

Erfolgreich Angebote für Väter implementieren

Ein konzeptioneller Leitfaden für Träger in M-V

2021

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung: Väterarbeit im Kontext partnerschaftlicher Vereinbarkeit	2
Väter heute	2
Mit Partnerschaftlicher Vereinbarkeit zu mehr Gleichstellung von Frauen und Männern.....	4
Zur Bedeutung von Väter-Angeboten in familienunterstützenden Strukturen	4
2. Angebote für Väter erfolgreich implementieren	5
Punkt 1: Zielgruppe und Angebot	5
Punkt 2: Wie erreiche ich die Zielgruppe am besten?	7
Punkt 3: Väter-Angebote mit Erfolgsaussichten	12
Erlebnispädagogik als (Einstiegs-)Angebot	12
Gesprächsrunden für und mit Vätern/ Männern	13
Punkt 4: Personelle Ressourcenplanung und Finanzierung.....	14
Punkt 5: Kooperationen	15
Fazit	15
Literaturverzeichnis	17

Das Landeszentrum für Gleichstellung und Vereinbarkeit in M-V ist ein Projekt des Landesfrauenrats MV e.V. Es wird gefördert durch das Land Mecklenburg-Vorpommern aus Mitteln des Europäischen Sozialfonds.

1. Einleitung: Väterarbeit im Kontext partnerschaftlicher Vereinbarkeit

Väter heute

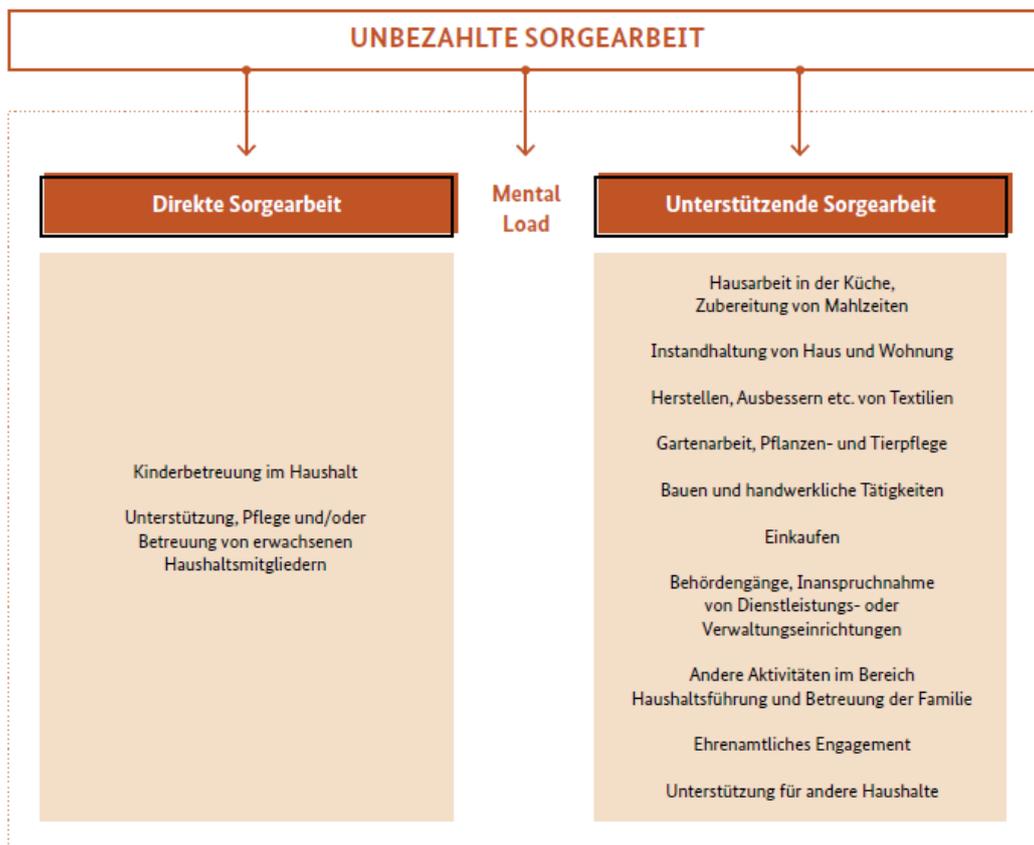
Die Rolle, die Väter im Familienalltag einnehmen, wie sie Partnerschaft und Elternschaft leben - all das befindet sich im Wandel. Bereits 2015 hatte das *Institut für Demoskopie Allensbach* herausgefunden, dass sich 69 % der Väter mit Kindern unter sechs Jahren nach eigener Einschätzung stärker als ihre eigenen Väter an der Erziehung und Betreuung ihrer Kinder beteiligen (vgl. Institut für Demoskopie Allensbach 2015, S. 56.) Eine repräsentative Onlinebefragung des Instituts Anfangs 2021 zeigt:

- Das Idealbild einer partnerschaftlichen Aufteilung von Erwerbs- und Familienarbeit zwischen Eltern gewinnt weiter an Bedeutung. Im Jahr 2007 präferierten 27 % der Eltern mit Kindern unter 10 Jahren eine partnerschaftliche Aufteilung, 2021 waren es bereits 43 % (vgl. Institut für Demoskopie Allensbach 2021: S. 5).
- Zum Befragungszeitpunkt waren Väter mit mehr als 35 Wochenstunden (92 % der Berufstätigen) vorherrschend vollzeitbeschäftigt. 52 % der Väter gaben jedoch an, dass sie gerne in einem geringeren Umfang arbeiten würden. 36 % aller Väter fänden für sich einen Arbeitsumfang von 25 bis 34 Wochenstunden ideal. Bezogen auf jene, die gerne berufstätig wären, es aktuell aber nicht sind, waren es 38 % (vgl. ebenda: S. 5f.).

