

März/mars 2013

Image

Ein geliehenes Gesicht / Un visage emprunté

Branding – what else?

Der «Status quo vadis» der Psychologie

Dissoziative Identitätsstörung

Les femmes et les stéréotypes de genre

Ein geliehenes Gesicht

Liebe Leserin, lieber Leser

Das erste **punktum.** des Jahres 2013 heisst neu unsere KollegInnen aus der Romandie herzlich willkommen! In einem ersten Schritt erscheinen ein thematischer Artikel und die berufspolitischen News auch in französischer Sprache. Der weitere Ausbau wird sich am Mitgliederwachstum in der französischsprachigen Schweiz orientieren.

Die vorliegende Ausgabe setzt sich mit dem Thema «Image» auseinander. Es geht also um Ruf, um Namen, Bild, Standing, Ansehen, Reputation, Renommée, Ehre, Prestige, Nimbus, Charakterbild. «Image ist ein geliehenes Gesicht», erkannte Büchner-Preis-Träger Martin Kessel.

Und Identität? Ist sie auch ein Synonym für Image?

Immer wieder gibt das Ansehen der Schweiz zu reden. Der Bundespräsident hat traditionellerweise auf Anfang Jahr das Neujahrsfoto der Landesregierung in Auftrag gegeben. Es ist einmal origineller, ein anderes Mal, nun ja, klassischer. In diesem Jahr assoziiere ich als Betrachterin damit Schulklassenfotos aus den fünfziger Jahren. Soll die uniform dunkle Bekleidung gleichschalten oder etwa auf

Businesslook machen? Nur schade, dass das Schuhwerk meiner Neugierde versagt bleibt! Ueli Maurer trägt am Revers das Schweizerwappen und eine rot-weiss gestreifte Krawatte. Dies alles in historischem Ambiente. Ich rieche förmlich die muffige Luft, den gebohnerten Boden. Ich höre geradezu die Landeshymne. Guteidgenössische Klischees werden bedient. Was sehen Sie? Vielleicht schreiben Sie dem Bild – und damit der Regierung – Tradition, Wertbeständigkeit, Standhaftigkeit und Seriosität zu. Sie und ich lassen uns beim Betrachten auf das Bild ein: Dies zeitigt Wirkung! Doch ist es die vom Auftraggeber beabsichtigte?

Apropos Wirkung: Noch im alten Jahr geriet die Zürcher Kantonbank ins Visier der amerikanischen Justiz. In den Medien wurden drei Namen genannt. Damit waren die Sündenböcke identifiziert, und die Staatsbank als Institut blieb im Hintergrund.

Gemeinhin sagt man, dass ein Ruf schneller beschädigt als wiederhergestellt sei. Dies trifft sowohl auf unser individuelles berufliches Ansehen als auch auf unsere berufsständische Vertretung zu. Das berufliche Image – Teil der beruflichen Identität – will gepflegt sein, denn wer wollte schon

seinen Nimbus verlieren? Dieses Spiel mit dem Innen und dem Aussen beherrscht Imagepflege virtuos. Als Psychologin ist es mir wichtig, ethischen Richtlinien zu folgen und diesen verpflichtet zu sein. Mit dem **SBAP**. Ethik-Forum kann ich mich identifizieren: Die Auseinandersetzung mit der gelebten Realität steht im Vordergrund – mitnichten gespielte Unfehlbarkeit! Sollte mir Ungerechtigkeit widerfahren, weiss ich mich in guten Händen. Der **SBAP**. ist im Kampf erfahren und hat sich in der Vergangenheit immer wieder erfolgreich für individuelle Anliegen eingesetzt. Als ehrenvoll empfinde ich die Berufung in die eidgenössische Psychologieberufekommission durch den Bundesrat. Die neue Broschüre «Benefits 2013» dokumentiert, dass das Preis-Leistungs-Verhältnis bei unserem Berufsverband stimmt. In Auftritt und Design spiegelt sich der Zeitgeist – in manchem wird der **SBAP**. kopiert. Ich kann mich mit dem Berufsverband weitgehend identifizieren; er ist Teil meiner Identität.

Ist Identität ein Synonym für Image? Nein. Identität ist das «wahre Gesicht», unverkennbar individuell, seine Ergründung unendlich.

Heidi Aeschlimann



Sigmund Freud Couch,
Freud-Museum
www.freud-museum.at

Un visage emprunté

Chère lectrice, cher lecteur,

Le premier numéro du **punktum.** de l'année 2013 innove en souhaitant la bienvenue à nos collègues de Suisse romande! Dans un premier temps, un article thématique et les nouvelles relatives à la politique professionnelle paraîtront aussi en français. L'offre s'étoffera au fur et à mesure de l'augmentation du nombre d'adhérents en Suisse romande.

L'«image» est le sujet de cette édition. Que signifient réputation, nom, représentation, standing, considération, estime, renommée, honneur, prestige, aura, portrait? «L'image est un visage emprunté», notait Martin Kessel, lauréat du prix Büchner.

Et l'identité? Est-elle aussi synonyme d'image?

Il est régulièrement question de la réputation de la Suisse dans les médias. Comme le veut la tradition, le nouveau Président de la Confédération a commandité pour le début de l'année la photo de groupe du Conseil fédéral. Qui parfois est assez originale, et parfois, disons, plus classique. Cette année, elle me fait penser à une photo de classe des années cinquante. La tenue uniformément sombre doit-elle renvoyer à une égalité revendiquée,

ou peut-être au look austère du monde des affaires? Dommage que les chaussures se dérobent à ma curiosité! Ueli Maurer arbore la croix suisse au revers de son veston et une cravate à rayures rouges et blanches. Tout ça sur fond de décor historique. Je sens littéralement l'air renfermé, le parquet bien ciré. J'entends même l'hymne national. L'ensemble renvoie à des clichés convenus de notre Confédération helvétique. Que voyez-vous? Cette image, et donc nos autorités, est peut-être pour vous synonyme de valeurs immuables, de tradition, de persévérance et de sérieux. Vous et moi entrons dans l'image, ce qui n'est pas sans effet! Mais est-ce celui voulu par le commanditaire?

A ce propos: l'année dernière, la Banque cantonale zurichoise s'est retrouvée dans le collimateur de la justice américaine. Les médias ont cité trois noms. Les boucs émissaires ainsi identifiés, la banque en tant qu'institution a pu rester dans l'ombre.

On dit communément qu'une réputation est plus vite ternie que rétablie. Cela concerne aussi bien la renommée professionnelle de chacun de nous que celle de notre profession. L'image professionnelle, composante de l'identité de tout métier,

nécessite des soins, car qui est prêt à perdre son aura? La culture de l'image pratique avec virtuosité ce jeu entre le dedans et le dehors. Comme psychologue, il me tient à cœur de souscrire à un code déontologique et de le respecter. J'adhère au Forum Ethique SBAP, il privilégie la réflexion sur la réalité vécue, sans prétendre à l'infaillibilité! Si je devais être victime d'une injustice, je me sentirais en de bonnes mains. Expérimenté dans la gestion de conflits, notre association la SBAP a maintes fois répondu avec succès à des requêtes individuelles. Je me suis sentie très honorée par l'appel du Conseil fédéral de siéger dans la Commission des professions de la psychologie. La nouvelle brochure «Benefits 2013» démontre que dans notre association professionnelle, le rapport prix-prestations est bon. La présentation de soi et le design reflètent l'esprit du temps, et la SBAP est copiée en bien des points! Je me reconnais largement dans la SBAP. Elle fait partie de mon identité.

L'identité est-elle synonyme d'image? Non. L'identité est le «vrai visage», essentiellement individuel, dont l'exploration est sans fin.

Heidi Aeschlimann



Jacques Lacan par David Levine, 1979
«Tant que l'âme âme l'âme»

Stereotypisierung

Ein Klischee ist ein Klischee ist ein Klischee

«Japaner: Mensch, der alle Schönheit dieser Welt durch den Sucher seiner Kamera betrachtet», schrieb der Aphoristiker Ron Kritzfeld. Er tat dies, um ein Vorurteil – eben über Japaner – gleichzeitig zu bedienen wie zu entlarven. Das Bilden von Stereotypen dient der sozialen Kategorisierung, die es erlaubt, zwischen den Mitgliedern der eigenen sozialen Gruppe und denen einer Fremdgruppe zu unterscheiden und Vorhersagen über deren Verhalten zu treffen.

«I love being reduced to a cultural stereotype.» (Woody Allen)

Sie erinnern sich bestimmt an den Gruppenvergewaltigungs-Fall in Indien im vergangenen Dezember: Sechs Männer vergewaltigten eine Studentin, die kurz danach ihren Verletzungen erlag. Der Fall sorgte international für Schlagzeilen. Eine Zeitung sprach von einem «Frauenbild aus der Kolonialzeit». Eine Journalistin einer Schweizer Tageszeitung hingegen bemerkte, dass die Berichterstattung zu diesem Vorfall, so schrecklich dieser auch sei, den Eindruck erwecke, es gebe nur in Indien Vergewaltigungen dieser Art. Viele Journalisten bedienen das Stereotyp einer moralisch unterentwickelten, rückständigen Kultur, in der sie diese schreckliche Tat begründet sähen, analysierte sie. Dabei würden Frauen auch in unseren Breitengraden Opfer von Vergewaltigungen. Ohne die indische Tragödie zu verharmlosen, verwies die Journalistin darauf, dass die Schweiz – als Prototyp einer hoch entwickelten Gesellschaft – erst seit wenigen Jahren die Vergewaltigung in der Ehe als Offizialdelikt taxiert und dass auch im fortschrittlichen Westen Frauen, die eine Vergewaltigung anzeigten, nicht selten mit dem Vorwurf konfrontiert seien, «selber schuld» zu sein, zum Beispiel wegen des zu kurzen Minirocks; ihnen könne sogar reines Simulieren aus Rachemotiven vorgeworfen werden, wie im Fall Kachelmann. Dem eingangs angeführten Zitat aus dem Film «Stadtneurotiker» ist nicht zu entnehmen, was ein «kulturelles Stereotyp» genau ist. Aber wer Woo-

dy Allens Filme kennt, kann sich vorstellen, was vermutlich damit gemeint ist, denn die meisten seiner Protagonisten bedienen irgendein Klischee, beispielsweise das des erfolglosen Schriftstellers.

Soziale Kategorisierung

Wo ein Klischee ist, haben wir es oft mit dem Prozess des sozialen Kategorisierens zu tun: Wir ordnen die Welt um uns herum in soziale Kategorien ein, die auch *Stereotype* genannt werden. Grundsätzlich erlaubt uns diese soziale Kategorisierung, zwischen den Mitgliedern unserer eigenen sozialen Gruppe und den Mitgliedern einer Fremdgruppe zu unterscheiden. Es ist ein natürlicher kognitiver Prozess, der «arbeitssparend» ist: Mittels Zuordnung eines Objekts zu einer bestimmten sozialen Kategorie (zum Beispiel einer Frau zur Kategorie der allein erziehenden Mütter) können wir mehr Informationen erschliessen, als in der konkreten Interaktion wahrzunehmen möglich wäre.

Dies wiederum erlaubt uns, über eine Person – als Mitglied einer bestimmten sozialen Kategorie – zu urteilen und Vorhersagen über ihr Verhalten zu treffen. Denn hinter Stereotypen verbergen sich sozial geteilte Auffassungen über Persönlichkeitsmerkmale und Verhaltensweisen von Mitgliedern einer sozialen Gruppe. Zum Beispiel können mit der Kategorie «allein erziehende Mütter» die Merkmale «gestresst», «hilfsbedürftig», aber vielleicht auch «kämpferisch» und «charakterstark» assoziiert werden.

Dass dieses Kategorisieren sehr sinnvoll sein kann, ist vor dem Hintergrund einer Grundannahme der Kognitiven Psychologie plausibel: Wir können weder unbegrenzt Informationen verarbeiten, noch sind wir allzeit motiviert, über eine Situation gründlich nachzudenken. Stereotype sind oft emotionsgeladen und bilden persönliche Wertvorstellungen ab, bleiben aber kognitive Wissensstrukturen, die bestimmten Regeln gehorchen. Es wird unter anderem angenommen, dass Kategorien im Gedächtnis als *Prototypen* repräsentiert sind, das heisst als jeweils beste Ex-



Heloisa Martino, lic. phil., ist politische Sekretärin des SBAP. Sie hat Sozial- und Klinische Psychologie in Bern studiert. Seit einigen Jahren befasst sie sich im Rahmen diverser Fachgruppen mit der Stigmatisierung psychischer Krankheiten und damit, wie diese abgebaut werden kann.

emplare einer gegebenen Kategorie, wobei es sich hier um eine abstrakte Repräsentation der Merkmale handelt, die mit dieser Kategorie verknüpft werden. Sie dient zur Organisation der Informationen.

Allerdings werden Stereotype den individuellen Eigenschaften einer Person nicht gerecht, da die Merkmale der Mitglieder einer bestimmten sozialen Gruppe über alle Gruppenmitglieder hinweg generalisiert werden. Dies ist eine grosse Schwäche von Stereotypen.

Wir alle verfügen über eine breit gefächerte Typologie von sozialen Kategorien, mit denen wir auf unsere Umwelt zugehen: Geschlechtskategorien, Kategorien von politischen Gesinnungen, für Gegenstände etc. Diese erlernen wir teilweise aus der direkten Interaktion mit der Umwelt. Bestimmte Stereotype entsprechen deshalb eher der realen Erfahrung, wie zum Beispiel jenes, dass Männer durchschnittlich aggressiver sind als Frauen. Auch die Massenmedien (re)produzieren viele Stereotype. Eine weitere Quelle für Stereotype sind «illusorische Korrelationen». Dabei wird die Stärke eines Zusammenhangs zwischen Gruppen-

mitgliedschaft und Verhaltensweisen überschätzt, wie etwa die Korrelation zwischen Kriminalität und Ausländern.

Klischees sind weitgehend veränderungsresistent

Tatsache ist: Egal, wie die Stereotype erworben wurden – sobald sie aktiviert sind, üben sie einen starken und weit reichenden Einfluss auf unsere Wahrnehmungen und Verhaltensweisen aus. Denn unsere sozialen Urteile basieren nicht bloss auf den objektiv wahrnehmbaren Informationen in einer bestimmten Situation, sondern auf unserem *Vorwissen* dazu. Dazu gehören auch Stereotype. Dieser Einfluss wiederum hängt nicht nur von den Inhalten einzelner Kategorien ab, sondern viel mehr von den Verknüpfungen zwischen ihnen: Beispielsweise aktiviert die Kategorie «allein erziehende Mütter» die möglicherweise damit assoziierten Kategorien «Sozialhilfeempfänger» und «Problemkinder», die allesamt für ein Urteil über eine zur Kategorie «allein erziehende Mütter» gerechneten Frau herangezogen werden. Beim sozialen Kategorisieren werden somit ganz unbewusst Erwartungen aktiviert.

Bestimmte Stereotype, wie etwa zur ethnischen Zugehörigkeit, können derart tief verwurzelt sein, dass diese automatisch abgerufen werden, wenn eine Person einer anderen ethnischen Gruppe uns bloss gegenübersteht. Untersuchungen stellten diesen Automatismus sogar bei Menschen fest, die ausdrücklich positiv eingestellt waren gegenüber einer fremden Person.

Bereits aufgrund ihres eben dargestellten Wesens zeigen sich Stereotype besonders resistent gegenüber Veränderungen. Erstaunlich ist, wie sie oft trotz widersprechenden Beobachtungen aufrechterhalten werden – eine weitere Schwäche von Stereotypen. Diese Veränderungsresistenz dürfte vor allem mit einer Eigenart unseres Denkens zusammenhängen: der Tendenz, eigene Annahmen über die Welt und die Menschen um uns herum zu verifizieren. Wir prüfen unsere Hypothesen über andere Menschen.

Und genau dieses Testen sozialer Hypothesen schützt Stereotype vor Veränderungen, und dies trotz widersprüchlichen Informationen: Einerseits führen die Erwartungen, die einem Stereotyp entspringen, zu Verzerrungen auf den diversen Ebenen der Informationsverarbeitung: Stereotyp-bestätigende Informationen werden leichter im Gedächtnis abgespeichert und später leichter abgerufen; andererseits beeinflussen Stereotype bereits die Wahrnehmung, sodass Stereotyp-konträre Beobachtungen entweder übergangen oder als Belege für die eigene Hypothese uminterpretiert werden. Ganz selektiv, sowohl unbewusst als auch aktiv, suchen wir nach bestätigenden Informationen und filtern Widersprechendes aus.

Wir können aber auch in der Interaktion mit anderen Menschen Verhaltensweisen bei ihnen hervorrufen, die letztlich konsistent mit unseren Hypothesen sind: Stereotype können also zu sich selbst erfüllenden Prophezeiungen führen.

Nicht selten resultieren aus Stereotypen Vorurteile, Stigmatisierung und Diskriminierung. Ein *Vorurteil* bezeichnet eine (vor allem) negative Einstellung gegenüber sozialen Gruppen – diese Einstellung kann auf einem entsprechend negativ gefärbten Stereotyp oder auf einer «illusorischen Korrelation» beruhen. Gerade wegen der gravierenden gesellschaftlichen Folgen, die Vorurteile und Stigmatisierung hervorrufen können, ist die psychologische Fachliteratur zu Vorurteilen eine der eindrucksvollsten auf dem Gebiet der Sozialwissenschaften. Leider betrifft dies aber vor allem die Theorie und weitaus weniger das praktische Wissen im Hinblick auf Vorurteilsabbau: Die wenigsten Ansätze – die «Kontakthypothese» und die «*Jigsaw-Methode*» als die bekanntesten – seien hinsichtlich Wirksamkeit, Wirkfaktoren und Nachhaltigkeit wissenschaftlich untersucht worden, so das Fazit einer Meta-Analyse bisheriger Forschung zu Massnahmen zur Vorurteilsreduktion (Paluck & Green, 2009). Die AutorInnen kommen zum Schluss, dass wir bei ei-

ner grossen Auswahl von Strategien und Programmen noch nicht wüssten, was sie wirklich taugten; ein evidenzbasiertes Verständnis der Bedingungen, unter denen diese Programme am besten gelingen, sei noch in weiter Ferne.

Massnahmen zur Vorurteilsreduktion

Ausgangspunkt der *Kontakthypothese* ist die Annahme, dass unter bestimmten Bedingungen der Kontakt zwischen Mitgliedern unterschiedlicher Gruppen Vorurteile zwischen diesen Gruppen verringert. Zentral ist, dass der blosse Kontakt nicht ausreicht, um Vorurteile abzubauen: Es bedarf der Herstellung von Kooperation zwischen den Gruppen im Hinblick auf ein gemeinsames übergeordnetes Ziel. Ausserdem ist für einen Vorurteilsabbau entscheidend, inwieweit es gelingt, beim Intergruppenkontakt eine Kategoriensalienz aufrechtzuerhalten, ohne dass diese Salienz aber zu stark wird. Mit anderen Worten: Wenn im Kooperationskontext genügend zwischen eigener und Aussengruppe unterschieden wird – genügend Kategoriensalienz –, werden die Mitglieder der Aussengruppe eher als repräsentative Exemplare wahrgenommen (und nicht als Ausnahmefälle), was die Generalisierung eines Einstellungswandels begünstigt. Untersuchungen belegen, dass eine Generalisierung allfälliger Einstellungsänderungen ansonsten unwahrscheinlich ist, da die positiven Veränderungen nur gegenüber den einzelnen Mitgliedern jener Gruppe bestehen würden, mit der kooperiert wurde. Auch wenn die Kontakthypothese zu den einflussreichsten Ansätzen zur Vorurteilsreduktion gilt, so wurde deren Wirksamkeit in realen sozialen Kontexten noch zu wenig erforscht (Paluck & Green, 2009).

Die *Jigsaw-Methode* wiederum dürfte ehemaligen LehrerInnen unter unseren LeserInnen bekannt sein: Dieser Ansatz wurde im schulischen Kontext konzipiert, um Vorurteile zwischen SchülerInnen unterschiedlicher kultureller Herkunft abzubauen. Hierbei werden diese in kleinere, kulturell gemischte Gruppen eingeteilt. Jede der

Stereotypisierung

Markenimage

Branding – what else?

Durch den Verdrängungswettbewerb in gesättigten Märkten haben die Angebote in fast allen Branchen eine hohe Qualität erreicht. Für KonsumentInnen wird es immer schwieriger, Produkte anhand von objektiven Merkmalen voneinander zu unterscheiden. Wertvollstes Gut eines Unternehmens sind deshalb nicht-funktionale Assoziationen: das Markenimage.

Differenzierung über Werbung wird in Zeiten absoluter Informationsüberlastung immer schwieriger und überfordert unsere Verarbeitungskapazität. Botschaften gehen unter, denn wir haben gelernt, solche Informationen systematisch zu ignorieren – oder können Sie sich an die Werbespots, Anzeigen und Plakate erinnern, die Sie gestern gesehen haben? Trotz der gestiegenen Umweltkomplexität gibt es Produkte, die von den KonsumentInnen die selektive Aufmerksamkeit erlangen, aus der austauschbaren Masse herausstechen und auf dem Markt eine hohe Nachfrage erreichen. Diese Produkte verfügen nicht unbedingt über bessere technische Funktionen, sie können jedoch vom Konsumenten anhand nichtfunktionaler Assoziationen unterschieden werden – des Markenimages.

Doch was ist ein Image genau? Heute dominiert in der Forschung die einstellungsorientierte Imagetheorie, welche Einstellung und Image nicht gleichsetzt, aber das Image als Deter-

minante der Einstellung erfasst. Einstellungen sind meist mehrere Motive und Wissenseinheiten über ein Objekt und die daraus resultierende Tendenz, einen bestimmten Gegenstand positiv oder negativ zu werten. Das Image hingegen ist die Summe aller Einstellungen der Personen gegenüber einem Objekt. Ist das Objekt der Betrachtung eine bekannte Marke, so hat jede Person eine Einstellung dazu. Das Markenimage ist die über verschiedene Personen summierte Einstellung zu der Marke und haftet somit nicht dem Subjekt, sondern dem Objekt an.

Die Macht der Marke

Für Unternehmen ist es von höchstem wirtschaftlichem Wert, ein starkes Markenimage aufzubauen, denn sie profitieren von mindestens drei eindrucksvollen Effekten auf die Konsumenten:

Image-Effekt: Wie Marken unsere Wahrnehmung verzerren

Für KonsumentInnen ist es unmöglich, bei jeder Produktwahl alle vorhandenen Informationen des Warenangebots systematisch abzuwägen und aufgrund objektiver Fakten eine Wahl zu treffen. Dazu fehlt es an Zeit, an Verständnis oder an Motivation. Um diesen Entscheidungsprozess zu vereinfachen, greifen wir meistens unbewusst auf das Markenimage zurück und ergänzen so das fehlende Wissen.



Rahel Steppacher ist Junior Brand Consultant bei Hotz Brand Consultants. Die Sozial- und Wirtschaftspsychologin hat sich bereits während ihres Studiums mit dem Thema Markenpsychologie beschäftigt und im Rahmen ihrer Abschlussarbeit eine Studie über den Image-Effekt durchgeführt. Ihr psychologisches Wissen hat sie mit praktischen Marketing Erfahrungen bei Hugo Boss in der Schweiz und New York ergänzt. Aktuell unterstützt sie als Markenberaterin Unternehmen dabei, das Markenimage ihrer Kunden aufzubauen und wirtschaftlich wirksam zu machen.

SchülerInnen erhält einen Teil des Unterrichtstoffes zur Bearbeitung, wobei der gesamte Stoff nur gelernt werden kann, wenn alle SchülerInnen ihre Teilkenntnisse *gemeinsam* in der Kleingruppe zusammenfügen, analog einem Puzzle – daher auch der Name dieser Methode. Obwohl Untersuchungen dieses Ansatzes durchaus Besserungen innerhalb der SchülerInnen-Beziehungen feststellten, so zeitigt er hinsichtlich Verallgemeinerung der Effekte auf ausserhalb des

Schulzimmers viel schwächere Effekte (Paluck & Green, 2009).

Die bisherige Stigmatisierungs-Forschung legt nahe, dass kaum eine einzelne, isoliert eingesetzte Strategie zu nachhaltigen Einstellungsänderungen führen kann. Fachleute in diesem Bereich sind sich einig, dass nur eine Kombination diverser Methoden und Ansätze, die über einen längeren Zeitraum – bis zu über mehreren Generationen – zum Einsatz kommt, erfolgreich sein kann. Heloisa Martino

Literatur

Stroebe, W. et al. (Hg.) (2002). Sozialpsychologie. Eine Einführung. 4. aktualisierte Auflage. Berlin: Springer Verlag.

Forsyth, D.R. (1990). Group Dynamics. 2nd Edition. Belmont CA: Brooks / Cole Publishing Company.

Paluck, E.L., & Green, D.P. (2009). «Prejudice Reduction: What Works? A Review and Assessment of Research and Practice». *Annual Review of Psychology*, 60: 339–367.



