

25. September 2024

Foto: Unsplash



Väterberatung im digitalen Wandel

Räume - Haltung - Sprache





- Co-Gründer Vaterwelten
- Diplom Sozialarbeiter/ - Pädagoge
- Väter- und Familienberater
- Initiatischer Prozessbegleiter® /
Visionssucheleiter
- Tandem - Coach

www.gunter-beetz.de





Mein Ausgangspunkt



Transformative Bildung

Veränderung der eigenen Denk-, Fühl- und Handlungsmuster

**Eigene
Haltung**

**Gemeinsame
Sprache**

**Sicherer
Raum**

Grundlage / Ausgangspunkt



Die eigene Haltung

Merkmale:

- einer reflektierten Haltung:

- Selbstkenntnis & Reflexion
 - Kritische Selbstbetrachtung
 - Verständnis der eigenen Stärken, Schwächen, der eigenen Denk- Fühl- und Handlungsmuster
 - Kontinuierliche persönliche Weiterentwicklung — Lebenslanges Lernen
- Stabilität und Konsistenz
 - klares Sett von Werten und Prinzipien, die das Handeln leiten und Stabilität bieten
 - beinhaltet eigenes intensives Nachdenken
 - Emotional anstrengend
 - Der Mensch braucht ein Gegenüber für eigenes Wachstum

—> Adressaten können sich auf diese Weise an uns orientieren und/oder „abarbeiten“

- einer offenen Haltung:

- Flexibilität und Anpassungsfähigkeit
 - neue Ideen und Perspektiven zu akzeptieren, an die Umstände anpassen
 - > nicht werten
- Wertschätzung und Ermutigung
 - Offenheit gegenüber anderer Meinung
 - manchmal durch strukturelle Gegebenheiten schwierig
 - Eigene persönliche Vorurteile & Bias kennen(lernen)
 - Konstruktives Feedback einführen





Die gemeinsame Sprache

„Die Sprache ist das bildende Organ der Sinne.“

Humboldt

Welche Sprache ermöglicht es den Lernenden ihre eigenen Haltungen und Perspektiven zu entwickeln und zu reflektieren?

- Bildung ist immer mit bestimmten Menschen- und Weltbildern geprägt
- Transformative Bildung versucht durch die gemeinsame Sprache
 - diese unterschiedlichen Bilder sichtbar zu machen und zu hinterfragen —> Selbst- und Weltsicht
 - Eine Abwägung multipler Perspektiven
 - Fähigkeit der Zusammenarbeit und Selbstregulierung
 - Spannend, wenn es um die interkulturelle Kompetenz in der Väterberatung geht
- Wie?
 - Modelle liefern eine gemeinsame Sprache: Systemischer Ansatz, Aufstellung, Kulturhistorisch : Geschichten, Mythen, Märchen
 - Das Modell der „Vier Schilde“, Spiral dynamics, Die Heldenreise,
- Ziel:
 - die Widersprüchlichkeiten dieser Welt aufzudecken und die Klientel dazu befähigen selbstbestimmt zu antworten, handeln und eine Haltung zu finden.
 - Transgenerationale Traumata : So viele Männer/ Väter wollen es „anders machen“ als ihre Väter! Für das WIE haben sie noch keine **eigene Sprache**, diese sollte im ersten Schritt erarbeitet werden

Bildung ist nicht neutral!





