

Ausgangslage

Der Schweizerische Fachverband Mütter- und Väterberatung hat 2018 nach 2016 zum zweiten Mal schweizweit bei allen Anbietern von Mütter- und Väterberatungsstellen eine Umfrage durchgeführt, um ein Bild der Strukturen und Organisationsformen der Mütter- und Väterberatung zu erhalten. Diese stellt einen Teil des Projekts „Statistik“ dar, das diese Informationen mit Angaben zu den erbrachten Dienstleistungen und den erreichten Klienten ergänzen wird.

Wer hat an der Erhebung teilgenommen? Stichprobe und Rücklauf

In der Schweiz gibt es rund 80 Anbieter von Mütter- und Väterberatung (Stand 2017; im Folgenden MVB). Aus allen drei Landesteilen haben wir ausgefüllte Fragebogen erhalten. Die Rücklaufquote liegt bei 70 Prozent (D-CH: 76%, F-CH: 55%, I-CH: 66%) und somit leicht höher als vor zwei Jahren. Betreffend alle Geburten in der Schweiz im Jahr 2017 decken die teilgenommenen Anbieter ein Einzugsgebiet von 73 Prozent ab.

Da die Zahlen nicht auf einer Vollerhebung basieren, können keine Angaben zur Gesamtzahl der Beratungsstunden oder Anzahl Beraterinnen in der Schweiz gemacht werden. Die Zahlen werden, wo sinnvoll, mittels Geburtenzahl standardisiert.

Hauptkenntnisse

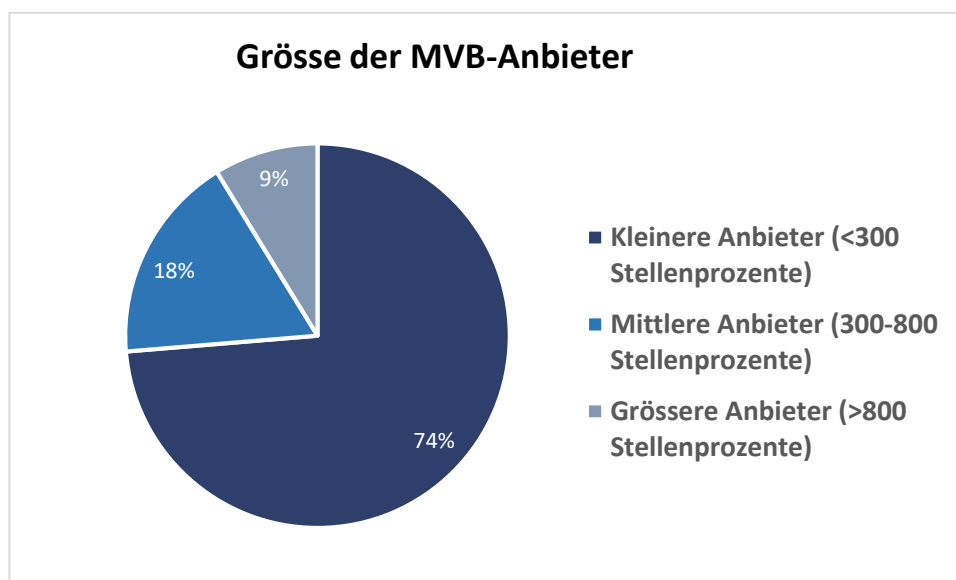
- Die Anbieter der MVB in der Schweiz sind sehr heterogen bezüglich ihrer Grösse, ihrem Professionalisierungsgrad und ihrer betrieblichen Strukturen.
- Die Dienstleistungen der MVB sind erstaunlich homogen - trotz der Heterogenität der Anbieter: Die Kernangebote „Beratung in der Beratungsstelle“, „Telefonberatung“ und „Hausbesuche“ haben über 98 Prozent der MVB-Anbieter im Leistungskatalog. Im Vergleich zu 2016 ist dieser Anteil angestiegen. Vermehrt bieten MVB-Organisationen auch Beratungen per E-Mail oder online an.
- Die Mütter- und Väterberatung spielt eine wichtige Rolle in der Frühen Förderung: 77 Prozent der befragten Anbieter nehmen zusätzlich zum Kernangebot konkrete Aufgaben in der Frühen Förderung wahr.
- Auch in der Mütter- und Väterberatung kommt der Digitalisierung eine wachsende Bedeutung zu: 63% der Befragten führen mindestens ein digitales Projekt, die meisten davon nutzen die Klientensoftware MVB3.

