

Danie Beaulieu

Impact-Techniken für die Psychotherapie

Aus dem Französischen von Gisela Dreyer
Sechste, unveränderte Auflage, 2013

Mitglieder des wissenschaftlichen Beirats des Carl-Auer Verlags:

Prof. Dr. Rolf Arnold (Kaiserslautern)	Prof. Dr. Wolf Ritscher (Esslingen)
Prof. Dr. Dirk Baecker (Friedrichshafen)	Dr. Wilhelm Rotthaus (Bergheim bei Köln)
Prof. Dr. Bernhard Blanke (Hannover)	Prof. Dr. Arist von Schlippe (Witten/Herdecke)
Prof. Dr. Ulrich Clement (Heidelberg)	Dr. Gunther Schmidt (Heidelberg)
Prof. Dr. Jörg Fengler (Alfter bei Bonn)	Prof. Dr. Siegfried J. Schmidt (Münster)
Dr. Barbara Heitger (Wien)	Jakob R. Schneider (München)
Prof. Dr. Johannes Herwig-Lempp (Merseburg)	Prof. Dr. Jochen Schweitzer (Heidelberg)
Prof. Dr. Bruno Hildenbrand (Jena)	Prof. Dr. Fritz B. Simon (Berlin)
Prof. Dr. Karl L. Holtz (Heidelberg)	Dr. Therese Steiner (Embrach)
Prof. Dr. Heiko Kleve (Potsdam)	Prof. Dr. Dr. Helm Stierlin (Heidelberg)
Dr. Roswita Königswieser (Wien)	Karsten Trebesch (Berlin)
Prof. Dr. Jürgen Kriz (Osnabrück)	Bernhard Trenkle (Rottweil)
Prof. Dr. Friedebert Kröger (Heidelberg)	Prof. Dr. Sigrid Tschöpe-Scheffler (Köln)
Tom Levold (Köln)	Prof. Dr. Reinhard Voß (Koblenz)
Dr. Kurt Ludewig (Münster)	Dr. Gunthard Weber (Wiesloch)
Dr. Burkhard Peter (München)	Prof. Dr. Rudolf Wimmer (Wien)
Prof. Dr. Bernhard Pörksen (Tübingen)	Prof. Dr. Michael Wirsching (Freiburg)
Prof. Dr. Kersten Reich (Köln)	

Umschlaggestaltung: Uwe Göbel

Umschlagillustration: Thorsten Hönig

Satz: Drißner-Design u. DTP, Meßstetten

Printed in Germany

Druck und Bindung: Freiburger Graphische Betriebe, www.fgb.de

Sechste, unveränderte Auflage, 2013

ISBN 978-3-89670-444-3

© 2005, 2013 Carl-Auer-Systeme Verlag

und Verlagsbuchhandlung GmbH, Heidelberg

Alle Rechte vorbehalten

Copyright © Damie Beaulieu, 2005

All Rights reserved

Copyright © der deutschen Ausgabe

Carl-Auer-Systeme Verlag, Heidelberg, 2005

Illustrationen: Christian Daigle

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Informationen zu unserem gesamten Programm, unseren Autoren
und zum Verlag finden Sie unter: www.carl-auer.de.

Wenn Sie Interesse an unseren monatlichen Nachrichten aus der Vangerowstraße haben,
können Sie unter <http://www.carl-auer.de/newsletter> den Newsletter abonnieren.

Carl-Auer Verlag GmbH

Vangerowstraße 14

69115 Heidelberg

Tel. o 62 21-64 38 0

Fax o 62 21-64 38 22

info@carl-auer.de

Die Grundlagen der Impact-Techniken

Wenn ich Impact-Techniken erkläre oder anwende, lösen sie häufig Reaktionen des Erstaunens aus: Die Zuhörer sind überrascht, dass mit nur wenigen Objekten und einfachen Interventionen eine große Wirkung erzielt werden kann. Das ist nicht erstaunlich, wenn man weiß, wie Gehirn und Gedächtnis funktionieren. Ich möchte daher die 8 Grundprinzipien der Mnemotechniken darstellen, mit denen es in der Psychotherapie möglich ist, schneller und leichter Spuren im Gedächtnis zu hinterlassen.