Der sichere Raum

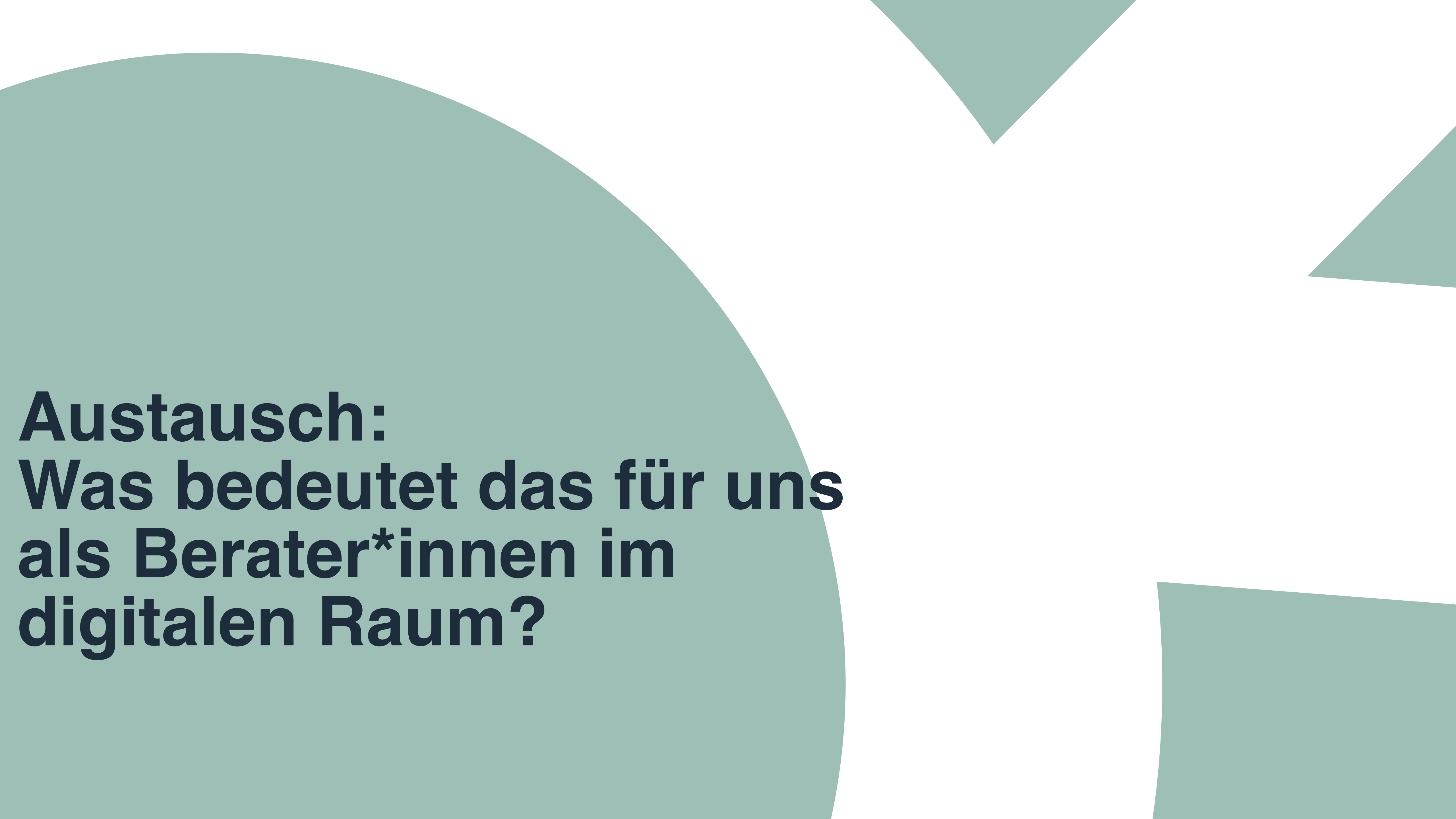
25. September 2024

Ein sicherer Raum (safer space)

- Sich mit neuen Ideen und Perspektiven auseinanderzusetzen
- Die Komfortzone zu verlassen
- Möglichkeit zum Loslassen alter Gewohnheiten
- klarer Anfang / klares Ende
- Regeln & Grenzen setzen

Foto: Adobe Stock



The background features several abstract teal shapes: a large semi-circle on the left, a downward-pointing triangle at the top center, a smaller triangle on the top right, and a large irregular shape at the bottom right.