Mattias Erik Weber ist Managing Director von Hotz Brand Consultants – einer markenorientierten Unternehmensberatung, die Unternehmen hilft, die Marke als Motor für den Geschäftserfolg einzusetzen. Er verfügt über internationale Erfahrung in der Beratung von führenden Marken der Schweiz und in Europa. Sein Fokus liegt in der markenorientierten Strategieentwicklung sowie der Lösung komplexer markentechnischer Fragestellungen. Der Betriebswirt und Kommunikationswissenschaftler wirkte davor als Berater am Institut für Markentechnik in Genf und war Stv. Head of Brand Strategy in einer Zürcher Markenagentur. Er schreibt über Branding-Themen und ist Dozent für Brand Management an der Zürcher Hochschule für Gestaltung sowie an der Fachhochschule Luzern.

In der Forschung konnte diese Orientierungs- und Informationsfunktion von Markenimages anhand sogenannter Image-Effekte in verschiedenen Bereichen aufgezeigt werden. Bei Geschmackstests mit Biermarken, Sodage tränken oder Mineralwasser schmeckten den Probanden die Getränke beispielsweise besser bei Kenntnis der Lieblingsmarke, als wenn sie diese bei einem Blind-

test ohne Markenwissen degustierten. Das Markenimage wurde als Hinweis für die Produktqualität herbeigezogen. Jüngere Studien zeigten den Effekt bei Zeitungsartikeln: Ein und derselbe Artikel wurde im Layout der «NZZ» als seriöser und wahrheitsgetreuer bewertet als der identische Text im «Blick»-Layout.

Wir alle, ob Laien oder Experten wie professionelle Einkäufer, unterliegen in unserem Alltag dem Phänomen des Image-Effektes in den verschiedensten Bereichen. Dies kann zu fehlerhaften Urteilen mit einer Abweichung von der Realität führen. Trotzdem sind solche «smart errors» vor allem bei alltäglichen Entscheidungen sinnvoll, denn sie ersparen kognitiven Aufwand, ermöglichen ein schnelleres Urteil und damit eine einfachere Bewältigung unserer komplexen Umwelt.

Vertrauens-Effekt: Das Markenimage als Schutzschild

Eine weitere Funktion des Markenimages ist die Vertrauensfunktion. Wir können häufig die Qualität der Produkte vor dem Kauf nicht beurteilen und mindern das wahrgenommene Risiko eines Fehlkaufs durch Vertrauen in ein Markenversprechen. So vertrauen wir darauf, dass jede Coca-Cola-Dose auf dieser Welt das uns bekannte Süssgetränk beinhaltet, unabhängig davon, ob wir diese bei uns im Supermarkt oder in einem heruntergekommenen Kiosk am Ende der Welt kaufen.

Dieser «Vertrauens-Effekt» konnte eindrücklich in einer Studie über den Einfluss der Einkaufsatmosphäre auf die Produktbewertung von Konfitüren gezeigt werden. Ergebnis war, dass Probanden auf die Qualität der bekannten Marke vertrauten und den Geschmack der Konfitüre als qualitativ hochwertig bewerteten, unabhängig davon, ob sie diese in einer unappetitlichen oder einer ästhetischen Umgebung probierten. Hingegen wurde der Geschmack einer unbekanntem Herstellermarke in der unästhetischen Umgebung signifikant schlechter bewertet. Durch

Markenimage

das verankerte Qualitätsversprechen wird eine Marke von äusseren Einflüssen und einer dadurch möglichen Abwertung der Qualität geschützt.

Verhaltens-Effekt:

Das Markenimage als Placebo

Konsumenten wählen diejenige Marke, die zu ihrem oder einem gewünschten Selbstbild passt. Wählen Konsumenten eine Marke, die das eigene Selbstbild stützt oder mögliche Differenzen zwischen Selbst- und Idealbild abbaut, findet der Konsument eine nach innen gerichtete Selbstbestätigung im Markenimage. Diese Funktion kann auch nach aussen gerichtet sein und zeigt sich, wenn Konsumenten dazu neigen, eine bestimmte Marke zu kaufen, um die Attribute des Markenimages auf sich selbst zu übertragen und sich damit selbst darzustellen. Dies zeigt sich besonders bei Luxusartikeln wie Fahrzeugen oder Kleidern, die als Ausdruck des eigenen (bzw. gewünschten) Lebensstils und gesellschaftlichen Status dienen.

Darüber hinaus haben Marken eine so grosse Kraft, dass diese unser Verhalten beeinflussen können. Ein deutscher Fernsehsender konnte diesen Effekt bei einem nicht repräsentativen Test aufzeigen. Zwei Gruppen von Studierenden wurden mit ein und denselben Jogging-Shirts ausgestattet – bei einer Gruppe war das Shirt unifarben, bei der anderen wurden das Adidas-Logo und die drei Adidas-Streifen aufgenäht. Diese zwei Gruppen sind an zwei Tagen dieselbe Strecke gerannt. Am zweiten Tag gab es einen Shirtwechsel.

Die Resultate waren erstaunlich: Die Mehrheit der Testpersonen fand nicht nur, dass sich das vermeintliche Adidas-Shirt beim Sport besser anfühlte, sie rannte im Durchschnitt auch schneller als die Probanden mit dem streifenlosen Shirt. Die Testpersonen haben durch das Tragen des Shirts das sportliche Image von Adidas auf sich selbst übertragen, die Marke wirkte dadurch wie ein Placebo auf ihre Leistungen.

Markenimage

Prinzipien für effizienten Image-Aufbau

Diese Funktionen und empirischen Befunde belegen die Macht, welche starke Marken auf uns ausüben. Sie beeinflussen unsere Wahrnehmung und Beurteilung von Produkten, unsere Wahrnehmung von uns selbst und anderen sowie unser Verhalten und schliesslich unsere Kaufentscheidungen. Der Wert einer Marke liegt somit nicht im Unternehmen, sondern in den Köpfen der Kunden. Ziel jeder Marke sollte es sein, ein starkes Markenimage aufzubauen, sodass die Marke als Information in den Produktentscheidungen einfließt, Vertrauen schafft und einen symbolischen Charakter aufweist.

Der Aufbau eines starken Markenimages kann gesteuert werden. Praktische Tipps dazu gibt es viele – neurowissenschaftlich fundiert sind drei Prinzipien: Relevanz, Kohärenz und Reichhaltigkeit. Die Prinzipien sind einfach, die Realisierung ist hingegen hochkomplex und meist nur von Organisationen zu schaffen, die ihre Aktivitäten auf den Aufbau einer starken Marke ausrichten.

Relevanz

Die Leistung einer Marke muss für KonsumentInnen relevant sein. Diese Tatsache hat zwei Konsequenzen: Einerseits müssen wir wissen, was KonsumentInnen als relevant einstufen, und andererseits wird es für Unternehmen schwierig, Relevanz bei allen Menschen in gleicher Masse zu erzeugen. Konsumenten von Nespresso sind bereit, über 100 Franken pro Kilogramm Kaffee zu bezahlen, da es für sie relevant ist, hochwertigen Kaffee ohne Aufwand zu geniessen und Teil einer attraktiven Luxuswelt zu sein. Unternehmen müssen deshalb genau wissen, was die Menschen wirklich an ein Unternehmen bzw. eine Marke bindet. Kennt man diese Motive nicht, besteht die Gefahr, Ressourcen in Produkte und Leistungen zu investieren, welche die Kunden nicht interessieren. Die sehr hohe Flop-Rate neuer Produkte und Marken in fast allen Branchen ist ein Indiz für die Schwierigkeit, Relevanz zu erzeugen.

Kohärenz

Marken müssen in allen Aktivitäten kohärent sein. Sind alle Ausprägungen einer Marke zu einem Zeitpunkt konsistent und andererseits über die Zeit konstant, wird eine Marke eher erinnert und gewählt. Die Erfüllung dieses Prinzips ist für komplexe Organisationen eine Herausforderung: Wie stellen wir sicher, dass weltweit alles, was wir tun und was die Marke für den Kunden erlebbar macht, konsistent und über die Zeit nicht ständigen Schwankungen und Veränderungen unterworfen ist? Bereits die Sicherstellung eines weltweit einheitlichen Markenauftritts ist höchst anspruchsvoll. Stellen Sie sich vor, wie schwierig es für ein Beratungsunternehmen ist, jederzeit, weltweit und über Jahre dieselbe Dienstleistungsqualität zu liefern.

Reichhaltigkeit

Starke Marken verfügen über ein reichhaltiges Netzwerk an Kommunikationsformen und Medien, die möglichst viele Sinne ansprechen und sich gegenseitig ergänzen. Je stärker dieses Netzwerk ist, desto eher wird eine Marke im Kaufprozess erinnert und gewählt. Das bedeutet, dass Marken von der Kommunikation über den Duft, das Verhalten der Mitarbeitenden, die Musik bis hin zur Haptik eines Produkts möglichst viele Elemente zu *einem* stimmigen Markenerlebnis verbinden müssen. Damit erhöhen Marken die Wahrscheinlichkeit, dass Konsumenten über einen dieser Impulse mit der Marke in Kontakt kommen und damit die abgespeicherten Erinnerungen abgerufen werden (z.B. durch den bekannten «Jingle» einer Marke).

Zusammenfassend kann Markenmanagern folgende Handlungsempfehlung gegeben werden: Entwickle und wiederhole über die Zeit und über möglichst viele Kontaktpunkte ein relevantes und spezifisches Markenerlebnis.

Rahel Steppacher
und Mattias Weber

Literatur und Links

Allison, R. I., & Uhl, K. P. (1964): Influence of beer brand identification on taste perception. *Journal of Marketing Research*, 1, 36–39.

Der Adidas-Check, WDR Fernsehen, 17.9.12: <http://www.wdr.de/tv/markencheck/sendungsbeitraege/2012/1023/index.jsp>

Fichter, C. & Jonas, K. (2008): How brand images change consumers' product ratings: Image effects of newspapers. *Journal of Psychology*, 216, 226–234.

Neumann, P. (2003): Markt- und Werbepsychologie, Bd. 2: Praxis. Gräffelfing: Fachverlag Wirtschaftspsychologie.

Richardson, P., Jain A.K., & Dick A. (1996): The influence of store aesthetics on evaluation of private label brands. *Journal of Product & Brand Management*, 5 (1), 19-28.

Walvis, T.H. (2007): Three laws of branding: Neuroscientific foundations of effective brand building. *Journal of Brand Management*, 16 (3), 176–194.

Hotz Brand Consultants ist eine markenorientierte Unternehmensberatung mit Sitz in Steinhausen ZG. Das Unternehmen unterstützt führende nationale und internationale Unternehmen dabei, die Marke als Motor für den Geschäftserfolg einzusetzen. Das Unternehmen verbindet Business-, Marken- und Designexpertise und vertritt einen Ansatz, der die Marke als zentrales Instrument der Unternehmensführung einsetzt. Zu den Kunden zählen Unternehmen wie OC Oerlikon, Mobility, Mobilezone, Sennheiser, Coca-Cola Hellenic oder Dätwyler.

Hotz Brand Consultants beschäftigt 25 Markenexperten und ist Teil des Brand Leadership Circle, eines Verbunds unabhängiger Beratungsunternehmen im Kontext der markenorientierten Unternehmensführung mit über 180 Mitarbeitern.

Neue Mobilität – neues Image

Es geht App!

Wir haben uns in ein neues Zeitalter der mobilen Kommunikation manövriert. Es sind nicht einmal fünf Jahre seit Einführung des iPhones von Apple vergangen, und schon gehören solche Smartphones zum Alltag. Wie geht man als Anbieter von Dienstleistungen mit diesem Megatrend am besten um?

Jeder zweite Schweizer besitzt laut Comparis.ch bereits heute ein Smartphone und nutzt damit auch sämtliche Funktionen: telefonieren, fotografieren, Apps, Internet und vieles mehr. Aber nicht nur Smartphones, sondern auch Tablets wie das iPad oder das Galaxy Tab verbreiten sich rasant. Beide Geräte waren das Top-Weihnachtsgeschenk im vergangenen Jahr. Über 50 Milliarden Downloads in den beiden grössten App Stores sprechen für sich (Quelle: Wikipedia und «Spiegel»). Und ein Ende der Verbreitung ist nicht in Sicht; gerade Menschen der älteren Generationen verzeichnen enorme Zuwachsraten wegen der einfachen Handhabung.

Durch diese Geräte werden Zielgruppen erschlossen, die der handelsübliche Personalcomputer nie erreichen konnte. Dadurch haben diese neuen Plattformen eine erheblich durchdringendere Akzeptanz in der Bevölkerung und werden früher oder später das klassische Internet ablösen. Alleine die direkte Verfügbarkeit sämtlicher Anliegen ist ein Erfolgsgarant – tatsächlich ermöglichen uns die Geräte eine sofortige, ortsunabhängige, weltweite und individuelle Nutzung ohne zum Beispiel das lästige Hochfahren eines Computers.

Je früher, desto besser

So banal das klingen mag, aber die Smart-Technologien beflügeln unsere Trägheit. Der Aktienkurs und das aktuelle Vermögen von Apple zeigen die Hoffnung und Möglichkeiten: Eine neue Ära hat begonnen. Wie bei Einführung des In-

ternets stehen Kommunikationsexperten, Marketingspezialisten, Unternehmensführer und Verbände vor neuen Herausforderungen. Wie geht man mit diesem Megatrend um? Muss man da mitmachen? Die Möglichkeiten sind unbegrenzt, und man kommt nicht darum herum, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen. Durch die enorme Verbreitung wird es in naher Zukunft zum «guten Ton» gehören, seine eigene App zu besitzen oder mindestens eine Smartphone-geeignete Website zu haben. Vor fünfzehn Jahren brauchte man nicht zwingend eine Homepage – heute undenkbar! Wie oft kommt es vor, dass eine offerierende Firma erst einmal googelt und deren Website genauestens geprüft wird. Eine Firma ohne Website kann nach heutigem Empfinden nichts taugen und existiert für die meisten Menschen erst schon gar nicht. Das wird für diejenigen, die in Zukunft keinen Auftritt für das «neue Internet» haben, genau so kommen. Sie werden schlicht und einfach nicht mehr existieren, und das in einem extremeren Ausmass als noch beim klassischen Internet, da die Verbreitung von App-Lösungen massiver sein wird.

Es geht also nicht nur um die Bereitstellung von Dienstleistungen und Produkten über Apps, sondern auch um Image. Sein oder Nichtsein ist hier die Frage. Eine moderne Visitenkarte braucht man auch künftig, um sich nachhaltig und erfolgreich bei seinen Partnern, Kunden und Freunden bemerkbar zu machen. Ist eine eigene App erst einmal platziert, kann man den künftigen Weg und die Funktionen für sich und seine eigenen App-Benutzer mitgehen und stets erweitern. Heute hat man noch den Vorteil, dass man mit seiner eigenen App im Trend ist und damit ein junges, modernes und dynamisches Image erhalten kann, bevor es später zum «Must-have» wird. Demnach ist der Einstieg in seine eigene App-



Alexander Braun (33) ist Fachinformatiker und selbständiger Unternehmer. Er war einer der ersten Fachinformatiker für Anwendungsentwicklung/Systemintegration in Deutschland. Sein Know-how nutzt er seit fünf Jahren in der Schweiz im Rahmen seiner Produkt- und Beratungsgesellschaft DC Design + Consulting. Sein neuestes Projekt befasst sich mit einer erschwinglichen Standard-App für KMUs und Privatpersonen.

Präsenz so oder so erforderlich; spätestens in ein paar Jahren. Wie bei den meisten Dingen im Leben lautet die Empfehlung: je früher, desto besser!

Alexander Braun

Les femmes et les stéréotypes de genre

Images des femmes: comment les stéréotypes de genre influencent les femmes sur leur lieu de travail

Notre société continue d'adhérer à des images négatives des femmes dans les domaines du business et du leadership. Notre recherche cherche à savoir comment ces stéréotypes de genre, souvent inconscients, influencent les femmes qui aspirent à une carrière de leader, et comment atténuer les effets négatifs de ces stéréotypes.

«Les femmes sont fragiles», «Les femmes sont de bonnes mères», «Les femmes ne sont pas bonnes en maths», «Les femmes sont des leaders incompetents» sont autant d'exemples de stéréotypes que notre société approuve. Se baser sur des stéréotypes constitue un processus naturel, parce qu'il économise nos ressources cognitives. Lorsque nous sommes trop occupés et saturés d'informations pour apprendre à connaître des personnes individuellement, nous pouvons utiliser les connaissances que nous avons sur le groupe auquel ces personnes appartiennent. Parfois, les stéréotypes peuvent être avérés, mais ils sont souvent faux. Au-delà de la question de leur véracité, on peut se demander comment ces stéréotypes affectent les femmes. Dans notre recherche, nous nous intéressons à la fois à l'impact des stéréotypes sur les femmes et aux moyens de limiter l'impact des stéréotypes sur les femmes, spécialement dans le contexte du lieu de travail.

Durant les dernières décennies, les stéréotypes sur les femmes ont changé radicalement. Les femmes sont généralement perçues de manière positive, un phénomène si répandu qu'il a été nommé «*women are wonderful effect*». Cet effet existe aussi dans le cadre du lieu de travail: les hommes managers perçoivent les femmes comme plus affirmées, plus ambitieuses, et moins dociles que par le passé (Duehr & Bono, 2006).

De plus, la chercheuse en leadership Alice Eagly a démontré que la façon de diriger dans lesquelles se retrouvent des qualités féminines (comme la capacité à motiver les employés ou la créativité dans la résolution de problèmes) est de plus en plus valorisée au travail. Nous commençons à

voir quelques brèches dans la « glass ceiling », cette barrière invisible mais résistante qui empêche les femmes d'accéder à des places de meneuses. Alors les stéréotypes négatifs sur les femmes sur le lieu de travail sont-ils en train de disparaître ? Une possibilité est qu'ils ne sont pas en voie d'être définitivement oubliés, mais que les personnes sont simplement moins enclines à déclarer y croire, peut-être parce qu'il n'est pas socialement accepté d'affirmer ce genre de croyance. A cause de ce fait, les recherches tendent actuellement à mesurer les stéréotypes implicites – les associations mentales que les personnes ont vis-à-vis de certains groupes. Par exemple, les gens peuvent associer les hommes au travail et les femmes à la famille. Ces stéréotypes implicites sont mesurés avec l'aide d'ordinateurs qui mesurent en millisecondes à quelle vitesse un-e personne associe certaines groupes sociaux à des caractéristiques particulières (des démonstrations de ces tests sont disponibles ici : <https://implicit.harvard.edu/implicit/>). Ces tâches sont implicites – c'est-à-dire que les gens ne sont pas interrogés directement sur les pensées et sentiments qu'ils ont sur les autres. Grâce à cette technique, les gens sont moins susceptibles de contrôler leurs réponses pour agir d'une manière socialement acceptable.

Pour ce qui concerne les femmes dans les organisations, des recherches récentes ont démontré que les gens ont tendance à avoir des associations mentales qui désavantagent les femmes: les hommes sont plus associés au monde du travail et les femmes à la famille (Nosek, Banaji, & Greenwald, 2002), les hommes à l'autorité et les femmes aux rôles subordonnés (Rudman & Kilianski, 2000), les hommes à la hiérarchie et les femmes aux structures égalitaristes (Schmid Mast, 2004). Non seulement les femmes sont moins souvent associées aux rôles et aux domaines du management, mais une fois qu'elles ont atteint ces statuts elles sont implicitement perçues de manière négative. Dans ma propre recherche (Latu et al., 2011), j'ai trouvé que bien que



Ioana Latu, PhD, a obtenu son doctorat en psychologie sociale à Georgia State University, aux États-Unis. Elle mène des recherches à l'Institut de Psychologie du Travail et des Organisations de l'Université de Neuchâtel depuis 2010. En 2012, elle a obtenu un financement Ambizione du Fonds National Suisse pour conduire des études sur les stéréotypes implicites de genre dans le monde du travail.

les gens déclarent avoir des stéréotypes positifs sur les femmes, à un niveau implicite et inconscient, ils conservaient des stéréotypes négatifs à propos des managers de sexe féminin. En utilisant une tâche sur ordinateur nommée « *Tâche d'Association Implicite* » mes collègues et moi-même avons établi que les femmes sont plus facilement associées à des caractéristiques de mauvais managers (comme suiveur, incompetent, ignorant, pas fiable, peu sûr, malhonnête, mal informé, et non qualifié) que les hommes.

Une question se pose alors, à quel point ces stéréotypes nuisent-ils aux femmes aspirant à une carrière de meneuse ? Dans notre étude, nous avons constaté que le fait d'avoir des stéréotypes négatifs sur les femmes induit un comportement discriminatoire. Par exemple, plus les personnes associent les femmes à l'incompétence manageriale, plus haut est le salaire

Les femmes et les stéréotypes de genre

qu'elles alloueraient à des employés de sexe masculin dans un scénario hypothétique (Latu et al., 2011). Mais selon une recherche récente que j'ai menée, avoir des stéréotypes négatifs sur les femmes affecte non seulement la décision des personnes qui croient en ces stéréotypes, mais aussi le comportement des femmes qui sont la cible de ces croyances. Nous avons demandé aux personnes de participer en duos à des simulations d'entretien d'embauche dans notre laboratoire. Une personne (homme ou femme) était assignée au rôle de recruteur, et la deuxième (toujours une femme) jouait le rôle d'une candidate à un poste de manager en marketing. Avant l'entretien d'embauche, nous mesurons les stéréotypes implicites de genre du « recruteur ». Nous avons aussi jugé la performance de la candidate durant l'entretien d'embauche – à quel point il était probable qu'elle soit engagée sur la base de cet entretien d'embauche. Les résultats sont très intéressants : plus l'homme recruteur associait les femmes aux caractéristiques d'un manager incompetent, moins la candidate qu'il interrogeait se comportait de manière compétente. Les stéréotypes implicites de genre des recruteuses n'ont aucun impact sur les candidates. En d'autres termes, les stéréotypes implicites de genre qu'ont les hommes peuvent amener les femmes à se comporter d'une façon qui donne mauvaise impression : parce que les recruteurs associent les femmes à l'incompétence, ils développent certaines attentes de la part des femmes qui se portent candidate. Ils communiquent inconsciemment ces attentes aux candidates, affectant alors leur performance.

Les femmes avec des aspirations de meneuses doivent faire face à un autre défi : la société a des images du pouvoir et de la féminité qui ne convergent pas. L'image que nous avons des gens au pouvoir est qu'ils sont forts, autoritaires et pas très chaleureux. Au contraire, l'image de la femme typique est qu'elle est chaleureuse, gentille et amicale. Pour les femmes occupant de hautes positions c'est un défi, car quoi qu'elles fassent,

elles violent les attentes que les personnes ont d'elles. Si elles se comportent d'une manière autoritaire, elles ne sont pas appréciées parce qu'elles ne sont pas féminines. Si par contre elles se montrent chaleureuses et féminine, elles risquent de ne pas être respectées en tant que personnes puissantes. Par exemple, Hillary Clinton, une des politiciennes les plus puissantes des Etats-Unis, était critiquée parce qu'elle était jugée trop en colère pour être présidente. Comme un journaliste l'a écrit, « si elle ne s'exprime pas avec une voix forte (...) elle est timide et enfantine. Mais si elle parle avec force, c'est une sorcière et une mégère » (Dowd, 2006). En général, les femmes semblent devoir faire face à un choix que les hommes n'ont pas à faire : elles doivent choisir entre statut et pouvoir d'un côté et accessibilité et le fait d'être bien aimée de l'autre.

Malgré ces défis, les femmes continuent de briser la « glass ceiling » chaque jour. Comment accèdent-elles à la réussite et quels conseils donner à une femme qui souhaite faire carrière? Dans notre recherche nous nous sommes demandé si les effets négatifs des stéréotypes de genre peuvent être atténués en exposant les femmes à des modèles de rôle – des images de femmes qui ont bien réussi, qui contredisent les stéréotypes (Latu et al., in press). Nous avons demandé au gens (hommes et femmes) de faire un discours sur une thématique politique. Les personnes discouaient dans différentes conditions : soit devant le portrait de Hillary Clinton, celui d'Angela Merkel, de Bill Clinton ou devant un mur nu. Nous avons trouvé que lorsque les personnes étaient exposées à un modèle de rôle masculin (Bill Clinton) ou à aucun rôle (mur nu), les performances des femmes étaient moins bonnes que celles hommes. En revanche, exposées à des modèles de rôle de femmes qui ont réussi, les femmes avaient des performances meilleures, égalant même celles des hommes. Nous donnons donc un conseil important aux femmes, c'est celui de chercher des modèles de rôle et des mentors parmi d'autres femmes

qui ont réussi et dont elles peuvent s'inspirer ou auprès desquelles elles peuvent obtenir des conseils.

En conclusion, bien que la situation des femmes se soit significativement améliorée sur leur lieu de travail durant les dernières décennies, des images négatives sur les femmes persistent, spécialement dans le domaine des positions au sommet du leadership. Nous constatons que malheureusement, ces stéréotypes négatifs de genre peuvent nuire aux performances des femmes. Néanmoins, la recherche montre que ce genre d'effets négatifs peuvent être modérés.