Erstes mnemotechnisches Prinzip: Das multisensorische Lernen

Der Mensch lernt am besten unter Einsatz all seiner Sinne, nicht nur der Ohren, dem bevorzugten Kanal in der Psychotherapie. Dabei ist das audiophone System aus neurophysiologischer Sicht das am wenigsten entwickelte und vor allem das unzuverlässigste. Kommt es nicht oft vor, dass ein Klient nicht richtig zuhört und etwas anderes versteht, als der Therapeut meinte? Eine verfehlte Kommunikation beeinträchtigt die Motivation des Therapeuten und die Therapeuten-Klienten-Beziehung. Es führt auf beiden Seiten zu einer Demotivation. Häufig tröstet man sich mit der Bemerkung »Er war noch nicht so weit« oder »Ich habe alles versucht«. Das heißt im Grunde: »Ich habe alles gesagt, was ich konnte, er versteht es nicht, ich kann ihm nicht helfen.«

Glücklicherweise gibt es noch andere, oft wirksamere Kanäle, über die ein Mensch erreicht werden kann. Hier sind vor allem die Augen zu nennen, das visuelle System. Wussten Sie, dass 60 % der Informationen, die ins Gehirn gelangen, über die Augen vermittelt werden? Wer von uns hat gelernt, mit den Klienten über die Augen zu kommunizieren? Glauben Sie, dass eine Werbung im Radio wirksamer ist als ein Fernsehspot? Und wenn nicht, warum ist das so? Die Antwort ist klar. Wenn man nicht nur die verbalen Zentren des Gehirns anspricht, sondern sich auch an die Augen richtet, erhöht sich die Wirksamkeit. Für den Impact-Therapeuten bedeutet das, dass die wesentliche Frage nicht lautet »Wie kann ich es meinen Klienten

sagen?«, sondern vielmehr »Wie kann ich es ihm zeigen oder auf andere Weise erfahrbar machen?«.

Wissenschaftliche Untersuchungen belegen immer wieder, dass eine kortikale Reaktion in den auditiven und visuellen Hirnregionen deutlicher ist, wenn eine bimodale sensorische Stimulation statt allein einer unimodalen visuellen oder auditiven Stimulation erfolgt. In anderen Worten, es wird eine größere Anzahl von Neuronen aktiviert, wenn eine Botschaft visuelle *und* verbale Attribute enthält, verglichen mit einer Fülle von Einzel-Stimulationen (Calvert et al. 1999, 2000, 2001; Calvert 2001). Das Hinzufügen der visuellen Dimension macht es möglich, wirksamer und von sich heraus bestimmte Regionen des Gehirns in den mnestischen Funktionen zu aktivieren (Grady et al. 1997).

Beispiel für die Anwendung des multisensorischen Prinzips in der Psychotherapie

Ein Junge mit allen Voraussetzungen für einen guten Schüler versagt in der Schule, weil er sich nicht genug anstrengt. Kinder spüren sehr deutlich, wenn ihnen ein Erwachsener etwas beibringen will. Schon vor dem ersten Wort verschließen sie ihre Ohren! Kennen Sie das? Und doch, jedes Kind reagiert auf eine Überraschung! Um den Widerstand des Jungen zu umgehen und um auch die anderen Sinne anzusprechen, setzen wir einen visuellen oder einen kinästhetischen Reiz, indem wir beispielsweise einige Becher aus Styropor vor ihn stellen und ihn auffordern, sie den verschiedenen »Bereichen« seines Lebens zuzuordnen (Rollerblades, Internet, Freunde, Fernsehen, Videospiele etc.), den letzten für die Schule. Es löst eine völlig andere Reaktion aus: Statt sich zu rechtfertigen, versucht er zu verstehen, was das soll. Will man ihn zusätzlich körperlich ansprechen, kann man ihm ein Glas Wasser in die Hand geben und erklären, dass dieses Glas seine gesamte Energie enthält. Er möge diese nun in die verschiedenen Becher füllen und zeigen, was in der vergangenen Woche mit seiner Energie geschah. Der Junge soll jeweils so viel Wasser in die einzelnen Becher schütten, wie er Zeit mit den verschiedenen Aktivitäten verbracht hat. Da die Schule an letzter Stelle steht, bleibt nicht mehr viel Energie für diesen Teil des Lebens übrig.

Es besteht eine direkte proportionale Beziehung zwischen unserem Engagement für eine Sache und den Ergebnissen, die wir darin erreichen. Deshalb ist es leicht *zu sehen*, warum es in der Schule nicht klappt. Natürlich kann es ihm auch *gesagt* werden, aber wenn seine Au-

gen es *nicht* verstanden haben, kommt die Botschaft oft nicht wirklich an. Die Ärztin und Neurophysiologin Guillemette Isnard hebt hervor: »Eine Information wird integriert, wenn alle Sinne angesprochen werden« (1990).

