

## Bildungsarbeit mit Vätern – Kooperation von Familienbildung und Kindertagesstätten

von Sebastian Arthur, Evangelische Familienbildung Frankfurt

### Ausgangssituation in der Ev. Familienbildung Frankfurt (Sachsenhausen):

- 8% aller Kursteilnehmer sind Männer, (62% Frauen, 30% Kinder)
- Der weitaus größte Teil dieser Männer kommt nicht zu spezifischen Väterangeboten, sondern zu allgemeinen Angeboten.
- Die Männer die kommen scheinen eher aus der gebildeten gut verdienenden Mittelschicht zu stammen und sind dementsprechend beruflich stark eingebunden und dort u.A. einem ständigen Weiterbildungsdruck ausgesetzt.
- Die Männer die in die Familienbildung kommen, kommen mit ihren Frauen oder werden von ihnen „geschickt“.
- außer diesen Mittelschichtsmännern scheint es aber auch eine zunehmende Anzahl von Vätern zu geben, die nicht oder zumindest nicht so kontinuierlich und umfassend ins Arbeitsleben eingebunden sind (Arbeitslosigkeit, Teilzeitarbeit, etc. ). Die Frauen dieser Männer arbeiten mehr und/oder verdienen mehr und die Männer verbringen aufgrund dieser Situation mehr Zeit mit den Kindern und übernehmen entsprechend mehr Verantwortung. Diese Gruppierung taucht allerdings in der Familienbildung in Sachsenhausen noch nicht so auf, weswegen ich mich vorerst auf die sogenannte moderne Mittelschicht beziehe, was selbstverständlich nicht heißen soll, dass andere Zielgruppen nicht von der Familienbildung angesprochen werden sollen.

### Hieraus ergeben sich folgende Kriterien für die Konzipierung von Angeboten für Väter:

- Angebote für Väter müssen niederschwellig sein
- sie sollten eher einen Freizeitcharakter als einen Bildungscharakter haben
- Bildung sollte eher beiläufig als explizit erfolgen
- die Angebote sollten eher sach- als beziehungsorientiert sein
- Väter sollten auch in Eltern- und Familienangeboten explizit angesprochen werden
- die Kursleiterinnen sollten dementsprechend ausgebildet sein bzw. die Väter auch im Blick haben
- Mütter müssen als Bindeglied/Multiplikatorinnen für die Väter wahrgenommen und angesprochen werden
- Väter sollten da angesprochen werden, wo sie sowieso schon auftauchen, z.B. in den Kindertagesstätten gehört es immer mehr zum Alltagsbild, das die Kinder von den Vätern gebracht und abgeholt werden, wenn man sie dort beobachtet und anspricht, stellt man fest das sie mehr als das tun, sie interessieren sich für ihre Kinder, nehmen teil an ihrem Leben und fühlen sich verantwortlich für ihr Wohlergehen.

Diese Beobachtung führt zu der Idee der Kooperation mit Kindertagesstätten:

Vorbemerkung: Konzepte wie das early excellence center, Familienzentren und Mehrgenerationenhäuser bringen Betreuung der Kinder sowie Elternbildung- und Beratung unter einem Dach zusammen. Dies ist u.A. aus folgendem Grund von Vorteil: Familienbildungsstätten erreichen nur bereits sensibilisierte Familien, in Kitas jedoch erscheinen nahezu 100% aller Familien.

Dieselbe Grundidee sollte auch für die Väterarbeit genutzt werden. Zumal man hier zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen kann: erreichen der Zielgruppe Väter sowie Sensibilisierung von Fachkräften als Multiplikatoren.

### Was für Formen der Kooperation sind denkbar? Wie können gemeinsame Angebote aussehen?

- Weiterbildungen für Erzieher, Erzieherinnen und andere Fachkräfte, um sie für das Väterthema zu sensibilisieren.
- Weiterbildungen für Fachkräfte zum Umgang mit Rollenbildern
- Beiträge zu Elternabenden, auf denen die Rolle des Vaters in der Familie und Erziehung reflektiert wird
- Veranstaltung von Themenabenden zu geschlechterspezifischen Themen: z.B. Mädchen- und Jungenarbeit
- Initiierung von Vätertagen und Aktionen in den Kindertagesstätten
- Ansprache von Vätern bei Festen und ähnlichen Veranstaltungen
- Fachberatung und Supervision zur Elternarbeit bzw. Väterarbeit

- Bewerbung von Kursen der Familienbildung über die Kindertagesstätten
- dezentrale Angebote der Familienbildung in den Kindertagesstätten und den Stadtteilen
- wo möglich Sensibilisierung und Einsatz männlicher Erzieher

Schlussbemerkung:

Auch wenn ich mich am Anfang auf die moderne Mittelschicht bezogen habe, so ergibt sich aus der Tatsache, dass Kindertagesstätten von nahezu allen Familien genutzt werden, dass die jeweilige Zielgruppe dem Einzugsgebiet der Kita entspricht. D.h. mit diesem Ansatz wird letztlich das gesamte Spektrum der gesellschaftlichen Milieus angesprochen. Vorausgesetzt die Angebote sind entsprechend „maßgeschneidert“.