



„Evaluation der Arbeit des Väterzentrum e.V. Berlin“

Berlin, Dezember 2013

Erstellt von: Stefan Reuyß, Hanna Wolf und Alexander Hundt

Inhalt

1. Einleitung	3
Ausgangslage	3
Warum eine Evaluation?	3
2. Methodische Konzeption	4
3. Die Arbeit des Väterzentrums in Zahlen	6
Nutzer/innenzahlen	6
Weitere Aktivitäten	8
4. Die Sicht der Väter	8
Welche Väter nutzen das Väterzentrum?	8
Wie sind die Väter auf das Väterzentrum aufmerksam geworden?	13
Welche Erwartungen hatten die Väter ans Väterzentrum? Und haben sich diese erfüllt?	13
Was hat die Väter angesprochen? Was war die Motivation das Väterzentrum zu nutzen? ...	14
Welche Angebote sind am beliebtesten bzw. am wichtigsten?	15
Welche Themen werden im Väterzentrum angesprochen/diskutiert?	17
Mit wem nutzen die Väter das Väterzentrum?	17
Gelingt es dem Väterzentrum, sich für eine fürsorgliche und engagierte Vaterschaft einzusetzen?	18
Welchen gesellschaftlichen Nutzen hat das Väterzentrum insgesamt für Berlin?	19
5. Die Sicht der Experten	20
6. Die mediale Wahrnehmung des Väterzentrums	22
Welche Medien berichten über das Väterzentrum?	22
Welche Inhalte stehen im Fokus der Berichterstattung?	23
7. Fazit	24

1. Einleitung

Ausgangslage

Familienbildungsstätten richten sich an Familien in unterschiedlichen Lebensphasen und Lebenslagen und bieten Unterstützung und Beratung in vielen verschiedenen Bereichen rund um die Erziehung des Kindes. werdende Eltern werden auf die Geburt ihres Kindes vorbereitet, es gibt Eltern-Kind-Gruppen, in Seminaren und Kursen wird über Themen wie Gesundheit, Ernährung und Partnerschaft/Familienleben informiert und Eltern in schwierigen Lebenslagen können sich an Beratungsstellen wenden. Genutzt werden diese Angebote jedoch hauptsächlich von Müttern mit ihren Kindern, Väter bzw. Männer sind eher unterrepräsentiert. Gründe für die geringe Präsenz könnten sein, dass Männer vielmehr an beruflicher Bildung teilnehmen, dass sie sich als Minderheit unwohl in den Kursen fühlen und es wenige Themen gibt, die Männer interessieren.

Genau an dieser Stelle dockt das Väterzentrum Berlin an. Als Treffpunkt und Informationseinrichtung für Väter, ihre Kinder und Familien, bietet es im Rahmen seiner Familienbildungsarbeit Vätern Raum und Gelegenheit zum Austausch, zur Vernetzung, zur Teilnahme an Veranstaltungen, Kursen, Gruppen und gemeinsamen Aktivitäten. Ziel der Arbeit ist die Förderung fürsorglicher, aktiver Vaterschaft, hier insbesondere die Stärkung des fürsorglichen Vaters in der Familie sowie die Stärkung der Vater-Kind-Beziehung, sowohl innerhalb der bestehenden Familie als auch nach Trennungen. Letztlich handelt es sich um ein Drei-Säulen-Konzept: Zum einen umfasst das Angebot niedrigschwellige Offerten wie das Papa-Café. Als zweite Säule dienen umfangreiche Beratungsleistungen, die einen wichtigen Bestandteil des Konzepts des Väterzentrums darstellen. Die dritte Säule sind die Mitarbeiter des Väterzentrums, selbst in ihrer Rolle als Väter-Experten. Als solche wirken sie in den Feldern Politik, Gesellschaft, Wissenschaft und Medien. Auf diese Weise gelingt es, Väter in ganz unterschiedlichen familiären Situationen mittelbar wie auch unmittelbar zu erreichen.

Die Angebotsstruktur des Väterzentrums Berlin umfasst den sogenannten Papaladen¹ als offenen Treffpunkt mit Café sowie strukturierte Informations- und Beratungsangebote. Das Väterzentrum Berlin kooperiert mit anderen Institutionen u.a. der Familienbildung in Berlin im Bereich der Väterarbeit und Väterförderung. In Zusammenarbeit mit Kliniken in Berlin bietet das Väterzentrum Kurse für werdende Väter an; in Kooperation mit der Jugendstrafvollzugsanstalt Plötzensee leiten Mitarbeiter des Väterzentrums Gruppen für junge inhaftierte Väter. Seit 2012 und bis 2014 ist das Väterzentrum federführende Organisation der EU-Lernpartnerschaft „Work with fathers in european comparison“ mit Partnerorganisationen aus Deutschland (NRW), der Schweiz, Österreich und Polen. Mitarbeiter des Väterzentrums arbeiten zudem bundesweit in der Fortbildung für Fachkräfte, beispielsweise als Lehrbeauftragte an Hochschulen.

In seinem Leitbild verschreibt sich das Väterzentrum Berlin der Förderung fürsorglicher und aktiver Vaterschaft. Gemäß seinem Leitbild ist das Ziel die Stärkung der Beziehungen zwischen Vätern und Kindern und die Gleichstellung von Männern und Frauen in Familie, Arbeitswelt und Gesellschaft.

Sowohl das Konzept als auch die Praxis der Arbeit des Väterzentrums Berlin sind in ihrer Art einzigartig. In Deutschland arbeitet nur die Einrichtung Väter e.V. in Hamburg ähnlich. Auch in Europa existieren – soweit wir wissen – keine vergleichbaren Einrichtungen.

Warum eine Evaluation?

Trotz eines insgesamt guten Medienechos und beträchtlicher Teilnehmer/innenzahlen, war bislang völlig unklar, ob das Väterzentrum seine selbst gesteckten Ziele erreicht. So existierten über die jährlich erstellten Sachberichte hinaus kaum verlässliche Auswertungen darüber, wie viele Menschen und insbesondere Väter von dem Angebot profitieren, noch wurde bislang systematisch erhoben, wer genau das Väterzentrum nutzt bzw. welche Männer- und Vätermilieus seit der Grün-

¹ Der Begriff „PAPAladen“ ist seit 2010 markenrechtlich geschützt.

derung noch unterrepräsentiert sind. Auch fehlte es an zuverlässigen Informationen, welcher individuelle sowie gesellschaftspolitische Nutzen aus der Arbeit des Zentrums entstehen.

Die hier durchgeführte systematische Analyse zur Wirkungskontrolle schließt diese Lücke; sie dient dazu, die Ausgangslage besser zu bestimmen, Veränderungen sichtbar zu machen und Stärken und Schwächen herauszufinden. Darüber hinaus dient sie der Entwicklung von Zielen der Familienbildungsarbeit des Väterzentrums, die überprüfbar, messbar und kontrollierbar sind und daher auch für Mittelgeber/innen von großem Interesse sein dürften.

Die Evaluation dient zudem der inhaltlichen Reflexion und Überprüfung der Arbeit der professionellen Akteure. Diese können auf Basis der hier gewonnenen Informationen ihre Kompetenzen und Ressourcen gezielter einsetzen, mögliche Fehlentwicklungen frühzeitig korrigieren und eine zielgerichtete konzeptionelle Weiterentwicklung des Väterzentrums betreiben.

Eine Evaluation dieser Arbeit im Sinne einer systematischen, datengestützten Erhebung und Bewertung der Ausgangsbedingungen, des Verlaufs und der Wirkungen soll also Antworten auf die genannten „blinden Flecken“ geben und sowohl den unmittelbaren Akteuren als auch den Mittelgeber/innen wertvolle Hinweise für die Zukunft liefern.

2. Methodische Konzeption

Bei der Evaluation wurde auf einen Multiperspektiven-Ansatz gesetzt, bei dem verschiedene Methoden und Akteursgruppen eingebunden wurden. Die Evaluation umfasst folgende Teile:

➤ **Qualitative Befragung der Zielgruppen:**

- Durchführung von 10 leitfadengestützten, sog. problemzentrierten Interviews mit Vätern, die die Angebote des Väterzentrums seit seiner Gründung in Anspruch genommen haben. Im Fokus dieser Interviews stehen Fragen nach dem persönlichen Mehrwert für die Väter. Bei der Auswahl der Interviewpartner wurde auf eine möglichst große Nutzungsvielfalt geachtet, die die breite Angebotspalette des Väterzentrums widerspiegelt.
- Ergänzend wurden zwei Gruppendiskussionen durchgeführt (Familienfrühstück und Trennungsväter). Diese liefern einen vertiefenden Einblick in die Erfahrungen von Teilnehmern, die bereits längere Zeit die Angebote des Väterladens nutzen.

➤ **Quantitative Erhebung:**

- Mittels einer Online-Befragung konnte ein breiter und bis in die Anfangsjahre des Väterzentrums zurückliegender Überblick über die Wirkungen der Arbeit des Väterzentrums gewonnen werden, darüber hinaus wurden auch Informationen über die sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Hintergründe der Zielgruppen erhoben, so dass detaillierte Aussagen über die Zielgruppen möglich wurden.
- Eine Auswertung der Besucher/innenstatistiken gibt darüber Auskunft, in welchem Umfang Einzelpersonen, die Maßnahmen des Väterzentrums nutzen und erlaubt den Mittelgeber/innen Rückschlüsse darüber, wie hoch quasi die Pro-Kopf-Kosten beim Väterzentrum liegen.

➤ **Medienanalyse:** Welche Wirkungen das Väterzentrum in die allgemeine Öffentlichkeit hinein hat, konnte durch eine Medienanalyse beantwortet werden. Hierzu wurden regionale, nationale sowie internationale Medienberichte über das Väterzentrum hinsichtlich ihrer Kontextualisierung ausgewertet.

➤ **Expert/inneninterviews:** Um Aussagen über die Wirkkraft des Väterzentrums im Rahmen des gesellschaftspolitischen Diskurses um Väterlichkeit treffen zu können, wurden zusätzlich zwei Ex-

pert/inneninterviews mit Vertreter/innen aus männerpolitischen bzw. gesamtpolitischen Institutionen geführt.

3. Die Arbeit des Väterzentrums in Zahlen

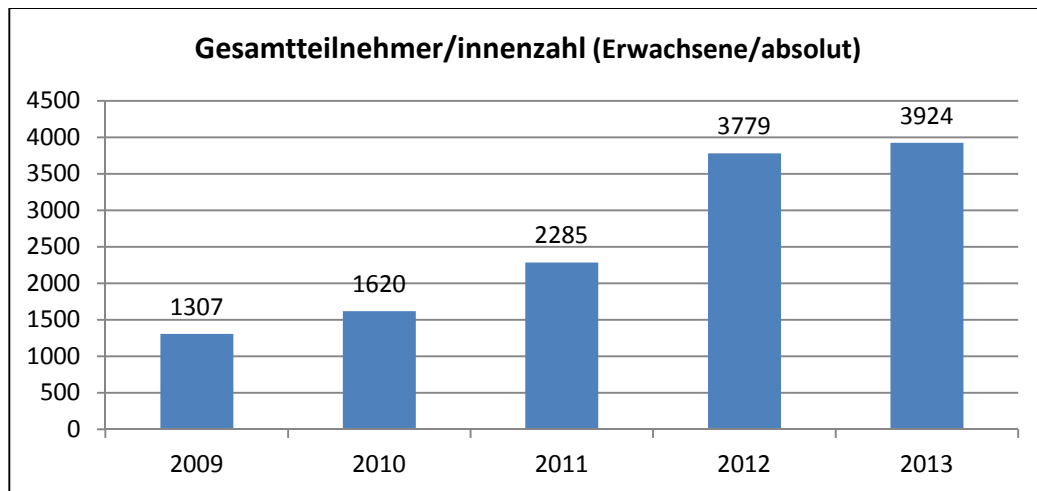
Der folgende Abschnitt liefert einen kurzen quantitativen Überblick über die Inanspruchnahme der Aktivitäten des Väterzentrums; Quelle hierfür sind die jährlichen Sachberichte des Väterzentrums.

Nutzer/innenzahlen

Die Auswertung der Besuchsstatistiken der letzten vier Jahre zeigt eine deutliche Zunahme der Nutzer und Nutzerinnen des Väterzentrums. Waren es im Jahr 2009 rund 1.300 Erwachsene, die das Väterzentrum besucht haben oder an einer der verschiedenen Veranstaltung teilnahmen, stieg die Zahl der Besucher/innen bis zum Jahr 2013 auf 3.924, dies macht einen Zuwachs von rund 300% aus.

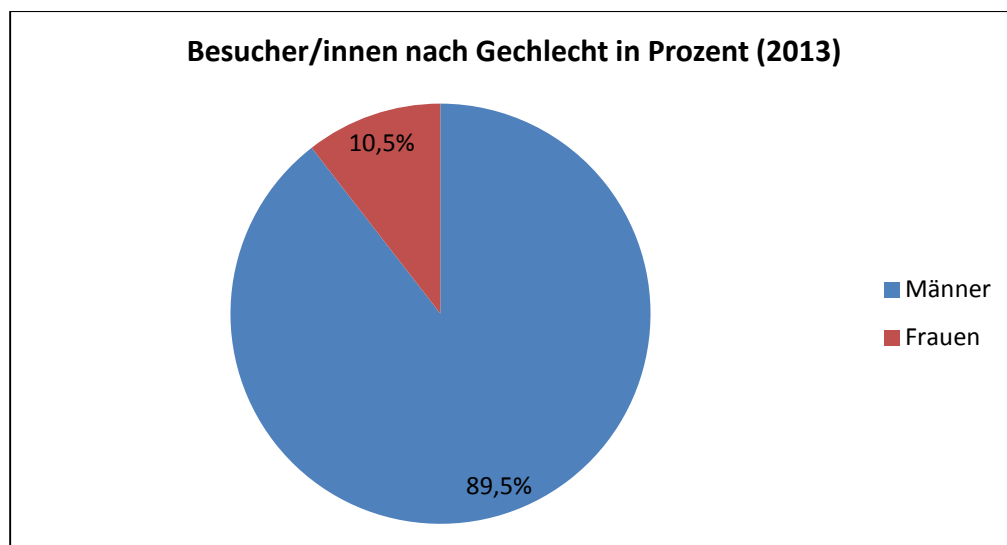
Hinzu kommen stetig steigende individuelle Anfragen von Vätern und Müttern per Telefon, Briefpost und Mail. Hier lag die Zahl im Jahr 2013 bei über 3.610 Anfragen.