Beschreibung der MVB-Anbieter

Für die folgenden Abschnitte ist zu berücksichtigen, dass sich die MVB-Anbieter stark in ihrer Grösse unterscheiden, was Einfluss auf die jeweiligen Strukturen hat. Damit wir dem „durchschnittlichen“ MVB-Anbieter näherkommen und die Zahlen besser vergleichen können, werden die im Folgenden beschriebenen Kennzahlen mit der Anzahl Geburten im Einzugsgebiet standardisiert.

Im Schnitt hat eine MVB-Organisation 1'251 Geburten pro Jahr in ihrem Einzugsgebiet (2016: 1'314), jedoch haben die Hälfte aller befragten Organisationen weniger als 500 Geburten pro Jahr (2016: 520). Rund ein Fünftel (21%) der befragten Anbieter bedient ein Gebiet mit über 1'000 Geburten pro Jahr (entspricht 12 Anbietern).

Teilt man die Anbieter nach der Anzahl Stellenprozent in Gruppen ein, ergibt sich das folgende Bild: Knapp $\frac{3}{4}$ (74%, 2016: 72%) der MVB-Anbieter haben für die Beratungsarbeit weniger als 300 Stellenprozent zur Verfügung und gelten als kleinere Anbieter.



Es gibt dabei einen statistisch signifikanten Zusammenhang zwischen dem Professionalisierungsgrad der MVB-Anbieter¹ und deren Grösse: Anbieter mit grossen Einzugsgebieten (viele Geburten pro Jahr) haben tendenziell professionellere Strukturen (Pearson's $R = -0.30$ / $p < 0.01$). Der Zusammenhang zwischen der Grösse des Einzugsgebietes (Anzahl Geburten pro Jahr) und der Anzahl der betreuten Geburten pro 100 Stellenprozent ist sehr schwach (Pearson's $R = 0.080$ / $p < 0.01$). Ein Zusammenhang zwischen dem Professionalisierungsgrad und dem Budget pro Geburt eines MVB-Anbieters ist quasi nicht vorhanden, das heisst professionelle Strukturen haben keinen Einfluss auf die Kosten der Dienstleistung.

¹ Professionalisierungsgrad wurde hier so definiert, dass Leitungsfunktionen und administrative Aufgaben professionell (sprich nicht ehrenamtlich) organisiert sind und dass der MVB-Anbieter über ein Qualitätssicherungssystem verfügt.

Fokus Leistungserbringer: Beschreibung organisatorischer Kennzahlen

Rund zwei Drittel der Organisationen sind als privatrechtliche Trägerschaften (z.B. als Verein) organisiert, ein Drittel in öffentlich-rechtlichen Trägerschaften.

Anzahl Beratungsstellen

Die Anbieter der Mütter- und Väterberatung bedienen sehr unterschiedlich grosse Einzugsgebiete und haben ein Netz von Beratungsstellen, das zwischen einer und 270 Beratungsstellen umfasst. Umgerechnet auf die Anzahl Beratungsstellen pro 100 Geburten entspricht dies rund 2.1 Beratungsstellen (Standardabweichung = 1.3, 2016: 2.5, Standardabweichung = 1.6). Dabei muss berücksichtigt werden, dass die Einzugsgebiete auch bezüglich der Bevölkerungsdichte stark variieren.

Stellenplanberechnung und Personal

Auch bezüglich der Stellenprozentage für die Beratungsarbeit werden die Grössenunterschiede deutlich. Diese reichen von 23 bis hin zu 4'565 Prozent (2016: 25 bis 4'625). Nur rund ein Viertel (24.56%) der MVB-Anbieter erbringt ihre Leistung mit mehr als 300 Stellenprozentagen. Pro 100 Stellenprozentage ergibt dies 282 Geburten (Standardabweichung = 86 Geburten).

Für Leitungsfunktionen (Geschäftsleitung, Bereichsleitung, Stellenleitung, Teamleitung) haben lediglich fünf Organisationen mehr als 100 Stellenprozentage zur Verfügung.

Ähnlich sieht es bei administrativen Arbeiten aus: Zwei Organisationen haben eine oder mehr als eine Vollzeitstelle dafür geschaffen, 40 Prozent der befragten Organisationen verfügen über gar keine Stellenprozentage für administrative Aufgaben (2016: 37.5%). Insgesamt haben rund 30% der Organisationen den Overhead ehrenamtlich organisiert, während 40% diese Arbeiten voll professionalisiert hat. Weitere 30% hat eine Mischung aus ehrenamtlicher und bezahlter Arbeit (2016: je ein Drittel).