Der Junge verfügt nun über drei Schlüssel für die gleiche Information: den verbalen, den visuellen und den kinästhetischen Schlüssel. Alle drei Sinne arbeiten synergetisch und wiederholen die gleiche Botschaft. Wenn mehr Neuronen angesprochen werden, verstärkt sich die Reaktion. Es ist das Gleiche, wie wenn drei Personen einen schweren Gegenstand schieben: Es ist leichter zu dritt als allein.

Eine kleine Inszenierung gibt Ihnen die Möglichkeit zu explorieren und gleichzeitig neue Ideen zu »säen«. So können Sie beispielsweise das Wasser wieder in das Ausgangsglas zurückschütten und den Jungen auffordern, Ihnen zu zeigen, was er tun muss, um besser in der Schule klarzukommen. Damit ist ebenfalls der Körper angesprochen, seine Möglichkeiten und seine Lesart. Es ist nicht so bedeutend, wenn sich der Klient verbal widersetzt, denn der Körper hat die Information aufgenommen. Im Übrigen können Sie beim nächsten Gespräch diese Erfahrung wieder einbringen und die zu Beginn oft notwendige Aufwärmphase erheblich verkürzen. Der Becher wird zum Messgerät und zeigt an, was in der vorangegangenen Woche geschehen ist: Was hat der Junge in dieser Zeit mit seiner Energie gemacht? In welchen Becher gelangte sie? Konnte er sein Ziel erreichen?

Diese Übung ist für Kinder geeignet, die sich zu viel mit ihren Freunden und ihren außerschulischen Aktivitäten beschäftigen, sowie für diejenigen, die zu sehr auf Probleme fokussieren wie z. B. die Scheidung der Eltern, Streit mit Freunden, Fremd- und Selbstabwertung. Diese Technik ist auch für Erwachsene geeignet, um bei ihnen ein Nachdenken darüber auszulösen, womit sie sich in ihrem Alltagsleben am meisten beschäftigen.

Es sind oft nur wenige Worte nötig, um eine solche Erfahrung zu vermitteln. Die Information wird evident, und die Aufnahme erfolgt auf eine neue Weise, nicht nur kognitiv.

Kindern fällt es besonders schwer, die richtigen Worte zur Beschreibung ihrer Gefühle zu finden. Deshalb nutzt die Impact-Technik die kindliche Spontaneität und Transparenz. So können sie sich in einer Situation, die eine implizite Sprechweise auslöst, kompetent fühlen. Auch Erwachsene und Jugendliche fühlen sich durch die konkrete und gleichzeitig einfache Wirksamkeit angesprochen. Sie erleben

sich als intelligent, weil sie die Botschaft schnell erfassen und leicht integrieren können. All diese Aspekte fördern nicht nur einen besseren Einsatz des Gedächtnisses und eine Steigerung der Motivation, sondern auch eine Verbesserung der therapeutischen Beziehung.

Dies bedeutet aber keineswegs, dass wir die verbale Ebene vernachlässigen sollten. Was im psychotherapeutischen Kontext unmöglich und im Übrigen für den Prozess nachteilig wäre. Wörter besitzen eine außergewöhnliche Macht. Die Werbeleute von McDonald wissen das sehr gut. Haben Sie jemals gehört, dass in Werbetexten von einem Mikrowellengerät, von fettreichen Nahrungsmitteln oder von tiefgefrorenen Produkten gesprochen wird? Natürlich nicht! Die Werbeleute wählen attraktive Bezeichnungen, die beim Verbraucher Wünsche hervorrufen; es sind Wörter, die den Kunden ansprechen und sein Interesse wecken, wie z. B. »köstlich«, »frisch«, »schnell«, »idealer Ort für ein Familienfest mit Kindern«.