Grafik 3.1



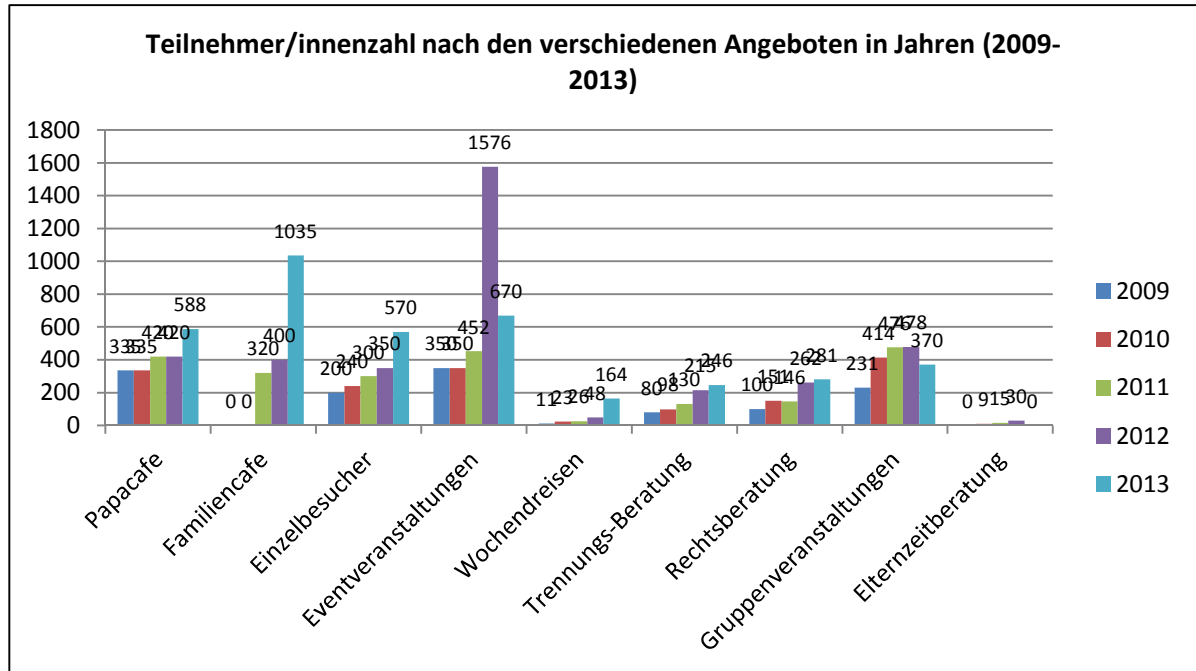
Dass die Angebote des Väterzentrums nicht nur für Männer, sondern ebenso für Frauen von Interesse sind, zeigt die geschlechtsspezifische Auswertung der Besuchsstatistiken. Hier zeigt sich, dass mittlerweile fast jede vierte Person eine Besucherin ist. Ein deutliches Zeichen, dass das Väterzentrum – auch wenn die Ausrichtung eindeutig auf die Interessen und Bedarfe der Männer/Väter ausgerichtet ist – im Sinne einer Familienbildungsstätte beide Geschlechter anspricht.

Grafik 3.2



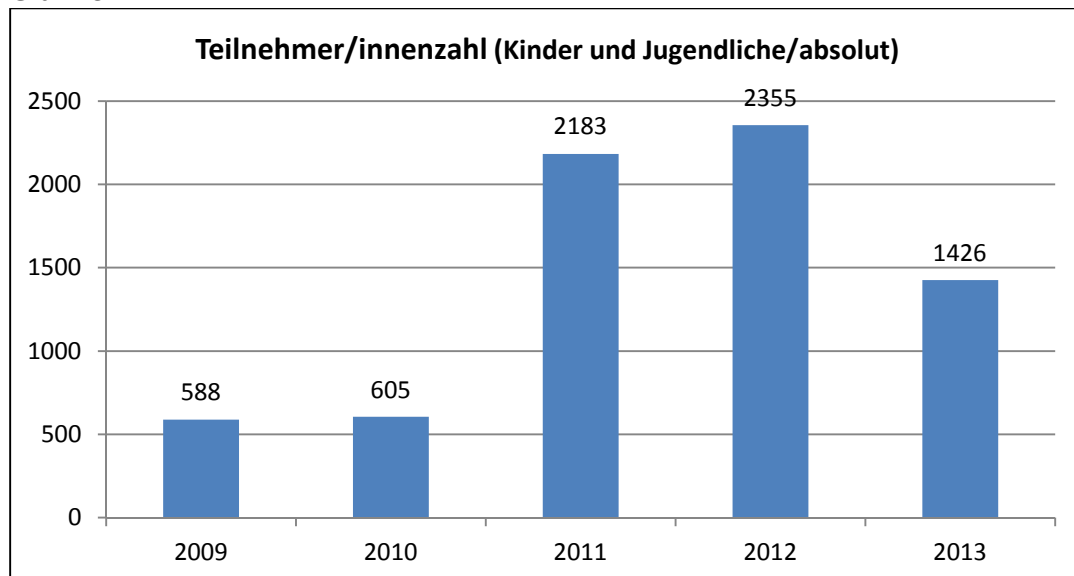
Die stetig steigenden Besucher/innenzahlen verteilen sich – wie die Grafik 3.3 zeigt – auf sämtliche Angebote des Väterzentrums. Einziger „Ausreißer“ sind die Eventveranstaltungen im Jahr 2012, der durch ein öffentliches Event unter freiem Himmel, die große „Papa-Party“ mit rund 1.000 Teilnehmer/innen zustande kommt.

Grafik 3.3



Auch die Zahl der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen hat sich seit Gründung des Väterzentrums bis 2012 vervierfacht (vgl. Grafik 3.4). Waren es im Jahr 2009 588 Kinder und Jugendliche, die in Begleitung ihrer Väter und/oder Mütter an Veranstaltungen des Zentrums teilnahmen, stieg die Zahl bis ins Jahr 2012 auf 2.355 Kinder und Jugendliche. Ein besonders hoher Anstieg ist im Jahr 2011 zu beobachten, der zu großen Teilen der Einführung von einer Vater-Kind-Turngruppe geschuldet ist. Im letzten Jahr (2013) ist die Zahl der teilnehmenden Kinder und Jugendlichen jedoch wieder auf 1426 Teilnehmende gesunken.

Grafik 3.4



Weitere Aktivitäten

Zusätzlich zu der unmittelbaren Arbeit mit Vätern, deren Kindern und Partner/innen vertreten insbesondere die beiden hauptamtlichen Mitarbeiter Eberhard Schäfer und Marc Schulte das Väterzentrum auch nach außen sehr stark. Dies geschieht u.a. durch:

- die ständige Pflege der Homepage des Väterzentrums und der Präsenz bei Facebook,
- Veröffentlichungen (populäre und Fachveröffentlichungen), z.B. Ratgeber „Väter nach Trennung – Stark und Verantwortlich“ (92 Seiten, Auflage 2.000 Exemplare, für 2014 ist eine 2. Auflage geplant),
- die Erstellung der jährlich erscheinenden Programmbroschüre mit einer Auflage von 10.000 Exemplare,
- Artikel in der freien Enzyklopädie Wikipedia,
- die Verteilung von Informationsmaterial bei Veranstaltungen sowie Veranstaltungs-Ankündigung in verschiedenen Medien,
- Umfangreiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit²,
- Interviews mit Wissenschaftler/innen aus dem In- und Ausland,
- Mitgliedschaften in Verbänden und Fachorganisationen (z.B. Bundesforum Männer, Bundesinitiative Väterlichkeit),
- Veranstaltungen mit Multiplikatoren und Kooperationspartnern (regional und bundesweit),
- Vorträge bei Fachtagungen und Kongressen (bundesweit), z.B. zum Thema Gleichstellungspolitik oder Arbeit mit Vätern,
- die Durchführung von Fachtagungen (z.B. mit dem Paritätischen Wohlfahrtsverband oder dem Jugendamt Pankow),
- die Durchführung des Programms „Unternehmen vernetzen Väter“ in Berlin im Auftrag der Väter gGmbH Hamburg (seit 2013)
- die Möglichkeit ab 2014/2015 eine zertifizierte Weiterbildung zur „Fachkraft für die Arbeit mit Vätern“ in Kooperation mit der KHSB zu absolvieren.

Über die Jahre hinweg haben sich Marc Schulte und Eberhard Schäfer so in der allgemeinen Öffentlichkeit, aber auch in Fachkreisen einen Ruf als maßgebliche Väter-Experten in Deutschland geschaffen.

4. Die Sicht der Väter

Im folgenden Kapitel fließen sowohl die Ergebnisse der qualitativen Befragungen der Väter mittels problemzentrierter Einzelinterviews sowie der Gruppendiskussionen als auch die Ergebnisse der Online-Befragung (n=88) mit ein.

Welche Väter nutzen das Väterzentrum?

Die Befragungsergebnisse sowie Eigenerhebungen des Väterzentrums zeigen, dass das Väterzentrum zwar einen regionalen Einzugscharakter hat; rund die Hälfte der Nutzer kommen aus dem direkten Umkreis des Väterzentrums, aus dem Berliner Bezirk Prenzlauer Berg. Jeder zweite Besucher kommt aus einem der anderen Berliner Bezirke, teilweise sogar aus Brandenburg³. Obwohl sich einige der in den Leitfadeninterviews befragten Väter eine Durchmischung der Nutzerschaft wünschen, ist der Anreiz für Väter aus der Nachbarschaft, „mal eben vorbeizuschauen“ größer. Vor allem im

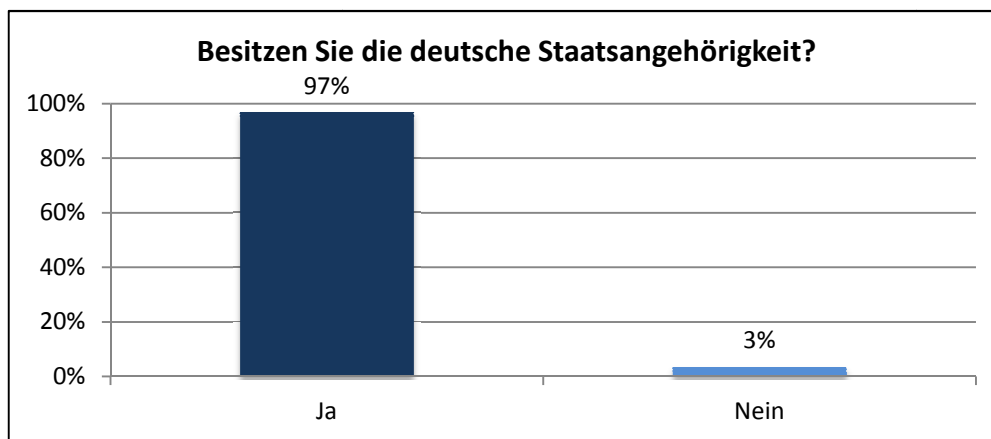
² Die Öffentlichkeitsarbeit wurde und wird in enger Kooperation mit dem Gestaltungsbüro Heilmeyer und Sernau entwickelt (Farbgestaltung, Logoentwicklung etc.).

³ Im Jahr 2008 wurden die Besucher des Papa-Cafés u.a. nach ihrem Wohnort befragt. Ergebnis: In einem Radius bis zu einem Kilometer Entfernung vom Papaladen lebten 33 %, bis fünf Kilometer 30 % und über fünf Kilometer 36 % der Befragten.

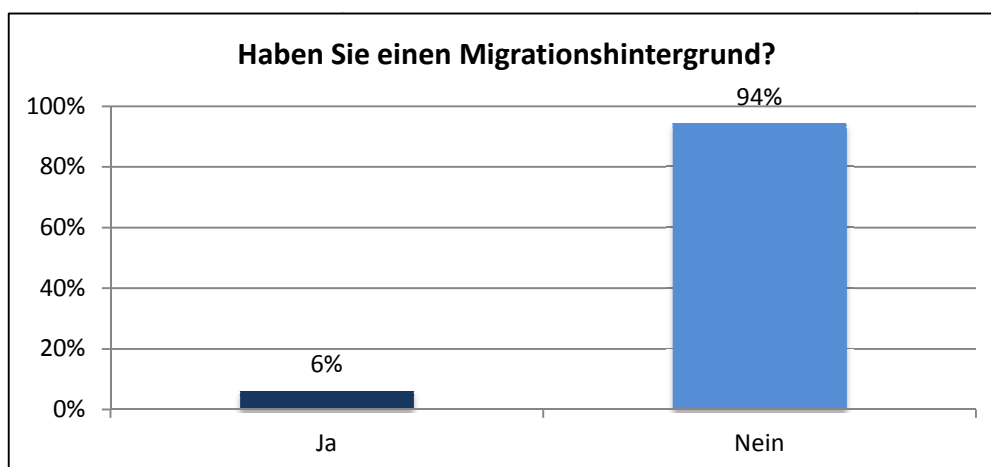
Papa-Café findet man sehr viele Väter aus dem Prenzlauer Berg und den unmittelbar angrenzenden Bezirken. Bei den Reisen zeigt sich eine breitere regionale Streuung: Im Jahr 2013 gab es 73 Teilnehmer bei den Papa-Kind-Reisen, davon kamen rund 40% aus Pankow, etwa jeder zweite Vater aus einem anderen Berliner Bezirk und fast 10% lebten außerhalb von Berlin. Etwas anders sieht das Bild bei thematisch sehr spezifischen Angeboten aus, wie bspw. den Gruppentreffen für Trennungsväter. Hier zeigte sich in der Gruppendiskussion eine berlinweite Streuung der Teilnehmer. Offensichtlich ist die Bereitschaft, auch längere Wege in Kauf zu nehmen, bei solchen Angeboten höher. Noch ausgeprägter zeigt sich die regionale Streuung bei den Kernangeboten der Rechtsberatung und psychologischen Beratung. Hier werden Väter aus ganz Berlin und Brandenburg beraten. Darüber hinaus suchen Väter aus dem ganzen Bundesgebiet den Rat der Experten per Mail und Telefon, mit stetig steigender Tendenz.

