



*»Die Wahrheit befolgte den Rat und schmückte sich mit den Kleidern des Märchens. Und seitdem gehen Wahrheit und Märchen zusammen, und beide sind bei den Menschen beliebt.«
(Vollständiges Märchen: siehe Anhang 1 - (Kanner, 1986))*

Abbildung 1 (Foto: <https://pixabay.com/de/photos/kleid-ball-kleidung-prinzessin-1146503/>)

Abschlussarbeit

»Storytelling«

als Tool im Systemischen Coaching

28. Juni 2024

Christina Gnägi
Boniswilerstrasse 28
5707 Seengen
Schweiz

T.: +41 44 341 32 86
M: +41 78 629 71 47
E: cg@mccg.ch

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	2
1.1	Narrativer Ansatz versus Storytelling	2
1.2	Abgrenzung und Relevanz für das Systemische Coaching	2
2	Storytelling aus dem Blickwinkel eines Coaches	3
2.1	Die Wirkung von Geschichten	4
2.1.1	Die «Vier Quadranten» kombiniert mit dem Eisbergmodell	4
2.2	Der beste Zeitpunkt, um eine Geschichte zu erzählen	5
2.3	Märchen versus »selbsterfundene Geschichte«	6
2.3.1	Argumente für das Erzählen von Volksmärchen	6
2.3.2	Argumente für das Erzählen selbst erfundener Geschichten	6
2.4	Märchen - Ein Überblick	6
2.4.1	Märchen - Nur etwas für Kinder?	7
2.5	Eine eigene Geschichte erfinden und erzählen	8
2.6	Welche Geschichte ist die Richtige?	9
2.7	Geschichten lernen	10
2.7.1	Das »Omega« des freien Erzählens	10
2.7.2	Eine eigene Geschichte Schritt-für-Schritt aufbauen und erzählen	11
2.7.2.1	Dramaturgie einer Geschichte	11
3	Fazit	13
4	Abbildungsverzeichnis	XIV
5	Literaturverzeichnis	XIV
6	Anhänge	XV
Anhang 1	Märchen »Die Wahrheit und das Märchen«	XV
Anhang 2	Märchen und ihre Pendanten in aller Welt; Die Beispiele Aschenputtel und der Froschkönig	XVI
Anhang 3	Interview von Jürgen Liminski mit Gerald Hüther: Die Macht der inneren Bilder	XX
Anhang 4	Die «Vier Quadranten» von Ken Wilber, kombiniert mit dem Eisbergmodell nach Hanna Milling	XXV
Anhang 5	Märchen »Die Zauberflasche«	XXVI
Anhang 6	Märchenkreis »Vom Glücksvogel«	XXVIII
Anhang 7	Märchen »Vom Glücksvogel«	XXIX
Anhang 8	Einfache Struktur einer Geschichte	XXXI
Anhang 9	Selbsterfundene Geschichte - »Wie Lea Mut in ihr Können fasste und zu großem Erfolg gelangte«	XXXII

Abkürzungsverzeichnis

m.E.	Meines Erachtens	Coach	Coachin; Systemischer Coach; Systemische
u.a.	Unter anderem		Coachin; Coachende Person
bzw.	Beziehungsweise	Coaching	Systemisches Coaching

Hinweis zu Sprache und Genderbestimmung

In dieser Abschlussarbeit wird bewusst auf eine Genderbestimmung verzichtet. Begriffe wie Coach, Klient oder Coachee beziehen sich gleichermaßen auf alle Geschlechter - männlich, weiblich und divers.

1 Einleitung

1.1 Narrativer Ansatz versus Storytelling

Im Coaching werden der narrative Ansatz und Storytelling oft als Synonyme verstanden. Obwohl beide Ansätze gemeinsame Wurzeln haben, unterscheiden sie sich in Anwendung und Zielsetzung. Während Storytelling im Coaching eher eingesetzt wird, um Botschaften zu vermitteln oder emotionale Reaktionen zu erzeugen, liegt der Fokus des narrativen Ansatzes auf der Arbeit mit der persönlichen Geschichte des Coachees zur Unterstützung seiner Selbstreflexion und persönlichen Weiterentwicklung. Thema dieser Arbeit ist das Storytelling als Tool im Systemischen Coaching.

Narrativer Ansatz

Der narrative Ansatz wurde durch Michael White und David Epston maßgeblich geprägt und von Michel Foucault beeinflusst. Der narrative Ansatz zielt darauf ab, dass Coachees ihre Identität sowie ihre eigenen dominanten, möglicherweise problembehafteten, (Lebens-)Geschichten besser identifizieren, verstehen und gegebenenfalls neu konstruieren können. Der diesem Ansatz zugrundeliegende Gedanke ist, dass die Coachees durch das Erzählen alternativer Geschichten neue Bedeutungen und Perspektiven für sich gewinnen können. Es stehen folgende Aspekte im Vordergrund:

1. Dekonstruktion: Identifikation und Analyse der dominanten Geschichten, die das Leben des Coachees prägen. (White, 2007)
2. Externe Positionierung: Trennung des Problems von der Person, um eine objektivere Betrachtung zu ermöglichen. (Epston, 1990)
3. Erzählen alternativer Geschichten: Entwicklung neuer, positiver Geschichten, die das Selbstbild und die Lebensgestaltung des Coachees positiv beeinflussen können. (Epston, 1990)

Der narrative Ansatz lässt sich als methodischen Prozess verstehen, der den Coachee dabei unterstützen soll, seine Selbstwahrnehmung zu verändern und neue Handlungsoptionen für sich zu entdecken.

Storytelling

Storytelling steht für die Kunst und Technik des Geschichtenerzählens und wird beispielsweise in Psychotherapie, Marketing, Bildung, Unterhaltung und Mediation sowie im Coaching eingesetzt. Storytelling kann ein wirkungsvolles Werkzeug für Coaches sein, wenn es darum geht, auf komplexe Zusammenhänge einzugehen und emotionale Kontexte zu veranschaulichen. Im Coaching arbeitet Storytelling typischerweise mit:

1. Veranschaulichung von Konzepten: Nutzung von Geschichten, um abstrakte oder komplexe Ideen greifbar zu machen. (Bruner, 1991)
2. Inspirierende Erzählungen: Geschichten, die als Vorbilder oder Metaphern dienen und den Coachee motivieren können. (McKee, 2005)
3. Emotionale Verbindung: Nutzung von Geschichten, um eine tiefere emotionale Resonanz und Beziehung zwischen Coach und Coachee zu schaffen. (Goleman, 2006)

1.2 Abgrenzung und Relevanz für das Systemische Coaching

Wie vorgängig beschrieben, ist die Unterscheidung zwischen narrativem Ansatz und Storytelling für den Coach von großer Bedeutung, wenn es darum geht, den Coachee bestmöglich zu unterstützen. So ähnlich sieht sich die beiden Ansätze auf den ersten Blick zu sein scheinen, adressieren sie doch ungleiche Ziele und basieren auf unterschiedlichen Philosophien. Während der narrative Ansatz ein tiefgreifendes Verständnis für die Konstruktion und Dekonstruktion persönlicher Geschichten erfordert, um den Coachee effektiv zu

begleiten, kann Storytelling eine wunderbare Ergänzung sein, um den Coachingprozess zu bereichern, ohne jedoch die Strukturiertheit des narrativen Ansatzes zu ersetzen.

Ein Coach kann den narrativen Ansatz nutzen, um die persönlichen Erfahrungen für den Coachee erfahrbar und formbar zu machen, während er ihn gleichzeitig mit Storytelling dazu motivieren sowie ihn dabei unterstützen kann, komplexe Themen auf abstrahierte Weise für sich greifbar zu machen.

Mit klarer Abgrenzung sowie bewusster Anwendung beider Ansätze kann ein Coach die Wirksamkeit und Flexibilität seiner Arbeit steigern.

Diese Arbeit soll Coaches dabei unterstützen, die Unterschiede zwischen beiden Ansätzen zu erkennen und Storytelling sowie - als Nebenaspekt beleuchtet - den narrativen Ansatz gezielt und zum Nutzen des Coachees einzusetzen.

2 Storytelling aus dem Blickwinkel eines Coaches

Geschichten, Märchen, Fabeln, Metaphern usw. lassen sich im Coaching, ähnlich wie in der Psychotherapie oder beispielsweise der Mediation als wirkmächtige Ressourcen einsetzen. Als Erzähler ist der Coach gehalten, den Coachee mit der Erzählung bei der Lösungsfindung zu unterstützen, ohne jedoch dabei eigene Ansichten oder Interpretationen des Erzählten zum Ausdruck zu bringen.

Eine Geschichte sollte positive Ressourcen beinhalten und in keiner Weise vom Coach interpretiert werden. Es geht nicht darum, eine Geschichte nur um des Erzählens willen zu erzählen oder sie als Belehrung für den Coachee zu nutzen.

Es kann vorkommen, dass eine Erzählung, die für den Coachee »den Punkt genau trifft« den weiteren Lösungsfindungsprozess dauerhaft begleitet und im einen oder anderen Kontext immer wieder aufgegriffen und thematisiert wird.

Es kann aber auch das Gegenteil eintreffen und die erzählte Geschichte hallt beim Coachee im Moment des Erzählens nicht nach. Möglicherweise trifft sie auch einen zu sensiblen Punkt, sodass der Coachee zum aktuellen Zeitpunkt damit überfordert ist. In beiden Fällen ist es unangebracht, bei der angebotenen Geschichte zu verweilen und den Coachee dazu zu drängen, sich mit ihr mehr zu beschäftigen, als er von sich aus dazu bereit ist. Eine für den Moment ausbleibende Resonanz durch den Coachee muss jedoch nicht ausschließen, dass er zu einem späteren Zeitpunkt wieder auf die Erzählung zurückkommt.

Wenn eine Geschichte vom Coachee akzeptiert wird, kann sie seinen gedanklichen Spielraum erweitern, ohne ihn jedoch gleichzeitig unter Druck zu setzen, denn schließlich »passiert die Geschichte jemand anderem«. Ihre Wirkung entfaltet eine Geschichte für den Coachee, indem sie ihre Botschaft und die angebotene Lösung nicht ausspricht, sondern es der Fantasie des Coachees überlässt, ob und wie er das Erzählte auf sich selbst beziehen kann und möchte.

Im besten Fall bietet eine Geschichte dem Coachee neue Denkmodelle und Blickwinkel an, welche ihn dabei unterstützen, seine Wahrnehmung und/oder sein bestehendes Lösungsrepertoire zu erweitern. Zudem kann unter Umständen die Hoffnung geweckt werden, dass die »märchenhaften« Wendungen und Lösungen aus der Erzählung im realen Leben ebenfalls möglich sein könnten.

Das während des Zuhörens im Geiste entstehende »Märchenbild« ist sehr persönlich und widerspiegelt individuelle Wahrnehmungen und Erfahrungen. Dieses innere Bild kann dem Coachee eine entlastende Distanz zu seiner aktuellen Problemstellung bieten.

Bereits seit dem 20. Jahrhundert waren bzw. sind Märchen Gegenstand wissenschaftlicher Forschung. Sigmund Freud, Carl Gustav Jung, Verena Kast, Jorge Bucay und viele weitere Fachpersonen beschäftigten, bzw. beschäftigen sich mit Märchen bzw. dem Geschichtenerzählen an und für sich. So schreibt Verena Kast beispielsweise in ihrer Einleitung zu »Märchen als Therapie« (Kast, 1989, 15. Auflage 2016):

Im Märchen geht es oft gar wundersam zu und her, da sind Wendungen möglich, die wir eigentlich nicht für möglich halten werden - »es ist eben ein Märchen« sagen wir, »märchenhaft«. Und doch sind wir insgeheim auch froh, dass wir im Märchen einem gewissen Realitätsdruck entfliehen können, mitgetragen werden von der Überzeugung, dass es immer wieder »märchenhafte« Lösungen gibt - und das sind schöpferische Lösungen. Und indem wir uns mit den Märchenhelden identifizieren, überträgt sich diese Hoffnung, dass Probleme lösbar sind, dass es immer wieder schöpferische Wandlungen gibt, auch auf uns. Damit vermitteln Märchen jenen Mut zur Zukunft, den wir brauchen, um nicht am Vergangenen zu kleben. (Kast, 1989)

2.1 Die Wirkung von Geschichten

Das Erzählen von Geschichten hat in unserem Kulturkreis im Alltag immer mehr an Bedeutung verloren. Wie und warum sich Coaches trotzdem oder gerade deshalb der den Geschichten innewohnenden Weisheit bedienen können, um ihren Coachees Unterstützung und im besten Fall Entlastung zu bieten, ist Thema dieses Kapitels.

2.1.1 Die »Vier Quadranten« kombiniert mit dem Eisbergmodell

Geschichten entfalten ihre Wirkung bei den Zuhörenden auf unterschiedlichen Ebenen gleichzeitig. Der amerikanische Autor und Philosoph Ken Wilber stellte in seiner Metatheorie der »Vier Quadranten« fest, dass es möglich ist, alle Menschheitsthemen in vier Quadranten bzw. Ebenen einzuordnen. Die von ihm definierten Quadranten beziehen sich auf das Äußere, das Innere, das Individuelle sowie das Kollektive. Diese vier Quadranten sind nicht als hierarchische Ordnung zu verstehen, sondern sind gleichwertig. Wird ein einzelner Quadrant nicht genügend berücksichtigt, gerät das Gleichgewicht aus dem Gleichgewicht und es sind mehr oder weniger gravierende Komplikationen möglich.

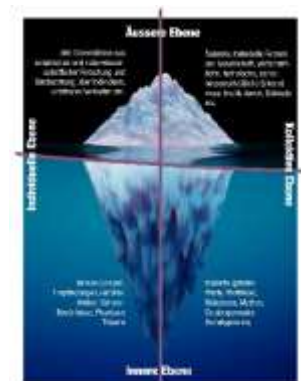


Abbildung 2: Die vier Ebenen Ken Wilbers, kombiniert mit dem Eisbergmodell, Darstellung nach Hanna Milling (Milling, 2016) [siehe Anhang 4]

Die von Ken Wilber beschriebene äußere Ebene bezieht sich auf alles, was sicht- und begreifbar ist, man könnte also sagen, dass die äußere Ebene alle »harten«, also überprüf- und nachvollziehbaren, Fakten umfasst.