Beraterinnen

Bis heute gibt es keine männlichen Mütter- und Väterberater. Dies liegt hauptsächlich daran, dass die Aufnahmebedingungen für die Weiterbildung zur Fachperson Mütter- und Väterberatung auf der Ausbildung zur Pflegefachfrau Schwerpunkt Kind (Fachhochschule oder höhere Fachschule oder DNII) und einer mindestens einjährigen Berufserfahrung im Fachbereich Kinderkrankenpflege beruht (vgl. auch Faktenblatt „[Die Ausbildung zur Mütter- und Väterberatung](#)“).

Pro 100 Stellenprozentage werden im Schnitt 2 $\frac{1}{3}$ Beraterinnen beschäftigt, was auf einen sehr hohen Anteil an teilweise auch tiefprozentigen Teilzeitarbeitenden schliessen lässt. Die Spannweite von Beratungsprozentagen pro MVB-Organisation liegt zwischen 23 und 4'565 Prozent und beträgt im Schnitt 428 Stellenprozentage (2016: 446 Stellenprozentage).

Knapp vier von fünf (79%) der Beraterinnen haben eine abgeschlossene Weiterbildung zur Mütter- und Väterberaterin oder sind daran, eine solche zu absolvieren.

Finanzielle Rahmenbedingungen

Die MVB wird in der Schweiz fast ausschliesslich über die öffentliche Hand (Gemeinde und/oder Kanton) finanziert, lediglich 2 Prozent der Ausgaben werden über Elternbeiträge oder Spenden gedeckt (2016: 5 Prozent). Durchgesetzt hat sich eine Abrechnungsform, die auf Beiträge pro Kopf und/oder Geburt in der Einzugsgemeinde basieren (50%). Ebenfalls breite Anwendung findet ein fixer Leistungsvertrag zwischen der öffentlichen Hand und den MVB-Anbietern (23%). Nur eine Minderheit (<12 Prozent) rechnet nach erbrachter Leistung ab (2016: <20 Prozent).

Das Budget schwankt je nach Grösse des Einzugsgebiets beachtlich. Standardisiert man das Budget mit der Anzahl EinwohnerInnen im Einzugsgebiet, ergeben sich nach wie vor grosse Unterschiede: Im Schnitt beträgt ein Budget CHF 6.10 pro Kopf mit einer Standardabweichung von CHF 1.96 (Spannweite CHF 1.40 bis CHF 10.00) (2016: CHF 5.85 pro Kopf, Standardabweichung CHF 1.90, Spannweite CHF 1.72 bis CHF 10.49).

Aus den Daten ersichtlich ist zudem, dass MVB-Anbieter, egal in welchem Landesteil, ungefähr gleich viel Geld pro Einwohner/in zur Verfügung haben (Französischsprachige Schweiz: 6.3 Franken/Einwohner/in, Deutschsprachige Schweiz: 6.4 Franken, Italienischsprachige Schweiz: 6.6 Franken).