Aus den Daten der Online-Befragung ergibt sich folgendes Bild bezüglich der Herkunft der Besucher des Väterzentrums: 97% der Teilnehmer besitzen die deutsche und 3% eine andere Staatsangehörigkeit (vgl. Grafik 4.1). Von den Nutzern mit deutscher Staatsangehörigkeit haben 6% einen Migrationshintergrund (vgl. Grafik 4.2). Die Besuche im Väterzentrum sowie die beiden Gruppendiskussionen zeigen im Alltag aber eine höhere Vielfalt. Hier trafen wir sowohl auf den jungen Ingenieur aus England mit einer sechs Wochen alten Tochter, den türkischstämmigen Vater mit deutschem Pass, der in Pankow wohnt, als auch auf den Unternehmensberater, der schon an vielen Orten dieser Welt gelebt hat, der jetzt aber mit seinem Kind endlich sesshaft werden will.

Grafik 4.1

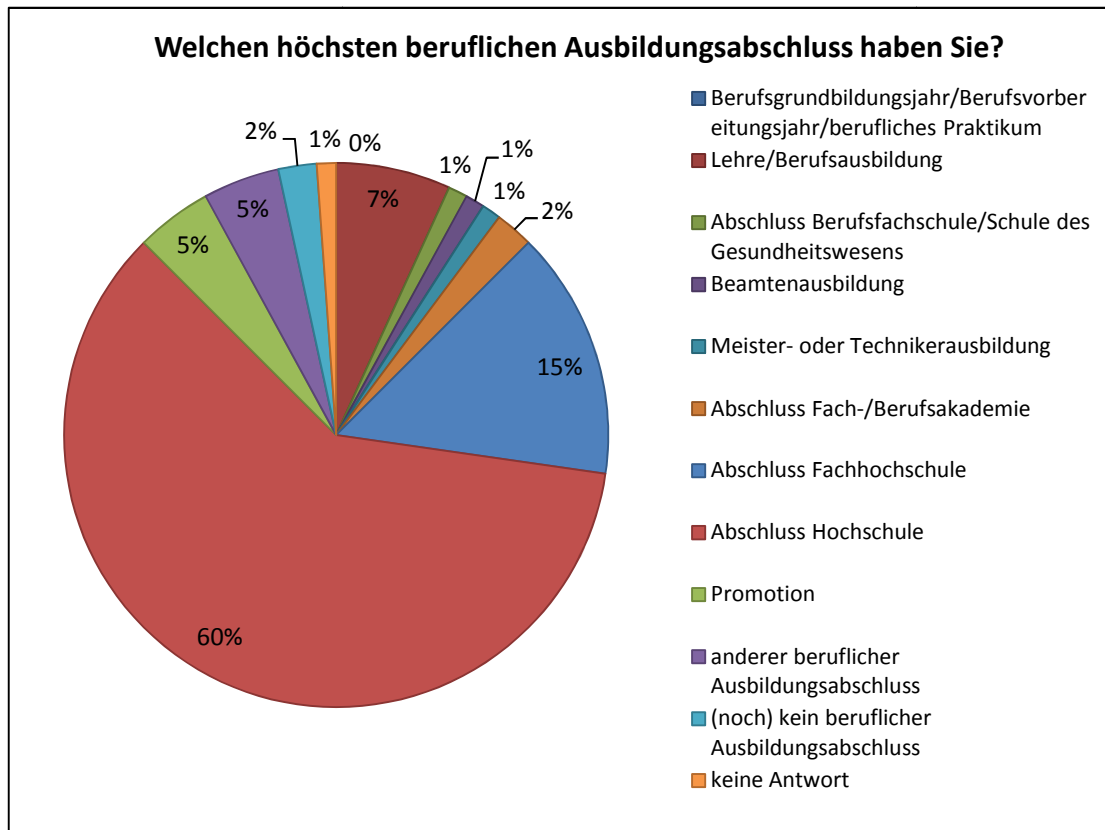


Grafik 4.2



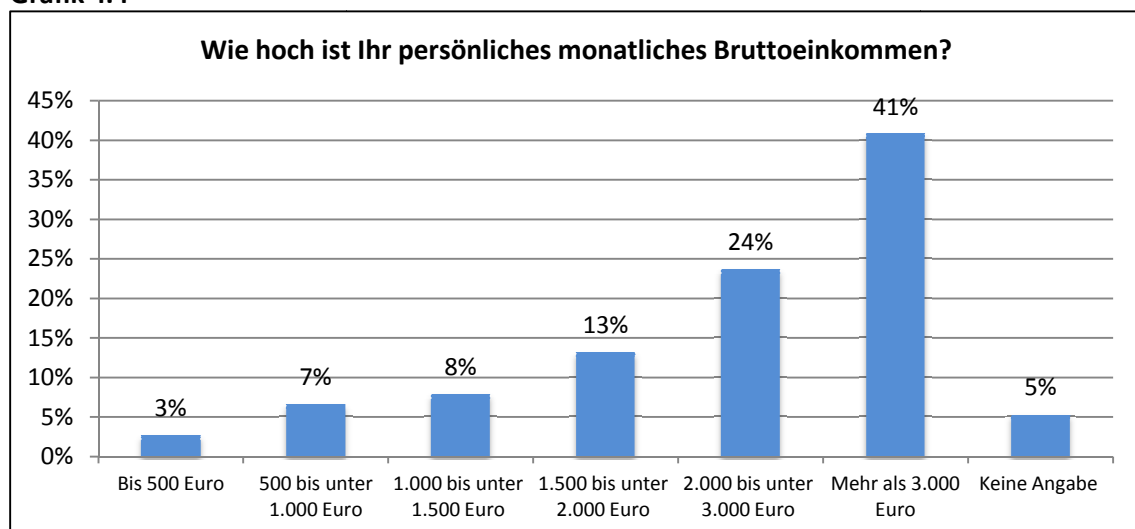
Die Teilnehmer der Onlinebefragung sind überwiegend hochqualifiziert. So besteht der Großteil der Teilnehmer aus akademisch gebildeten Vätern⁴ (vgl. Grafik 4.3): 60% der Befragten haben einen Abschluss einer Universität oder einer wissenschaftlichen Hochschule, 14% haben einen Abschluss einer Fachhochschule und 7% haben eine Lehre oder Berufsausbildung abgeschlossen.

Grafik 4.3



Die Online-Umfrage zeigt auch, dass ein Großteil der Nutzer eher in etwas überdurchschnittlichen ökonomischen Verhältnissen lebt: Ein Drittel der Väter erhält im Monat mehr als 3.000 Euro brutto, fast ein Viertel zwischen 2.000 und 3.000 Euro brutto im Monat (vgl. Grafik 4.4)⁵.

Grafik 4.4

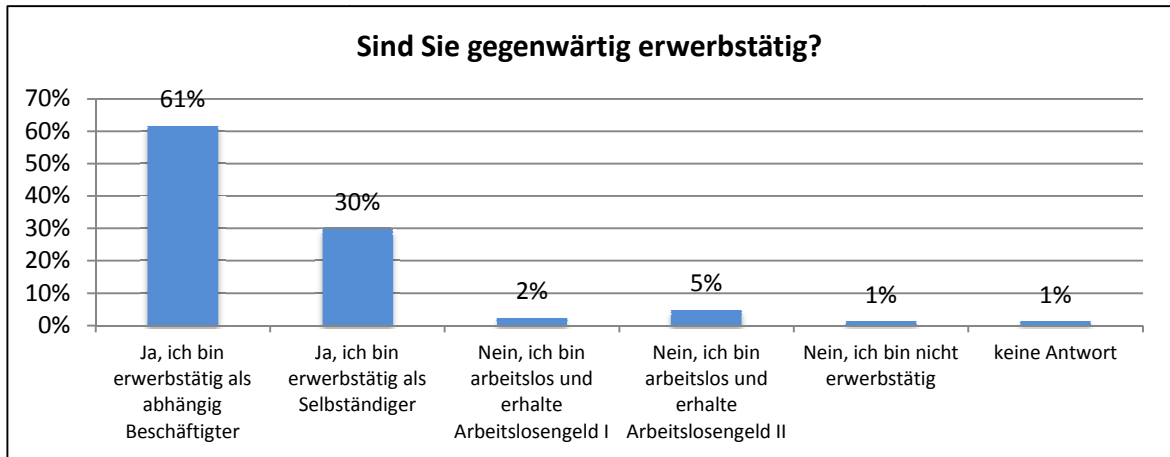


⁴ Hierbei ist anzumerken, dass es immer einen gewissen Bias bei solchen Erhebungen gibt. Gerade höher Qualifizierte nehmen überproportional häufig an solchen Online-Befragungen teil.

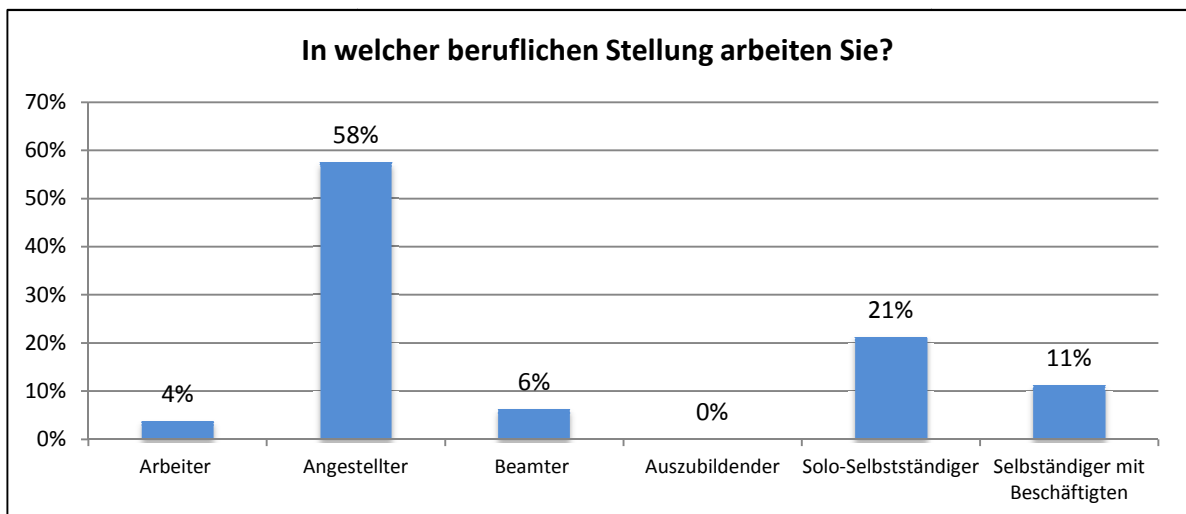
⁵ Bruttomonatsverdienste in Berlin im 3. Quartal 2013 durchschnittlich bei 2.837 EUR.

Die meisten Nutzer des Väterzentrums sind – laut Umfrage – gegenwärtig als abhängig Beschäftigter erwerbstätig (61%) (vgl. Grafik 4.5), davon arbeiten 58% als Angestellte, 5% als Beamte und 4% als Arbeiter (vgl. Grafik 4.6). Knapp ein Drittel der Befragten ist selbstständig (30%), 21% sind Solo-Selbstständige und 11% Selbstständige mit Beschäftigten. Nur 2% sind arbeitslos und bekommen Arbeitslosengeld I, wobei 5% arbeitslos sind und Arbeitslosengeld II erhalten. Nur 2% sind arbeitslos und bekommen Arbeitslosengeld I, wobei 5% arbeitslos sind und Arbeitslosengeld II erhalten. Nur 2% sind arbeitslos und bekommen Arbeitslosengeld I, wobei 5% arbeitslos sind und Arbeitslosengeld II erhalten.

Grafik 4.5



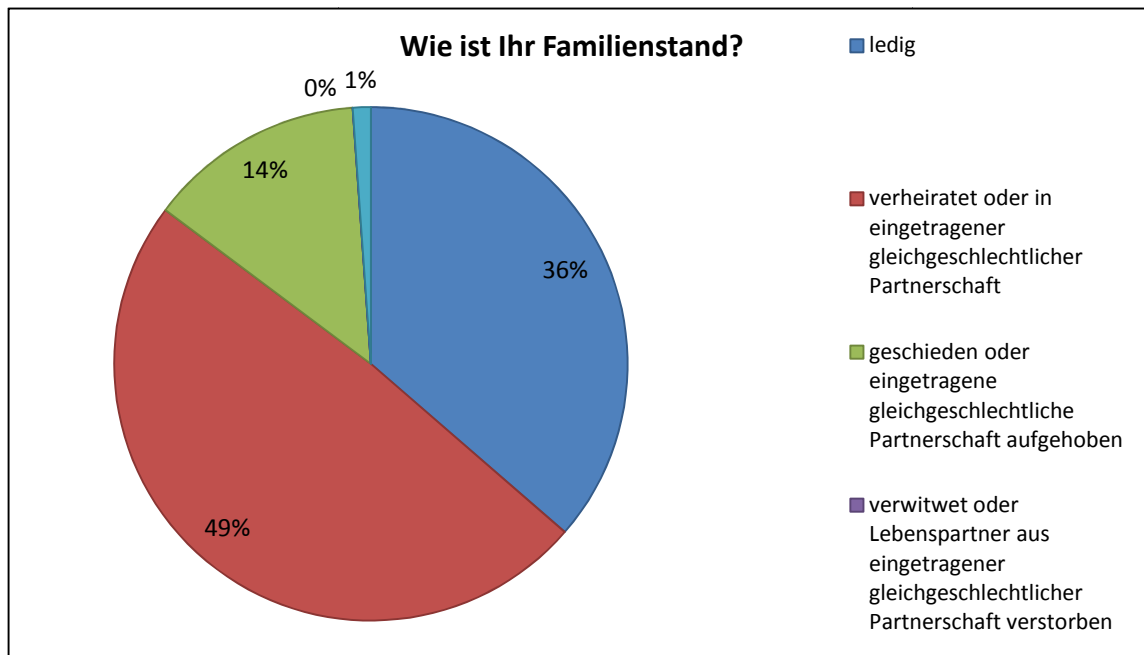
Grafik 4.6



Die Familiensituation der Väter, die ins Väterzentrum kommen, ist demgegenüber eher divers, wie man anhand der Ergebnisse der Online-Umfrage feststellen kann (vgl. Grafik 4.7).

