



Was treibt uns an? (Das „Hunger“-Konzept der Transaktionsanalyse)

Schwierigkeiten mit Kunden, Kollegen oder anderen Personen resultieren oft genug aus ganz unterschiedlichen Herangehensweisen an Aufgaben, die Ihnen möglicherweise unverständlich und nicht nachvollziehbar erscheinen. Diese Unterschiede erzeugen Spannungen und Konflikte und führen zu Unklarheit über Ihre Möglichkeiten, andere für etwas zu motivieren.

Einen hilfreichen Erklärungsansatz bietet hier das Konzept des "psychologischen Hungers", das auf der von Eric Berne in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts entwickelten "Transaktionsanalyse" beruht. Die Transaktionsanalyse unterscheidet drei Arten psychologischen Hungers:

Hunger nach Struktur

Nach Berne "vergeht" die Zeit nicht, sondern "wir gehen durch die Zeit". Menschen stehen vor dem Problem, ihre wachen Stunden zu strukturieren, ihre Zeit irgendwie auszufüllen. Hunger nach Struktur ist das Bedürfnis nach Orientierung und nach klaren Rahmenbedingungen. Beispiele aus dem Alltag sind Ordnungskriterien, Zeiträume und -pläne, Inhalte, Aufgaben, Richtlinien für den Ablauf, Durchführungsbestimmungen, Muss-Kriterien, Tätigkeiten-, Stellen- und Funktionsbeschreibungen usw.

Je nach Intensität des Wunsches gibt es: Den Wunsch nach sehr viel Struktur (Linie in der folgenden Graphik weit oben) oder den Wunsch nach viel Freiraum (Linie weit unten).

Maßnahmen in der Arbeit mit Gruppen:

z. B. klare Zeitstrukturen (inkl. Pausen), Räumlichkeiten, Tagesordnung, Zielsetzung, Teilnehmer inkl. Funktion, Visualisierung der wesentlichen Punkte etc.



Hunger nach Akzeptanz

Eric Berne erwähnt an verschiedenen Stellen seines Werks die Beobachtungen des Entwicklungspsychologen Rene Spitz, der, wie bereits andere Forscher vor ihm, feststellte, dass Säuglinge, die keine Gelegenheit haben, Kontakt zu Beziehungspersonen aufzunehmen, in der Entwicklung zurückbleiben, krankheitsanfällig werden oder sogar ohne erkennbare Organerkrankungen sterben. Hunger nach Akzeptanz ist das Bedürfnis, in Beziehungen angenommen zu werden und Reaktionen zu erleben. Inhalte dieser Dimension sind Kontaktbedürfnis, Blickkontakt, Eingehen der anderen auf meine Worte, Handlungen, Verhaltensweisen, Anerkennung, Lob, Bestätigung, Gespräche, "Wissen", woran man beim anderen ist usw.

Ja nach Ausprägung dieses Bedürfnisses gibt es: sehr starke Bedürfnisse, akzeptiert zu sein (Linie im oberen Bereich); das Bedürfnis, Beziehungen und Kontakte als passend und sinnvoll zu erleben (Mittelbereich) oder das Bedürfnis, alleine zu sein, somit kaum Kontakt, Beziehung, Anerkennung zu benötigen (Linie im unteren Bereich).

Maßnahmen in der Arbeit mit Gruppen:

z. B. herzliche Begrüßung, ansprechende Raumgestaltung, Vorstellung, Kennen lernen, Blickkontakt, Beziehungsebene schaffen durch „Abholen“ der Teilnehmer, Anerkennung, Perspektive der Teilnehmer einnehmen etc.

Hunger nach Anreiz:

Wer von jedem sinnlichen Reiz abgeschirmt wird, also z. B. durch bestimmte Maßnahmen davon abgehalten wird, irgend etwas zu sehen, zu hören, zu tasten zu riechen oder zu schmecken, zeigt im allgemeinen nach zwei Tagen krankhafte seelische Zustände wie z.B. Halluzinationen. Gefangene fürchten nichts so sehr wie Isolierhaft über längere Zeit, eine Art Folter.

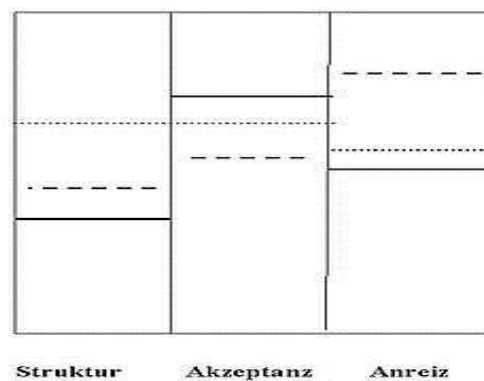
Impulse oder Stimulanz meint das Bedürfnis, aktiv und verändernd tätig werden zu wollen. Beispiele im Leben dafür sind Neugierde, Impulse geben, etwas anderes/neues tun wollen, Abwechslung zu haben, nicht immer dasselbe tun wollen, Veränderungsvorhaben, Ziele für Umorientierung, Umorganisation, Aktivitäten, die herausfordernd sind, Spontanität usw.



Je nach Intensität der Bedürfnisse nach Anreizen heißt das: Immer wieder etwas Neues wollen, stark auf Impulse aus sein (Linie im oberen Bereich), Neuerungen und Ideen als interessant erleben, aber auch Gewohntes eine Zeit lang machen (Mittelbereich) oder lieber bei Gewohntem bleiben, Veränderungen als Kraftaufwand und nicht notwendig erleben (Linie im unteren Bereich).

Maßnahmen in der Arbeit mit Gruppen: Aktivierung der Teilnehmer, Abwechslung der Medien und der Methodik, interessante und „gehirngerechte“ (alle Sinne ansprechende) Inputs, überraschende Vortragsgestaltung etc.

Beispiel: psychologischer Hunger – Selbstbild/Fremdbild



Im obigen Beispiel entspricht die eigene Einschätzung, beispielsweise eines Mitarbeiters, der durchgezogenen Linie. Sie kann mit einer Fremdeinschätzung, z.B. eines Kollegen oder der Führungskraft, verglichen werden (der strichlierten Linie). Im Beispielsfall hat der Mitarbeiter ein wesentlich höheres Akzeptanzbedürfnis, jedoch ein wesentlich geringeres Anreizbedürfnis, als dies der Fremdeinschätzer vermuten würde.

In der Arbeit mit Gruppen werden Sie die meisten Teilnehmer dann erreichen, wenn Sie alle drei Aspekte in möglichst ausgewogenem Verhältnis mitberücksichtigen!