Parallel zu diesen Entwicklungen ist aber nach wie vor zu beobachten:

- Frauen tragen die Hauptverantwortung für die Organisation des Familienlebens und die damit verbundenen alltäglichen Planungs-, Kommunikations-, Dokumentierungs- und Koordinationsaufgaben. Diese in der Fachliteratur als mental load bezeichnete Verantwortung für den Gesamtprozess ist nicht zu unterschätzen.
- Frauen verrichten die täglichen, wenig flexiblen Arbeiten, die schwerer mit den Bedingungen des Erwerbslebens zu vereinbaren sind, z. B. Putzen, Kochen und Waschen. Männer übernehmen im Durchschnitt 87 min weniger an täglicher unbezahlter Sorgearbeit als Frauen. Sie erledigen vorwiegend zeitweilig anfallende Aufgaben wie Reparaturen, die leichter mit ihren Arbeitszeiten zu vereinbaren sind. In der Familienarbeit übernehmen Männer (selbst gewählt oder zugewiesen) häufig eine unterstützende Rolle: Frauen leisten mehr als doppelt so viel direkte Sorgearbeit am Menschen (Kinder- und Angehörigenbetreuung/ -pflege). Männer bereiten eher Mahlzeiten zu, gehen Einkaufen, leisten Instandsetzungsarbeiten oder Behördengänge, übernehmen die Garten- und Tierpflege etc. (BMFSFJ 2021: S. 13 f.)

Die Sicherung des Familieneinkommens wird gesellschaftlich und auch bei vielen Paaren immer noch primär als Aufgabe des Mannes angesehen. Das hat u. a. zur Folge, dass Männern in geringerem Maße Vereinbarkeits Herausforderungen zugestanden werden als Frauen und sie das Risiko eingehen, von ihrer Umgebung als „unmännlich“ wahrgenommen zu werden. Vätern, die mehr Zeit für die Familie haben und ihre Vaterrolle aktiv ausfüllen wollen, mangelt es im privaten und beruflichen Umfeld oft an Ermunterung, manchmal sogar an Akzeptanz, ihren Wunsch in die Tat umzusetzen. Dazu tragen auch manches weibliche Familienmitglied bzw. die Partnerin oder Kindsmutter bei, indem sie dem (werdenden) Vater zu verstehen geben, dass Frauen im Allgemeinen oder sie im Besonderen die Haus- und Sorgearbeit (qualitativ) besser meistern.



Quelle: BMFSFJ (2021): Kinder, Haushalt, Pflege – wer kümmert sich? Ein Dossier zur gesellschaftlichen Dimension einer privaten Frage, 2. Auflage, S. 14

Mit Partnerschaftlicher Vereinbarkeit zu mehr Gleichstellung von Frauen und Männern

Die SowiTra Studie „Nachhaltige Effekte der Elterngeldnutzung durch Väter“ hat gezeigt, dass Väter, die mittels Elternzeitnahme frühzeitig Sorgearbeit übernehmen, sich auch später mehr an der Heim- und Sorgearbeit beteiligen. (Pfahl/ Reuys 2014: 277 ff.). Väter, die Sorgearbeit leisten, erhöhen den Spielraum ihrer Partnerinnen bzw. der Kindsmütter bei der Verhandlung zum Wiedereinstiegszeitpunkt nach Familienauszeiten sowie zu Arbeitszeitumfang und -lage ihrer eigenen Erwerbstätigkeit. Dass Frauen durch ihre Berufstätigkeit ein eigenständiges, ausreichendes Einkommen erwirtschaften, spielt auf dem Weg zu mehr Gleichstellung von Frauen und Männern eine wichtige Rolle. Es ermöglicht ihnen wirtschaftliche sowie persönliche Unabhängigkeit und damit ein höheres Maß an freien Entscheidungen als es heute oft noch der Fall ist und minimiert mit Blick auf das Rentenalter die Gefahr der „weiblichen Altersarmut“.

Zur Bedeutung von Väter-Angeboten in familienunterstützenden Strukturen

Es bedarf auf Seiten der Männer derzeit noch einer starken Überzeugung in Hinblick auf das eigene Rollenverständnis und kostet den einen oder anderen sicherlich Überwindung, um offen und aktiv Unterstützungsangebote wahrzunehmen. Spezifische Angebote, eine gezielte Ansprache sowie Rollenvorbilder können Männer dazu einladen, innere Hürden mit Blick auf Sorgearbeit zu überspringen und sich dafür auch Hilfe zu holen. Familienbildungs- und beratungsstrukturen können den oben skizzierten Wandel mit befördern, indem sie Angebote konzipieren, die

- Väter in ihrem Engagement stärken,
- dabei helfen, Unsicherheiten im Erziehungsalltag zu reduzieren oder
- ein stärkeres Miteinander von Vätern anstoßen.

Auf diese Weise kann die Väter-Arbeit von Familienbildungsträgern u. ä. Strukturen dazu beitragen, dass die Familienarbeit von Vätern im privaten Umfeld schneller akzeptiert und damit mehr und mehr zur Normalität wird.

Viele Trägerangebote zur Familienarbeit sind allerdings sehr häufig (unbewusst) auf Mütter zugeschnitten und werden – wenig überraschend – fast ausschließlich von Müttern genutzt. Ausnahmen bilden die Elterngeldberatungsstellen des Landesamtes für Gesundheit und Soziales in M-V. Dieses Beratungsangebot wird häufig von beiden Elternteilen genutzt.