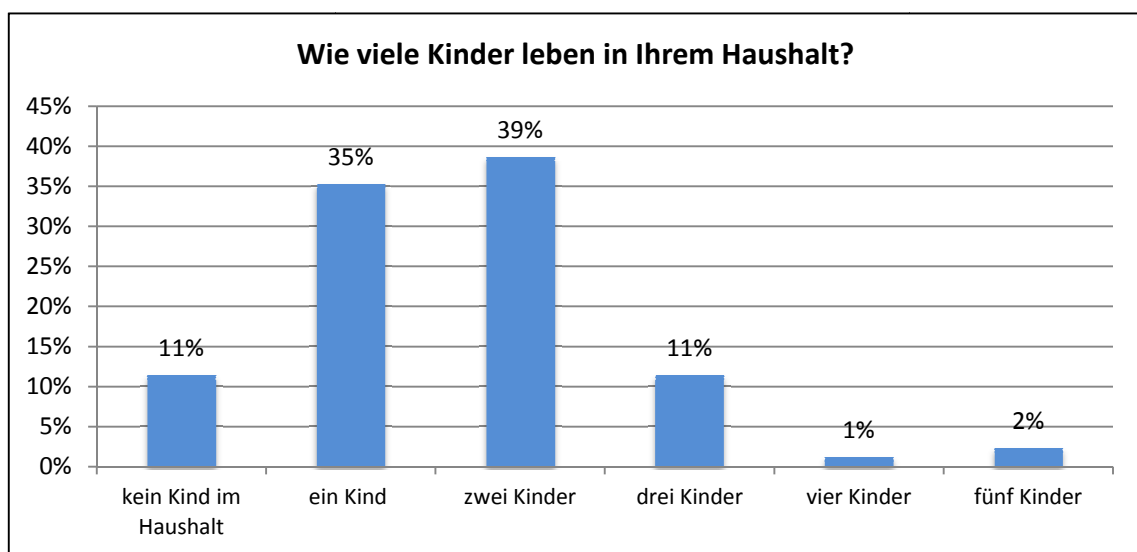
Fast die Hälfte ist verheiratet oder lebt in einer eingetragenen gleichgeschlechtlichen Partnerschaft (49%). Von ihrer/m Partner/in geschieden/getrennt leben 14% und ledig im Sinne von unverheiratet sind 36% der Väter.

Grafik 4.7



Die meisten Teilnehmer (89%) leben dauerhaft oder partiell mit einem oder mehreren Kindern in einem gemeinsamen Haushalt. Das Gros der Befragten lebt mit einem Kind (35%) oder zwei Kindern (39%) zusammen, 11% leben zurzeit vollständig von ihrem Kind getrennt (vgl. Grafik 4.8).

Grafik 4.8

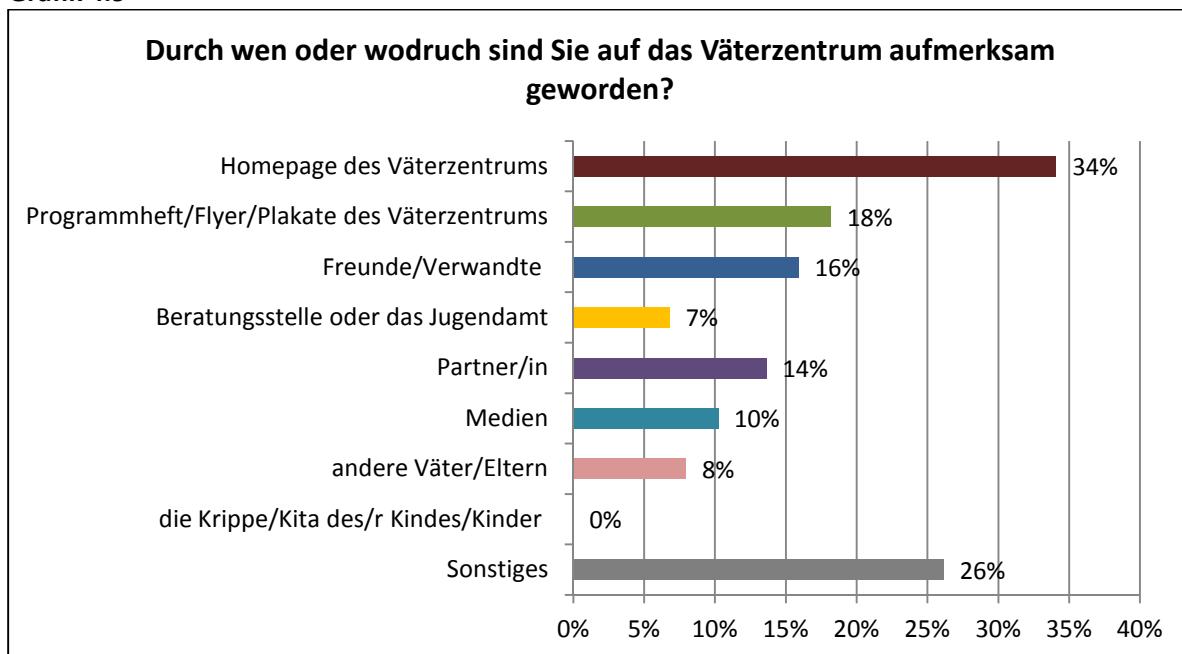


Neben den „harten“ Fakten zu den Vätern aus dem Väterzentrum, die aus der Online-Umfrage generiert werden konnten, zeigen die Ergebnisse der Leitfadenterviews, dass es auch „weiche“ Merkmale gibt, die viele der Väter gemeinsam haben: Sie gehören mehrheitlich in die Kategorie der aktiven Väter. Alle zeichnet aus, dass sie Zeit mit den eigenen Kindern verbringen wollen und Wert auf die Familie legen. Im Väterzentrum sind überwiegend Väter anzutreffen, die länger in Elternzeit gehen, die ein moderneres Rollenbild und Gleichberechtigung in der Partnerschaft leben. Väter mit einer eher (teil-)traditionellen Einstellung, also solche, die Wert darauf legen, dass sie der Hauptnährer der Familie sind/bleiben und die Partner/in für den Haushalt und die Betreuung der Kinder zuständig sein sollte, sind eher unterrepräsentiert.

Wie sind die Väter auf das Väterzentrum aufmerksam geworden?

Es gibt viele Möglichkeiten, auf das Väterzentrum aufmerksam zu werden. In der Online-Befragung konnten die Väter bei der Frage „Durch wen oder wodurch sind Sie auf das Väterzentrum aufmerksam geworden, mehrere Antwortmöglichkeiten ankreuzen. Am Häufigsten gaben die Väter an, über die Werbung bzw. Werbemittel des Väterzentrums von dieser Institution erfahren zu haben, z.B. über die Homepage des Väterzentrums (www.vaeterzentrum-berlin.de) oder durch Flyer und Plakate (vgl. Grafik 4.9).

Grafik 4.9



Häufig wurden auch soziale Kontakte, über die der Zugang zum Väterzentrum erfolgte, genannt: z.B. Freunde/Bekannte, andere Vätern/Eltern oder die Partnerin. In den Leitfadenterviews bemerkten jedoch einige Väter, dass sie sich retrospektiv gewünscht hätten, selber auf das Väterzentrum gestoßen zu sein. Wichtig für die Kontaktaufnahme waren auch die Medien sowie andere Beratungsstellen oder Jugendämter, wo sich Väter, die aufgrund von Trennung oder Scheidung und damit verbundenen Umgangs- oder Sorgerechtauseinandersetzungen Unterstützung gesucht hatten/haben. Ein Großteil der Väter hat in der Online-Umfrage unter „Sonstiges“ angegeben, dass sie durch die räumliche Nähe vom Väterzentrum erfahren haben, da sie in der direkten Nachbarschaft wohnen, vorbeigelaufen sind oder von den Geschäftsführern des Väterzentrums angesprochen worden sind.

Es wird deutlich, dass Empfehlungen von bereits Teilnehmenden, die eigene Werbung sowie die starke Präsenz in den Medien dazu führen, dass immer mehr Väter auf das Väterzentrum aufmerksam werden.

Welche Erwartungen hatten die Väter ans Väterzentrum? Und haben sich diese erfüllt?

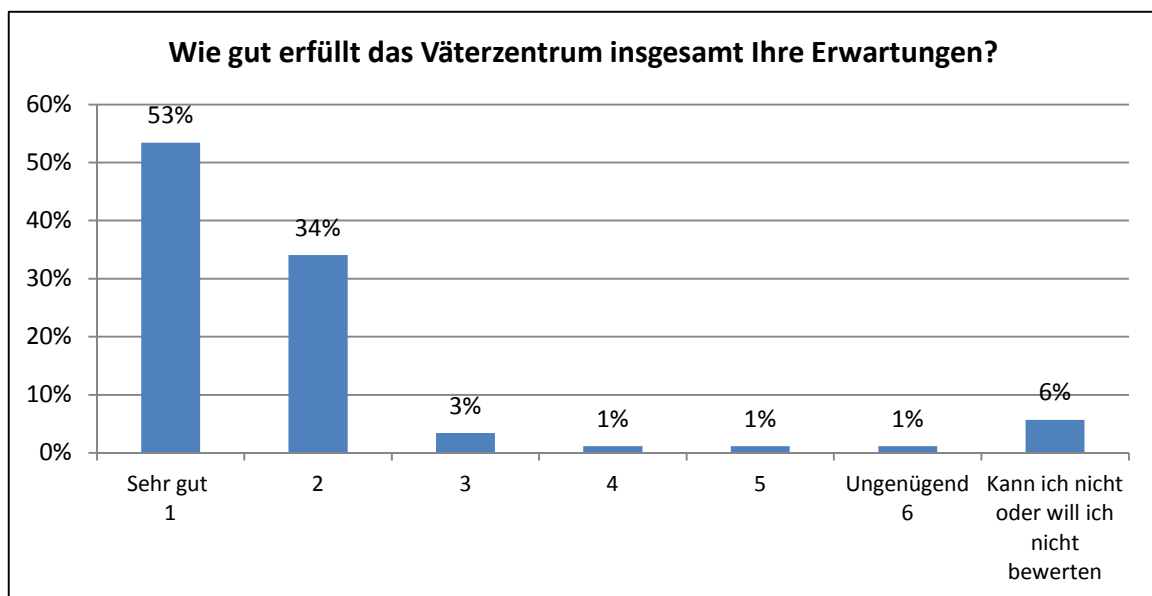
Obwohl mehr und mehr Männer Elterngeld nutzen, also Betreuungsaufgaben übernehmen und sich mit ihrer Rolle als Vater auseinandersetzen, ist vor allem durch die Leitfadenterviews deutlich geworden, dass nach wie vor vielen Vätern der Schritt, bewusst in eine solche Einrichtung wie das Väterzentrum zu gehen, nicht leicht fällt. Ein Großteil der Befragten gab an, dass sie gezögert haben; sie sprachen von einer regelrechten Hemmschwelle, die sie überwinden mussten, bevor sie das Väterzentrum das erste Mal betraten. Ein entscheidender Grund hierfür waren u.a. die Vorurteile, die sie gegenüber den Nutzern des Väterzentrums hatten. „Zu esoterisch“ dachten einige, sei die Stimmung im Väterzentrum, ein „Softie-Betroffenen-Laden“ war es für andere. Einige hatten die Be-

fürchtung, dass es nicht ihrem Rollenverständnis entspricht oder, dass dort ein „Haufen Männer zusammenhockt“, bei denen eher beruflichen Dinge eine große Rolle spielen.

Doch sowohl in den Leitfadeninterviews und den Gruppendiskussionen als auch in der Online-Umfrage gaben die Väter an, dass ihre Erwartungen sehr gut erfüllt wurden und sie positiv überrascht vom Väterzentrum waren (vgl. Grafik 4.10). Sie nahmen das Väterzentrum und insbesondere das Papa-Café als ein angenehmes, niedrigschwelliges Angebot war, welches insbesondere Väter in der Elternzeit abholt. Es ist für sie eine Begegnungsstätte, wo „alle gleich sind, wo es keinen Status mehr gibt“, wo es um das Private, das Familiäre geht und man interessante Charaktere kennenlernt, mit denen man auch über das Väterzentrum hinaus Kontakt hat/haben kann. Es gibt ihnen die Möglichkeit, unterschiedliche Lebenssituationen und Vaterrollen kennenzulernen (bspw. späte Väter, Patchwork-Familien etc.) und auch mal ohne ihre Partner/innen unter sich in einer „männliche Welt“ zu sein. Dementsprechend sehen einige Väter das Väterzentrum als Pendant zu herkömmlichen Familienzentren oder Krabbelgruppen. Sie fühlen sich dort aufgehobener und weniger von anderen Frauen „belauscht und beobachtet“. Sie schätzen die Leichtigkeit, mit denen die Geschäftsführer den Vätern gegenüber auftreten und Gesprächsrunden oder Diskussionen moderieren sowie die vielen Hilfestellungen und Kontakte, die sie über die beiden bekommen.

Gerade die Teilnehmer der Gruppendiskussion, die sich in einer Trennungsphase befinden, äußerten eine sehr hohe Zufriedenheit mit dem Gesprächs- und Beratungsangebot des Väterzentrums. Befinden sich Väter in einer privaten Umbruchsituation, die oftmals auch eine Verunsicherung der eigenen Persönlichkeit mit sich bringt – so der Tenor der Diskussion – existieren kaum adäquate Unterstützungsangebote in der Stadt, zumindest keine in vergleichbarer Qualität.

Grafik 4.10



Trotz anfänglicher Scheu und Skepsis, ist das Väterzentrum für viele der Väter zu einem wichtigen Anlauf- bzw. Treffpunkt geworden, wo Vaterschaft gelebt wird und neben der Möglichkeit, sich untereinander auszutauschen oder Beratung in Anspruch zu nehmen, auch einfach Freizeit mit dem/n Kind/ern verbracht werden kann.

Was hat die Väter angesprochen? Was war die Motivation das Väterzentrum zu nutzen?