In einem Experiment über die Kraft der Wörter wurden einer Gruppe von Versuchspersonen Fotos von zwei schönen Frauen gezeigt. Sie wurden aufgefordert zu sagen, welche der beiden Frauen ihnen am besten gefiel. Die erste Erhebung gab ein 50:50 Resultat. Dann wurde das Experiment wiederholt, wobei die Versuchspersonen informiert wurden, dass die eine Frau Jennifer heißt und die andere Gertrud. Nun erhielt Jennifer 80 % der Stimmen (Bottini et al. 1994). Wörter aktivieren im Innern bestimmte Register, die mit früheren Erfahrungen assoziiert sind. Jedes Wort hat spezifische Auslöser. Es müssen also Verbindungen angesprochen werden, die es dem Klienten erlauben, an gewünschte Handlungen und Überlegungen anzuknüpfen. Wenn wir also Fragen stellen wie »Fühlen Sie sich depressiv?«, »Haben Sie schon mal an Selbstmord gedacht?« oder auch »Worin besteht Ihr Problem?«, veranlasst dies den Klienten, sich gerade auf das zu konzentrieren, was nicht gut läuft. Wenn Sie aber fragen »Welche Veränderungen möchten Sie in Ihrem heutigen Leben erreichen?« oder »Was möchten Sie gegenwärtig verbessern?«, dann wird es dem Klienten möglich, seine Aufmerksamkeit auf das zu richten, was er erreichen möchte, d. h. er kann »proaktiv« werden.

Weiter ist es so, dass Aussagen, in denen Metaphern verwendet werden, die rechte Gehirnhälfte mehr ansprechen, während eine rein explizite Sprache sich eher an die linke Gehirnhälfte richtet (Bottini et al. 1994; Brownell et al. 1990, Faust a. Weisper 2000). Diese Information ist unter der Annahme wichtig, dass dabei tausende Neuronen

aktiviert und miteinander in Verbindung gebracht werden, was wiederum die Gehirnleistung erhöht. Dies bewirkt eine bessere Kommunikation zwischen unseren Sinnesorganen und den kortikalen Bereichen des Gehirns, wodurch die Wahrnehmung und die Interpretation der äußeren Welt angemessener erfolgen (Isnard 1990).

Das Verbale hat eine außergewöhnliche Wirkung auf das Gedächtnis, aber dazu ist es erforderlich, sein volles Potenzial zu nutzen.

Zweites mnemotechnisches Prinzip: Abstrakte Konzepte konkret machen

Was haben folgende Werbetexte gemeinsam? Ein WC-Papier wird mit der Weichheit kleiner Kätzchen in Verbindung gebracht; eine Versicherungsgesellschaft benutzt das Bild eines Elefanten als Symbol für Kraft, Langlebigkeit und Würde; ein Hersteller von Haushaltsgeräten zeigt einen sich langweilenden Techniker und verweist damit auf die Zuverlässigkeit seiner Produkte. Jeder versucht, dem Verbraucher durch konkrete Symbole abstrakte Kategorien nahe zu bringen. Warum tun sie das? Das ist sehr einfach: Das Gehirn speichert konkrete Informationen leichter als abstrakte. Warum sollten wir diese Erkenntnis nicht auch in der Arbeit mit unseren Klienten nutzen?

Als mein Sohn 9 Jahre alt war, sagte seine Lehrerin eines Tages im Unterricht: Solidarität, gegenseitiger Respekt und gute Zusammenarbeit sind sehr wichtig. Als ich von einem Elternabend nach Hause kam, bei dem die Lehrerin sehr viel über Rechtsphilosophie gesprochen hatte, fragte ich meinen Sohn, was er unter »Solidarität« verstehe. Ich wusste, dass es ein neuer Begriff für ihn war. Er antwortete mit ernster Miene: »Das ist ganz wichtig für Luise!«¹ »Aber weißt du denn, was das Wort bedeutet?«, wiederholte ich meine Frage. Er gab die gleiche Antwort. Er hatte mit Körper und Augen verstanden, wie bedeutsam das Wort für die Lehrerin war, aber er hatte keine Ahnung, worum es sich handelte. Ich bin dem ein wenig nachgegangen, und mir wurde klar, dass er sich eine Bedeutung gebastelt hatte auf der Grundlage des Wortes »solide«, das er bereits kannte. Jedes Mal, wenn die Lehrerin von »Solidarität« sprach, verstand mein Sohn »solide« und dass er so »stark wie ein Eisenträger« sein müsse. Dies ist kaum förderlich für erfolgreiches Lernen!