2. Angebote für Väter erfolgreich implementieren

Das Landeszentrum für Gleichstellung und Vereinbarkeit in M-V (LZGV) hat im Rahmen der mv-weiten Kommunikationsoffensive „Apropos Partnerschaft – Macht`s gemeinsam!“ (2018-2021) viel zur Väterthematik gearbeitet: Ziel war es u. a. herauszufinden, welche Veränderungen erforderlich und welche Maßnahmen sinnvoll sind, um das Engagement von Vätern in der Familienarbeit noch weiter zu stärken. Die Grundlage der nachfolgenden Ausführungen bilden detaillierte Befragungen von Akteuren der Väterarbeit bei sieben Trägern der Familienbildung in Mecklenburg-Vorpommern. Die Hinweise sollen interessierten Trägern dabei behilflich sein, Väter-Angebote möglichst passgenau zu konzipieren. Zu den Angeboten der befragten Träger gehören:

- Gesprächsrunden von und mit Männern
- Erlebnispädagogische/ erlebnisorientierte Angebote für Väter mit ihren Kindern (z. B. Kanutouren, Lagerfeuer, Camps)
- Beratungsangebote (z. B. psychologische Erziehungs- und Familienberatung, Schwangerschaftsberatung, Sozialberatung, Ehe- und Lebensberatung)
- Kindbezogene Veranstaltungen (z. B. Frühkindliche Förderung, Notfälle bei Kindern)
- Veranstaltungen für Väter (z. B. Familienfeste für Väter mit Kindern, Kneipen-Austauschformate)

Die Angaben werden stellenweise um weitere Informationen ergänzt, z. B. aus der Online-Umfrage *MV-Dads*, die das Landeszentrum im Jahr 2020 bei (werdenden) Vätern in Mecklenburg-Vorpommern durchgeführt hatte.

Punkt 1: Zielgruppe und Angebot

Langjährig Engagierte in der Männer- und Väterarbeit, z. B. Hans-Georg Nelles vom Väterzentrum in Berlin, berichten, dass der größte Bedarf an Informationen sowie an spezifischen Unterstützungs- und Austauschangeboten bei Männern besteht, wenn sie zum ersten Mal Vater werden. Die Umfrage *MV-Dads* des LZGV 2020 bestätigt diese Einschätzung: Zu den Angeboten, die werdende Väter laut Umfrage *genutzt haben*¹ oder *gerne genutzt hätten*², zählten:

- Besichtigung der Entbindungsstation (128/ 9)
- Teilnahme am Geburtsvorbereitungskurs (111)

¹ Auf diese Frage antworteten 198 Teilnehmer.

² Auf diese Frage antworteten 220 Teilnehmer.

- Beratung zu Elterngeld/ Elternzeit (45/ 36)
- Väterfragestunde bei der Hebamme (11/ 25)
- Geburtsvorbereitungskurs nur für werdende Väter (9/ 35)
- Väterfragestunde in der Entbindungsklinik (5/ 9)
- Angebote der Schwangerschaftsberatungsstellen (5)
- Väterstammtisch/ Väternetzwerk (46)
- Crashkurs für werdende Väter in Familienzentren etc. (39)
- Angebote von Familienzentrum/ Familienbildungsstätte (3)

Nach der Geburt ihres Kindes nahmen hingegen deutlich weniger Männer Angebote wahr oder würden dies tun³:

- Papa-Kind-Angebote (49)
- Babytreff/ Krabbelgruppe für Väter (22)
- Väterstammtisch/ Väternetzwerk (15)
- Väterkurs, z. B. Säuglingspflege (9)

Die Erfahrungen der interviewten Träger lassen deutlich werden, dass für die Konzeption von Angebotsinhalten bzw. -methoden sowie für alle weiteren Schritte klare Vorstellungen zu den folgenden Aspekten maßgebend sind:

Für welche Gruppe soll das Angebot konzipiert werden?

- werdende Väter
- Väter mit Kindern (ggf. in welcher Altersgruppe?)
- Väter unter sich
- alleinerziehende Väter
- Großväter
- alle oben genannten Männergruppen sowie Interessierte

→ Um ein spezielles Angebot zu etablieren, empfiehlt sich anfangs grundsätzlich eine breitere Öffnung der Zielgruppe(-n).

Ausgerichtet an den Möglichkeiten und dem Arbeitsfeld Ihrer Institution, an Ihrem Wirkungskreis oder an formulierten Bedürfnissen ließe sich die Zielgruppe von Beginn auch deutlich konkreter definieren, z. B.:

- Väter/ Männer in prekären Beschäftigungsverhältnissen
- Väter/ Männer mit eingeschränkter Mobilität
- Trennungsväter
- Väter mit Familienverantwortung für vier und mehr Kinder

³ Auf diese Frage antworteten 216 Teilnehmer.

- Regional: Väter in der Haffregion oder Väter im Amt Mecklenburger Schweiz

Wollen Sie eine *feste Gruppe* etablieren oder ein offenes Angebot vorhalten?

Welche Elemente soll das Angebot beinhalten und was soll im Vordergrund stehen?

- Austausch/ Netzwerken
- Wissensvermittlung
- Beratung
- pädagogische Begleitung
- Spiel, Spaß, Bewegung
- ...

Hand auf's Herz

Verfügen Sie in Ihren Reihen über Expertise für die Arbeit mit der Zielgruppe?

Werden Sie von der Öffentlichkeit in diesem Kontext wahrgenommen?