Ioana Latu

Références

- Dowd, M. (2006, February 8). Who's hormonal? Hillary or Dick? *The New York Times*, p. A21.
- Eagly, A. H. (2007). Female leadership advantage and disadvantage: Resolving the contradictions. *Psychology of Women Quarterly*, 31(1), 1-12. doi: 10.1111/j.1471-6402.2007.00326.x
- Latu, I.M., Schmid Mast, M., Lambers, J., & Bombari, D. (in press) Successful Female Leaders Empower Women's Behavior in Leadership Tasks, *Journal of Experimental Social Psychology*.
- Latu, I. M., Stewart, T. L., Myers, A. C., Lisco, C. G., Estes, S. B., & Donahue, D. K. (2011). What we "say" and what we "think" about female managers: Explicit versus implicit associations of women with success. *Psychology of Women Quarterly*, 35(2), 252-266. doi: 10.1177/0361684310383811

Identitätsorientierte Markenführung

«Das Wichtige ist nicht das Image, sondern die Identität»

Marken entstehen in unseren Köpfen. Eine starke Marke bildet eine eigene Welt ab, die Besonderheiten erschliessbar macht. Das Image ist ein wichtiger Teilaspekt einer Marke. – Ein Grundsatzgespräch mit dem Werber Rainer Bühler.

punktum.: Herr Bühler, welches Image haben Sie von sich selbst?

Rainer Bühler: Ich kann kein Image von mir haben. Ich kann mir einzig vorstellen, welches Image andere Menschen von mir haben. Anders gesagt: Ich kann abschätzen, welches Bild andere Menschen von mir besitzen, welche Wirkung ich auf sie erziele.

Wovon leiten Sie diese Abschätzung ab?

Ein Indiz sind Geschenke, die ich bekomme. Wenn ich zum Beispiel ein Kochbuch erhalte, dann weiss ich: Der Schenkende denkt, dass ich gerne koche. Oder ich erhalte ein Einstecktuch fürs Jackett, dann geht das Gegenüber davon aus, dass ich modisch-stilvolle Kleidung mag. Daraus schliesse ich: Kochen und Mode sind zwei Elemente des Images, das diese zwei Personen von mir haben.

Sind es passende oder unpassende Geschenke?

Passende! Ich koche gerne, und ich mag stilvolle Klamotten. Und damit sind wir auch schon im Kern der Sache angelangt: Die zwei Elemente dieses Images passen sehr gut zu meiner Identität. Das Image und meine Identität sind selbstähnlich, wie ich das nenne.

Sprich: Es besteht ein hoher Deckungsgrad zwischen Imagebestandteil und Identitätsausprägung.

Genau. Sie liegen nahe beieinander oder sind sogar deckungsgleich. Ein starkes Image deckt sich mit der Identität der Marke. Das kann eine Person, ein Produkt, eine Dienstleistung oder eine Stadt sein.

Sie sagen damit: Man kann aus allem ein Image entwickeln.

Wenn eine Identität vorliegt, liegt das

Image eigentlich parat. Das Wichtige ist nicht das Image, sondern die Identität. Liegt die Identität einer Person oder eines Objekts vor – egal, ob es sich um eine Psychologin, eine Kaffeetasse, ein Mineralwasser oder eine Versicherung handelt –, dann muss man diese Identität nur noch an die Zielgruppe übermitteln.

Das konkrete Image entsteht dann in den Köpfen der Personen dieser Zielgruppe.

So ist es. Wenn wir jetzt an das Image einer Marke denken, dann sollte das Image dieser Marke sehr viel mit der Identität der Marke zu tun haben. In der Fachsprache ist dann von identitätsorientierter Markenführung die Rede. Wir versuchen, die Entwicklung des Images im Kopf des Kunden in eine bestimmte Richtung zu drehen.

Erzähle also immer dieselbe Geschichte! Stelle das Objekt stets gleich dar! Bestätige das bereits über das Objekt Gedachte!

Grob betrachtet, stimmt das. Das Problem liegt aber darin, dass die Sache irgendwann langweilig und öde wirkt. Darum muss die Geschichte auch mal anders erzählt werden, man kann etwas hinzufügen, mal etwas weglassen, neue Bilder einsetzen, zeitgemässe Ergänzungen einbinden und so weiter. Wichtig ist einzig Kohärenz.

Das Neue oder andere muss kohärent zur Identität sein?

Ja. Eine Gegenfrage: Woran denken Sie, wenn ich Marlboro sage?

Cowboys, Lagerfeuer, Grand Canyon, Unabhängigkeit, Freiheit.

Sehen Sie, das ist Ihr Image von Marlboro. Über Jahrzehnte wurde ein entsprechendes Bild bedient. Wir alle kennen die Spots und die Plakate. Das Wort Zigarette haben Sie übrigens nicht erwähnt ...

... ich bin Nichtraucher.

Dennoch haben Sie das im Grunde Entscheidende nicht gesagt. Ist doch erstaunlich, nicht? Sie haben Freiheit



Rainer Bühler ist Werber sowie Marken- und Kommunikationsspezialist in Zürich. Er besitzt langjährige Erfahrung in Entwicklung und Führung von Marken. www.heimspiel.ch

und Unabhängigkeit im Kopf und nicht Rauchen und Zigarette.

Welches Image besitzen Sie von Marlboro?

Platzhirsch, Nummer eins, Standardmarke, Outlaw, Cowboys, Freiheit. Und ich habe früher Marlboro geraucht.

Vorhin haben Sie Mineralwasser erwähnt. Ich denke jetzt ans Valser-Wasser, für mich ebenfalls eine starke Marke. Welche Bilder besitzen Sie vom Valser-Wasser?

Graubünden, Berge, Tiefe, Ursprünglichkeit, ultrapur und superrein. Beworbene Mineralwasser vermitteln ein Lebensgefühl. Das Image hat mit diesem Lebensgefühl zu tun. Ihr Image vom Valser-Wasser ist bestimmt auch von ähnlichen Begriffen geprägt wie meines?

Ja. Urquelle, Tiefe, Berg, Klarheit, Reinheit, Zeitlosigkeit.

Sehen Sie. Und greifen Sie zum Valser-Wasser?

Identitätsorientierte Markenführung

Ja. Dann sprechen Sie auf die Kommunikation von Valser an. Ihr Image vom Valser-Wasser bringt Sie dazu, zu diesem Mineralwasser zu greifen. Das von Ihnen in Ihrem Kopf ausgemalte Lebensgefühl spricht Sie irgendwie an. Bei anderen Menschen funktioniert dies vielleicht nicht, diese Personen greifen wahrscheinlich zu anderen Marken.

Wenn ich als Unternehmer oder Politiker ein bestimmtes Image bedienen möchte, muss ich für Frequenz und Kontaktpunkte sorgen.

Ja. Sie müssen, vereinfacht gesagt, die Köpfe der Personen erreichen und beeinflussen. Sie müssen dabei natürlich Kopf und Herz bedienen. Sie sorgen für genügend Anregung, damit das Image sich entwickeln kann, und zwar mit dem Ziel, dass dieses Image zur Identität Ihres Produkts oder Ihrer Person passt.

Stimmt es, dass ein Image träge ist? Ja, ein Image ist wie ein Supertanker. Mächtig und träge.

Es braucht also eine Riesenwelle, um ein gefestigtes Image zu verändern? Vielleicht braucht es auch mehrere Riesenwellen. Ein Bild zu verändern, ist sehr anspruchsvoll. Gehen wir zurück zum Valser-Wasser. Wussten Sie, dass Valser von Coca-Cola kontrolliert wird?

Nein. Ändert diese Information etwas an Ihrer Haltung und Ihrem Image vom Valser-Wasser?

Es passt irgendwie nicht ins Bild, die globale Supermacht Coca-Cola und die überschaubare Bergquelle. Diese Information ist für mich jedoch irrelevant. Ich bleibe bei meinem Image. Ihr Image ist stark genug, um diese Information irgendwie wegzuschieben. Ihr Supertanker hat die Welle überstanden, wenn man so will. Bei

anderen Personen kann diese Information indes eine Imageverschiebung auslösen: Das Image nimmt nachhaltig Schaden, die Riesenwelle erfasst den Supertanker und bringt ihn vom Kurs ab. Diese Personen werden Valser-Wasser in Zukunft nicht wählen.

Schlussfrage: Wenn eine Person unter ihrem Image leidet – was würden Sie vorschlagen, um das Image zu ändern?

Ich bin kein Psychologe, ich bin Werber. Ich würde mich eingehend mit folgenden Fragen auseinandersetzen: Was gehört zu meiner Identität? Kenne ich meine Identität überhaupt? Was bildet meinen Charakter, meine Werte wirklich ab und was nicht? Was lenkt von meiner Identität ab? Wie kann ich ein kohärentes Bild abgeben? Was kann ich unternehmen, um dieses neue Bild wirksam an den Mann und an die Frau zu bringen?

Interview: Claudio Moro



Fachhochschule Nordwestschweiz
Hochschule für Angewandte Psychologie



International positionierte Weiterbildung für Psychologinnen und Psychologen

Diploma of Advanced Studies in Work, Organizational, Personnel, and Economic Psychology for Psychologists

Challenging the State of the Art. Reflecting the Future of Work and Organization. In strategischer Partnerschaft mit der Universität Trier und der Universität Wien.

Informationsveranstaltungen: Mittwoch, 20. Februar 2013, 27. März 2013, 8. Mai 2013 um 18.00 Uhr

Anmeldungen an Simone Rohrer, simone.rohrer@fhnw.ch, T +41 62 286 03 01

www.fhnw.ch/aps/weiterbildung

Wissenschaftliche Reputation

Der «Status quo vadis» der Psychologie

Neben Publikationen ist die Fähigkeit zur Akquisition von Drittmitteln aus der Wirtschaft ein Indikator für wissenschaftliche Qualität. In beidem war die Produktivität nie höher als heute. Wenn man sich über das selektiv wahrnehmbare Renommée unseres Faches nicht vorschnell hinwegtäuschen lassen möchte, bleibt freilich die Grund-satzfrage, wie psychologische Forschung zum Imagegewinn unseres Faches in der Gesellschaft beitragen kann.

Anything goes? Von wegen! Wer heute in der Wissenschaft als Person, Gruppe oder Institution Reputation erwerben oder, wenn dies gelungen zu sein scheint, Imagepflege betreiben will, der wird weder dem Theorie- noch dem Methodenpluralismus – so wie ihn der Wissenschaftsphilosoph Paul Feyerabend mit seinem «Alles-ist-machbar-Imperativ» verstand – frönen. Der um Image bemühte Wissenschaftler und letztlich auch seine Arbeitgeber werden sich vielmehr eng an den verschiedenen Impact-Faktoren von Journals – Forschungsthemen und Drittmitteltöpfe inbegriffen – orientieren, das heisst an den momentanen Moden und Strömungen der jeweiligen Fachdisziplin.

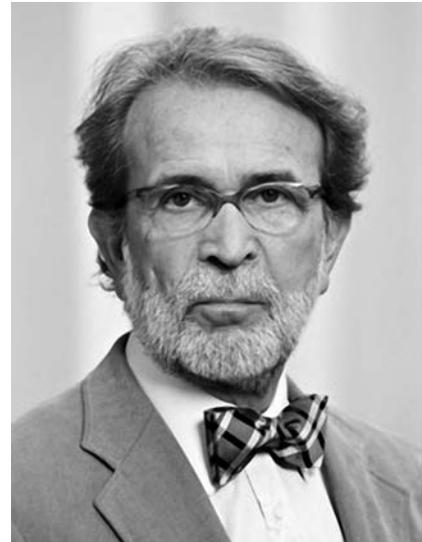
Mit anderen Worten: Wissenschaftliches Renommée oder Image eines Fachgebietes folgt nicht unbedingt dem Erkenntnisinteresse bzw. dem -bedarf in der Gesellschaft. So ist es nämlich kaum denkbar, dass die Gesellschaft primär an Labor-experimentellen Settings (womöglich nur noch aus der neurowissenschaftlichen Küche) und an quantitativen, variablenbezogenen Fragebogenstudien zu psychologischen Themen interessiert ist – Studien zudem, die ausschliesslich an studentischen Populationen erhoben wurden, aber *mit* und *wegen* des hohen Reputationsgewinns publizierbar sind.

Fakt ist aber, wie eine Studie unserer Arbeitsgruppe (Dick et al., 2011)¹ zeigt, dass in den führenden

arbeits- und organisationspsychologischen Veröffentlichungen zwischen 2000 und 2007 genau solche am quantitativen Forschungsparadigma orientierten Vorgehensweisen dominieren: «Insgesamt macht der Anteil angewandter qualitativer Forschungsmethoden in Studien, die in den führenden Journals publiziert werden, etwa 10 bis 12 Prozent aus.» Im deutschsprachigen Raum fällt lediglich die Zeitschrift *Arbeit* mit 20 Prozent qualitativen Studien auf; alle anderen Zeitschriften liegen teilweise deutlich unter dem internationalen Durchschnitt. Unterdurchschnittlich vertreten sind qualitative Forschungsmethoden ebenfalls in der *Personalpsychologie* (zwei Zeitschriften mit unter einem Prozent an qualitativen Studien) oder im *Journal of Applied Psychology* (nahezu null Prozent). Keine einzige qualitative oder gemischt-methodische Studie wurde zwischen 2000 und 2007 im *Journal of Organizational Behavior and Human Decision Processes* gefunden. Dass eine solche interne Forschungs- und Publikationslogik Druck bei den Beteiligten erzeugt, kann man – neben fehlendem Unrechtsbewusstsein – daran erkennen, dass die Zahl entdeckter wissenschaftlicher Fälschungen und Plagiate sowie der Konkurrenzdruck (selbst unter Studierenden und Promovierenden) in erschreckendem Ausmass zunehmen und letztlich zum Imageverlust in der gesamten Wissenschaft und nicht nur in der Psychologie geführt haben. Dabei ist nur ein schwacher Trost darin zu sehen, dass – aufgrund des hohen Methodenstandards – gerade die Psychologie zur Entdeckung von Datenfälschungen beigetragen hat.

Nur eine Methodologie pro Fach?

An Selbstkritik unseres Faches – auch wenn sie sich nicht immer praktisch auswirkt – fehlt es auch nicht bei der Methodendiskussion oder bei der Auseinandersetzung zwischen der sogenannten Grundlagenforschung und der angewandten Wissenschaft: Beklagt werden schon



Theo Wehner, Prof. Dr., studierte nach abgeschlossener Berufsausbildung Psychologie, Soziologie und Philosophie. Seit 1989 ist er Professor für Arbeits- und Organisationspsychologie an der TU Hamburg und seit 1997 an der ETH Zürich. Schwerpunkte seiner Arbeit sind Fragen zur «Entstehung des Neuen» (Kreativität und Innovation), zur «Wahrheit des Irrtums» (Fehlerfreundlichkeit und Sicherheit) und zum «Verhältnis von Erfahrung und Wissen» (Kooperation und Austausch). Unter den Begriffen «wissensorientierte Kooperation» und «Sicherheit durch Fehlerfreundlichkeit» führt er seit Jahren Projekte in verschiedenen Unternehmen, Schulen und Spitälern durch.

lange die Benachteiligung der Anwendungs- gegenüber der Grundlagenforschung und die Ferne der Grundlagenforschung von den Problemen, welche Wirtschaft und Arbeitswelt kennzeichnen. Die Kontroverse dreht sich im Kern darum, ob Anwendungsforschung anderen Kriterien folge als Grundlagenforschung oder ob beides methodologisch integriert werden könne. Auch wenn die Debatte vordergründig nicht um Methoden geführt wird, lassen sich Konsequenzen zur Bedeutung eines Metho-

¹ Quellenangaben bei twehner@ethz.ch



Hartmut Schulze, Prof. Dr. phil., leitet das Institut für Kooperationsforschung und Entwicklung der Hochschule für Angewandte Psychologie FHNW in Olten. Er studierte Psychologie in Marburg und Hamburg und promovierte zu einem Thema aus dem Kontext des Wissensmanagements. Erfahrungen in der Praxis sammelte er in der Forschungsdirektion bei DaimlerChrysler als wissenschaftlicher Mitarbeiter und dann als Teamleiter. Seit 2006 ist er als Dozent an der FHNW. Er lehrt und forscht u.a. zur «standort-, organisations- und kulturübergreifenden Zusammenarbeit» und zur «flexiblen und mobilen Wissensarbeit» unter Berücksichtigung der räumlichen Gestaltung.

denpluralismus aus ihr ableiten: Die Vertreter einer integrativen Position (eine Methodologie für das Fach) präferieren die statistisch abgesicherte Hypothesenprüfung, während sie qualitative Methoden allenfalls begleitend, nicht jedoch allein stehend anwenden. Trotz integrativem Etikett ist eine eigenständige Weiterentwicklung qualitativer Methoden unter dieser Prämisse nur schwer möglich. Das ergibt sich allein schon daraus, dass es für sie keine Publikationsmöglichkeiten gibt. Denn nur an diesen hängen Nach-

wuchsförderung, Drittmittelvergabe und die Besetzung von Lehrstühlen.

Die pluralistische Position hingegen impliziert die Eigenständigkeit methodischer Alternativen zur experimentellen Forschung. Aus einer eigenständigen Position heraus wäre eine Weiterentwicklung verschiedener methodischer Ansätze denkbar, wie es Schweizer Human- und SozialwissenschaftlerInnen anstreben (SAGW 2010). Eine solche eigenständige Perspektive insbesondere des verstehend-qualitativen Zweiges der Psychologie wird im Übrigen auch aus den Naturwissenschaften heraus gefordert – eine nicht uninteressante Fremdwahrnehmung auf unser Fach. Dies, so scheint es, insbesondere dann, wenn es darum geht, einen «Sinn» zum Beispiel «im Dasein» und, so könnte man erweitern, in isolierten Zusammenhängen zu entdecken (Schatz, 2008).

Dick et al. (2011) schlussfolgern, ganz im Sinne einer Imageverbesserung der Arbeits-, Organisations- und Wirtschaftspsychologie, daraus: «Angesichts einer zunehmenden Distanz zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen und deren Umsetzung in der Praxis wird die Diskussion über den zu verbessernden Transfer psychologischer Erkenntnisse auf Wirtschaft und Politik aktuell wieder geführt» (Diskussionsforum 2009). Es wird mehrheitlich einem Ansatz gefolgt, der Evidenz mit statistisch bestmöglich abgesicherten Befunden gleichsetzt, die an Entscheidungsträger in verschiedenen gesellschaftlichen Subsystemen zu vermitteln seien (Frese et al., in press). Der praktische Nutzen von Forschung wird hier vor allem in der verbesserten Informiertheit der Eliten gesehen.

Briner et al. (2009) setzen einen Ansatz dagegen, der Evidenz als verbesserte Rationalität in der Praxis des Entscheidens versteht, indem Entscheidungsprozesse durch Informationen, Methoden und Begründungsarbeit angereichert werden.

Wissenschaftliche Reputation

Feyerabends Anarchismus

Feyerabends *Anything goes* stand hier deshalb am Anfang, weil sein wissenschaftsgeschichtlicher Schluss, dass sich die Geschichte der Erkenntnisgenerierung nicht durch die Hervorbringung und Einhaltung von universellen Methoden nachzeichnen lässt, heute eher bestätigt als in Frage gestellt wird. Es ist – wissenschaftshistorisch betrachtet – eher so, dass Erkenntnisgewinn oftmals dann erfolgreich gelang, wenn in geradezu irrationaler und anarchischer Weise bestehende wissenschaftstheoretische sowie methodologische Grundsätze verletzt wurden.

Will unsere Disziplin weiter an Image gewinnen, so muss sie stärker an den gesellschaftlichen Problemen, beobachtbaren Diskursen und Phänomenen anknüpfen, noch bevor sie die alles erklärende Methodologie dafür bereithält bzw. die dominanten Methoden den passend dazu wahrgenommenen Problemen einfach überstülpt. Feyerabends Anarchismus propagiert dabei keinesfalls die Regellosigkeit oder redet dem Chaos als Zielsetzung das Wort. Er forderte bereits vor knapp einem halben Jahrhundert neben dem vorhandenen Theorienpluralismus einen Pluralismus der Methoden: Diese Forderung gilt es stärker denn je zu wiederholen bzw. einzuklagen und zu verknüpfen mit den aktuellen Qualitätsdiskussionen insbesondere in den Geisteswissenschaften (SAGW 2012). Vor allem dann, wenn man sich über das selektiv wahrnehmbare Renommée unseres Faches nicht vorschnell hinwegtäuschen lassen will.

Das momentane Image der Psychologie nämlich scheint nicht beklagenswert: In seinem Lagebericht zur Entwicklung der Psychologie an den Hochschulen in Deutschland sowie zur Lage auf dem Arbeitsmarkt zeichnete Prof. Frensch zum Ende seiner Amtszeit als Präsident der Deutschen Gesellschaft für Psychologie ein sehr positives Bild: «Die Psychologie ist ein Wachstumsfach,

Wissenschaftliche Reputation

bei uns studieren die Besten der Besten – und das überaus erfolgreich. Gleichzeitig trifft die wachsende Zahl der Absolventen auf einen grossen Bedarf am Arbeitsmarkt.» Während es immer mehr gut ausgebildete PsychologInnen gebe, sinke gleichzeitig nicht nur die prozentuale Arbeitslosenquote, sondern auch die absolute Zahl arbeitsloser PsychologInnen.

Auch die Wissenschaft entwickelt sich – so die Wahrnehmung des Präsidenten – gut: «Die Drittmittelwerbung, die neben den klassischen Publikationen ein wichtiges Mass für wissenschaftliche Qualität ist, hat sich erneut deutlich erhöht. Beides zusammengenommen, war die Forschungsproduktivität noch nie höher als heute. Ein guter Beleg für die Qualität unserer Wissenschaft ist auch die internationale Sichtbarkeit der deutschsprachigen Psychologie, und auch diese hat wieder zugelegt.»

Bleibt nur noch, auf ein mögliches Missverständnis – unter Umständen gar auf eine freudsche Fehlleistung! – in der Berichterstattung zum Lagebericht hinzuweisen: Die Berichterstatter ergänzen das letzte Zitat des ehemaligen Präsidenten mit dem Satz: «Erfreulich ist auch eine steigende internationale Verflechtung von Forschung und Wissenschaft.» Als angewandte Psychologen haben wir – durchaus einen Imagegewinn unseres Faches im Auge habend – den Anspruch, Wissenschaft und *Gesellschaft* (für die AOW-Psychologie gar Wissenschaft und *Wirtschaft*) miteinander zu verflechten! Ansonsten kreisen Forschung und Wissenschaft – wenn auch auf internationalem Niveau – schlicht um sich selbst.

Theo Wehner
und Hartmut Schulze

Literatur

Bericht zur Lage der Psychologie. Zugriff am 2.1.2013 über: <http://www.dgps.de/meldungen/detail.php?id=7378>.

Brain Pseudoscience. Zugriff am 3.1.2013 über:

<http://www.newstatesman.com/culture/books/2012/09/your-brain-pseudoscience>.

Briner, R.B., Denyer, D., & Rousseau, D.M. (2009). Evidence-Based Management: Concept Cleanup Time? *The Academy of Management Perspectives*, 23 (4), S. 19–32.

Dick, M., Riesen, C., Schulze, H., & Wehner, T. (2011). Zur Quantität und Qualität der qualitativen Arbeits- und Organisationsforschung: Eine Literaturlauswertung. *Wirtschaftspsychologie*, 4, 5–20.

Diskussionsforum (2009). Transfer psychologischer Erkenntnisse in Gesellschaft und Politik. *Psychologische Rundschau*, 60 (4), S. 241–258.

Feyerabend, P. (1976): *Wider den Methodenzwang*. Suhrkamp: Frankfurt/M.

Frese, M., Bausch, A., Schmidt, P., Rauch, A., & Kabst, R. (in press). Evidence-based Entrepreneurship (EBE): Cumulative science, action principles, and bridging the gap between science and practice. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*.

SAGW / Schweizer Akademie der Geistes- und Sozialwissenschaften (o. J. / 2010). Manifest zur Bedeutung, Qualitätsbeurteilung und Lehre der Methoden qualitativer Sozialforschung. Bern.

Schatz, G. (2008). Da versagen unsere Unis. «NZZ» vom 17. August 2008. Zugriff am 2.1.2013 über: <http://www.nzz.ch/aktuell/startseite/da-versagen-unsere-unis-1.808828>.





