

Worte, die Gesundheit fördern

Beispiele aus den Kursen zur Gesundheitspraxis zusammengestellt von Gerhard Tiemeyer

Der Konjunktiv als Medium der Gesundheit

Oft berichten PraktikerInnen von einer Zwickmühle. Einerseits wollen und sollen wir klar, fest und stark sein. Andererseits fördert solch ein Handeln Abhängigkeiten und autoritätsbezogene Erfahrungen.

Auch ich behaupte gelegentlich, etwas sei wissenschaftlich nachgewiesen. Wenn ich mich überprüfe, dann merke ich, dass ich damit jede weitere Diskussion verhindern will: Da soll mir jetzt niemand mit Zweifeln kommen. Ich benutze eine Autorität, die Wissenschaft, um meine Unsicherheit in Stärke zu wandeln. In manchen Auseinandersetzungen mag diese Machtposition sinnvoll sein. In der Gesundheitspraxis ist sie meines Erachtens weniger hilfreich. Denn wir wollen unsere Kunden zur Eigenerfahrung einladen.

Rechtliche Nebenbemerkung: Wer in der Werbung mit Nachweisen argumentiert muss diese bei Nachfrage auch liefern können. Ansonsten betreibt man irreführende Werbung.

Alternative Formulierungen können zum Beispiel sein:

- Manche oder viele Wissenschaftler meinen ... ; weitverbreitet ist die Überzeugung ... ; ich bin nach meiner Erfahrung und meinem Wissen überzeugt, dass ... ; in der Erfahrungsheilkunde wird ...

Im Gespräch mit Kunden gibt es eine Reihe von Formeln, die dazu anregen, selber eine Meinung oder noch besser, ein Gefühl zu finden:

- Was würde es für Sie bedeuten, wenn es wissenschaftlich nach allen Regeln der Kunst nachgewiesen wäre?
- Würde es für Ihre Entscheidung hilfreich sein, wenn es hierzu wissenschaftliche Nachweise gäbe?
- Sie wollen Ihrem Körper etwas Gutes tun. Was braucht Ihr Verstand, was braucht Ihr Körper, um sicher zu sein, wie tue ich ihm gut?
- Wenn Sie zu der Methode x oder zu dem Mittel y einen Zweifler oder eine Zweiflerin in sich haben, was könnte die überzeugen?
- Ich vermute, in Ihnen gibt es eine Seite, die möchte ... und eine andere, die möchte ... welche Seite braucht etwas ...

Diese letzten Formeln arbeiten mit der, in der Gesundheitspraxis äußerst hilfreichen, Technik der Anteilsbildung. So oft es geht wird das 'Ich', das 'Sie haben' oder 'Sie sind' ersetzt durch 'in mir ist', 'Ich vermute in Ihnen sind ...', 'Kann es sein, dass Anteile auftauchen oder Worte sich melden?'

Weniger Haupt – mehr Gespräch

Behauptungen, die sich auf Störungen oder Gefährdungen beziehen, sind aus gesundheitspraktischer Sicht immer zweiseitig.

Zum Beispiel: *'Fette sind ungesund. Fette sind Abwehrkiller Nr 1. Gifte lagern sich ab und blockieren....'* - Welche Anteile im Kunden werden durch diese Worte aktiviert? Die Sprecher wollen vermutlich Angst als pädagogisches Mittel benutzen. Damit aber aktivieren sie im Gegenüber alle Komplexe, die mit solchen Drohpädagogiken verbunden sind. Wenn wir als Reaktion hören: *'Ja ja, Sie haben recht, ich bemühe mich ja, aber diese Werbung und überall wird man ja verführt...'*, dann haben Sie einen Menschen vor sich, der sich entschuldigt, der sich klein macht. Ist das die Absicht?

Alternativen klingen ungewohnt, wirken allerdings anders:

'Unser Körper braucht Fette und etwas in uns mag manchmal sehr viel Fett, mehr sogar als der Körper haben will. Könnten Sie sich das vorstellen? Und was würde Ihrem Inneren helfen, ein gutes Maß an Fetten zu finden? Kalorientabellen? Fakten über die Gefahren der Verfettung? Ein Training im 'rechtzeitig aufhören'? Leckermacher bei fettfreiem Essen oder etwas ganz anderes? ...'

Weniger Ursachen – mehr Interaktion

Dieses Produkt macht, diese Methode bewirkt Solche Behauptungen verführen den Kunden, an das Produkt, an die Methode als Ursache für kommende Veränderungen zu glauben. Damit aber kann der Kunde zu einer Art Opfer werden, wenn auch im guten Sinne.

Später könnte er sagen: *'dieses Mittel, diese Methode, dieser Praktiker, haben es bei mir gemacht, haben meine Krankheit besiegt ...'*

Wenn wir Kunden so sprechen hören, dann wird es vermutlich einen Anteil geben, der sich freut und einen anderen, der die Stirn kräuselt und traurig wird. Der eine Anteil heißt oft 'Ego' und der Andere 'Gesundheitspraktiker'

Besonders spannend und schwierig finde ich das Arbeiten mit einem Medium. Beispielsweise 'sagt' der Muskeltest oder die Einhandrute oder eine gezogene Karte: Dieser Mensch hat zu wenig Luftenergie, zu wenig aufsteigendes, leichtes Yang. Wenn man dies dem Kunden direkt sagt, wird das Testmedium zur Wahrheitsgarantie. Später wird es zum Beispiel heißen: *'Ich musste eine Reinkarnation machen, das ist so ausgetestet worden. Und das war ganz intensiv und hat mir geholfen ...'*

Alternativ kann man mit folgenden Formeln arbeiten:

„Was der Test hier zeigt, könnte bedeuten, dass etwas in Ihnen relativ schwach ist. Passt das zu Ihren Gefühlen und Gedanken? Was könnte das dann sein? ,

Und nachdem man jetzt einige Sätze ohne Testmedium spricht, wird es dann wieder benutzt, um den Dialog des Kunden mit sich selbst zu unterstützen. Das Medium soll den Dialog des Kunden mit sich selbst unterstützen und nicht ersetzen.

Solcherart Vorgehen ist erfahrungsgemäß sehr ungewohnt. Es wäre kontraproduktiv, aus ihm eine Art Norm zu machen. Der Übergang vom Feudalismus zur Demokratie dauerte lange und dauert in vielen Bereichen noch an. Vor allem in unseren Beziehungen zu uns selbst und in unserer Beziehung zur Macht gibt es, man prüfe selber nach, einige Anteile in uns, die wollen nichts lieber als (gute) Könige und Königinnen sein, manchmal auch HeilerInnen oder gute ZauberInnen. Und die Anteile in uns, die eine Haltung des Anbietens und Begleitens wollen und die Kompetenzen für Kompromisse, für sehr viel Geduld und Akzeptanz fördern könnten, kurzum unsere demokratischen Anteile, sind noch recht jung. Deshalb werden sie in der Alternativen Medizin gepflegt und gefördert.