenbedingungen wie Anstellung, Lohn, Arbeitsinstrumente, Kommunikationsstruktur
- Vernetzung, Qualität, Prozesse

Unterstützung bei Regionalisierung, Professionalisierung, Effizienz und Effektivität in den Vereinen, Verbänden, Organisationen

Tisch 2, Moderation Suzanne Brunner

Was hilft uns auf der Organisationsebene, um effizient und professionell zu arbeiten?

- Strukturveränderung braucht es, da heutige Trägerschaften oft zu klein, zu träge und stark personenabhängig sind (Milizsystem).
- Eine grössere Trägerschaft hat mehr Gewicht, sie wird vom Geldgeber (Gemeinden, Bezirk, Kanton, Bund) anerkannt als Partner.
- Die MVB soll weg vom Helfer-Image zur betriebswirtschaftlich geführten Organisation mit professionellen Arbeitsinstrumenten.
- Eine betriebswirtschaftlich geführte Organisation hat einen starken Auftritt und wird von anderen Organisationen besser wahrgenommen.
- Leitungsaufgaben sollen an Personen mit Führungskompetenzen übertragen werden. Beraterinnen haben ein Anrecht aufs Kerngeschäft = Beratung.
- Die Trägerorganisation muss so strukturiert sein, dass sie handlungsfähig bleibt.
- Die MVB Trägerschaften brauchen
 - Visionen
 - Weitsicht
 - Bereitschaft
 - Bewegung
 - Dynamik
 - Flexibilität

Tisch 3, Moderation Sabina Marti

Was brauchen die MVB-Trägerschaften, um in Zukunft ihren Auftrag gut zu erfüllen?

- Gesicherte Finanzierung durch Leistungsvereinbarungen
- Fachkompetenz durch Aus- und Weiterbildung (z.B. WE'G – muss finanzierbar sein)
- Trennung strategisch und operativ – Team und Geschäftsleitung, Vorstand
- Einheitliche Qualitätsstandards
- Zusammenarbeit mit andern Organisationen (Erziehungsberatung, soziale Dienste, Ärzte usw.)
- Angebotserweiterung (Migration)
- Fachverband (siehe unter Tisch 1)

Tisch 4, Moderation Maria Walser

Wie präsentiert sich die Mütter- und Väterberatung in Zukunft optimal?

Image / Bekanntheitsgrad

- Einheitliches Logo / einheitlicher Name mit einheitlicher Schreibweise / auch auf Homepage (à la Diplomarbeit 2007)
- Image ist gut / pflegen und präsentieren / bekannter machen
- Kompetente Vorstände / Qualität an der Basis

Wichtige Partner der MVB

- Wissenstransfer zu Ärzten, Hebammen und anderen Fachleuten
- Werbeträger :Verbände, Migrationsverbände, Schulen, auch Radio und TV
- Ämter und Behörden: national, kantonal, Gemeinden

Wert der MVB

- Ort und Art ist wichtig
- Versammlung nicht im Keller
- Niederschwelligkeit erhalten

Erwartungen an Fachverband

- Mehr Gewicht, Stärke, Vernehmlassungswürdig, politnah
- Vorlagen, Vorgaben und Empfehlungen / Projekt lancierung
- Bildsprache für Migranten