Zürcher Hochschule
für Angewandte Wissenschaften

IAP
**Institut für Angewandte
Psychologie**

Das aktuelle Kursangebot 2013

Weiterbildung

Leadership, Coaching & Change Management

- MAS/DAS/CAS Leadership & Management → bis 4 Semester
- MAS Supervision & Coaching in Organisationen → 5 Semester
- MAS Coaching & Organisationsberatung → ca. 8 Semester
- CAS Change Management, Organisationsberatung & -entwicklung → 17 Tage
- CAS Beratung in der Praxis (Grundmodul) → 8 Tage
- CAS Beratung in der Praxis (Aufbaumodul) → 9 Tage
- CAS Coaching Advanced → 18 Tage
- Führung in der Praxis → 2 Tage + 7 x 3 Std.
- Führung als Herausforderung → 5 Tage
- Konfliktmanagement → 4 Tage
- Mediation in der Berufspraxis → 2 Tage
- Die Führungskraft als Coach? → 2 Tage
- Einstieg in die Führungsrolle – die ersten 100 Tage → 2 Tage
- Neuropsychologische Konzepte in der Führung → 4 Tage
- Frauen und Führung – Erfolgsfaktoren und Stolpersteine → 2 Tage
- Demografie-Kompetenz für Kader – So führen und beraten Sie verschiedene Generationen von Mitarbeitenden → 2 Tage
- Coachingprozesse ganzheitlich erleben und gestalten → 4 Tage

Human Resources, Development & Sportpsychologie

- MAS Human Resources Management → 4 Semester
- CAS Personalentwicklung & -diagnostik → 18 Tage
- CAS Teams erfolgreich steuern & begleiten → 14 Tage
- MAS Ausbildungsmanagement → 5 Semester
- CAS Ausbilder/in in Organisationen (neu auch DAS) → 2 Semester
- CAS Didaktik-Methodik → 14 Tage
- CAS Beratung in der Praxis (Aufbaumodul), Vertiefung HR-Praxisfeld → 9 Tage
- CAS Psychologisches & mentales Training im Sport → 3 Semester
- Lernprozesse von Gruppen begleiten → 4 ½ Tage
- Interviewtechnik für die Personalselektion → 2 Tage
- Supervision für Ausbilder/innen → 5 x ½ Tag
- Sharing Best Practice – Supervision und Erfahrungsaustausch → 6 x 3 Lektionen
- Social Media in der Personalentwicklung → 2 Tage
- Gestaltung nachhaltiger Bildungsangebote – Evaluation und Transfermanagement → 2 Tage
- Mit mentalem Training besser auftreten → 2 Tage

Klinische Psychologie & Psychotherapie

- MAS Systemische Psychotherapie (in Kooperation mit dem ZSB Bern) → 6–8 Semester
- MAS Systemische Beratung → 6 Semester
- MAS Kinder- & Jugendpsychotherapie → 8 Semester
- Umgang mit Risiken und Chancen digitaler Medien, Schwerpunkt Kinder und Jugendliche → 1 Tag
- Depressionen im Kindes- und Jugendalter → ½ Tag
- Autismus und Asperger-Syndrom im Kindes- und Jugendalter → 2 Tage
- Burnout → ½ Tag
- Mindfulness-Based Stress Reduction (MBSR) – eine Einführung → 1 Tag
- ADS-Diagnostik → 1 Tag
- Psychotherapie im Alter: Möglichkeit und Grenzen → 1 Tag
- Pathologische Mediennutzung und Internetsucht → 4 Tage
- Früherkennung psychotischer und bipolarer Störungen → 1 Tag
- «Keine Ahnung, warum ich hier bin» → 1 Tag

Persönlichkeit & Kommunikation

- Emotionale Intelligenz I + II → je 2 Tage
- Persönlichkeit und Führung → 3 Tage + 6 x 2 ½ Std.
- Wirkungsvolle Moderation → 2 Tage
- Bewusster kommunizieren → 5 x 3 ¼ Std.
- Mit mentalem Training besser auftreten → 2 Tage
- Verhandlungstraining → 2 Tage

Berufs-, Studien- & Laufbahnberatung

- MAS Berufs-, Studien- & Laufbahnberatung → 4 Semester

Information und Anmeldung

IAP Institut für Angewandte Psychologie
Merkurstrasse 43, 8032 Zürich
Telefon +41 58 934 83 33, info.iap@zhaw.ch
www.iap.zhaw.ch/weiterbildung

**Aktuelle Informationsveranstaltungen
finden Sie auf unserer Website.**



Dissoziative Identitätsstörung

«Ich teilte meine Seele entzwei»

Durch Traumata kann es zu einer Teilung der Persönlichkeit in dissoziative Persönlichkeitsanteile kommen. Trotz der klinischen Relevanz der Dissoziativen Identitätsstörung (DIS) hält sich die Zahl der Forschungsstudien im Vergleich zur Schizophrenie in bescheidenem Rahmen. DIS-Patienten erhalten oft lange Zeit keine angemessene Therapie.

*Zufälle sind die Menschen, Stimmen, Stücke,
Alltage, Ängste, viele kleine Glücke,
verkleidet schon als Kinder, eingemummt,
als Masken mündig, als Gesicht – verstummt.
(Rainer Maria Rilke: Das Buch von der Pilgerschaft, 1901)*

Marilyn Van Derbur, eine ehemalige «Miss America» und «Inzestüberlebende», offenbart in ihrem Buch «Tagkind – Nachtkind» ihre persönliche Lebensgeschichte. Die Geschichte einer «perfekten» Familie, hinter deren glänzender Fassade sie schon als fünfjähriges Kind während dreizehn Jahren von ihrem Vater sexuell missbraucht wurde. «Da ich weder eine Möglichkeit hatte zu fliehen noch jemanden, an den ich mich hätte wenden können, dissoziierte ich, oder, in meinen Worten, ich <teilte meine Seele entzwei> ... Ich fand eine Möglichkeit, meine Seele und mein Bewusstsein tagsüber niemals erkennen zu lassen, was geschehen war. Denn zu wissen, dass es wieder und wieder und wieder passieren würde, war einfach unerträglich» (Van Derbur, 2012, S. 19/23).

Ein gesunder Mensch erlebt sich und funktioniert als eine Einheit, als eine Persönlichkeit. Die normale Persönlichkeit ist das Produkt eines integrativen Prozesses. Traumatische Erlebnisse können die Fähigkeit des Menschen, eine kohärente Persönlichkeit zu entwickeln und zu erhalten, stark beeinträchtigen. Durch traumatische Erfahrungen kann es zu einer Teilung der Persönlichkeit in dissoziative Persönlichkeitsanteile kommen. Dissoziative Persönlichkeitsanteile sind un-

zureichend integrierte psychosoziale Subsysteme der ganzen Persönlichkeit. Sie besitzen ein subjektives Modell des Selbst, der Welt und der Beziehung zur Welt. Sie konstruieren sich ihre eigene Erste-Person-Perspektive und haben eine eigene Vorstellung darüber, wer sie sind sowie wo und zu welcher Zeit sie leben (Nijenhuis, et al., 2004; Van der Hart et al., 2006).

Gemäss dem Modell der Strukturellen Dissoziation (Nijenhuis & Matthes, 2006; Nijenhuis et al., 2004; Van der Hart et al., 2006) besteht bei traumabedingten Störungen eine Koexistenz von mindestens zwei unterschiedlichen dissoziativen Subsystemen: 1. anscheinend normale Persönlichkeitsanteile (ANPs) und 2. emotionale Persönlichkeitsanteile (EPs). EPs verfügen über ein Traumagedächtnis. Sie erinnern sich an traumatisierende Ereignisse und sind darauf fixiert. Im Gegensatz zu den EPs haben die ANPs weniger oder keine traumatischen Erinnerungen oder erleben diese depersonalisiert, das heisst ohne zureichende emotionale und physische Empfindungen und manchmal mit dem Gefühl, dass diese Ereignisse jemand anderem zugestossen seien (Van der Hart et al., 2006). Die ANPs sind alltagsorientierte Anteile, die eine notwendige Anpassungsleistung erbringen, um im Alltag trotz unintegriertem Traumaerleben funktionieren zu können.

«Ich (die ich das Tagkind nenne) sagte zu dem Teil von mir, der immer und immer wieder zerschlagen wurde (den ich Nachtkind nenne): <Du bleibst hier im Schlafzimmer und übernimmst all die Gefühle und den Schmerz, all die Demütigungen und Herabsetzung, und ich werde da rausgehen und jemand sein.> ... Um zu überleben, erschuf meine Seele ein abgespaltenes Selbst, das dableiben und die Überfälle auf meinen Körper ertragen würde» (Van Derbur, 2012, S. 19/20).

Teilung der Gesamtpersönlichkeit

Die Dissoziative Identitätsstörung (DIS) gehört zu den schwersten Traumafolgestörungen. Im Falle der DIS kommt es zur Teilung der Gesamtpersönlichkeit in mehrere EPs und meh-



Ekaterina Viktoria Weder, MSc, Psychotherapeutin SBAP, arbeitet in der eigenen psychotherapeutischen Praxis in Eschen in Liechtenstein. Sie beschäftigt sich schwerpunktmässig mit traumabedingten Erkrankungen, Stressfolgezuständen und dissoziativen Störungen. Sie ist Mitglied der Betriebskommission der Stiftung Opferhilfe der Kantone St. Gallen und der beiden Appenzell, Dozentin an der ZHAW und am Zentrum für Systemische Therapie und Beratung Bern.

rere ANPs. Diese starke Fragmentierung der Persönlichkeit kann entstehen, wenn eine frühkindliche Traumatisierung ein anhaltender Bestandteil des Alltagslebens des Kindes ist und eine sichere Bindung an die Eltern verhindert (Van der Hart et al., 2006). In der Literatur über DIS werden verschiedene Arten von dissoziierten Persönlichkeitsanteilen beschrieben: «Alltagsanteile», Kindanteile, täterimitierende Kampfanteile, Helferanteile, suizidale Persönlichkeitsanteile, promiskuitive Anteile, anästhetische und analgetische Persönlichkeitsanteile, Dämonen und Tiere.

Die DIS weist eine Prävalenzrate von 1,1 Prozent in der Gesamtbevölkerung auf (Sar, et.al., 2007). Die Häufigkeit der DIS ist somit mit der Prävalenz der Schizophrenie vergleichbar. Trotz der augenscheinlichen klinischen Relevanz der DIS hält sich die Anzahl der Forschungsstudien im Ver-

gleich zur Schizophrenie jedoch in einem sehr bescheidenen Rahmen. Viele DIS-Patienten erhalten lange Zeit keine angemessene Therapie. Im Durchschnitt befinden sich DIS-Patienten bereits sieben Jahre in psychiatrischer Behandlung, bevor die Diagnose DIS überhaupt gestellt wird (Putnam et al., 1986). In vielen Fällen wird bei diesen Patienten eine Schizophrenie fehldiagnostiziert und entsprechend mit antipsychotischer Medikation behandelt.

Artefakt der therapeutischen Beziehung?

In der Fachwelt wird stark über die Akzeptanz der DIS als psychiatrische Diagnose und die Existenz dieses Krankheitsbildes debattiert. Die Vertreter der iatrogenen Sichtweise (Loftus, 1994; Spanos, 1994) sind der Ansicht, dass die DIS ein Artefakt der therapeutischen Beziehung sei. Die hochsuggestiblen Patienten würden durch den Psychotherapeuten aktiv beeinflusst. Die Patienten entwickelten traumatische Pseudoerinnerungen, um ihren Therapeuten zufrieden zu stellen und vom «Opferstatus» profitieren zu können (Spanos, 1994). Sie simulierten die Symptome der DIS. Dabei spielten Faktoren wie unter anderem eine hohe Neigung zum Fantasieren eine Rolle (Giesbrecht & Merkelbach, 2005). Ein ursächlicher Zusammenhang zwischen den schweren Kindheitstraumatisierungen und der Entstehung der DIS wird aus der iatrogenen Sichtweise weitgehend ausgeschlossen. Bemerkenswert ist, dass Anhänger der iatrogenen Sichtweise bisher nicht einen einzigen DIS-Patienten untersucht haben. Empirische Befunde basieren lediglich auf gesunden Studentenpopulationen, oder die Studien wurden mit Patienten mit einer anderen psychischen Störung durchgeführt (Merkelbach & Muris, 2001). Es konnte somit nie wissenschaftlich belegt werden, dass das gesamte klinische Krankheitsbild einer schweren dissoziativen Störung und die dazu gehörenden neurophysiologischen Reaktionen durch Suggestion hervorgerufen bzw. simuliert und über einen längeren Zeitraum aufrecht erhalten werden kann.

Unterschiedliche neuronale Netzwerke

Der gegenwärtige Stand der empirischen DIS-Forschung bestätigt hingegen, dass unterschiedliche dissoziative Persönlichkeitsanteile (ANPs und EPs) mit spezifischen psychophysiologischen, hirnelektrophysiologischen und behavioralen Mustern assoziiert werden können (Reinders et al., 2006). Durch den Einschluss von gesunden Probanden als Kontrollpersonen (Hermans et al., 2006) und gesunden Probanden, die eine hohe Neigung zum Fantasieren aufweisen (Reinders et al., 2012), konnte der Nachweis erbracht werden, dass es nicht möglich ist, die psychophysiologischen und hirnelektrophysiologischen Reaktionen einer DIS zu imitieren, dass die DIS nicht mit der Neigung zum Fantasieren erklärt werden kann (Reinders et al., 2012) und dass DIS-Patienten nicht eine starke Fantasieeigung aufweisen (Nijenhuis & Reinders, 2012).

Reinders und seine Mitarbeiter untersuchten mittels Positronen-Emissions-Tomographie (PET) die regionale cerebrale Durchblutung (rCBF) von DIS-Patienten während der Darbietung von Trauma- und neutralen Skripts. Sie konnten feststellen, dass die Patienten als ANPs die Trauma-Skripts wie neutrale Skripts verarbeiteten. Verglichen mit den EPs zeigten die ANPs während der Präsentation der Trauma-Skripts Aktivierungen in Gehirnregionen, welche mit der Inhibition von emotionalen Prozessen und Depersonalisation einhergehen. Dazu gehört unter anderem eine erhöhte präfrontale und parietale Aktivität. Im Gegensatz dazu zeigten dieselben DIS-Patienten als EPs eine erniedrigte präfrontale und eine erhöhte subkortikale Aktivität. Diese Ergebnisse bestätigen, dass EPs auf traumatische Erinnerungen und den damit verbundenen Hinweisreize fixiert sind, während ANPs diese Erinnerungen mental vermeiden. Reinders et al. (2006) interpretieren die Befunde dahingehend, dass ANPs und EPs mit zwei funktionell unterschiedlichen neuronalen Netzwerken assoziiert sind.

Dissoziative Identitätsstörung

Neue Zürcher Studie

In einer aktuellen Studie, welche am Lehrstuhl für Neuropsychologie (Universität Zürich) bei Herr Prof. Jäncke in Kollaboration mit Dr. Nijenhuis und Dr. Reinders durchgeführt wurde, wurden DIS-Patienten Gesichter mit unterschiedlichen emotionalen Ausdrücken unterhalb der Wahrnehmungsschwelle präsentiert (Schlumpf et al., in preparation). Vorläufige Resultate auf neuronaler und behavioraler Ebene lassen vermuten, dass die EPs vorbewusst auf Gesichter und hierbei insbesondere auf neutrale Gesichter fixiert sind. Eine von mehreren möglichen Interpretationen dieser Befunde ist, dass die neutralen Gesichter in einer Verbindung zu den Kindheitserfahrungen mit emotional nicht verfügbaren Bezugspersonen stehen (zum Beispiel mit einer Mutter, die ihr Kind wissentlich nicht vor Missbrauch schützte). Das Muster der EPs konnte bei den ANPs nicht in dieser Ausprägung beobachtet werden. In dieser Studie ist es den Schauspielern, die versuchten, ANPs und EPs nachzuahmen, nicht gelungen, die hirnelektrophysiologischen und behavioralen Reaktionen der DIS-Patienten zu simulieren.

*Und doch, obwohl ein jeder von sich strebt
Wie aus dem Kerker, der ihn hasst und hält, –
es ist ein grosses Wunder in der Welt:
ich fühle: alles Leben wird gelebt.
(Rilke, 1901)*

Die gewonnenen Ergebnisse der Studie von Schlumpf et al. führen zu einer bedeutenden klinischen Implikation: Eine abstinente Haltung des Therapeuten, begleitet von emotional neutralem Gesichtsausdruck, könnte auf den komplextraumatisierten Patienten bedrohlich wirken. Ein wichtiger therapeutischer Faktor kann die emotionale Verfügbarkeit eines professionellen Psychotherapeuten in der Beziehung zum traumatisierten Patienten sein.

Ekaterina Weder

Dissoziative Identitätsstörung

Literatur

Giesbrecht, T., & Merkelbach, H. (2005). Über kausale Beziehung zwischen Dissoziation und Trauma. *Nervenarzt*, 76, 20–27.

Hermans, E.J., Nijenhuis, E.R.S., Van Honk, J., Hutjens, R.J.C., & Van der Hart, O. (2006). Identity state-dependent attentional bias for facial threat in dissociative identity disorder. *Psychiatry Research*, 141, 233–236.

Loftus, E.R., & Ketcham, K. (1994). *The myth of repressed memory: False memories and allegations of sexual abuse*. New York: St. Martin's Press.

Merkelbach, H., & Muris, P. (2001). The causal link between self-reported trauma and dissociation: a critical review. *Behaviour Research and Therapy*, 39, 245–254.

Nijenhuis, E.R.S., & Matthess, H. (2006). Traumabezogene Strukturelle Dissoziation der Persönlichkeit. *Psychotrauma*, 4, 393–398.

Nijenhuis, E.R.S., Van der Hart, O., & Steele, K. (2004). Trauma-related structural dissociation of the personality. *Trauma Information Pages website*, January 2004. Available: <http://www.trauma-pages.com/a/nijenhuis-2004.php>.

Putnam, F.W., Guroff, J.J., Silberman, E.K., Barban, L., & Post, R.M. (1986). The Clinical Phenomenology of Multiple Personality Disorder: Review of 100 Recent Cases. *Journal of Clinical Psychiatry*, 47, 285–293.

Reinders, A.A.T.S., Willemsen, A.T.M., Vos, H.P.J., Den Boer, J.A., Nijenhuis, E.R.S. (2012). Fact or factitious? A psychobiological study of authentic and simulated dissociative identity states. *PLoS ONE* 7(6): e39279. doi:10.1371/journal.pone.0039279.

Reinders, A.A.T.S., Nijenhuis, E.R.S., Quak, J., Korf, J., Haaksma, J., Paans, A.M.J., Willemsen, A.T.M., & den Boer, J.A. (2006). Psychological characteristics of dissociative identity disorder: A symptom provocation study. *Biological Psychiatry*, 60, 730–740.

Sar, V., Akyüz, G., Dogan, O. (2007). Prevalence of dissociative disorders among women in the general population. *Psychiatry Research*, 149, 169–176.

Reinders, A.A.T.S., Nijenhuis, E.R.S. (2012). How well are the dissociative identity disorder simulating healthy controls doing? *PLoS ONE* 7(6): e39279. doi:10.1371/journal.pone.0039279. Supporting information S2.

Schlumpf, Y.R., Nijenhuis, E.R.S., Chalavi, S., Weder, E.V., Zimmermann, E., Lüchinger, R., La Marca, R., Reinders, A.A.T.S., & Jäncke, L. (in preparation). Dissociative part-dependent psychobiological reactions to masked angry and neutral faces: An fMRI study of dissociative identity disorder.

Spanos, N. P. (1994). Multiple identity enactments and multiple personality disorder: A sociocognitive perspective. *Psychological Bulletin*, 116, 143–165.

Van Derbur, M. (2012). Tagkind – Nachtkind. Das Trauma sexueller Gewalt. Kröning: Asanger Verlag.

Van der Hart, O., Nijenhuis, E.R.S. & Steele, K. (2006). *The haunted self: Structural dissociation and the treatment of chronic traumatization*. New York: Norton.

Wussten Sie schon ...

... dass der SBAP Ihnen in Zusammenarbeit mit FH SCHWEIZ viele vorteilhafte Leistungen bietet?

- Ihnen steht beispielsweise die Tamina Therme in Bad Ragaz jeweils freitags mit **zwei Eintritten zum Preis von einem im Wert von 30 Franken** offen. Lassen Sie an diesem Ort der Entspannung den Körper, den Geist und die Seele regenerieren und stärken. Das Angebot entspricht einem vierstündigen Badaufenthalt.
- Der Globetrotter Travel Service bietet Ihnen einmalig einen **Reisegutschein im Wert von 50 Franken**, einlösbar in allen Filialen des Globetrotter Travel Service beim Kauf von Flugtickets und Reisearrangements ab 1000 Franken. Pro Person gilt ein Gutschein.
- FH-Lohnstudie 2013: Alle zwei Jahre führt FH SCHWEIZ eine fachbereichsübergreifende Studie zu den Anstellungs- und Lohnverhältnissen von Fachhochschul-AbsolventInnen durch. Die Erhebung zur Lohnstudie 2013 startet Ende Februar und dauert bis Anfang April 2013. Ende Mai werden die Auswertungen vorliegen. Als Teilnehmer der Umfrage erhalten Sie einen **kostenlosen Zugriff im Wert von 50 Franken**, gültig für zwei Jahre. Vorteilhaft ist, dass Sie mit der Auswahl verschiedener Kriterien die Suche nach spezifischen Lohninformationen verfeinern können. Sie gelangen direkt über www.fhlohn.ch zur Umfrage. Machen Sie mit, und sichern Sie sich den Zugang zu aktuellen Lohninformationen!

Die genannten Angebote bestellen Sie direkt im Online-Shop von FH SCHWEIZ unter www.fhschweiz.ch/onlineshop. SBAP-spezifische Leistungsangebote finden Sie unter www.sbap.ch/dienstleistungen.

HES
SUP
UAS **FHSCHWEIZ**

GLOBETROTTER
REISEN STATT FERIEN

TAMINA THERME
Öffentliches Thermalheilbad
Bad Ragaz

Image-Management im Nationalsozialismus

«Hat nur gesagt: «Frag mich nicht darüber»»

In seiner sogenannten Posener Rede setzte sich der Reichsführer SS Heinrich Himmler auch mit der Spannung zwischen Selbst- und Fremdbildern auseinander. Es handelt sich letztlich um eine Anleitung zum Management eines prekären Image, wobei die Argumentation so ausgeprägt sein muss, dass weder das Kollektiv der «Volksgemeinschaft» noch die Individuen in ihren Selbstbildern beschädigt werden.

«Deutsche Schweine», nennen die uns. Und da haben wir die grossen Leute wie Wagner, Liszt, Goethe, Schiller, und die nennen uns «deutsche Schweine». Ich verstehe das wirklich nicht.»

«Weisst du, wie das kommt? Weil der Deutsche zu human ist, und diese Humanität nützen sie aus und schimpfen auf uns.»¹

Dieser Dialog zwischen zwei Wehrmachtssoldaten in britischer Kriegsgefangenschaft – nennen wir sie Krüger und Schulz – offenbart zwei interessante Aspekte, die beide etwas mit der Kategorie «Anständigkeit» zu tun haben: Zum einen, so deutet Krügers Verweis auf Wagner, Liszt, Goethe und Schiller an, hängt das nationale Selbstbild stark an ikonischen Figuren, die für jene Eigenschaften stehen, die sich die Mitglieder der Nation auch selbst zuschreiben: Wenn man zu solchen Leuten gehört, dann, so der irritierte Sprecher, kann man wohl kaum ein «Schwein» sein – ja, dann stellt die Verbindung «deutsch» und «Schwein» schon einen Widerspruch in sich selbst dar.

Das Normensystem der Wir-Gruppe

Norbert Elias hat verschiedentlich darauf hingewiesen, wie eng individuelle Selbstbilder mit denen der nationalen Gruppe verbunden sind, zu der man zählt, und in seiner Studie über «Etablierte und Aussenseiter» hat er herausgearbeitet, dass ein jeweiliges Gruppencharisma immer auf die Ei-

genschaften baut, die den «besten» Angehörigen der Gruppe zugeschrieben werden. Die Wahrnehmung von Aussenseitergruppen dagegen orientiert sich nicht an den «besten», sondern an den «schlechtesten» Gruppenmitgliedern, womit das positive Selbstbild von Etabliertengruppen noch eine Verstärkung ex negativo erfährt.

Genau darauf nimmt Schulz Bezug, wenn er die Beschimpfung «deutsche Schweine» gerade darauf zurückführt, dass «der Deutsche» eben zu human sei und somit solchen Anwürfen nie angemessen entgegentrete – womit eine starke Verbindung zwischen dem gefühlten und durch Wagner, Goethe usw. repräsentierten Gruppencharisma und der damit verbundenen «Humanität» hergestellt ist. Zum Zeitpunkt dieses Gesprächs, im Januar 1942, ist der Vernichtungskrieg der Deutschen im vollen Gange, es hat bereits Millionen Kriegstote und Ermordete gegeben; in Deutschland herrscht eine rassistische Diktatur, die seit neun Jahren eine radikale Ausgrenzungspolitik gegen einen Teil der europäischen Bevölkerung durchführt. Woher rührt also die Verwunderung von Krüger und Schulz darüber, wie sie von aussen betrachtet werden?

Die Antwort ist einfach: Krüger und Schulz organisieren ihre Wahrnehmung und Selbstwahrnehmung innerhalb des Referenzrahmens ihrer Wir-Gruppe, der sowohl Elemente der deutschen Klassik und des Humanismus wie der gegenmenschlichen Theorie und Praxis des Nationalsozialismus integriert. Innerhalb dieses Referenzrahmens sind durchaus noch Normen in Geltung, die auf Humanität, Solidarität, Bildung etc. verpflichten. Aber deren Geltungsbereich ist auf den Binnenraum der «Volksgemeinschaft» beschränkt. Gruppen, die aus verschiedenen, vor allem rassebiologischen Gründen als «Gemeinschaftsfremde» betrachtet werden, befinden sich ausserhalb des Geltungsbereichs dieses Normensystems. Insofern wirft deren gegenmenschliche Behandlung keinen Schatten auf das humane und humanistische Selbstbild,



Harald Welzer studierte Soziologie, Politologie und Literatur an der Uni Hannover und habilitierte sich dort in Sozialpsychologie sowie in Soziologie. Er ist Direktor der gemeinnützigen Stiftung Futurzwei, die sich das Aufzeigen und Fördern alternativer Lebensstile und Wirtschaftsformen zur Aufgabe gemacht hat, Honorarprofessor für Transformationsdesign an der Uni Flensburg, Mitglied zahlreicher wissenschaftlicher Beiräte und Autor zahlreicher Publikationen. Die Schwerpunkte seiner Forschung und Lehre sind Erinnerung, Gruppengewalt und kulturwissenschaftliche Klimafolgenforschung. Harald Welzer ist Träger des SBAP.-Preises 2012.

das sich Krüger und Schulz zuschreiben. Der kleine Dialog zeigt also nicht nur, wie stark Selbstbilder mit Wir-Bildern, hier dem der nichtjüdischen Deutschen, verbunden sind, sondern zugleich auch ihre Abhängigkeit von der sicheren Definition dessen, wer man *nicht* ist.

