

Angst vor der Couch

Im Wahlkampf zählt zu 86 Prozent die Persönlichkeit der Politiker, die Sachkompetenz nur zu 14 Prozent. Circa zwei Millionen Wähler haben, so Forsa-Chef Manfred Güllner, nach dem TV-Duell 2005 zurück zur SPD gefunden – wegen der starken Persönlichkeit Gerhard Schröders. Die Wähler entscheiden sich primär für Personen, denen sie Führungskompetenz zutrauen und die glaubwürdig wirken. Bis dato aber scheut sich die Politik, ganz anders als zum Beispiel die Wirtschaft, mit psychologischer Beratung zu punkten.

Politiker sind eben auch nur Menschen

Menschen suchen nach Möglichkeiten, sich selbst gut zu finden und die Bestätigung ihrer Umwelt zu erhaschen – auch Politiker. Sie tun dies durch ein politisches Programm. Das verfechten sie durch Gegnerschaft, jonglieren mit ihrer persönlichen Ausstrahlung, politischem Kalkül und mit Schauspielerei. Auf die psychologischen Aspekte der Personifizierung jedoch, so die einhellige Meinung von psychologischen Experten, sind Politiker nicht genügend vorbereitet. Viele haben sogar Angst vor psychologischer Beratung. Angst vor dem psychologischen Feedback, dass die persönlichen Stärken und Schwächen offenbart. Und Angst vor der Reaktion, wenn das einer mitkriegt. Angenommen die Regierung zöge wirklich einen psychologischen Berater zur Hilfe, um die Große Koalition zu unterstützen. Irrationale Konflikteile gib es ja auch hier. Denn Emotionen sind auch in der Politik immer mit im Spiel. Es gäbe einen Aufschrei in der Republik: „Merkel und Münte – auf die Couch“, „mein Gott, so'n Psychogelaber“ oder „die haben es aber nötig“.

Viele Politiker haben gerade deshalb Angst vor der psychologischen Beratung, weil sie Angst haben, von den Medien zerrissen zu werden. Durch die Botschaft „das haben wir gar nicht nötig“ reagieren

Wie hätte sich wohl die Bundespolitik entwickelt, wenn Gerhard Schröder und Oskar Lafontaine vor ihrem Krach psychologische Beratung in Anspruch genommen hätten? Ein Essay über die unterschätzte Kraft der Persönlichkeit in der politischen Beratung



sie nur kontraphobisch: Sie gestehen sich ihre Angst nicht ein, sie wehren sie ab. Warum ist die psychologische Beratung so ein Tabu? Viele Politiker verwechseln sie einfach mit psychotherapeutischer Behandlung. Die es ja nun weiß Gott nicht ist.

Medien als die allwissenden Tugendwächter

Politik tut gut daran, sich auch für die psychologische Beratung zu öffnen. Denn sie bietet Mittel und Wege, um sich gegen den pharisäerhaften Narzissmus in der Gesellschaft zur Wehr zu setzen. Zeigt doch gerade diese Gesellschaft mit dem Medienfinger auf die Politiker wie Joschka Fischer, Oskar Lafontaine und Friedrich Merz, um sich die eigene Überlegenheit darin zu bestätigen, dass man eben diese Politiker ‚Narzissen‘ nennt. Gesellschaft und Medien spielen hier-

durch die Rolle des (allwissenden) Tugendwächters, der im Nachweis fremder Eitelkeit, die eigene befriedigt.

Rechtspopulisten nutzen ihr Naturtalent

Psychologische Beratung hilft auch, unterschiedliche Grade sowie Formen von Wahrnehmungsfähigkeit, Beeinflussbarkeit und Bereitschaft in der Gesellschaft zu erkennen, zu verstehen sowie politisch und persönlich angemessen hierauf zu reagieren. Sie gewährt tiefe Einblicke in die Mechanismen von gesellschaftlichen Projektionen auf Politik. Sie entschlüsselt Wahlverhalten auch als Identifikation mit dem Spitzenpolitiker. Sie ermöglicht als subtile Geheimwaffe aber auch die gezielte Ausnutzung dieser Projektionen im Sinne von rechtspopulistischem Selbst-Marketing. Denn Politiker nicht nur Politiker wie Tony Blair, Gerhard Schröder, George Bush, sondern auch Rechtspopulisten wie Silvio Berlusconi, Karl-Heinz Grasser und Jörg Haider nutzen ihr „Naturtalent“ zum Erfolg.

Politiker werden heute oft daran gemessen, ob sie die eigenen Wünsche erfüllen, die man an den Politiker hat, und ob man zu ihnen Vertrauen entwickeln könnte. Politik muss hierauf reagieren. Politik darf die Inszenierung der Politiker als Person nicht den Medien überlassen. Statt wie die Linke wahr zu sein und von den Sachen zu sprechen oder wie die Rechte falsch zu sein und zu den Menschen zu reden, muss Politik sich heute zur virtuell anfassbaren Politik wandeln: „Den kenn ich doch. Den wähl ich jetzt.“



Ulrich Sollmann

ist Coach und Kommunikationsberater in Wirtschaft und Politik sowie Mitherausgeber des Themenhefts des Psychotherapieforums „Politik und Person“ (Springer Verlag, 2006) info@sollmann-online.de

Foto: privat



Die Zeiten

ändern sich. Genau wie wir.

Ein aktiver Lebensstil, eine ausgewogene Ernährung und bewusstes Trinken sind die zentralen Verbrauchertemen unserer Tage. Sie bestimmen unseren Kurs und erfordern verantwortliche Entscheidungen. Unsere Initiative:

◆ Wir bieten für jede Gelegenheit das richtige Getränk.

Mehr als 50 alkoholfreie Getränkesorten gehören zu unserem Sortiment. Sie bieten eine wachsende Auswahl für regelmäßiges und ausreichendes Trinken an. Über ein Drittel unserer Getränke sind kalorienarm, wie Lights, Schorlen, Eistees, Sports-Drinks oder Wasser.

◆ Unsere Nährwertinformationen machen die Entscheidung leicht.

Auf jedem Etikett nennen wir bereits heute alle wichtigen Inhaltsstoffe und den Nährwert des jeweiligen Getränkes. Für ausführliche Informationen finden Sie dort auch die Adresse unserer Internetseiten und für den direkten Kontakt unsere »Coke Line« (030 - 226069069).

◆ In Marketing und Verkauf übernehmen wir Verantwortung.

Einer unserer weltweiten Grundsätze: Wir richten keine Werbung an Kinder unter 12 Jahren. Daher schalten wir keine Anzeigen und Spots in Medien, die überwiegend Kinder ansprechen. Und wir respektieren Klassenzimmer als werbefreie Zonen.

◆ Wir fördern Sport und Bewegung.

Seit Jahrzehnten unterstützen wir als Partner die olympische Bewegung, die FIFA und neben dem Deutschen Fußballbund auch die meisten Vereine der ersten und zweiten Fußballbundesliga. Und unsere Abfüllbetriebe vor Ort fördern viele lokale Sportfeste, Turniere oder Stadtläufe.

Wir wissen, wie wichtig ausgewogenes Trinken ist. Jeder einzelne Tropfen hilft Ihnen dabei, aktiv zu leben. Coca-Cola kennt Ihre Ansprüche. Und gibt Ihnen jeden Tropfen zurück. www.coca-cola-gmbh.de

