

# Leitfaden für Väterprojekte

## Die 12 wichtigsten Punkte für gelingende Arbeit mit Vätern

Mathias Berner  
Andreas Borter  
Dirk Heckmann  
Eberhard Schäfer  
Marc Schulte  
Eberhard Siegl

September 2014

Ein Produkt aus der GRUNDTVIG-Lernpartnerschaft „ Konzepte von Väterarbeit im europäischen Vergleich zur Förderung der Beteiligung von Vätern in der Erziehung“ („Concepts for work with fathers in European comparison for the promotion of active parenting by fathers“) (2012-2014)

<http://bildungsserver.berlin-brandenburg.de/vaeterarbeit.html>

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Programm für  
lebenslanges  
Lernen

## Inhalt

1. Niedrigschwelligkeit .....	3
2. Partizipation .....	5
3. Aktivierung der Väter / der Teilnehmer .....	8
4. Werthaltungen .....	9
5. Kontakt zwischen Kindern und Vätern .....	11
6. Qualifikation der Experten.....	12
7. Finanzierung.....	14
8. Dokumentation .....	17
9. Evaluation / Qualitätsweiterentwicklung .....	19
10. Anschlussfähigkeit zu anderen Anbietern / Schnittstellen .....	20
11. Kompetenzaufbau in der Zielgruppe .....	23
12. Positive Väterbilder erzeugen und wirken lassen. Öffentlichkeitsarbeit in der Arbeit mit Vätern – die 10 wichtigsten Punkte .....	26
Die Autoren .....	29
Anhang.....	31

Dieses Projekt wurde mit Unterstützung der Europäischen Kommission finanziert. Die Verantwortung für den Inhalt dieser Veröffentlichung (Mitteilung) trägt allein der Verfasser; die Kommission haftet nicht für die weitere Verwendung der darin enthaltenen Angaben.



Programm für  
lebenslanges  
Lernen

## 1. Niedrigschwelligkeit

(Dirk Heckmann)

Bei der Frage, wie man Vätern den Zugang zu den Angeboten erleichtert, ist es sinnvoll, bei der Zielgruppe zu differenzieren. Hier muss insbesondere zwischen engagierten, aktiven, eingebundenen Vätern und unsicheren, zögerlichen Vätern unterschieden werden. Gerade die zweite Gruppe sollte im Fokus der Überlegungen stehen, wenn die Schwelle für die Annahme bzw. Akzeptanz eines Angebots herunter gesetzt werden soll (siehe auch Kapitel „Partizipation“). Im Gegensatz zu den Überlegungen, die im Kapitel über Partizipation angestellt werden, sind hier die Väter als Menschen im Fokus, die nicht von strukturellen Bedingungen sondern von ihrer persönlichen Eigenschaften her geprägt sind. Wir stellen fest, dass aus unserer Sicht natürlich sowohl strukturelle Bedingungen als auch persönliche Eigenschaften Einflussgrößen für den Charakter eines Menschen sind.

Wie erreichen wir nun Väter, die wenig Kontakt zu ihren Kindern haben und für die Erziehung vor allem „Frauensache“ ist? Dies ist eine der zentralen Frage für die Väterarbeit. Denn insbesondere diese Väter brauchen Unterstützung und Übung im Umgang mit ihren Kindern. Väter, die sich viel um ihre Kinder kümmern und sich für die Erziehung mit verantwortlich fühlen, sind leicht auf Vater-Kind-Aktionen ansprechbar. Grundsätzlich wäre es sinnvoll, einen bunten Mix aus aktiven, sicheren Vätern und zögerlichen, unsicheren Vätern zusammen zu bekommen, da die aktiven Vätern auch als Vorbilder für die anderen dienen können. Die anderen sehen dann, dass es eigentlich ganz leicht und selbstverständlich ist, eine gute, selbstbestimmte und aktive Zeit mit ihren Kindern zu verbringen.

Um unsicheren Vätern die Teilnahme an Vater-Kind-Aktionen zu ermöglichen, muss die Hemmschwelle möglichst gering gehalten werden. Verschiedene Faktoren senken die Schwelle und wirken niederschwellig:

- Vor Ort in bekannten Räumen zu agieren, z.B. im Kindergarten der Kinder. Der Kindergarten ist sowohl den Kindern als auch den Vätern eine vertraute Umgebung. Erstere kennen ihn als Umgebung, in der sie sicher und geborgen sind, letztere bringen ihre Kinder dort hin bzw. holen sie ab und sind auch manchmal an den Elternabend dort. Aus unserer Erfahrung sind Kindergärten (vielleicht nach anfänglichem Zögern) oft gerne bereit, die Väter hereinzuholen und als Ort für Väter-Kinder-Kontakte zur Verfügung zu stehen.
- Die Vater-Kind-Aktion als Erlebnis gestalten, durch Spiele und Angebote, die die Väter selbst als Kinder gerne gespielt haben, z.B. Indianer. Als Erwachsene sollen wir uns ruhig öfter bewusst werden, dass der intensive Kontakt mit den Kindern wieder eine gute Chance ist, selbst zum Kind zu werden. Und wenn es dazu kommt, dann sind die Spiele aus der eigenen Kinderzeit natürlich wertvolle und lustvolle Ressourcen!
- An den Kompetenzen der Väter anknüpfen, z.B. Holzwerkstatt für Väter und Kinder. Es stellen sich hier also die Väter ganz im Sinne des Modells „Lernen vom Vorbild“ ihren Kindern zu Verfügung, damit diese sehen, wie der Papa an die Dinge herangeht, wie er die Materialien anpackt, wie er mit den Werkzeugen umgeht. Und es entsteht beim gemeinsamen Werken ein angreifbares Ergebnis, etwas, das man nach Hause mitnehmen kann und das eine Erinnerung an die schöne gemeinsame Zeit darstellt.

Zusammenfassend und weitere Fragen zum Thema „Niedrigschwelligkeit“ bei der Planung eines Väterprojekts:

- Wird das Angebot bewusst so gestaltet, dass auch und gerade jene Väter sich davon angesprochen fühlen, die sich in ihrer Rolle unsicher sind und Kindererziehung eher als „Frauensache“ sehen?
- Vertraute Räume finden: Ist es möglich, das Projekt in einer vertrauten Umgebung durchzuführen, in der sich sowohl die Kinder als auch die Väter wohlfühlen?
- Vertraute Spiele spielen: Können Spiele gefunden werden, die den teilnehmenden Vätern aus ihrer eigenen Jugendzeit bekannt sind?
- An den Kompetenzen der teilnehmenden Väter anknüpfen: Kann ein Setting geschaffen werden in dem die Väter ihre Kompetenzen und Fähigkeiten einsetzen und zeigen können?

## 2. Partizipation

(Andreas Borter)

Nicht bei jedem Vorhaben ist eine volle Partizipation der Väter in Vorbereitung und Durchführung eines Angebotes nötig und sinnvoll. Trotzdem bleibt grundsätzlich die möglichst durchgehende hohe Partizipation der Teilnehmer eine Zielgröße im Hinblick auf Qualität. Von echter Partizipation wird dann gesprochen, wenn die Mitglieder der Zielgruppe auch Entscheidungsmacht haben. Je grösser diese Entscheidungsmacht ist, umso grösser ist der Grad an Partizipation. Wie und in welchem Maße dies in einem spezifischen Angebot tatsächlich möglich ist, muss von Fall zu Fall entschieden werden. Die Qualität eines Angebotes ist jedoch oft davon abhängig, wie stark die Zielgruppe selber in Planung und Durchführung des Angebotes mit einbezogen ist. Obwohl dieser partizipative Weg stellenweise mühsam und langwierig sein kann, wird er sich längerfristig sicher bezahlt machen und dazu beitragen, ein entsprechendes Angebot nachhaltig zu verankern.

Um überhaupt einen partizipativen Weg gehen zu können, ist es nötig, sich im Vorfeld bereits darüber klar zu werden, welche Zielgruppe(n) durch ein entsprechendes Angebot überhaupt erreicht werden soll(en). Es ist sinnvoll, eine Zielgruppe einerseits nicht von Beginn an zu eng zu definieren, um sich so für die Entwicklung des Angebotes noch verschiedene Perspektiven offen zu halten. Andererseits kann es aber durchaus sinnvoll sein, eine begrenzte Zielgruppe von Anfang an ins Auge zu fassen, also ein Angebot z.B. nur für Väter von Teenagern oder nur für getrennt/geschieden lebende Väter zu planen.

Beim Umschreiben oder Eingrenzen einer Zielgruppe kann es hilfreich sein, zunächst von den „Lebensphasen“ von Vätern auszugehen und zu überlegen, welche Bedürfnisse in einem bestimmten Abschnitt im Väterleben im Vordergrund stehen. Väter haben ja in ihren einzelnen Lebensphasen und in denjenigen ihrer Kinder je unterschiedliche Strategien zur Bewältigung der anstehenden Fragen zu entwickeln und ihnen stehen je nach Lebensphase auch unterschiedliche Ressourcen und Chancen bereit.

Immer wichtiger wird in der Männer- und Väterarbeit auch der Einbezug der sozialen Milieus, aus denen Väter stammen. Ein sorgfältiger Blick auf die Herkunftsbedingungen hilft mit, sich der unterschiedlichen Möglichkeit und Bedürfnisse bewusst zu werden, welche Männer aus den verschiedenen Milieus mitbringen.

Das Ziel der Umschreibungen einer klaren Zielgruppe muss es sein, einzelne Exponenten daraus direkt anzusprechen und allenfalls frühzeitig in die Vorbereitung des Angebotes einzubeziehen. Ein Einbezug kann erfolgen durch direkte Mitwirkung in der Vorbereitung, durch eine entsprechende „Vernehmlassung“ bei Vertreten der Zielgruppe oder durch die Durchführung eines „Probelaufes“ im kleinen Kreis.

Dabei ist einerseits immer wieder zu bedenken, worin die spezifischen Fragestellungen und Bedürfnisse der anvisierten Zielgruppe bestehen, worin die Attraktivität des Angebotes für die Väter aber auch für die Kinder liegt, und welcher Gewinn für das Vater-Kind-Verhältnis dabei entstehen könnte.

Andererseits ist zu fragen, wo sich allenfalls Hindernisse und Barrieren zeigen, welche der Nutzung des Angebotes im Wege stehen. Dabei ist sowohl an inhaltliche wie auch an strukturelle Hindernisse zu denken (Ort, Anreise, Kosten etc.).

Die Wahl eines partizipativen Ansatzes für die Vorbereitung eines Angebotes heißt nicht unbedingt, dass die Teilnehmenden auch tatsächlich bei der Umsetzung und Durchführung mitwirken. Auch hier ist ein sorgfältiger Umgang mit den vorhandenen Möglichkeiten und Ressourcen gefragt. Nicht alle,

die gerne bei der Vorbereitung eines Angebotes mitdenken, sind auch tatsächlich in der Lage, bei einer Veranstaltung mitzuwirken. Es müssen Formen gefunden werden, in denen sich die Teilnehmer im Angebot zwar wiederfinden, sich aber auch nicht bloßgestellt oder ausgenutzt vorkommen. Es ist auch darauf zu achten, dass Partizipation nicht nur auf Grund der Autorität der Kursleitung zu Stande kommt oder zum Erlangen der Aufmerksamkeit und Anerkennung einer durchführenden Person geschieht.