«Das Schlimme ist, dass die Sachen ins Ausland dringen»

Ein starker Indikator für die ausschliessliche Geltung und Wirksamkeit eines Referenzrahmens ist die Verwunderung, die entsteht, wenn andere Menschen die Dinge anders sehen als man selbst. Daher gibt die

¹ Gespräch zwischen zwei Wehrmachtssoldaten in britischer Kriegsgefangenschaft am 27.1.1942. Dieses und die folgenden Beispiele entstammen dem Buch «Soldaten. Protokolle vom Kämpfen, Töten und Sterben» von Sönke Neitzel und Harald Welzer, erschienen im S. Fischer Verlag 2011.

Image-Management im Nationalsozialismus

tiefe Irritation darüber, dass Angehörige anderer Nationen Krüger und Schulz als «deutsche Schweine» betrachten, auch an, welchen Stellenwert das gigantische Verbrechen der Judenvernichtung in der Lebenswelt der Soldaten hat: keinen jedenfalls, der ihr Selbstbild als Träger der Humanität grundsätzlich in Frage stellen würde.

In dem Datenbestand der Abhörprotokolle der Gespräche deutscher Kriegsgefangener, dem auch das Gespräch zwischen Krüger und Schulz entstammt, ist oft von der Massenvernichtung der Juden die Rede, nur selten affirmativ, oft kritisch, aber auf eine Weise, die von heutigen Erwartungen radikal abweicht. Von Hauptmann Dette vom Kampfgeschwader 40 hören wir zunächst eine empathische Erzählung über das, was er von einem guten Bekannten aus erster Hand über Konzentrationslager erfahren habe:

«Da hat er so mit eigenen Augen gesehen, das Schreien gehört und wie das nun so gewesen ist. Nachts haben sie da gelegen – da waren also Professoren dabei und Ärzte und alles so was –, in einem Raum zu fünfzig Mann, ein Bett neben dem anderen mit Stroh im Winter, und dann kamen SA-Leute rein, die sich in der Kantine besoffen hatten, sagten: «Raus!» Dann alles raus, aufgestanden, in der Unterhose haben sie im Schnee gestanden. Da haben sie gestanden, bis sie umgefallen sind, und dann waren denen natürlich die Füße erfroren, das ist ja klar. Da ist aber nichts veranlasst worden. Dann am nächsten Tage mussten sie wieder arbeiten mit denen, und so sind sie so langsam umgefallen davon.»

Sein Gesprächspartner, Leutnant Schürmann von der Luftwaffe, kennt ebenfalls jemanden, der in einem Konzentrationslager war:

Schürmann: «Ich hatte ja auch einen Kameraden, wissen Sie, weshalb der ins Konzentrationslager gekommen ist? Weil er angeblich mal ein bündischer Führer gewesen war. Das ist ja eine Schweinerei! So mit Eisdusche usw. Aber der ist ja dann auch rausgekommen.»

Insoweit lesen wir also ein Gespräch über die Schrecken der Lager und das Leiden der Opfer. Die Fortführung des Gesprächs durch den Hauptmann kommt dann etwas überraschend:

Dette: «Ja, wenn sie wenigstens dann die Leute erschossen hätten, aber dann haben sie dummerweise nachher die Leute wieder laufen lassen zum Teil, und die haben natürlich nicht die Schnauze gehalten. Obwohl die meisten eben so verschüchtert waren, dass sie tatsächlich nichts gesagt haben. Der hat mir drei Jahre nichts gesagt, obwohl wir uns duzten und kannten! Keinen Ton! Hat nur gesagt: «Frag mich nicht darüber.» Da hat mir ein SS-Mann erzählt: In Polen sind sie über die Strasse gegangen, kamen an irgendein Haus, gehen sie in den Flur rein, die Granate abgezogen, hört zu und dann gewartet, bis es bums macht. Nur aus reiner Lust. Das ist natürlich gut – also meinetwegen, da geht ein alter Jude drauf. Na ja, ist noch nicht so wild. Aber das Schlimme ist eben, dass die Sachen ins Ausland dringen.»

Hauptmann Dette stellt keinerlei Transfer her zwischen den berichteten Zuständen im Konzentrationslager, den Leiden seines Bekannten und den gesellschaftlichen und staatlichen Rahmenbedingungen, die derlei Dinge ermöglichen. Er hält es lediglich für ein Problem, dass man die Insassen der Lager nicht umbringt, sondern sie entlässt, weshalb sogar im Ausland über die Geschehnisse in Konzentrationslagern berichtet und dementsprechend das Wir-Bild der Deutschen beschädigt wird. Nicht die Judenvernichtung an sich, sondern lediglich ihre möglicherweise negativen Auswirkung auf das eigene Image wird als Problem betrachtet.

Himmlers Posener Rede

Vor diesem Hintergrund kann man auch Himmlers berühmte Posener Rede vom 4. Oktober 1943 interpretieren: «Von euch werden die meisten wissen, was es heisst, wenn 100 Leichen beisammen sind, wenn 500 daliegen oder wenn 1000 daliegen. Dies durchgehalten zu haben und dabei – abgesehen von Ausnahmen mensch-

licher Schwächen – anständig geblieben zu sein, das hat uns hart gemacht. Dies ist ein niemals geschriebenes und niemals zu schreibendes Ruhmesblatt unserer Geschichte, denn wir wissen, wie schwer wir uns täten, wenn wir heute noch in jeder Stadt – bei den Bombenangriffen, bei den Lasten und bei den Entbehungen des Krieges – noch die Juden als Geheimsaboteure, Agitatoren und Hetzer hätten. [...] Wir hatten das moralische Recht, wir hatten die Pflicht gegenüber unserem Volk, dieses Volk, das uns umbringen wollte, umzubringen. Wir haben aber nicht das Recht, uns auch nur mit einem Pelz, mit einer Uhr, mit einer Mark oder mit einer Zigarette oder mit sonst etwas zu bereichern. [...] Insgesamt aber können wir sagen, dass wir diese schwerste Aufgabe in Liebe zu unserem Volk erfüllt haben. Und wir haben keinen Schaden in unserem Inneren, in unserer Seele, in unserem Charakter daran genommen.» Die Posener Rede, das einzige Rededokument Himmlers, in dem explizit über die systematische Vernichtung der Juden gesprochen wird, ist auch eine Auseinandersetzung mit der Spannung zwischen Selbst- und Fremdbildern – eine Anleitung zum Management eines prekären Image. Eine besondere Schwierigkeit besteht in diesem Fall darin, dass es sich bei dem, was man getan hat, um eine zwar historisch gerechtfertigte, aber doch moralisch fragwürdige Tat handelt – daher kann sie nur in der höchst widersprüchlichen Gestalt eines «Ruhmesblatts», über das man nicht schreiben darf, erscheinen. Genau wegen dieser Widersprüchlichkeit muss die überindividuelle Notwendigkeit des Massenmords mit der individuellen Korrektheit der Durchführung gekoppelt werden: Niemand nimmt Schaden an «Innerem», «Seele» und «Charakter», wenn er das Verbrechen «anständig» durchgeführt hat. Weder das Kollektiv noch das Individuum sind in ihren Selbstbildern beschädigt, weil die «schwerste Aufgabe» «in Liebe», nämlich «zu unserem Volk», durchgeführt wurde. Die Schwere der Aufgabe definiert sich aber gerade dadurch, dass ihre Durchführung so ungeheu-

Image-Management im Nationalsozialismus

erlich ist, dass man sie nicht kommunizieren kann. Man muss, so Himmler implizit, selber damit fertig werden.

Berufung auf einen höheren Zweck
 Dinge, die unter Gesichtspunkten christlich-abendländischer Moral absolut böse sind, können dann in das moralische Selbstbild integriert werden, wenn sie einem jeweils höheren Zweck dienen. Dasselbe Modell des Imagemanagements ist bei terroristischen Einzel- oder Gruppentätern zu beobachten, die – wie etwa Anders Breivik oder auch die Mitglieder der RAF – ebenfalls mit dem Problem zu kämpfen hatten, einer historischen Aufgabe nachzukommen, die «die anderen» noch gar nicht begriffen haben. Auch hier fällt das Bemühen auf, die eigenen Taten mit den kulturell geltenden moralischen Standards in Deckungsgleichheit zu bringen. Man muss sich auf den Videodokumenten zum Breivik-Prozess nur mal anschauen, wie bedacht und unsicher der Massenmörder hinsichtlich seiner ordentlichen Erscheinung vor Gericht ist: Ständig prüft er den korrekten Sitz seiner Krawatte und seinen Anzug, als gäbe es ein Verhältnis zwischen einer etwaigen Nachlässigkeit hier und einer Infragestellung der gefühlten Legitimität des Tötens dort. Erving Goffman hat in seinem Buch «Stigma» auf den fundamentalen Umstand hingewiesen, dass das Problem einer stigmatisierten Person vor allem darin besteht, dass sie weiss, was nach den Massstäben ihrer Wirgruppe ihr Fehler ist. Das weiss sie deswegen, weil sie diese Massstäbe teilt. Eine Diskrepanz zwischen Selbst- und Fremdbild ist so bedrohlich, dass selbst Massenmörder alles daransetzen, sie zu beseitigen: weil sie von denen als gute Menschen betrachtet werden wollen, denen sie sich zugehörig fühlen. Harald Welzer



Weiterbildungsinstitut für lösungsorientierte
 Therapie und Beratung

SBAP, FSP, FMH und Systemis anerkannt

Berufsbegleitende Weiterbildung 2013 - 2017
Systemisch-Lösungsorientierte Therapie & Beratung

für Einzelne, Paare und Familien

| | |
|---------------------|--|
| Titel: | Fachpsychologe/-in für Psychotherapie FSP SBAP, FSP, FMH, Systemis anerkannt |
| Leitung: | Dr. med. Daniel Mentha & Thomas Estermann |
| Investition: | Total Fr. 22'990.-- |
| Umfang: | 2218.5 Stunden Wissen Können, Selbsterfahrung, Supervision 67.4 ECTS-Punkte (mit Phase 3) 74.0 ECTS-Punkte (mit Phase 4) |
| Inhalt: | Prämissen und Techniken: <ul style="list-style-type: none"> - Systemischer Beratungskonzepte (Ludewig, von Schlippe, Schweitzer, u.v.m.) - Lösungsfokussierter Therapiekonzepte (St. de Shazer, Insoo K. Berg, u.v.m.) - Hypnosystemischer Überlegungen (G. Schmidt) |

Der Weiterbildungsgang kombiniert wissenschaftlichen Anspruch und Praxisorientierung und gründet auf dem aktuellen Stand der Forschung und der aktuellen Anwendungspraxis. Lösungs- und ressourcenorientierte Therapieansätze haben in den letzten Jahren in vielen Praxisfeldern der psychosozialen Versorgung Eingang gefunden. Es handelt sich dabei um zielorientierte Vorgehensweisen, die auf defizitorientierte Diagnosestellungen so weit wie möglich verzichten, um statt dessen persönliche und soziale Ressourcen sowie die Konstruktionen von Lösungen – in Sinne alternativer Denk-, Fühl- und Verhaltensmuster – in den Mittelpunkt zu stellen.

| | |
|------------------|--|
| Dozenten: | namhafte DozentInnen wie Dr. Gunther Schmidt, Jürgen Hargens, Dr. Luc Isebaert, Prof. Dr. Uli Clement, Michael Dahm, Dr. Theres Steiner, Dr. Therese Niklaus-Loosli, u.v.m. |
|------------------|--|

w i l o b AG, Henschikerstrasse 5, CH-5600 Lenzburg
 Tel.: 062 892 90 79, Fax: 062 892 90 78
 wilob@solnet.ch, www.wilob.ch

Departement Angewandte Psychologie der ZHAW (I)

Der Bereich Studium und Forschung stellt sich vor

Bedingt durch die Pensionierung langjähriger Dozierender hat sich das Departement Angewandte Psychologie ZHAW personell und strukturell verändert. Deshalb haben wir uns entschlossen, das Departement und seine Bereiche mit den entsprechenden Personen im Porträt vorzustellen. Den Beginn machen die Chefs Studium und Forschung, Daniel Süss und Barbara Schmugge.

Nach der Pensionierung dreier langjähriger Dozierender – unter ihnen Prof. Dr. Ulrike Zöllner, die Bereichsleiterin Studium – wurden bereits aufs Frühlingsemester 2012 die Bereiche Studium und Forschung des Departements Angewandte Psychologie der ZHAW in einer Abteilung zusammengefügt, um die naheliegenden Synergien sinnvoll und identitätsstärkend zu nutzen. Zwischen März und Dezember 2012 wurden die Aufbau- und die Ablauforganisation der Abteilung in einer Projektgruppe unter der Leitung von Prof. Dr. Christoph Steinebach erarbeitet. Prof. Dr. Daniel Süss ist neuer Abteilungsleiter Studium & Forschung, Prof. Dr. Barbara Schmugge ist neue Studienleiterin für den Bachelor- und den Masterstudiengang. Die neue Organisationsstruktur festigt die sechs für das jeweilige Curriculum zuständigen Fachverantwortungen, welche bereits seit August 2011 tätig sind. Diese Konstellation hat jetzt – neben anderen auslösenden Gründen – zu einer Überprüfung und teilweisen Revision des Curriculums in beiden Studiengängen geführt.

In den folgenden **punktum**-Ausgaben werden sich die einzelnen Fachverantwortungen vorstellen, im vorliegenden Beitrag werden Grundprinzipien des Psychologiestudiums an der ZHAW, die Fachverantwortungen Übergreifendes sowie die Neuerungen des Curriculums ausgeführt. Unsere Arbeiten am Curriculum orientieren sich am Motto von Hans Biäsch von 1950: «Die Idee der Angewandten Psychologie ist uralte, aber ewig neu zu erkämpfen. Hilfe zur Selbsthilfe aus Ehrfurcht vor der Menschenwürde und aus dem Willen zur Be-

jahung der Selbstbestimmung und Selbstverantwortung des Menschen.» So muss immer wieder neu geklärt werden, welche Grundlagen, Anwendungsgebiete, Methoden der Diagnostik, Intervention und Forschung mit welchem Umfang an welcher Stelle der Aus- oder Weiterbildung platziert werden sollen, damit unsere AbsolventInnen optimal auf Ihren Berufseinstieg vorbereitet werden.

Grundprinzipien des Psychologiestudiums an der ZHAW

Das Studium der Angewandten Psychologie an der ZHAW ist *generalistisch und bietet drei Vertiefungsoptionen*. Einerseits wird die Angewandte Psychologie in ihrer ganzen fachlichen Breite vermittelt, andererseits wählen die Studierenden zur Halbzeit ihres Bachelorstudiums eine der drei Vertiefungsrichtungen: Arbeits- und Organisationspsychologie, Entwicklungs- und Persönlichkeitspsychologie oder Klinische Psychologie. Wir lehren die Angewandte Psychologie, wo dies fachlich Sinn ergibt, *schulübergreifend*, so erfährt zum Beispiel in der Klinischen Psychologie keine der psychotherapeutischen Richtungen einen Vorzug. Ein Kennzeichen des Psychologiestudiums an der ZHAW ist die weitgehend *individuumorientierte Ausrichtung*.

Die Konzentration von Lehre und Forschung auf Erleben, Verhalten und Denken in Bezug auf die einzelne Person steht im Mittelpunkt. Umwelt- und Systemperspektiven sind dabei aber immer mit zu berücksichtigen. An einer Fachhochschule ist die Angewandte Psychologie selbstverständlich *wissenschaftlich fundiert* und unterscheidet sich diesbezüglich in nichts von der universitären Lehre. Theorien und Methoden, die den Gegenstand der Lehre bilden, sind also empirisch-wissenschaftlich erforscht und begründet. Dennoch ist in der Fachhochschulpsychologie die *Anwendungsorientierung* ein wichtiges, ja geradezu identitätsstiftendes Merkmal. Was in den Studiengängen theoretisch und methodisch vermittelt wird, muss auch unmittelbar auf die Anwendung in den verschiedenen



Barbara Schmugge, Prof. Dr. phil., Psychologin SBAP, studierte an der Uni Zürich Psychologie, Sonderpädagogik und Germanistik. Sie ist seit zwölf Jahren am Departement Angewandte Psychologie der ZHAW tätig. Zuvor war sie als klinische Gerontopsychologin mehrere Jahre in zwei psychiatrischen Kliniken und einem Wohnheim für ältere Sehbehinderte tätig; unter anderem hat sie die Memoryklinik in Wil SG mit aufgebaut. An der ZHAW entwickelte sie in Zusammenarbeit mit Daniel Süss und Silvia Deplazes den Masterstudiengang und ist heute Studienleiterin BSc- und MSc-Studiengänge. Daneben arbeitet sie als Gerontopsychologin in eigener Praxis.

psychologischen Praxisfeldern zu beziehen sein. Darin unterscheidet sich die Fachhochschulpsychologie zum Teil von der universitären. Die Ausbildung zur Psychologin, zum Psychologen ist *vielfältig in den Praxis- und Forschungsmethoden*. Wir lehren einen breiten Ausschnitt dessen, was in der Psychologie angewandt wird; als Beispiel sei hier das Nebeneinander von metrischen wie projektiven diagnostischen Verfahren genannt. Die Studierenden lernen, aus der Kombination von Verfahren ein differenziertes Bild zu gewinnen. «If the only tool you have is a hammer, you tend to treat everything as if it were a nail», hat Abraham Maslow zu bedenken gegeben. Psychologie oder Psy-

Departement Angewandte Psychologie der ZHAW (I)



Daniel Süß, Prof. Dr. phil., Psychologe SBAP und FSP, ist diplomierter Lehrer und hat auf der Oberstufe und in der Lehrerbildung unterrichtet. Er hat an der Universität Zürich Psychologie, Pädagogik und Publizistikwissenschaft studiert. Promoviert hat er bei Prof. François Stoll und sich habilitiert mit einer Studie zur Mediensozialisation. Er war als Medienpsychologe beim Schweizer Fernsehen und in der Erwachsenenbildung tätig und wirkt seit 12 Jahren am Departement P als Dozent und Forscher. Er war Co-Leiter des Masterstudiengangs, Forschungsleiter und seit Frühjahr 2012 Leiter der Abteilung Studium und Forschung. Seit 2009 ist er zudem nebenamtlicher Professor mit Schwerpunkt Mediensozialisation und -kompetenz an der Universität Zürich.

chologin wird man indes nicht, indem man ausschliesslich die Fach- und Methodenkompetenzen ausbildet. Von grosser Bedeutung sind auch die *persönlichen* und die *sozialen Kompetenzen*. Diese werden im Studium implizit ausgebildet, quasi nebenbei. Auf beiden Studienstufen gibt es aber auch viele Angebote der expliziten Heranbildung der Sozial- und Selbstkompetenzen: Gruppenprozesse erfahren, Gesprächsführung üben, Praktika u.a.m. Im Masterstudium, das ebenso wie das Bachelorstudium *interdisziplinär* ausgelegt ist, ist die *Berufsqualifizierung* gemäss Psycho-

logieberufegesetz gewährleistet (dieses beinhaltet den Titelschutz als Psychologe/Psychologin MSc). Die Berufsqualifizierung auf Bachelorstufe besteht ohne Titelschutz durch das Psychologieberufegesetz für unselbstständige psychologische Tätigkeiten. Die Zukunft wird weisen, wohin sich das heutige Modell entwickelt.

Revision des Curriculums

Die Departemente der ZHAW sind in der Regel entlang der Studiengänge organisiert. Die Abteilung Studium und Forschung des kleinen ZHAW-Departementes Angewandte Psychologie geht einen eigenen Weg. Die Fachverantwortungen des Studiums respektive die Forschungsschwerpunkte bilden die innere fachliche Struktur der Abteilung. Beide, Fachverantwortung auf Seiten der Studiengänge und Forschungsschwerpunkte auf Seiten der Forschung, kooperieren in neu geschaffenen Kompetenzgruppen; diese Zusammenarbeit bündelt Synergien, und die derart eng mit der Lehre verbundene angewandt-psychologische Forschung trägt – wie auch das Hochschulinstitut IAP mit seinen Dienstleistungen und Weiterbildungen – Wesentliches zur Identität der Angewandten Psychologie an der ZHAW bei.

Sechs Fachverantwortungen gestalten gemeinsam die Inhalte der beiden Studienstufen in Angewandter Psychologie: Arbeits- und Organisationspsychologie, Diagnostik und Intervention, Empirische Sozialforschung, Entwicklungs- und Persönlichkeitspsychologie, Grundlagenfächer so-

wie Klinische Psychologie. Jede Fachverantwortung wird von einer oder einem Dozierenden sowie einem oder einer wissenschaftlichen Mitarbeitenden geführt und vom Studiengangmanager, von Stabsmitarbeitenden und vom Studiensekretariat unterstützt.

Dabei ist es von besonderer Wichtigkeit, dass alle Fachverantwortungen intensiv zusammenarbeiten, damit das Studium der Angewandten Psychologie über die einzelnen Fachverantwortungen hinaus schlüssig, kohärent und von einer gemeinsamen Basis getragen ist.

Es leuchtet somit ein, dass sich das Gesamtteam der Fachverantwortlichen seit der Neuinstitutionalisierung im August 2011 intensiv mit dem Curriculum befasst hat. Bei dieser Überarbeitung des Curriculums wurden die gemeinsamen strategischen Ideen, die verbindenden Ziele und auch von der ZHAW neu gestellte Vorgaben formuliert und eingearbeitet. Bewährtes wurde beibehalten, und die grundlegende Ausrichtung beider Studienstufen hat sich nicht geändert. Die gleichermaßen wichtige Nähe zur Wissenschaft wie zur gelebten Anwendung wird gewährleistet durch das Team der 50 Mitarbeitenden der Abteilung und über 100 Lehrbeauftragten aus der Praxis. Eine (durch ZHAW-Vorgaben bedingte) Anpassung ist die Verringerung der Kontaktstunden. Die Studierenden haben leicht weniger Unterricht bei Dozierenden und setzen sich vermehrt im begleiteten Selbststudium mit der Materie auseinander. Die Dozierenden leiten sie gezielt an, wie sie

ERFAHRUNGEN IN SANDSPIEL-THERAPIE

Diese tiefenpsychologisch orientierte Weiterbildung kombiniert Wissen und Falldarstellung mit eigenem Erleben und Reflexion anhand des Sandspiels, vorbereitet und abgestützt durch Achtsamkeits-Übungen des Qi Gong.

Beginn: Samstag, 14.9.2013, Zürich
Leitung/Info: Dr. R. Noël-Hermann
unter ruth_hermann@bluewin.ch

Vom SBAP. ausgezeichnete Masterarbeit

Was erleben Menschen mit einer körperlich chronischen Erkrankung?

Eine Masterstudie zur Sensibilisierung für Anliegen von Menschen im Alter von 30 Jahren bis 55 Jahren, die an HIV, multipler Sklerose, Krebs oder entzündlichem Rheuma erkrankt sind.

Gemäss Schätzungen der Gesundheitsligen sind in der Schweiz rund zwei Millionen Menschen von einer chronisch körperlichen Krankheit betroffen (Vögele, 2009), und demographische Veränderungen geben Anlass zur Annahme, dass die Prävalenz chronischer Erkrankungen weiter zunehmen wird (Steurer-Stey, 2009). Chronic Disease Management stellt komplexe Herausforderungen an die Betroffenen und ihr soziales Umfeld und wird als zentrale Herausforderung für das Gesundheitswesen des 21. Jahrhunderts bezeichnet (u.a. Steurer-Stey, 2009).

In Forschung und Gesundheitspolitik wird der Fokus meist auf medizinische und wirtschaftliche Aspekte gelegt. Was aber erleben Menschen, die von einer chronisch körperlichen Krankheit betroffen sind, in ihrem Alltag? Diese Frage stellten wir uns, inspiriert von der Initiative des Vereins Chronischkrank.ch. Sind die Er-

gebnisse von Menschen mit derselben oder mit unterschiedlichen körperlich chronischen Krankheiten verschieden oder ähnlich? Lässt sich das Erlebte überhaupt vergleichen, oder empfindet es ein krebskranker Mensch, dessen Krankheit tödlich verlaufen wird, als Affront, wenn seine Situation mit der einer Person verglichen wird, die beispielsweise von einer entzündlich-rheumatischen Krankheit betroffen ist?

Ausgangslage

Ziel unserer qualitativen Masterstudie war das Erfassen und Vergleichen verschiedener Aspekte des Erlebens von Menschen mit multipler Sklerose (MS), Krebserkrankungen, HIV und entzündlich-rheumatischen Erkrankungen. Wir entschieden uns für diese vier Krankheiten, da sie eine grosse Heterogenität bezüglich Ätiologie, Symptomatik, Verlauf und Prognose aufweisen. Somit hofften wir, ein möglichst breites Spektrum des weiten Begriffes «körperlich chronisch krank» erfassen zu können.

