

# PSYCHOLOGIE HEUTE

PSYCHOLOGIE  
HEUTE

DEZEMBER 2024



## So wird es leichter mit den Eltern

Wolfgang Schmidbauer über  
gegenseitige Erwartungen und die  
Bereitschaft, einander loszulassen

**Wege zum Glück**  
Geld, Meditation  
oder Gutes tun?

**Gesund werden**  
Warum wir dafür  
mehr Zeit brauchen

**Gewalt zu Hause**  
Warum Frauen  
nicht gehen

BELTZ 51. JAHRGANG D6940E 978-3-407-48252-5 € 8,50 / SFR 11,50

# Editorial



## Liebe Leserinnen und Leser

**E**motionaler Weihnachtswerbespot“ heißt das Genre, und in Deutschland haben es vor allem Lebensmittelketten wie Edeka, Penny oder Aldi seit einigen Jahren besetzt. Thomas Heller ist Religionspädagoge, Privatdozent an der Friedrich-Schiller-Universität Jena, und er hat die Weihnachtswerbespots der Lebensmittelhändler auf ihre Bedeutung hin untersucht. Formal verbindet diese Filme, so Heller, dass sie handwerklich sehr gut produziert sind und dass sie keine Werbung für Produkte machen, sondern versuchen, durch emotionale Geschichten die jeweilige Marke mit Gefühlen aufzuladen.

Angefangen hat es mit *#heimkommen*, dem Werbespot von Edeka zum Weihnachtsfest 2015, 70 Millionen Mal haben sich Menschen ihn seitdem auf YouTube angeschaut. Die Handlung: Ein älterer Mann versucht jedes Jahr aufs Neue, seine Kinder und Enkelkinder zum Weihnachtsfest bei sich zu versammeln, doch die sind stets verhindert, stets feiert er allein. Schließlich verschickt er seine eigene Todesanzeige an die drei Kinder, alle reisen zur vermeintlichen Trauerfeier an. Und sind überglücklich, den Vater und Großvater lebend vorzufinden, es weihnachtet und man sitzt an der Tafel und isst gemeinsam.

„Vordergründig drehen sich die Spots um ganz unterschiedliche Themen, die die Gesellschaft bewegen“, erklärt

Heller mir. „Klimaerwärmung, KI, Umgang mit den Coronabeschränkungen. Aber wenn man etwas tiefer schaut, ist bei jedem Spot der Fluchtpunkt die Familie.“

Beispiel: *Drip, der Schneetropfen*, ein Film von Edeka aus dem Jahr 2021, hier steht ein Regentropfen im Mittelpunkt, der es wegen zu hoher Temperaturen nicht schafft, zur Schneeflocke zu werden, er zerschellt an einer Fensterscheibe. „Da geht es auf den ersten Blick natürlich um Klimaerwärmung“, so Heller. „Aber hinter der Fensterscheibe sitzt dann doch wieder die glückliche Familie, die am Weihnachtstisch ihre Brötchen und ihre Möhren vom Lebensmitteleinzelhandel genießt.“

Der einzige normative Bezugspunkt ist die Familie – „und damit die an Weihnachten zusammenkommt, muss man alles überwinden. Tausende von Kilometern Anreise – für die Narration kann die Entfernung gar nicht groß genug sein. Nachhaltigkeit? Egal! Und selbstverständlich darf man auch die eigenen Kinder anlügen, um alle an einen Tisch zu bringen.“ Alles ist erlaubt, Hauptsache die Familie ist versammelt: „Aggressiv inklusiv“ wird das mitunter in der Literatur genannt“, führt Thomas Heller aus. Und kritisiert sowohl das gezeigte Familienbild – die bürgerliche, heteronormative, glückliche Kernfamilie – als auch die enormen Erwartungen der Spots an das Familienleben.

Denn der Alltag in Familien ist oft kompliziert: Erwachsene Kinder, die nach der – ausbleibenden – Anerkennung von Vater und Mutter suchen, Eltern, die wiederum Zuwendung und Zeit einfordern. Psychoanalytiker Wolfgang Schmidbauer schreibt in unserer Titelgeschichte, wie wir mit diesen Erwartungen umgehen können – und freier von ihnen werden (ab Seite 12). Das vollständige Interview mit Thomas Heller über Werbespots und warum Familie zur Ersatzreligion geworden ist, lesen Sie ab 22. November auf unserer Website unter [psychologie-heute.de/familie](https://psychologie-heute.de/familie). Gute Erkenntnisse und hoffentlich entspannte Wochen auf dem Weg gen Weihnachten wünscht Ihnen

Dorothea Siegle, Chefredakteurin

# Inhalt



„Nie besuchst du uns.“ „Nie siehst du mich, wie ich bin.“  
Wie wir uns von gegenseitigen Erwartungen lösen und  
gelassener werden Seite 12