1 Anm. d. Übers.: die Lehrerin

Als die Lehrerin feststellte, dass auch die anderen Schüler nicht verstanden hatten, was sie mit so viel Engagement hatte sagen wollen (ich war erleichtert, dass es nicht allein mein Sohn war), bat sie mich, den Schülern durch den Einsatz von Impact-Techniken ihre Aussagen verständlicher zu machen. Ich regte an, eine Art Puzzle mit 30 Teilen einzusetzen und jedem Schüler (sie waren 26 in der Klasse) ein Puzzleteil zu geben; die letzten vier Teile waren für die Fachlehrer bestimmt. Den Kindern machte dieses Spiel Spaß, sie verbanden damit auch »Ich kann es schaffen!«. Sie erfuhren dabei, dass jedes Teil verschieden ist, dass es seinen richtigen Platz benötigt und dass es richtig eingeordnet werden muss, um ein befriedigendes Ergebnis zu erzielen. Damit war für die Rolle jedes Kindes eine passende Analogie gefunden: Jedes Kind muss seinen Beitrag leisten, die Schüchternen müssen begreifen, dass auch ihr Beitrag wichtig ist und dass das »Puzzleteil« des anderen respektiert werden muss, d. h., auch sein Beitrag ist für das Gesamtbild erforderlich.

Diese Metapher zeigt weiter, dass es sehr unterschiedliche Teile in einer Gesamtheit gibt. Es gibt einige, die an den Rand gehören, die sich lieber zurückhalten, weil sie nicht so gerne mit vielen Menschen zu tun haben. Dann gibt es Teile für die Mitte, für diejenigen, die immer im Mittelpunkt stehen wollen, immer den Arm in der Luft haben, um Fragen des Lehrers zu beantworten, und viele Freunde haben! Dann gibt es noch die Seitenteile, die sich gerne den Bedürfnissen der anderen anpassen: Die Eckteile sind ruhig, können aber sehr lebhaft werden, wenn sie mit anderen, die gerne im Mittelpunkt stehen, zusammen sind. Um eine schnelle und zuverlässige Einschätzung einer Gruppe zu bekommen, erhält jeder Teilnehmer ein solches Puzzleteil und wird aufgefordert, es an der richtigen Stelle einzusetzen: Da der Körper nicht lügt, wird sehr schnell deutlich, welche Teilnehmer in den Mittelpunkt gehören (es sind die, die beginnen), welche Randstücke eher im Hintergrund bleiben und wer sein Teil lieber jemandem gibt, der zum Mittelstück gehört und es für ihn einfügt. Die Eckstücke bleiben sitzen und halten sich zurück, bis sie an der Reihe sind.

Kinder nehmen die Botschaft, die sich als konkrete Übung darstellt, viel interessierter auf. Sie haben Spaß und sind umso aufmerksamer, je mehr ihr Bedürfnis nach Bewegung akzeptiert wird: Es reicht schon, wenn der Lehrer beispielsweise einem Schüler, der zu viel Raum einnimmt, sagt: »Stephan, hast du heute schon dein Teil gelegt? Dann wäre es vielleicht besser, wenn du jetzt die anderen

ihre Teile hinzufügen lässt!« Damit wird dem Kind die Möglichkeit gegeben, Bilder und Eindrücke zu erinnern und zu verstehen, dass es hier um die Gemeinschaft und nicht nur um sein persönliches Anliegen geht.

Soweit zu dieser Übung, die auch mit verschiedenen Arbeitsteams und in einer therapeutischen Gruppe durchgeführt werden kann.

Ein Puzzle kann auch eingesetzt werden, um die Trennung der Eltern zu konkretisieren. Wenn Sie z. B. einem Kind einzelne Puzzleteile zeigen, die nicht zueinander passen, und es auffordern, sie zusammenzufügen, so wird nach kurzer Zeit deutlich, dass es nicht geht. Und wenn Sie dann das Kind fragen, welches von den zwei Teilen nicht in Ordnung ist oder welches zu verändern wäre, dann stellt es leicht fest, dass jedes für sich durchaus stimmig ist, aber dass sie einfach nicht zusammenpassen. Und wenn Sie jetzt noch den Namen des jeweiligen Elternteils von hinten auf diese Teilstücke schreiben, dann wird deutlich, dass die Eltern nicht zusammengehören können. Sie werden irgendwo ihren Platz finden, aber verbunden mit anderen Teilstücken des Puzzles. Wenn Erklärungen auf diese Weise konkret vermittelt werden, dann sind langwierige Diskussionen oft überflüssig. Das Kind spürt, dass es nicht dafür verantwortlich ist, dass die beiden Teile nicht zusammenpassen. Wählen Sie die Teile sorgfältig aus, um sicherzustellen, dass sich das Teil des Kindes mit beiden Elternteilen verbinden lässt.