Für mehr als die Hälfte der Väter, die an der Online-Umfrage teilgenommen haben, ist die Möglichkeit, sich mit anderen Vätern im Väterzentrum auszutauschen sehr wichtig (vgl. Grafik 4.11). Insbe-

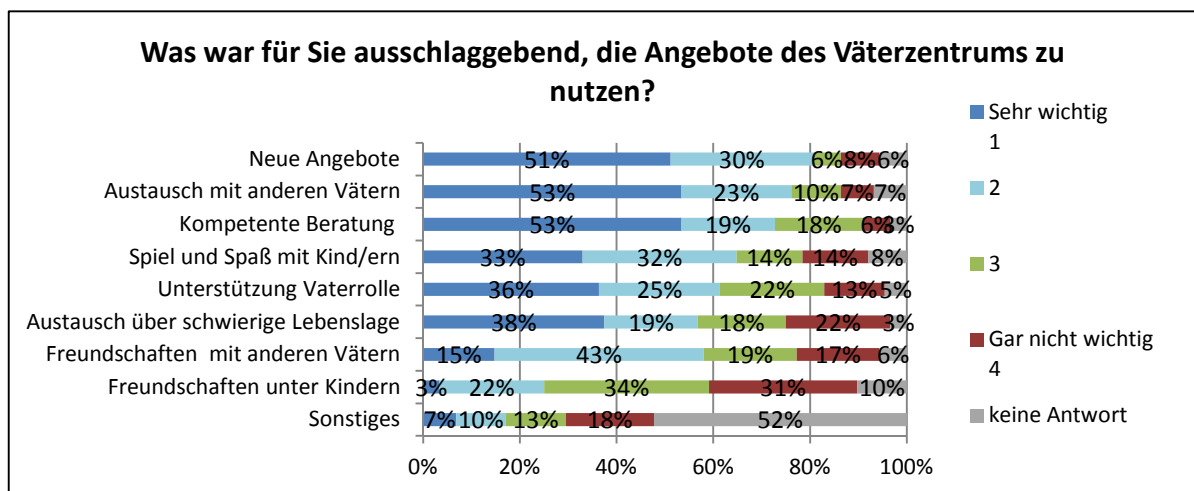
sondere das Papa-Café, als ein kontinuierliches und niederschwelliges Angebot, ist ein wichtiger Anreiz für viele Nutzer.

Etliche Väter hatten die Erfahrung gemacht, in Krabbel- oder anderen Kleinkindgruppen oft als einziger Vater nicht erwünscht zu sein, denn laut den Aussagen der befragten Väter ist es immer noch eine ungewöhnliche Situation für andere Mütter, wenn ein Vater an solchen Aktivitäten teilnimmt bzw. Elternzeit nimmt. Die meisten Programme oder Gruppen sind hauptsächlich für Mütter und ihre Kinder ausgelegt und die hier befragten Väter fühlten sich fehl am Platz. Deshalb ist das Väterzentrum und vor allem das Papa-Café für viele Nutzer eine ideale Möglichkeit Gleichgesinnte bzw. überhaupt andere Väter zu treffen. Dort können sie sich unterhalten und es gibt Programm für die Kinder. Es ist also ein Ort, wo sie sich „als Väter aber auch als Männer wohlfühlen können“.

Spaß mit dem/n Kind/ern zu haben, die gemeinsame Zeit zu gestalten und das/die Kind/er aufgehoben zu wissen, sind für viele Väter, insbesondere während der Elternzeit, wichtige Motivationsgründe, um in das Väterzentrum zu kommen. Die Kinder können soziale Kontakte knüpfen und die Väter „auch mal durchatmen“, denn beim gemeinsamen Frühstück gibt es immer jemanden, der aufpasst.

Viele wenden sich zudem ans Väterzentrum aus einer Notsituation heraus, z.B. um Unterstützung in Trennungsphasen oder Hilfe bei einem Umgangs- oder Sorgerechtsstreit zu bekommen. Für diese Väter sind die kompetente Beratung sowie der Austausch mit Vätern, die sich in ähnlichen (schwierigen) Lebenslagen befinden, von großer Bedeutung. Viele motiviert es außerdem, das Väterzentrum zu nutzen, da sie in ihm ein Beteiligungskonzept sehen, welches die Annahme der eigenen Rolle als Vater fördert und somit zu einer gesellschaftlichen Entwicklung beiträgt.

Grafik 4.11



Festzuhalten ist, dass die Nutzer des Väterzentrums hauptsächlich diese Art von Familienbildungsstätte nutzen, da sie sich dort ungezwungen mit anderen Vätern austauschen können, spannende Angebote für sich und das/die Kind/er vorfinden und kompetente Beratung und Unterstützung in verschiedenen Bereichen nutzen bzw. erfahren können.

Welche Angebote sind am beliebtesten bzw. am wichtigsten?

Die Mehrheit der Väter (53%), die an der Online-Umfrage teilgenommen hat, nutzt primär und auch regelmäßig das Papa-Café, wo jeden Donnerstagvormittag (10-12 Uhr) ein Frühstück für Väter und ihre Kinder angeboten wird (vgl. Grafik 4.12). Dort treffen sich überwiegend Väter, die in Elternzeit sind, meist mit Kindern zwischen 6 und 12 Monaten, die mit anderen Kindern sowie Vätern Zeit verbringen und sich in einem „geschützten Raum“ informieren und austauschen wollen.

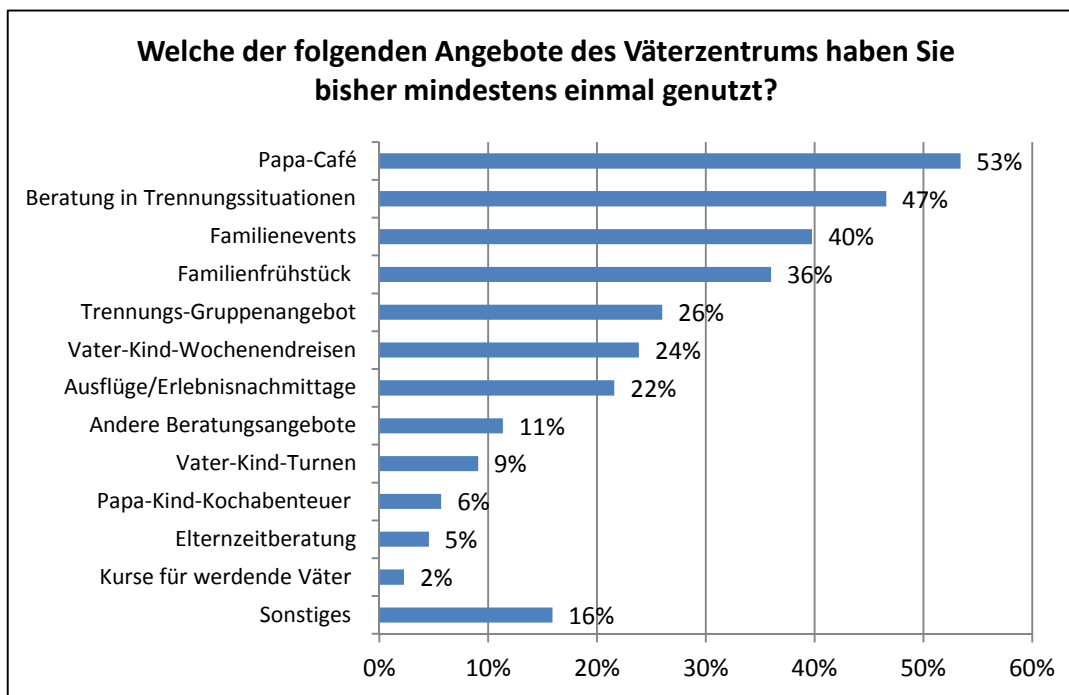
Aber auch das Familienfrühstück, welches immer samstags zwischen 10 und 13 Uhr im Väterzentrum veranstaltet wird und offen für die ganze Familie ist, erfreut sich einer großen Beliebtheit (36%). Vor allem im Winter nutzen die Väter dieses Angebot gerne, um mit ihren Kindern und ab und zu auch mit den Partner/innen zusammen zu frühstücken, zu spielen und zu relaxen.

Genauso gut besucht sind Familienevents, wie z.B. die Papa-Party, die Lange Nacht der Familie, Kickerturniere und der „Große Preis vom Prenzlauer Berg“, ein Carrerabahnrennen, bei dem ein Renn-Abend ausschließlich für die Väter reserviert ist. Diese Angebote nutzen 40% der befragten Väter. Die mittlerweile sieben Papa-Kind-Reisen pro Jahr, mit thematischen Schwerpunkten und Titeln wie „großer Büffel – kleiner Büffel“ oder „Leben wie die Indianer“ für Kinder im Alter von 3-12 Jahren oder das neue Format „Abschied von der Kindheit“ für Väter und ihre pubertierenden Söhne (ab 12 Jahre) sind ebenso gut nachgefragt (24%) und meist schon im Vorjahr ausgebucht. Denn hier können auch berufstätige Väter teilnehmen, die unter der Woche keine Zeit haben andere Angebote zu nutzen. Beliebt ist dieser Kurz-Urlaub, da die Väter es genießen, auch mal ein Wochenende allein mit den Kindern, „draußen in der Natur zu sein“ und in netter Atmosphäre z.B. abends am Lagerfeuer die Gelegenheit zu bekommen „in das Vatersein anderer reinzuriechen“ und den Alltag zu vergessen. Andere Aktionen, wie z.B. das Weihnachtsbaumschlagen, Ausflüge und Stadtrallies, Kochkurse für Väter mit Kleinkindern, Erste-Hilfe-Kurse oder die Fußballgruppe, die sich außerhalb des Väterzentrums im Sommer trifft, sind zudem populär unter den Nutzern. Weniger bekannt ist der Crashkurs für werdende Väter. Daran nehmen bis jetzt relativ wenige Väter teil (2%), da viele das Väterzentrum erst durch den Besuch des Papa-Cafés während ihrer Elternzeit kennenlernen.

Im Väterzentrum gibt es aber nicht nur Väter mit einer intakten Familiensituation, weshalb sich insbesondere das Beratungsangebot für Väter in und nach einer Trennung bzw. Krisensituation großer Beliebtheit erfreut. Fast die Hälfte der Befragten (47%) hat dieses Angebot schon einmal genutzt. In sogenannten „Strategiegesprächen“ werden gemeinsam alltagstauglichen Lebens- und Wohnmodelle bzw. Umgangsmodelle sowie Lösungen entwickelt für einen bewussteren Umgang mit dem Thema. Die befragten Väter gaben an, dass sie es sehr schätzen, kompetente und ausgebildete Leute im Hintergrund zu haben, „die nicht nur Frühstück machen“, sondern insbesondere in schwierigen Situationen mit Rat und Tat den Vätern zur Seite stehen. Neben der Beratung gibt es zudem ein Gruppenprogramm „Getrennt vom Kind- Stark und verantwortlich“, welches auch für Väter nach Trennungen konzipiert ist. Ein Viertel der Väter, die bei der Online-Umfrage mitgemacht haben (26%), haben an diesem Kurs teilgenommen, bei dem an mehreren Abenden in moderierten Gesprächsrunden, Rollenspielen und Strategiegesprächen Erfahrungen ausgetauscht und Ziele definiert werden sowie mehr (Selbst-)Bewusstsein für die eigene Situation geschaffen wird. Hervorgehoben wird dort der konstruktive Ansatz der Verantwortlichen, die, so ein Teilnehmer der Gruppendiskussion, „zum Glück keinen antifeministischen Kurs fahren bei denen die Frauen die Bösen und die Männer die Opfer sind“. Andere Beratungsangebote wie z.B. die Kinderarztsprechstunde oder die Elternzeitberatung, welche seit 2013 nicht mehr vom Väterzentrum, sondern von KOBRA e.V. durchgeführt wird, nehmen deutliche weniger Männer in Anspruch (11%).

Die gleichstellungsorientierte und offene Atmosphäre, die im Väterzentrum vorherrscht, spüren auch die Besucherinnen. Viele Partner/innen nutzen gerne die verschiedenen Angebote des Väterzentrums, wie z.B. ein Männer-Verständniscoaching für Frauen oder die Elternzeitberatung.

Grafik 4.12



Resümierend ist festzustellen, dass folgende Angebote des Väterzentrums die beliebtesten sind: das Papa-Café, das Familienfrühstück am Samstag sowie Familienevents, wie das Carrerabahnrennen. Genauso häufig frequentiert und wichtig ist die Beratung für Väter in Trennungssituationen. Hier besitzt das Väterzentrum berlinweit, zumindest in Bezug auf die Qualität und die inhaltliche Ausrichtung, ein Alleinstellungsmerkmal.

Welche Themen werden im Väterzentrum angesprochen/diskutiert?

Neben praktischen Fragen zu dem/n Kind/ern und Familie (Kitaplatz, Schule, Gesundheit, Tipps für Aktivitäten usw.) ist der Erfahrungsaustausch zu berufsbezogenen Themen vielen Vätern im Väterzentrum sehr wichtig (Wie gehen die Arbeitgeber mit Elternzeit-Wünschen von Männern um? Welche unterschiedlichen Elternzeit-Modelle gibt es? Wie funktioniert der Wiedereinstieg? usw.). Auch persönliche Themen z.B. wie die Ergebnisse der Fußball-Champions-League aussehen, spielen eine Rolle in den Gesprächen zwischen den Vätern.