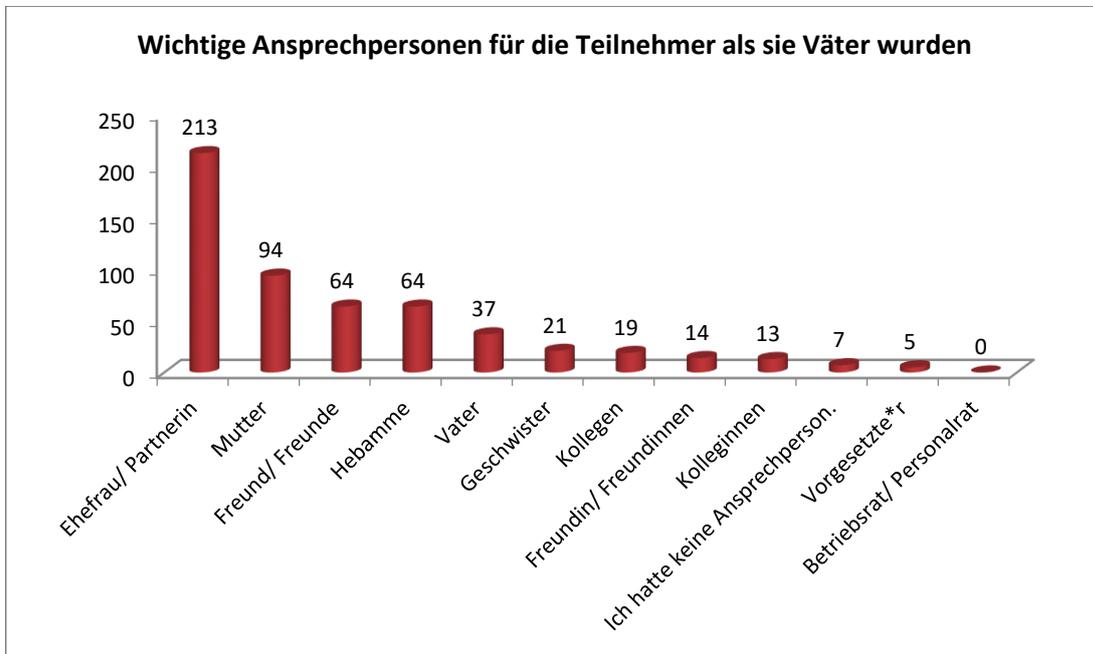
Dies spielt eine nicht unwesentliche Rolle in Hinblick auf die spätere Angebotsnutzung. Zum Beispiel verbindet man Schwangerschaftsberatungsstellen gedanklich nicht sofort mit einem Väter-Netzwerk bzw. mit speziellen Angeboten für Väter. Sollten Sie die Fragen verneinen, erhöht sich der Konzeptionsaufwand, da deutlich werden sollte, aus welchem guten Grund und mit welcher Expertise Ihr Träger der ausgewählten Zielgruppe dieses Angebot macht. Und selbst dann müssen Sie realistischerweise mit einer (anfänglich) geringen Teilnahme rechnen.

- Minimieren Sie Hürden so weit wie möglich. Wenn Männer ohne Anmeldung zu Veranstaltungen kommen oder auch nur mal kurz bei Ihnen reinschauen können, erhöht das ihre Motivation, Ihre Einrichtung zu besuchen.
- Denken Sie daran, den Mehrwert der Angebote zu kommunizieren, insbesondere dann, wenn die Teilnehmenden nicht nur Zeit, sondern auch Geld investieren. Dies gilt nicht nur bei Vätern, sondern auch bei Müttern und Frauen.

Punkt 2: Wie erreiche ich die Zielgruppe am besten?

Ob Sie es glauben oder nicht: Die meisten Männer in unserem Bundesland sprechen vorrangig mit Frauen, wenn sie Vater werden. Von den 237 Männern, die an der

Umfrage *MV-Dads* teilnahmen, gaben 92⁴ ausschließlich Frauen als wichtige Ansprechpersonen an⁵.



Quelle: LZGV MV (2020): *MV-Dads*. Eine Online-Umfrage in Mecklenburg-Vorpommern, S. 5

Dieses Ergebnis wird durch die Erfahrung von Trägern gestützt, dass häufig die Partnerinnen ihre Männer zu den Veranstaltungen schicken. Frauen, die Ihre Einrichtung besuchen oder mit Ihnen zusammenarbeiten, gehören in ihren unterschiedlichen Alltagsrollen als Partnerinnen, als Mütter der werdenden Väter, als Schwestern, Hebammen, Freundinnen und sogar als Kolleginnen zu den wichtigsten Multiplikatorinnen für Ihre Väter- und Männerangebote.

Die beste Werbung für Ihre Väter-Angebote ist natürlich die Qualität, in der Sie diese durchführen. Denn ebenfalls nicht zu unterschätzen ist die *Mund-zu-Mund-Propaganda* innerhalb der Wirkungskreise der Väter, wenn ein Format aus deren Sicht erfolgreich durchgeführt wurde. Das ist auch aus dem Grunde relevant, da Männer/ Väter – so die Beobachtung der Träger – seltener Hilfeinrichtungen aufsuchen als Frauen.

⁴ Diese Aussage trifft möglicherweise sogar auf mehr Teilnehmer zu. Allerdings waren die Personenangaben Geschwister und Vorgesetzte*r neutral, so dass diese Gruppen aus dieser Zählung herausgelassen wurden.

⁵ Bei dieser Frage konnten max. 3 Antwortmöglichkeiten genutzt werden.