Der gefährlichste Ort  
für Frauen ist das eigene  
Zuhause. „Geh doch!“,  
hören sie dann oft als Rat  
Seite 32



Auf zur Arbeit?  
Warum gesund  
werden Zeit braucht  
Seite 40

## 06 Freud & Leid

Unser Start ins Heft – hier geht  
es um Ängste, Übungsplätze  
und literarische Patientinnen

## 12 Titelthema:

**So wird es leichter mit den Eltern**  
Wolfgang Schmidbauer über gegen-  
seitige Erwartungen und die Bereit-  
schaft, einander loszulassen

## 24 Schon krank oder nur traurig?

Richtig reden über  
psychische Störungen

## 30 Therapiestunde

Wie es ist, als Therapeut  
geghostet zu werden

## 32 Geh doch!

Ein Rat, den Frauen in gewalttätigen  
Beziehungen häufig hören. Warum  
das schwer ist – und was hilft

## 38 Psychologie nach Zahlen

Fünf erstaunliche Verzerrungen  
im Körpererleben

## 40 Das letzte Drittel der Genesung

Warum wir Zeit brauchen,  
um wirklich gesund zu werden

## 46 Im Fokus:

### Klimakrise und Populismus

Über die psychologischen Muster  
des Klimaleugnens

## 52 Studienplatz

6 Seiten mit der neuesten  
Forschung aus der Psychologie

## 58 Das Porträt:

### Die Mitreißende

Sie hat in mehr als 50 Ländern  
geforscht: ein Besuch bei Kultur-  
psychologin Michele Gelfand

## 68 Wege zum Glück

### Oder doch nicht?

Für viele Strategien gibt es kaum  
Belege. Was die Glücksforschung  
wirklich weiß

## 72 Das halbe Leben

Ein Pastor über unerfüllbare  
Rollenerwartungen im Beruf

## 74 Bunt befreundet

Warum Menschen uns bereichern,  
die ganz anders sind als wir

## 80 Ist das was für mich?

Wir testen Therapie, Coaching,  
Beratungsangebote. Diesen Monat:  
die Anonymen Alkoholiker

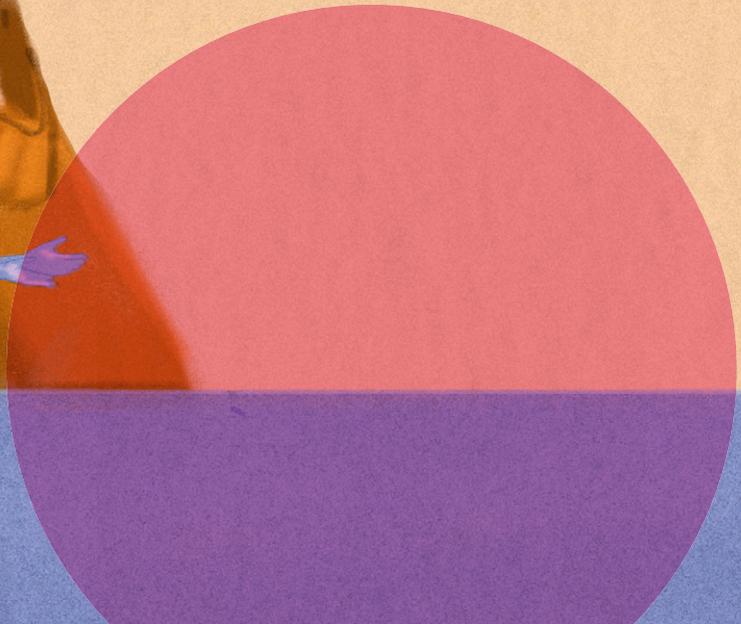
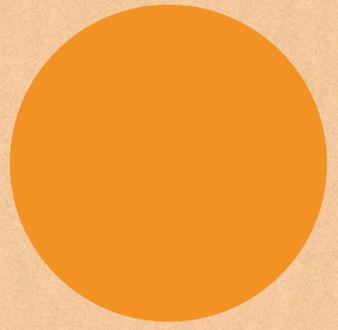
## 82 Buch & Kritik

Für Sie rezensiert: die wichtigsten  
psychologischen Neuerscheinungen

## In jedem Heft

03 Editorial / 04 Impressum  
89 Medien-Tipps / 94 Leserbrief  
95 Markt / 104 Mehr Psychologie  
Heute / 106 Vorschau

Titel



# So wird es leichter mit den Eltern

Psychoanalytiker Wolfgang Schmidbauer  
über die Erwartungen zwischen den  
Generationen und die Bereitschaft,  
einander loszulassen

Text: Wolfgang Schmidbauer  
Illustrationen: Ūla Šveikauskaitė



**A**

us der Sicht der Testpsychologie erreicht der Homo sapiens den Höhepunkt seiner Intelligenzentwicklung im Alter zwischen 14 und 16. Gleichzeitig wird er geschlechtsreif und ist körperlichen Aufgaben optimal gewachsen. In diesem Alter waren junge Erwachsene in der weitauslängsten

Periode unserer biologischen Geschichte wirtschaftlich selbständig. Sie gingen jagen und sammelten Pflanzen.