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum Thema „Partizipation“ bei der Planung eines Väterprojekts:

#### In der Planungsphase:

- Mitwirkungsrolle
- Welche Rolle soll den Teilnehmern bereits in der Vorbereitung zukommen?
- Welche Verantwortung sollen sie selber übernehmen?
- Wo sollen sie mitentscheiden können?

#### Zielgruppe / Milieus

- Welche Zielgruppe(n) von Vätern soll(en) angesprochen werden?
- Was wissen wir über die Zielgruppe genauer?
- Welche gesellschaftlichen Milieus von Vätern sollen erreicht werden?

#### Inhalte / Ziele

- Welche Fragestellungen / Bedürfnisse der Väter und Kinder sollen aufgenommen werden?
- Was ist besonders attraktiv für sie?
- Welche inhaltlichen Hürden könnten bestehen?

#### Ressourcen / Fähigkeiten

- Wozu sollen die Teilnehmenden durch das Angebot befähigt werden?
- Wie werden die Ressourcen der Teilnehmenden genutzt?

#### Bei der Ausschreibung:

- Sind die bei der Vorbereitung aktiven Teilnehmer bei der Formulierung der Ausschreibung beteiligt? Kommen sie darin vor?
- Hat die Form der Ausschreibung einen einladenden Charakter?
- Welche Kommunikationsform entspricht der anvisierten Zielgruppe?
- Spricht Form und Layout die Zielgruppe an?
- Sind die Räumlichkeiten dem Angebot und der Zielgruppe angemessen?
- Welche kulturellen Botschaften vermittelt der Veranstaltungsort?

#### Bei der Durchführung

- Welche Rolle soll den Teilnehmern bei der Durchführung zukommen? Weshalb?
- Welche Verantwortung sollen die Teilnehmer selber übernehmen?
- Wo könnten Überforderungen entstehen? Wo sind die Herausforderungen zu gering?
- Werden die Teilnehmer in ihrer Mitverantwortung begleitet?

- Wo erhalten die Mitbeteiligten Anerkennung?
- Wie wird mit Hierarchien und Abhängigkeiten umgegangen?
- Wie wird mit dem Thema Entschädigung/Honorierung umgegangen?

Mehr zum Thema finden Sie unter dem Titel „Jungen und Männer im Spagat“ auf [http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Jungen-und-M\\_C3\\_A4nner-im-Spagat-Zwischen-Rollenbildern-und-Alltagspraxis,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf](http://www.bmfsfj.de/RedaktionBMFSFJ/Broschuerenstelle/Pdf-Anlagen/Jungen-und-M_C3_A4nner-im-Spagat-Zwischen-Rollenbildern-und-Alltagspraxis,property=pdf,bereich=bmfsfj,sprache=de,rwb=true.pdf)

Eine hilfreiche Anleitung für die Planung von Projekten, insbesondere für die Klärung der Ziele und Zielgruppen finden Sie bei <http://www.quint-essenz.ch/de>

### 3. Aktivierung der Väter / der Teilnehmer

(Dirk Heckmann)

Ein wesentliches Ziel eines Väterprojekts soll es sein, dass die Väter aus einer Konsumhaltung in die eigene Aktivität gebracht werden sollten. Vater-Kind-Aktionen gelingen dann, wenn die Väter ihre eigenen Ideen einbringen und die Sache zu ihrer machen. Dies führt zu einem guten Praxis-Transfer, es wird den Teilnehmern sichtbar gemacht, dass sie auch im Alltag gut dazu in der Lage sind, mit ihren Kindern eine gute Vaterschaft zu leben (siehe auch Kapitel "Kompetenzaufbau").

Die wichtigste strategische Überlegung dabei: Die Leitung einer Vater-Kind-Aktion soll koordinieren und den Vätern Raum zur eigenen Entfaltung bieten. Dafür ist die Beteiligung der Väter an der Vorbereitung zentral. Es geht also bei der Konzeption eines Väterprojekts nicht darum, ein möglichst fertiges, perfekt durchdachtes Unterhaltungsprogramm anzubieten, sondern die Väter als Experten für sich, ihre Rolle, ihre Situation, ihre Beziehungen zu den Kindern und zu Partnerin, zu Wort kommen zu lassen. Damit muss einem Anbieter auch klar sein, dass er die Gestaltung seines Projekts gerade bei der Frage des Inhalts ein Stück weit aus der Hand geben muss. Es kann vorher also nicht genau festgelegt werden, was im Rahmen des Projekts geschehen wird. Aber gerade diese Tatsache spiegelt recht gut den normalen Alltag wider, wie er mit Kindern auch gelebt wird: Es gibt immer ein bisschen Chaos, es gibt immer Unvorhersehbares, es kommt immer wieder mal was dazwischen.

Wenn nun von Seiten eines Anbieters die inhaltliche Gestaltung in die Hände der zu aktivierenden Väter gelegt wird, ist es umso wichtiger, für einen guten, einfachen und sicheren Rahmen zu sorgen. Diese Aufgabe obliegt dem Veranstalter und sie muss sorgfältig wahrgenommen werden. Aber es gibt ja durch die Arbeitsteilung, dass der Inhalt von den Teilnehmern und der Rahmen vom Veranstalter organisiert werden, einen besseren Einsatz der Ressourcen.

Die Beteiligung der Väter kann durch verschiedene Elemente gefördert werden:

- Väterabend: Alle Vater-Kind-Aktionen werden auf einem Väterabend mit den Vätern vorbereitet. Dabei werden Kenntnisse und Fähigkeiten der Väter abgerufen. Sie sollen ihre eigenen Ideen entwickeln und Wege zu ihrer Realisierung finden. Wenn dies auf dem Väterabend gelingt, können die Väter diese Ideen mit in den Alltag nehmen.
- Verantwortung übernehmen: Bei den Vater-Kind-Aktionen können einzelne Väter Rollen bei der Durchführung übernehmen. Viele Väter bringen aus ihrem beruflichen Kontext Kompetenzen dafür mit.

Abschließende Zusammenfassung und Fragen zum Thema "Aktivierung der Väter":

- Haben Väter bei der Vorbereitung einen Raum, um ihre Vorstellungen von der Durchführung einzubringen?
- Bin ich als Veranstalter bereit, eine gewisse Ergebnisoffenheit zuzugestehen und prozessorientiert zu arbeiten?
- Ist die Rollenverteilung klar - Der Organisator/Anbieter hat den Rahmen im Blick, die Väter sind dazu aufgerufen, bei den Inhalten mitzudenken und sich auch bei der Umsetzung aktiv einzusetzen?
- Steht das Ziel der Aktivierung der Teilnehmer als klar formulierte Leitlinie für die Durchführung fest?



## 4. Werthaltungen

(Andreas Borter)

Ob wir es wollen oder nicht: alle unsere Vorhaben sind geprägt und getragen von Normen und Werten. Dies gilt in besonderem Maße auch für Angebote, welche sich an eine spezifische Zielgruppe, also zum Beispiel an Väter richten. Zum Einen werden Werte und Haltungen durch die planenden und durchführenden Personen vermittelt, welche das eigene Wertesystem mit einbringen. Zum Andern transportieren zum Beispiel gerade auch erlebnisbezogene Angebote von der historischen Prägung eines gewählten Themas her ihrerseits bestimmte Werte und Vorstellungen: in Veranstaltungen zu „Ritterleben“, „Indianerwelten“, „Entdeckungsreise“ etc. werden bestimmte Vorverständnisse abgerufen. Eine Auseinandersetzung mit den dahinter liegenden Werten ist deshalb nötig und sinnvoll, um nicht unreflektiert Werte und Vorstellungen zu zementieren, welche unter Umständen mit der grundlegenden Ausrichtung eines Vorhabens gar nicht mehr kompatibel sind.

Oft wird die Ebene der Werte bei der Planung einfach übergangen oder als Selbstverständlichkeit ausgeklammert. Am Anfang eines Vorhabens sollten jedoch Grundüberlegungen dazu angestellt werden, von welcher Vision ein Angebot eigentlich ausgeht und auf welche Veränderungen (oder Stabilisierungen) hin das Ganze eigentlich angelegt ist.

Im Bereich der Väterarbeit sind viele Veranstaltungen ja von nicht-wertneutralen Organisationen getragen, z.B. von kirchlichen Anbietern. Gerade hier ist es wichtig, nicht eine (gar nicht mögliche) Werteneutralität zu postulieren. Vielmehr sollten die zu Grunde liegenden Werte reflektiert und transparent gemacht werden. Nur so haben die Teilnehmenden auch die Freiheit und Möglichkeit, sich mit den angebotenen Werthaltungen auseinanderzusetzen und in der eigenen Urteilsbildung über Normen und Werten ein Stück weiter zu kommen.

Besonders gerade bei Angeboten, welche direkt oder indirekt die Geschlechterrollen zum Thema machen, ist ein besonders sorgfältiger Umgang mit Wert- und Normfragen im Hinblick auf Geschlecht und Geschlechtergerechtigkeit gefragt. Unreflektiert werden sonst in den Angeboten tradierte Geschlechternormen weitertransportiert und weiter verfestigt. Dabei geht es auch nicht darum, alle in diesem Gebiet bestehenden Normen in Frage zu stellen oder neu zu definieren: im Gegenteil kann es unter Umständen auch darum gehen, vorhandene oder in Vergessenheit geratene Werte wieder in Erinnerung zu rufen und neu zu beleben.

Geschlechtsspezifische Angebote, also auch solche für Väter, laufen Gefahr, bewusst oder unbewusst jeweils von einem ganz bestimmten Ideal auszugehen und dieses implizit auch als Erwartung an die Teilnehmer heranzutragen: ein Angebot für Väter wird wohl in der Regel von einem bestimmten Verständnis von einem „guten Vater“ ausgehen und von daher möglicherweise bewusst oder unbewusst mit einer „versteckten Agenda“ im Hinblick auf gelingendes Vatersein arbeiten.

Es ist durchaus legitim, in einem Angebot von klaren Werthaltungen und Vorstellungen bezüglich gutem Vatersein auszugehen und entsprechende Einstellungen und Erwartungen einzubringen. Es kann auch sinnvoll und nötig sein, sich von bestimmten Haltungen abzugrenzen. Es gehört aber zur Verantwortung der Veranstaltenden, diese Haltungen transparent zu machen und wo möglich auch zur Diskussion zu stellen.

Wenn Angebote für Väter in der Regel von einem bestimmten Konzept von Väterlichkeit ausgehen und ein solches im Rahmen eines Angebotes auch immer wieder „herstellen“, ist es gut, sich bewusst zu sein, dass damit immer auch ein Konzept von Mütterlichkeit zementiert oder in Frage gestellt wird. Väterarbeit ist hier somit immer auch Bestandteil eines Geschlechterdialoges und muss als

solcher in diesem Themenfeld weiterentwickelt werden. Dies kann auch zu entsprechenden Kontroversen, z.B. mit der Frauenarbeit führen. Veranstalter von Vätereinrichtungen können und sollen sich diesem Diskurs nicht entziehen, wenn sie einen echten Beitrag zu mehr Geschlechtergerechtigkeit leisten wollen.