Online oder Offline – Werbung hat viele Wege

Oft stecken viel Zeit und Energie in der Entwicklung neuer Angebote. Wenn sie dann keinen Anklang finden, liegt das manchmal auch an kleinen Dingen. Daher erlauben wir uns hier eine kurze Auflistung scheinbarer Selbstverständlichkeiten:

- Gönnen Sie der Zielgruppe der Väter Raum auf Ihrer Website! So manches Angebot ist kaum zu finden und das ist schade.
- Nutzen Sie Ihre *E-Mail-Verteiler* gezielt für das Bewerben Ihres Angebotes – auch bei und mit Unterstützung Ihrer Netzwerkpartner:innen.
- *Verlinken* Sie Ihr Angebot auf der Website von Netzwerkpartner:innen, wie beispielsweise dem Portal für Familien in M-V⁶. Das Portal erhöht mit seinem breiten Spektrum an Informationen nicht nur Ihre Sichtbarkeit, sondern auch die Attraktivität unseres Bundeslandes für Familien.
- *Über social-media Kanäle* sind sehr viele Menschen zu erreichen. Um das Interesse der Nutzer:innen aufrecht zu erhalten, braucht es sehr regelmäßige Beiträge oder auch Bilder.
- *Monatliche Event-Zeitschriften* (online und Print) sprechen unterschiedlichste Zielgruppen an. Nutzen Sie die Möglichkeit, auch dort Ihr Angebot zu veröffentlichen.
- *Aushänge in Kitas oder auf Spielplätzen*, also an Orten, wo Mütter und Väter mit ihren Kindern sind, sind nach wie vor erfolgreich.

Bildsprache vermittelt Rollen(-stereotype)

Es ist einerseits wichtig, dass sich die Zielgruppe(-n), die Sie erreichen wollen, bezüglich des Bildmaterials sowie der Schrift-, Farb- und Wortwahl angesprochen fühlt. Es sollte allerdings nicht zu klischeehaft sein. Was heißt das im Detail?

Wenn Sie Fotos und Grafiken verwenden, zeigen Sie (auch) Männer. Das klingt banal, wird aber spätestens oft an dem Punkt nicht berücksichtigt, wenn sich das Angebot an beide Elternteile richtet. Da tauchen Männer auf dem Bildmaterial häufig nicht auf. Beim *Kochkurs für Eltern* sind dann nur Frauen beim Gemüseputzen und Kochen zu sehen. Besonders klischeehaft wird es, wenn ein kleines Mädchen danebensteht und hilft. Auf diese Weise wirken familienunterstützende Träger unbewusst und gegebenenfalls unbeabsichtigt daran mit, innerfamiliär stereotype Geschlechterrollen weiterzugeben, die nichts mit individuellen Interessen und Stärken potenzieller Teilnehmender zu tun haben.

⁶ <https://www.familieninfo-mv.de/>

Wie können Sie Ihre Zielgruppe bewerben, *ohne Rollenstereotype zu bedienen*? Anstelle von Fotos, die Papa als Survival-Teilnehmer und Mama beim Staubsaugen mit Kind zeigen, wählen Sie solche aus, auf denen Männer z. B.:

- spielerisch mit Kindern agieren,
- ein Kind trösten oder
- souverän die Hausarbeit erledigen.

Die Zeit

Das Wochenende

Träger machen mit *Wochenendangeboten* häufig gute Erfahrungen: Sie ermöglichen Vätern und Müttern einen kleinen Ausstieg aus dem Alltag. Die Planung hält für Familien im Vergleich zu Wochentagen weniger Herausforderungen bereit. Oftmals wird dadurch auch das zu Hause bleibende Elternteil entlastet, wenn Vater und Kind(er) das Angebot nutzen. All das kann verlockend genug sein, eine etwas weitere Anfahrt in Kauf zu nehmen.

Aber natürlich ist dies in hohem Maße abhängig davon, was für ein Angebot Sie konzipieren. Erlebnispädagogische Angebote oder auch erlebnisorientierte Angebote werden über ein Wochenende (von Freitagabend bis Sonntagvormittag) mv-weit sehr gut angenommen.

In der Woche

An den Wochentagen *von Montag bis Freitag* werden Austauschrunden, Gesprächskreise, Beratungen, Vorträge oder Workshops gut angenommen.

Präsenzveranstaltungen finden am meisten Zuspruch, wenn sie ca. 16:30/ 17:00 Uhr beginnen oder gegen 19:00 Uhr, werden aber überwiegend von Müttern besucht.

Online-Formate minimieren den Organisationsaufwand im Vorfeld der Teilnahme erheblich: Sie haben den Vorteil, dass Wegezeiten wegfallen, so dass sich das von Zuhause aus zuschaltende Elternteil bis kurz vor Veranstaltungsbeginn an der Kinderbetreuung und Hausarbeit beteiligen kann. Hier wurden von Institutionen Angebote um 19:00/ 20:00 Uhr initiiert, welche gut angenommen wurden.

Familienberatungsorganisationen haben darüber hinaus festgestellt, dass Elterninformations-Abende als Online-Format dazu geführt haben, dass vermehrt beide Elternteile teilnahmen.

Planbarkeit

Auch wenn die Anfänge der jetzt erfolgreichen Angebote einiges an „Ausprobierzeit“ in Anspruch nahmen, so haben alle etwas gemeinsam: eine Regelmäßigkeit in der Durchführung. Um den in Kapitel 1 beschriebenen mental load zu reduzieren und längerfristige Planbarkeit bei den Vätern bzw. Familien zu ermöglichen, sollte klar kommuniziert werden, in welcher Regelmäßigkeit sich die Angebote wiederholen. Dabei scheint es keinen Unterschied zu machen, ob die Wiederholung wöchentlich oder drei Mal pro Jahr erfolgt. Entscheidend für eine gute Teilnahmezahl ist (auch) die Planbarkeit im Voraus.



Der Ort

Die Durchführungsorte sind abhängig vom Inhalt des Angebotes. Für erlebnisorientierte Angebote wird eine geeignete Umgebung benötigt, wie z. B. ein Wald oder ein ruhiges (Fließ)Gewässer.