Die äußere Ebene bezieht sich auf die rationale Informationserfassung, das Ziehen logischer Schlüsse und generell auf das vernunftgesteuerte Verhalten. Diese Fähigkeiten und Verhaltensweisen sind nicht angeboren, sondern werden im Kleinkindalter entwickelt. Für unsere westliche Gesellschaft sind diese Werte wichtig und das Schulsystem ist darauf ausgerichtet.

Im Gegensatz zur äußeren Ebene beziehen sich die Eigenschaften der inneren Ebene auf das Unausgesprochene und Unsichtbare. D.h. in diesen Quadranten werden Gefühle, Bedürfnisse, Wünsche, aber auch Ängste und Hoffnungen eingeordnet. Wir benötigen Empathie und Intuition sowie Interpretation und Deutung. Um die Ebene des Inneren anzusprechen, gehören ebenso ganzheitliches Denken, bildhafte Vorstellung wie emotionale Assoziationen dazu. Wir kommen schon mit einem Teil dieser Fähigkeiten zur

Welt, andere erwerben wir uns als Kleinkind durch Nachahmung. Untrainiert und ungenutzt verkümmern diese Fähigkeiten im Laufe des Lebens wieder.

Die kollektive Ebene beinhaltet alles, was wir durch unsere Kultur, in die wir geboren wurden und in der wir leben, mit auf den Weg bekommen haben, denn sie ist es, was unser tägliches Verhalten prägt. Diese Ebene umschließt alles, was wir gelernt haben, als gesellschaftlich gut oder schlecht, erstrebenswert oder zu vermeiden, anzusehen. Wir teilen das Deutungsschema unserer Kultur mit einer großen Gruppe von Menschen (dem Kollektiv). Zu dieser Ebene gehören unter anderem auch urmenschliche Bedürfnisse nach Zugehörigkeit und Anerkennung. Die alle Menschen einer Kultur verbindende kollektive Ebene lässt sich dahingehend beschreiben, dass sie die Basis für das Funktionieren sozialer Systeme und für unser Zusammenleben im Generellen bildet.

Der kollektiven Ebene steht die individuelle Ebene gegenüber. Sie umfasst die persönlichen, entweder angeborenen oder erlernten, Eigenschaften und bezieht sich auf das, was wir als Individuum wollen, wünschen, erhoffen und nach dem wir uns sehnen.

Fazit

Um unsere Verhaltensweisen zu verändern, müssen sowohl die Wahrnehmungs- (Innere) und die Verarbeitungs- (Äußere) Ebene angesprochen werden. Gewinnt die individuelle Ebene Überhand, kann es im Kontakt mit anderen Ebenen schnell zu Missverständnissen, Fehlinterpretationen und Konflikten kommen.

2.2 Der beste Zeitpunkt, um eine Geschichte zu erzählen

Eine Geschichte kann meines Erachtens immer erzählt werden. Voraussetzung dafür ist, dass der Erzähler die Geschichte aus dem Effeff und ohne Stocken erzählen sowie bei Bedarf ad-hoc an die aktuelle Situation anpassen kann.

Ed Watzke, österreichischer Mediator, Sozialarbeiter, Psychotherapeut, Autor, Geschichtenerzähler und Playback-Schauspieler ¹ empfiehlt aufgrund seiner langjährigen Erfahrung, folgende Parameter für das Erzählen von Geschichten zu berücksichtigen:

- Auswahl einer der Situation angemessenen Geschichte.
- Eine dem Coachee angepasste «Inszenierung» und Sprache.
- Eine auf den Zuhörer adaptierte Erzählweise inklusive Rhythmus und Melodie.

So misst Ed Watzke beispielsweise der Ankündigung einer Geschichte einen großen Stellenwert bei und vermeidet es konsequent, die Zuhörenden zu »überfallen«. Diese Regel sollte sich m.E. auch jeder erzählende Coach zu Herzen nehmen.

Ed Watzke leitet seine Geschichten zum Beispiel - vermeintlich spontan - ein mit Sätzen wie »... wahrscheinlich hat dies überhaupt nichts mit Ihnen zu tun...«, »... als etwas Verrücktes, meiner abstrusen Fantasie entsprungenes...« oder »...ich habe keine Ahnung, warum ... wahrscheinlich passt das gar nicht hier her, aber da fällt mir eine Geschichte ein ...« (Watzke, 2008).

¹ <https://akademie-mediation.at/team/dr-phil-ed-watzke/>

2.3 Märchen versus »selbsterfundene Geschichten«

Einem Coach stehen mit (Volks-)Märchen, Fabeln etc. sowie selbst erfundenen Geschichten zwei sich ähnelnde Werkzeuge zur Verfügung. Je nach Kontext und/oder persönlicher Präferenz des Coaches kann beides zum Einsatz kommen.

2.3.1 Argumente für das Erzählen von Volksmärchen

Volksmärchen sind voll universeller Symbole und Archetypen, die so sprechend sind, dass sie von vielen Menschen intuitiv verstanden und angenommen werden und die unterstützend wirken können, wenn es darum geht, emotionale und psychologische Themen aufzulösen.

Volksmärchen enthalten oft zeitlose Weisheiten, die Ressourcen für viele Lebenssituationen anbieten. Diese Geschichten zeigen über Generationen hinweg bewährte Lösungswege und Perspektiven auf. Die den Märchen eigene Abstrahierung des Geschehens erleichtert es dem Coachee zudem, sich mit für ihn schwierigen Themen auseinanderzusetzen, ohne sich direkt betroffen fühlen zu müssen.

2.3.2 Argumente für das Erzählen selbst erfundener Geschichten

Eine vom Coach frei erfundene Geschichte lässt sich individuell auf die spezifischen Bedürfnisse und/oder Situation des Coachees maßschneidern. Dies ermöglicht es dem Coach, Wahrgenommenes und möglicherweise Relevantes gezielt anzusprechen.

Ein versierter Erzähler hat mit einer selbsterfundenen Geschichte jederzeit die Möglichkeit, auf die verbalen und nonverbalen Reaktionen des Coachees einzugehen. Mit selbsterfundenen Geschichten ist es einfacher, die der Geschichte innewohnende Botschaft so zu gestalten, dass sie den Lern- und Entwicklungszielen des Coachees nahekommt oder entspricht.

Fern ab vom »Es war einmal«-Stil alter Volksmärchen können tagesaktuelle Kontexte und Themen einfacher in die erzählten Geschichten einfließen. Dies macht es für den Coachee - je nach Naturell und Interesse - leichter, sich auf eine Geschichte einzulassen.

Fazit

Sowohl das Erzählen von (Volks-)Märchen als auch das Erzählen selbsterfundener Geschichten können im Coaching wertvolle Unterstützung bieten. Märchen stellen universelle Weisheiten zur Verfügung, während vom Coach erfundene Geschichten mehr Flexibilität bezüglich Inhalts und Relevanz zum heutigen Lebensstil haben. Im Coaching haben meines Erachtens beide Ausprägungen sehr gut nebeneinander Platz. Die Kombination beider Ansätze ermöglicht zudem die Nutzung des Besten aus beiden Welten und kann eine wirkungsvolle Bereicherung für den Coachingprozess darstellen.

2.4 Märchen - Ein Überblick

Märchen (»mære« Kunde, Bericht, Nachricht) sind teilweise jahrtausendealte Erzählungen voll wundersamer Begebenheiten. Sie sind in allen Kulturkreisen anzutreffen. Viele Motive finden sich in den unterschiedlichsten Gewändern, an den unterschiedlichsten Orten und in den unterschiedlichsten Kulturen wieder. So unterschiedlich sie auf den ersten Blick sein mögen, thematisieren sie doch alle den »Kern des Menschseins«: Liebe, Freude, Freundschaft, Reichtum, aber auch Streit, Trauer, Angst, Einsamkeit, Armut, Tod usw. So ist es nicht verwunderlich, dass sich gleichende Märchensujets rund um den Erdball zu finden sind, [siehe

Anhang 2 »Märchen und ihre Pendants in aller Welt - Die Beispiele Aschenputtel und der Froschkönig« (Wienker-Piepho, 2016)] ².

In Märchen kommen fantastische Elemente wie sprechende oder menschlich handelnde Tiere, Zauberei, Geister und Fabeltiere, aber auch Riesen und Zwerge vor. Märchen sind frei erfunden, was sie von der Sage oder der Legende unterscheiden. Ihre Handlung kann keiner konkreten Zeit und auch keinem erkennbaren Ort zugeordnet werden. Auch ihre Urheber sind unbekannt. Nebst den mündlich überlieferten und anonymen Volksmärchen gibt es auch Kunstmärchen, deren Autoren bekannt sind. Aufgrund ihrer linearen Struktur sind Volksmärchen für die mündliche Erzählung im Coaching m.E. geeigneter.

Ursprünglich wurden Volksmärchen mündlich überliefert. Erst in neuerer Zeit begannen Sammler, diese traditionellen Geschichten schriftlich festzuhalten. Die bekanntesten Sammlungen mit Volksmärchen stammen von den Brüdern Grimm, Giambattista Basile, Charles Perrault, Aleksandr Nikolajewitsch Afanassjew sowie dem Schweizer Pädagogen Otto Sutermeister. Wilhelm Hauff, Hans Christian Andersen, Oscar Wilde, Edith Nesbit, Selma Lagerlöf, Rafik Schami und weitere Autoren sind hingegen für ihre Kunstmärchen bekannt.

Seit Dezember 2016 ist das Märchenerzählen im Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes der Deutschen UNESCO-Kommission ³.

2.4.1 Märchen - Nur etwas für Kinder?

Vor allem die Brüder Grimm begründeten in unserem Kulturkreis den Mythos, dass Märchen nur etwas für **Kinder seien**. **1812 erschien die erste Ausgabe der Grimm'schen »Kinder- und Hausmärchen«**. 1815 wurde der zweite Band herausgegeben. Mit beiden Ausgaben war den Brüdern Grimm nur wenig Erfolg beschieden. Erst mit der »kleinen Ausgabe« von 1825, für die Wilhelm Grimm die Texte noch kindgerechter auswählte, kam der Durchbruch, indem er die Märchen immer weiter ausformulierte, weil er sie für eine ideale **Kinderlektüre hielt**. **Gleichzeitig entstand so der unverwechselbare Grimm'sche Märchenstil**. Der Bruder, Jacob Grimm, war jedoch noch Anfang des 19. Jahrhunderts nicht davon überzeugt, dass die »Kinder- und Hausmärchen«, tatsächlich für Kinder gedacht waren.

Von jeher wurden Geschichten erzählt, um (Lebens-)Erfahrungen weiterzugeben. Eine der großen Stärken des Geschichtenerzählens ist, dass die vielen Geschichten innewohnende Weisheit den Zuhörenden Ideen für die Lösung ihrer individuellen Probleme und Konflikte vermitteln kann.

»Kindern erzählt man Geschichten zum Einschlafen - Erwachsenen damit sie aufwachen« (Bucay, 1999)

In Anhang 3 habe ich ein Interview von Jürgen Liminski (Liminski, 2024) mit Gerald Hüther, Prof. Dr. rer. nat. Dr. med. habil., Neurobiologe ⁴ eingefügt, welches ich auf der Webseite des Deutschlandfunks gefunden habe ⁵. Obwohl es in diesem Artikel primär um die inneren Bilder von Kindern geht, die deren Persönlichkeit und Nutzungsmuster prägen, bilden meines Erachtens diese Bilder aus Kindheitstagen auch die Basis derjenigen im Erwachsenenalter, welche sich unter anderem auch in Glaubenssätzen widerspiegeln können. Wie Hüther sagt, ist der Mensch zeitlebens in der Lage, neue Nutzungsmuster anzulegen sowie neue innere Bilder in sich aufzunehmen und sich auf diese Weise zu verändern.

² https://izi.br.de/deutsch/publikation/televizion/29_2016_1/Wienker_Piepho-Maerchen_und_ihre_Pendants_in_aller_Welt.pdf

³ <https://www.unesco.de/kultur-und-natur/immaterielles-kulturerbe/immaterielles-kulturerbe-deutschland/maerchenerzaehlen>

⁴ <https://www.gerald-huether.de>

⁵ <https://www.deutschlandfunk.de/gerald-huether-die-macht-der-inneren-bilder-100.html>

2.5 Eine eigene Geschichte erfinden und erzählen

Je nach Einstellung der erzählenden bzw. zuhörenden Person ist das Image von Volksmärchen eher antiquiert. In diesem Fall kann das Erzählen einer selbsterfundene Geschichte, die beispielsweise im Hier und Jetzt spielt und die alltägliche Realität des Coachees passgenau aufgreift, eine attraktive Alternative sein.

Wichtig bei selbsterfundene Geschichten ist, dass sie dem Coachee beim Perspektivenwechsel Unterstützung bieten und würdigend mit den sowohl in der Geschichte enthaltenen als auch beim Hören entstehenden Emotionen umgehen. Außerdem geht es bei diesen Geschichten in jedem Fall darum, den Coachee beim Perspektivenwechsel zu unterstützen sowie dessen Bedürfnissen, Herausforderungen und Zielen entsprechen.

Vom Coach selbsterfundene Geschichten können - zum richtigen Zeitpunkt und in der richtigen Tonalität - ein vielseitig anwendbares Werkzeug sein, das beim Coachee auf unterschiedlichen Ebenen seine Wirkung entfalten kann. So können vom Coach wahrgenommene Ressourcen (kognitive, emotionale und soziale) des Coachees gespiegelt werden und den Coachee auf seinem Weg der Veränderung und Weiterentwicklung wirkungsvoll unterstützen.