Das spiegelte die Ablösung unter sozialen Tieren: Das Milchkalb bleibt in der Nähe der Mutter. Sobald die junge Kuh Gras fressen kann, schubst die Mutter sie weg. Grasende Tiere halten Abstand, so nutzen sie die Weide optimal. Schimpansenkinder klammern sich in das Fell der Mutter. Schimpansenjugendliche klettern in die Baumkronen und pflücken selbst.

Wo es – wie bei den Tieren – nichts zu erben gibt, gibt es keine würdigen oder unwürdigen Erben. Wo alle ähnliche Ressourcen haben, fällt die drückende Abhängigkeit der Jugend von den Finanztöpfen der Eltern weg. Wo alle gleichsam Kinder der großen Mutter Natur sind, haben Eltern keine Angst, aus ihren Kindern könnte „nichts werden“; Kinder fürchten sich nicht, ihre Eltern zu enttäuschen. Das heißt nicht, dass Zärtlichkeit, Freude und Nähe in den Beziehungen fehlen.

### Von Wärme und Schuld

Wer Tiermütter beobachtet, ob es nun Hündinnen sind, Katzen- oder Affenmütter, findet sachliche Versorgung, aber keine Aufopferung. Ich habe einmal eine Makakenmutter beobachtet, die ihr Junges auf dem Rücken trug. Sie schälte sorgfältig eine Banane und verzehrte diese. Ihr Kind griff öfter nach der Leckerei, wollte etwas abhaben, bekam aber nichts. Am Ende hatte die Mutter die ganze Banane gegessen und ich mein Bild der „Affenliebe“ revidiert. Romantische Gefühle ließen sich nicht in diese Szene hineinlesen. Ich schwankte: Sollte ich die Mutter herzlos finden oder glauben, dass sie ihr Kind besser auf die Zukunft vorbereitete als ihr aufopfernder Gegenpart in der menschlichen Gesellschaft?

Wenn wir die Geschichte der Eltern-Kind-Beziehungen lesen, sehen wir wachsende Dauer und wachsende Intensität. Lange Zeit ergaben sich Geburten ohne jeden Entscheidungsdruck aus einer frühen sexuellen Praxis. Viele Kinder wurden geboren, nicht wenige starben in den ersten Jahren. Sozialverhalten wurde in Spielgruppen gemischten

## Erwartungen ignorieren, gemeinsam feiern, genießen, was möglich ist

Alters und gemischten Geschlechts eingeübt. Noch vor hundert Jahren hätten sich die meisten Eltern sehr gewundert, der heute selbstverständlichen Erwartung zu begegnen, dass Erwachsene mit Kindern spielen müssen, wenn das Kind sich langweilt.

Mit der bürgerlichen Revolution und der Industrialisierung begann der Prozess der Individualisierung. Während es in traditionellen Kulturen selbstverständlich ist, dass der Sohn des Bauern Bauer wird und der des Fischers Fischer, galt es jetzt, das eigene Glück zu schmieden und erfolgreicher zu werden als Vater oder Mutter. Der elterliche Gedanke „Mein Kind soll es besser haben“ begann eine Rolle im kindlichen und vor allem jugendlichen Erleben zu spielen. Parallel dazu entstand die Haltung, Kinder zu formen, sie zu bilden, sie mit Erwartungen zu besetzen, die über das reale Vorbild der Eltern hinausgingen.

Ein Beispiel für die entstehenden Widersprüche ist der literarisch eindrucksvolle Brief Kafkas an seinen Vater: „Für mich als Kind war aber alles, was Du mir zuriefst, geradezu Himmelsgebot, ich vergaß es nie, es blieb mir das wichtigste Mittel zur Beurteilung der Welt, vor allem zur Beurteilung Deiner selbst, und da versagtest Du vollständig. Da ich als Kind hauptsächlich beim Essen mit Dir beisammen war, war Dein Unterricht zum großen Teil Unterricht im richtigen Benehmen bei Tisch. [...] Knochen durfte man nicht zerreißen, Du ja. Essig durfte man nicht schlürfen, Du ja. Die Hauptsache war, daß man das Brot gerade schnitt; daß Du das aber mit einem von Sauce triefenden Messer tatest, war gleichgültig. Man mußte achtgeben, daß keine Speisereste auf den Boden fielen, unter Dir lag schließlich am meisten. Bei Tisch durfte man sich nur mit Essen beschäftigen, Du aber putztest und schnittest Dir die Nägel, spitztest Bleistifte, reinigtest mit dem Zahnstocher die Ohren.“