Behalten Sie bei der Wahl des Durchführungsortes im Blick, dass nicht alle Interessierten mobil sind. Obwohl es angesichts des ausgedünnten öffentlichen Personennahverkehrs in unserem Bundesland die Ortswahl erschwert (wahrscheinlich sogar einschränkt): Wenn der Veranstaltungsort mit dem ÖPNV zur vorgesehenen Zeit erreichbar ist, vergrößert sich der Personenkreis, der sich von Ihrem Angebot angesprochen fühlt. Gleiches gilt für Orte von Veranstaltungen bzw. Beratungs- und/ oder Gesprächsrunden. Die Angebote der befragten Träger werden in Orten vorgehalten, die mit dem ÖPNV gut erreichbar sind, meist in größeren Städten, so dass auch Personen aus dem Umland teilnehmen.

Angebote, die auf ein bestimmtes Stadtgebiet begrenzt sind, (z. B. monatliche Väterrunden in Stadtteiltreffs mit Kinderspaß und Austausch wie es sie in Rostock oder Neubrandenburg gibt) werden eher von Personen in Anspruch genommen, die dort wohnen und den Ort fußläufig oder mit dem Fahrrad erreichen können.

Um gemeinsam einen Veranstaltungsort zu erreichen oder Interessierten ohne Auto die Teilnahme an einem abgelegeneren Veranstaltungsort zu ermöglichen (z. B. bei erlebnisorientierten Angeboten), bieten sich Sammeltransporte an. Hierfür sind sowohl Kosten als auch Zeit einzukalkulieren, um die beförderungsrechtlichen Bedingungen zu klären.

Punkt 3: Väter-Angebote mit Erfolgsaussichten

Die Befragungen bezüglich erfolgversprechender Formate und Themen bei Vätern haben ergeben, dass einige Angebote, selbst dann, wenn Väter direkt angesprochen werden, nur auf wenig Resonanz treffen:

- Frühstücksrunden, die Mütter/ Frauen in größerer Zahl als Austauschplattform nutzen
- Vortragsreihen zu den Themen wie „Genderneutrale Erziehung“ (hier nahmen nur Fachkräfte teil) und „Wie wichtig ist Papa?“ (geringe Teilnehmendenzahl und davon 90 % Fachkräfte)
- Frühkindliche Förderung von Babys – nur zwei Männer bekundeten Interesse, so dass der Träger das Angebot nicht durchführte.

Eine z. T. hohe Teilnahmezahl hingegen erreichen praxis- und erlebnisorientierte Angebote, wo Männer aktiv werden können:

- „Notfälle bei Kindern“ – sowohl Präsenzveranstaltungen, zu denen Väter ihre (Klein-)Kinder mitbringen und ringsum auf Matten spielen lassen können, als auch Online-Veranstaltungen waren gut besucht.
- Erlebnisorientierte Veranstaltungen

Erlebnispädagogik als (Einstiegs-)Angebot

Kurzbeschreibung eines erlebnispädagogischen Angebotes in M-V:

Was und Termin: Outdoor-Camp oder Expeditionen – 1x pro Jahr bzw. 4x pro Jahr

Teilnahmezahl: max. 10 plus Kind(-er) ggf. mit Alterseinschränkungen bzw. Bescheinigungen Schwimmfähigkeit etc. bei einer Fachkraft

Inhalte:

- Die Gruppe zeltet gemeinsam und ist aktiv.
- Es gibt Raum für Austausch und Informationen – pädagogisch gelenkt und angeleitet unter steter Einbeziehung des Vaters und dessen Kind(-ern).
- Der Einstieg erfolgt niedrigschwellig mit einer Aufgabenstellung. Beispiel: Jeder Vater erläutert in der Runde, worauf er bei seinem Kind/ seinen Kindern besonders stolz ist oder was sie besonders gut können oder was besonders positiv hervorzuheben ist. Das bringt Väter dazu, sich gründlich mit ihrem Kind/ ihren Kindern auseinanderzusetzen.
- Väter erhalten (nebenbei) Informationen, z. B. zu Entwicklungsphasen von Kindern.

Vorteile:

- Väter bauen eine engere Bindung zum Kind/ zu den Kindern auf.
- Die Zeit wird als Qualitätszeit wahrgenommen.
- Väter profitieren von Erfahrungen anderer Väter.
- Väter vernetzen sich untereinander, bilden sogar Fahrgemeinschaften und organisieren z. T. im Nachgang losgelöst vom Träger selbst Angebote (z. B. eine Schatzsuche, Erste-Hilfe-Kurs).
- Minimierung der allgegenwärtigen Reizüberflutung (Handys werden kaum genutzt.)
- Natur ist ein zusätzlicher Pädagoge

Nachteile:

- Der Träger hat zu Beginn einen erheblichen organisatorischen Aufwand.
- Rollenstereotype werden bedient und das damit verbundene Verständnis von „Männlichkeit“ wird verfestigt.
- Die zeitlichen Abstände sind groß – eine kontinuierliche Arbeit an einem Projekt mit einer festen Gruppe ist nicht möglich.

Dieses Format kann genutzt werden, um Väter für weitere Trägerangebote wie Workshops oder Gesprächsrunden zu gewinnen. Das heißt, man kann dies als ein *Einstiegsangebot* verstehen, das zu weiteren Teilnahmen z. B. an Beratungsangeboten oder Input-Veranstaltungen führt.

Im konkreten Fall resultierte daraus, dass sich eine feste Gruppe von Vätern fand, die alle 14 Tage gemeinsam mit dem Pädagogen an einem Projekt/ Themenfeld vor Ort arbeitet. Das Angebot ist auf drei Monate beschränkt, um neue Gruppe bilden zu können und damit weiteren Männern Zugang zum Angebot zu ermöglichen.