Selbsterfundene Geschichten können zahlreiche Ressourcen beinhalten:

- Sie können dem Coachee passgenaue Unterstützung bieten, wenn es darum geht, verfestigte Denkmuster und Glaubenssätze zu hinterfragen und gegebenenfalls zu durchbrechen. Eine Erzählung, die eine Situation des Coachees aus einer noch unbekanntem Perspektive darstellt, kann ihm helfen, einfacher alternative Szenarien und Perspektiven sowie noch nicht gedachte Lösungsansätze zu entwickeln.
- Geschichten, die beim Coachee nachklingen, können unter Umständen starke emotionale Reaktionen hervorrufen. Die Arbeit mit einer Geschichte, die die Erfahrungen des Coachees widerspiegelt, kann ihm helfen, neue Einsichten zu gewinnen sowie in nähere emotionale Verbindung zu seinen Zielen und Herausforderungen zu treten.
- Wenn der Coachee sich in der erzählten Geschichte wiederfindet, ist es für ihn einfacher, Vertrauen zum Coach zu fassen, weil er sich eher verstanden, angenommen und unterstützt fühlt. Wenn sich beim Coachee das Gefühl des »Gut-Aufgehoben-Seins« einstellt, kann dies den Coachingprozess als Ganzes stärken und unterstützen.
- Geschichten können dank Metaphern und Symbolen komplexe Sachverhalte vereinfacht darstellen. Diese bildhafte Sprache kann es dem Coachee einfacher machen, für ihn abstrakte Situationen für sich zu auflösen und neue eigene Schlüsse daraus zu ziehen. Dank passender Geschichte kann es für den Coachee einfacher werden, die eigenen Probleme zu erkennen und in der Folge besser bewältigen zu können.
- In Geschichten enthaltene Ressourcen, Stärken und Potenziale der Protagonisten können den Coachee dazu ermutigen, die eigenen Stärken und Fähigkeiten zu erkennen und anzunehmen sowie sich neuen Strategien und Verhaltensweisen für das eigene Leben anzunähern.

Fazit

Mit auf den Coachee maßgeschneiderten Geschichten kann der Coach einen sicheren Rahmen schaffen, in dem schwierige Themen und Lebensherausforderungen indirekt angesprochen werden können. Mit dem Abstand zum Geschehen in der Geschichte kann für den Coachee eine wohltuende Distanz entstehen, in der er sich einfacher mit seinen eigenen Herausforderungen auseinandersetzen kann, ohne sich unmittelbar bedroht oder überfordert zu fühlen.

2.6 Welche Geschichte ist die Richtige?

Mit einer erzählten Geschichte kommt man den Zuhörenden sehr nahe. Veranschaulichen möchte ich dies durch eine Erfahrung, die ich während meiner Ausbildung zur Erzählerin machte:

Eines unserer Lernziele war die Gestaltung eines öffentlichen Märchenanlasses, wobei wir uns in zwei Gruppen aufteilten, die jeweils entweder für Kinder oder für Erwachsene erzählten. Ich entschied mich dafür, für Erwachsene zu erzählen und wählte als meinen Beitrag ein chinesisches Märchen. Zusammengefasst geht es um folgende Geschichte:

Die Zauberflasche

Ein junger Mann, sehr verliebt und äußerst besorgt, ob seine geliebte Frau ihm auch wirklich treu sei, erhielt von einem alten Mann eine Zauberflasche, die es ihm ermöglichte, seine Frau winzig klein in der Flasche aufzubewahren und in seiner Jackentasche bei sich zu tragen, während er auswärts arbeitete. Doch als er sie einmal allein ließ, damit sie die Wäsche waschen und sich um den Haushalt kümmern konnte, entdeckte sie das Fläschchen. Sie nutzte es sogleich, um einen schönen jungen Mann, der in ihrer Nähe am Fluss entlang ging, einzufangen und sich in der Folge mit ihm die Zeit zu vertreiben, während ihr Mann arbeitete und sie in der verhassten Flasche eingesperrt war. Tag für Tag erfreute sie sich fortan in der Flasche heimlich der Gesellschaft des jungen Mannes, während ihr Mann am Arbeiten war. So wurde er Opfer seines eigenen Versuchs, sie zu kontrollieren. (Merian, 1997) / »Der Mann aus Zucker. Märchen für Frauen und andere Menschen«, das vollständige Märchen finden Sie in Anhang 5.

Die Rückmeldung eines Zuhörers auf diese Geschichte - welche ich aus reiner Freude am Erzählen sowie aufgrund ihres Unterhaltungswerts ausgewählt hatte - war, dass die Männer dabei überhaupt nicht gut wegkämen und ob es auch eine Version dieser Geschichte gebe, die nicht gar so kritisch mit ihnen umgehe? Seine Reaktion stimmte mich nachdenklich. Dies umso mehr, als ich später erfuhr, dass er gerade mitten in einer sehr belastenden Beziehungskrise war. Seine Reaktion legt den Schluss nahe, dass ich mit meiner Erzählung unwissentlich ein für ihn schwieriges Thema berührte. Dieses Erlebnis hat mich dafür sensibilisiert, öffentlich keine thematisch schwierigen Geschichten zu erzählen.

Nahegehende Themen können im kleinen Rahmen befreiend auf die Zuhörenden wirken. Dies aber nur in vertrautem Rahmen und nur dann, wenn genügend Raum zur Verfügung steht, um die Zuhörenden bei Bedarf aufzufangen.

Fazit

Ein geschichtenerzählender Coach sollte sich stets bewusst sein, dass er mit seiner Erzählung unwissentlich schmerzliche Themen berühren, heftige Reaktionen provozieren und/oder bestehende Konflikte des Coachees mit sich oder seinem Umfeld zur Eskalation bringen könnte. Deshalb ist bei der Themenwahl große Umsicht angebracht, damit sich der Coachee in keiner Art und Weise bloßgestellt fühlt. Der verbal erhobene Zeigefinger muss unbedingt vermieden werden, auch und vor allem dann, wenn man als Coach beispielsweise gerade mit einer Situation unzufrieden ist.

Wenn der Impuls, eine Geschichte zu erzählen, jedoch aus einer empathischen Haltung sowie mit dem Gedanken an einen möglichen Mehrwert für den Coachee heraus entsteht, kann auch eine durchaus provokante Geschichte mit einem Lächeln und einem freundlichen Augenzwinkern problemlos erzählt werden. - Selbst oder gerade dann, wenn der Coach mit seiner Erzählung auf eine aktuelle Blockade reagiert.

2.7 Geschichten lernen

Die Kunst eines guten Erzählers liegt darin, Bilder vor dem inneren Auge der Zuhörenden entstehen zu lassen. Das Wunderbare am freien Erzählen in der persönlichen Sprache und mit eigenem Rhythmus ist, dass man Geschichten nicht Wort für Wort auswendig lernen muss, sondern sie dank eigener innerer Bilder Episode für Episode beschreiben und nacherzählen kann. Es geht nicht um »nachgesprochene Druckerschwärze«, sondern um die eigenen, mit persönlichen Empfindungen »bunt ausgemalten« Bilder. - Mit eigenen Emotionen, eigenen Erfahrungen und in eigenen lebendigen Worten. Diese inneren Bilder sind voller Aussagen über die Stimmung der Erzählung. Sie leiten den Spannungsbogen vom bisweilen herausfordernden Beginn bis zum glücklichen Ende.

2.7.1 Das »Omega« des freien Erzählens

Während meiner Ausbildung zur Erzählerin bei Mutabor Märchenseminare, Schule für Märchen und Erzählkultur ⁶ erlernte ich eine erstaunlich einfache Technik, um mir in zwei Schritten Geschichten und Märchen anzueignen:

1. Schritt: Die Geschichte in den eigenen Dialekt bzw. die eigene Sprache übersetzen

Speziell Märchen, dies kann aber auch auf alle anderen Geschichten zutreffen, sind in ihrer schriftlichen Form in einer wunderschönen, aber oft etwas altertümlichen Sprache verfasst, die sich speziell im Kontext mit Coaching weniger dazu eignet, mündlich in ihrer Urfassung wiedergegeben zu werden. Hinzu kommt, bedauerlicherweise - oder zum Glück, je nach Sichtweise - dass sie nur in den allerwenigsten Fällen im passenden Dialekt verfasst sind. Leider, weil ein wenig Arbeit beim Vorbereiten einer Geschichte auf den Erzähler zukommt. Zum Glück, weil »Mundartler« gezwungenermaßen die Chance ergreifen dürfen, eigene - zum Coachee und zur Situation - passende Worte zu finden, mit denen die Geschichte erzählt werden soll. Diese Übersetzungsarbeit in den eigenen Sprachgebrauch macht eine Geschichte erst zur eigenen.

2. Schritt: Einen Märchenkreis zeichnen

Eine Geschichte hat immer einen Anfang und ein Ende, deshalb eignet sich das »Omega-Zeichen« sehr gut dafür, um darauf die eigenen Bilder, die sich beim Lesen und Erleben der Geschichte einstellen, zu visualisieren.

Das nebenstehende Bild zeigt die Visualisierung des Märchens »Vom Glücksvogel« (siehe Anhänge 6 und 7), welches ich anlässlich meiner Erzählerinnen-Ausbildung meinen Mitschülern erzählen durfte.



Abbildung 3: Märchenkreis »Vom Glücksvogel«, [siehe Anhänge 6 und 7]

Während des Übersetzens und des Zeichnens - Perfektion ist hierbei absolut nicht notwendig, es geht ausschließlich um die persönliche Bildsprache - setzt sich der Erzähler ebenso kreativ wie intensiv mit der Geschichte, ihren Botschaften, Symbolen und Inhalten wie z.B. den sozialen Aspekten, Werten, Problemen, Lösungsoptionen auseinander. Vor dem inneren Auge des Erzählenden entwickelt sich die ureigene und persönliche Version der Geschichte, die dank ihrer Bildhaftigkeit gut im Gedächtnis bleibt.

»Mit Hilfe des Märchenkreises erlernte Märchen werden zu »Hosentaschen-Geschichten«, die man immer bei sich hat.« (Zitat: Susanne Christian, Erzählerin ⁷)

⁶ <https://www.maerchenseminare.ch>

⁷ <https://www.netzwerk.maerchen.ch/Web/MutaborMemberList/Details/245/susannechristian>

Mit der Zeit und wachsender Erfahrung kann das Vorstellungsvermögen so gut trainiert werden, dass irgendwann sowohl das schriftliche Übersetzen als auch das Zeichnen der Märchenbilder nicht mehr zwingend notwendig sind, um sich eine Geschichte zu eigen zu machen. Meine Erfahrung ist jedoch, dass auf die beschriebene Weise gleichzeitig erlernte und erlebte Geschichten viel besser im Gedächtnis haften bleiben, als dass es rein auf Textbasis je möglich wäre. So erarbeitete Geschichten sind für mich viel einfacher abrufbar, auch wenn ich sie schon vor Jahren lernte.

2.7.2 Eine eigene Geschichte Schritt-für-Schritt aufbauen und erzählen

2.7.2.1 Dramaturgie einer Geschichte

Oliver Melchert stellt in seinem Buch »Storytelling im Coaching - Kreative Methoden für den Coaching-Alltag« (Melchert, 2022) eine - m.E. hilfreiche Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Verfügung, wie ein Coach eine eigene Geschichte »erfinden« und mit der passenden Dramaturgie ausstatten kann.

Die von ihm vorgeschlagene Struktur bietet einen klaren Rahmen, um Geschichten zu entwickeln, die emotional ansprechend und für den Coachee nachvollziehbar sind. Durch die Darstellung der Herausforderungen und der Entwicklung des Protagonisten kann der Coach den Coachee dabei unterstützen, seine inneren Konflikte zu erkennen und zu überwinden.



Abbildung 4: Einfache Struktur einer Geschichte, (Melchert, 2022), in Anlehnung an Sammer 2014, Seite 123 [siehe Anhang 8]

»Gute Geschichten bestehen aus Sinn, Held, Transformation (dem Prozess, der eine Veränderung durch einen Konflikt auslöst) und Emotion.« (Melchert, 2022)

1. Es war einmal (Vorstellung des fiktiven Protagonisten)

Ziel: Den Protagonisten vorstellen und eine Verbindung zum Coachee herstellen.

- Wer ist der Protagonist, welche Eigenschaften, Fähigkeiten und Schwächen zeichnen ihn aus? Was treibt ihn an?
- Was ist der Hintergrund des Protagonisten? Wo kommt er her? Was hat er bisher erlebt?
- Der Protagonist soll für den Coachee relevant sein und sympathisch auf ihn wirken.

2. Jeden Tag (Beschreibung der gewohnten Welt des fiktiven Protagonisten)

Ziel: Die Routine und die aktuelle Lebenssituation des Protagonisten beschreiben.

- Den Alltag und die Gewohnheiten des Protagonisten beschreiben. Was tut er jeden Tag?
- Das Umfeld, die Umgebung und die sozialen Beziehungen des Protagonisten beschreiben.
- Aufzeigen, welchen Herausforderungen oder inneren Konflikten sich der Protagonist stellen muss.

3. Aber, eines Tages (Plötzliches Ereignis verändert die Routine des fiktiven Protagonisten)

Ziel: Beschreiben des Ereignisses, das die alltägliche Routine des Protagonisten unterbricht und einen Wendepunkt in seinem Leben darstellt.

- Beschreibung des Ereignisses, welches das gewohnte Leben des Protagonisten so weit verändert, dass er sich für ein Coaching entscheidet.
- Bildhaft darstellen, wie dieses Ereignis das Leben des Protagonisten durcheinanderbringt.
- Die Schilderung soll an diesem Punkt so spannend erzählt werden, dass der Coachee dem Geschehen mit Interesse folgt.

4. Daraufhin (Der fiktive Protagonist setzt sich mit seinem Konflikt / seiner Situation auseinander)

Ziel: Den Helden der Geschichte (Protagonisten) so zeigen, wie er sich mit seinem Konflikt oder seiner Situation auseinandersetzt und Lösungen sucht.