Fokus Dienstleistung: Beschreibung der angebotenen Dienstleistung

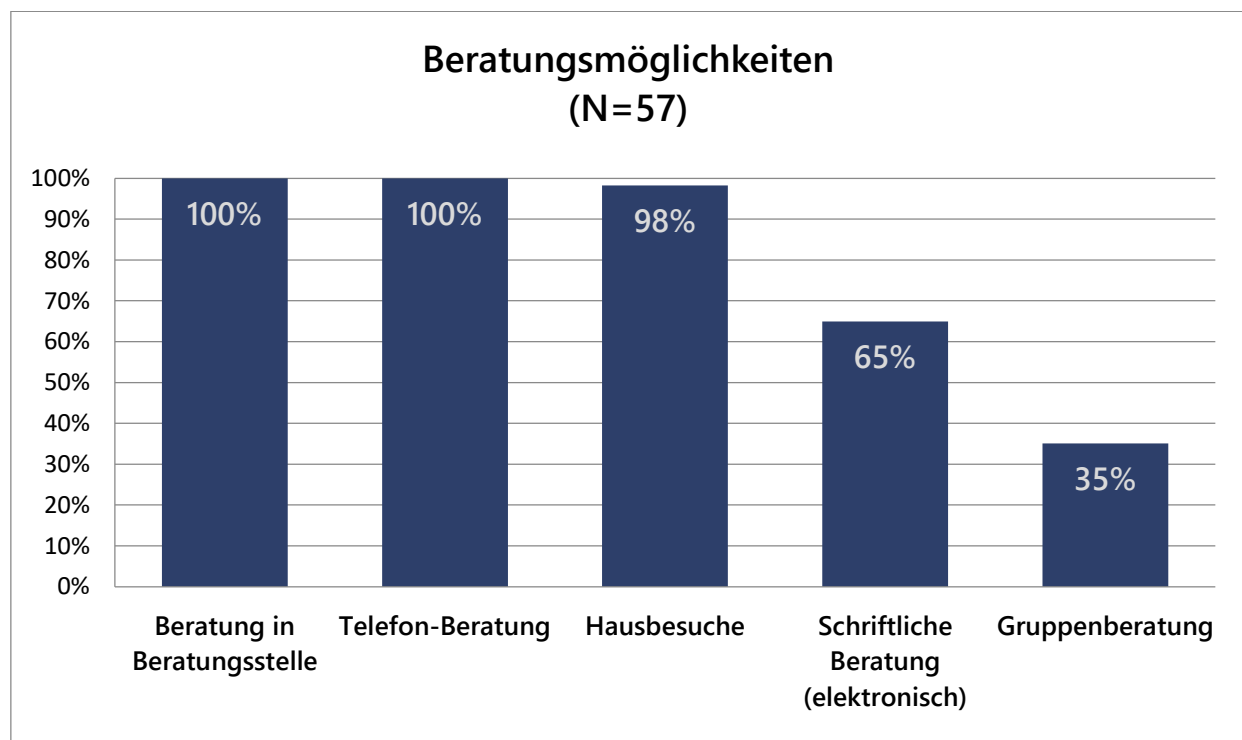
Zielgruppe der Dienstleistung

80 Prozent der befragten MVB-Stellen bieten die Beratungsleistung für Familien mit Kindern im Altersbereich von Geburt bis Kindergarten (0-5 Jahre) an. Rund ein Fünftel der befragten Beratungsstellen beschränkt die Beratung auf Kinder von 0-4 Jahren (2016: Weniger als 5 Prozent der Befragten kennt eine altersmässige Beschränkung auf Kleinkinder von 0-2 bzw. 0-3 Jahren.).

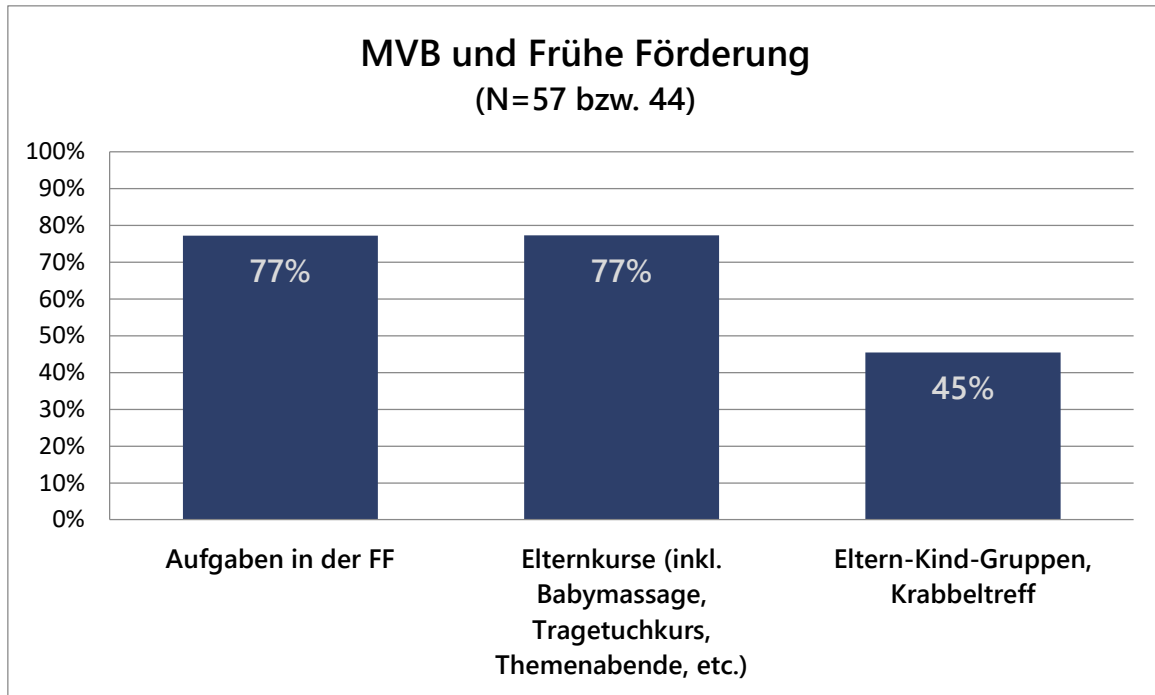
Beratungsangebot

Zum Kernangebot, das alle Anbieter (100%) im Leistungskatalog haben, gehören die Beratung in der Beratungsstelle (mit und ohne Voranmeldung) und die telefonische Beratung. Hausbesuche gehören für 98% der befragten Anbieter auch zum Kernangebot (nur eine Beratungsstelle bietet keine Hausbesuche an).