**Austausch:
Was bedeutet das für uns
als Berater*innen im
digitalen Raum?**

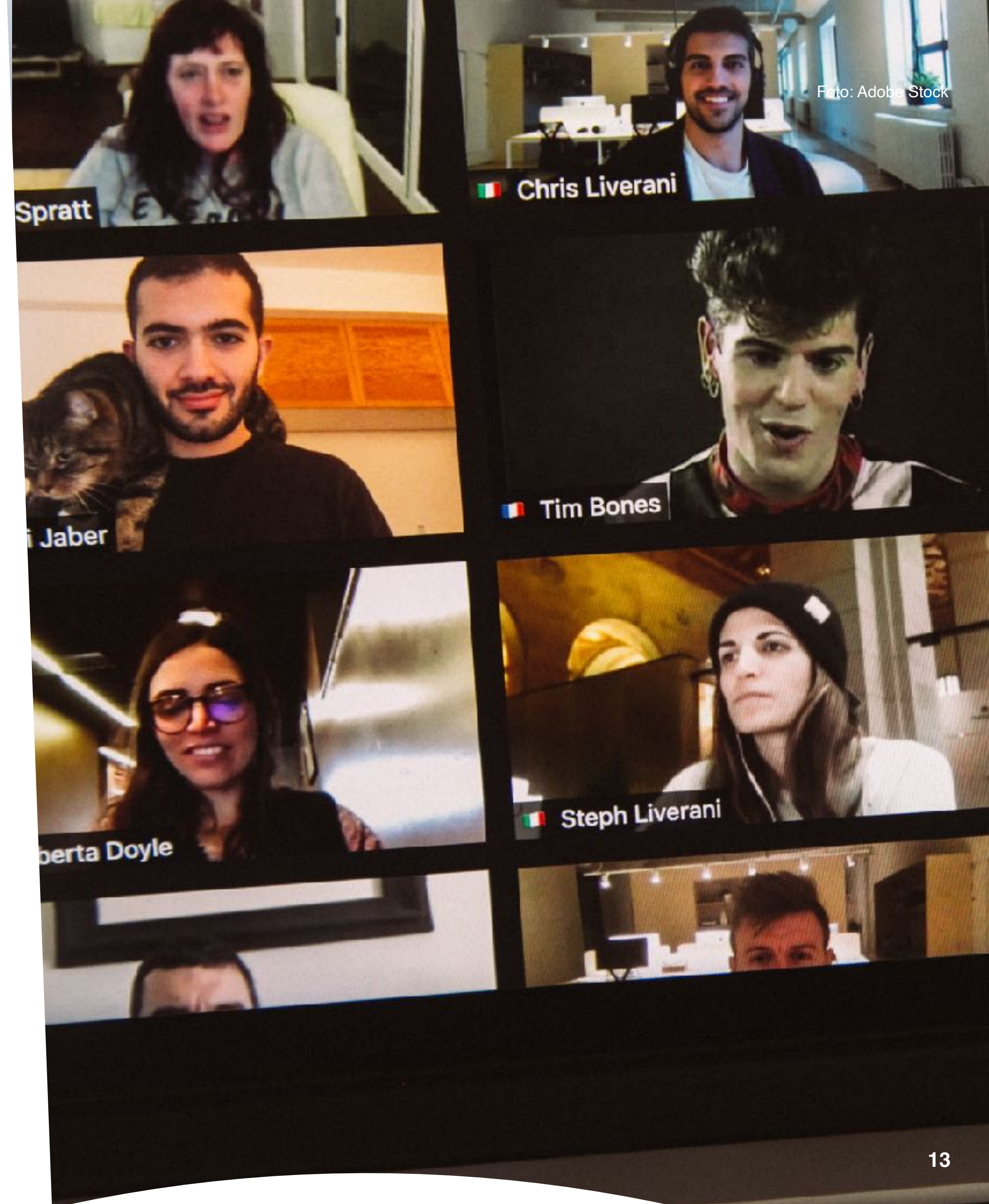
» **Onlineberatung schließt sämtliche Formen der Beratung ein, die auf die Infrastruktur des Internets angewiesen sind, um den Prozess der Beratung zu gestalten und die sowohl synchron/asynchron textgebunden (Forum, Einzelberatung, Chat) als auch synchron und textungebunden via Videochat, Avataren oder Internettelefonie stattfinden können. Ebenso sind Mischformen denkbar, wenn im Videochat nebenbei geschrieben werden kann oder beim Einsatz von Avataren über das Mikrofon gesprochen wird.**«

Digitale Beratungsangebote

Annäherung

- im Kontext von psychosozialer Beratung

	Textbasiert	Nicht-textbasiert
Synchron	Chat, Messenger	Video, Internettelefonie, Avatare
Asynchron	Mail, Forum	Sprachnachrichten, Videonachtichten



Qualitätsmerkmale

Onlineberatung

- Reaktionszeit innerhalb von 48 Stunden
- 4 Kriterien für Onlineberatung

Qualitätskriterien	Aspekte
Zielgruppenorientierung	Optische und inhaltliche Gestaltung der Webseite Barrierefreiheit
	Einsatz geeigneter Beratungsmedien Niedrigschwelligkeit
	Spezifischer Beratungsansatz
Transparenz des Angebots	Qualifizierung und Ausbildung der Beratenden
	Erreichbarkeit des Angebots Informationen über Kosten und ggf. Zusatzmodalitäten
	Leistungen und Grenzen des Angebots Grad der zugesicherten Anonymität bzw. Speicherung und ggf. Weitergabe von Daten
Qualitätssicherung	Klare Definition der Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten Mindeststandards und qualitätsrelevante Regeln
	Maßnahmen zur Beseitigung von Problemen Schritte zur Qualitätsentwicklung
Ethische Gesichtspunkte	Bewusstsein über internetspezifische Besonderheiten Verlinkung nur zu Seiten, die ethischen Standards entsprechen
	Wertschätzende und empathische Grundhaltung Anerkennung und Kommunizieren eigener Grenzen

Wo sind die Väter?

Eine schwierige Zielgruppe erreichen

- Väter gelten als schwierige Zielgruppe
- 85% Frauen und nur 15% Männer nehmen Angebote in der Familienbildung an



Online Marketing

Inhaltsmarketing

- Zielgruppenspezifische Ansprache
 - **Mütter** holen sich Informationen zu den Angeboten
 - **Väter** müssen auf die Angebote aufmerksam gemacht werden



Online Marketing

Unterschiede Inbound- & Outbound-Marketing



Inbound-Marketing	Outbound-Marketing
Im Mittelpunkt stehen die Inhalte. Diese werden von Kunden/ Interessenten gefunden und im Idealfall weiter verbreitet.	In der Regel Einwegkommunikation. Botschaft wird an Zielgruppe gesendet. Reichweite wird gekauft.
Kunden kommen selbst, weil sie über interes- sante Inhalte „stolpern“, z. B. über die Suchma- schine oder Social-Media- Netzwerke etc.	Eingesetzte Medien sind zumeist TV, Radio, Bannerwerbung, Call-Center Outbound, Anzei- gen etc.
Es wird ein Mehrwert über die Inhalte geboten.	Werbung hat keinen Mehrwert für die Kunden.
Kunde/Interessent wird unterhalten, informiert oder angeregt.	Kunde wird belästigt, unterbrochen bzw. zumin- dest gestört.