- Schilderung, wie der Protagonist mit dem Ereignis bzw. seiner Herausforderung umgeht sowie, welche Gefühle und Gedanken er hat.
- Beschreibung, wie der Protagonist entscheidet, wie seine ersten Schritte auf dem Weg zur Lösung aussehen könnten, um mit der veränderten Situation konstruktiv umzugehen. Er stellt sich den Schwierigkeiten und Hindernissen und er findet eigene Lösungen.

5. Und dann (Erzählung der »Heldenreise« des fiktiven Protagonisten)

Ziel: Die Reise des Protagonisten darstellen, einschließlich der Herausforderungen und Entwicklungen, denen er sich erfolgreich stellt.

- In dieser Reiseetappe wächst und entwickelt sich der Protagonist. Er wird zum Helden seiner eigenen Geschichte.
- Beschreibung, was der Protagonist erlebt, wie der erfolgreich mit seinen Herausforderungen umgeht und wie der seine Probleme löst.
- Spätestens hier auch das System des Protagonisten in die Geschichte einbeziehen.
➔ Wer hilft ihm und wie?

6. Bis schlussendlich (Auflösung des Konflikts des fiktiven Protagonisten)

Ziel: Den Höhepunkt der Heldenreise sowie die erfolgreiche Auflösung des Konflikts bzw. der Situation des Protagonisten beschreiben. Wichtig: die resultierende positive Veränderung darstellen.

- Beschreibung des entscheidenden Moments, an dem der Protagonist seinen Konflikt bzw. seine Herausforderung erfolgreich löst.
- Was hat sich für den Protagonisten mit der Lösung ins Positive verändert, welche Ergebnisse hat er erreicht?

Wie eine auf diese Weise erfundene Geschichte lauten könnte, finden Sie in Anhang 9 (»Wie Lea Mut in ihr Können fasste und zu großem Erfolg gelangte«).

3 **Fazit**

Diese Abschlussarbeit untersucht die Bedeutung von Storytelling im Coaching. Sie soll aufzeigen, wie die Kunst des Geschichtenerzählens Coachees inspirieren kann und es ihnen ermöglicht, emotionale Verbindungen mit ihren eigenen (Lebens-)Geschichten zu schaffen.

Im Gegensatz zum Storytelling konzentriert sich der als Nebenaspekt dieser Abschlussarbeit betrachtete narrative Ansatz auf die Identifikation und Rekonstruktion der persönlichen (Lebens-)Geschichten des Coachees. Ziel des narrativen Ansatzes sind die Selbstreflexion sowie die Förderung der persönlichen Weiterentwicklung.

Es ist im Coaching möglich, beide Tools miteinander zu kombinieren. Die Integration von Storytelling und des narrativen Ansatzes kann die gegenseitige Wirksamkeit unterstützen. Während der narrative Ansatz Einblicke in die Lebenserfahrungen des Coachees ermöglicht und helfen kann, dessen Selbstwahrnehmung zu verändern, ist Storytelling ein hilfreiches Werkzeug zur Veranschaulichung vielschichtiger Zusammenhänge und möglicher guter Lösungsansätze.

Märchen, bzw. Geschichten im Allgemeinen, können dem Coachingprozess kraftvolle Ressourcen zur Verfügung stellen. Wichtig ist darauf zu achten, dass diese positiv sind. Gleichzeitig ist es essenziell, dass dem Coachee die Freiheit gelassen wird, die enthaltenen Botschaften entgegenzunehmen, ohne Druck, sie auf sich selbst beziehen oder sie interpretieren zu müssen. Es ist entscheidend, dass der Coach die Geschichten sorgfältig aussucht bzw. entwickelt, um beim zuhörenden Coachee eine positive Wirkung zu erzielen.

Volksmärchen sowie vom Coach frei erfundene Geschichten haben unterschiedliche Vorteile im Coaching-Kontext:

- Volksmärchen stellen dem Coachee universelle Weisheiten, alternative Persönlichkeitsmerkmale und symbolhafte Imaginationen zur Verfügung.
- Erfundene Geschichten ermöglichen die maßgeschneiderte, aktuelle und flexible Ansprache möglicher Themen.

Eine passgenaue Geschichte kann dem Coachee durch Perspektivenwechsel sowie die Ermutigung zur Nutzung seiner Stärken und Ressourcen Mut machen, sich weiterzuentwickeln und auf das eigene Geschick zu vertrauen.

Es ist wichtig, dass der Geschichten erzählende Coach sensibel auf die Reaktionen des Coachees eingeht und darauf achtet, ungewollt keine schmerzlichen Themen anzusprechen.

Um zu verhindern, dass erzählte Geschichten zu »nachgesprochener Druckerschwärze« wird, die den Coachee emotional nicht erreichen, ist es wichtig, dass sich der Geschichten erzählende Coach mit dem Inhalt seiner Erzählung intensiv auseinandersetzt und für jeden Coachee individuell eine ebenso lebendige wie authentische Geschichte erschafft.

Durch den gezielten Einsatz von Storytelling und/oder narrativem Ansatz kann die Effektivität des Coachings maßgeblich unterstützt werden. Die Kombination beider Ansätze kann eine wertvolle Bereicherung für den Coachingprozess sein, indem sie das Beste beider Welten zur Verfügung stellt.

4 **Abbildungsverzeichnis**

Abbildung 1 (Foto):	https://pixabay.com/de/photos/kleid-ball-kleidung-prinzessin-1146503/	1
Abbildung 2:	Die vier Ebenen Ken Wilbers, kombiniert mit dem Eisbergmodell, Darstellung nach Hanna Milling (Milling, 2016) [siehe Anhang 4]	4
Abbildung 3:	Märchenkreis »Vom Glücksvogel«, [siehe Anhänge 6 und 7]	10
Abbildung 4:	Einfache Struktur einer Geschichte, (Melchert, 2022), in Anlehnung an Sammer 2014, Seite 123 [siehe Anhang 8]	11

5 **Literaturverzeichnis**

- Bruner, Jerome. 1991.** The Narrative Construction of Reality. www.sas.upenn.edu. [Online] 1991. https://www.sas.upenn.edu/~cavitch/pdf-library/Bruner_Narrative.pdf.
- Bucay, Jorge. 1999.** Komm, ich erzähl dir eine Geschichte. Frankfurt am Main: Fischer Taschenbuch, 1999. S. 290 (Buchcover, Rückseite). ISBN 978-3-596-17092-0.
- Epston, Michael White & David. 1990.** Narrative Means to Therapeutic Ends. 1990. ISBN 978-039-370-098-5.
- Gnägi, Christina. 2024.** Märchenkreis »Vom Glücksvogel«. 5707 Seengen, Schweiz: s.n., 2024. Visualisierung eines Volksmärchens.
- Goleman, Daniel. 2006.** Emotional Intelligence: Why It Can Matter More Than IQ. 2006. ISBN 055- 380-491-X.
- Kanner, Israel Zwi. 1986.** Neue jüdische Märchen - Märchen der Welt. s.l.: Fischer Tagebuch Verlag, 1986. S. 187. ISBN 359 622 016 5.
- Kast, Verena. 1989.** Märchen als Therapie, ungekürzte Ausgabe. [Hrsg.] München Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG. München: Walter-Verlag AG, Olten, 1989. S. 8 + 9. 15. Auflage 2016. ISBN: 3-530-42104-9.
- Liminski, Jürgen. 2024.** Gerald Hüther: Die Macht der inneren Bilder. Deutschlandfunk. [Online] 09.08.2024. [Zitat vom: 22. 04 2024.] <https://www.deutschlandfunk.de/gerald-huether-die-macht-der-inneren-bilder-100.html>.
- McKee, Richard Boyatzis & Annie. 2005.** Resonant Leadership: Renewing yourself and connecting with others through mindfulness, hope, and compassion. 2005. ISBN 159-139-563-1.
- Melchert, Oliver. 2022.** Storytelling im Coaching - Kreative Methoden für den Coaching-Alltag. Norderstett: BoD, Books on Demand, 2022. S. 17. Bd. 1. ISBN 978-3-7568-3344-3.
- Merian, Svende. 1997.** Der Mann aus Zucker - Märchen für Frauen und andere Menschen. Düsseldorf und München: ECON Verlag GmbH, 1997. S. 193. ISBN: 3-612-27325-6.
- Milling, Hanna. 2016.** Storytelling - Konflikte lösen mit Herz und Verstand - Eine Anleitung für Erzählkunst mit hundertundeiner Geschichte. Frankfurt am Main: Wolfgang Metzner Verlag, 2016. S. 20. ISBN: 978-3-943951-29-5.
- Watzke, Ed. 2008.** Wahrscheinlich hat diese Geschichte gar nichts mit Ihnen zu tun... - Geschichten, Metaphern, Sprüche und Aphorismen in der Mediation. Mönchengladbach: Forum Verlag Godesberg GmbH, 2008. S. 128. ISBN: 978-3-936999-40-2.
- White, Michael. 2007.** Maps of Narrative Practice. 2007. ISBN 978-0-393-70516-4.
- Wienker-Piepho, Sabine. 2016.** Märchen und ihre Pendants in aller Welt - Die Beispiele Aschenputtel und der Froschkönig. TelevZion - izi.br.de. [Online] 29. 01 2016. [Zitat vom: 19. 04 2024.] https://izi.br.de/deutsch/publikation/televizion/29_2016_1/Wienker_Piepho-Maerchen_und_ihre_Pendants_in_aller_Welt.pdf.
- Wittmann, Helmut. 2000.** Wo der Glücksvogel singt - Volksmärchen & Schelmengeschichten für ein ganzes Leben. [Hrsg.] Ibero Verlag. Wien: Die Deutsche Bibliothek, 2000. S. 150 - 152. ISBN 3-85052-030-7.

6 Anhänge

Anhang 1 Märchen »Die Wahrheit und das Märchen«

(Jüdisches Märchen aus Israel)

Die Wahrheit ging durch die Straßen der Stadt, ganz nackt, wie am Tage ihrer Geburt. Kein Mensch wollte sie in sein Haus einlassen. Jeder, der sie traf, flüchtete voller Angst vor ihr.

Da war die Wahrheit betrübt und verbittert. Als sie eines Tages wieder einmal in Gedanken versunken durch die Straßen ging, begegnete sie dem Märchen. Das Märchen war geschmückt mit prächtigen bunten Kleidern, die jedes Auge und jedes Herz entzückten.

«Sag mir, geehrte Freundin,» fragte das Märchen die Wahrheit, «warum bist Du so bedrückt und drehst Dich auf den Straßen so betrübt herum?»

Da antwortete die Wahrheit: «Es geht mir schlecht, ich bin alt, kein Mensch will mich kennen, keiner mag mich.» Doch das Märchen entgegnete ihr: «Nicht weil Du alt bist, lieben Dich die Menschen nicht. Auch ich bin sehr alt, und je älter ich werde, desto mehr lieben mich die Menschen. Siehe, ich will Dir das Geheimnis der Menschen enthüllen: Sie mögen es, wenn jemand geschmückt ist, schön gekleidet und hübsch anzusehen. Ich werde Dir solch herrliche Kleider borgen, mit denen ich angezogen bin, und Du wirst sehen, dass die Leute auch Dich lieben werden.»

Die Wahrheit befolgte diesen Rat und schmückte sich mit den Kleidern des Märchens. Und seitdem gehen Wahrheit und Märchen zusammen, und beide sind bei den Menschen beliebt.

(Kanner, 1986)

FORSCHUNG

Märchen und ihre Pendants in aller Welt

DIE BEISPIELE ASCHENPUTTEL UND DER FROSCHKÖNIG

Sabine Wienker-Piepho

Die Autorin beschreibt aus literaturwissenschaftlicher und volkskundlicher Perspektive anhand von 2 Beispielen, welche Motive Märchen kulturübergreifend aufweisen.

Wer kennt es nicht, »unser« Aschenputtel (Abb. 1)? Man hält es für genuin deutsches Kulturgut, das unsere Altvorderen noch so gut kannten, dass sie es uns mühelos auswendig erzählen konnten. Und auch wenn viele von uns es mittlerweile eher vorgelesen als erzählt bekamen, so haben wir doch kein Problem damit, diese Märchen als festen Bestandteil dieses Kulturgutes einzustufen. Und die Märchen der Grimms, auch dies wissen einige von uns noch, sind ja nicht erdichtet, sondern gesammelt und aufgezeichnet worden. Noch gilt als Allgemeinwissen, dass die Grimms in Deutschland herumzogen und diese Geschichten aus mündlicher Überlieferung aufschrieben. In dieser Annahme stecken jedoch gleich zwei Fehler: Erstens sind diese Märchen nicht deutsch und zweitens sind die Grimms nicht in Deutschland herumgezogen, ihre »Gewährspersonen« kamen vielmehr zu ihnen ins Haus. Viele Märchen – insgesamt sind es in der letzten Auflage von 1857 genau 200 (plus 10 Kinderlegenden) – wurden ihnen auch schriftlich von Freunden und gleichgesinnten Kolle-



Abb. 1: Eine Märchenillustration von Offerdinger aus dem 19. Jahrhundert: Der Prinz will nur die zur Frau, welcher der Schuh passt.

ginnen übermitteln, die das Mündliche verschriftet hatten (vgl. hierzu auch Ewers, Rölleke in dieser Ausgabe).

DAS ASCHENPUTTEL: VERBREITUNG UND VARIANTEN

Dass Aschenputtel ein international verbreitetes und keineswegs nur deutsches Märchen ist, beweisen schon die vielen ausländischen Titel. Im Franzö-

sischen heißt die Heldin Cendrillon, im Englischen ist es Cinderella, im Italienischen La Gatta Cenerentola (die Aschenkatze), und in Skandinavien ist es gar ein männlicher Held (Abb. 2). Dort spricht man vom Askeladden, vom »Aschensitzer«. Aber auch in anderen Kulturen gibt es struktur- und motivgleiche Volksmärchen, und so hat man dieses Märchen erst einmal auf seine Gemeinsamkeiten im Hinblick auf Struktur und Motivgleichheit beschrieben.