Drittes mnemotechnisches Prinzip: Nutzen der bereits bekannten Informationen

Glauben Sie, dass es für einen Italiener leichter ist, Spanisch zu lernen als für einen Deutschen? Warum? Weil Spanisch dem Italienischen verwandter ist? Ist es für einen Arzt leichter als für einen Fotografen, den Beruf des Apothekers zu erlernen? Der Arzt hätte es leichter, weil er bereits über Kenntnisse in diesem Bereich verfügt. Trotz unserer Anstrengung, die Psychologie allen zugänglich zu machen, sind die Konzepte über Neurosen, Abwehrmechanismen, Projektionen und das Über-Ich für die meisten unserer Klienten, insbesondere für die jüngeren, sehr undurchsichtig und fremd. Wenn Sie hingegen eine Übung machen, bei der bereits bekannte Informationen verwendet werden, dann lösen Sie implizit eine Fülle kognitiver, emotionaler, visueller, kinästhetischer Reaktionen aus, oft ohne dass der Klient es

bemerkt. Er öffnet sich leichter, und es gelingt eine bessere Bearbeitung der jeweiligen Botschaft. Fällt es Ihnen denn nicht auch leichter, mit einer Gabel statt mit Stäbchen zu essen? Viele von uns lehnen es ab, mit Stäbchen zu essen, genauso lehnen manche die Psychotherapie ab, wenn die mnemotechnischen Fähigkeiten des Klienten unberücksichtigt bleiben.

Der Impact-Therapeut bemüht sich unablässig, die »Datenbank« seines Klienten zu ergründen und zu nutzen, eine Beziehung aufzubauen, den Widerstand zu umgehen, eine bedeutsame Überlegung anzuregen und Anker zu setzen, um einen inneren Prozess auszulösen, der über das Therapiegespräch hinaus weiterwirkt.

Hier nun ein Beispiel, wie dieses Prinzip in einem therapeutischen Rahmen genutzt werden kann, mit Menschen, die nicht bereit sind, ihre bedrückenden Erfahrungen mit anderen zu teilen (Traumata, sexueller Missbrauch, physische und psychische Einschüchterung etc.). Nehmen Sie einen randvollen Müllsack und verschließen Sie ihn mit einer Schnur. Lassen Sie nun die Teilnehmer diesen Sack mit all seinen Gerüchen öffnen und stellen Sie folgende Frage: »Glauben Sie, dass dieser Sack mit seinen unangenehmen Gerüchen nach einiger Zeit weniger oder intensiver stinken wird? Möchten Sie einen Müllsack mit all den schlechten Erinnerungen dauernd mit sich herumtragen? Oder gibt es vielleicht sogar mehrere Säcke? Haben Sie vielleicht festgestellt, dass andere gemerkt haben, dass Sie anders geworden sind, und dass man es spüren kann, dass Sie nicht glücklich sind?« Es wäre einfach, ein langes Gespräch darüber zu führen und diese Metapher auszuschöpfen. Die Klienten, insbesondere die jüngeren, verstehen häufig überhaupt nichts von posttraumatischen Belastungsstörungen, aber sie wissen sehr gut, was mit einem Müllsack gemeint ist. Indem Sie dieses Wissen nutzen, ermöglichen Sie es ihnen, sich besser zu verstehen und gleichzeitig zu erkennen, wie wichtig es ist, den inneren Mülleimer zu leeren!

Das Konzept der »Utilisierung« von Milton H. Erickson greift dieses Prinzip auf. Er benutzte das Alltagsgeschehen seiner Klienten, betrachtete alles auf eine neue Weise, erleichterte dadurch die Therapeuten-Klienten-Beziehung, verringerte den Widerstand und gab so wichtige Impulse für den therapeutischen Prozess. In der Impact-Therapie »benutzen« wir Gegenstände des Alltags mit dem gleichen Ziel.

Viertes mnemotechnisches Prinzip: Emotionen auslösen

Das Gedächtnis ist direkt mit den Gefühlen verbunden. Erinnern Sie sich noch daran, wo Sie am 11. September 2001 gewesen sind? Wann und wie haben Sie von dem terroristischen Attentat in New York erfahren? Augenblicke im Leben des Menschen, wie z. B. die Geburt eines Kindes, der Tod eines Angehörigen oder eine wichtige Beförderung, sind für immer in unser Gedächtnis eingegraben, weil sie mit starken Emotionen verbunden sind. Die Emotion fördert nicht nur die schnelle Aufnahme der Information, sondern auch ihre Dauerhaftigkeit.

