

# Lichtblick

Magazin für praktizierte  
Individualpsychologie

## Forum „Mut zur Vielfalt“

Inhalt

Heft 100

- Psychologie der Vielfalt
- Mut zur Toleranz
- Demokratie im Klassenzimmer
- Aussichten auf das Alter
- Mich mal anders
- Meine vielen Gesichter
- Ist Glück wirklich alles?

## Wir und die! Psychologie der Vielfalt

Sich abzugrenzen durch Stereotype kann verlockend sein, um den Selbstwert zu sichern. Wie dies funktioniert, erklärte Andrea Hillenbrand in ihrem Vortrag.



**Andrea Hillenbrand** ist Psychologische Psychotherapeutin und Individualpsychologische Beraterin (Telos). In ihrer Praxis in Wiesbaden bietet sie Workshops und Einzelarbeit unter anderem zum Thema „Feuer und Flamme statt Burnout“ an. [www.andrea-hillenbrand.de](http://www.andrea-hillenbrand.de)

*Lass einige Menschen rote und andere blaue Hemden tragen, und nach einer halben Stunde sind Gruppengefühle auf Basis der Hemdfarbe entstanden.*  
Robert Trivers

Die Menschen sind so unterschiedlich wie die Stühle in meiner Praxis: Jeder sieht anders aus. Eines jedoch haben sie gemeinsam – auf allen kann man sitzen. Ob groß oder klein, bunt oder schwarz-weiß, eckig oder rund. Manche sind ganz chic, aber man sitzt recht unbequem auf ihnen. Manche haben verborgene Qualitäten, die man erst auf den zweiten Blick sieht oder auch erst erfahren muss, durch den direkten (Sitz-)Kontakt. Mit der Vielfalt bei den Menschen ist es ähnlich. Der Teilbereich der Psychologie, der sich mit der Zugehörigkeit, mit Gruppen und sozialen Prozessen beschäftigt, ist die Sozialpsychologie. Aus diesem spannenden Gebiet möchte ich einige interessante, klassische Experimente herausgreifen, um zu sehen, wie es sich mit dem Erleben von Vielfalt, von „Wir“ und der Begegnung mit „den Anderen“ verhält.

### Soziale Identität bildet sich durch Ingroup-Outgroup-Denken

Für Alfred Adler besteht die eiserne Logik des menschlichen Zusammenlebens darin, dass jeder Mensch auf das Zusammenleben mit anderen angewiesen ist. Und dass daher in jedem Menschen der Wunsch angelegt ist, dazugehören zu wollen. Die Forschungsergebnisse der Sozialpsychologie bestätigen dies: Wir alle wollen dazugehören. Wir Menschen suchen die Zugehörigkeit zu Gruppen. Zu welchen Gruppen wir gehören, ist ein Teil unserer Identität. Wir erleben dadurch, wer wir sind. Diese Identität wird durch die Abgrenzung gegenüber anderen Gruppen geschärft. Hier sind wir, da seid ihr. In Studien zeigt sich immer wieder die Tendenz, die eigene Gruppe positiver zu beurteilen als die andere Gruppe. Wir fühlen uns gegenüber Menschen einer anderen Rasse, Kultur oder Nation nicht in demselben Maße verantwortlich wie für Menschen, mit denen wir diese Merkmale teilen. Die Zuschreibungen des „wir“ und „ihr“ können rein zufällig sein – sie wirken trotzdem. Der Evolutionsbiologe Robert Trivers sagt: Lass einige Menschen rote und andere blaue Hemden tragen, und nach einer halben Stunde sind Gruppengefühle auf Basis der Hemdfarbe entstanden. Diesen Effekt machen wir uns zunutze. Wir verleihen unserem Bedürfnis, dazuzugehören, noch besonderen Ausdruck durch Gruppenkleidung oder Uniformen und verstärken damit das Gruppengefühl. Menschen fühlen sich unwohl, wenn sie sich subjektiv zu sehr von anderen unterscheiden. Ein „bisschen unterscheiden“ ist uns allerdings wichtig. Wir leben somit im Spannungsfeld des Dazugehörens versus der Individualität. Subjektiv erleben wir die Mitglieder der eigenen Gruppe sogar individueller als die andere Gruppe, dies nennt man Ingroup-Outgroup-Effekt.