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum Thema „Werthaltungen“ bei der Planung eines Väterprojekts:

#### Werthaltungen generell:

- Von welchen Visionen, Zielvorstellungen geht das Angebot aus?
- Soll durch das Angebot eine Wirkung bezüglich Werthaltungen erzielt werden?
- Von welchen Werthaltungen setzt sich das Angebot ab? Wo sind die Grenzen der Toleranz?

#### Werthaltungen Anbieter

- Welches sind die Grundhaltungen und Werte der veranstaltenden Organisation und wie werden diese sichtbar gemacht?
- Welche „Mission“ verfolgen die Verantwortlichen? Wie gehen sie mit den eigenen Werthaltungen um?

#### Werte und Thema

- Welche Werthaltungen werden durch das gewählte Thema angesprochen?
- Wie wird mit tradierten Werthaltungen und Vorverständnissen zum Thema umgegangen?
- Welche Werthaltungen in diesem Thema sollen durch das Angebot zur Diskussion gestellt / bestätigt / in Frage gestellt werden?
- Verbindet sich mit dem Thema eine „versteckte Agenda“?

#### Genderwerte

- Soll das Angebot einen Beitrag leisten zu mehr Geschlechtergerechtigkeit? In welcher Richtung ?
- Von welchem Konzept von Väterlichkeit bzw. von Mütterlichkeit geht das Angebot aus?
- Von welchen Werthaltungen / Erwartungen bezüglich eines „guten Vaters“ geht das Angebot aus?
- Welche Rollenbilder, Rollenmodelle von Väterlichkeit werden vermittelt?
- Welche Klischees werden angesprochen? Welche Bilder werden kritisch reflektiert oder bewusst verstärkt?
- Wie wird das Thema „Verhältnis der Geschlechter“ einbezogen?
- Wie werden im Angebot die spezifischen Bedürfnisse der Väter aufgenommen?
- Wie werden im Angebot die Bedürfnisse der Kinder und die unterschiedliche Zugänge von Mädchen und Knaben berücksichtigt?
- Wird das Angebot auch im Geschlechterdialog weiterentwickelt? Wird ein „weiblicher“ Blick auf das Thema mit einbezogen?

Weiterführende Unterlagen finden Sie beim Dokument „Checkliste Gender“ unter [http://www.quint-essenz.ch/de/files/Checkliste\\_Gender\\_10.pdf](http://www.quint-essenz.ch/de/files/Checkliste_Gender_10.pdf)

## 5. Kontakt zwischen Kindern und Vätern

(Dirk Heckmann)

Die Förderung des Kontakts zwischen Vätern und Kindern ist eine zentrale Dimension von Vater-Kind-Arbeit. Dabei geht es darum, Qualität und Intensität des Kontakts zu unterstützen. Kinder nehmen sehr gut wahr, welche Form der Kontakt zu ihnen hat, wie bewusst und hingewendet sich ein Vater seinem Kind widmet. Die Bandbreite ist groß, sie kann von einem unbewussten, unkonzentrierten Nebenher bis zu einem voll zugewendeten und aktiven Mitschwingen und Eingehen auf das Kind reichen. Grundsätzlich ist es eher die Qualität des Kontakts und nicht so sehr die Dauer, die für eine gute Vater-Kind-Beziehung wichtig ist: Ein Vater, der einen Tag lang die Kinderbetreuung übernimmt und dabei fernsieht, telefoniert, seine E-Mails abrufen oder mit dem Auto herumfährt ist für die Kinder weniger präsent und qualitativ gut wahrnehmbar als ein Vater, der zwar nur zwei Stunden Zeit hat, aber in dieser Zeit mit seinen Kindern ein Holzboot bastelt, mit ihnen Klettern geht oder ihnen aus einem Buch vorliest. Es ist wichtig, diese Tatsache den Teilnehmern eines Projekts zu vermitteln.

Ein Element des Väterprojekts sollte daher sein, Kontakt zwischen den Vätern und ihren Kindern herzustellen. Wenn dies gut gelingt, ist ein nachhaltiger Praxistransfer garantiert. Dieses Element sollte durch die Organisatoren und nicht durch die Väter geplant und angeleitet werden. Wie im Beitrag "Aktivierung" der Väter festgehalten, ist es zwar sehr wichtig, die Väter durch die inhaltlichen Planungsarbeiten hereinzuholen und sie in ihrem aktiven Tun zu fördern, aber das Element des Kontaktaufbaus muss durch die Organisation im Blick gehalten und letztendlich auch angeleitet werden.

Die Umsetzung des Themas "Kontakt zwischen Vätern und ihren Kindern" geschieht auf verschiedenen Ebenen:

- Körperlich: Durch den intensiven Kontakt zur Mutter (Schwangerschaft, Geburt, Stillen) haben Väter hier Nachholbedarf. Wir fördern den körperlichen Kontakt zwischen Vätern und Kindern durch Massagespiele, z.B. Pizzamassage, Wettermassage... Dabei legen sich die Kinder auf den Bauch und die Väter massieren deren Rücken zu einer Geschichte. Beim „Rückspiel“ dürfen sich die Väter entspannen und die Kinder übernehmen den Part, die Geschichte auf dem Rücken nachzuerzählen.
- Durch gemeinsames Tun: Viele Vater-Kind-Aktionen sind produktorientiert, d.h. es wird etwas gemeinsam hergestellt: Ein Bild, eine Weihnachtskrippe, etwas auch Holz gebautes. Diese Gegenstände werden mit nach Hause genommen und erinnern an das gemeinsam Erlebte. Im Alltag ist die Erinnerung an die Vater-Kind-Aktion so weiterhin präsent. (Ich weiß von Weihnachtskrippen, die noch im Mai im Wohnzimmer standen.)

Abschließende Zusammenfassung und Fragen zum Thema "Kontakt zwischen Kindern und ihren Vätern":

- Sind das Element eines Kontaktspiels oder der Fokus auf die Qualität eines Kontakts ausreichend und klar formuliert?
- Soll den Vätern im Rahmen des Projekts bewusst gemacht werden, dass der Kontakt zu ihren Kindern und vor allem seine bewusste Gestaltung und Herstellung von entscheidender Bedeutung für ihre Beziehung zu ihren Kindern ist?

## 6. Qualifikation der Experten

(Eberhard Schäfer)

Was bedeutet Qualifikation für die Arbeit mit Vätern? Unserer Einschätzung und Erfahrung nach geht es hier in erster Linie um die Haltung und um das Herz.

Arbeit mit Vätern braucht Mitarbeiter, deren Herz für die Arbeit mit Vätern und der Väterlichkeit schlägt. Mitarbeiter in der Arbeit mit Vätern müssen als Männer, Väter und Professionelle leidenschaftlich und glaubwürdig sein. Der "Experte" in der Arbeit mit Vätern ist offen für jeden einzelnen Vater, dessen Situation und seine spezifischen Anliegen. Er erfasst das Anliegen des jeweiligen Vaters und nimmt es achtsam und wohlwollend an. Für diese Fähigkeiten ist ein überdurchschnittlich hohes Maß an Selbstreflexion und eine eigene Positionierung als Vater in der selbst gelebten Väterlichkeit hilfreich.

Der Experte in der Arbeit mit Vätern ist weniger ein Experte für soziologische oder politische Fragen rund um das Thema Väter, sondern er ist eher ein Experte für Menschen, deren Situationen und Bedürfnisse. Er denkt ressourcenorientiert, ist empathisch und unterstützend. Er wäre eher ein Experte für lösungsorientierte Gesprächsführung.

Der Experte in der Arbeit mit Vätern ist eher Moderator, Kommunikator, Vernetzer und Gastgeber als ein Experte, der jederzeit sachlich korrekte Antworten auf Informationsfragen geben kann. Er muss vielmehr jederzeit offen sein für eine Vielfalt von Männlichkeit und Väterlichkeit. Er ist dazu fähig, unterschiedliche Erfahrungswelten und Sichtweisen dialogisch fruchtbar zu machen.

Der Experte in der Arbeit mit Vätern kann auch eine Expertin sein.

Keinesfalls sollte der Experte für die Arbeit mit Vätern ein geschlossenes, festes Bild von Männlichkeit und Väterlichkeit vermitteln und vertreten. Der Experte in der Arbeit mit Vätern sollte die Vertreter seiner Zielgruppe nicht in ein bestimmtes Rollenmuster zwingen wollen, und er darf nicht politisch vereinnahmen wollen. Solche „geschlossenen“ oder missionarischen Haltungen wirken für die Zielgruppe abschreckend. Sie sind hinderlich bei dem Anliegen der Förderung von Vätern und Väterlichkeit.

Die eigene Haltung besteht nicht isoliert, sondern sie befindet sich stets in einem Verhältnis zu Haltungen und Positionen zu Familie und Familienformen, zum guten Aufwachsen von Kindern, zu Rollen von Männern und Frauen, zu Gender-Aspekten. Ein qualifizierter Experte in der Arbeit mit Vätern ist dazu in der Lage, in diesen Zusammenhängen eine reflexive Haltung einzunehmen, die, wie auch diese Zusammenhänge, nicht statisch sein muss, sondern in Bewegung sein kann.

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum Thema „Qualifikation der Experten“ bei der Planung eines Väterprojekts:

- Passen die Haltung und das „Herz“ zu den Vätern und zu deren Anliegen ?
- Sind die Durchführenden als Männer, Väter und Professionelle leidenschaftlich und glaubwürdig?
- Ist der "Experte" in der Arbeit mit Vätern ist offen für jeden individuellen Vater, dessen Situation und seine spezifischen Anliegen?

- Ist ein überdurchschnittlich hohes Maß an Selbstreflexion und eine eigene Positionierung als Vater in der selbst gelebten Väterlichkeit gegeben?
- Weist der Experte für die Arbeit mit Vätern Distanz zu einem geschlossenen, festen Bild von Männlichkeit und Väterlichkeit auf?
- Wir verhindert, dass die Teilnehmer in ein bestimmtes Rollenmuster gezwängt werden?
- Qualitätssicherung: Wird Selbstevaluation durchgeführt? Gibt es ausreichenden und regelmäßigen Austausch mit Kolleginnen und Kollegen?

Das Väterzentrum Berlin bietet in Zusammenarbeit mit der Katholischen Hochschule für Soziale Arbeit Berlin eine Weiterbildung zur „Fachkraft für die Arbeit mit Vätern“ an, innerhalb derer die hier genannten Persönlichkeits- und Haltungsaspekte intensiv bearbeitet werden.