Gesprächsrunden für und mit Vätern/ Männern

Ein weiterer erfolgreicher Ansatz der Väter-/ Männerarbeit setzt auf die *Mitgestaltung des Angebotes* durch die Teilnehmer. In diesem Fall eine Gesprächsrunde. Der Mann, der sie aufgrund eines eigenen Austauschbedürfnisses – also intrinsisch motiviert – ins Leben gerufen hat, wollte es Vätern ermöglichen, sich untereinander zu Themen auszutauschen, die sie wirklich interessieren:

Die Gruppe trifft sich monatlich als offene Runde bereits seit drei Jahren. Sie besteht aus einer kleinen „Stammebelegschaft“. Interessierte kommen dazu. Es gelten keine Zugangsvoraussetzungen. Anfangs war die Teilnehmezahl der Väter überschaubar, da engagierte Väter ihre Kinder zu Bett gebracht haben. Die Gruppe öffnete sich daher später für alle Männer. Vorteilhaft daran war, dass sich junge Männer nicht nur über Väter-Themen austauschen, sondern nun auch von Erfahrungswerten älterer

Familienväter profitieren konnten, z. B. zu Aushandlungsprozessen in beruflichen und privaten Kontexten.

Wichtige Aspekte dafür, dass dieses Format funktioniert, sind:

- Alle Teilnehmer sind an der Themenfindung für die kommende „Sitzung“ beteiligt.
- Da nicht alle gleichermaßen an allen Themen interessiert sind, erfolgt die Teilnahme nur an den Treffen, die thematisch individuell von Interesse sind.
- Teilweise werden Expert:innen zu den Abenden eingeladen. Dies geschieht unter Berücksichtigung der Kosten, da weder Beiträge erhoben werden und noch eine extra Finanzierung für das Angebot besteht.
- Die Sitzungen werden abwechslungsreich gestaltet, z. B. werden verschiedene Methoden wie Gruppenarbeit, ausprobiert.
- Funktioniert etwas nicht gut, wird ein anderer Weg gewählt.

Dieses Format geht direkt auf die *eigene Lebenswelt* der Teilnehmer ein, indem *in einem vertraulichen Kreis* die Prioritäten durch die Teilnehmer selbst gesetzt und nur die Dinge angesprochen werden, die individuell bewegen.

Punkt 4: Personelle Ressourcenplanung und Finanzierung

Ein Angebot eines Trägers wird durch eine ehrenamtliche Person unterstützt. Bei allen anderen fließt die Väter-Arbeit in die bestehende Bildungs- oder Beratungsarbeit mit ein – wird also oftmals „nebenbei“ abgedeckt. Bei der Befragung gab es unterschiedliche Herangehensweisen, sei es, dass eine Stundenzahl festgelegt wurde, die nur für die Väter-Arbeit genutzt wird, oder sei es, dass es in die bestehenden Angebote für Familien integriert wurde. Die befragten Träger stellten fest:

- Die zur Verfügung stehenden Stundenvolumina sind oft zu gering, um langfristig Angebote oder gar Erweiterungen anzubieten.
- Es ist sinnvoll, männliche Fachkräfte als Begleiter von einigen Väter-Angeboten einzusetzen, um den Zugang zu erleichtern und Hemmschwellen abzubauen. Eine umfängliche Personalplanung sollte dies berücksichtigen und mindestens eine vollzeitäquivalente Stelle installieren, die sich nur mit der Väter-Arbeit auseinandersetzt.

Wie werden Väter-Angebote bisher finanziert?

- personaltechnisch wie oben beschrieben
- Räumlich werden Orte der Familienberatungen häufig „mitgenutzt“.

- Teilnahme- bzw. Kostenbeiträge zu erlebnisorientierten Angeboten wurden bislang sehr niederschwellig angesetzt, so dass auch finanziell nicht gut aufgestellte Familien die Möglichkeit hatten, daran teilzunehmen.
- Fehlbeträge wurden z. T. über Teilhabepakete abgerechnet. Das bedeutet allerdings einen hohen organisatorischen Aufwand für die Träger.
- Mittlerweile gehen viele Träger dazu über, Teilnahmebeiträge gestaffelt anzubieten, da die Teilnehmer eine breite Mischung aus allen sozialen und beruflichen Schichten darstellen und das Solidaritätsprinzip gelten soll.
- Teilfinanzierung durch Antragstellung bei Stiftungen und Sponsorengewinnung
- Subvention durch den Träger

Punkt 5: Kooperationen

Zahlreiche Angebote profitieren von Kooperationen. Arbeiten Träger zusammen, um sich bei einem gemeinsamen Angebot zu unterstützen und möglichst viele Teilnehmer aus dem jeweiligen Wirkungskreis zu gewinnen, profitieren alle davon.

Bei erlebnisorientierten Angeboten machen Überlegungen Sinn, beispielsweise mit dem BUND oder NABU zu kooperieren. Denn gezeitet wird, zumindest bei den hier beschriebenen Angeboten, nicht auf dem Campingplatz, sondern im Wald. Wo dies möglich ist und welche Voraussetzungen es braucht bzw. welche Regeln einzuhalten sind, ließe sich mit diesen Kooperationspartner sicher schnell klären.

Wenn Sie in die pädagogische Arbeit mit Vätern/ Männern auch Themen wie Diskriminierung, Toleranz, Vielfalt und Demokratie integrieren wollen, sind Kooperationen mit den verschiedenen Projekten aus dem Landesprogramm „Demokratie und Toleranz gemeinsam stärken“ empfehlenswert. Es gibt landesweit 25 Vereine, die zu den genannten Themen Projekte durchführen, fünf Regionalzentren für demokratische Kultur sowie ein landesweit agierendes Beratungsangebot Opfer- und Betroffenenberatung LOBBI e.V., um nur einige zu nennen⁷.