Die Daten erhoben wir einerseits mittels ExpertInnen-Interviews mit PsychotherapeutInnen, die sich auf die psychologische Arbeit mit Menschen,



Susanne Fröhlich-Rüfenacht ist Fotografin sowie Psychologin MSc und arbeitet gegenwärtig als Psychologin im schweizerischen Epilepsie-Zentrum in Zürich.

die von einer der vier genannten Krankheiten betroffen sind, spezialisiert haben. Zudem führten wir Gruppendiskussionen mit betroffenen Personen durch. In jeder Gruppe nahmen vier Menschen teil, die je von

selbständig die Lerninhalte erarbeiten und die entsprechenden Kompetenzen vertiefen können. Es versteht sich von selbst, dass das Selbststudium stufenadäquat angeboten werden muss: Am Anfang des Bachelorstudiums besuchen die Studierenden mehr Kontaktstunden als am Ende des Masterstudiums.

Anwendungsorientiert und wissenschaftlich fundiert

Als Fachhochschule sind wir zur angewandten Forschung verpflichtet. Damit wird gesichert, dass die Lehrenden und die Studierenden am aktuellsten Fachwissen partizipieren und dazu beitragen, neue praxisrelevante Erkenntnisse zu generieren. Unsere Forschung ist in vier Schwerpunkten gebündelt, die aktuelle Felder der Angewandten Psychologie markie-

ren: Beratung, Training & Führung; Psychotherapie & psychische Gesundheit; Psychosoziale Entwicklung & Medien; Faktor Mensch in Verkehr & Sicherheit. In den Kompetenzgruppen werden zudem weitere Forschungsfelder integriert, die mit besonderen Kompetenzen der Mitarbeitenden oder mit den Arbeitsschwerpunkten des IAP im Zusammenhang stehen. Für alle Forschungsprojekte müssen Drittmittel akquiriert werden. Oft sind die Forschungspartner Unternehmen, Verbände, Verwaltungen, Institutionen des Gesundheits- und Bildungswesens. Gefördert werden Projekte aber auch durch Stiftungen, den Schweizerischen Nationalfonds und die Kommission für Technologie und Innovation des Bundes. Die Studierenden bearbeiten Forschungsfragen im Kontext der Projekte der Abtei-

lung, aber auch aus eigener Initiative oder aus Anfragen aus Praktika.

Ein anwendungsorientiertes und zugleich wissenschaftlich fundiertes Studium kann nur durch ein Team geschaffen werden, in welchem Lehren, Forschen und Anwenden Hand in Hand gehen – und nicht das eine dem anderen übergeordnet wird. Wir sind überzeugt, dass nach unserer Neuorganisation und der Revision des Curriculums das Studium der Angewandten Psychologie an der ZHAW fachlich noch fundierter wird und auf flexible und praxisorientierte Art auf Berufsfelder und Fragestellungen vorbereitet, die immer komplexer und damit für uns PsychologInnen immer attraktiver und herausfordernder werden.

Barbara Schmutz
und Daniel Süss

Titel

Info



Aline Rousselot ist Volksschullehrerin und Psychologin MSc und arbeitet zurzeit als Psychologin im Spital Affoltern am Albis.

einer anderen der vier ausgewählten Krankheiten betroffen sind. Ziel dieses Settings war es, mit Betroffenen Themen, die sie beschäftigen, differenziert diskutieren und vergleichen zu können.

Stellvertretend werden nachstehend einige Themenbereiche angesprochen, die Betroffene unabhängig von der Art ihrer Krankheit beschäftigen und die aufzeigen, wo Bedarf an fachlicher psychologischer und sozialer Unterstützung vorhanden sein kann.

Von einer chronischen Krankheit betroffen zu sein, bedeutet in den meisten Fällen, an einer komplexen Krankheit erkrankt zu sein, deren Ätiologie, Prognose und Verlauf oft unklar und deren Behandlungsmethoden zahlreich sind. Diese Tatsache löst bei vielen Betroffenen Verunsicherung und Ängste aus. Kurz nach der Diagnose sind oft gewichtige Entscheidungen in Bezug auf die Behandlungsmethode gefordert. Dabei kann es u.a. darum gehen, ob ein chirurgischer Eingriff erfolgen soll, ob Alternativmedizin der Schulmedizin vorzuziehen ist etc. Die Entscheidungsfindung ist komplex und kann zusätzlich durch

den Diagnoseschock erschwert werden. Zudem erweist es sich als grosse Herausforderung, umfassende und adäquate Informationen und Vergleiche über die verschiedenen Möglichkeiten und Alternativen zu finden bzw. sich im Informationsdschungel zurechtzufinden.

«*Es gibt Entscheidungen, die überfordern einen selbst – also zum Beispiel, will ich jetzt eine Chemo machen oder will ich das nicht?» (Frau M., an Krebs erkrankt).*

«*Als ich das erste Mal zu Herrn M. [Alternativmediziner] gegangen bin, habe ich gefragt: Soll ich zu spritzen aufhören? Dann sagt der, das müssen Sie selber entscheiden, das kann ich Ihnen nicht sagen» (Herr U., an MS erkrankt).*

«Ich bin eine Person, keine Krankheit»

Umso wichtiger ist eine vertrauensvolle Beziehung zum Arzt, zur Ärztin. In den Gruppendiskussionen wurde das zentrale Anliegen deutlich geäussert, von den Behandelnden als mündiges Individuum verstanden und ganzheitlich wahrgenommen zu werden. In Anbetracht der schwierigen Informationsbeschaffung und -selektion sind ÄrztInnen zudem wichtige Ansprechpersonen, um Unsicherheiten zu klären und Vorbehalte gegenüber einer bestimmten Behandlung sowie Alternativen ausdiskutieren zu können.

«*Das Wichtigste ist, dass ich als Person und nicht als Krankheitsfall gelte. Das finde ich, für mich ist es dann gut, wenn ich merke, die interessieren sich für mich und nicht für meine Krankheit [...] Sie behandeln eben den Patienten und nicht eine Krankheit» (Frau K., HIV-positiv).*

Während Krankheit in unserer Gesellschaft als Ausnahmezustand verstanden wird, bedeutet eine chronische körperliche Erkrankung ein Dauerzustand. Trotz der grossen Bedeutung gesellschaftlicher Rollen und Normen ist die soziale Rolle chronisch kranker Menschen unklar. Während viele chronisch kranke Menschen diesen Normativitätsdruck bereits im Arbeits- und Alltagsleben zu spüren

Vom SBAP. ausgezeichnete Masterarbeit

bekommen, wird er in Bezug auf den Kinderwunsch überdeutlich. In allen drei Gruppensitzungen wurde die Auseinandersetzung mit dem Kinderwunsch thematisiert. Betroffene sind mit biologischen Fragen konfrontiert – inwiefern die Krankheit vererbbar ist, ob die Schwangerschaft für eine betroffene Frau überhaupt tragbar ist, ob Medikamente abgesetzt werden müssten etc. Ebenso kann sich die Frage stellen, ob und wie lange die Eltern für ihr Kind sorgen können. Allein diese Auseinandersetzung mit dem Kinderwunsch kann bei Angehörigen – jedoch auch einigen Fachpersonen wie ÄrztInnen oder PsychotherapeutInnen – auf Unverständnis und teilweise heftige Vorwürfe stossen.

«*Das ist ein ganz wichtiger Faktor. Ich meine, wenn jemand mit einem Bein weniger herumläuft, dann sieht man das. Bei uns sieht man es meistens nicht. Und ich habe heute noch teilweise ein schlechtes Gewissen, wenn ich um 12 Uhr aus dem Büro rausgehe nach sechs Stunden und mich frage, ob ich es verdient habe, dass ich am Nachmittag nicht arbeiten gehe. Obwohl ich am Nachmittag zuerst drei Stunden schlafe» (Herr V., an Krebs erkrankt).*

«*Das Umfeld sagt, [...] du hast ja ein Geschäft, musst du jetzt wirklich*

Ausgezeichnete Masterarbeiten

Nach 2010 und 2011 zeichnete der SBAP. auch 2012 im Rahmen der Diplomierung drei PreisträgerInnen für innovative angewandtpsychologische Masterarbeiten aus. Die Preise umfassen neben 500 Franken in bar und einem Jahr Mitgliedschaft im SBAP. die Möglichkeit, die Arbeit im **punktum.** vorzustellen. Den Anfang der kleinen Reihe machen in der Kategorie Klinische Psychologie Susanne Fröhlich-Rüfenacht und Aline Rousselot. Es folgen Thomas Russenberger mit «Innovationskultur in F&E-Teams» sowie Franziska Bruhin und Mara Klauser zum Thema «Familie und Burnout – Eine Pilotstudie».

Vom SBAP. ausgezeichnete Masterarbeit

noch ein Kind bekommen? Der Druck der Gesellschaft ist extrem gross. Kranke sollen sich nicht vermehren» (Frau T., an Rheuma erkrankt).

Sturz aus der Normalität

Neben Themen, die Betroffene unterschiedlicher Krankheiten in ähnlichem Ausmass betreffen, stellten sich auch für jede der vier in der Studie behandelten Krankheiten spezifische Themen heraus. So bedeutet Krebs für Betroffene, mit einer potenziell tödlichen Krankheit konfrontiert zu sein – selbst wenn die Krankheit als geheilt gilt. Menschen mit HIV wiederum berichten vermehrt von Stigmatisierung, was unter anderem auf veraltete gesellschaftlich verankerte Annahmen über diese Krankheit zurückzuführen ist. MS weist so viele unterschiedliche Verläufe und Symptome auf, dass sie auch als «Krankheit der 1000 Gesichter» bezeichnet wird. Oft müssen sich Betroffene Stück für Stück mit zunehmenden Einschränkungen abfinden. Typisch für die über hundert verschiedenen Formen entzündlich rheumatischer Erkrankungen ist, dass Betroffene mit oft chronischen Schmerzen konfrontiert sind, welche – wie auch die erwähnten MS-bedingten Einschränkungen – weit reichende Veränderungen der sozialen Teilhabe nach sich ziehen und zu psychischen Belastungen führen können.

Eine chronisch körperliche Krankheit zu haben, bedeutet für viele Betroffene:

– mit einem non-normativen kritischen Lebensereignis konfrontiert

zu sein – einen Sturz aus der persönlichen und gesellschaftlichen Normalität;

– über mehrere Jahre, Jahrzehnte oder sogar bis ans Lebensende mit körperlichen, psychischen und/oder sozialen Veränderungen konfrontiert zu sein, welche durch die Krankheit evoziert werden;

– eine erschwerte Auseinandersetzung mit entwicklungspsychologisch normativen Themen, beispielsweise Veränderung der Arbeitssituation, PartnerInnen-Suche, Partnerschaft, Umgang mit der Kinderfrage usw.

Unabhängig von ihrer Art und Schwere beeinflusst eine chronische Krankheit den Menschen als Ganzes – sein Körpererleben, seine innerpsychischen Prozesse, sein Verhalten sowie seine Interaktionen mit der sozialen Umwelt. Psychosoziale Faktoren wie beispielsweise subjektive Krankheitstheorien, Persönlichkeitsaspekte, psychische und soziale Ressourcen und Bewältigungsstrategien beeinflussen das Erleben einer chronischen körperlichen Erkrankung stärker als die Art der Krankheit. Der Umgang ist viel eher interindividuell unterschiedlich als von der Art respektive der Schwere der Krankheit abhängig. Es zeigt sich, wie wichtig psychische Aspekte für die Lebensqualität und das Wohlbefinden von Betroffenen sind. Psychische und soziale Belastungen scheinen zuweilen schwieriger zu bewältigen als körperliche Symptome. Ein unterstützender Austausch mit Angehörigen, Freunden, Pflegenden oder ÄrztInnen kann enorm

wichtig und förderlich für die psychische Verarbeitung sein, doch reicht diese Unterstützung nicht für alle Personen bzw. nicht in allen Situationen aus. So sollte das Angebot professioneller psychologischer Unterstützung für alle Betroffenen – unabhängig von ihrem sozioökonomischen Status – einfach und selbstverständlich zugänglich gemacht werden.

Susanne Fröhlich-Rüfenacht
und Aline Rousselot

Literatur

Fröhlich-Rüfenacht, S., & Rousselot, A. (2012). Was erleben Menschen mit einer chronisch körperlichen Krankheit? Eine Studie zur Sensibilisierung für Anliegen von Menschen, die an HIV, MS, Krebs oder Rheuma erkrankt sind. Masterarbeit an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, Departement Psychologie. Verfügbar unter: <http://www.chronischkrank.ch/news.html>
<http://www.zhaw.ch/zhaw/hochschulbibliothek/teilbibliotheken/bibliothek-angewandte-psychologie.html>

Fröhlich-Rüfenacht, S., Rousselot, A., Künzler, A. (im Druck). Psychosoziale Aspekte chronischer Erkrankungen und deren Einfluss auf die Behandlung. Swiss Medical Forum.

Steuere-Stey, C. (2009). Prävention und Gesundheitsförderung für chronisch Kranke. Care Management, 2, 13–15.

Vögele, C. (2009). Klinische Psychologie: Körperliche Erkrankungen. Weinheim: Beltz PVU.

5. Zürcher Traumitage

DISSOZIATION

Krankheitsbild –
Schutzfunktion – Chance

Michaela Huber ^{DE}
Dr. Peter A. Levine ^{USA}
Dr. Kathy Steele ^{USA}

28. - 30. Juni 2013

7. Schweizer Bildungsfestival

BINDUNG

Frühe emotionale Kontakte als
Schlüssel für unser Leben

Dr. Ray Castellino ^{USA}
Thomas Harms ^{DE} Maggie Kline ^{USA}
Dr. Peter A. Levine ^{USA}

15. - 18. August 2013 in Weggis

The NeuroAffective Relational Model

NARM™

Frühe dysfunktionale Muster auflösen
– hin zu mehr Lebensqualität
statt Überlebenskampf

Dr. Larry Heller ^{USA}

4-teiliges Training mit 20 Tagen
Trainingsbeginn: 20. - 24. November 2013
Einführungskurs: 9. - 11. Mai 2013

ZENTRUM FÜR INNERE ÖKOLOGIE

Zwinglistrasse 21 | 8004 Zürich | Tel: 044 218 80 80 | info@traumahealing.ch | www.traumahealing.ch

Vorstandsnews

Neues Vorstandsmitglied

Wir freuen uns, dass sich *Lianne Fravi* für den Vorstand zur Verfügung stellt.



Lianne Fravi ist eidg. dipl. Hotelière-Restauratrice HF, eidg. dipl. Tourismus-Expertin HFP sowie HR-Fachfrau mit eidg. FA und Lehrmeisterkurs. Sie hat 2010 erfolgreich das berufsbegleitende Studium in der Vertiefungsrichtung Berufs- und Laufbahnberatung abgeschlossen. 2009 erhielt sie den Anerkennungspreis der Stiftung IAP für ihre Studie «Im Beruf und im Leben ein Paar. Ressourcen und Herausforderungen im privaten und beruflichen Beziehungsalltag der Hotelfrau – eine explorative Studie».

Zurzeit ist sie in Weiterbildung zur Systemtherapeutin am IEF und arbeitet in der eigenen Praxis «Haus 28» in Affoltern am Albis. Gespannt warten wir auf die Bucherscheinung im Herbst 2013 von Fravi und Plattner: «Handbuch für Unternehmerpaare». www.fraviundfravi.ch

Franziska Meier

Wir danken *Franziska Meier* ganz herzlich für ihren Einsatz im Vorstand für das Ressort Alumni. Gerne denken wir an den wunderschönen Ball im Belvoirpark zurück. Es war und ist kein leichtes Ressort. Franziska hat mit dem Aufbau begonnen – für die Geduld, die Ausdauer danken wir ihr sehr. Wir werden ihre Fröhlichkeit und ihren Humor im Vorstand vermissen!

Heidi Aeschlimann

Berufspolitische News

Im Frühling tritt das **Psychologieberufegesetz (PsyG)** in Kraft. Hier das Wichtigste in Kürze.

Zweck des PsyG:

- Gesundheitsschutz: Die Sicherstellung der psychischen Gesundheit ist eine staatliche Aufgabe.
- Schutz vor Täuschung und Irreführung von Personen, die Leistungen auf dem Gebiet der Psychologie in Anspruch nehmen.

Um den Zweck des Gesetzes erfüllen zu können, regelt das Gesetz:

- die anerkannten inländischen Hochschulabschlüsse in Psychologie,
- die Anforderungen an die Weiterbildung,
- die Voraussetzungen für die Erlangung eines eidgenössischen Weiterbildungstitels,
- die periodische Akkreditierung der Weiterbildungsgänge,
- die Anerkennung ausländischer Ausbildungsabschlüsse und Weiterbildungstitel,
- die Anforderungen an die privatwirtschaftliche Berufsausübung der Psychotherapie in eigener fachlicher Verantwortung,
- die Voraussetzungen für die Verwendung geschützter Berufsbezeichnungen und eidgenössischer Weiterbildungstitel.

Das PsyG stellt hiermit unseren Berufsstand auf eine solide Basis. Es lehnt sich an die Architektur des Medizinalberufegesetzes MedBG an, das am 1. September 2007 in Kraft trat.

Wer darf sich PsychologIn nennen?

PsychologIn nennen darf sich, wer einen nach dem PsyG anerkannten Ausbildungsabschluss erworben hat. Das sind für die *Universitäten*: lic. und MSc. Für die *Fachhochschulen*: Dipl. Psych. IAP; Dipl. Psych. FH und MSc der Fachhochschulen ZHAW Dep. P und FHNW APS.

Nicht Psychologe oder Psychologin nennen dürfen sich BSc in Psychologie. Selbstverständlich darf der erworbene akademische Titel verwendet werden.

Psychologische Psychotherapie:

Wer darf sich eidgenössisch anerkannte(r) PsychotherapeutIn nennen?

- Alle diejenigen, die einen Fachtitel PsychotherapeutIn SBAP. oder FSP oder SPV/ASP erworben haben. Bei Bedarf kann diese Bestätigung beim SBAP. eingeholt werden.
- Alle PsychologInnen, die eine akkreditierte Weiterbildung in Psychotherapie absolviert haben und vom Weiterbildungsanbieter die entsprechende Urkunde erhalten.

Wann braucht es eine kantonale Berufsausübungsbewilligung?

Wer selbständig als PsychotherapeutIn tätig sein will, braucht in jedem Fall eine kantonale Berufsausübungsbewilligung im entsprechenden Kanton. Die fachliche Voraussetzung dafür ist erfüllt, wenn ein Fachtitel PsychotherapeutIn SBAP. oder FSP oder SPV/ASP resp. eidg. anerkannte(r) Psychotherapeut vorgewiesen werden kann.

Wie steht es mit der Krankenkassen-Anerkennung respektive der Abrechnung über die Grundversicherung?

Die nationalen Psychologieverbände und das Bundesamt für Gesundheit (BAG) sind sich einig, dass der Status der psychologischen Psychotherapie zur Debatte steht und à fond diskutiert werden muss.

Der Bundesrat hat dies ebenfalls festgestellt und auf die parlamentarische Anfrage von *Nationalrätin Katharina Prelicz-Huber* auch zugesagt, dass er verschiedene Modelle der Zulassung zur Leistungsabrechnung im Krankenversicherungsgesetz (KVG) prüfen werde.

Uns ist es ein Anliegen, unseren Beitrag zur staatlichen Aufgabe der Sicherstellung der psychischen Gesundheit der Bevölkerung zu leisten. Wir sind uns sicher auch einig, dass die Behandlung von psychischen Krankheiten ebenso wichtig ist wie diejenige der somatischen. Wegen des Mangels an PsychiaternInnen nehmen vermehrt psychologische PsychotherapeutInnen Positionen von Assistenz- und gar OberärztInnen in psychiatrischen Institutionen ein. Dies zur Zufriedenheit aller Beteiligten, denn die

Berufspolitische News

psychologischen PsychotherapeutInnen sind entsprechend fachlich qualifiziert, ethischen Richtlinien und dem «wzw»-Prinzip (wirksam, zweckmässig und wirtschaftlich) verpflichtet. Das PsyG regelt in Art. 5 die Weiterbildung der psychologischen Psychotherapie so, dass die AbsolventInnen eigenverantwortlich tätig werden können. Mit dem PsyG ist nun endlich auch die erwünschte Klarheit über den Qualitätsstandard der psychologischen Psychotherapie geschaffen beziehungsweise definiert worden. Wir meinen, dass es uns zusteht und auch sinnvoll ist, entsprechend in die Grundversicherung aufgenommen zu werden.

Die delegierte Psychotherapie soll durch ein Anordnungsmodell abgelöst werden.

Es vergeht keine Woche, ohne dass auf der Geschäftsstelle des SBAP. das unglückliche Abhängigkeitsverhältnis der «delegierten Psychotherapie» Grund für Beanstandung wäre. Das Anordnungsmodell soll hier Abhilfe schaffen, und die Anordnenden und die psychologischen PsychotherapeutInnen sollen sich auf gleicher Augenhöhe begegnen.

Das Anordnungsmodell soll auch den Krankenkassen mehr Transparenz bringen. Die erbrachten Leistungen werden vom Leistungserbringer selbst abgerechnet. Für die PatientInnen wird das freie Bestimmungsrecht verstärkt. Sie können eine eidg. anerkannte PsychotherapeutIn wählen und sind nicht mehr auf eine delegiert arbeitende PsychotherapeutIn angewiesen, die dem Arzt unterstellt ist. Die Ausgestaltung des Anordnungsmodell ist derzeit in Abklärung und Diskussion. Es gilt jedoch noch einige Fragen und Details zu klären wie beispielsweise:

- Wer soll anordnen: alle Ärzte, Hausärzte, Fachärzte Psychiatrie und Psychotherapie?
- Tarifausgestaltung für die psychologische Psychotherapie. Grundsätzlich unterscheidet sich die ärztliche Psychotherapie nicht von derjenigen der psychologischen Psycho-

therapie. Also gleicher Tarif für gleiche Leistungen?

Weshalb bedeutet die Inkraftsetzung des PsyG nicht zugleich die Zulassung in die Grundversicherung?

Das PsyG schafft die Grundlagen dafür, dass mittels Verordnungsänderung die psychologische Psychotherapie Eingang in die Krankenpflege-Leistungsverordnung (KLV) finden wird. Die Ausgestaltung bedarf jedoch noch der Absprachen mit Krankenkassen, Versicherern, Ämtern und MedizinerInnen.

Berufspolitische Aspekte

In den Medien wird die Inkraftsetzung des PsyG immer wieder thematisiert (www.sbap.ch/service/news.php). Den aufmerksamen LeserInnen wird nicht entgangen sein, dass einige Krankenkassen keinen Regelungsbedarf sehen, das heisst gar nicht daran interessiert sind, dass die psychologischen PsychotherapeutInnen über die Grundversicherung abrechnen können. Bei den Ärzten ist das Feld heterogen: Die einen wünschen sich ein Ende der administrativ aufwendigen Delegation, die andern fürchten um ihre Pfründen. Die Ergebnisse der Strukturerhebung schliesslich werden für die Kostendiskussion bei Krankenkassen und BAG wichtig sein. Die Zulassung der psychologischen Psychotherapie in die Grundversicherung kostet etwas – wenn auch viel weniger, als in den Medien und Blogs immer wieder befürchtet wird. Denn nicht behandelte psychische Krankheiten können chronifizieren und damit höhere Kosten verursachen. Helfen auch Sie mit, das Publikum über das Wesen und die Behandlung der psychischen Krankheiten aufzuklären. Sie leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Entstigmatisierung!

Einsprache BegleiterIn Veränderungs- und Entwicklungsprozesse

Zusammen mit der FSP hat der SBAP. beim Bundesamt für Berufsbildung und Technologie (BBT) Einsprache erhoben. Alle diejenigen, die Einsprache gegen diesen Titel und den eidg. Fachausweis erhoben hatten, wurden vom BBT am 21. November 2012 zu einer Einspracheverhandlung eingeladen.

Wir sind der Meinung, dass dieser eidg. Fachausweis in der englischen Übersetzung «Coach with Federal Diploma of Professional Education and Training» eine «Mogelpackung» – so hat es ein Fachhochschulvertreter treffend formuliert – ist. Die Vertreter des BBT mussten denn auch am Schluss feststellen, dass das BBT derzeit den Titel und die Prüfungsordnung keinesfalls genehmigen kann, da das öffentliche Interesse nicht gewahrt ist. Es ist nun ein Mediationsprozess initiiert worden. Allerdings gibt es aus Sicht des SBAP. nichts mehr zu verhandeln. Einerseits wurde in der «NZZ» vom 14. Januar 2013 (Seite 42) keinerlei Einsicht auf die vorgebrachten Argumente signalisiert, und andererseits hat das BBT ja klar festgehalten, dass das öffentliche Interesse nicht gewahrt ist.

Einsprache BeraterIn im psychosozialen Bereich

Auch hier haben die Fachhochschule ZHAW, die Berufsverbände Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen (FSP) und SBAP. sowie die Ärzte Einsprache erhoben. Ausgerechnet jetzt, bei der Inkraftsetzung des PsyG, versuchen Interessensvertreter einen eidg. Titel zu etablieren. Das PsyG hat klar den Auftrag, das Publikum vor Irrungen und Täuschungen zu schützen. Dieses Anliegen gilt es zu verteidigen. Die finanziellen Interessen erscheinen sehr gross, denn die Schweizerische Gesellschaft für Beratung (SGfB) hat ein Anwaltsbüro damit beauftragt, unsere Einsprache-Legitimation in Frage zu stellen. Fortsetzung folgt!