Link: Berufsbegleitende Weiterbildung zur Fachkraft für die Arbeit mit Vätern:

<http://www.khsb-berlin.de/weiterbildung/weiterbildung/zertifizierte-zusatzausbildungen/arbeit-mit-vaetern/>

## 7. Finanzierung (Eberhard Siegl)

Qualitative Väterarbeit braucht Geld. Es müssen die Organisation, die Durchführung, die Bewerbung, die eventuell notwendigen Raummieten, die Materialkosten und die Infrastruktur bezahlt werden. Natürlich kann es sein, dass der eine oder der andere dieser Budgetposten nicht finanziert werden muss, weil er durch Eigenleistung abgedeckt werden kann, aber grundsätzlich soll klar sein, dass für die Durchführung eines Projekts finanzielle Mittel notwendig sind. Insbesondere die Fachkenntnis der Organisation und der durchführenden Personen soll und muss etwas wert sein und dementsprechend abgegolten werden (siehe Kapitel „Qualifikation der Experten“). Denn es ist für die Qualität entscheidend, dass Väterprojekte von fachlich geeigneten und vorgebildeten Personen durchgeführt werden. Nur so kann garantiert werden, dass die anderen Punkte dieser Matrix auch erfüllt werden können.

Natürlich ist es auch möglich, dass Fachkräfte ihren Arbeitseinsatz ehrenamtlich zur Verfügung stellen – dies ist gerade bei Väterprojekten öfter der Fall. Es wäre allerdings sehr wichtig, dieses Faktum gegenüber den Teilnehmern, der Öffentlichkeit, den Projektpartnern und anderen Geldgebern hervorzuheben. Dadurch kann erklärt werden, warum das Projekt günstiger durchgeführt werden kann, nämlich weil Ehrenamtliche unentgeltlich daran mitarbeiten. Durch diese Transparenz kann verhindert werden, dass ein Lohndumping entsteht.

Aus unserer Erfahrung geht man bei der Erstellung eines Budgets am besten von den Honorarkosten für die Durchführung aus, weil diese in der Regel den größten Anteil am Budget einnehmen. Wenn nicht außergewöhnliche Orte (hohe Raummieten) oder teure Materialien verwendet werden, betragen die Organisation und Bewerbung in etwa 10% der Gesamtkosten, auch die Mieten und die Materialkosten kommen auf 10% der Gesamtkosten. Dies sind allerdings nur Faustregeln.

Wichtig ist, dass für die Durchführung eines Väterprojekts alle dafür notwendigen finanziellen Mittel aufgelistet werden müssen, um einen für alle Seiten realen Kostenbedarf zu erheben. – Gute Arbeit darf auch etwas kosten! Aber nicht nur dieser Gedanke soll für ein wirklichkeitsgetreues Budget maßgeblich sein, sondern auch die Tatsache, dass ein zu bescheidenes, weil – wie schon oben festgehalten wurde – ein nicht alle Budgetposten umfassendes Budget gegenüber anderen Anbietern unfair ist. Durch zu „billige“ Angebote beginnt eine Spirale nach unten, was die Qualität und Selbstausbeutung betrifft. Also: unbedingt realistisch budgetieren!

Es gibt grundsätzlich zwei Formen der Finanzierung: a) Finanzierung durch Teilnehmer oder b) Fremdfinanzierung. Häufig werden Projekte in der Väterarbeit durch eine Mischform finanziert, also durch Teilnehmerbeiträge und Fremdfinanzierung.

Bei den Beiträgen durch Teilnehmer ist zu bedenken, dass eine zu hohe Teilnahmegebühr ausschließend wirken kann, weil sich nicht alle Väter die Teilnahme leisten können. (siehe Kapitel „Partizipation“). Allerdings spricht für Teilnehmerbeiträge, dass nur das etwas wert ist, was auch etwas kostet – Dies ist natürlich eine Sichtweise aus der Perspektive der Teilnehmenden. Eine Möglichkeit, um trotz höherer Teilnahmegebühren auch finanzschwachen Teilnehmern den Zugang zum Projekt zu bieten, ist ein „Solidaritätssystem“: Dabei wird zwischen „normalen“ und „geförderten“ Beiträgen unterschieden. Die „normalen“ Beiträge sind etwas höher angesetzt als

notwendig. Mit dieser Differenz kann dann ein geringerer Beitrag für finanzschwache Teilnehmer angeboten werden.

Die Fremdfinanzierung ist durch Sponsoring oder Subventionen möglich. Beim Sponsoring muss bedacht werden, dass der Geldgeber mit seiner finanziellen Unterstützung des Projekts bestimmte Ziele anstrebt. Es ist daher notwendig, für eine Offenlegung der unterschiedlichen Interessen der Geldgeber zu sorgen. Nur wenn klar ist, welche Motive vorherrschen, kann man sich als Projektbetreiber auch entscheiden, ob man diese Motive mittragen bzw. erfüllen kann. Es ist bei der Suche nach Sponsoren grundsätzlich zu bedenken, dass dies sehr viel Zeit und Mühe erfordert.

Die Subventionen der öffentlichen Hand ist als „Zwei-Weg-Kommunikation“ zu verstehen: Die Politik signalisiert dem Projektbetreiber (und somit auch seiner Zielgruppe), dass ihr Väterarbeit wichtig, „etwas wert ist“. Grundsätzlich ist diese Haltung auch ganz klar von der Politik einzufordern, denn es ist für eine gute, nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft sehr wichtig, Vätern beim Hineinwachsen und Ausleben ihrer Vaterrolle Angebote und Unterstützung zu geben. Zugleich wird durch die Anfrage das Thema „Väterarbeit“ in die Politik getragen. Sollte nämlich bei den Verantwortlichen in der Politik bis dahin noch kein Bewusstsein über die Notwendigkeit von Väterarbeit vorhanden gewesen oder wieder langsam in den Hintergrund getreten sein, wird es wieder erweckt, wenn es durch die Anfrage nach einer Subvention thematisiert wird. Allerdings ist es für den Erfolg der Anfrage entscheidend, vor den Gesprächen mit der Politik das gesamte Väterprojekt noch einmal aus Sicht der Politik durchzudenken und hierfür geeignete Argumente zu finden, warum die Politik gerade dieses Projekt unterstützen soll. – Bereiten Sie ein Verkaufsgespräch vor!

Als Betreiber eines Väterprojekts bewegt man sich auch immer im gesellschaftspolitischen Diskurs und setzt hier mit Subventionsanfragen in der Politik Akzente. Zudem ist die Abrechnung und damit verbunden die Dokumentation des Projekts Garant für eine gewisse „Grundseriosität“ des Projektträgers, der ja auch nur dann Mittel bekommt, wenn die rechtliche Basis und kaufmännische Sorgfalt gegeben ist. Eine praxisbezogene Anmerkung am Schluss: Sollte eine Abrechnung mit einem Subventionsgeber notwendig sein, muss diese Arbeit ebenfalls in die Organisationsarbeit eingerechnet werden – nicht darauf vergessen!

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum Thema Finanzierung bei der Planung eines Väterprojekts:

#### Finanzbedarf

- Sind Organisation, Durchführung, Bewerbung, eventuell notwendigen Raummieten, Materialkosten und Infrastruktur eingeplant?
- Eigenleistung kann einige der Budgetposten ersetzen – wird dies auch bei der Budgetierung transparent dargestellt?
- 

#### Finanzierungsmöglichkeiten

- Soll es eine (Mit-) Finanzierung durch die Teilnehmer geben? Ist ein „Solidaritätssystem“ mit vergünstigten Beiträgen für finanzschwache Teilnehmer möglich? Sind die Beiträge angemessen?

- Gibt es genügend Ressourcen im Vorfeld, um Sponsoren zu suchen? Ist die Motivation des Geldgebers genau abgeklärt?
- Finanzierung durch Subventionen: Ist die Botschaft an die Politik klar, ist klar, was mit diesem Projekt erreicht werden soll?

Nähere Beschreibung, wie man in Excel ein Budget erstellen kann. Auf dieser Seite wird zwischen Personalkosten, Sachkosten und laufenden Kosten (Infrastruktur) unterschieden. Diese Differenzierung kann auch gut für ein Väterprojekt herangezogen werden:

<http://kulturmanagement.wordpress.com/2008/10/06/in-excel-ein-budget-erstellen/>

Reflexionshilfen für die Verhandlungen mit Sponsoren: [http://www.quint-essenz.ch/de/topics/1009?section\\_id=3](http://www.quint-essenz.ch/de/topics/1009?section_id=3)



## 8. Dokumentation (Eberhard Siegl)

Der Zweck einer Dokumentation ist, dass festgehalten und sichtbar gemacht werden sollte, was getan wurde. Dafür sind mehrere Gründe anzuführen, wie Öffentlichkeitsarbeit, Nachvollziehbarkeit, Positionierung im Väterdiskurs oder Anregungen für andere Projektbetreiber.

„Tue Gutes und sprich darüber!“ sollte auch bei einem Väterprojekt Thema sein. Wir sollten uns mit unserer Arbeit nicht verstecken, zumal mit einer guten Öffentlichkeitsarbeit der Diskurs zum Thema Väterarbeit mit Dokumentationen von Väterprojekten bereichert werden kann. Und: für eine sinnvolle Öffentlichkeitsarbeit ist eine Dokumentation Voraussetzung.

Es sollte nachvollziehbar sein, was bei dem Projekt getan wurde und wie dabei gearbeitet wurde. Dies ist ein wesentliches Qualitätsmerkmal, da die Nachvollziehbarkeit einer Reflexionsebene bedarf, die – systemisch gesprochen – eine Beobachtung von außen ist, vom Umfeld aus den Blick auf das Väterprojekt wirft. Schon bei der Planung der Dokumentation und auch danach, wenn die Dokumentation vorliegt, wird also „von außen“ auf das Projekt gesehen. Eine gute Dokumentation kann zudem für andere Anbieter einen Anreiz zum Nachmachen darstellen. – Nicht nur das, wenn nämlich in dieser Dokumentation auch eine Evaluation bezüglich der Zielformulierung und der erreichten (oder auch nicht erreichten) Ziele sichtbar wird, können neue Väterprojekte von dieser Dokumentation lernen und Neues ausprobieren! (siehe Kapitel „Evaluation“ und „Kompetenzaufbau“). Es ist z.B. nicht immer leicht, die gewünschte Zielgruppe mit einem Väterprojekt zu erreichen. Wenn nun in einem Projekt festgehalten wurde, mit welchen Absichten und Mitteln versucht wurde, die Zielgruppe zu erreichen, und welche Erfolge damit erzielt werden konnten, hilft dies anderen Väterprojekten sehr viel.

Es gibt viele Formen der Dokumentation. Bei der Auswahl der entsprechenden Form sollte unbedingt vom Rezipienten der Dokumentation ausgegangen werden. Wesentlich ist weiter, dass man sich vorher überlegt, was man dokumentieren möchte und für welchen Zweck dokumentiert werden soll. In den Dokumentationen von Väterprojekten eignen sich in der Regel Fotos sehr gut, denn es geht ja in fast allen Projekten immer wieder auch darum, dass die Väter gemeinsam mit ihren Kindern in Aktion treten, sich erleben, etwas ausprobieren. Aber Achtung: Bei Fotos immer klären, ob eine Veröffentlichung für die Fotografierten in Ordnung ist, am besten schriftlich!