Seit 2016 haben neuere Beratungsformen wie die Online- bzw. Mail-Beratung nicht weiter an Bedeutung gewonnen. Der Anteil derjenigen Beratungsstellen, die ihre Beratung per Mail oder online anbieten, beträgt weiterhin 65%. Stark zugenommen hat seit 2016 die Gruppenberatung: Mittlerweile bieten 35 Prozent der befragten Anbieter Gruppenberatungen zu bestimmten Themen an (2016: 20 Prozent).

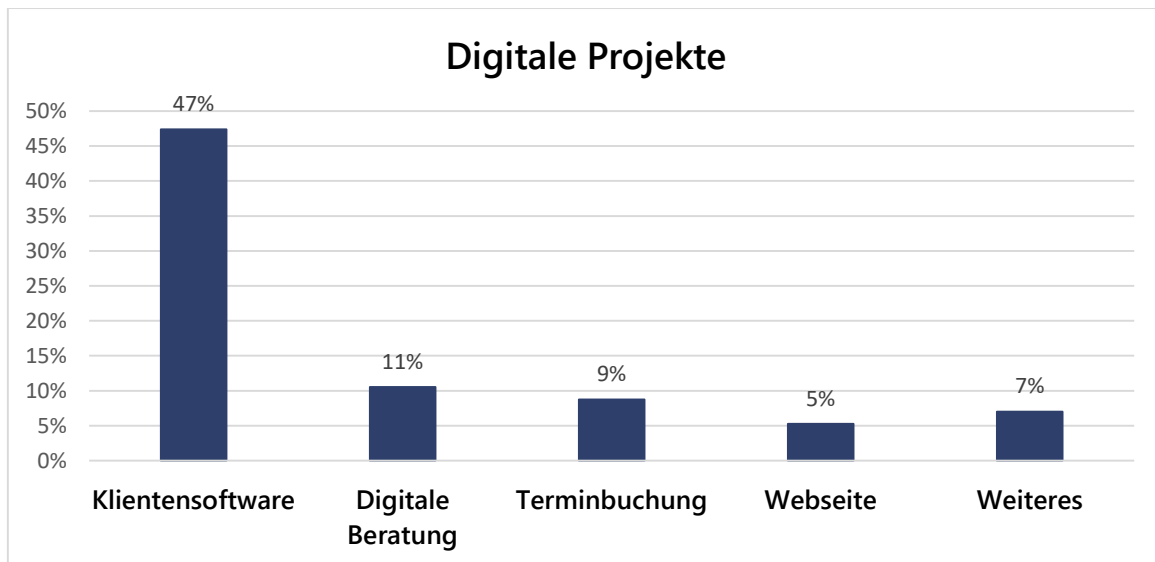


77% der MVB-Anbieter nehmen neben ihrem Beratungsangebot zusätzliche Aufgaben in der Frühen Förderung wahr. Unter diesen MVB-Anbietern bieten 45% Eltern-Kind-Gruppen und Krabbeltreffs an, während über $\frac{3}{4}$ (77%) der in der Frühen Förderung aktiven Anbieter Elternkurse (z.B. Babymassage, Tragetuchkurs, Themenabende usw.) anbieten.



Digitalisierung

Besonders zu erwähnen sind Projekte im digitalen Bereich, die zum zweiten Mal Teil der Auswertung waren. 63% der befragten Anbieter berichten, dass sie mindestens ein digitales Projekt in ihrem Angebot haben. Knapp die Hälfte aller Befragten hat die Klientensoftware MVB3 in ihr Beratungsangebot integriert. Weitere Projekte im digitalen Bereich umfassen die digitale Beratung (11%), die Terminbuchung über die Webseite (9%), die Einrichtung einer Webseite (5%).



Hintergrundinformationen zur Dienstleistung der Mütter- und Väterberatung

Weitere Informationen zur Mütter- und Väterberatung finden Sie in den bereits erschienenen Faktenblättern:

- [Die Mütter- und Väterberatung – eine lohnende Investition](#)
- [Die Ausbildung zur Mütter- und Väterberaterin](#)
- [Rahmenbedingungen der Mütter- und Väterberatung - Leistungsauftrag und Leistungsvertrag](#) (kann von den Mitgliedern des SF MVB per Mail bezogen werden)