Heidi Aeschlimann

Aktionsbündnis Psychische Gesundheit Schweiz (APGS)

Am 30. November 2012 fand eine Mitgliederversammlung des Aktionsbündnisses Psychische Gesundheit Schweiz (APGS) statt. Traktandiert waren unter anderem die Abstimmungen zum Vorschlag des Vorstands auf Erhöhung des Jahresbeitrags sowie zu einigen Statutenänderungen. Auch die Schlussrechnung 2012 und das Budget für 2013 wurden den anwesenden Mitgliedern zur Genehmigung vorgelegt. Präsident

Hans Kurt konnte anhand der Zahlen der Schlussrechnung plausibel darlegen, dass der Verein nicht darum herumkomme, Sparmassnahmen zu ergreifen, wolle er weiterbestehen. Eine dieser Massnahmen ist die Erhöhung des Mitgliedschaftsbeitrages, welche die anwesenden Mitglieder ohne Gegenstimme annahm. Ab 2013 zahlt nun der SBAP. jährlich 50 Prozent mehr als bisher für seine APGS-Mitgliedschaft (300 Franken). Eine weitere Massnahme zur Besserung der finanziellen Lage des Vereins ist die Auflösung des Sekretariats. Ab 2013 wird *Heloise Martino* das APGS-Sekretariat im Rahmen eines Zehn-Prozent-Pensums übernehmen. Dank diesen Massnahmen erhofft sich der APGS-Vorstand, ausreichend Mittel zur Hand zu haben, um seine für 2013 gesteckten Ziele verfolgen zu können. Eines dieser Ziele besteht in der Gründung einer parlamentarischen Interessengruppe zur psychischen Gesundheit – ein absolutes Novum in der Schweiz. Geplant ist, diese Gruppe gemeinsam mit der nationalen Dachorganisation im Bereich der Suizidprävention «Ipsilon» und mit der tatkräftigen Unterstützung von Nationalrat *Andy Tschümperlin* und von Ständerat *Joaachim Eder* zu initiieren.

Mehr Informationen:
heloise.martino@sbap.ch

SGPO-Arbeitsgruppe «Nationales Krebsprogramm»

Die Schweizerische Gesellschaft für Psycho-Onkologie (SGPO) befasst sich seit ihrer Gründung mit den gesundheitspolitischen Herausforderungen, die sich dem Gebiet der Psychoonkologie stellen. In der eigens für die Auseinandersetzung mit dieser Thematik gegründeten Arbeitsgruppe (AG) ist *Heloise Martino*, die politische Sekretärin SBAP., seit Anfang an dabei. Seit letztes Jahr arbeitet diese AG unter der Bezeichnung «NKP – Nationales Krebsprogramm». Bei der Arbeit «NKP 2005–2010» (http://www.oncosuisse.ch/file/oncosuisse/nkp/2011-2015/vollversion/NKP_Vollversion_d.pdf) haben mehrere SGPO-Mitglieder, unter anderem Präsidentin *Brigitta Wössmer*, mitgewirkt. Eines der zentralen Ziele der AG ist es, nationale Stan-

dards und Leitlinien zur psychosozialen Versorgung von an Krebs erkrankten Menschen zu erarbeiten. Diese Leitlinien sollen das notwendige Wissen und Können von PsychoonkologInnen und anderen Fachpersonen in der Versorgung spezifizieren und eine Basis für die Qualitätssicherung bieten. Darüber hinaus sind verbindliche Leitlinien eine unabdingbare Voraussetzung zur Beantragung der Finanzierung qualitativ hoch stehender psychoonkologischer Angebote – ein weiteres wichtiges Thema, das ebenfalls in der AG behandelt wird.

Für die Erarbeitung der erwähnten Leitlinien und Standards wurde letztes Jahr bei der Krebsliga Schweiz (KLS) ein Projekt eingereicht, das nun von Letzterer finanziell unterstützt wird. Im Rahmen dieses Projekts wurde eine wissenschaftliche Mitarbeiterin damit beauftragt, sich mit der bestehenden Literatur zu evidenzbasierten Interventionen und psychoonkologischen Leitlinien anderer Ländern zu befassen und auf dieser Grundlage mögliche Leitlinien für die Schweiz auszuarbeiten. Die AG NKP fungiert dabei als Projektsteuerungsgruppe.

Was die Finanzierungsfrage anbelangt, so hat die AG an ihrer letzten Sitzung im Dezember 2012 beschlossen, auch hierzu einen Projekteingabe zu machen, wobei das Projekt in der Erarbeitung eines Grundlagenpapiers durch eine gesundheitsökonomische Fachperson besteht.

Neue Mitglieder dieser AG sind *Rolf Huck* (Geschäftsführer Krebsliga Zürich) und *Brigitte Baschung* (stv. Geschäftsführerin und Leiterin der psychosozialen Programme der KLS). Die nächste AG-Sitzung findet Mitte März statt.

Weitere Informationen:
heloise.martino@sbap.ch

SGPP-Jahreskongress 2013 und 5. Kongress der Psy-Verbände Schweiz

Reservieren Sie sich schon jetzt den 11. bis 13. September 2013: An diesen drei Tagen findet der traditionelle Jahreskongress der Schweizerischen Gesellschaften für Erwachsenen- und für Kinder- und Jugendpsychiatrie statt – und zwar diesmal gemeinsam mit den

Berufspolitische News

Schweizer Psychotherapie-Verbänden SBAP., FSP und ASP. Am diesjährigen Kongress, der sich am Ufer des Genfersees in Montreux ereignen wird, stehen «Übergänge – eine Herausforderung» im Fokus. Nebst den Hauptreferaten von renommierten PsychologInnen und PsychiaterInnen, wie SBAP.-Preisträgerin Dr. med. Dr. psych. *Evelin Gerda Lindner*, Prof. Dr. *Susann Heenen-Wolff* (Brüssel) und Prof. em. *Philippe Jeammé* (Paris), werden diverse Workshops und Symposien angeboten. Das definitive Programm ist auf der Kongress-Website abrufbar. Alle Informationen sowie Online-Registrierung finden Sie unter www.swisspsychology.ch. SBAP.-Mitglieder profitieren von einer vergünstigten Kongressgebühr, und für Schnellentschlossene gelten bis Ende Juni «Early Bird»-Tarife – ein Grund mehr, sich diese spannende Veranstaltung nicht entgehen zu lassen!

Heloise Martino

Nouveautés du conseil

Nouveau membre du Conseil

Nous sommes ravis que Lianne Fravi se mette à la disposition du Conseil de notre association.



Lianne Fravi est hôtelière-restauratrice diplômée fédérale ES et experte en tourisme EPS, ainsi que spécialiste en ressources humaines avec brevet fédéral. En 2010, elle a terminé avec succès ses études de psychologie appliquée spécialisée en conseil et formation professionnelle à la ZHAW. Un an auparavant, elle obtenait le prix de reconnaissance de la fondation IAP pour l'excellence de son travail de diplôme: « Un couple dans la vie professionnelle et privée. Ressources et défis dans les relations personnelles et professionnelles de tous les jours d'une directrice d'hôtel – une étude exploratoire. » Elle est actuellement en formation postgrade en thérapie systémique à l'IEF et travaille à son cabinet « Haus 28 » à Affoltern am Albis. Avec impatience, nous attendons la parution prévue cet automne du livre de Fravi et Plattner: « Manuel pour les couples d'entrepreneurs ».

Départ de Franziska Meier

Nous remercions sincèrement Franziska Meier pour son implication dans le Conseil au niveau du ressort Alumni (anciens élèves). Nous nous souvenons avec plaisir du magnifique bal au Belvoirpark! La mission de Franziska n'était et n'est pas facile. Nous la remercions beaucoup pour sa patience

Informations sur la politique professionnelle - mars 2013

et sa persévérance. Sa gaieté et son humour nous manqueront!

Loi sur les professions de la psychologie (LPsy)

La loi sur les professions de la psychologie entre en vigueur au printemps. Voici un aperçu des points principaux.

Objectif de la LPsy:

- La protection de la santé
La garantie de la santé psychique est une responsabilité de l'État.
- La protection des personnes qui recourent à des prestations dans le domaine de la psychologie contre les actes visant à les tromper et à les induire en erreur..

Afin de pouvoir atteindre ses objectifs, cette loi porte sur

- les diplômes en psychologie délivrés par des hautes écoles suisses
- les exigences liées à la formation postgrade
- les conditions d'obtention d'un titre postgrade fédéral
- l'accréditation périodique des filières de formation postgrade
- la reconnaissance de diplômes et de titres postgrades obtenus à l'étranger
- les exigences liées à l'exercice de la profession de psychologue à titre d'activité économique privée, sous sa propre responsabilité professionnelle
- les conditions d'utilisation des dénominations professionnelles protégées et des titres postgrades fédéraux..

La LPsy fournit ainsi une base solide à notre profession.

La LPsy s'appuie sur l'architecture de la loi sur les professions médicales, LP-Méd, entrée en vigueur le 1.9.2007.

Qui peut faire usage de l'appellation de psychologue?

Toute personne ayant obtenu un diplôme reconnu conformément à la LPsy peut faire usage de l'appellation de psychologue. Pour les universités: licence (lic.) et master (MSc)
Pour les hautes écoles: Dipl. Psych. IAP; Dipl. Psych. FH et MSc de la haute école zhaw dép. P et FHNW APS.

Les personnes ayant un bachelor (BSc) en psychologie ne peuvent pas faire usage de l'appellation de psychologue. Cependant, le titre académique peut être utilisé.

Psychothérapie exercée par des psychologues

Qui peut faire usage de l'appellation de psychologue fédéral(e) reconnu(e)?

- Toute personne ayant acquis un titre professionnel de psychologue SBAP. ou FSP ou SPV/ASP. Si nécessaire, cette validation peut être obtenue auprès de la SBAP..
- Tout(e) psychologue qui a achevé une formation en psychothérapie postgrade accréditée et qui a reçu le certificat correspondant par le prestataire de formation.

À quel moment a-t-on besoin d'une autorisation d'exercice de la profession?

Tout psychologue qui envisage d'exercer en indépendant, doit obtenir une autorisation cantonale d'exercice de la profession dans le canton approprié. La condition professionnelle est remplie lorsqu'un titre de psychologue SBAP. ou FSP ou SPV/ASP psychologue fédéral(e) reconnu(e) peut être présenté.

Qu'en est-il de la reconnaissance pour la caisse-maladie et de la facturation par l'assurance de base?

Les associations de psychologues suisses et l'OFSP conviennent que le statut de la psychothérapie exercée par des psychologues est au cœur du débat et doit être discuté en profondeur.

Le Conseil fédéral l'a également constaté. En réponse à la question parlementaire de Mme CN Prelicz-Huber, il a notamment confirmé que les différents modèles d'autorisation de facturation de prestations dans la LAMal seraient examinés.

Notre contribution à la tâche gouvernementale d'assurer la santé mentale de la population nous tient à cœur. Nous donnons également une importance équivalente au traitement des maladies mentales et somatiques. En

Titel

Info

raison du manque de psychiatres, les psychothérapeutes psychologues occupent de plus en plus de postes de médecins assistants, voire même de médecins chefs dans les institutions psychiatriques. Toutes les parties prenantes en sont satisfaites, car les psychothérapeutes psychologues sont dûment qualifiés et également soumis au code de déontologie et au principe WZW.

Dans son article 5, la LPsy régit la formation postgrade des psychothérapies exercées par des psychologues de manière à ce que les diplômé(e)s puissent exercer en responsabilité propre. La LPsy définit enfin clairement les normes de qualité des psychothérapies exercées par des psychologues. Nous pensons ainsi qu'il est de notre droit et logique que nos prestations soient intégrées au catalogue de l'assurance de base.

La psychothérapie déléguée doit être remplacée par un modèle sur ordonnance médicale.

Il ne se passe pas de semaine, sans qu'au bureau de la SBAP., les rapports de dépendance du psychologue à l'égard du médecin dans le cadre du modèle actuel de « psychothérapie déléguée » ne fassent l'objet de discussions intenses.

Le modèle sur prescription ou sur ordonnance médicale, actuellement étudié et discuté, doit corriger ce rapport de dépendance en plaçant sur un pied d'égalité les médecins prescripteurs et les psychothérapeutes psychologues. Ce modèle sur prescription médicale apportera également plus de transparence aux caisses maladie. Les prestations seront facturées par le fournisseur lui-même. Le droit de libre décision des patient(e)s sera élargi. Ils/Elles pourront choisir un(e) psychothérapeute fédéral(e) reconnu(e) et ne seront plus adressé(e)s à un(e) psychothérapeute travaillant par délégation et subordonné(e) au médecin.

Il reste encore quelques détails et questions à clarifier concernant ce modèle, tels que:

– Qui peut prescrire une psychothérapie chez un psychologue psychothé-

rapeute? tous les médecins? les médecins généralistes? les spécialistes en psychiatrie et en psychothérapie?

– La structure tarifaire pour la psychothérapie effectuée par un psychologue. Fondamentalement, la psychothérapie médicale ne diffère pas de la psychothérapie exercée par un psychologue. Appliquera-t-on donc un même tarif pour une prestation identique?

Pourquoi l'entrée en vigueur de la LPsy n'entraîne-t-elle pas simultanément l'intégration à l'assurance de base?

La LPsy crée les bases pour une intégration dans l'OPAS de la psychothérapie exercée par les psychologues, à l'aide d'une modification de la réglementation. Cette conception requiert cependant des accords avec les caisses maladie, les assurances, les administrations et les médecins.

Aspects

de la politique professionnelle

L'entrée en vigueur de la LPsy est souvent évoquée dans les médias (www.sbap.ch/service/news.php). Il n'aura pas échappé aux lecteurs et lectrices attentifs que certaines caisses maladie ne voient aucune nécessité de réglementation. Elles s'opposent à la possibilité pour les psychothérapeutes psychologues de facturer via l'assurance de base. Parmi les médecins, les réactions sont plus hétérogènes: certains souhaitent mettre un terme à la délégation nécessitant beaucoup de tâches administratives – les autres craignent pour leurs honoraires.

Les résultats du relevé structurel seront importants pour les débats relatifs aux coûts avec les caisses

maladie et l'Office fédéral de la santé publique. L'intégration de la psychothérapie exercée par des psychologues dans l'assurance de base entraînera des coûts.

Ce n'est pas tout à fait évident, mais cela ne sera toutefois moins important que certains médias et blogs le suggèrent!

Der SBAP. hat die grösste Erfahrung in der Vertretung der Anliegen der Psychologie und der Organisationspsychologie. In der SBAP. sind BSc-Psychologinnen und -psychologen, die nicht nur von den caisses maladie, sondern auch von den caisses maladie et l'Office fédéral de la santé publique. L'intégration de la psychothérapie exercée par des psychologues dans l'assurance de base entraînera des coûts.

Nouveautés politique professionnelle

ner des coûts encore plus élevés. En informant le public sur cette réalité et la nécessité de soigner correctement les maladies psychiques, vous contribuerez à éliminer les préjugés concernant les coûts.

Protestation contre le titre d'accompagnateur/accompagnatrice des processus de changement et de développement

La FSP et la SBAP. ont protesté auprès de l'Office fédéral de la formation professionnelle et de la technologie (OFFT) contre l'octroi du titre et du brevet fédéral « d'accompagnateur des processus de changement et de développement ».

Le 21.11.2012, l'OFFT a invité toutes les personnes qui ont soulevé des objections contre ce titre et le brevet fédéral à une négociation sur ces objections.

Nous considérons que ce brevet fédéral, dans sa traduction anglaise *Coach with Federal Diploma of Professional Education and Training*, est un « emballage trompeur » – pour citer la formulation juste d'un représentant de hautes écoles.

Les représentants de l'OFFT ont reconnu in fine que l'OFFT ne peut, actuellement, approuver en aucun cas le titre et le règlement des examens, car l'intérêt public n'est pas garanti. Un processus de médiation a été initié. D'après la SBAP., il ne reste cependant rien à négocier. D'une part, dans l'article de la NZZ du 14.1.2013 (p. 42) aucun examen des arguments avancés n'a été signalé; d'autre part, l'OFFT a bien retenu que l'intérêt public n'est pas garanti.

Protestation conseiller/conseillère dans le domaine psychosocial

Enfin, dans le domaine psychosocial, les associations professionnelles FSP et SBAP. ont également protesté contre la reconnaissance d'un nouveau titre de conseiller/conseillère psychosocial. Les intérêts financiers des associations professionnelles FSP et SBAP. sont également concernés. Les associations professionnelles FSP et SBAP. ont également protesté contre la reconnaissance d'un nouveau titre de conseiller/conseillère psychosocial. Les intérêts financiers des associations professionnelles FSP et SBAP. sont également concernés. Les associations professionnelles FSP et SBAP. ont également protesté contre la reconnaissance d'un nouveau titre de conseiller/conseillère psychosocial. Les intérêts financiers des associations professionnelles FSP et SBAP. sont également concernés.

Nouveautés politique professionnelle

Alliance Santé Psychique Suisse (ASPS)

Une augmentation de la cotisation ainsi que des mesures d'économies ont été approuvées à l'unanimité des membres présents lors de la dernière Assemblée générale de l'ASPS, qui s'est tenue le 30 novembre 2012. Il s'agit de mesures de survie pour l'association, avait plaidé son président Hans Kurt. En 2013, la cotisation de la SBAP. augmentera en conséquence de 50%, pour s'élever à CHF 300. En outre, le secrétariat de l'ASPS implanté dans le « Drahtzug » a été dissolu. Dès cette année, Heloisa Martino prend en charge le secrétariat de l'ASPS à temps partiel (10%). Ces mesures d'assainissement doivent permettre au comité directeur de l'ASPS d'atteindre ses objectifs pour 2013. Parmi eux, la fondation d'un groupe parlementaire « Santé Psychique » : Du jamais vu en Suisse! Il est notamment prévu de sensibiliser ce groupe à IPSILON (Initiative pour la prévention du suicide en Suisse) avec le soutien actif du conseiller national Andy Tschümperlin et du conseiller aux Etats Joachim Eder.

Pour plus d'informations:
heloisa.martino@sbap.ch

Congrès annuel SSPP 2013 et 5e Congrès des Associations Psy Suisse

Réservez d'ores et déjà les journées du 11 au 13 septembre 2013. Durant ces trois jours se tiendra le congrès annuel traditionnel des sociétés suisses de psychiatrie de l'adulte et de psychiatrie de l'enfant et de l'adolescent. Avec, cette année, la participation des associations suisses de psychothérapie: la SBAP., la FSP et l'ASP. Le congrès se déroulera à Montreux, sur les bords du Lac Léman. « Les défis de la transition » seront au centre des discussions. Parmi les orateurs, il faut souligner la venue de la lauréate du Prix SBAP. Evelin Gerda Lindner docteure en médecin et en psychologie, de la professeure Susann Heenen-Wolff (Bruxelles/B) et du professeur émérite Philippe Jeammet (Paris/F). Divers ateliers et colloques seront également proposés aux participants.

Vous trouvez toutes les informations sur le déroulement du congrès ainsi que sur les conditions d'inscription sur le site officiel de la manifestation : www.swisspsycongress.ch. Les membres de la SBAP. bénéficient de frais d'inscription réduits. En outre, jusqu'au 30 juin, des tarifs « early-bird » sont offerts aux membres les plus réactifs !

H. Martino

Neue Mitglieder

Nouveaux membres

Bachmann Sheila, Zürich
Basler Werner Maja, Aarau
Chevalier Thea, Biel
Guhl Martina, Zürich
Leuenberger Andreas, Goldiwil
Ludescher Susan, Neftenbach
Müller Adrian, Frauenfeld
Maria Marta Real, Rüschtikon
Miriam Schildknecht, Rossrüti

Neue Studentenmitglieder

Nouveaux membres étudiantEs

Angerer Elisabeth, Landser (Frankreich)
Haas Tiziana, Zürich

Herzlich willkommen!

Soyez les bienvenues!

PsychologInnen SBAP.

Psychologues SBAP.

Bachmann Sheila, Zürich
Basler Werner Maja, Aarau
Chevalier Thea, Biel
Leuenberger Andreas, Goldiwil
Ludescher Susan, Neftenbach
Müller Adrian, Frauenfeld
Maria Marta Real, Rüschtikon
Miriam Schildknecht, Rossrüti

PsychotherapeutInnen SBAP.

Psychothérapeutes SBAP.

Bachmann Sheila, Zürich
Blumer Roman, Stäfa
Büchel Fernandez Sascha, Neuenhof
Chevalier Thea, Biel
Dinkelaker Petra Maria, Gaienhofen
Egli Tom, Zürich
Giacalone-Kilian Sandra, Kaisten
Leuenberger Andreas, Goldiwil
Studer Burkhard Andrea, Stäfa
Zarba Bordoni, Rosanna, Zürich

Fachpsychologe SBAP.

in Verkehrspsychologie

Psychologin SBAP. de la circulation

Urs Rüeeggger, Kandersteg

Der SBAP. gratuliert!

Félicitations!

Systemisch-lösungsorientierte Psychotherapie & Beratung

Info

Das w i l o b steht für konsequent ressourcen- und lösungsorientiertes Handeln. Und ist überzeugt, dass es hilfreicher ist, mit den Stärken von Menschen zu arbeiten als mit den Schwächen. Die Erkenntnis, dass es in der Schweiz noch keine anerkannte Weiterbildung in systemisch-lösungsorientierter Therapie und Beratung gibt, führte zu diesem Angebot. Wir sprachen darüber mit der Leiterin der w i l o b AG, Ursula Fuchs.

Sie bieten eine postgraduale Weiterbildung in Psychotherapie an mit systemisch-lösungsorientiertem Schwerpunkt. Was ist der Schwerpunkt dieser Ausbildung?

U. Fuchs: Es ist eine praxisorientierte Weiterbildung. Ziel ist es, zur Arbeit mit Einzelnen, Paaren, Familien und anderen sozialen Systemen in den unterschiedlichsten Tätigkeitsfeldern gemäss den Prämissen und Techniken des Therapiekonzeptes nach Steve de Shazer und Insoo Kim Berg zu befähigen. Hilfreiche Interventionen aus anderen Schulen der systemischen Therapie und Beratung werden zusätzlich zum Shazer/Berg-Modell vermittelt.

Das Systemisch-lösungsorientierte Verfahren geht vom Menschenbild der humanistischen Psychologie aus. Dies bedeutet, dass wir von der Annahme ausgehen, dass jeder Mensch wesentliche Ressourcen, die er für die Umsetzung seiner Ziele benötigt in sich selbst trägt. Die Ressourcenorientierung hat für die TherapeutInnen/BeraterInnen die Konsequenz, dass wir uns als HelferInnen, WegbegleiterInnen, «Hebammen» betrachten, die KlientInnen darin unterstützen dieses Wissen an den Tag zu bringen. Der Unterschied zu anderen therapeutischen Verfahren soll mit einer Geschichte von Schwing (2011, S. 11) deutlich gemacht werden. Ein alter Indianer unterhält sich mit seinem Enkel. Er sagt ihm, dass zwei Wölfe um sein Herz kämpfen würden. Der eine wolle ihn in negative Gedanken, Gefühle und Verhaltensweisen verstricken und der andere in positive. Auf die Frage des Enkels, welcher Wolf schlussendlich im Kampf um das

Herz des Grossvaters den Sieg erringen werde, antwortet dieser: Derjenige, den ich füttere. Im systemisch-lösungsorientierten Verfahren füttern wir den positiven Wolf, in dem wir den Fokus der Aufmerksamkeit auf Ziele richten und auf das, was Menschen bereits in dieser Richtung tun. Sich auf Ziele zu fokussieren, hat zur Folge, dass wir darüber nachdenken, was wir wollen, was wir anstreben, wohin wir uns entwickeln möchten, und uns nicht mit dem beschäftigen was wir nicht mehr wollen, was wir weghaben wollen, was wir möglicherweise als Problem, als ein Defizit bezeichnen. Fokussieren wir uns darauf, was wir an Gelingendem bereits tun, entdecken wir Ressourcen, Fähigkeiten, die wir im Alltag zur Zielerreichung bereits einsetzen. Wir beschäftigen uns also mit Gelingendem, mit Erfolgsgeschichten anstelle von negativen Erfahrungen, Unvermögen, Mangel.

Und zu welchem Titel führt die anerkannte Therapieausbildung am w i l o b?

U. Fuchs: Die Weiterbildung ist von FSP, SBAP, FMH und Systemis anerkannt und führt zur Erlangung der Fachtitel Fachpsychologin/Fachpsychologe für Psychotherapie FSP und SBAP.

Auf dem Markt gibt es viele gute Weiterbildungen. Warum sollte ich mich fürs w i l o b entscheiden?

U. Fuchs: Unsere zahlreichen DozentInnen bringen alle sehr viel Erfahrung und Wissen sowohl in der ressourcen- und lösungsorientierten als auch in der systemischen Denkweise mit. So dozieren nur namhafte DozentInnen wie z.B. Dr. Gunther Schmidt, Prof. Dr. Uli Clement, Jürgen Hargens, Dr. Luc Isebaert, Dr. Theres Steiner, u.v.m. Unsere Weiterbildung umfasst mehr Stunden als die meisten anderen Angebote auf dem Markt. Das Preis-/Leistungsverhältnis ist einmalig. Zumal wir im Curriculum mit je 100 Stunden Einzelselbsterfahrung und Einzelsupervision rechnen. Dann ist sicher auch zu erwähnen, dass das w i l o b zu den

ausgewählten Instituten gehört, welche die provisorische Akkreditierung gemäss Psychologieberufegesetz erhalten haben.