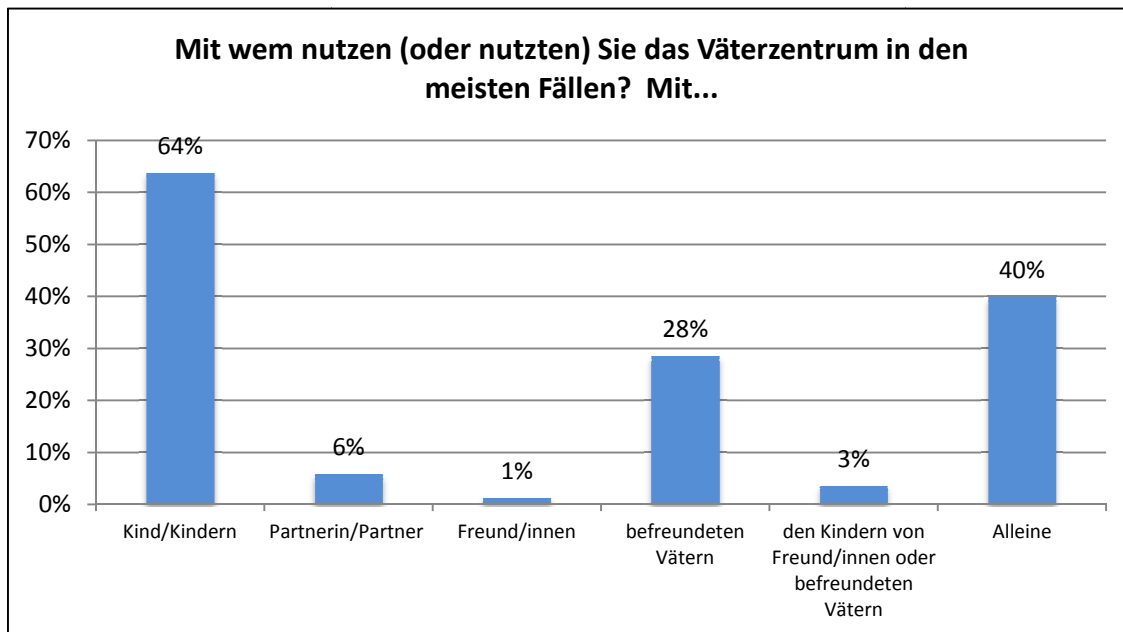
Mit wem nutzen die Väter das Väterzentrum?

Grundsätzlich besuchen Väter das Väterzentrum laut der Online-Umfrage entweder zusammen mit ihren Kindern (63,6%), mit befreundeten Vätern (28,4%) oder alleine (39,8%) (vgl. Grafik 4.13). Nur 5,7% der Väter gaben an, dass sie zusammen mit ihrer/m Partner/in Angebote des Väterzentrums nutzen. Partner/innen sind gelegentlich bei Aktivitäten, Feierlichkeiten oder beim Familiencafé dabei; 80% der Veranstaltungen finden aber ohne Frauen statt.

In den Leitfadenterviews wurde deutlich, dass den Vätern es sehr wichtig ist, dass das Väterzentrum ein „Rückzugsraum“ ausschließlich für Männer ist und bleibt. Es ist zwar keine Institution, die sich gegen Frauen ausspricht, aber primär als ein Freiraum für Männer/Väter gedacht ist und das auch ausstrahlt. Es ist ein Platz „wo ein Mann bzw. Vater recht ungezwungen Mann bzw. Vater sein kann“.

Von den befragten Vätern, gab ein überwiegender Teil an, dass ihre (Ex-)Partner/innen es sehr befürworten und schätzen, dass sie das Väterzentrum nutzen und unter anderem dort Zeit mit ihrem/n Kind/ern verbringen und sich für die Familie engagieren.

Grafik 4.13



Gelingt es dem Väterzentrum, sich für eine fürsorgliche und engagierte Vaterschaft einzusetzen?

Dass das Väterzentrum ein wichtiger Baustein in Bezug auf die Neubewertung der Vaterrolle und Familie im Allgemeinen ist, ist sowohl in den Leitfadeninterviews als auch in den beiden Gruppendiskussionen sowie bei der Online-Umfrage sehr deutlich geworden. Es unterstützt Väter dabei, sich ihrer Rolle als Vater bewusst(er) zu werden, sie zu hinterfragen und neu zu definieren (vgl. Grafik 4.14). Im Väterzentrum werden nicht nur Probleme z.B. in der Familie angesprochen und diskutiert, sondern es geht darüber hinaus darum, ein neues Denken in der Gesellschaft zu etablieren. Zwar nutzen offenkundig überwiegend Väter die Angebote des Väterzentrums, bei denen das Interesse, Zeit mit ihren Kindern zu verbringen, ausgeprägter ist als im allgemeinen gesellschaftlichen Vergleich, jedoch erhalten sie weitere Anregungen und die Möglichkeit, sich mit Erfahrungen von anderen auseinanderzusetzen. Dadurch entsteht letztlich eine gewisse Dynamik unter den Vätern, sich als fürsorglicher, aktiver Vater „beweisen zu können“ und dennoch das Gefühl vermittelt zu bekommen, „normal“ zu sein, „kein Exot“ zu sein und seine Väterrolle so leben zu dürfen.

Viele Väter, die über das Papa-Café ins Väterzentrum gekommen sind, fühlen sich eng mit der Institution und den Menschen verbunden und engagieren sich heute vermehrt auf Festen und Veranstaltungen des Väterzentrums, stellen Kontakte her z.B. zu möglichen Groß-Spendern, helfen aktiv bei der Verschönerung der Räumlichkeiten mit und beschäftigen sich auch außerhalb des Väterzentrums mit familienpolitischen Fragen. Vor allem das große Medieninteresse am Väterzentrum spornt die Väter an, da sie dadurch die Bestätigung bekommen, „etwas bewegen zu können“.

Denn ein aktives, bewusstes Vatersein, sich in die Rolle hineinbegeben und das gegenüber Freunden/Eltern/Arbeitgeber/innen/Kolleg/innen zu behaupten, ist für viele Väter nach wie vor nicht einfach. Für einen Großteil der Väter ist es schwer, insbesondere auf der Arbeit zu der Rolle als Familienvater zu stehen und ihre Wünsche bzgl. Elternzeit oder Arbeitszeit zu thematisieren. In vielen Fällen stoßen sie auf Vorbehalte und wenig Akzeptanz. Doch gerade der Austausch mit Gleichgesinnten und der Input durch die fachliche Beratung (z.B. Elternzeitberatung) im Väterzentrum, ermutigen die Väter, die Vaterrolle anzunehmen und das auch nach außen zu kommunizieren (vgl. Grafik 4.14).

Das Väterzentrum hilft zudem Vätern dabei, den schwierigen Schritt zu gehen, Gleichstellung in Bezug auf Familie und eine Anerkennung als Vater gegenüber der eigenen Partner/in einzufordern. Denn als Mann und Vater für seine Interessen in einer Partnerschaft einzustehen, ist heute noch nicht selbstverständlich. Eine Reihe der Befragten äußerten den Wunsch, auch in das „Herrschaftsgebiet der Frauen“ eindringen zu dürfen und allgemein mehr Akzeptanz von ihren Partner/innen bzw. Frauen dafür zu bekommen, dass auch Männer Hausmann sein und Kinder betreuen wollen.

Das Väterzentrum ist deshalb vor allem ein Katalysator, der Väter dabei unterstützt, an verschiedenen Stellen für ihre Rechte zu kämpfen, der ihnen das positive Gefühl gibt, etwas Besonderes, Neues zu machen und das auch ganz selbstbewusst nach außen zu tragen.

Wie wirken sich die Besuche im Väterzentrum auf die eigene Vaterschaft bzw. auf die Familie der Väter aus?

Die intensive gemeinsame Zeit mit dem/n Kind/ern, die automatisch zu einer engeren Bindung zwischen Vater und dem/n Kind/ern führt, heben viele der Väter in den Leitfadeninterviews hervor. Sie schätzen die „Primetime“, die sie mit ihren Kindern in einem angenehmen Umfeld genießen dürfen, ohne sie mit jemand anderem teilen zu müssen. Sie sehen auch, wie wertvoll es sein kann, die Familie ins Zentrum zu stellen und was sie dafür zurückbekommen.

Das Väterzentrum unterstützt ihre Nutzer dabei, sich mit dem eigenen Bild von Männlichkeit und Väterlichkeit auseinanderzusetzen (Was hieß vorher, Mann zu sein und was nach Geburt der Kinder?) und zeigt auch den Kindern auf, wie unterschiedlich Familienkonstellationen aussehen können. Im Umgang mit der Unsicherheit als Vater, einen neuen Weg zu gehen, nämlich eine gleichberechtigtere Partnerschaft zu leben, in der sich Kinderbetreuungsaufgaben untereinander aufgeteilt werden, und damit selbstbewusster umzugehen, empfinden die Väter das Väterzentrum als eine wichtige Stütze.

Zu sehen, dass auch andere Väter sowie Mütter Schwierigkeiten haben, z.B. in der Erziehung der Kinder, in der Partnerschaft, mit dem Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf, ist für viele Väter beruhigend und lässt sie dadurch gelassener mit ihrer Situation umgehen.

Insbesondere den Vätern, die sich in problembehafteten familiären Situationen befinden (z.B. Beziehungskrise, Trennung), hat der Austausch mit Gleichgesinnten den Rücken gestärkt, mehr Sicherheit gegeben, mit ihrer Lage umzugehen, und den Konflikt wieder auf eine sachliche Ebene zu bringen.

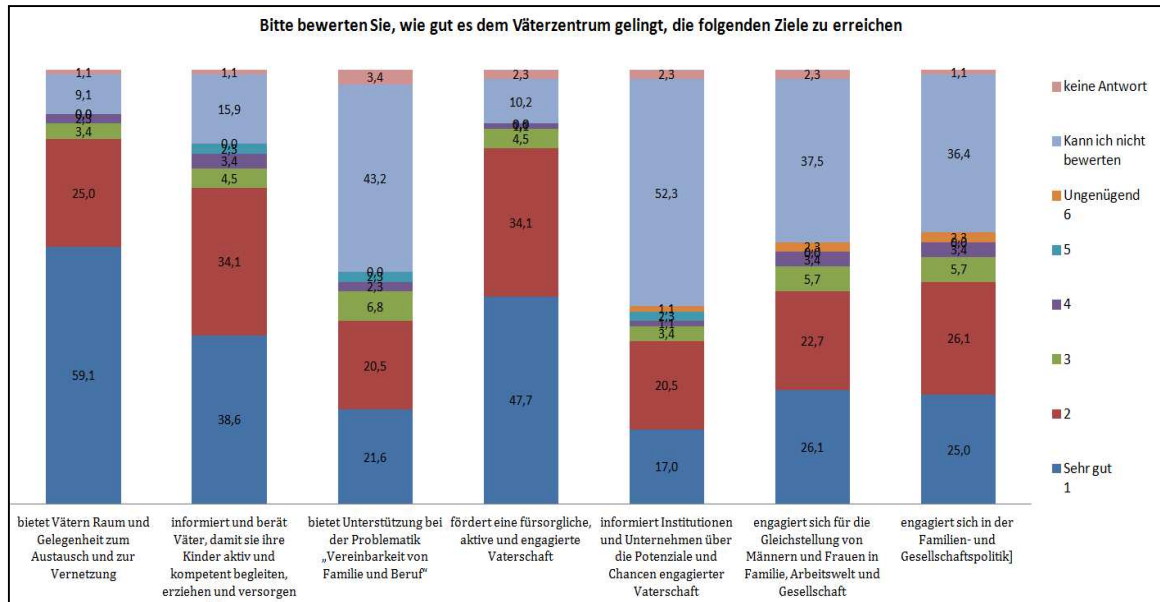
Die Auswertung der Leitfadeninterviews zeigt, dass sich die Besuche im Väterzentrum durchweg positiv auf die eigene Vaterschaft der Väter und ihre Rolle innerhalb der Familie auswirken. Sie werden angeleitet, sich mit ihrem Bild von Männlichkeit und ihrer Rolle als Vater auseinanderzusetzen, bekommen Unterstützung, um Schwierigkeiten z.B. in der Partnerschaft oder in Bezug auf Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu meistern und können gemeinsame Zeit mit ihrem/n Kind/ern genießen.

Welchen gesellschaftlichen Nutzen hat das Väterzentrum insgesamt für Berlin?

In den letzten Jahren hat sich in Deutschland eine gesellschaftliche Entwicklung vollzogen, hin zu mehr Engagement von Vätern in der Familie; sie nehmen mehr und länger Elternzeit, verkürzen ihre Arbeitszeit, um mehr mit der Familie zusammen sein zu können und stehen bewusst zu ihrer Vaterschaft. Doch nach wie vor werden Väter mit dieser „neuen Art“ von Verantwortung allein gelassen und stoßen in vielerlei Hinsicht auf Widerstand. Dies zeigt nach Meinung der Befragten, wie wichtig ein solcher Anlaufpunkt wie das Väterzentrum für Väter bzw. Männer ist. Immer noch ist in der deutschen Gesellschaft ein eher traditionelles Rollenmodell (Mann = Ernährer, Frau = Hausfrau) stark verankert. Ein Großteil der Befragten sieht deshalb das Väterzentrum als wichtiges „Instru-

ment“, welches zur Auflockerung dieser „verkrusteten“ Rollenvorstellungen beiträgt und den Prozess beschleunigt. Es unterstützt die Väter dabei, ihre Rolle als Vater zu hinterfragen und diese im Spannungsfeld Gesellschaft, Familie, Arbeit zu definieren (vgl. Grafik 4.14). Das Väterzentrum steht für ein Gesellschaftsbild, welches Väter und Mütter bzw. Männer und Frauen „auf Augenhöhe“ sieht.

Grafik 4.14



Darüber hinaus hat es den Anspruch, Väter und Mütter in Konflikten zusammenzuführen, eine tragfähige Basis zu finden und ihnen zu verdeutlichen, dass diese Konflikte nicht auf dem Rücken der Kinder ausgetragen werden sollten (vgl. Grafik 4.14). Die Väter sehen im Väterzentrum „einen Verbündeten“, der ihnen einerseits hilft und sie ermutigt, im Alltag Verantwortung zu übernehmen, andererseits aber auch aufzeigt, wenn sie Fehler begangen haben.

Das Väterzentrum ist für seine Nutzer eine Art „Sprachrohr“, welches sich in der Öffentlichkeit für die Interessen der Väter einsetzt und Probleme wie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf auf die politische Agenda ruft (vgl. Grafik 4.14). Durch die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen, Firmen und Multiplikatoren schafft es ein Bewusstsein für die Situation der Väter und erzielt eine Wirkung weit über die Grenzen Berlins hinaus. Denn durch seine Vorreiterrolle ist das Väterzentrum ein Ort medialer Aufmerksamkeit und wird als „Best-Practice-Beispiel“ nicht nur in deutschlandweiten Medien, sondern auch in Zeitungen und Fernsehbeiträgen in anderen europäischen Ländern diskutiert (s. Kapitel 6). Zudem wurde das Väterzentrum als ausgewählter Ort im Land der Ideen 2009 ausgezeichnet und für den Karl-Kübel-Preis 2010 nominiert.