LinkedIn Algorithmus Schneller Überall

Quellen:

Daten: 4th Annual LinkedIn Algorithm Research Report

Infografik: Creativity and Innovation Network/ Dominik Hoppe

POSTING-FREQUENZ

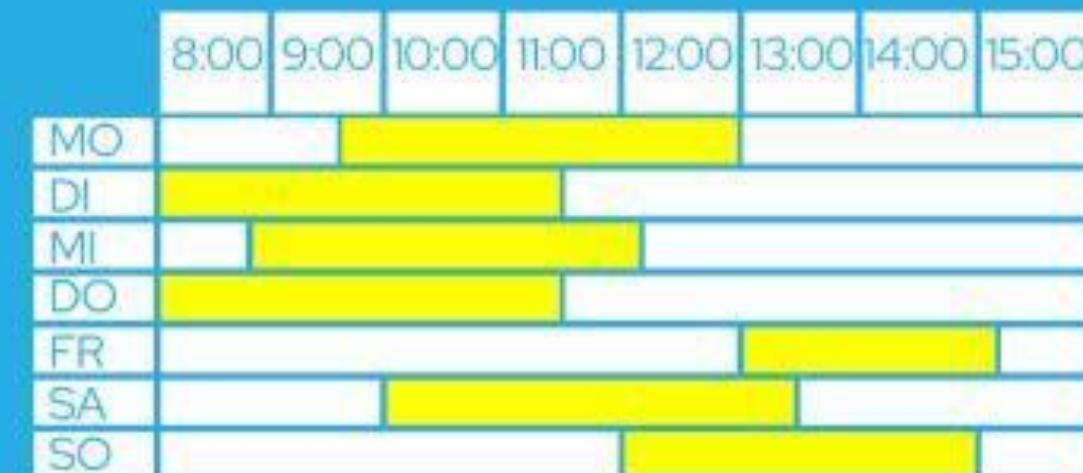


1 BIS 3 pro Woche

Minimum 18 Stunden
zwischen den Posts

AM WICHTIGSTEN IST REGELMÄSSIGKEIT

BESTER POSTING-ZEITPUNKT



INTERAKTION IN DEN ERSTEN
90 MINUTEN IST ENTSCHEIDEND

REICHWEITE PRO FORMAT

PDF Dokument	2,2 bis 3,7 Reichweite
Karussell-Post	1,8 bis 2,3 Reichweite
Text-Bild-Post	1,3 bis 1,7 Reichweite
Video	0,8 bis 1,5 Reichweite
Umfrage	0,9 bis 1,2 Reichweite
Post mit externem Link	0,4 bis 0,5 Reichweite
Newsletter	0,2 bis 0,9 Reichweite
Artikel	0,1 bis 0,2 Reichweite

HASHTAGS-ANZAHL

AM EFFIZIENTESTEN **2-6 #**

GEWICHTUNG DER INTERAKTION

- 1 Like = 1 extra Ansicht
- 1 Mehr Anzeigen = 4 extra Ansichten
- 1 Teilen = 7 extra Ansichten
- 1 Kommentar = 12 extra Ansichten

KOMMENTIEREN DES EIGENEN BEITRAGS



NICHT ALS ERSTER!



ABER nach einigen Kommentaren
→ **+ 20% WACHSTUM
IN DER 1. STUNDE**

CREATOR MODUS BONUS

Steigerung der Reichweite
zwischen **15 bis 35%**

WENN DU DEN CREATOR MODUS NUTZT,
POSTE MEHR ALS 2X PRO WOCHE

6 TOP- EMPFEHLUNGEN

1. Erzeuge Interaktionen in den ersten 90 Minuten
2. Nicht mehr als 15 Accounts in Post markieren
3. Max. 10 Emojis pro Post – Nicht mehr als 4 pro Zeile
4. Textlänge zwischen 1200 und 1800 Zeichen
5. Kommentare innerhalb von 12 h beantworten
6. Bearbeite deinen Post nach dem Veröffentlichen nicht mehrmals – höchstens einmal, wenn nötig

