

Jahresbericht 2015/16

Markus Grindat gibt anhand einer Präsentation einen Rückblick auf die vergangenen zwei Jahre resp. die Legislaturperiode:

- Neufindung Vorstand: Teambildung
- Mitgliederwachstum: aktuell 363 Einzelmitglieder sowie 8 juristische Mitglieder trotz etlicher zumeist altersbedingten Austritten
- Infoveranstaltungen für Studierende an den Uni Zürich und Bern
- Akkreditierungsdiskussion PsyG
- Bescheinigungen Eidg. anerkannte/r PsychotherapeutIn und Zugang zu Zusatzversicherung: Bescheinigung wird künftig nicht mehr von Systemis.ch ausgestellt, sondern von den provisorisch akkreditierten Instituten. Mit dem BAG wird ein neuer Prozessweg gesucht. Und es sind Bestrebungen im Gang, dass diejenigen, welche diese Bescheinigung erhalten haben, in die Liste von tarifsuisse für die Zusatzversicherungen aufgenommen werden.
- Höhere Fachprüfung „Psychosoziale Beratung“ der SGfB (siehe Bulletin 2016/13)
- Projekt Öffentlichkeitsarbeit & Corporate Design
- Internationaler Tag der Familie 15. Mai (2016 sind Artikel in drei Zeitungen erschienen, 2015 wurde ein Interview am Radio ausgestrahlt, siehe Homepage). Es ist erwünscht, dass auch 2017 wieder Aktionen stattfinden.
- Mitwirken an je drei SGPP-Kongressen & Tagungen Kinder psychisch kranker Eltern, wodurch dort die systemische Therapie vertreten wurde.
- Systemis.ch-Bulletin (nachzulesen auf Homepage)
- 6 gut besuchte MV's mit fachlichem Teil
- Gesunde Finanzen, die die Entschädigungen für das Projekt Öffentlichkeitsarbeit möglich machen, sowie professionelles Sekretariat
- Fachgruppensitzungen Psychologie & Ärzte fanden statt
- Gründung der IG Ausbildungsinstitute

Schwerpunkte der neuen Legislaturperiode 2016 – 2019

Die Ziele für die nächste Legislaturperiode sehen wie folgt aus:

- Lobbyarbeit für die Systemische Sache
- Stellenwert der systemischen Beratung aufwerten
- Eigenständiges Berufsbild. Psychosoziale Beratung wird zunehmend wichtiger, soll im systemischen Kontext gesehen werden. Titel, der nicht nur schön tönt, sondern der etwas nützt und praktische Konsequenzen hat
- Projekt Öffentlichkeitsarbeit inkl. Corporate Identity ist bis 2019 umgesetzt
- Mitgliederwerbaktion: Ziel von 500 Mitgliedern. Vorschlag: Wer ein neues Mitglied wirbt, erhält ein Präsent. So würden die Werbenden belohnt und nicht die neuen Mitglieder.
- Fachtagungen 2017 und 2018, 1½-tägiger Kongress 2018 oder 2019 (analog zu Luzern 2011): attraktive Begegnungen und Fachaustausch für Mitglieder