Fotodokument: Die Fotos können wie ein Bilderbuch aneinandergereiht und mit Bildunterschriften versehen werden. Allerdings empfiehlt sich, das Gesamt-Dokument mit einer schriftlichen Zusammenfassung und Erklärung zu versehen, da das Ergebnis sonst nicht gut verständlich ist.

Geschriebener Projektbericht: Kann gut mit Fotos ergänzt werden. Wenn vergessen wurde, Einverständniserklärungen einzuholen, können auch Symbolfotos z.B. von Bastelergebnissen oder Ähnliches verwendet werden.

Zeitungsbericht: Wenn ein Journalist (aus der Erfahrung interessieren sich häufiger Journalistinnen für dieses Thema...) bereit ist, einen Bericht über das Projekt zu machen, kann dieser gut zu Dokumentationszwecken herangezogen werden.

Abrechnung mit Geldgebern: Geldgeber, insbesondere die öffentliche Hand, verlangen in der Regel formalisierte Abrechnungen und Dokumentationen. Diese sind aber häufig recht trocken und für

Außenstehende schwer zu lesen. Allerdings bieten diese Abrechnungsunterlagen einen guten roten Faden, um eine besser leserliche Version für Nicht-Bürokraten zu erstellen.

Film(projekt): Um einen Film über das zu erstellen, bedarf es gutes Equipments und einiger Basiskentnisse im Bereich der Film- und Tontechnik. Wenn ein Film über das Projekt gewünscht wird, könnte vielleicht eine Kooperation mit einer Filmhochschule helfen: Die Studenten haben das Setting und willige Darsteller, und die Projektbetreiber haben eine hochwertige Dokumentation. Allerdings ist es sehr wichtig, dies mit den Teilnehmern des Projekts im Vorfeld zu besprechen und von allen Beteiligten die Zustimmung dafür einzuholen. Ein gutes Argument hierfür ist, dass Kinder und Jugendliche, die mit ihren Vätern an einem Projekt teilnehmen, sehr gerne dabei gefilmt werden.

Sammlung der Rückmeldung der Teilnehmenden (dies wird auch für die Evaluation benötigt): Dies kann sehr gut mit einem Fragebogen gemacht werden. Damit kann vor allem die Qualitätssicherung der eigenen Arbeit vorangetrieben werden, da Rückmeldungen aufzeigen, was aus Sicht der Teilnehmer gut oder schlecht funktioniert hat.

Mit den Teilnehmern ein „Abschlussprodukt“ erarbeiten: Gemeinsam mit den Vätern und ihren Kindern könnte z.B. ein Plakat gestalten werden. Dies kann bei einem eigenen Abschluss-Workshop geschehen, der an einem eigenen Termin stattfindet, oder direkt bei der Durchführung des Projekts, ganz am Schluss. Es wird allerdings wegen der knappen Zeitbudgets der Väter und auch wegen ihrer unterschiedlichen Arbeitszeiten sehr schwierig sein, mit den Teilnehmern noch einmal einen eigenen Termin zu organisieren, daher empfiehlt es sich, das „Abschlussprodukt“ in das Projekt einzuplanen.

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum Thema „Dokumentation“ bei der Planung eines Väterprojekts:

#### Gründe für Dokumentationen

- Soll mit der Dokumentation auch Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden? Kann mit der Dokumentation die Nachvollziehbarkeit des Väterprojekts garantiert werden? Können die einzelnen Schritte sichtbar gemacht werden?
- Gibt es aus diesem Projekt Lernmöglichkeit für andere Projektbetreiber? Welche Erkenntnisse konnten bei der Umsetzung gewonnen werden?

#### Formen von Dokumentationen

- Welche Form der Dokumentation wähle ich?
- Für wen ist die Dokumentation gedacht?
- Fotodokumentation: Ist eine Einverständniserklärung für das Verwenden der Fotos vorbereitet, die die Teilnehmer unterschreiben?

Ein Beispiel für einen Rückmeldebogen finden Sie im Anhang.

## 9. Evaluation / Qualitätsweiterentwicklung

(Mathias Berner, Eberhard Schäfer)

Was ist der Sinn von Evaluation in der Arbeit mit Vätern? Evaluation dient der Beantwortung der Frage, ob das, was man mit der Arbeit mit Vätern erreichen wollte, auch tatsächlich erreicht wurde, ob es teilweise erreicht wurde, ob unbeabsichtigt etwas anderes erreicht wurde, und so weiter. Viele Professionelle in der Arbeit mit Vätern stellen sich diese Fragen. Antworten oder Ansätze von Antworten kann man nur dann erhalten, wenn man sich für die jeweilige Arbeit mit Vätern bestimmte Ziele gesetzt hat: Etwa quantitative Ziele wie „Wir möchten 300 Väter erreichen“ oder „Wir möchten dass 10 Veranstaltungen mit jeweils mindestens 5 Besuchern zustande kommen“. Hinzu kommen meist qualitative Ziele wie: „Wir möchten, dass Väter sich im Rahmen dieses Angebots über ihre Rolle als Väter austauschen“, oder: „Wir möchten, dass Väter im Rahmen dieses Angebotes mehr über die Möglichkeiten der Verbesserung ihrer Work-Life-Balance erfahren“, usw.

Sofern Ziele für die jeweiligen Angebote in der Arbeit mit Vätern formuliert sind, kann die Zielerreichung auf unterschiedliche Weise überprüft werden: durch externe (Uni, kooperierender Träger, ...) oder interne (Qualitätsbeauftragter, Kollege, ...) Evaluation. Es kann sich um Fremd- oder Selbstevaluation handeln: Bei der Selbstevaluation steuert die Organisation, die die Väterarbeit anbietet, die Evaluation. Bei der Fremdevaluation geschieht dies von außen, z.B. von den Geldgebern. Die Methoden selbst können qualitativer (z.B. Interviews, qualitativer Erhebungsbogen ...) oder quantitativer Natur (z.B. statistische Erhebungen, quantitativer Erhebungsbogen, ...) sein.

Letztlich ist die Frage: Wer möchte mit welchem Ziel was genau auf welche Weise überprüfen? Und: Sollen Ergebnisse am Ende von Maßnahmen vorliegen (summative Evaluation) oder noch während der Laufzeit des Angebots zurückgespeist werden um unmittelbar zur Qualität des Angebots beizutragen (formative Evaluation)?

Eine zentrale Herausforderung: **Qualität** in der Väterarbeit ist daher zunächst eine sorgfältige Zielfestlegung. Ideal (und in der Praxis leider nur selten zu finden) sind sogenannte SMARTER Ziele der Anbieter, wobei „S“ für „*specific*“ (*genau*) steht – was und wie viel soll genau erreicht sein?, „M“ für „*measurable*“ (*messbar*) – welches sind die Kriterien der Zielerreichung? Wie kann kontrolliert werden?, „A“ für „*achievable*“ (*realistisch*) – ist das Ziel unter den gegebenen Bedingungen in der gesetzten Zeit erreichbar?, „R“ für „*result oriented*“ (*zustandsbezogen*) – ein spezifisches Produkt bzw. ein Zustand wird beschreiben – keine Tätigkeit und „T“ „*time bounded*“ (*termingebunden*) – zu welchem exakten Zeitpunkt ist der Zustand erreicht?

Sind solche Ziele definiert, kann Evaluation – je nach Zielebene – auf unterschiedlichen Ebenen ansetzen (vgl. QS21, S. 77) und – beispielsweise – sich auf folgende Zielebenen beziehen:

- der Lebenslage von Teilnehmern (das Ziel wäre z.B. stabilisierte Familienverhältnisse),
- des Verhaltens von ihnen (Ziel wäre z.B. regelmäßige Übernahme von Erziehungsaktivitäten),
- ihres Wissens, ihrer Einstellungen, ihrer Werte oder ihrer Fertigkeiten (Ziel wäre z.B. die geäußerte Bereitschaft beider Eltern, bei Kindesübergaben zu kooperieren und Informationen über die Kinder zu teilen),
- ihrer Reaktionen (rückgemeldete Zufriedenheit mit dem angebotenen Programm),
- ihrer Teilnahme (z.B. Anzahl, Intensität, Art der Teilnahme von Zielgruppen) oder

- Ebene der Programmaktivitäten der Anbieter (z.B. Umsetzungsgrad des Programms)

Ziele setzen, heißt die Voraussetzung für reflektiertes praktisches Handeln schaffen. Und mit Zielen zu arbeiten, ermöglicht die eigene Praxis (die eigene Arbeit bzw. praktische Arbeit) zu professionalisieren. Da es aber im pädagogischen Feld nicht um einfache Ursache-Wirkungszusammenhänge geht, sind ständige Ziel-Feedback-Schleifen unumgänglich. Korrekturen gehören dazu. Sie sind nicht Ausdruck von Versagen oder unzureichender Zielbeschreibung sondern, im Gegenteil, Ausdruck der Tatsache dass man sich ständig mit der Frage der Zielerreichung auseinandersetzt!

Wenn man mal angefangen hat, ein bisschen „Ziele- bzw. Qualitätsehrgeiz“ zu entwickeln, wird man sensibilisiert gegenüber scheinbar einleuchtenden Zielen wie z.B. dem oben genannten Ziel „... dass sich Väter im Rahmen des Angebots über ihre Rolle als Vater austauschen“. Denn letztlich – so unsere Vermutung und Hoffnung – geht es nicht um den Austausch an sich, sondern die Erweiterung von Handlungsoptionen, die Unterstützung von konkreten Verhaltensänderungen und eine Unterstützung von am Kindeswohl orientierten Haltungen von Vätern (und Müttern) – unterstützt durch den Austausch mit anderen Vätern. „Austausch“ allein wird dafür nicht reichen – und das noch Fehlende wird leichter fassbar, wenn Ziele präzise überlegt und formuliert sind. Die Mühe, am Anfang der Arbeit über Ziele nachzudenken und über die Frage, wie man das Erreichen der Ziele überprüfen kann, lohnt sich am Ende.

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum den Themen Evaluation/Rückmeldung/Qualitätsweiterentwicklung bei der Planung eines Väterprojekts:

#### Ziele und Qualität des Väterprojekts

- Wie genau wurde das Ziel festgelegt?
- Sind die Ziele quantitativ oder (besser) qualitativ?
- Was möchte ich mit meinem Projekt verändern?
- Wie ist es vorher, wie sollte es nachher sein?
- SMART-Methode: Ist das Projektziel Spezifisch? Ist es Messbar? Ist es Realistische? Ist es Zustandsbezogen? Ist es mit einem Zeitplan versehen?
- Sind Feedbackschleifen eingeplant?
- Gibt es Lernmöglichkeiten für andere Projektbetreiber?

#### Mögliche Zielebenen des Väterprojekts, die evaluiert werden können

- Die Lebenslage der Väter?
- Das Verhalten der Väter?
- Das Wissen, die Werte und die Einstellungen der Väter?
- Die Reaktionen der Väter?
- Die Teilnahme der Väter?