Eine Jungfrau wird von Stiefmutter und -schwestern erniedrigt. Während diese zu Festen oder in die Kirche gehen, muss sie unlösbare Aufgaben erfüllen (Linsen aus der Asche lesen u. a.). Vögel (oder Feen) erledigen dies für sie. Von einem Baum auf dem Grabe der verstorbenen Mutter erhält sie prächtige Kleider und Schuhe und nimmt – darin unerkannt – am Gottesdienst oder an einem Fest teil. Ein Prinz verliebt sich in sie, doch sie entzieht sich ihm dreimal (wirft Geld hinter sich oder erzeugt Dunkelheit).

Beim dritten Mal verliert sie ihren goldenen oder gläsernen Schuh (er klebt auf der Treppe fest). Der Prinz will nur die zur Frau, welcher der Schuh passt. Die Stiefmutter verstümmelt die Füße ihrer Töchter, aber Vögel verraten den Betrug. Dem versteckt gehaltenen Aschenputtel passt der Schuh; der Prinz heiratet sie und die Bösen werden bestraft.

Dieses Grundgerüst der Handlung ist ubiquitär, also in allen Aschenputtel-Varianten der Welt gleich. So und nicht anders kennt man es, von Irland bis Hinterindien und Japan, und zwar

nicht nur durch die Grimms. Von *Aschenputtel* gibt es weltweit circa 2.000 Fassungen, die Fachwelt spricht vom »Cinderella-Cycle«. Haben die Grimms damals schon von der weltweiten Verbreitung gewusst? Sicherlich waren sie sich über das tatsächliche Ausmaß dieser Verbreitung noch nicht im Klaren, aber als Gelehrte kannten sie selbstverständlich einige der europäischen Fassungen. Das geht aus ihren Anmerkungen hervor.

Woher hatten sie denn aber nun ihre eigene Variante? 1812 lag wohl als Druckvorlage die Niederschrift einer namentlich nicht bekannten Frau aus dem Marburger Elisabeth-Hospital durch die Frau des damaligen Hospitalvogts vor. 1819 wurde diese Fassung mit weiteren »aus Hessen« verschmolzen, davon eine »aus Zwehrn«, also von der hugenottischen Witwe Dorothea Viehmann, von der am Ende etwa ein Drittel der Kinder- und Hausmärchen stammen sollten.

Wenn man allerdings den Kern des Märchens im Motiv des verlorenen Schuhs und der Schuhprobe sehen will, dann ist die Geschichte noch sehr viel älter: Den ersten Beleg gibt der antike griechische Geschichtsschreiber und Geograf Strabon (63 v. Chr.–23 n. Chr.), der es aber seinerseits wieder nur aufzeichnete und nicht erfand. Vorher dürfte es also schon lange Zeit mündlich tradiert worden sein. Der Strabon-Text hat einen ganz anderen Sozial- und auch Gattungszusammenhang: Es ist noch kein Märchen, sondern vielmehr die Herkunftserklärung (Aitiologie) einer Pyramide.

Der erste Druckbeleg in deutscher Sprache ist aus dem Jahr 1560 und stammt vom Straßburger Schwankdichter und Dramatiker Martin Montanus. Hier ist es ein helfendes Tier, ein »Erdkühlein« und nicht die tote Mutter, die Aschenputtel mit der nötigen Garderobe versorgt.

Perrault wohl zu seinem *Cendrillon* inspirieren ließ.

Im Grunde geht es in allen *Aschenputtel*-Varianten der Welt immer um die Erhöhung der Erniedrigten. *Aschenputtel* ist deswegen ein echtes Traummärchen, der Glückstraum der sozial Entrechteten. Dies ist wohl auch der Grund für die ungeheure Beliebtheit des Stoffes und für die Resonanz in der Forschung und der Interpretation in Literatur und Kunst.

DER FROSCHKÖNIG: KÜSSEN ODER AN DIE WAND WERFEN?

Auch das Märchen *Der Froschkönig*, bekannt unter der internationalen Bezeichnung *Frogprince*, ist nicht nur sehr alt, sondern ebenfalls weltweit verbreitet. Der Kern der Handlung, die abstrakte »Normalform«, ist folgender:

Einem jungen Mädchen, meist der jüngsten und schönsten von 3 Königstöchtern, hilft ein Frosch aus einer Notsituation (Verlust eines Gegenstandes im Brunnen, heilendes Wasser bringen u. a.). Sie muss ihm dafür versprechen, die Seine zu werden. Als er (später) kommt und Einlass (um mit ihr zu essen, zu schlafen) begehrt, wird sie angehalten, ihr Versprechen zu erfüllen. Durch Einwilligung (Kuss, Beilager, aber auch Enthauptung) wird er erlöst.

Die Brüder Grimm gaben diesem Märchen insofern eine herausragende Position, als sie es für eines der ältesten und schönsten Märchen der Sammlung hielten (Abb. 3). Bei den Grimms ist die Geschichte eine Kontamination aus zwei Märchen, wie schon der Titel sagt: *Der Froschkönig*

oder der eiserne Heinrich. Das Märchen vom Froschkönig ist besonders im nördlichen und östlichen Europa verbreitet, im südlichen kaum. Man kennt den Stoff aber auch außerhalb Europas, und zwar ebenfalls – wie *Aschenputtel*

Ebenfalls 1819 wurde das Motiv des vom Vater mitgebrachten Haselnusszweigleins eingefügt, das Aschenputtel auf das Grab der Mutter pflanzt. So wird auch für eine bessere Begründung der wunderbaren Jenseitsgaben gesorgt.

Das *Erdkühlein* ist aber eher ein Schwank. Zum eigentlichen Märchen, zum Zaubermärchen wurde es erst 1636 im italienischen *Pentamerone* des Neapolitaners Giambattista Basile, von dem sich später (1697) der Franzose

FORSCHUNG

– in Grimm-unabhängigen Fassungen. Statt eines goldenen Balles kann dabei durchaus etwas anderes in den Brunnen fallen, und statt des Frosches kann auch eine Schlange, ein Krebs oder sonst ein Ekel verursachendes Tier als Partner vorbestimmt sein, der auf verschiedene Art und Weise erlöst wird.

Heute kennt man zumeist nur den Kuss, kulturgeschichtlich älter ist aber vermutlich die Version der gewaltsamen Erlösung, wie wir sie auch aus vielen anderen Märchen kennen. Manchmal erfolgt danach eine erneute Bewährung, wobei die vergessene Erlöserin nach einer langen »Suchwanderung« unerkant am Hofe des Geliebten verkleidet dient. Und wie immer im Märchen, ist die Länge und die Mühsal dieser Suchwanderung in eine faszinierend formelhafte Sprache gekleidet: Die Heldin muss beispielsweise 7 Paar eiserne Schuhe durchlaufen, bis sie ihren lieben Mann wiederfindet.

Das Alter des *Froschkönigs* ist wieder nur mit der ersten schriftlichen Aufzeichnung bestimmbar, einer Inhaltsangabe in der *Complaynt of Scotland* aus dem Jahre 1549. Ein früheres Bekanntsein lässt sich nur vermuten und hängt davon ab, ob man den Inhalt dieser »Tierbräutigamgeschichte« auf *Amor und Psyche* zurückführt, die der antike Dichter und Philosoph Apuleius im 2. Jh. n. Chr. schuf, die aber vermut-

lich noch ältere Wurzeln hat. Dieser Märchentyp ist ebenfalls ungemein beliebt und gehört wie *Aschenputtel* zu den 10 sogenannten Leitmärchen der Grimmschen Sammlung.

DAS RÄTSEL DES UBIQUITÄ- REN: GLEICHE MÄRCHEN – GLEICHE MENSCHEN?

Warum sind nun Märchenmotive aus aller Welt ein so zentrales Thema? Märchen gleichen sich um den gesamten Erdball herum auf eine geradezu verblüffende Art und Weise. Wie kommt das? Geahnt hatte man das zwar schon zu Zeiten der Grimms, die ja Volksmärchen bekanntlich nicht erdichteten, sondern nur sammelten und aufzeichneten. Aber erst in den Jahrzehnten nach ihnen verdichtete sich der zunächst vage Verdacht zur Gewissheit. Das hing nicht nur mit der Kolonialisierung und dem aufkommenden Interesse an indigenen Kulturen zusammen, sondern auch mit der Zunahme von Sammlungen und Übersetzungen (meist zunächst in die europäischen Sprachen wie Englisch, Spanisch, Französisch und auch Deutsch). Die Völkerkunde kam auf und man entdeckte, dass die jahrhundertealten und vornehmlich mündlich überlieferten anonymen Narrative entfernter Ethnien sehr viel über die jeweiligen Kulturen aussagten.

Im Verlauf dieser Entdeckungen stellte man erneut fest, dass viele Erzählmotive, ja ganze Märchentypen einander derart glichen, dass sie eigentlich nur gewandert sein konnten.

Bereits kurz nach dem Tod von Jacob Grimm, der – nach seinem jüngeren Bruder Wilhelm – als Professor in Ber-

lin starb, war der Göttinger Orientalist Theodor Benfey mit der These aufgetreten, alle Märchen müssten ursprünglich aus Indien stammen. Benfey hatte ein indisches Erziehungsbuch aus dem 3. Jh. nach Chr. entdeckt, das *Pantschatantra*, in dem das Märchen vom *Froschkönig* erzählt wird. Damit stellte er die mythologische Theorie der Grimms infrage, die der Meinung gewesen waren, alle europäischen Märchen seien ein Nachklang der großen nordischen Mythen der Germanen. Noch heute geistert diese »Indientheorie« in den Köpfen mancher MärchenenthusiastInnen herum.

Allerdings bildete sich fast zeitgleich auch noch eine andere Theorie heraus, und die basierte nun verstärkt auf den ständigen Neuentdeckungen von Märchen aus Kulturen, die weder mit Europa noch mit Indien engere Kulturkontakte aufweisen konnten. Und auch hier gab es unübersehbare Ähnlichkeiten, selbst in kleinsten Details. Konnte es sein, so fragte man sich nicht nur seitens der Völkerpsychologie, dass sich die Menschen in aller Welt letztlich und in ihren Grund- und Elementargedanken, Problemen und Bedürfnissen so glichen, dass dieselben Märchen unabhängig voneinander an verschiedenen Orten – vielleicht sogar gleichzeitig – entstehen konnten bzw. entstanden waren? Schließlich gibt es kulturunabhängige Problemkonstellationen (Geschwisterkonflikte, Geburt, Hochzeit, Tod, Krankheit etc.), sogenannte anthropologische Grundkonstituenten. Die bisherigen Herkunftstheorien waren alle monogenetisch, sie gingen von einem »Urmärchenfundus« aus. Die neuen musste man nun als polygenetisch bezeichnen.

DIE TYPISIERUNG DER MÄRCHEN IN DER FORSCHUNG

Bis dahin waren ForscherInnen und SammlerInnen in verschiedenen Ländern Europas noch auf unsystematische und reichlich impressionistische Vergleiche angewiesen gewesen. Die vielsprachi-

gen Grimms hatten sich mit irischen Märchen befasst und kannten auch die Bestände aus Frankreich und Italien sowie aus slawischen Gebieten. Es gab inzwischen zudem viele Nachahmer, bald sprach man vom »russischen Grimm« (Alexander Afanasjew) oder auch vom »serbokroatischen Grimm« (Vuk Karadžić). Selbst Elias Lönnrot, den finnischen Entdecker des *Kalevala*, nannte man »den finnischen Grimm«. Alle hatten in ihren Ausgaben Verweise auf Parallelfassungen aus dem Ausland, aber diese Verweise beruhten doch auf mehr oder minder zufälligen Leseindrücken. Wirklich systematisch beweisen konnte man nicht, und der Austausch mit den KollegInnen scheiterte oft an den unterschiedlichen Überschriften, die man den Märchen in den verschiedenen Kulturen gegeben hatte. So hieß das Märchen vom Rotkäppchen und dem Wolf in China vielleicht nicht ganz so wie bei uns, denn es war gut möglich, dass hier ein Tiger die Funktion des Wolfes übernommen hatte und das Mädchen vielleicht ein gelbes Käppchen trug oder gar keines ...

In Finnland wurden zunächst alle Märchen dieser Welt in einem zentralen Archiv gesammelt und nach bestimmten Typen geordnet, vergleichbar mit der Herangehensweise von Linné bei der Klassifikation von Tieren und Pflanzen. Die erste diesbezügliche Publikation des Volkskundeprofessors Antti Aarne datiert auf das Jahr 1910. Es handelte sich um eine Typologie aller bis dato bekannten Märchen der Welt mit dem Titel *Verzeichnis der Märchentypen*. Nach mehreren Überarbeitungen ist diese Typologie als Aarne-Thompson-Index (als »AT« abgekürzt) weltweit in Gebrauch.

Dieses Indexsystem (derzeit »ATU« genannt) geht nun bis heute davon aus, dass es weltweit nicht mehr als etwa 2.411 Typen von Volksmärchen gibt. Jedes traditionelle Märchen, das man vielleicht noch auf der Welt entdecken könnte, würde in eine dieser Schubladen passen und allenfalls als leicht abweichende Sonderform eine Unterkategorie darstellen, die man mit

einem A oder B oder mit einem oder mehreren Sternchen versehen könnte. Ein nach oben offenes System.

Jeder dieser 2.411 Grundmärchentypen mit all den Varianten besteht aus verschiedenen Motiven, aus kleineren Handlungs- und Themeneinheiten, die sich vom eigentlichen Kontext lösen und mit anderen Märchentypen zusammenfließen können. Um beim *Frogprince* zu bleiben: Die Episode mit dem Eisernen Heinrich, dem treuen Diener, dem Iron Henry, dem vor lauter Freude über die Erlösung seines Herrn eiserne Bande vom Herzen springen, ist mit der Haupthandlung nicht unbedingt und nicht immer verbunden. Einzelne Motive können uralte sein, andere wieder neueren Datums. Ganze Märchentypen sind selten uralte, einzelne Motive dagegen unter Umständen durchaus. Und weil es viel mehr Motive als Typen gibt, ist der erste internationale Motivkatalog aus den Jahren 1955–1958 gleich auf 5 Bände angelegt gewesen. Heute, im digitalen Zeitalter, wird nicht mehr so sehr nach der Herkunft gefragt, sondern nach den Gründen für Veränderungen und für regionale Abweichungen vom Standardtyp. Methodisch sauber wird nach den Sonderformen, nach den »Oikotypen«, wie man solche Regionalismen nennt, geforscht. Das kann man wiederum nur, wenn man die »Normalform« des Märchens kennt.