AUSWIRKUNG - SSI

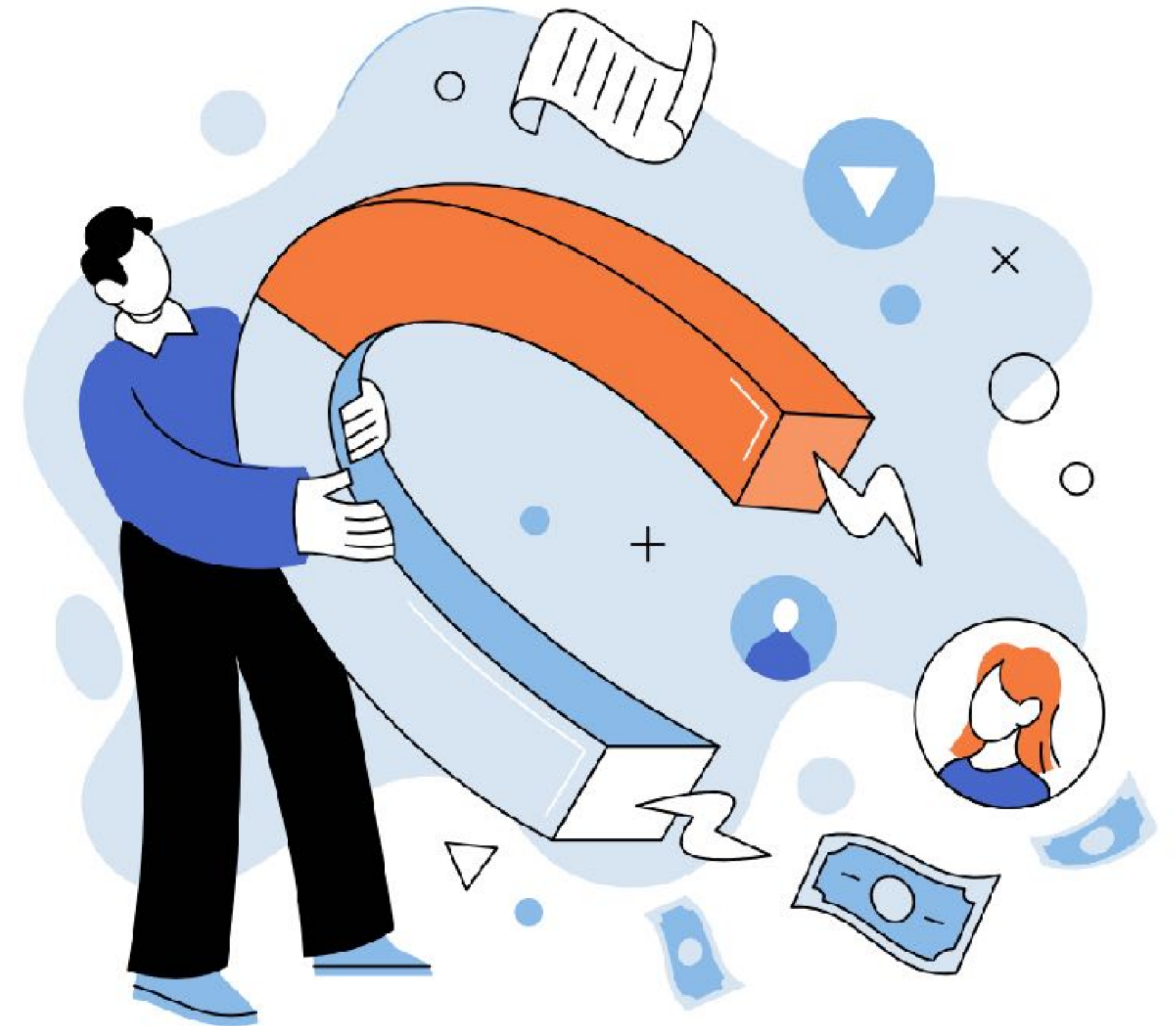
+ 25% mehr Reichweite wenn SSI >70/100

Inbound Marketing

Mütter finden die Angebote

- Pull-Faktoren = ziehen
- Basiert auf gegenseitiges Interesse
- Kommunikation in beide Richtungen
- ✓ Mehrwert für Mütter sofort erkennbar

Beispiele: SEO, Blogging, Social Media



Outbound Marketing

Angebote finden die Väter

- Push-Faktoren = drücken
- Basiert auf Störungen
- Kommunikation nur in eine Richtung