### Den Selbstwert sichern durch das „Wir“

Vieles von dem, was wir tun, hat laut Alfred Adler das Ziel, den Selbstwert zu sichern. Durch die Zugehörigkeit zu Gruppen können wir auch unser Selbstwertgefühl stabilisieren und steigern, unter anderem durch

- Aufwertung durch Identifikation: durch Identifikation mit der Eigengruppe, Tendenz zur Aufwertung der Eigengruppe und Abwertung der Fremdgruppe
- Aufwertung durch Leistung und Erfolge der Gruppe, an denen ich nicht persönlich beteiligt war, z.B. als Fan der deutschen Nationalmannschaft.

Jedes verfügbare Mittel zur Selbstwertsicherung zu nutzen, ist besonders verlockend, wenn man starke Minderwertigkeitsgefühle kompensieren will und muss. Menschen mit geringem Selbstwertgefühl suchen Aufwertung durch die Mitgliedschaft in einer starken Gruppe. Hat diese eine gemeinsame Kleidung („Uniform“)

und gibt sich selbst eine besondere Bedeutung („überlegene Rasse“, „stärkste Banditen“), so verstärken sich die Effekte für den Erhalt von Identität und Selbstwert.

### Gruppenbildung, Gruppendenken, Gruppendruck

Der Sozialpsychologe Solomon Asch zeigte in den fünfziger Jahren eindrucksvoll, dass wir auch unsere Meinungen anpassen, um dazuzugehören. So schlossen sich Versuchspersonen bei Beurteilungen in einer Gruppe auch Antworten an, die offensichtlich falsch waren. Zum einen aus Angst, sich lächerlich zu machen, aber auch, weil sie denken, dass es wohl die Mehrheit doch besser beurteilen kann als sie selbst.

Was das Besondere bei diesen Experimenten war: Es gab hier keinen offenen Gruppendruck. Es drohte keinerlei Sanktion – weder wurde die Anpassung materiell belohnt, noch Widerspruch bestraft. Allein unser Erleben als Teil der Gruppe und das Ziel, nicht unangenehm aufzufallen, beeinflusst unser Verhalten. Meinungen in einer Gruppe entwickeln sich dadurch stärker in die schon vorhandene Richtung. Die Gefahr dabei – bzw. der Preis, den wir bei dieser Gruppenbildung zahlen – ist, dass es so zu Fehlentscheidungen in Gruppen kommen kann. Zeichen und Effekte davon sind z.B.:

- Die Gruppe schätzt sich als unverletzlich ein
- Die Gruppenmoral wird nicht in Frage gestellt
- Entscheidungen der Gruppe werden gemeinsam gerechtfertigt, statt differenziert betrachtet zu werden
- Ein stereotypes Bild vom Gegner wird gezeichnet
- Abweichende Meinungen werden durch Sarkasmus zum Schweigen gebracht
- Selbstzensur: Man spricht abweichende Gedanken nicht mehr aus
- Die Illusion der Einstimmigkeit.

### „Die!“ – Fremdes wird gern überschätzt

Menschen, die sich von anderen unterscheiden, vor allem lebhaft, extreme Erscheinungen, fallen auf. Sie erregen unsere Aufmerksamkeit. Evolutionär gesehen war es wichtig, dass alles Fremde, Andersartige, Ungeohnt ins Auge springt, nach dem Prinzip: „Wichtig! Potenzielle Gefahr!“ Alles in uns ist auf Erhalt des Bisherigen und Sicherheit ausgerichtet. Daher wertet unser Gehirn eine solche Information stärker. So kommt es dann zu einer illusionären Übersteigerung der Unterschiede zwischen Fremdem und uns.