DAS MÄRCHEN ALS BRÜCKE ZWISCHEN DEN ETHNIEN

Was aber nun sowohl der Aarne-Thompson-Index als auch der Motivindex und die erst durch diese Vorarbeiten ermöglichte Enzyklopädie des Märchens zeigen, das ist die tatsächlich weltweite Verbreitung »unserer« Volksmärchen. Haben wir – die wir ja offen gestanden meist »nur« Grimms Märchen kannten – nicht vielleicht doch immer gedacht, diese seien das urdeutsche aller deutschen Kultur-güter?

Auf einem ganz anderen Blatt steht die enorme weltweite Erfolgsgeschichte der Grimm'schen Sammlung. Auch sie verbreitete bestimmte Themen schneller, als man zuvor gedacht hatte. Stellt man in Rechnung, dass die ersten Übersetzungen schon bald nach dem ersten Erscheinen in Deutschland von sich reden machten und sich zudem wirklich gut verkauften, so wird schnell klar, dass man bei heutigen Feldforschungen in noch so entlegenen Regionen aller Kontinente zwischen Grimm-abhängigen und Grimm-unabhängigen Fassungen unterscheiden muss, was keineswegs leichtfällt. Nur wirkliche KennerInnen der Materie können zudem das ungefähre Alter einer märchenartigen Erzählung einschätzen und beurteilen, ob sie Teil der Grimm'schen Sammlung war und/oder Eingang in den Gesamtschatzbestand der mündlichen Überlieferungen dieser Welt gefunden hatte.

Wenn man nun den Prognosen der Märchenforschung Glauben schenkt, dann haben diese Erzählungen wieder Konjunktur, und zwar gerade in unseren über-rationalisierten Zeiten, in denen sich umso mehr ein transzendentes Bedürfnis, eine Sehnsucht nach dem Mythischen bemerkbar macht. Die sogenannte Postmoderne ist ja nicht nur durch esoterische Trends gekennzeichnet. Man hat längst auch in der Film- und Computerbranche das Potenzial entdeckt, das in den alten Zauber-märchen steckt. Und überdies dienen Märchen, gerade weil sie sich weltweit so sehr ähneln, als Brücke zwischen den Ethnien, als Basis für eine attraktive Art der Völkerverständigung. ■

DIE AUTORIN

Sabine Wienker-Piepho, Dr. phil. habil., unterrichtet u. a. am Lehrstuhl für Volkskunde der Universität Jena.




Anhang 3 Interview von Jürgen Liminski mit Gerald Hüther: Die Macht der inneren Bilder

09.04.24, 16:44

Gerald Hüther: Die Macht der inneren Bilder

Deutschlandradio Deutschlandfunk Kultur Deutschlandfunk Nova



Dienstag, 09. April 2024

Themen Sendungen Programm Podcasts Audio-Archiv 🔍 Live

Startseite / Alle Sendungen / Gerald Hüther: Die Macht der inneren Bilder

Archiv

Gerald Hüther: Die Macht der inneren Bilder

In die Grundschulen, selbst in die Kindergärten, kommen Personen mit einem ganz persönlichen Gepäck an Humanvermögen. Dieses Vermögen gilt es zu mehren. Aber der familiäre Boden, der den Wurzeln der Persönlichkeitsentwicklung – sie geht der Wissensbildung voraus und bedingt sie – Nahrung aus der Tiefe spendet, ist trockener und steiniger geworden. Die Ergebnisse der Humanvermögensbildung sind entsprechend: kleine Früchtchen. Humanvermögen – das sind die grundlegenden Fähigkeiten des Menschen, das Lernen-Können, das Miteinander-Umgehen-Können, Ausdauer, Bindungsfähigkeit, Frust-verarbeiten-Können, nach Lösungen suchen, statt zu jammern. Zu all dem entwickelt der Mensch in den ersten Jahren Bilder in seinem Hirn, die ihn prägen, manchmal das Leben lang. Wie entstehen solche Bilder? Das fragen wir nun den in Göttingen lehrenden Gehirnforscher Gerald Hüther, Autor des Bandes: „Die Macht der inneren Bilder“, aber zunächst mal: Guten Abend, Herr Hüther.

Gerald Hüther im Gespräch mit Jürgen Liminski | 09.08.2004

[🐦](#) [f](#) [📺](#) [📻](#)

Hüther: Guten Abend, Herr Liminski.

Liminski: Herr Prof. Hüther, in Ihrem neuesten Buch mit dem Titel „Die Macht der inneren Bilder“ beschreiben Sie, wie Visionen das Gehirn den Menschen und die Welt verändern – so lautet auch der Untertitel. Wie entstehen denn diese Visionen, diese inneren Bilder?

Hüther: Das sind Visionen und Vorstellungen davon, wie die Welt beschaffen ist und wie man sich in dieser Welt zurecht findet. Sie entstehen eigentlich dadurch, dass wir im Laufe unseres Lebens ja alle Erfahrungen machen, und diese Erfahrungen werden im Hirn verankert. Das wissen wir inzwischen eben aus den Erkenntnissen der Hirnforschung relativ gut. Da werden Verschaltungsmuster ausgebildet. Wir nennen das innere Repräsentanzen. Und solche inneren Repräsentanzen benutzen wir dann, um uns im Leben sozusagen zurechtzufinden. Also gibt es beispielsweise innere Repräsentanzen für das Fahrradfahren, oder wenn jemand Radschlagen gelernt hat, dann ist das im Hirn als Verschaltungsmuster sozusagen gespeichert und wird dann abgerufen, wenn man die Handlungen ausführt. Das gilt nun eben auch für die Gestaltung von Beziehungen zu anderen Menschen, für die Vorstellung, die man hat, wie man Probleme im Leben lösen kann, und letztlich werden daraus dann eben auch Orientierungen, innere Haltungen, Vorstellungen davon, wie man das Leben bewältigt. Die haben eben einen großen

<https://www.deutschlandfunk.de/gerald-huether-die-macht-der-inneren-bilder-100.html> 1/6

Einfluss darauf, wie wir uns im Leben bewegen und – wie wir nun inzwischen wissen – einen großen Einfluss auch darauf, wie man das Hirn benutzt. Und die Art und Weise, wie wir unser Hirn benutzen, führt nun wieder dazu, dass die Verschaltungsmuster entsprechend gefestigt werden und sich das Hirn dann so organisiert, wie man es benutzt.“

Liminski: Das sind also Bilder, die das Sein bestimmen, also das Denken, Fühlen und Handeln – so heißt es ja auch in Kapitel drei – und die das Zusammenleben prägen. Hat die Gesellschaft denn auch solche inneren Bilder?

Hüther: Ja, das ist vielleicht das Spannendste dabei. Natürlich macht auch eine ganze Gesellschaft im Laufe ihrer Entwicklung Erfahrungen, und auch die werden verankert. Das ist relativ einfach: in Form von Büchern, Gesetzen, Regeln und was wir da alles so haben. C.G. Jung hat das mal als kollektives Gedächtnis bezeichnet. Und heute gibt es eben auch solche inneren Bilder, mit denen unsere Gesellschaft hier ausgestattet ist, die unser Leben bestimmen, zum Beispiel die Vorstellung, dass es ständig wirtschaftliches Wachstum geben muss, dass Leistung nur über Konkurrenz erreichbar ist, dass jeder Fortschritt abhängig davon ist, dass es Wettbewerb gibt. Das sind Bilder, die unser Zusammenleben prägen.

Liminski: Man sagt landläufig, erhöhter Charakter, Verhalten und So-Sein des Menschen entscheide sich in den ersten Jahren. Wenn nun diese erste Prägung fehlschlägt, ist der Mensch dann irreparabel?

Hüther: Ja, sicher sind diese frühen Erfahrungen besonders nachhaltig und tief im Hirn verankert und bestimmen auch sehr häufig den weiteren Lebensweg, aber – und das ist vielleicht die frohe Botschaft aus der Hirnforschung – zeitlebens ist der Mensch in der Lage, noch mal neue Nutzungsmuster anzulegen, noch mal neue innere Bilder in sich aufzunehmen und sich auf diese Weise eben dann auch zu verändern. Dafür gibt es schöne Beispiele: dass also Menschen durch eigentlich katastrophale Kindheiten hindurchgegangen sind und dann unterwegs irgendwann mal das Glück hatten, jemanden zu finden oder vor Probleme gestellt zu werden, die sie lösen konnten. Aus diesen erfolgreichen Lösungsversuchen sind dann innere Bilder erwachsen, ist das entstanden, was man Vertrauen in die eigenen Fähigkeiten zur Weltbewältigung nennt und dann kann das natürlich auch im fortgeschrittenen Alter noch dazu führen, dass Menschen sich grundsätzlich verändern. Aber das ist schwer.

Liminski: Welche Rolle spielen denn solche Begegnungen, von denen Sie sprechen – oder anders gefragt: Welche Rolle spielen Eltern, spielen Liebe und Vertrauen bei der Entstehung von Bildern?

Hüther: Die wichtigsten und entscheidenden Bilder werden eben in der frühen Kindheit übernommen. Da spielen eigene Erfahrungen eine große Rolle, aber vieles wird eben auch von anderen Menschen übernommen. Man greift gewissermaßen als Kind auf die Erfahrungen der Erwachsenen zurück. Die Erfahrungen werden von einer Generation zur nächsten weitergegeben, und das ist ein ganz empfindlicher Übertragungsprozess – transgenerationale Weitergabe nennen wir das. Der funktioniert nur dann, wenn diese Kinder eben Vertrauen haben, wenn sie sich geborgen fühlen in dieser Welt, in die sie hineinwachsen. Das ist dann die große Verantwortung, die die Erwachsenen haben, nämlich dass sie das richtige Umfeld schaffen, damit sie es den Kindern ermöglichen, diese Bilder auch wirklich zu übernehmen.

Liminski: Vertrauen ist ein Schlüsselbegriff. Nun habe ich, wenn ich das so höre, kein Bild von Vertrauen. Was ist das eigentliche Bild von Vertrauen?

Hüther: Vertrauen ist einfach diese Fähigkeit, daran zu glauben, dass man selbst in der Lage ist, Probleme zu lösen und vor allen Dingen, dass – wenn es schwierig wird – man jemanden kennt und jemanden zur Seite weiß, der einem dann weiter hilft. Dann gibt es noch eine dritte Form von Vertrauen: Das ist das Vertrauen, dass es irgendwie wieder gut wird. Wir vermitteln diese Form des Vertrauens unseren Kindern beispielsweise über die Märchen. Fast alle Märchen sind so aufgebaut, dass sie am Anfang ein schreckliches Szenario entwickeln und es wird alles immer furchtbarer, und dann am Ende wird alles gut. Die Botschaft, die Kinder aus diesen Märchen mitnehmen, ist, dass es in der Welt wohl ab und zu große Probleme geben kann, aber dass es wieder gut wird. Das ist dann eine Art Urvertrauen.

Liminski: Das bestätigt sozusagen den riesigen Erfolg von Märchen wie Harry Potter?

Hüther: Ja, das ist genau das, was die Kinder aus diesem Buch mitnehmen, dass ein Kind, auch schon ein Kind, in der Lage ist, sich in den schwierigen Weltläufen zurechtzufinden und das man es machen kann. Es ist nur die Frage – wie das im Fall von Harry Potter dargestellt wird – ob es die Zauberei ist, auf die ein Kind sozusagen dann fokussiert werden muss. Es gibt auch eben andere Möglichkeiten.

Liminski: Wie kann man denn nun die inneren Bilder verändern, wenn man also zunächst negativ geprägt ist und dann positive Bilder empfängt? Wie funktioniert das? Wie kann man diese inneren Bilder verändern oder überlagern?

Hüther: Das ist relativ schwer, weil natürlich alle inneren Bilder, alle Vorstellungen, die man einmal als Überzeugung in sich angelegt hat, die haben ja eine Bedeutung, die sind ja wichtig für die eigene Lebensgestaltung. Und von denen lässt man dann nicht so leicht. Deshalb ist wohl die Voraussetzung dafür, dass man noch mal anfängt, anders zu denken – schon, dass man irgendwie ein erhebliches Problem hat. Auch ein Problem mit den bisherigen Bildern. Man muss vielleicht in einer gewissen Weise scheitern mit den Vorstellungen, die man bisher hatte, man muss eine tiefe, vielleicht auch seelische Krise durchlaufen. Und unter diesen Umständen werden im Hirn, in den so genannten emotionalen Zentren, Botenstoffe freigesetzt, die dazu beitragen, dass dann noch mal sehr grundsätzliche Veränderungsprozesse möglich sind. Aber Voraussetzung dafür ist eben offenbar diese emotionale Aktivierung.

Liminski: Schon Augustinus wusste, auch der Körper hat ein Gedächtnis, aber er bezog sich auf eigene Erfahrungen, und dennoch gibt es auch so etwas wie ein kollektives Gedächtnis. Sie haben eben C.G. Jung erwähnt in diesem Zusammenhang. Liminski: Lassen sich kollektive Bilder aus der Vergangenheit vererben, so dass sie individuell verankert sind?

Hüther: Das geht ganz offensichtlich schon bei Tieren. Es gibt diese schönen Beispiele von den Affen, wo einige gelernt haben, Kartoffeln zu waschen, bevor man sie so dreckig isst.