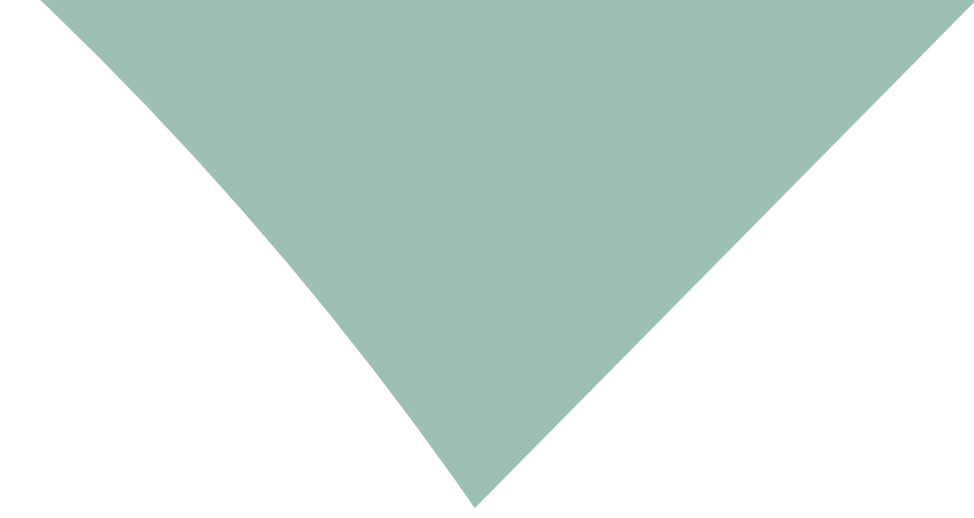
✘ Mehrwert für Väter nicht erkennbar

Beispiele: Anzeigen in Zeitung, TV, Radio





Videoberatung

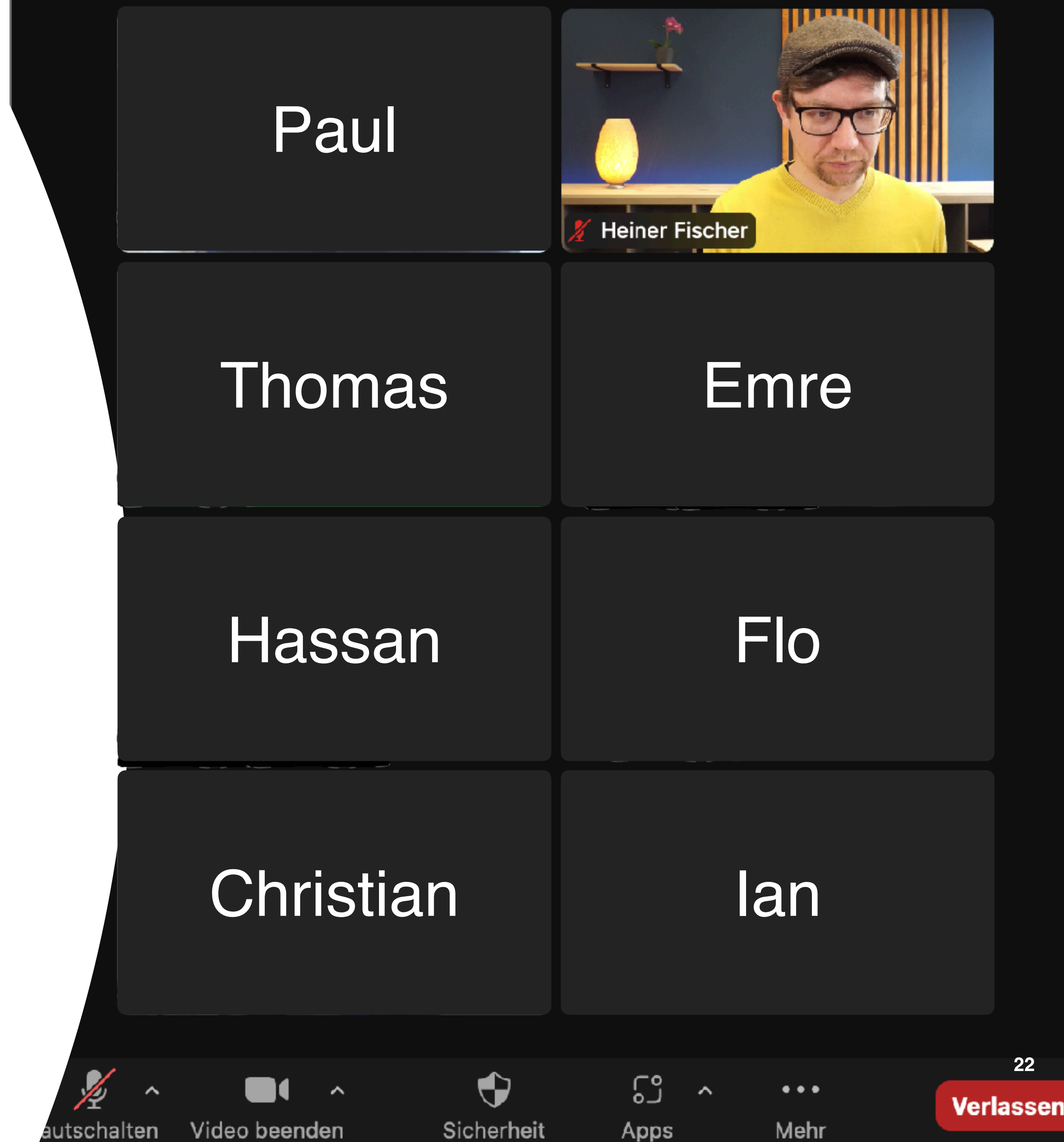


25. September 2024

Gruppen Setting