Ebenfalls überschätzt wird die Anzahl oder der Anteil des Fremden am Gesamten. Wir überschätzen die Größe einer andersartigen, fremden Gruppe in unserer gewohnten Umgebung. Zudem kommt es zu einer übersteigerten Zuschreibung von guten und schlechten Eigenschaften. Das heißt nicht, dass die beurteilten Menschen diese Eigenschaften nicht wirklich haben; wir über-

schätzen vielmehr ihre Quantität und Qualität. Einzelfälle beeinflussen oft unser Bild von einer Gruppe. Besonders auffällige Beispiele werden besser erinnert und haben daher Einfluss auf unsere Meinungsbildung, und zwar umso stärker, je weniger wir von dieser Gruppe wissen.

### Denken in Stereotypen

Diese Vereinfachung und Überspitzung von Einschätzungen bildet sich in Stereotypen ab. Stereotype sind Generalisierungen. Sie können negativ oder positiv sein, sie können falsch oder tendenziell richtig sein. Stereotype an sich brauchen wir zur Informationsverarbeitung, sie helfen uns, schneller und einfacher zurechtzukommen. Das Problem ist vielmehr die Generalisierung – dass ich allen Mitglieder einer Gruppe generell bestimmte Eigenschaften zuschreibe. Ein Stereotyp wird zum Vorurteil, wenn es sich um eine ungerechtfertigte negative Einstellung gegenüber einer Gruppe und ihren einzelnen Mitgliedern handelt. Wir sind in ablehnender Weise voreingenommen gegenüber einer Einzelperson, und das meist ausschließlich beruhend auf der Zugehörigkeit dieser Person zu einer Gruppe.

Unsere Wahrnehmung wird beeinflusst von unseren Stereotypen und Vorurteilen. So wurden in Experimenten Eigenschaftsworte aus Beschreibungen besser erinnert, die zu Stereotypen passten. In der Individualpsychologie kennen wir dieses Phänomen unter dem Begriff der „Tendenziösen Apperzeption“. Er besagt Folgendes: Wir nehmen nicht objektiv wahr, sondern so, dass es zu unserem schon vorhandenen Bild von uns selbst und von anderen passt. Auch unser Lebensstil enthält viele Stereotype und Vorurteile. Unsere Bewertung von Verhalten hängt davon ab, ob der Handelnde zu unserer eigenen oder zu der anderen Gruppe gehört.

Positives Verhalten Einzelner wird in der eigenen Gruppe als weit verbreitet und normal eingeschätzt und den Eigenschaften zugeschrieben; bei Personen der anderen Gruppe dagegen bewerten wir positives Verhalten als Einzelfall oder durch die Situation bestimmt. Bei schlechtem Verhalten urteilen wir genau umgekehrt: In unserer eigenen Gruppe bewerten wir dies als Einzelfall und Ausnahme – oder finden entschuldigende Umstände. Bei Angehörigen der anderen Gruppe schreiben wir es der Eigenschaft zu, die wir allen in dieser Gruppe von vornherein unterstellen.

Je weniger wir über die anderen als konkrete, einzelne Menschen wissen, umso einfacher fällt es, in Stereotypen zu denken. Sprache, Dialekt, Gewohnheiten, Kleidung – all dies hat einen Einfluss auf unsere Wahrnehmung und unsere empfundene Bedrohung bzw. die Bereitschaft, zu helfen. Es mag verführerisch sein, den „Wir gegen die“-Mustern zu folgen. Doch wir können uns dieser Automatismen bewusst werden und sie hinterfragen. Denn, und da bin ich mir ganz sicher, wir haben mehr gemeinsam, als wir annehmen.

# Verein für praktizierte Individualpsychologie



Verein für praktizierte  
Individualpsychologie e. V.