Festzuhalten ist, dass das Väterzentrum, als Familienbildungsstätte, welche als Anlaufstelle primär für Väter und ihre Kinder gedacht ist, einen einzigartigen Charakter in Berlin bzw. in ganz Deutschland aufweist und bis jetzt völliges Neuland beschritten hat. Ob „Verbündeter“, „Sprachrohr“, „Instrument zur Auflockerung von verkrusteten Rollenbildern“ oder einfach nur „Krabbelgruppe für Väter“; das Väterzentrum ist für alle befragten Väter eine Möglichkeit, in entspannter Atmosphäre ihre Vaterrolle auszuleben. Es wird deshalb sehr geschätzt und ist nicht mehr aus dem Alltag der Väter wegzudenken.

5. Die Sicht der Experten

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Experteninterviews dargestellt. Diese wurden mit dem Organisationsberater und Geschäftsführer des Väterexpertenetz Deutschland e.V. Hans-Georg Nelles

und dem ehemaligen Vorsitzenden des Berliner Beirats für Familienfragen und Staatssekretär im Familienministerium a.D. Peter Ruhenstroth-Bauer durchgeführt.

Das Väterzentrum als Familienbildungsstätte

Dass das Väterzentrum „bundesweit bzw. im deutschsprachigen Raum ein Leuchtturm-Projekt“ (Nelles, 00:00:30) ist, darüber sind sich die befragten Experten einig. Als einzige Familienbildungsstätte, die sich primär auf Väter und ihre Kinder konzentriert und ihnen Unterstützung in vielerlei Hinsicht bietet, ist das Väterzentrum einzigartig. Diese „zielgruppengenaue Ansprache“ für Väter, gibt es laut Ruhenstroth-Bauer sonst nicht in Berlin, „was dem Väterzentrum einen Sonderstatus verleiht.“ (Ruhenstroth-Bauer, 00:00:25).

Dies ist insbesondere der Tatsache geschuldet, dass es bis heute kein flächendeckendes Angebot speziell für Väter gibt (z.B. Geburtsvorbereitungskurse oder Beratungsangebot für Väter in Krisensituationen) und sich die Angebote von Familienbildungsstätten immer noch in erster Linie an Mütter richten. Die befragten Experten betonten deshalb, wie unabdingbar es ist, dass es eine Institution wie das Väterzentrum gibt, da nicht alles von den herkömmlichen Familienzentren/-bildungsstätten abgedeckt werden kann und diese nicht differenziert genug sind.

„Es ist wichtig“, so Nelles, „Vätern nicht nur akut z.B. in Trennungssituationen durch Beratung zu helfen, sondern auch prophylaktisch vorzugehen, also im Rahmen von Familienbildung auf Väter zuzugehen.“ (Nelles, 00:03:50). Dass dies dem Väterzentrum gelingt, zeigen die steigenden Besucherzahlen vor allem im Papa-Café (s. Kapitel 3), welches eine gute Möglichkeit bietet, sich mit anderen Vätern über die Erziehung der Kinder, Partnerschaft, familiärer Alltag aber auch über Berufliches oder Hobbies auszutauschen, sich über bestimmte Themen zu informieren und „Quality-Time“ mit seinem/n Kind/ern zu verbringen.

Das Väterzentrum als Vorreiter

In den Interviews stimmen beide Experten überein, dass das Väterzentrum aufgrund seines Leuchtturmcharakters eine entscheidende Vorreiterrolle inne hat und als „Best-Practice-Beispiel“ für funktionierende Familienbildungsarbeit gilt, bei der Väter bzw. Männer mit einbezogen werden. Schon viele andere Bezirke in Berlin, aber auch Gemeinden und Städte in anderen Teilen Deutschlands haben bereits reges Interesse bekundet ähnliche Zentren/Institutionen zu gründen. Notwendig dafür ist vor allem eine gute und breite Öffentlichkeits- und Lobbyarbeit, „wofür das Väterzentrum“ laut Nelles „ein erfolgreiches und gutes Beispiel ist.“ (Nelles, 00:05:12).

Die Experten finden es jedoch bedauerlich, wie wenig sich bis jetzt im Bereich der Väterförderung bewegt hat und dass es in einer Metropole wie Berlin nur einen dieser Ansprechpunkte gibt.

Das Väterzentrum unterstützt fürsorgliche und engagierte Vaterschaft

Neben den befragten Vätern (s. Kapitel 4), sind sich auch die Experten sicher, dass es dem Väterzentrum gelingt, eine fürsorgliche und engagierte Vaterschaft zu unterstützen. Nach Nelles, kann man dies auf zwei Ebenen betrachten: Einerseits hat das Väterzentrum durch seine enorme mediale Präsenz eine Art Vorbildfunktion, „denn es braucht nicht nur Bilder, sondern auch Vorbilder, damit mehr Väter bzw. Männer ein solches Angebot nutzen“ (Nelles, 00:08:10). Andererseits macht das Väterzentrum „fürsorgliche und engagierte Vaterschaft erlebbar“ (Nelles, 00:08:27) und zeigt unterschiedliche Lebenssituationen auf, an denen sich Väter orientieren und ihre Rolle als Vater greifbarer machen können.

„Die Leiter und Mitarbeitenden des Väterzentrums“ – so Nelles – strahlen dies auch glaubwürdig aus und erteilen nicht mit erhobenem Zeigefinger „Lektionen“, sondern zeigen, dass engagierte Vaterschaft auch erstrebbar ist und jeder Vater „das schaffen kann“ (Nelles, 00:10:05).

Der gesellschaftliche Nutzen des Väterzentrums

Dass das Väterzentrum wichtige und sehr gute Arbeit leistet, steht laut den befragten Experten außer Frage. Denn in dem nach wie vor traditionellen Rollenbild, welches in Deutschland vorherrscht, sind laut Ruhenstroth-Bauer „Väter, die auch Betreuungsaufgaben übernehmen, denen ihre Familie auch mal wichtiger als ihr Beruf ist und die dafür auch zurückstecken, gar nicht vorgesehen.“ (Ruhenstroth-Bauer, 00:13:47).

Durch das Väterzentrum wird den Vätern jedoch ermöglicht, sich ein partnerschaftliches Familienmodell zu wünschen und sie erfahren dort, wie andere Familienmodelle gelebt werden können. Die Arbeit des Väterzentrums kann dazu führen, „dass sich Väter vermehrt über das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf austauschen, in ihrer Rolle als Familienvater bestärkt werden und ihre Rechte diesbezüglich, z.B. gegenüber dem Arbeitgeber, auch einfordern.“ (Nelles, 00:13:10).

Für Ruhenstroth-Bauer ist „jeder Vater, der schon mal mit seinem/n Kind/ern das Papa-Café besucht hat, an einem der Kurse teilgenommen hat, eine Beratung in Anspruch genommen hat oder bei einer Vater-Kind-Reise mitgefahren ist, ein Multiplikator“ (Ruhenstroth-Bauer, 00:09:02), weshalb das Väterzentrum zu einem Bewusstseinswandel in der deutschen Gesellschaft beitragen kann.

6. Die mediale Wahrnehmung des Väterzentrums

Welche Medien berichten über das Väterzentrum?

Die mediale Resonanz auf die Arbeit des Väterzentrums ist beachtlich. Die Recherche zur Medienberichterstattung über das Väterzentrum unter Einbeziehung des eigenen Pressearchivs des Väterzentrums kann eine umfangreiche und breit gefächerte Berichterstattung belegen. Es sind etwas mehr als 150 Medienberichte über das Väterzentrum Berlin aus den Jahren 2008 bis 2013 auf den Webseiten des Väterzentrums verlinkt. Nach Angaben der Mitarbeiter wurden in der Zeit aber mindestens 350 Artikel über das Väterzentrum verfasst.

Die Palette der Medien, die über das Väterzentrum berichten, beginnt bei den Stadtteilwochenblättern im Bezirk (die häufig Aktivitäten und Veranstaltungen des Väterzentrums ankündigen) und den lokalen Berliner Tageszeitungen (zehn Artikel erschienen allein in der „Berliner Morgenpost“, acht Artikel im „Tagesspiegel“ sowie weitere Artikel in der Berliner Zeitung, im Berliner Kurier, in der Zitty und im Tip Berlin). Doch auch regionale Tageszeitungen außerhalb Berlins berichten über das Väterzentrum – so etwa die „Märkische Oderzeitung“, der „Kölner Stadtanzeiger“, die „Südwest Presse“ in Ulm, oder die „Aachener Zeitung“.

Hinzu kommen Berichte in bundesweit vertriebenen Zeitschriften und Tageszeitungen z.B. in „Bild“, „Welt“, „Spiegel“, „Süddeutsche Zeitung“ und „taz“ (Deutschland-Teil). Auch tauchte das Väterzentrum schon häufig im Radio („Deutschlandfunk“, „Radio 1“, „94,3 rs2“, „Fluxx FM“, „Radio Teddy“, „Deutsche Welle“, „Saarländischer Rundfunk“, „Kulturradio“, „SWR3“, „Motor FFM“, „Deutschland Radio“) und Fernsehen („DasErste“, „ZDF“, „arte“, „rbb“) auf. Darüber hinaus berichten Onlinemedien, wie z.B. „T-Online“, „Neues Deutschland“, „Ärztezeitung“, „Finanzen 10“ und die „Lausitzer Rundschau“ über die Aktivitäten des Väterzentrums.

Sogar über Deutschland hinaus finden die Arbeit und die Angebote des Väterzentrums Aufmerksamkeit, z.B. im „Tagesanzeiger“ (Zürich, Schweiz), den Tageszeitungen „AD“ (Rotterdam, Niederlande), und „Helsingin Sanomat“ (Helsinki, Finnland), dem amerikanischen TV-Sender „CNN“, dem

französischen Fernsehsender „France 24“, dem landesweiten russischen Fernsehsender „Pjerwy Kanal“/„Erster Kanal“ oder im mexikanischen Fernsehen.

Hinzu kommen Berichte in Medien für spezielle Zielgruppen wie in den Eltern-Zeitschriften „Eltern“ und „Wirbelwind“, in unzähligen Kleinkindmagazinen, dem Mitgliedermagazin der Industriegewerkschaft Bergbau, Chemie, Energie, der Zeitschrift der Gewerkschaft der Polizei oder dem katholischen Magazin „Publik-Forum – Zeitung kritischer Christen“ sowie der Zeitschrift des Paritätischen Wohlfahrtsverbands. Hier wird ein ausgewähltes Publikum gezielt auf das Väterzentrum und seine Arbeit aufmerksam gemacht.

Welche Inhalte stehen im Fokus der Berichterstattung?

Die kontinuierliche häufige Ankündigung von Veranstaltungen und Aktivitäten des Väterzentrums in lokalen Bezirksmedien wie der „Berliner Woche“ dokumentiert die Verankerung und Vernetzung des Väterzentrums in „seinem“ Bezirk, dem Winskiez. Die Berichterstattung in lokalen Medien mit Wochenblattcharakter reicht von Ankündigung bzw. Begleitung von Veranstaltungen des Väterzentrums bis hin zu ausführlichen Berichterstattungen.

Die Berichte in regionalen und überregionalen Tageszeitungen und in Zeitschriften setzten sich stärker mit der inhaltlichen Arbeit des Väterzentrums auseinander. Hier werden die Angebote des Väterzentrums beschrieben: besonders oft genannt werden die Crashkurse für werdende Väter, das Papa-Café, das Familienfrühstück und die Beratung für Väter in Trennungssituationen.

Diese Berichte in regionalen und überregionalen Tageszeitungen und in Zeitschriften sind ausführlicher. Sie beschreiben den Mix aus Beratungsangebot und Austauschmöglichkeiten mit anderen Vätern einerseits und dem Entspannungsangebot mit Dartscheibe, Kicker und Carrera-Bahn andererseits.

In Tageszeitungen und Zeitschriften wird in der Berichterstattung über das Väterzentrum häufig auch das gewandelte Rollenverständnis der Männer, die das Väterzentrum nutzen, thematisiert: Ihre Auseinandersetzung mit der Rolle als Vater einerseits und dem Bild des beruflich erfolgreichen Ernährers andererseits wird dargestellt. Diese Berichte schildern, wie das Väterzentrum Männer bei einer aktiven und engagierten Vaterschaft unterstützt. Viele Artikel transportieren dabei deutlich die Botschaft: „Auch Männer können Kindererziehung!“ Sie machen es anders als Mütter, aber sie machen es auch gut.

In den ausführlichen Berichten in Tageszeitungen und Zeitschriften wird immer wieder auch die Vorbildfunktion betont, die dem Väterzentrum in der Landschaft der Betreuungs- und Beratungszentren für Erwachsene zukommt. So schreibt die Südwest Presse Ulm: „Das Väterzentrum Berlin ist bundesweit beispielgebend“. Auch wird häufig erwähnt, dass das Väterzentrum Preisträger der bundesweiten Standortinitiative „Deutschland – Land der Ideen“ ist und als „Ausgewählter Ort im Land der Ideen“ ausgezeichnet wurde. Die internationale Medienaufmerksamkeit für das Väterzentrum und seine Arbeit belegen den Leuchtturmcharakter der Einrichtung.

In Zeitschriften für spezielle Zielgruppen – wie der Zeitschrift „frühe Kindheit“ der deutschen Liga für das Kind in Familie und Gesellschaft e.V. – ergänzen teilweise Interviews mit den Machern des Väterzentrums die Berichterstattung. Den Leitern und den Mitarbeitern des Väterzentrums kommt dabei die Rolle von Experten im Themenfeld Männer und Vaterschaft zu. Die Interviews erweitern die Darstellung der Arbeit des Väterzentrums außerdem um familienpolitische Aspekte. Oft wird das familienpolitische Instrument der Elternzeit eingehender thematisiert oder die gesellschaftlichen Veränderungen hinsichtlich des Engagements von Männern in der Kindererziehung.

Die Medienaufmerksamkeit für das Väterzentrum und die Berichterstattung über seine Arbeit sind umfangreich. Das Väterzentrum wird als Einrichtung mit Vorbildcharakter weithin wahrgenommen und mit seinen Angeboten ausführlich und sehr positiv dargestellt. Für die ihm zur Verfügung ge-

stellten personellen und zeitlichen Ressourcen pflegt das Väterzentrum einen sehr professionellen Umgang mit den Medien und taucht deshalb auch so häufig in ihnen auf.