Das hat dann am Ende die ganze Gruppe gemacht, und jetzt machen es alle Affen in dieser Kolonie. Was ähnliches sehen wir beispielsweise bei den Singvögeln. Da reift das Gesangs-Zentrum im Hirn der frisch geschlüpften Singvögel – beispielsweise der Nachtigallen –, und da werden riesige Angebote an synaptischen Verschaltungen gemacht. Und während dieser Phase, wo dieses riesige Angebot gemacht wird, muss der Vater in der Nähe des Nestes singen – möglichst schön und möglichst oft und möglichst

laut und möglichst ungestört. Und jedes Mal dann, wenn der junge Vogel dieses Muster vernimmt, entsteht in diesem Gesangszentrum ein bestimmtes Aktivierungsmuster, ein Erregungsmuster, und das führt dazu, dass bestimmte synaptische Verschaltungen stabilisiert werden. Am Ende hat dann der kleine Vogel gewissermaßen diesen Gesang verinnerlicht und im nächsten Jahr, wenn es Frühling wird und die Hormone in das Hirn schießen und das Gesangszentrum erregt wird, dann kommt dann dieser Gesang wieder heraus. Das ist eine Kulturleistung, die von einer Generation zur nächsten weitergegeben wird und wo gewissermaßen die artspezifische Leistung erworben wird. Und nun können wir uns fragen, was mit unserem plastischem Hirn alles erworben wird, und dann stellt man sehr schnell fest, dass wir Menschen fast alles das, worauf wir stolz sind und was wir können, von anderen übernehmen, das heißt hier wird wirklich von einer Generation zur nächsten Erfahrung weitergegeben und benutzt, um das Hirn der nächsten Generation entsprechend zu strukturieren.

Liminski: Aber auch das, was in den Genen verankert ist, muss doch stimuliert werden?

Hüther: Das, was in den Genen verankert ist, ist eine Potenz. Wir haben die Fähigkeit, ein komplex verschaltetes Hirn aufzubauen. Das ist ein Angebot, was da gemacht wird und dann braucht es entsprechende Voraussetzungen, braucht es entsprechende Lernbedingungen, braucht es entsprechende Vorbilder, um diese Verschaltungsmuster dann auch wirklich aufbauen zu können. Die Potenz alleine reicht noch nicht.

Liminski: Stichwort Lernbedingungen. Wie prägend sind denn die inneren Bilder für die Bildung und für das Lernen-Können?

Hüther: Das sieht man schon bei jedem Kind. Jedes Mal dann, wenn ein Kind eine neue Wahrnehmung macht, dann versucht das Kind, diese neue Wahrnehmung an die bereits vorhandenen inneren Bilder, an das bereits vorhandene Wissen anzuknüpfen. Und wenn das wirklich gelingt, dann freut sich das Kind. Dann spielt sich ein so genanntes Erfolgserlebnis

ab und im Hirn werden dann entsprechende Botenstoffe ausgeschüttet. Das ist so ein richtiges Glückserlebnis. Wenn Kinder häufig diese Erfahrung machen, dass es ihnen gelingt, neue Erfahrung an alte und bereits vorhandene Muster anzuknüpfen und auf diese Weise diese inneren Bilder immer stärker zu erweitern und brauchbarer zu machen, dann gewinnt ein Kind einfach die Überzeugung, dass es etwas Schönes ist, dass man Neues hinzulernen darf. Und dann gibt es Kinder, denen diese Erfahrung allmählich abhanden kommt, weil sie mit dem, was ihnen da angeboten wird, entweder nichts anfangen können oder weil sie an nichts anknüpfen können. Das ist die individuelle Ebene. Und dann gibt es für Bildung natürlich noch eine kollektive Ebene. Das ist die Vorstellung, die wir haben, was Kinder beispielsweise in der Schule lernen sollen. Das sind ja tradierte Vorstellungen. Ich weiß nicht, ob das, was heute in den Schulen geschieht, tatsächlich noch dem entspricht, worauf es im Leben heutzutage tatsächlich ankommt.

Liminski: Die Stimulanzen, von denen Sie auch vorher gesprochen haben, lassen die sich auf Lernen auch durch Druck übertragen?

Hüther: Druck ist sicherlich das ungeeignetste Mittel, um da einen Prozess in Gang zu bringen, vor allen Dingen dann, wenn es darum geht, vorhandene Muster zu erweitern. Das ist ja das, was wir anstreben. Wir wollen ja, dass Kinder aufgehen, dass die offen bleiben für neue Erfahrungen, dass sie kreativ bleiben. Und kreativ kann man immer nur dann sein, wenn kein Druck herrscht, wenn Bedingungen herrschen, wo man gewissermaßen die verschiedenen im Hirn verfügbaren Wissensschätze oder inneren Bilder frei und ungezwungen miteinander verbinden kann. Immer dann, wenn Druck

ausgeübt wird, fällt man als Kind genauso wie als Erwachsener in bereits etablierte Muster zurück, denn die bereits gebahnten und gefestigten inneren Muster sind natürlich das Mittel, mit denen man normalerweise am schnellsten vorankommt.

Liminski: Letzte Frage, Herr Professor Hüther, Ihre Erkenntnisse und Thesen aus der Gehirnforschung legen die Vermutung nahe, dass die einseitige Festlegung der Politik auf Ganztagsbetreuung so früh wie möglich eine ideologische Sackgasse ist. Dieser Ideologie hängen ja alle Parteien an. Müssen wir aus dieser Sackgasse heraus, wenn wir Kindern helfen wollen, leistungsfähige Erwachsene zu werden?

Hüther: Sie verwenden ja schon selbst diesen Begriff ‚Ganztagsbetreuung‘. Diese frühe Phase, in der die Kinder noch so unendlich neugierig und lernbegierig und wissensdurstig sind, ist eine Phase, die man nicht mit Betreuung vertun kann. Hier muss man eigentlich un-glaublich viele Angebote machen, also Ganztagsförderung oder so etwas wie Entdeckungswerkstätten für Kinder. Das wäre etwas großartiges, aber Betreuungsangebote für alle, glaube ich, sind nicht das geeignete Mittel, zumal auch gezeigt worden ist in verschiedenen Studien – vor allen Dingen auch in den Vereinigten Staaten –, dass bei sehr kleinen Kindern es maximal vier oder fünf Kinder sind, die eine Betreuerin tatsächlich fördern kann. Alles andere ist dann zu viel und führt dann sehr leicht dazu, dass die individuellen Begabungen von Kindern verkümmern, weil sie in einem Gruppenbetrieb alle über einen Kamm geschoren werden.

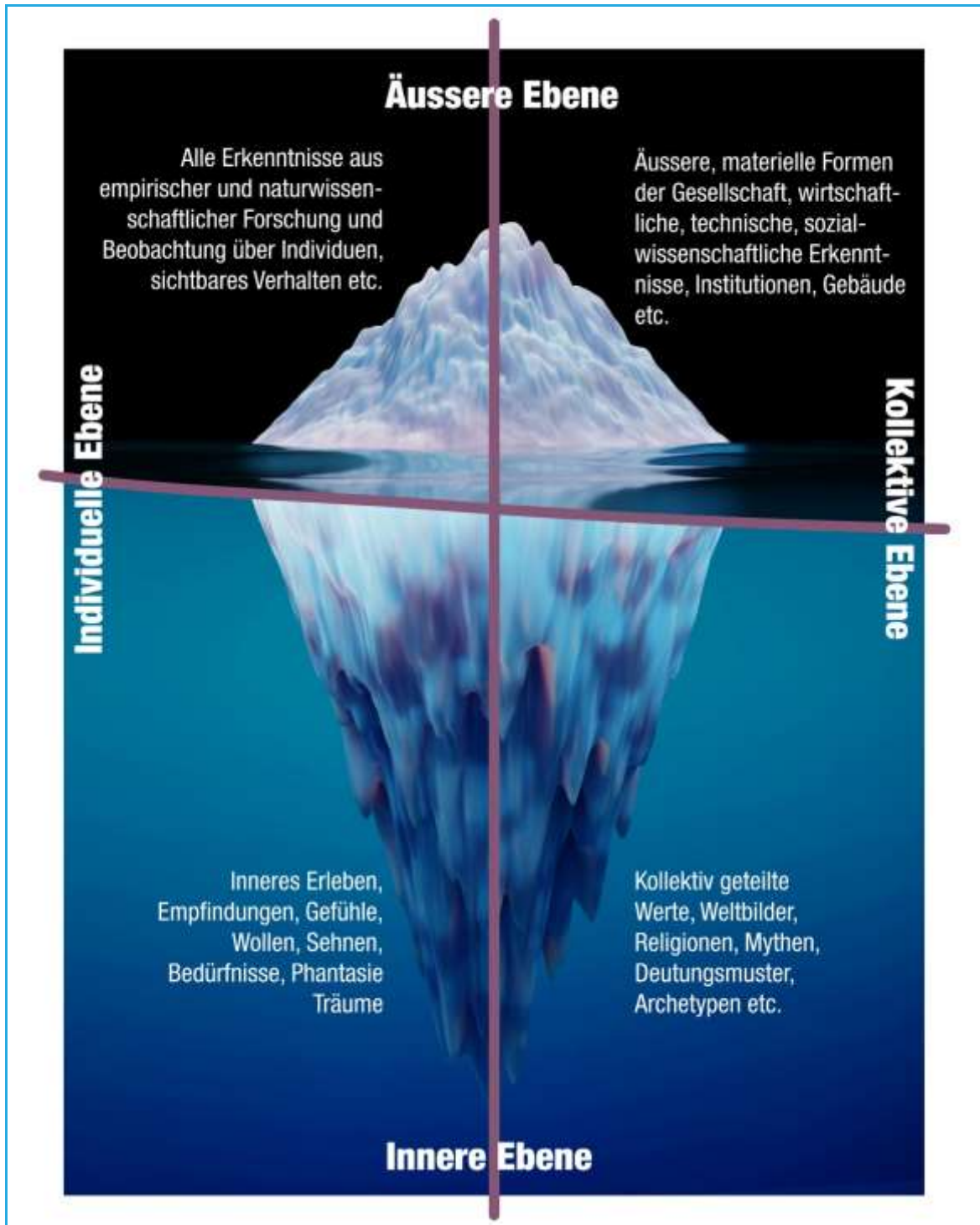
Das war Gerald Hüther, Autor des Bandes „Die Macht der inneren Bilder“, erschienen bei Vandenhoeck und Ruprecht in Göttingen, 139 Seiten zu 9 Euro achtzig. Weitere Bücher von Professor Hüther erschienen unter dem Titel „Biologie der Angst“ und „Evolution der Liebe“, ebenfalls im Verlag Vandenhoeck und Ruprecht, oder auch die Titel „Kinder brauchen Wurzeln“ und „Kinder suchen Orientierung“, beide zu bekommen im Walter-Verlag, Düsseldorf und Zürich.

Entdecken Sie den Deutschlandfunk

Programm	Hören	Kontakt	Service	Über uns
Programm Alle Sendungen Die Nachrichten Nachrichtenleicht Neue Beiträge auf dlfi.de Korrekturen	Livestream Audios Podcasts Apps Frequenzen	Hörerservice Social Media Deutschlandradio Datenschutzerklärung Nutzungsbedingungen Impressum	FAQ Newsletter Veranstaltungen Musikliste RSS	Deutschlandradio Presse Ausbildung und Karriere Funkhaus Köln

Partner: ARD ZDF Phoenix arte Chronik der Mauer

Anhang 4 Die «Vier Quadranten» von Ken Wilber, kombiniert mit dem Eisbergmodell nach Hanna Milling



Quellen:

- Eisberg: https://unsplash.com/de/fotos/ein-grosser-eisberg-der-im-wasser-schwimmt-qjs2R1IMMcw?utm_content=creditShareLink&utm_medium=referral&utm_source=unsplash
- 4 Quadranten: Hanna Milling «Storytelling - Konflikte lösen mit Herz und Verstand - Eine Anleitung zur Erzählkunst mit hundertundeiner Geschichte», 2016, Seiten 10 bis 24

Anhang 5 Märchen »Die Zauberflasche«

(Märchen aus China)

Es waren einmal zwei junge Eheleute, die hatten gerade erst geheiratet. Der Mann wollte seine junge Frau aber nicht allein zu Hause lassen, weil er Angst hatte, es könne ein anderer vorbeikommen, an dem sie Gefallen finden könnte. Deshalb ging er überhaupt nicht mehr zur Arbeit. Weil sie aber nach und nach nichts mehr zu beißen hatten, sah er endlich ein, dass es so nicht weiterging, und machte sich auf den Weg in die Stadt, um sich Arbeit zu suchen. Die Sonne schien, der Himmel war blau, doch er sah von alledem nichts, und je weiter er sich von seinem Hause entfernte, desto langsamer wurden seine Schritte. Da traf er einen alten Mann. Der sah ihm an, dass er Kummer hatte, und fragte ihn: »Was bist du denn so betrübt an einem so schönen Tag? Du starrst ja vor Dich hin, als würde man Dich geradewegs zum Henker führen.«

»Ach«, antwortete der Mann, »ich habe eine junge hübsche Frau zu Hause, und wenn ich sie allein lasse, kommt vielleicht ein Wanderer an unserem Haus vorbei und gefällt ihr«. »Diesem Kummer kann abgeholfen werden«, sagte der Alte und zog ein kleines Fläschchen aus seiner Tasche, »Sieh her: wenn Du Deine Frau ansiehst und sachte in das Fläschchen pustest, wird sie ganz, ganz klein und verschwindet augenblicklich darin. Das Fläschchen kannst Du dann in die Tasche stecken, so hast Du Deine Frau den ganzen Tag bei dir. Am Abend brauchst Du nur zu sagen: »Frau, komm heraus«, und dann steht sie in ein paar Minuten wieder in ihrer vollen Größe vor Dir«.

Der Mann bedankte sich, suchte sich in der Stadt Arbeit, und als er am nächsten Morgen wieder aufbrechen musste, sah er seine Frau an, blies in das Fläschchen und ließ sie darin verschwinden. Den ganzen Tag trug er sie so mit sich herum, bis er am Abend das Fläschchen auf den Tisch stellte und »Frau, komm heraus!« sagte, und da stand sie wieder vor ihm. Nun musste sie das Haus besorgen, denn tagsüber war sie ja in der Flasche gewesen.