## Vorstand

### 1. Vorsitzender, Werner Strubel

Alleestr. 16 / D-67105 Schifferstadt / Tel.: +49(0)6235-92 09 26 / e-mail: w.strubel@vpip.de

### 2. Vorsitzende, Johanna Fischer

Pfarrstr. 41 / D-73773 Aichwald / Tel.: +49(0)711-882 67 51 / e-mail: j.fischer@vpip.de

### Vorstandsmitglied, Renate Görg-Wollenweber

In den Schmiedgärten 7 / D-67245 Lamsheim / Tel.: +49(0)151-58 79 20 05 (mobil) / e-mail: r.goerg-wollenweber@vpip.de

### Kassiererin, Ingrid Czerwinski

Enzstr.12 b / D-76344 Eggenstein-Leopoldshafen / Tel.: +49(0)7247-28 12 / e-mail: i.czerwinski@vpip.de

### Schriftführerin, Ulrike Strubel

Alleestr. 16 / D-67105 Schifferstadt / Tel.: +49(0)6235-92 09 26 / e-mail: sekretariat@vpip.de und u.strubel@vpip.de

Themenschwerpunkt der nächsten Ausgabe:

# Alfred Adler

Redaktionsschluss: 15. August 2017

## AnsprechpartnerInnen

### Silvia Bürhaus-Knapp

Tel.: +49(0)7151-90 62 50 / e-mail: familienrat@vpip.de  
Information und Anmeldung zur Familienrat-Trainer-Ausbildung

### Ingrid Czerwinski

Tel.: +49(0)7247-28 12 / e-mail: regionen@vpip.de  
Kontaktperson für die VpIP-RegionalleiterInnen

### Johanna Fischer

Tel.: +49(0)711-882 67 51 / e-mail: fortbildung@vpip.de  
Information und Anmeldung zu VpIP-Fortbildungen

### Michaela Brand

Tel.: +49(0)9367-499 01 40 / e-mail: m.brand@vpip.de  
Kontaktperson für neue Medien

### Ulrike Strubel

Tel.: +49(0)6235-92 09 26 / e-mail: u.strubel@vpip.de  
Kontaktperson für die VpIP-Webseiten

### Renate Görg-Wollenweber

Tel.: +49(0)151-58 79 20 05 (mobil) / e-mail: ip-forum@vpip.de  
Information und Anmeldung zum IP-Forum

# Lichtblick

 Magazin für praktizierte  
Individualpsychologie

## Impressum

Das Magazin für praktizierte Individualpsychologie Lichtblick ist das offizielle Organ des Vereins für praktizierte Individualpsychologie e.V. (VpIP), mit dem Schwerpunkt auf der Beschreibung und Darstellung praxisorientierter Individualpsychologie. Herausgeber ist der Vorstand des Vereins für praktizierte Individualpsychologie e.V. (VpIP).

**Redaktionsleitung:** Nicole Weisheit-Zenz / e-mail: nwz.texte@gmx.de; **Schlussredaktion und Satz:** Roland Reischl / www.rr-koeln.de

**Zuschriften bitte nur an die E-Mail-Adresse:** magazin@vpip.de

Mediadaten mit allen Informationen zu Anzeigen finden Sie unter: [www.vpip.de/downloads](http://www.vpip.de/downloads)

Das Copyright aller namentlich gekennzeichneten Artikel liegt bei den Autoren. Das Copyright aller übrigen Beiträge liegt beim Verein für praktizierte Individualpsychologie e.V. Nachdrucke sind in jedem Fall genehmigungspflichtig. Namentlich gekennzeichnete Beiträge geben die persönliche Meinung der Autoren wieder. Eingegangene Beiträge aller Art haben kein Recht auf Veröffentlichung. Die Redaktion behält sich Kürzung und Bearbeitung der eingesandten Manuskripte sowie Kürzung der Leserbriefe vor. Für die Rücksendung unverlangt eingesandter Manuskripte kann nicht garantiert werden. Zur Veröffentlichung gelangen nur Artikel, die per e-mail oder auf CD an die Redaktion gesandt werden.

Das Magazin Lichtblick erscheint vier Mal im Jahr und kann zum Preis von jährlich 20,00 Euro abonniert werden. Bestellungen bitte an das Sekretariat. Mitglieder des Vereins für praktizierte Individualpsychologie erhalten die Zeitschrift kostenlos. Das Magazin Lichtblick wird gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.