Online Väter Kreis

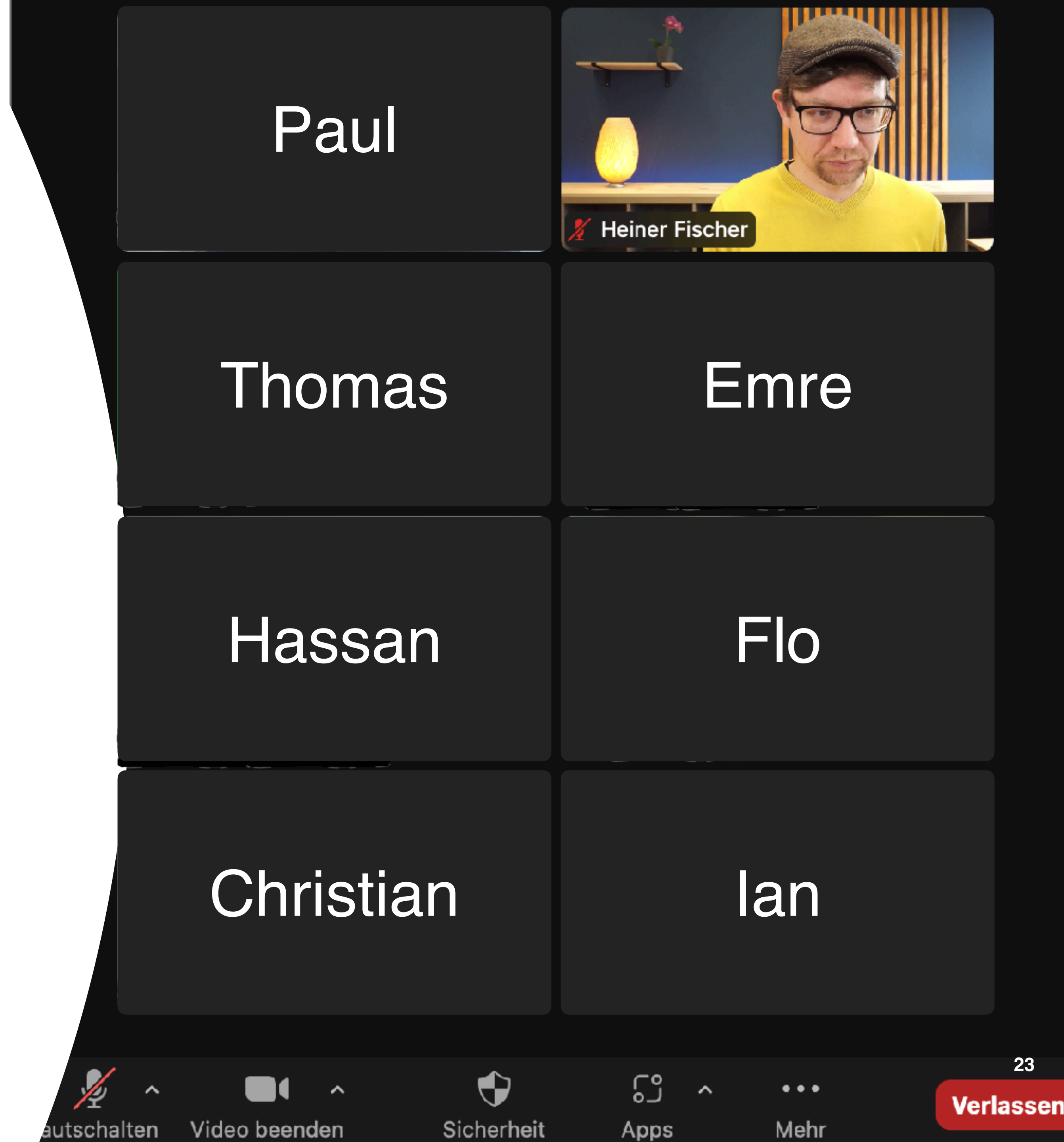
- max 12 Personen, eher 8 Personen
- 90 Minuten
- Online Video Tool (Zoom, Jitsi)
- Buchung nur für Mitglieder möglich
- 2 Termine pro Monat