Es gibt unterschiedliche Möglichkeiten, das mnemotechnische Prinzip in der Psychotherapie anzuwenden. Wie bereits erwähnt, geht es zunächst darum, ein dem Klienten bekanntes und für ihn emotional bedeutsames Objekt zu verwenden. Dadurch erfolgt eine außergewöhnliche Beschleunigung des Prozesses. Beispielsweise wenn Sie einen Kasten Bier auf einen Stuhl stellen, um den Alkoholismus eines Elternteils zu verdeutlichen; wenn Sie Bonbons auf einen Stuhl legen, um die pädophile Neigung eines Erwachsenen darzustellen; den Lieblingsbleistift eines Jugendlichen als Symbol für seine Bereitschaft benutzen, sich mehr Zeit für die Schularbeiten zu nehmen; das Foto einer Familienfeier verwenden, um trotz Schwierigkeiten wieder mit den guten Seiten des Lebens Kontakt aufzunehmen, etc. Jeder besitzt Gegenstände, die mit intensiven Gefühlen verbunden sind.

Bitten Sie den Klienten, Ihnen mit Gefühlen besetzte Objekte zu nennen. Indem Sie ihn dazu auffordern, stellen sich zwangsläufig tiefe Gefühle und innere Bilder ein, und der Körper und sein ganzes Selbst sind impliziert. Einem meiner Klienten war ein Bein amputiert worden, und es konnte keine Prothese befestigt werden. Er nahm eine leere Bierflasche, drehte sie um, so dass sie nur noch durch den Flaschenhals gehalten wurde, und umschrieb damit seine aktuelle Situation. Dieses einfache Bild war so stark, dass ihm die Tränen in die Augen stiegen: Nur noch auf einem Bein stehen können, von einem geringen Stoß umgeworfen werden können. Es folgte eine eingehende und ausführliche Exploration seiner heutigen Situation.

Symbole sind stark, sie haben oft mehr Kraft als tausend Wörter, sie setzen Gedanken, Vorstellungen und Gefühle verdichtet um. Lassen Sie Ihre Klienten eigene Symbole finden, und Sie werden überrascht sein, wie leicht sie an den Kern der Probleme gelangen. Erleichtern Sie es ihnen, ihr Erleben zum Ausdruck zu bringen, indem

Sie ihnen etwas in die Hand geben, das sie formen, bewegen und gestalten können. Wenn es sich z. B. um ein 7-jähriges Kind handelt, können Sie ihm Monopoly-Geld oder Spielkarten geben und es aufordern, symbolisch sein Verhalten zu quantifizieren. Das Kind hat beispielsweise seinen Freund geschlagen, und Sie fragen es: Ist es wie ein Herz-Ass oder wie eine Pik-Drei? Ist es wie ein Euro, wie hundert Euro oder wie 500 Euro? Wenn Sie ihm die Übung gut beschreiben, wird das Gespräch zu einem Spiel, bei dem Sie vieles über Ihren Klienten in Erfahrung bringen. Haben Sie den Eindruck, dass diese Art der Begegnung mehr Wirkung hat als das reine Gespräch? Dies wird zwangsläufig mehr sein, denn Sie haben vier der oben beschriebenen Mnemotechniken zur Anwendung gebracht.

Es gibt mindestens zwei weitere Möglichkeiten, Gefühle während des therapeutischen Prozesses anzusprechen. Die erste Möglichkeit besteht darin, die Situation zu dramatisieren, die Angelegenheit auszuweiten. Wenn sich ein Klient z. B. sehr von einem Problem eingenommen fühlt (Scheidung der Eltern, Drogen, körperliche Behinderung, Schulversagen, Liebeskummer etc.), dann schreiben Sie den Begriff auf einen braunen Karton (die hintere Seite von Briefblöcken, etwas sehr Alltägliches, das man nach Gebrauch wegwirft). Nun fordern Sie ihn auf, diesen Karton mit beiden Händen nahe an sein Gesicht zu halten, fingerbreit vor seine Nase, so dass er nichts anderes als dieses Wort auf dem Karton sehen kann. Versuchen Sie jetzt, ihm andere Gegenstände zu zeigen, die er natürlich nicht sehen kann, weil er den Karton vor den Augen hat. Sehr schnell entsteht bei ihm Frustration darüber, dass er alles andere nicht wahrnehmen kann, da sein Gesichtsfeld eingeengt ist. Je mehr es dem Klienten gelingt, Distanz zu nehmen, d. h. den Karton nach und nach weiter von seinem Gesicht wegzubewegen, umso mehr wird er sich entlastet fühlen, weil sein Blick nicht mehr durch die räumliche Beengtheit eingeschränkt ist. Vielleicht wird er sogar, mit einem tiefen Atemzug, von dem Problem Abstand nehmen können.