7. Fazit

8 Gründe, warum das Väterzentrum als Familienbildungsstätte wichtig ist und weiter unterstützt werden muss:

1. **Steigende Nutzer/innenzahlen:** Die Auswertung der Besuchsstatistiken zeigt, dass sich seit der Gründung und insbesondere in den letzten vier Jahren die Zahlen der Nutzer und Nutzerinnen des Väterzentrums enorm angestiegen sind und stetig steigen. Dies zeigt den unmittelbaren Bedarf an solchen Angeboten bei Vätern in verschiedenen Lebensphasen und mit unterschiedlichen kulturellen, sozialen und ökonomischen Hintergründen.
2. **Vermehrte Nachfrage aus anderen Gemeinden, Kommunen, Städten:** Schon viele andere Bezirke in Berlin, aber auch Gemeinden und Städte in anderen Teilen Deutschlands sowie im europäischen Ausland und darüber hinaus haben bereits reges Interesse bekundet, ähnliche Zentren/Institutionen zu gründen. Die beiden Leiter werden häufig als Experten zum Thema Väterarbeit zu Rate gezogen.
3. **Einzigartigkeit/Vorreiterrolle:**
 - Das Väterzentrum ist „bundesweit bzw. im deutschsprachigen Raum ein Leuchtturm-Projekt“ wie es der Väterexperte Nelles im Interview auf den Punkt bringt.
 - Sowohl das Konzept als auch die Praxis der Arbeit des Väterzentrums Berlin sind in ihrer Art einzigartig. Es ist die bundesweit einzige Familienbildungsstätte, die sich primär auf Väter und ihre Kinder konzentriert und ihnen Unterstützung in vielerlei Hinsicht bietet. Dies ist insbesondere der Tatsache geschuldet, dass es bis heute kein flächendeckendes Angebot speziell für Väter (z.B. Geburtsvorbereitungskurse oder Beratungsangebot für Väter in Krisensituationen) gibt und sich die Angebote von Familienbildungsstätten immer noch in erster Linie an Mütter richten.
 - Durch enorme mediale Präsenz hat es eine Vorbildfunktion, „denn es braucht nicht nur Bilder, sondern auch Vorbilder, damit mehr Väter bzw. Männer ein solches Angebot nutzen“ (Nelles).
4. **Großer gleichstellungsorientierter Nutzen als Familienbildungsstätte:**
 - Das Väterzentrum bietet eine zielgruppengenaue Ansprache für Väter, die es ihnen ermöglicht, ihre Rolle als aktive Väter, aber auch als egalitär ausgerichtete Partner besser auszufüllen.
 - „Es ist wichtig“, so die Erfahrung des Väterexperten Nelles, „Vätern nicht nur akut z.B. in Trennungssituationen durch Beratung zu helfen, sondern auch prophylaktisch vorzugehen, also im Rahmen von Familienbildung auf Väter zuzugehen.“
 - Das Väterzentrum bietet Männern/Vätern umfassend Möglichkeiten, sich mit anderen Vätern über die Erziehung der Kinder, Partnerschaft, familiären Alltag aber auch über Berufliches oder Hobbies auszutauschen, sich über bestimmte Themen zu informieren und „Quality-Time“ mit seinem/n Kind/ern zu verbringen.
 - Das Väterzentrum dient als „Best-Practice-Beispiel“ für funktionierende Familienbildungsarbeit, bei der Väter bzw. Männer mit einbezogen werden.
5. **Positive Wirkung auf Väter:**
 - Die Besuche im Väterzentrum tragen zu einer Intensivierung der Vater-Kind-Beziehung bei.

- Wichtige Stütze im Umgang mit der Unsicherheit als Vater, einen neuen Weg zu gehen, nämlich eine gleichberechtigtere Partnerschaft zu leben, in der sich Kinderbetreuungsaufgaben untereinander aufgeteilt werden, und damit selbstbewusster umzugehen.
- Das Väterzentrum unterstützt ihre Nutzer dabei, sich mit dem eigenen Bild von Männlichkeit und Väterlichkeit auseinanderzusetzen.
- Das Väterzentrum ist für seine Nutzer eine Art „Sprachrohr“, welches sich in der Öffentlichkeit für die Interessen der Väter einsetzt und Themen wie die Vereinbarkeit von Familie und Beruf auf die politische Agenda ruft.
- Väter werden sowohl in ihrer Rolle als Familienvater bestärkt und als auch darin, selbstbewusst ihre Rechte diesbezüglich einfordern, z.B. gegenüber dem Arbeitgeber.
- Insbesondere den Vätern, die sich in problematischen familiären Situationen befinden (z.B. Beziehungskrise, Trennung), hat der Austausch mit Gleichgesinnten den Rücken gestärkt, mehr Sicherheit gegeben, mit ihrer Lage umzugehen und den Konflikt wieder auf eine sachliche Ebene zu bringen.

6. Unterstützt eine fürsorgliche und engagierte Vaterschaft:

- Das Väterzentrum macht „fürsorgliche und engagierte Vaterschaft erlebbar“ (Nelles) und zeigt unterschiedliche Lebenssituationen auf, an denen sich Väter orientieren und ihre Rolle als Vater greifbarer machen können.
- Durch das Väterzentrum wird den Vätern ermöglicht, sich intensiver mit ihren Wünschen nach einem partnerschaftlichen Familienmodell auseinanderzusetzen und sich stärker über das Thema Vereinbarkeit von Familie und Beruf auszutauschen.

7. Hoher gesellschaftlicher Nutzen:

- Das Väterzentrum unterstützt die Väter dabei, ihre Rolle als Vater zu hinterfragen und diese im Spannungsfeld Gesellschaft, Familie und Arbeit zu definieren.
- Das Väterzentrum steht für ein Gesellschaftsbild, welches Väter und Mütter bzw. Männer und Frauen „auf Augenhöhe“ sieht, es trägt damit aktiv zur Geschlechtergleichstellung bei.
- Das Konzept des Väterzentrums sieht eine kritische Auseinandersetzung mit traditionellen Rollenzuschreibungen vor und fördert dadurch den Abbau von Geschlechterstereotypen, wie er im ersten Gleichstellungsbericht der Bundesregierung gefordert wird.
- Das Väterzentrum trägt zu einem Bewusstseinswandel in der deutschen Gesellschaft bei, denn jeder Vater, der schon mal mit seinem/n Kind/ern das Papa-Café besucht hat, an einem der Kurse teilgenommen hat, eine Beratung in Anspruch genommen hat oder bei einer Vater-Kind-Reise mitgefahren ist, ist ein Multiplikator hin zu einem egalitären Miteinander von Frauen und Männern.
- Durch die Zusammenarbeit mit anderen Organisationen, Firmen und Multiplikatoren schafft das Väterzentrum ein Bewusstsein für die Situation der Väter und erzielt eine Wirkung weit über die Grenzen Berlins hinaus.

8. Das Väterzentrum bestärkt das Image Berlins als moderne Metropole

- Ursächlich hierfür ist einerseits die starke eigene Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Neben ihrer Arbeit als Leiter des Väterzentrums treten die beiden hauptamtlichen Mitarbeiter Eberhard Schäfer und Marc Schulte häufig als Multiplikatoren auf und engagieren sich sowohl kommunal, landes- und bundesweit (z.B. bei Interviews, auf Fachtagungen, Kongressen, Veranstaltungen, in Betrieben, online usw.). Sie pflegen eine sehr umfangreiche und professionelle Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (eigene Homepage und Facebookseite, unterschiedliche Veröffentlichungen, Artikel in der freien Enzyklopädie Wikipedia, Verteilung von Informationsmaterial usw.). Sie haben sich über die Jahre hinweg in der allgemeinen Öffentlichkeit, aber auch in Fachkreisen einen Ruf als maßgebliche Väter-Experten in Deutschland geschaffen.

- Zum anderen bekommt das Väterzentrum große mediale Aufmerksamkeit: Es gibt eine breite Palette an unterschiedlichen Medien, die schon über das Väterzentrum berichtet haben, in denen das Väterzentrum als Einrichtung mit Vorbildcharakter dargestellt wird.

Ideen für eine Weiterentwicklung des Väterzentrums als Familienbildungsstätte:

Die TOP 3 aus Sicht der Väter:

- a. Ein *verbessertes räumliches Angebot*, denn immer wieder kommt es zu Situationen, wo das Väterzentrum „aus allen Nähten platzt“, wie es ein Vater stellvertretend für viele andere beschreibt.
- b. Die Möglichkeit, unkompliziert im Alltag *Außenaktivitäten* ausüben zu können. Hier lautete ein häufiger Wunsch der Väter ein *Haus mit Garten*.
- c. Eine *Verstetigung des Angebots* und die Idee des Väterzentrums *auf andere Bezirke übertragen*.

Offene Handlungsfelder aus Sicht der Experten

Da Familie und Vaterschaft in den letzten Jahren vielfältiger geworden ist, – so die Experten – wachsen auch die Ansprüche an Familienbildung. Gerade die sogenannten neuen Väter seien hier eine wichtige Zielgruppe, deren Bedürfnisse eine Umorientierung des Angebotsspektrums erforderlich machen. Die frühere Konzentration von Angeboten der Familienbildung auf Frauen kann heute angesichts der vielfältigen Lebensverläufe und Familienformen als nicht mehr ausreichend betrachtet werden. Leistungen der Familienbildung dürfen nicht einem bestimmten Familientypus oder nur einem Geschlecht vorbehalten sein, sondern müssen sich an unterschiedlichen familialen Lebenslagen orientieren (Ruhenstroth-Bauer). Aus dieser gesellschaftlichen wie politischen Notwendigkeit heraus ergibt sich die Leuchtturm-Funktion des Väterzentrums. Um dieser Herausforderung gerecht zu werden, ergeben sich aus Sicht der beiden Experten folgende Notwendigkeiten:

- a. Das Väterzentrum in seiner Funktion als wichtiger *Motor einer gleichstellungsorientierten Familien- und Väterpolitik* stärken. Die Experten sind sich einig, „dass das Väterzentrum hier mittel- und langfristig noch enorme Arbeit zu leisten hat, trotz allem, was sie schon in den letzten sieben Jahren geschafft haben.“ (Ruhenstroth-Bauer). Denn das Thema Väterpolitik ist nach wie vor ein Randthema in der Familienpolitik und es ist schwer, dafür mehr bzw. andauernde Unterstützung zu finden.
- b. Umso wichtiger sei es, das Väterzentrum a) zu einer *festen Einrichtung der Berliner Familienbildungsstättenlandschaft* zu machen und b) *vergleichbare Angebote berlinweit* bzw. sogar bundesweit zu etablieren.
- c. Dazu ist es notwendig, den weiteren *Aufbau eines Netzwerkes* mit schon bestehenden Einrichtungen in diesem Themengebiet sowie einen vermehrten Austausch mit Politik, Gremien, Institutionen usw. zu befördern.
- d. Das Väterzentrum muss mit deutlich *mehr personellen Ressourcen* ausgestattet werden. Schon jetzt sei es problematisch, dass von den Leitern und Mitarbeitenden ein sehr hohes Maß an Engagement erwartet wird und sie viele unbezahlte Mehrarbeit leisten. Laut Nelles ist „der Motor dauerhaft im roten Bereich, bis er irgendwann ausgebrannt ist.“ Die notwendige Vernetzung kann zum Beispiel deshalb nicht vorangetrieben werden, da „dies ein Job für sich ist.“ (Nelles).
- e. Auch weisen beide Experten darauf hin, dass die zur Verfügung gestellten *finanziellen Kapazitäten* bei weitem nicht ausreichen, um ein solches wichtiges Projekt weiter auszubauen und in anderen Berliner Bezirken neu zu etablieren.
- f. Neben der Erhöhung der personellen wie finanziellen Ressourcen kann das Väterzentrum seine Aufgaben aber nur dann erfüllen, so die Experten, wenn *nachhaltige Rahmenbedingungen* für eine ausreichende finanzielle Ausstattung geschaffen werden. Eine

nachhaltige gesellschaftspolitische Wirkung ist nur sehr schwierig zu erreichen, wenn die Existenz des Väterzentrums weiterhin stark abhängig von der Haushaltslage bleibt.

Weitere Ideen für eine nachhaltige Entwicklung des Väterzentrums

Über die Hinweise der Väter sowie der Experten hinaus ergeben sich durch die Auseinandersetzung mit dem empirischen Material aus Sicht der Autor/innen weitere Anregungen für die zukünftige Ausrichtung des Väterzentrums.

- Eine bessere *berlinweite Vernetzung* mit anderen Institutionen und Familienbildungsstätten: z.B. Kooperation mit Vereinen wie Stadtteilmütter oder Vätergruppen: Dies könnte helfen, auch weitere Bevölkerungskreise zu erreichen.
- *Interkulturalität stärken*: Zwar gelingt es dem Väterzentrum bereits, Väter mit unterschiedlichen kulturellen Hintergründen zu erreichen, doch könnte diese Vielfalt noch größer werden. Dies setzt selbstverständlich eine entsprechende personelle Vielfalt im Team voraus.
- *Generationsübergreifende Arbeit stärken*: Auch Angebote für ältere Väter oder Großväter könnten eine sinnvolle Erweiterung des Angebots im Sinne einer Diversifizierung darstellen.
- *Regenbogenfamilien*: Ähnlich wie beim kulturellen Hintergrund und dem Alter bietet auch die sexuelle Vielfalt, eine Möglichkeit, neue Nutzer/innen für das Väterzentrum zu interessieren, dies insbesondere da Berlin als Stadt mit einem hohen Anteil an sog. Regenbogenfamilien gilt.
- Fundraising ausbauen: Auch wenn das Väterzentrum schon jetzt fast die Hälfte der notwendigen Gelder durch Spenden, Sponsoring, Stiftungen etc. erwirtschaftet und der Anteil des Berliner Senats nur bei 53% liegt, sollte über eine Ausdehnung des Fundraising nachgedacht werden. Denkbar wäre bspw. das Thema „Väter“ im Rat der Bürgermeister/innen anzusprechen, externe Geldquellen z.B. durch „Charity-Dinner“ mit Berliner Startups und Politikern erschließen. Hierzu wäre es aber notwendig, dass entsprechende Expertise bereit gestellt wird.