Nach einer guten Woche etwa musste der Mann seine Frau aber doch einmal zu Hause lassen, denn die große Wäsche war an der Reihe, und wie sollte die Frau abends im Dunklen waschen? Er ging also ohne seine Frau zur Arbeit, und sie packte die Wäsche zusammen und trug sie zum Fluss.

Dort fühlte sie plötzlich in einer Jackentasche etwas Hartes. Sie zog es hervor und sah, dass es das Fläschchen war, in dem ihr Mann sie jeden Morgen verschwinden ließ. Sie dachte nach, ob sie es wohl wegwerfen könne, ohne dass ihr Mann es merken würde, denn natürlich ärgerte sie sich gewaltig, dass sie jeden Tag in diesem dummen Ding eingesperrt saß. Und wie sie so am Ufer stand und überlegte, kam auf der anderen Seite des Flusses ein wunderschöner Jüngling des Wegs. Die Frau sah ihn an und blies genauso sachte und vorsichtig, wie sie es bei ihrem Mann beobachtet hatte, in das Fläschchen, und schon war der Jüngling darin verschwunden. Schnell wusch sie die Wäsche, nur die Jacke ihres Mannes nicht, eilte nach Hause und hängte die Jacke wieder auf den Haken hinter der Tür, damit ihr Mann denken sollte, sie habe nichts gemerkt.

Am nächsten Morgen blies er wieder in das Fläschchen, und als die Frau ganz klein darin ankam, wartete der schöne Jüngling schon auf sie, und sie verbrachten glückliche Stunden miteinander.

Am Abend sagte der Mann nur: »Frau, komm heraus!«, und da kam sie wieder heraus und guckte auch nicht so böse wie sonst, wenn sie den ganzen Tag in der Flasche verbracht hatte. Der Jüngling aber blieb in der Flasche, denn er war ja nicht herausgerufen worden.

So ging es nun Tag für Tag, der Mann blies des Morgens in die Flasche, und den ganzen Tag lang konnte die Frau dann mit dem jungen Mann darin alleine sein, ohne dass irgendjemand etwas gemerkt hätte,

nicht einmal die Nachbarn. Und das war eigentlich das Beste, denn die haben ja bekanntlich nichts anderes zu tun.

So lebten sie Jahr für Jahr, und der Mann war glücklich darüber, dass er seine Frau den ganzen Tag bei sich tragen konnte.

Ja, so geht es einem, wenn man versucht, seine Frau einzusperren!

(Merian, 1997) Der Mann aus Zucker, Märchen für Frauen und andere Menschen

Anhang 7 Märchen »Vom Glücksvogel«

(Märchen der Uiguren aus Zentralasien)

Vor langer, langer Zeit, war's gestern oder war's heut, da hat einmal eine große Familie gelebt. Den Leuten in dieser Familie hat es an nichts gefehlt. Und das ist kein Wunder gewesen: Bei ihnen hat sich nämlich ein Glücksvogel niedergelassen gehabt. Tag für Tag hat der für sie gesungen. Mit seinem Gesang sind im ganzen Haus Wohlstand und Zufriedenheit eingekehrt.

Einmal aber hat der Glücksvogel zum Ältesten im Haus gesagt: »Ich bin jetzt schon lange bei Euch. Es wird Zeit, dass ich wieder weiterziehe. Bevor ich fortfliege, will ich Euch aber noch einen letzten Wunsch erfüllen. Sag mir: Was wünscht Ihr Euch?«

Da hat der Alte lange überlegt. »Gib uns ein wenig Zeit«, hat er schließlich zum Glücksvogel gesagt, »wir müssen uns das Ganze in Ruhe überlegen. In drei Tagen werde ich Dir sagen, was wir uns wünschen.« »Gut«, hat der Glücksvogel gesagt, »so soll es denn sein.«

Der Älteste hat jetzt die ganze Familie zusammengerufen. »Hört zu«, hat er gesagt, wie alle beisammengesessen sind, »der Glücksvogel will uns verlassen. Bevor er weiterfliegt, wird er uns aber noch einen Wunsch erfüllen. Was sollen wir uns also wünschen?«

Da haben alle miteinander hin und her überlegt. »Am besten wünschen wir uns einen großen Besitz, mit weiten Waldungen, Wiesen und viel Vieh«, hat einer von den Söhnen gemeint. »Wenn wir das alles haben, dann wird es uns auch künftig an nichts fehlen.«

Der Wunsch hat allen nicht schlecht gefallen. Aber richtig glücklich sind sie damit nicht gewesen. »Nein«, hat eine von den Töchtern gesagt, »wünschen wir uns lieber ein Haus. Eines, das voll ist mit prächtigen Gewändern, edlen Stoffen, feinen Gewürzen, herrlichen Möbeln und vielen anderen kostbaren Gegenständen. Damit können wir Handel treiben. So leben wir auch in Zukunft gut.«

Auch der Wunsch ist nicht schlecht angekommen. Aber so richtig begeistert sind die anderen in der Familie davon nicht gewesen. Weiter haben sie hin und her überlegt: Was könnten sie sich nur wünschen?

»Wartet«, hat schließlich ein anderer gesagt, »wünschen wir uns doch ein Schloss für uns alle. Das soll voll sein mit Schätzen aus Gold und Silber, mit Bergen aus Diamanten und Edelsteinen. Von dem Reichtum können wir unser Lebtag lang zehren. Generationen nach uns werden damit noch ausgesorgt haben.«

Auch der Wunsch hat allen nicht schlecht gefallen. Aber so richtig zufrieden sind sie auch damit nicht gewesen. Schließlich hat der Älteste gefragt: »Jetzt sagt einmal: Sind überhaupt alle da!? Mir scheint, es geht jemand ab.« »Ja, die jüngste Schwiegertochter fehlt!«, hat eine Frau gerufen, »die ist noch unten am Bach bei der Arbeit.« »Dann holt sie!«

Bald darauf ist die jüngste Schwiegertochter dazugekommen. Der alte Mann hat ihr das Ganze geschildert. »Was denkst Du?«, hat er sie schließlich gefragt, »was sollen wir uns vom Glücksvogel wünschen?«

»Das ist doch ganz einfach!«, hat sie gesagt. »Wünschen wir uns doch seine Freundschaft! Wenn er uns die schenkt, dann werden wir auch weiterhin ein glückliches Leben führen können.«

Da sind alle, wie sie da beisammengesessen sind, baff erstaunt gewesen. »Ja«, hat der Älteste dann gesagt, »Ihr habt es gehört. Das ist wohl wirklich das Beste, das wir uns wünschen können.« Begeistert haben alle zugestimmt.

So ist der alte Mann zum Glücksvogel gegangen. »Wisst Ihr jetzt, was Ihr Euch wünscht!?!«, hat ihn der gefragt. »Ja«, hat der alte Mann gesagt, »wir wünschen uns Deine Freundschaft. Mehr wollen wir nicht und mehr brauchen wir nicht.«

Da hat der Glücksvogel mit einem Mal zu singen angefangen. Wunderschön hat er gesungen. So schön, dass es kaum zu beschreiben ist.

»Oh, wie weise und wie klug habt Ihr gewählt. Ich soll Euch weiterhin meine Freundschaft schenken!? - Wo Ihr mich darum bittet, will ich das gerne aufs Neue tun. Aber wer möchte von seinen lieben Freunden getrennt sein? Wie könnte ich jetzt fortfliegen? So will ich weiter bei Euch bleiben.«

Der Glücksvogel ist also bei der Familie geblieben. Weiterhin haben sie alle in Glück, Zufriedenheit und Wohlstand leben können.

Wer weiß, bestimmt singt der glückbringende Vogel auch für uns einmal, inschallah. Man muss ihn halt nur um seine Freundschaft bitten.

(Wittmann, 2000): «Wo der Glücksvogel singt», Volksmärchen & Schelmengeschichten für ein ganzes Leben

Anhang 8 Einfache Struktur einer Geschichte



(Melchert, 2022), in Anlehnung an Sammer 2014, Seite 123

Anhang 9 Selbsterfundene Geschichte - »Wie Lea Mut in ihr Können fasste und zu großem Erfolg gelangte«

Den beschriebenen Schritten aus Kapitel 2.7.2 folgend, könnte die Geschichte einer fiktiven Protagonistin so lauten:

<p>1. Es war einmal</p> <p>Vorstellung des fiktiven Protagonisten</p>	<p>Lea, eine junge, sehr talentierte Grafikerin lebte in einer kleinen Stadt. Sie liebte ihre kreative Arbeit sehr und so wurde sie schnell bekannt für ihre außergewöhnlichen Designideen und ihr besonderes Gespür für die Wünsche ihrer Kunden.</p> <p>Sie war aber auch sehr selbstkritisch und zweifelte ständig an ihren eigenen Fähigkeiten. Dieses Gefühl der Unsicherheit verstärkte sich immer mehr. Dies ging so lange, bis ihre Angst vor dem Scheitern sie davon abhielt, die ihr angebotenen prestigeträchtigen Projekte anzunehmen und sie ihren Traum von Anerkennung mehr und mehr aufgab.</p>
<p>2. Jeden Tag</p> <p>Beschreibung der gewohnten Welt des fiktiven Protagonisten</p>	<p>Tag für Tag ging Lea in ihr Büro, das sie kunstvoll und gemütlich zugleich eingerichtet hatte und welches ihr künstlerisches Flair aufs Beste zum Ausdruck brachte.</p> <p>Lea arbeitete hochkonzentriert, sie entwarf stilvolle Logos, layoutete glanzvolle Broschüren und realisierte ansprechende Webseiten für lokale Unternehmen. Sie war dankbar die Routine und die Sicherheit, die die seit langem vertrauten Aufgaben ihr boten.</p> <p>Nach der Arbeit genoss sie ihre Freizeit zusammen mit ihren beiden besten Freunden, Magalie und Mike, die ebenfalls erfolgreich in ihren kreativen Jobs waren. Regelmäßig kam die Sprache auch auf ihre laufenden Projekte und die gegenseitige Inspiration war groß.</p>
<p>3. Aber, eines Tages</p> <p>Plötzliches Ereignis verändert die Routine des fiktiven Protagonisten</p>	<p>Aber, eines Tages, kontaktierte der Besitzer einer renommierten Werbeagentur aus der Großstadt Lea. Er hatte ihre Arbeiten gesehen und war begeistert von Leas Kreativität.</p> <p>Er bot ihr die Möglichkeit, an einer internationalen Kampagne für einen weltumspannenden Konzern mitzuarbeiten.</p> <p>Lea war überwältigt vom Jobangebot, aber postwendend meldeten sich ihre altbekannte Angst und die Selbstzweifel. Im Nu waren Freude und Aufregung verflogen.</p> <p>Sie zweifelte, ob sie der großen Herausforderung gerecht werden könnte. Die Konkurrenz war schließlich riesig und sie kam ja nur aus einem kleinen Städtchen auf dem Land...</p> <p>Sollte Lea tatsächlich so mutig sein und ihre sichere Stelle aufgeben, sowie das Risiko auf sich nehmen und sich dem Abenteuer »internationale Kampagne« stellen?</p>

<p>4. Daraufhin</p> <p>Der fiktive Protagonist setzt sich mit seinem Konflikt / seiner Situation auseinander</p>	<p>Hin und hergerissen suchte Lea auf Empfehlung ihrer Freunde Magalie und Mike Rat bei einem Systemischen Coach, weil sie sich ihren Ängsten stellen und Klarheit darüber erreichen wollte, ob und wie sie ihre Ziele erreichen könnte.</p> <p>Mit der Hilfe ihres Coaches erkannte Lea, welche Blockaden sie hinderten, mutig zu sein. Nachdem sie ihre Glaubenssätze kritisch hinterfragt hatte, fand Lea die Kraft in sich, sich ihrer großen Angst vor dem Scheitern zu stellen. Sie entdeckte, dass sie alles, was sie für den Erfolg brauchte, bereits in sich trug und dass die Anfrage des Firmenchefs nicht von ungefähr gekommen war.</p> <p>Lea begann sukzessive ihre Perspektiven zu ändern und die Chance für ihr persönliches Wachstum anzunehmen.</p>
<p>5. Und dann</p> <p>Erzählung der »Heldenreise« des fiktiven Protagonisten</p>	<p>Und dann nahm Lea all ihren Mut zusammen und sagte der Werbeagentur zu. Sie zog in die Großstadt, tauchte in die aufregende Welt der internationalen Werbung ein und begann ihre ureigene »Heldenreise«.</p> <p>In der neuen Umgebung begegnete sie vielen Herausforderungen: engen Deadlines, anspruchsvollen Kunden und dem Druck, ständig kreativ und innovativ sein müssen. Doch jedes Hindernis, das sie überwand, stärkte ihr Selbstvertrauen und ihre Fähigkeiten mehr. Sie eignete sich neue Techniken an, knüpfte wertvolle Kontakte und entdeckte Seiten an sich, die sie zuvor weder gekannt noch erwartet hatte.</p>
<p>6. Bis schlussendlich</p> <p>Auflösung des Konflikts des fiktiven Protagonisten</p>	<p>Schlussendlich schloss Lea das äußerst herausfordernde Projekt erfolgreich ab. Die Kampagne wurde zu einem vielfach bewunderten Erfolg. Ja, die Kampagne fand internationale Anerkennung und sie erhielt dafür sogar zahlreiche Auszeichnungen.</p> <p>Das Wichtigste war jedoch, dass Lea gelernt hatte, sich ihren Ängsten zu stellen und sie zu überwinden.</p> <p>Lea kehrte in ihre Heimatstadt zurück, jedoch nicht, um wieder in ihre alte Routine zu verfallen, sondern um ihr eigenes Designstudio zu eröffnen. Von nun an unterstützte sie andere Kreative dabei, ihre Träume zu verwirklichen und ihr Potenzial zu entfalten.</p> <p>Lea hatte nicht nur ihre beruflichen Ziele glanzvoll erreicht, sondern auch zu tieferer innerer Stärke und größerer Selbstsicherheit gefunden.</p>