Eine andere Möglichkeit, die Gefühle des Klienten anzusprechen, besteht darin, Kodierungen vorzunehmen. Lassen Sie es mich erklären: Unser Gehirn reagiert auf eigentümliche Weise. Das menschliche Wesen besteht aus Gewohnheiten. 95 % unserer Reaktionen sind durch vorausgegangene Erfahrungen automatisiert (Smith 1996). Das bedeutet, dass bestimmte Stimuli voraussehbare Reaktionen auslösen. Haben Sie z. B. nicht auch mit Ihrem Partner oder Ihrer Partnerin

freundliche Kosenamen eingeführt wie »mein Schatz«, »mein Lieber, meine Liebe«, »mein Mäuschen, Häschen«? Vielleicht betiteln Sie auch Ihren Sohn oder Ihre Tochter, Ihr Haustier, Ihren Kollegen, Ihre Schwester auf ähnliche Weise? Wenn wir nun davon ausgehen, dass Ihr Gehirn die affektiven Codes gespeichert hat, dann erfolgt eine spontane Annäherung. Zweifeln Sie daran? Das ist normal, denn die meiste Zeit erfolgen solche Reaktionen rein automatisch. Sie sind sich dessen nicht einmal bewusst.

Versuchen Sie jetzt einmal, an eine fremde Person zu denken, die Ihnen auf eine offenherzige Weise einen netten Spitznamen gegeben hat. Konnten Sie dadurch leichter eine freundschaftliche und vielleicht sogar eine Liebesbeziehung zu dieser Person aufbauen? Solche Codes lassen uns manchmal auf erstaunlich fremdartige Weise reagieren. Hier ein weiteres Beispiel: Mein Schwager ist Polizist. Wir fuhren gemeinsam in seinem Wagen und wurden wegen Geschwindigkeitsübertretung angehalten. Der Polizist fragte nach dem Führerschein, er kannte meinen Schwager nicht. Alle beide besaßen ein Dienstgradabzeichen, sozusagen ihr Erkennungszeichen. Nachdem mein Schwager es ihm gezeigt hatte, erkannten sie sich sogleich als Verbündete. Es gab keine Anzeige, denn sie hatten einen gemeinsamen Code.

Ein anderes Beispiel: Seit langem fahre ich in den Schulferien mit meinem Sohn nach Kuba. Im letzten Jahr, als ich mit Jordane am Strand war und wir uns unterhielten, kam plötzlich jemand hinzu: »He! Salut! Kommt ihr aus Quebec?«, fragte dieser Fremde auf vertraute Weise. Er hatte einen Code erkannt, denn wir sprachen in dem spanisch sprechenden Umfeld den Dialekt von Quebec. Niemals hätte uns diese Person zu Hause so kameradschaftlich angesprochen. Auch hier schuf der gemeinsame Code eine Annäherung.

Jedes Mal, wenn Sie in der Therapie einen Gegenstand benutzen und eine Bühne aufbauen, entsteht zwischen Ihnen und Ihrem Klienten eine Art Code. Arbeiten Sie möglichst oft damit. Anstatt ein schüchternes Kind aufzufordern, seine Meinung zu äußern, fragen Sie es ganz einfach, ob es sein »Puzzleteil« heute schon eingesetzt hat. Geben Sie ihm einen Styroporbecher mit nach Hause, um damit an den Inhalt der Stunde zu erinnern und um die Bindung bis zur Sitzung in der nächsten Woche aufrechtzuerhalten. Setzen Sie die in der Therapie entstandenen Codes regelmäßig ein. Sie sind immer wieder ein wichtiger Teil Ihrer Botschaft. Es entsteht eine einzigartige Sprache, die an unsere Person gebunden ist und die niemand sonst versteht. Wir werden Komplizen und sind uns daher sehr nahe.