

Eberhard Schäfer

## Carrera und »care«

### Konzeption und Arbeitsweise des Väterzentrums Berlin

Das Väterzentrum Berlin ist ein niedrigschwelliger Treffpunkt für Väter mit ihren Kindern, Ort für Austausch, Kommunikation und Vernetzung, für Zusammensein unter Vätern, für »Papa-Talk«. Der »Papaladen®« ist das Herzstück des Väterzentrums Berlin.

Väter treffen im Papaladen Gleichgesinnte – Väter mit Kindern. So entsteht unter Vätern das, was wir »Papa-Talk« nennen: Verbindung, Kommunikation, Vernetzung unter Vätern. Kommunikation über Väterlichkeit – oder »neue« Väterlichkeit – wird alltäglich, selbstverständlich, normal und damit »überindividuell« oder gemeinschaftlich.

Im Väterzentrum Berlin geht es um Spaß am Vatersein. Nicht Probleme, sondern Lösungen, Alltag, Austausch, Spaß, »das Kind im Manne«. Unsere Haltung ist: Väter sind kompetent, sie können sich um ihre Kinder kümmern und sie tun es gut! Sie kümmern sich häufig anders um ihre Kinder als ihre Partnerinnen bzw. die Mütter ihrer Kinder, aber keinesfalls schlechter!

Der niedrigschwellige Treffpunkt »Papaladen« ist das »Eingangstor« für die anderen Angebote des Väterzentrums: Kurse, Wochenendreisen, Beratung (Strategiegespräche): Ist das Vertrauen hergestellt und sichergestellt, dass wir nicht bevormunden, besser wissen und Väter einnorden wollen, dann ist der Weg kürzer, die Schwelle niedriger zu weiteren Angeboten. Anmeldungen zu Kursen wie z.B. den regelmäßigen Workshops für »gute Ernährung für das kleine Kind« kommen eher aus dem Gemeinschaftsgefühl heraus als aus einem existenziellen Bildungs- und Informationsbedürfnis.

Der Bildungsaspekt: In erster Linie findet im Väterzentrum Berlin informelles Lernen statt.

Die Arbeit des Väterzentrums Berlin ist mütterfreundlich und mütterbewusst. Mütter vermitteln (ihre) Männer zu

uns. Viele kommen in den Papaladen herein und sagen: »Schön, dass es so was gibt. Das Programm nehme ich für meinen Mann mit.« Zu einigen wichtigen Angeboten des Väterzentrums, insbesondere den Familienevents, sind Mütter herzlich willkommen, und sie kommen auch gern.

Zielgruppe: Wir wenden uns an alle Väter – Väter in allen möglichen Konstellationen zum Kind und allen Familienformen sowie an Kinder und, wie gesagt, Mütter sowie, in fachlichen Kontexten, an Fachleute.

Leiter und Mitarbeiter des Väterzentrums sehen sich nicht in erster Linie als »Bildungsarbeiter« oder »Experten«, sondern in erster Linie als Netzwerker und Manager.

Das Väterzentrum als Einrichtung ist seinerseits gut vernetzt:

(a) Als Einrichtung im Stadtteil, im Sozialraum: Wir engagieren uns im Gemeinwesen und bei vielen Aktivitäten für Familien und Kinder im Kiez, wie organisieren viele Aktivitäten gemeinsam mit anderen, z.B. ein »Kiez-Kickerturnier«, das an mehreren Orten im Stadtteil stattfindet, z.B. eine »Pippi-Langstrumpf-Party« gemeinsam mit dem »Kinder-Kaufhaus«, z. B. in der Initiative zur Verschönerung des Stadtteilparks Marie. Durch diese Aktivitäten kennt und schätzt man uns, andere wissen, wer wir sind und wie familien-, kinder- und väterfreundlich wir ein- und aufgestellt sind. Man kennt uns in der Musikschule nebenan, im Jugendamt, in Geschäften im Stadtteil. Wir sind keine »Exoten«, keine Väterrechtler und wir beißen auch sonst nicht.

(b) Wir sind fachlich vernetzt in der Stadt, im Bundesland sowie bundesweit. Unsere Erfahrung und Kompetenz werden geschätzt und gefragt. Wir publizieren auf der fachlichen und auf der populären Ebene.

Das Väterzentrum Berlin ist auch Ideenschmiede und fachlicher Knotenpunkt für weitere Aktivitäten und Projekte der Arbeit mit Vätern. Beispiele:

- Wir kooperieren mit Berliner Kliniken und bieten dort »Crashkurse für werdende Väter« an.
- Wir führen im Auftrag der Jugendstrafanstalt Berlin-Plötzensee Gruppenarbeit für junge inhaftierte Väter durch.
- Wir etablieren eine integrierte Beratungsinfrastruktur zur Elternzeit in Berlin, in Kooperation mit der Frauenförderereinrichtung KOBRA e.V. und dem Forschungsinstitut SoWiTra ([www.elternzeit-in-berlin.de](http://www.elternzeit-in-berlin.de)).

Wir meinen, dass der Schlüssel zum Erfolg des Papaladens in der Imagekorrektur liegt. Das Image des »Papaladen« besagt: »Wer hierher kommt, ist kein Weichei, sondern ein Trendsetter.« Lust am Vatersein ist der Schlüssel für gelingende Väterarbeit. Vatersein macht Spaß und bringt Erfüllung – das muss die Botschaft sein.

### LITERATUR

- Schäfer, E. (Hg.); Klemm, H. (Red.) (2008): Vorfahrt für Väter. Arbeit mit Vätern in Berlin. Dokumentation der Fachtagung am 24. September. Download: [www.vaterzentrum-berlin.de/pages/8-Download](http://www.vaterzentrum-berlin.de/pages/8-Download). Die Dokumentation (58 Seiten) kann für 7 Euro inkl. Versand beim Väterzentrum Berlin bestellt werden.
- Schäfer, E.; Schulte, M.; Borter, A.; Nelles, H.-G. (2009): Nicht Weicheier, sondern Trendsetter. Arbeit mit Vätern. Wege aus der Vereinzelung und wie sie beschritten werden können. In: Jarczyk, K.; Lange, A. (Hg.): Vaterwerden und Vatersein heute. Neue Wege – neue Chancen. Gütersloh.
- Schäfer, E.; Abou-Dakn, M.; Wöckel, A. (Hg.) (2008): Vater werden ist nicht schwer? Zur neuen Rolle des Vaters rund um die Geburt. Gießen.
- Schäfer, E.; Richter, R. (2010): Das Papa-Handbuch. Alles, was Sie wissen müssen zu Schwangerschaft, Geburt und die erste Zeit zu Dritt. München 2005.

Eberhard Schäfer, 48, ist Geschäftsführer und fachlicher Leiter des Väterzentrums Berlin/Papaladen®