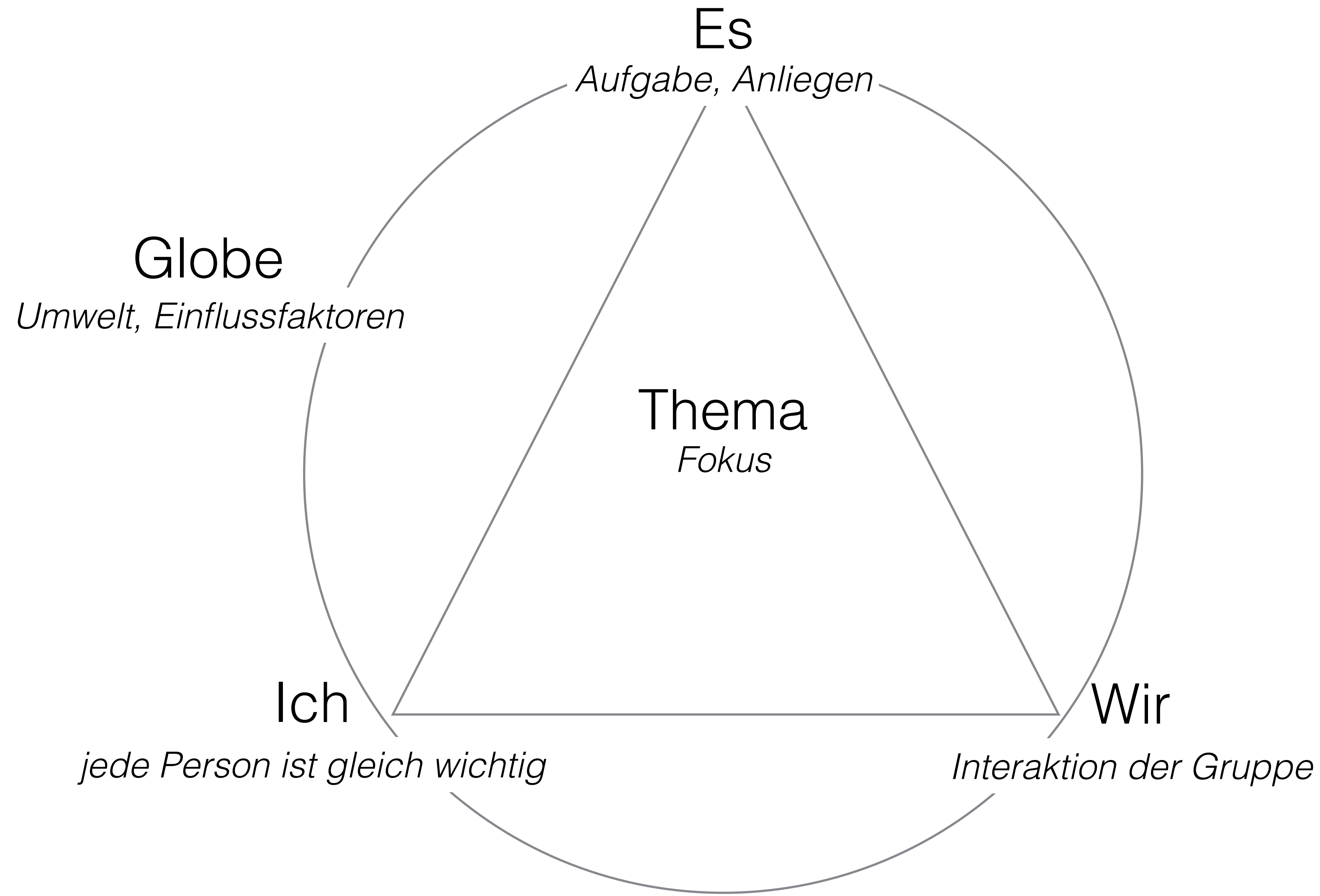
Berater*in

Online Väter Kreis

- Moderationskompetenzen
 - v.a. einladende An- und dankende Abmoderation von Einzelbeiträgen
- Grundlagen der klientenzentrierten Gesprächsführung bekannt
- Organisation, Ablauf und Regeln klären



THEMENZENTRIERTE INTERAKTION (1)



Regeln klären

Online Väter Kreis

- Verschwiegenheit für Vertrauen
- Mit dem Herzen zuhören (Spiegelneuronen)
- Ohne Wertung kommunizieren
- SICH selbst zur Sprache bringen
- Kopfhörer tragen / für „safer space“ sorgen
- Eigenverantwortlichkeit

Paul



Thomas

Emre

Hassan

Flo

Christian

Ian

Hardware

Online Väter Kreis

- Ruhiger Hintergrund
- hochauflösendes Videobild
- hochwertiges Mikrofon
- Ausleuchtung von mind. 2 Seiten
- Internetleitung mit mind. 10 Mbit/s Upload
- Aktueller PC / Mac mit mind. 16 GB RAM



25. September 2024

Hardware

Onlineberatung



Software

Online Väter Kreis

- OBS als „Regieplatz“
- Online-Videokonferenz Software
 - Zoom, Meet, Teams, Jitsi...
- PowerPoint / Keynote
- Miro, Collaboard...
- Slido, Mentimeter...





**VATER
WELTEN**

The background features a large teal circle on the left side. In the upper right, there are two teal triangles pointing downwards. In the lower right, there is a teal trapezoidal shape. The word "Austausch" is written in a bold, dark blue font on the left side of the teal circle.

Austausch

Digitale Beratungsangebote

Austausch

- Welche Vor- und Nachteile sehen Sie für Ihr beraterisches Handeln?
- Wie könnten Klient*innen von der Onlineberatung profitieren?
- Welche Grenzen sehen Sie für sich und die Klient*innen?
- Gibt es länderspezifische Unterschiede/ Besonderheiten?