Da wir von Zahlen sprechen, wie viel muss ich in diese Ausbildung investieren?

U. Fuchs: für die 2218.5 Stunden beziehungsweise 74.0 ECTS-Punkte müssen Sie bei uns mit dem Aufnahmeverfahren und dem Abschlusskolloquium Total Fr. 22990.– bezahlen (ohne Einzelsupervision und Einzelselbsterfahrung).

Und wenn das für mich zu viel ist?

U. Fuchs: Steve de Shazer sagte: «Wenn etwas gut funktioniert, mach mehr davon!» Und da wir diese Überzeugung teilen, bauen wir unser Kursprogramm laufend aus. Unter www.wilob.ch erfahren Sie mehr.



Hendschikerstrasse 5,
5600 Lenzburg,
Tel. 062 892 90 79
Fax 062 892 90 78
www.wilob.ch

Krankheitsbild Essstörung

Katherina Giesemann (Hg.): Hungern im Überfluss

«Hungern im Überfluss»: Das hier anklingende Paradoxon verweist auf ein verstörendes Phänomen. Wie kommt es, dass sich (meist junge) Menschen buchstäblich zu Tode hungern in einer Zeit des überreichen Nahrungsangebotes? Wie ist es möglich, dass (meist) Frauen oft jahrelang in einen leidvollen Zirkel rund um das Essen verstrickt sind und, trotz besserem Wissen und fachlicher Unterstützung, nicht daraus herausfinden? Wie können wir dieses komplexe Krankheitsbild verstehen? Gibt es Möglichkeiten, den Betroffenen zu helfen?

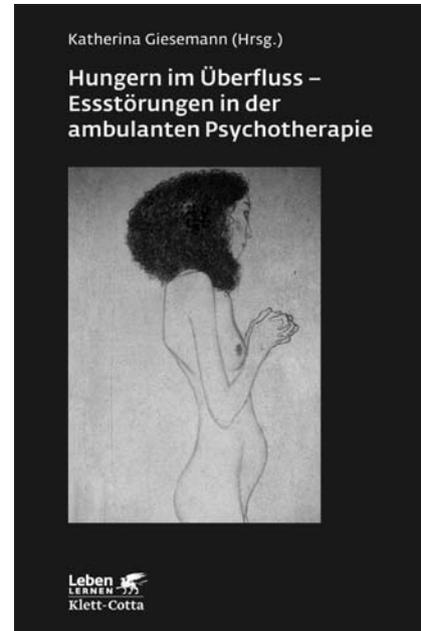
Katherina Giesemann, Münchner Psychoanalytikerin und Fachärztin für Psychosomatische Medizin, geht zusammen mit elf weiteren ExpertInnen in dem von ihr herausgegebenen Buch solchen Fragen nach. Erfahrene Psychotherapeuten, Hausärzte, Gynäkologen, Pädiater und Ernährungsberater haben dieses «Arbeitsbuch» verfasst. Elf Beiträge zeigen dem Leser ein facettenreiches Spektrum des im Grunde rätselhaften Krankheitsbildes der Essstörung und vermitteln Einsichten in verschiedene Verstehens- und Behandlungsweisen.

Der erste Teil ist den psychotherapeutischen Ansätzen gewidmet. Spannend liest sich der von grosser Empathie geprägte Beitrag von Katherina Giesemann über die psychodynamische Psychotherapie bei psychogenen Essstörungen; die darin enthaltene Falldarstellung und das Nachdenken der Autorin über

die Übertragungs- und Gegenübertragungspänomene in der Interaktion mit ihrer Klientin sind schlicht brillant. Auch die vier weiteren Artikel zu den psychotherapeutischen Verfahren sind bemerkenswert: so zum Beispiel das von Claudia Starke verfasste Kapitel über den familientherapeutischen Zugang zum Krankheitsbild Essstörung.

Der zweite Teil befasst sich mit der Anamnese und Differentialdiagnostik von Essstörungen. Der ausführliche Beitrag von Annette Imann-Steinhauer reicht in seiner Klarheit und seinem profunden Wissen an die Klassiker unter den psychiatrisch-psychotherapeutischen Lehrbüchern heran. Die Lektüre ist meines Erachtens ein Muss für alle, die sich in irgendeiner Weise mit dem Thema «Essstörungen» befassen: Laien, Fachleute – und nicht zuletzt die Betroffenen selbst.

Der dritte Teil hat die ärztliche Versorgung und Beratung zum Thema. Hier berichten die Praktiker, die anhand beobachteter somatischer Veränderungen oft als Erste die Zeichen der Krankheit erkennen. Der Hausarzt Joachim Strüngmann gibt in seinem Artikel nicht nur eine verständliche Übersicht über frühe Indizien einer Essstörung; er bringt auch die erforderliche ethische Einstellung des Arztes im Umgang mit an einer Essstörung leidenden Patientin auf den Punkt; «beharrlich, mit unerbittlicher Güte» soll der Arzt der Patientin begegnen. Ebenso wichtige Impulse gibt ein



Katherina Giesemann (Hg.): Hungern im Überfluss – Essstörungen in der ambulanten Psychotherapie. Klett-Cotta, Stuttgart 2012, 270 Seiten, Fr. 39.90, ISBN 3-608-89121-8. ZHAW/IAP, Zürich

Kapitel über die gynäkologischen und sexualmedizinischen Aspekte bei Essstörungen. Besonders hervorzuheben sind Margret Zieglers detaillierte Beobachtungen und Beschreibungen von frühkindlichen Fütterstörungen, aus denen die Autorin erhellende ätiologische Überlegungen zur Entstehung von Essstörungen im späteren Lebensalter darlegt.

Judith Lengwiler

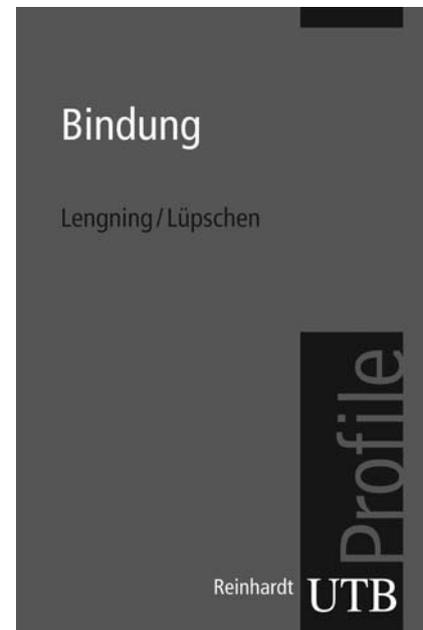
Wurzeln und Flügel

Anke Lengning, Nadine Lüpschen: Bindung

Anke Lengning, Diplompsychologin und Vertretungsprofessorin für Entwicklungspsychologie an der Technischen Universität Dortmund, sowie Nadine Lüpschen, Erzieherin und wissenschaftliche Mitarbeiterin, ebenfalls an der TU Dortmund, fassen sich klar, konzise und verständlich. Sie legen ein handliches einführendes Werk vor, das sie in drei Abschnitte aufteilen: Einführung, Hauptteil, Anhang. Der Hauptteil des Buches ist wiederum in fünf Kapitel gegliedert. Beeindruckend ist die didaktische Führung durch das Buch: Kurzzusammenfassungen zu Beginn jedes Kapitels, speziell ausgezeichnete Definitionen und Merksätze, verständliche Beispiele, Hinweise auf Internetadressen und weiterführende Literatur. Das Buch kann auch interessierten Laien dienlich sein, sind doch der Aufbau und das Halten von Bindung elementar für die menschliche Entwicklung. Im Folgenden eine Übersicht über die fünf Hauptkapitel: Im ersten Kapitel führen die Autorinnen in die Anfänge zur Bindungstheorie (Bowlby) ein, in-

tegrieren aber auch neue Forschungsergebnisse. Daraus geht hervor, dass die primäre Bezugsperson dem Kind als sichere Basis (Secure Base) dient, von der aus es seine Umwelt spielerisch erkunden und bei Unsicherheit oder Gefahr zu ihr zurückkehren kann. Im zweiten Kapitel gehen die Autorinnen auf verschiedene Verfahren zur Erfassung der Bindungsqualität bzw. der Bindungsmuster ein. Dabei heben sie hervor, dass es nicht einfach ist, ein Verfahren auszuwählen. Es gebe zahlreiche weitere Aspekte, die ebenfalls Beachtung finden sollten. Das heisst, die Auswahl eines Verfahrens sollte mit Bedacht getroffen werden.

Dem Zusammenhang von Bindung und Emotionen widmen Lengning und Lüpschen das dritte Kapitel. Die Autorinnen: «Eine sichere Bindung geht eher mit einer effektiven und eine unsichere Bindung eher mit einer ineffektiven Emotionsregulation einher.» «Kann Bindung auch pathologisch sein?» So der Titel des vierten Kapitels, das diagnostisch ausgerichtet ist. Es können zwei Typen von Bindungsstö-



Anke Lengning, Nadine Lüpschen: **Bindung.** Ernst Reinhardt Verlag, München 2012, 111 Seiten, Fr. 19.50, ISBN 978-3-8252-3758-5.

rungen unterschieden werden: der gehemmte Typus (DSM-IV-TR) bzw. die reaktive Bindungsstörung (ICD-10) und der ungehemmte Typus (DSM-IV-TR) bzw. die Bindungsstörung mit Enthemmung (ICD-10). Für die Frage nach der Ursache von Bindungsstörungen sollen soziale, psychologische und biologische Faktoren einbezogen werden.

Im fünften Kapitel zeigen Lengning und Lüpschen, wie eine sichere Bindung gefördert werden kann. Dabei werden verschiedene Präventions- und Interventionsprogramme vorgestellt: «Kreis der Sicherheit» (Circle of Security, COS), «Steps Toward Effective Enjoyable Parenting» (STEEP) und das Programm «Sichere Ausbildung für Eltern» (SAFE).

So bleibt es wohl immer dabei, aufmerksam abzuschätzen und sich einzufühlen, was Kinder benötigen, wie dies eingangs der Publikation mit Goethe zitiert wird: «Zwei Dinge sollen Kinder von ihren Eltern bekommen: Wurzeln und Flügel.»

Barbara Leu, Fachpsychologin für Psychotherapie SBAP, Dipl. Berufs- und Laufbahnberaterin

psychotherapieausbildung.ch

Institut für Ökologisch-systemische Therapie



Weiterbildung in Psychotherapie mit systemischem Schwerpunkt 2013 - 2015

Von der FSP, SBAP, SGPP und systemis sowie von der Gesundheitsdirektion des Kantons Zürich anerkanntes Curriculum

Beginn: 28. August 2013

Nächster Einführungskurs: 08. – 09.03.2013

Weiterbildung in systemischer Paartherapie

7 Module und Supervision, 15 Monate

Beginn: 20. März 2014

Fortbildungskurse

- 17. – 18.04.2013: **Krisenintervention und Suizidprävention**
Gregor Harbauer, Ruedi Schweizer
- 29. – 30.04.2013: **Hypnose Essentials**
Manfred Prior
- 29. – 30.05.2013: **Scham und Peinlichkeit**
Ortwin Meiss
- 06. – 08.09.2013: **Crucible therapy in common sexual dysfunctions**
David Schnarch, Ruth Morehouse
- 19. – 21.09.2013: **Familienstellen**
Ruth Allamand

Weiter- und Fortbildung in systemischer Therapie

Klosbachstrasse 123, CH-8032 Zürich, +41 (0)44 252 32 42

sekr@psychotherapieausbildung.ch; www.psychotherapieausbildung.ch

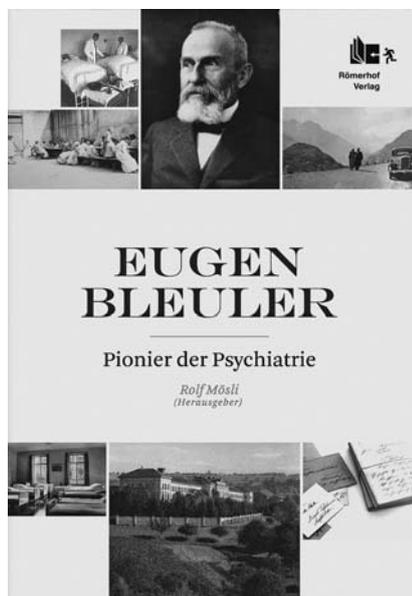
Eine lebendige Monographie

Rolf Mösli (Hg.): Eugen Bleuler – Pionier der Psychiatrie

Der Schweizer Psychiater Eugen Bleuler (1857–1939), Direktor der Kantonalen Zürcher Irrenheilanstalt Burghölzli (heute: Psychiatrische Universitätsklinik Zürich, PUK) und Professor für Psychiatrie an der Uni Zürich, war ein vielseitig engagierter Kliniker und Forscher, dessen Respekt vor dem Anderssein seiner schwerkranken Patienten und dessen Mut, sich auf die umstrittenen neuen Ideen von Sigmund Freud einzulassen, zu einer eigentlichen psychiatrischen Revolution geführt haben.

Rolf Mösli, verdienstvoller Herausgeber und Mitautor des vorliegenden Sammelbandes, hat selber viele Jahre als Psychiatriekrankenpfleger am Burghölzli gearbeitet. Während Jahrzehnten ist er den Spuren Eugen Bleulers und der Zürcher Psychiatriegeschichte in den Archiven im Inland und Ausland nachgegangen. Neben aufschlussreichen Dokumenten, neben Briefen, Photographien und weiteren Bildmaterialien konnten zahlreiche traditionelle Behandlungsmittel wie Zwangsjacken, Gurte und ein Deckelbad sichergestellt werden. In den 1980er Jahren initiierte der begeisterte Sammler die Einrichtung eines psychiatriegeschichtlichen Museums am Burghölzli.

Der vorliegende Reader befasst sich mit der Bedeutung von Eugen Bleuler auf dem Weg zu einer Psychologisierung der Psychiatrie, wobei es Mösli ein besonderes Anliegen ist, die menschlich-emotionale Seite des grossen Psychiaters und dessen Umfeld für die LeserInnen spürbar zu machen. Der Autor trägt eine persönliche Chronologie der Burghölzli-Geschichte bei. Selber Gewerkschafter, verschafft er einen eindrücklichen Einblick in den Alltag der Patienten und in die Arbeitsbedingungen des früheren Wartpersonals, wobei er Wärter wie Patienten selber zu Wort kommen lässt. Daniel Hell, ehemaliger Burghölzli-Direktor (1991–2009), gibt einen Überblick über Bleulers bäuerliche Herkunft, dessen Kindheit und Jugend, und stellt diese in einen Zu-



Rolf Mösli (Hg.): Eugen Bleuler – Pionier der Psychiatrie. Römerhof Verlag, Zürich 2012, 208 Seiten, Fr. 44.–, ISBN 3-905894-12-2.

sammenhang mit dessen Berufswahl und dessen anteilnehmendem, um Verständnis ringendem Zugang zu psychisch schwerkranken Menschen. Bleuler wurde in Zollikon bei Zürich geboren, damals ein kleines Bauerndorf mit viel Rebbau. Während seiner Gymnasialzeit erkrankte seine einzige Schwester Anna Paulina (1852–1926) an Dementia praecox – heute wird diese Krankheit als Schizophrenie bezeichnet, ein Begriff, den Bleuler geprägt hat. Bleuler studierte Medizin und wurde Psychiater. Persönlich zurückhaltend, kümmerte er sich engagiert und einfühlsam um seine PatientInnen, um ihre körperlichen Beschwerden, ja als Direktor der psychiatrischen Klinik Rheinau arbeitete er sogar mit ihnen zusammen auf dem Felde. Als einer der ersten Psychiater hörte Bleuler seinen schizophränen PatientInnen genau zu, notierte unablässig auf kleinen Zetteln, was sie erzählten, und versuchte, den Sinn der wahnhaften Reden, des scheinbar bizar-



Michael Schröter (Hg.): Sigmund Freud – Eugen Bleuler. «Ich bin zuversichtlich, wir erobern bald die Psychiatrie». Briefwechsel 1904–1937. Schwabe Verlag, Basel 2012, 287 Seiten, Fr. 48.–, ISBN 3-7965-2857-0.

ren Verhaltens zu ergründen. Paul Hoff beschäftigt sich mit dem Einfluss von Eugen Bleuler auf die Psychiatriegeschichte. Als Bleuler im April 1908 an einem Kongressvortrag erstmals den Begriff «Schizophrenie» verwendete, läutete er einen Paradigmenwechsel in der Psychiatrie ein, der ihn innert kurzer Zeit international bekannt machen sowie das Gesicht der Psychiatrie nachhaltig verändern sollte: nämlich von Krapelins Dementia praecox als distanzierender Aussensicht zu Bleulers neuer Schizophrenielehre, die auf verstehender Anteilnahme am kranken Menschen basiert. Bleuler konnte zeigen, dass schizophrene Menschen nicht an einem vorzeitigen (praecoxen) geistigen Abbau (Demenz) erkrankt seien, der unumkehrbar in geistige Umnachtung führt. Vielmehr sei «die Zerreissung oder Spaltung der psychischen Funktionen ein hervorragendes Symptom der ganzen Gruppe». Schizophrene Menschen, so Bleuler, blieben innerlich lebendig

Take a sad song and make it better

Konrad Peter Grossmann: Langsame Paartherapie

Paarprobleme entstehen meist nicht von heute auf morgen. Dasselbe gilt für den professionell begleiteten Weg zurück zu einer erfüllten Beziehung: Paartherapie setzt einen Lernprozess in Gang, der seine Zeit braucht.

Konrad Peter Grossmann ist Dozent an der Uni Klagenfurt und Mitarbeiter der Ambulanten Systemischen Therapie in Wien. Sein Buch ist in vier Teile gegliedert. In den «theoretischen Grundlagen» geht der Autor auf die Besonderheiten der Paartherapie und des partnerschaftlichen Lebens ein und erläutert partnerschaftliches Unglück am biopsychosozialen Modell. Im praktischen zweiten Teil geht es um die Gestaltung der Therapiebeziehung und des Settings sowie den Therapieprozess. Wege der Verwandlung stellen den dritten Teil des Buches dar. Die Lesenden erhalten hier Einblick in Methoden und Beispiele, wie Paare wieder zueinander finden und sich auf einer weniger defizitorientierten Ebene begegnen können, wie offene Kommunikation ermöglicht wird. Anhand zahlreicher Fallbeschreibungen beschreibt Grossmann Möglich-

keiten der Überwindung von Stressbelastungen bei Paaren.

Kritisch geht er im vierten und letzten Teil auf thematische Felder der Paartherapie ein und schreibt über Paartherapie im Kontext von sexuellem Unglück, Gewalt und Untreue. Er beendet das Buch mit den Grenzen der Paartherapie – den Grenzen von Paaren, aber auch den Grenzen von Therapeuten. Angereichert wird das Buch durch Beispiele aus der Erfahrung des Therapeuten und Autors sowie durch Songtextauschnitte berühmter Lovesongs – im Titel dieses Beitrags etwa «Hey Jude» von den Beatles.

Dem Autor ist es gelungen, sehr viel Wissen in diesem Buch zu konzentrieren – sei es theoretisches Hintergrundwissen oder auch Wissen, das auf praktischer Erfahrung gründet. Dieses Buch lässt sich nicht einfach nebenbei lesen, sondern bedarf der vollen Aufmerksamkeit, was sich dann aber auch bezahlt macht. Tiefere Einblicke, hie und da eine etwas weniger umständliche Sprache oder auch Erfahrungen des Autors, die ihn an seine Grenzen brachten, hätte ich mir manchmal gewünscht.



Konrad Peter Grossmann: Langsame Paartherapie. Carl Auer, Heidelberg 2012, 190 Seiten, Fr. 35.40, ISBN 3-89670-855-4.

Wer mit Paaren oder in Mehrpersonensettings arbeitet, sollte dieses Buch lesen! Stefanie Pfister

und in vielem verständlich, wenn man feinfühlig, respektvoll und geduldig mit ihnen umgehe. Auch sei der Prozess der Erkrankung nicht umkehrbar.

Mit Eugen Bleuler hatte sich erstmals ein Hochschulprofessor auf die neuen, umstrittenen Lehren vom unbewussten Seelenleben des Wiener Nervenarztes Sigmund Freud eingelassen. Bleuler begeisterte sich so für die Psychoanalyse, weil er überzeugt war, mit ihrer Hilfe den Schlüssel zum Verständnis der wahnhaften Rede seiner schizophoren PatientInnen und ihre Symptome endlich zu verstehen. Er sorgte an seiner Klinik für ein psy-

choanalysefreundliches Klima, und die späteren Führungskräfte der Psychoanalyse wurden beinahe allesamt bei Bleuler ausgebildet. Als weitere, von Bleuler geprägte Begriffe nennt Hoff «Ambivalenz», «Ambitendenz» und «Autismus». Neben Beiträgen zu Bleulers Leben und Werk enthält der vorliegende Band auch Texte von Bleuler selber, Aussagen von Zeitgenossen, ferner Erinnerungen von Familienangehörigen, aber auch Beiträge zur Geschichte der bleulerschen Klinik – beispielsweise Gottfried Kellers Beschreibung der «Weihnachtsfeier im Irrenhaus 1879». Ein Reichtum an grösstenteils noch nie veröffent-

lichten Photographien ergänzt die spannende Lektüre.

Ebenfalls kürzlich erschienen ist die lange erwartete Korrespondenz «Sigmund Freud – Eugen Bleuler. <Ich bin zuversichtlich, wir erobern bald die Psychiatrie>», wissenschaftlich schwergewichtig herausgegeben von Michael Schröter. Die Freud-Rezeption am Burghölzli, die Konflikte zwischen Wien und Zürich, lassen sich hier am Originalmaterial nachverfolgen – und bilden eine interessante Parallellektüre zu Rolf Möslis Monographie.

Sabine Richebächer,
Psychoanalytikerin und Autorin,
Zürich

- 09.03.2013 **Juristische Informationen zu: PsyG;** Familienrecht; Erwachsenenschutzrecht; Fragen aus dem Publikum. Referent: RA Beat Messerli Zeit: 9–12 Uhr Ort: ZHAW, Merkurstrasse 43, 8032 Zürich
- 19.03.2013 **62. Mitgliederversammlung.** Linde Oberstrass, Universitätsstrasse 91, 8006 Zürich. Ab 18 Uhr Apéro zu Klängen von Sämi Messerli; 19 Uhr Beginn Mitgliederversammlung
- 09.04.2013 SBAP. Ethik-Forum. Leitung: Dr. Peter A. Schmid. Zeit: 19–21 Uhr Ort: ZHAW, Merkurstrasse 43, 8032 Zürich
- 22.05.2013 **Forum 13.** Gäste herzlich willkommen! Thema: Von der Praxis für die Praxis zum Thema Autismus Referentin: Marianne Schweizer, Psychologin und Autismusberaterin Zeit: Ab 18 Uhr Apéro. 19 Uhr Referat. Ort: Linde Oberstrass, Universitätsstrasse 91, 8006 Zürich
- 08.06.2013 **Fortbildung Notfallpsychologie** mit Prof. Dr. Gernot Brauchle. Thema: Resilienz und posttraumatische Reifung. Zeit: 10–13 Uhr. Ort: Linde Oberstrass, Universitätsstrasse 91, 8006 Zürich. Anmeldungen an info@sbap.ch Kosten: Mitglieder 30 CHF; Nicht-Mitglieder 40 CHF; Stud. 20 CHF
- 20.09.2013 **REGA-CENTER** Zürich-Flughafen. Betriebsbesichtigung mit Referat. Zeit: 17.45-19.45 Uhr Ort: Rega-Center Zürich-Flughafen. Anfahrt: <http://www.rega.ch/de/einsatz/einsatzbasen/rega-center.aspx>. Verbindliche Anmeldung an info@sbap.ch. Teilnehmerzahl begrenzt!

Redaktion/rédaction:

Heidi Aeschlimann
Gülbin Erogul
Grégoire Jotterand
Heloisa Martino
Claudio Moro
Sabine Richebächer

Autoren/auteurs:

Heidi Aeschlimann
Alexander Braun
Susanne Fröhlich-Rüfenacht
Iona Latu
Judith Lengwiler
Barbara Leu
Heloisa Martino
Claudio Moro
Stefanie Pfister
Sabine Richenbächer
Aline Rousselot
Barbara Schmutz
Hartmut Schulze
Rahel Steppacher
Daniel Süess
Matthias Erik Weber
Ekaterina Viktoria Weder
Theo Wehner
Harald Welzer

Inserate/Beilagen/annonces:

SBAP. Geschäftsstelle

Auflage/édition:

1400 Exemplare/exemplaires

Redaktionsschluss/bouclage:

Nr. 2/2013: 12. April/avril 2013

Layout:

Helmut Estermann
Druck und Ausrüsten/imprimé:
Druckerei Peter & Co., Zürich

Lektorat/lectorat:

Thomas Basler, Winterthur
Grégoire Jotterand, Fribourg

Konzept und Gestaltung/concept:

greutmann bolzern zürich

Adresse:

SBAP. Geschäftsstelle
Vogelsangstrasse 15
8006 Zürich
Tel. 043 268 04 05
Fax 043 268 04 06
info@sbap.ch
www.sbap.ch