**Quellen / Literatur:** Wolfgang Beywl, Ellen Schepp-Winter: Zielfindung und Zielklärung – ein Leitfadens. [http://www.univation.org/download/QS\\_21.pdf](http://www.univation.org/download/QS_21.pdf)

## 10. Anschlussfähigkeit zu anderen Anbietern / Schnittstellen

(Eberhard Siegl)

Bei der Konzeption eines Väterprojekts sollte bedacht werden, ob es nicht möglich wäre, das Projekt gemeinsam mit anderen Projektpartnern durchzuführen. Ein wesentlicher Vorteil dabei ist, dass durch die Bündelung und Fokussierung der Ressourcen von mehreren Stellen eine Arbeitserleichterung und zugleich die Schonung der eigenen Ressourcen ermöglicht werden. Durch mehrere Projektpartner können die Arbeitsaufgaben aufgeteilt und somit erleichtert werden. Dies bedingt Netzwerkarbeit, bei der die Kooperationsmöglichkeiten im konkreten Projekt und auch die Kooperationsmöglichkeiten für künftige Projekte mit möglichen Partnern angesprochen und erörtert werden können.

Ein weiterer Vorteil von Kooperationen ist, dass durch den Austausch mit anderen Projektpartnern aufgrund der Perspektivenerweiterung eine fachliche Weiterentwicklung möglich wird. Verschiedene Zugänge und Haltungen spiegeln in der Regel die Bandbreite wider, die es im Bereich der Väterarbeit gibt. Durch den Diskurs werden diese Positionen weiter entwickelt.

Der wichtigste Vorteil ist gegeben, wenn der Kooperationspartner eine Einrichtung ist, die aus der Frauenarbeit kommt, z.B. ein Verein für Alleinerziehende Frauen, oder ein Verein für Wiedereinsteigerinnen. Durch die Perspektive dieser Einrichtungen kann eine sehr wertvolle Ergänzung und Vervollständigung der Ziele und Arbeitsinhalte entwickelt werden. Auch die „Frauseite“ bekommt auf diese Weise Zugang zur Sichtweise aus der Position der Väter heraus – ein Vorteil für beide Seiten!

Ein besonderer Punkt ist, dass durch die Kooperation ein gesonderter Schwerpunkt auf die genaue Formulierung der Zielsetzungen und Wirkungsziele des Projekts gelegt werden muss. Diese Schärfung kann gar nicht genau genug vorgenommen werden und bedarf einiger klärender Austauscharbeit zwischen den Akteuren. Denn es kann zwar für jeden implizit klar sein, was er mit dem Projekt erreichen möchte und welche Väter kommen sollten, aber wenn dies im Austausch ausformuliert werden muss, treten viele Details zu Tage, die differieren und einer exakten Klärung bedürfen.

Wichtig ist es auch, dass eine Klärung der unterschiedlichen Interessen der Akteure vorgenommen wird. Es muss für alle Beteiligten sichtbar werden, warum sie die einzelnen Projektpartner mit dem Thema Väterarbeit beschäftigen. Dabei sollten folgende Fragen gestellt werden:

- Welche Ziele haben die Projektpartner? – Es ist nicht notwendig, dass sich alle auf dasselbe Ziel einigen, es reicht völlig aus, wenn alle beteiligten ihre Ziele transparent machen. Es können mehrere Ziele nebeneinander stehen. Schwierig wird es nur dann, wenn sich die Ziele widersprechen.
- Welche Gründe haben die Projektpartner? –Die Gründe für die Durchführung des Projekts können ebenso wie die Ziele behandelt werden.
- Welche politischen Absichten haben die Projektpartner? – Es ist oft der Fall, dass Einrichtungen bestimmte politische Absichten haben und dementsprechend eine politische Ideologie vertreten. Gerade im familienpolitischen Bereich und auch im Genderdiskurs gibt es einige unterschiedliche und auch unversöhnliche Positionen. Dies hat natürlich auch Auswirkungen auf die Ziele und Gründe für die Mitarbeit am Projekt. Allerdings muss für alle klar sein, dass die Fachlichkeit und die aus der Väterarbeit resultierende Zielsetzung

maßgeblich ist und ideologische Gründe in den Hintergrund treten müssen. Wenn dieser Graben nicht überbrückt werden kann, ist es besser, auf eine Kooperation zu verzichten.

- Welche „No-Gos“ gibt es für die einzelnen Projektpartner? – Dies sollte möglichst klar formuliert werden. Wenn sich die Grenzen und Möglichkeiten aushandeln lassen, ist es sicher gut möglich, ein produktives und für alle Seiten gewinnbringendes Väterprojekt durchzuführen.

Es gibt noch eine weitere Schnittstelle zu anderen Systemen, die nicht direkt mit der Durchführung zu tun hat. Es muss dem Organisator eines Väterprojekts bewusst sein, dass er sich mit seiner Arbeit mitten in ein „Minenfeld“ von politischen und ideologischen Grabenkämpfen begibt. Daher ist es sehr wichtig, sich selbst gegenüber im Klaren darüber zu sein, welche Position man bezieht und wie man sie nach außen transportiert.

Eine weitere Schnittstelle ist die Verwertbarkeit des Projektergebnisses für andere Akteure im Genderdiskurs. Wenn es z.B. Ziel des Projekts ist, dass Väter mehr Teilzeit arbeiten, dann ist es für frauenpolitische Einrichtungen sehr begrüßenswert, allerdings hat die Wirtschaftsseite, insbesondere die Fraktion der Arbeitgeber, wenig Freude damit, dass den Vätern nun plötzlich eingeredet werden sollte, dass sie weniger arbeiten und dafür mehr bei ihren Familien sein sollten. Wie auch immer die Ziele, Auswirkungen und Ergebnisse eines Väterprojekts beschaffen sind, als Veranstalter kann man sich sicher sein, dass es Befürworter und Gegner geben wird.

Zum Abschluss sei noch darauf hingewiesen, dass aus unserer Beobachtung des Öfteren von Väterrechtsvereinen versucht wird, ein Väterprojekt für die eigenen Ziele zu vereinnahmen. Wenn dies nicht gewünscht wird (und unserer Ansicht nach sollte es auch nicht Ziel eines Väterprojekts sein, die Agenden von Väterrechtsvereinen zu tragen), dann sollte dies klar kommuniziert und demensprechende Versuche abgewehrt werden. Es ist zwar wichtig, mit diesen Vereinen in Dialog zu treten, allerdings ist es als seriöser Veranstalter von Väterprojekten nicht möglich, ihre Anliegen in den Projekten zu transportieren.

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum den Themen Anschlussfähigkeit zu anderen Anbietern / Schnittstellen bei der Planung eines Väterprojekts:

#### Kooperationen

- Ist es möglich und sinnvoll, Kooperationen mit anderen Vereinen bzw. Akteuren einzugehen?
- Könnte der Kooperationspartner sogar eine Einrichtung für Frauen sein?
- Welche Ziele, Gründe, politische Absichten und „No-Gos“ hat ein Kooperationspartner?

#### Verwertbarkeit

- Wen könnte das Ergebnis / Ziel des Väterprojekts interessieren?
- Wer ist für das Ziel, wer dagegen?

#### Politische Zusammenhänge

- Wie läuft derzeit der Diskurs zum Thema Väterarbeit?
- Wie stehe ich als Anbieter gegenüber den Väterrechtsvereinen?

## 11. Kompetenzaufbau in der Zielgruppe

(Mathias Berner, Eberhard Schäfer, Marc Schulte)

Was hilft's, wenn Väter im Rahmen von Angeboten der Väterbildung viel Neues erfahren ... - und dann anschließend nichts davon umgesetzt bekommen?

Egal vor welchem Wertehintergrund Väterarbeit stattfindet, sie muss sich mit Befunden der aktuellen Bildungsforschung auseinandersetzen, wonach zur Bewältigung bestimmter lebensweltlicher Anforderungen Kompetenzen notwendig sind. Grundlage des Kompetenzbegriffs in diesem Zusammenhang ist die Definition von Franz E. Weinert: „Die bei Individuen verfügbaren oder durch sie erlernbaren kognitiven Fähigkeiten und Fertigkeiten, um bestimmte Probleme zu lösen, sowie die damit verbundenen motivationalen, volitionalen und sozialen Bereitschaften und Fähigkeiten, um die Problemlösungen in variablen Situationen erfolgreich und verantwortungsvoll nutzen zu können“. Vereinfacht gesprochen: Kompetente Väter haben spezifisches Wissen, sie verfügen über Fertigkeiten und sie sind motiviert, Wissen und Fertigkeiten verantwortungsvoll einzusetzen.

Für Väter-Angebote geht damit ein hoher Anspruch einher. Ein Beispiel aus der Väterbildung: In der Arbeit mit Vätern in Trennungssituationen (vor / während / nach der Trennung) sind die Angebote des Papaladens in Berlin darauf gerichtet, Väter so zu stärken, dass alle Beteiligten, insbesondere die Kinder so unbeschadet wie möglich bleiben. Das Spektrum von Angeboten in dieser besonderen Krisenzeit umfasst:

1. Eine Rechtsberatung (durch einen Anwalt)
2. Eine sogenannte „Strategieberatung“ (mehrere Coaching-Sitzungen durch die entsprechend ausgebildeten hauptamtlichen Mitarbeiter im Papaladen)
3. Ein Gruppenangebot für Väter in Trennungssituationen mit einer Mischung aus Erfahrungsaustausch zwischen getrennten Vätern und Experteninputs durch einen Familientherapeuten, einen Regionalleiter vom Jugendamt und einen Richter vom Familiengericht
4. Kurse (zum Beispiel: Papa-Kind-Turnen)
5. Niedrigschwellige Angebote für Väter mit ihren Kindern (zum Beispiel: Papa-Café, zwei Mal in der Woche)

Angebot	Wissen	Fertigkeiten	Haltungen
Rechtsberatung	Rechte von Vätern, Müttern, Kindern kennen	Aktiv mit den Akteuren im Rechtssystem zusammenarbeiten können	„Ich bin wichtig fürs Kind, ich bin kompetent.“
Strategieberatung	Vor- und Nachteile verschiedener Betreuungsmodelle, z.B. Wechselmodell, Residenzmodell etc.	Selbstreflexion in Bezug auf das eigene Verhalten und dessen Wirkung auf andere (Kinder, Ex-Partnerin);	Stärkung einer kindzentrierten Haltung Stärkung von bzw. Entwicklung der

	kriteriengeleitete anstehende Entscheidungen aktiv treffen, z.B. Klage / Nicht-Klage vor Familiengericht Einschätzung von das Kind belastenden Faktoren im Trennungszusammenhang	Perspektivwechsel Wechsel von der Paarebene zur Elternebene, Wahrnehmung von Verantwortung fürs Kind auf der Elternebene	Haltung „Ich bin als Vater wichtig, wertvoll und kompetent“
Gruppenangebot	Vor- und Nachteile verschiedener Betreuungsmodelle, z.B. Wechselmodell, Residenzmodell etc.  Zuständigkeiten und Arbeitsweisen des Jugendamts  Konfliktmanagement	Aktives Zuhören üben  Konkreten Vorschlag einer Umgangsvereinbarung mit der Mutter formulieren  Einspruch beim Jugendamt einlegen und begründen  Deeskalierende Gesprächsführung  Perspektivwechsel	Andere sind auch kompetent. Es lohnt sich deren Wahrnehmungen und Einschätzungen zu hören und die eigene Haltung in Frage zu stellen.
Papa-Kind-Turnen	motorische Entwicklung von Kindern (Papa-Kind-Turnen)	Konkrete Übungen zusammen mit den Kindern durchführen	Ich führe. Ich muss mein Kind führen. Gleichzeitig muss ich mich auf das Niveau des Kindes begeben. Ich werde ein „Meister der Kniebeuge“ (Dieter Thomä)
Papa-Café	Informelles Lernen zum Leben mit kleinen Kindern (z.B.: welche Windel ist die beste; wo sind gute Spielplätze, welcher Kinderarzt ist empfehlenswert)	Spielerische Vater-Kind-Interaktion; Rolle des primären Versorgers ausüben	Ich bin direkte, primäre, hauptverantwortliche Bezugsperson des Kindes und ich kann diese Aufgaben gut bewältigen.