Fazit

Angebote für Väter in Mecklenburg-Vorpommern zu implementieren ist zum großen Teil neu. Erfahrungswerte aus der Arbeit der Familienberatungs- und betreuungseinrichtungen können nicht ohne weiteres übertragen werden. Es ist eine gute Vorbereitung nötig und vor allem auch Personal für diesen Themenschwerpunkt

⁷<https://www.bildung-mv.de/aktuell/2021/landesprogramm-demokratie-und-toleranz-gemeinsam-staerken-00001/>

einzusetzen. Ein weiterer Punkt ist, dass die Inhalte und Methoden stetig geprüft und ggf. angepasst werden müssen, um langfristig erfolgreich bestehen zu können. Die nachfolgende Übersicht fasst die Erkenntnisse der Befragungen zu den Angeboten für die Zielgruppe der Väter/ Männer zusammen:

Angebot	mögl. Inhalte	Vorbereitung/Durchführung	mögl. Zeiten	Kosten	weiteres
Erlebnispädagogisches Angebot	Zelten, Kanutouren,...	Organisation aufwendiger im Vorfeld Personaleinsatz am Wochenende Erarbeitung und Umsetzung (sozial-)pädagogischer Ansätze und Methoden	Wochenende, Ferienzeiten	Teilnahme-Beiträge (ggf. sozial gestaffelt) Transportkosten	Mehrwertdarstellung einfach, Teilnahmeakquise leicht
Erlebnisorientiertes Angebot	Zelten, Kanutouren,...	Organisation aufwendiger im Vorfeld Personaleinsatz am Wochenende	Wochenende, Ferienzeiten	Teilnahme-Beiträge (ggf. sozial gestaffelt) Transportkosten, Fahrtkosten für Personal	Mehrwertdarstellung einfach, Teilnahmeakquise leicht
Familienberatung, Schwangerschaftsberatung, Ehe- und Sozialberatung, ...	offene Beratungsangebote, Väter speziell angesprochen	integrierbar in bereits vorhandene Angebote; oder spezielle Angebote für Väter	Beratungstermine i.d.R. von Montag bis Freitag, Terminvereinbarungen sinnvoll	keine extra Personal- und Sachkosten, wenn Angebot in bestehende integriert	Ansprache von Vätern sichtbar gestalten (Website etc.)
Impuls-Vorträge, Workshops,...	Erste-Hilfe Maßnahmen bei Kindern; Themen zur Vereinbarkeit von Erwerbs- und Privatleben	ggf. Einkauf von Referent:innen, Vorhalten eines Raumes, online: Zugangsmöglichkeiten prüfen	von Montag bis Sonntag möglich, wochentags Zeitspanne von 16:30 - 20:00 Uhr sinnvoll	evtl. extra Kosten für Referent:innen	
Kurse für Väter mit Kleinkindern	Baby-Schwimmen, PEKIP,...	Organisationsaufwand geringer, da Angliederung an Angebote für Mütter möglich	wochentags unterschiedlich möglich (Väter in Elternzeit)		Ansprache von Vätern direkt gestalten, Eltern-Kurse werden oft von Müttern genutzt
Gesprächsrunden	Themensetzung aus dem Kreis der Teilnehmenden heraus	Organisation von Raum und Zeit und ggf. Referent:innen	regelmäßig z.B. 1x/Monat	ggf. extra Kosten für Referent:innen, Raumkosten	Selbstorganisation durch Teilnehmende denkbar
Gruppenarbeit	unterschiedliche Themen werden gemeinsam bearbeitet	Organisation von Raum und Zeit; Erarbeitung (sozial-)pädagogischer Ansätze und Methoden	regelmäßig z.B. 1x pro Woche oder alle 14 Tage	ggf. Raum- und Materialkosten, Personalkosten	Projektarbeit mit fester Gruppe

An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön vom Team des Landesentrums für Gleichstellung und Vereinbarkeit in M-V an alle Gesprächspartner:innen für die Beteiligung an unserer Befragung. Dank dieser Unterstützung konnten wir zahlreiche Einblicke und wichtige Impulse aus der Praxis sammeln.

Wir wünschen Ihnen viel Erfolg bei der Gestaltung und Umsetzung Ihrer Väterangebote.

Literaturverzeichnis

Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (2021): Kinder, Haushalt, Pflege – wer kümmert sich? Ein Dossier zur gesellschaftlichen Dimension einer privaten Frage, 2. Auflage

Institut für Demoskopie Allensbach (2015): Weichenstellungen für die Aufgabenteilung in Familie und Beruf. Basis sind Väter mit jüngstem Kind unter sechs Jahren.

Institut für Demoskopie Allensbach (2021): Elternzeit, Elterngeld und Partnerschaftlichkeit. Eine repräsentative Onlinebefragung von Eltern mit ältestem Kind unter 10 Jahren

Klünder, Nina (2017): Differenzierte Ermittlung des Gender Care Gap auf Basis der repräsentativen Zeitverwendungsdaten 2012/13. Expertise für den Zweiten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung

Landeszentrum für Gleichstellung und Vereinbarkeit in MV (2020): MV-Dads. Eine Online-Umfrage

Pfahl, Svenja/Reuyß, Stefan/Hobler, Dietmar/Weeber, Sonja (2014): Nachhaltige Effekte der Elterngeldnutzung durch Väter: Gleichstellungspolitische Auswirkungen der Inanspruchnahme von Elterngeldmonaten durch erwerbstätige Väter auf betrieblicher und partnerschaftlicher Ebene. Projektbericht. Berlin