Es wird aus dem angeführten Beispiel gut sichtbar, dass sich die Anbieter schon bei der Konzeption genau überlegt haben, was sie mit ihren Angeboten bei den Teilnehmern erreichen möchten. Unabhängig davon, ob sich diese Ziele umsetzen lassen und in welchem Ausmaß (die Bandbreite der Zielerreichung variiert je nach Motivation der Teilnehmer zwischen 0 und 100 Prozent) ist die Planung der Wirkung von hoher Bedeutung für die Qualität eines Väterprojekts.



Übersetzt auf ein anderes Beispiel könnte diese Strategie folgendermaßen angewendet werden: Es soll ein Projekt „Alm-Abenteuer mit Papa“ stattfinden. Die Initiatoren möchten den Vätern zeigen, dass sie sehr gut in der Lage sind, gemeinsam mit ihren Kindern ohne die Mutter eine gute und auch gut versorgende Zeit zu verbringen. Und sie möchten vermitteln, dass die Kinder von ihren Eltern vor allem durch Nachahmungslernen und nicht durch abstrakte Wissensvermittlung lernen. Diese zwei Lerninhalte sind für die Organisatoren transparent und klar formuliert und sie möchten erreichen, dass die Väter durch die Teilnahme am Projekt diese Kompetenzerweiterung hinzu gewinnen.

Eine grundsätzliche Regel sollte bei der Konzeption unbedingt bedacht werden: Die Voraussetzungen, die Väter mitbringen, sind unterschiedlich. Manche haben sich schon intensiver mit ihrer Vaterrolle auseinandergesetzt, andere weniger. Manche verfügen über ein höheres Selbstreflexionspotential, andere über ein geringeres. Auch die Bildungsniveaus und somit die Wahl der Sprache, der Formulierungen und der Abstraktionsgrad der Inhalte sind unterschiedlich. Wichtig ist es, diese Unterschiede bei der Planung des Kompetenzaufbaus mit einzubeziehen (siehe auch Kapitel „Niedrigschwelligkeit“ und „Partizipation“).

Zusammenfassung und mögliche Fragen zum Thema Kompetenzaufbau in der Zielgruppe:

- Wie sind die Einzelangebote konzipiert und aufeinander bezogen, dass alle drei Bereiche (Wissen, Fertigkeiten, Haltungen) angesprochen werden?
- Verfügen die Anbieter von Vätere Arbeit über benötigte erwachsenenbildnerische Kompetenzen? (vgl. auch Kapitel „Qualifikation von Experten“)
- Wird evaluiert, ob die Bildungsangebote auch praktisch wirksam werden? (s. auch Kapitel „Evaluation“)
- Werden die Teilnehmer dort abgeholt, wo sie sich mit ihrem Wissen, ihren Fertigkeiten und ihren Haltungen befinden?

Quelle: Franz E. Weinert (Hrsg.): Leistungsmessung in Schulen. Weinheim und Basel: Beltz, 2001: 27f

## 12. Positive Väterbilder erzeugen und wirken lassen. Öffentlichkeitsarbeit in der Arbeit mit Vätern – die 10 wichtigsten Punkte

(Eberhard Schäfer, Marc Schulte)

1. Für das Gelingen von Arbeit mit Vätern ist Öffentlichkeitsarbeit von großer Bedeutung. Anders gesagt: Ohne wirksame Öffentlichkeitsarbeit wird Arbeit mit Vätern kaum Erfolg haben.

2. Wirksame **Öffentlichkeitsarbeit** in der Arbeit mit Vätern ist viel schwieriger zu erzielen als wirksame **Medienarbeit**. Diese beiden Aspekte den Sammelbegriffs „Öffentlichkeitsarbeit“ („Öffentlichkeit“ vs. „Medien“) gilt es in der Arbeit mit Vätern gut zu unterscheiden: Einerseits will man die Öffentlichkeit erreichen mit dem Ziel, Sympathie und Teilnehmer zu gewinnen. Andererseits will man ein positives Medienecho der eigenen Arbeit mit Vätern erzeugen. Beides hängt zusammen, aber aus unserer Erfahrung ist es so: Ersteres ist schwierig, Letzteres ist leicht!

3. Letzteres zuerst: Medienarbeit für die Arbeit mit Vätern ist leicht. Medien, insbesondere Bildmedien (Fernsehen) gieren geradezu nach Geschichten über Väter.

Weil „fürsorgliche Väter“ immer noch neue Phänomene sind, ist der Neuigkeitswert von Bildern und Texten zum Thema Väter nach wie vor hoch. Deshalb sind Medien in hohem Maße an Bildern und Geschichten über Väter interessiert. Erwünscht sind einfache, eingängige Bilder: Väter, die ihre Babys tragen oder wickeln, sie nah am Körper tragen, Bilder die körperliche Nähe zwischen Vätern und Kindern ausdrücken, Väter die mit ihren Kindern spielen und ähnliches. Solche Bilder und passende Geschichten dazu faszinieren, ob man das als Mediennutzer nun wünschenswert oder befremdlich findet, wenn Väter so nah an ihren Babys dran sind wie es bis vor kurzem nur die Mütter waren. Das „neue Bild der Väter“, es verfängt sich in den Köpfen von Lesern und Betrachtern.

Diese Medienbilder der „neuen“ Väter verhelfen fürsorglicher Vaterschaft zu hoher Aufmerksamkeit und zu einem positiven Image. Die Väter-Medienbilder wirken auch auf Väter als Rezipienten (sowie auch auf Mütter, beziehungsweise werdenden Väter und Mütter, und deren soziale Umgebung): Hier sehen Väter die Bilder, die sie von sich selbst gern sehen, oder: **Hier können Väter sich so sehen, wie sie sich selbst gern sehen würden**. Insofern transportiert und fördert das Medienbild von den „neuen Vätern“ genau dieses Bild. Dieses Phänomen ist positiv im Sinne des Anliegens „fürsorgliche Vaterschaft“ zu bewerten.

Ihr großer Vorteil als Veranstalter von Väterprojekten ist: **Diese positiven Väterbilder und Vätergeschichten gibt es bei Ihnen**, immer dann, wenn Väter – am besten mit ihren Kindern – zu Ihnen kommen. Nutzen Sie dieses Medieninteresse! Wenn Sie etwa eine Veranstaltung „Väter kochen mit ihren Kinder“, „Vater-Kind-Turnen“ oder was auch immer anbieten - informieren Sie lokale oder regionale Medien über diese Veranstaltungen. Bauen Sie möglichst Kontakte zu Redakteurinnen oder Redakteuren auf (eine bloße Presseerklärung fruchtet nicht). Besonders dann, wenn man bei Ihren Veranstaltungen Väter in Interaktion mit ihren Kindern sehen kann, ist Medienaufmerksamkeit eine ziemlich sichere Sache.

4. Das Medienecho auf Ihre Arbeit mit Vätern wirkt im Sinne der Verbreitung eines wünschenswerten Väterbildes, und es wirkt bezogen auf Ihre Arbeit als „vertrauensbildende Maßnahme“: Wenn die etablierte lokale oder regionale Zeitung darüber berichtet, dann muss der

Veranstalter vertrauenswürdig sein. Deshalb kann auch der „ganz normale Vater“ aus der „ganz normalen Familie“ sich guten Gewissens zu Ihrer nächsten Veranstaltung aufmachen. **ABER:** Das Medienecho ist eine vertrauensbildende Maßnahme - nicht mehr und nicht weniger! Journalisten lesen Zeitung: Häufig bewirkt ein Pressebeitrag, dass weitere Medien sich bei Ihnen melden. Berichterstattung in den Medien bewirkt jedoch nicht, dass deshalb Väter zu Ihren Veranstaltungen kommen. Die Schwelle wird zwar gesenkt, aber die Zielgruppe braucht noch weitere „vertrauensbildende Maßnahmen“, Mittel der Öffentlichkeitsarbeit, um tatsächlich bei Ihnen zu erscheinen.

5. Wie gesagt: Arbeit mit Vätern braucht „vertrauensbildende Maßnahmen“. Das Bild vom „guten“ oder „aktiven“ Vater ist noch recht neu. Es löst ein ambivalentes oder negatives Väterbild ab, das zwar nicht mehr vorherrscht, aber durchaus noch vorhanden ist: etwa mit Aussagen wie diesen: „Väter übernehmen keine Verantwortung, weil sie wenig Zeit mit ihren Kindern verbringen. Väter „flüchten“ aus der Familie, wenn ein Fußballspiel ansehen oder wenn sie nach Trennungen ihre Kinder nur jedes zweite Wochenende sehen. Männer galten als Täter häuslicher Gewalt.“ Organisierte „Trennungsväter“ wurden und werden noch als „Väterrechtler und als Frauenfeinde“ gesehen.

Arbeit mit Vätern, die sich an einem positiven, fürsorglichen Bild von Vätern und Väterlichkeit orientiert, muss sich mit diesen „alten“ Bildern auseinandersetzen, gerade auch in der Öffentlichkeitsarbeit. Es empfiehlt sich, das Selbstverständnis der eigenen Arbeit mit Vätern mit einem veröffentlichten **Leitbild** zu belegen. Dies ist ein „Grundstein“, aber allein nicht ausreichend. Sie müssen wieder und wieder darlegen und unter Beweis stellen – am besten in der persönlichen Begegnung und im Gespräch, in dem Sie Ihre Haltung kenntlich machen (siehe auch Stichwort „Qualifikation“), dass Sie sich für das „neue“, fürsorgliche Bild von Vätern einsetzen und nicht für das alte. Viele potenzielle „Kunden“, Teilnehmer und deren Umfeld, schauen mit zwiespältigen Einschätzungen auf Sie und Ihre Angebote. Ihre Aufgabe in der Öffentlichkeitsarbeit ist deshalb, beständig und nachhaltig Vorurteile abzubauen.

6. Dasselbe gilt auf der Ebene der Fachlichkeit und der fachlich-kollegialen Vernetzung. Sie werden mit Kolleginnen und Kollegen in Gremien und/oder Fachgruppen des Arbeitsfeldes zusammenarbeiten. Hier wird Ihnen immer wieder das unter 5. beschriebene zwiespältige Bild gegenüber Vätern im Allgemeinen und der Arbeit mit Vätern im Besonderen begegnen. Ihre Aufgabe ist auch hier, immer wieder durch Ihre persönliche Haltung von der Sinnhaftigkeit und der Glaubwürdigkeit Ihres Ansatzes der Arbeit mit Vätern zu überzeugen. Dies bedeutet in der Tat, dass Sie „dicke Bretter bohren“ müssen!

7. Versuchen Sie niemals, Vätern „Hilfe“ anzubieten! Das wird so verstanden. „Die Väter, die zu Ihnen kommen, brauchen Hilfe!?“

Das ist sicherlich in vielen Fällen nicht falsch. Aber trotzdem wäre es fatal, die Arbeit mit Vätern nach außen, also für die Öffentlichkeit, als „Hilfe“ darzustellen. Wenn Sie ein Killer-Wort für Ihre Öffentlichkeitsarbeit für die Arbeit mit Vätern suchen, dann nehmen Sie „Hilfe“. „Hilfe“ für Väter, Hilfe für Männer, das passt nicht zusammen. Männer reagieren allergisch darauf, wenn man ihnen Hilfe anbietet!

Hier wirkt das alte Rollenstereotyp vom Mann. Wir dachten, wir hätten es überwunden, aber es lebt – das merken wir spätestens dann, wenn wir Männern „Hilfe“ anbieten. Das Rollenstereotyp besagt: Männer brauchen keine Hilfe. Männer lösen ihre Probleme allein. Ein Mann, der sich dazu bekennt,

dass er Hilfe benötigt, stellt quasi seine Männlichkeit in Frage. Das wird ein Mann nur dann zulassen, wenn er „mit dem Rücken zur Wand“ steht, sich in existenziellen Notsituationen befindet. Entsprechend fallen Antworten von Männern auf „Hilfsangebote“ aus. „Hilfe brauche ich nicht. Wenn ich mal erfahren sollte, dass jemand Hilfe benötigt, werde ich ihn zu Ihnen schicken.“

Wenn Sie also Hilfe anbieten wollen, dann nennen Sie es anders. „Unterstützung“ ist nicht schlecht. Ähnlich verhält es sich mit „Problemen“. Statt der Beschäftigung mit Problemen sollte Sie „Lösungen“ anbieten, oder etwa „Unterstützung beim Erarbeiten von Lösungen“. Männer und Väter **arbeiten** gern!

8. Wenn „Hilfe“ und „Probleme“ Reizwörter sind, dann sind es auch „Problemgruppen“. Wenn Sie Väter fragen, was „Arbeit mit Vätern“ ist und was sie bezweckt, dann werden Sie sehr häufig als Antwort hören: *„Es gibt ja viele Problemgruppen, zum Beispiel alleinerziehende Väter oder Väter die ihre Kinder nur sehr selten sehen können, usw. Diese Problemgruppen können sicherlich Hilfe und Unterstützung gut brauchen. Aber ich gehöre nicht zu einer dieser Problemgruppen, deshalb brauche ich auch keine Hilfe, und ich brauche deshalb keine „Arbeit mit Vätern“.* Es wird eine Herausforderung für Ihre Öffentlichkeitsarbeit gegenüber den potenziellen Zielgruppen Ihrer Arbeit sein, diese Abgrenzungsversuche gegenüber realen oder vermeintlichen „Problemgruppen“ aufzuheben.

9. Manche der Veranstaltungen, die Sie planen und durchführen werden, sind in erster Linie Öffentlichkeitsarbeit und in zweiter Linie öffentlichkeitswirksame Veranstaltungen für Väter und ggf. deren Familien.

Gehen Sie raus in die Öffentlichkeit – in einen Park, auf einen öffentlichen Platz – und veranstalten Sie, zum Beispiel am Vatertag oder am internationalen Vatertag – ein buntes Fest für Väter und ihre Familien. Dies lädt niedrigschwellig ein, „fängt“ Teilnehmende nicht ein, verpflichtet sie zu nichts, jeder kann jederzeit wieder gehen. Wenn es gut ausgedacht und geplant ist, werden sich die Teilnehmenden an diese tolle Veranstaltung erinnern. Sie haben Ihre Visitenkarte abgegeben, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit schlechthin für Ihre weitere Arbeit mit Vätern betrieben.

10. Zusammenfassung: Arbeit mit Vätern ist noch immer etwas Neues, Ungewöhnliches und Seltenes. Arbeit mit Vätern ist keine Selbstverständlichkeit. Viele Menschen verstehen deshalb noch nicht, was „Arbeit mit Vätern“ ist und wozu sie gut sein soll.

Deshalb: Helfen Sie der Öffentlichkeit, d.h. allen Menschen, die es interessieren könnte, zu verstehen, wofür die Arbeit mit Vätern, die Sie durchführen, gut ist und warum sie wichtig ist.

Leitschnur für ein positives Verständnis der Arbeit mit Vätern könnten etwa folgende Sätze sein:

Vater sein macht Spaß – es gehört selbstverständlich zu einem zeitgemäßen und wünschenswerten Männerbild. Väter wollen das Beste für ihre Kinder. Väter engagieren sich in hohem Maße, um ihren Kindern das Beste geben zu können, und sie engagieren sich gern für ihre Kinder. Väter sind für das gute Aufwachsen von Kindern unersetzlich, und deshalb lohnt es sich, sie zu fördern.

Diese und ähnliche Sätze werden vielen Menschen als selbstverständlich erscheinen; sie sind es aber bei Weitem noch nicht überall! Deshalb müssen sie immer wieder ins Gespräch und ins Bewusstsein gebracht werden, von Ihnen mit Ihrer überzeugten und überzeugenden Haltung.

## Die Autoren

### Mathias Berner

Systemischer Coach (SG) und Organisationsberater. Geschäftsführer der Berliner Bildungsagentur. Vater einer Tochter. Arbeitet seit 10 Jahren als freiberuflicher Coach und Prozessbegleiter im öffentlichen / gemeinnützigen Bildungsbereich – u.a. für das Väterzentrum Berlin e.V. mit Vätern in Trennungssituationen.

Kontakt: [mb@berliner-bildungsagentur.de](mailto:mb@berliner-bildungsagentur.de)

### Andreas Borter

Theologe VDM, dipl. Organisationsberater. Freiberuflich tätig als Supervisor, Organisationsberater, Genderfachmann. Leiter des Schweizerischen Institutes für Männer- und Geschlechterfragen SIMG. Vater von zwei erwachsenen Kindern.

Kontakt: [borter@besonet.ch](mailto:borter@besonet.ch)

### Dirk Heckmann

Geb. 1963, Vater einer Tochter. Pfarrer, Gestalttherapeut, Erzieher. Beschäftigt als Referent für Männerarbeit und Erwachsenenbildung im Ev. Kirchenkreis Unna mit einem Schwerpunkt in der Väterarbeit. Infos: [www.vater-kind-aktionen.de](http://www.vater-kind-aktionen.de)

Kontakt: [dheckmann@kk-ekvw.de](mailto:dheckmann@kk-ekvw.de)

### Eberhard Schäfer

Geb. 1962, Vater eines erwachsenen Sohnes. Diplom-Politologe, Systemischer Berater und Therapeut in Ausbildung (Abschluss 2015). Gründer und Leiter des Väterzentrums Berlin (seit 2007).

Umfassende Praxiserfahrung in der Arbeit mit Vätern, Theorie-Praxis-Reflexion, Konzeptionsentwicklung; internationale Vernetzung. Mitarbeit im EU-Projekt "European Fatherhood" 2005-2007 ([www.european-fatherhood.com](http://www.european-fatherhood.com)), Buchautor und -Herausgeber, diverse Fach- und Tagungsbeiträge

Publikationen (Auswahl):

Das Papa-Handbuch. Alles was Sie wissen müssen zu Schwangerschaft, Geburt und die erste Zeit zu Dritt. GU Verlag, München, Überarbeitete Neuausgabe 2013

Stark und verantwortlich. Ein Ratgeber für Väter nach Trennungen. Eigenverlag Väterzentrum Berlin, 2. überarbeitete Auflage 2014

Vater werden ist nicht schwer? Zur neuen Rolle des Mannes rund um die Geburt. Psychosozial-Verlag, Gießen 2008

Kontakt: [eberhard.schaefer@vaeterzentrum-berlin.de](mailto:eberhard.schaefer@vaeterzentrum-berlin.de)

Marc Schulte

Geb. 1966, Vater von drei Kindern, Diplom Sozialpädagoge, seit 2008 Leitung im Väterzentrum Berlin mit den Schwerpunkten Projektentwicklung, Veranstaltungsorganisation, Öffentlichkeitsarbeit und Mittelakquise.

Publikation:

Stark und verantwortlich. Ein Ratgeber für Väter nach Trennungen. Eigenverlag Väterzentrum Berlin, 2. überarbeitete Auflage 2014

Kontakt: [marc.schulte@vaeterzentrum-berlin.de](mailto:marc.schulte@vaeterzentrum-berlin.de)

Eberhard Siegl

Leitung Männerbüro Salzburg, Männerberater, Coach und Supervisor (ÖVS) in freier Praxis, Chefredakteur „männermagazin y“, Studium Philosophie, Soziologie und Kommunikationswissenschaft. Weitere Schwerpunkte: Sozialforschung und Durchführung von Projekten. Vater von zwei Söhnen, geb. 1969.

Kontakt: [maennerbuero@salzburg.co.at](mailto:maennerbuero@salzburg.co.at)

## Anhang

### Auswertungsbogen Vater-Kind-Wochenende

Datum: \_\_\_\_\_ Leitung: \_\_\_\_\_

#### Bewertung der Inhalte

Die Aktion war gut für den Kontakt zwischen Vater und Kind.



Die Angebote waren passend für uns.



Ich habe neue Eindrücke gewonnen.



Meine Erwartungen wurden erfüllt.



Die Inhalte sind für unseren Alltag wichtig.



#### Bewertung des Programms

Das Programm des Wochenendes insgesamt war:



Die Möglichkeit der eigenen Beteiligung war:



Die gemeinsamen Angebote mit den Kindern...

... waren gut für die Kinder.



... waren gut für die Väter.



Meine Erwartungen wurden erfüllt.



#### Bewertung des Referenten

Meine Bewertung der fachlichen Qualifikation des Referenten:



Meine Bewertung der Leitung der Vater-Kind-Aktion:



Der Referent hat meine eigenen Fragen und Wünsche aufgegriffen.



#### Bewertung von Organisation und Ablauf

Zufriedenheit mit Anmeldung und Planung:



Zufriedenheit mit Organisation und Durchführung:



Der Teilnehmerbeitrag war:  zu hoch  angemessen  zu niedrig

Ich habe  zum ersten mal  2 oder 3 mal  4 mal und öfter an Vater-Kind-Veranstaltungen teilgenommen.

Mir hat besonders gut gefallen: \_\_\_\_\_

Nicht so gut war: \_\_\_\_\_

Mir hat gefehlt: \_\_\_\_\_

Ich habe folgenden Verbesserungsvorschlag:

\_\_\_\_\_



KIRCHENKREIS UNNA

