



Authentisch Wohnen mit Hilfe des Unbewussten

Abschlussarbeit zur Erlangung des Titels ZRM-Trainerin
Eingereicht bei Yvonne Küttel

Psychologisches Institut der Universität Zürich
Lehrstuhl für Neuropsychologie, Prof. Lutz Jäncke

Simona Weibel, März 2011

1 Inhaltsverzeichnis

3 Fragestellung	4
4 Theoretischer Hintergrund	6
4.1 Wohnen	6
4.2 Wohnpsychologie	7
4.3 Wohnbedürfnisse.....	9
4.3.1 <i>Biologische Wohnbedürfnisse</i>	10
4.3.2 <i>Psychische Wohnbedürfnisse</i>	10
4.3.3 <i>Soziale Wohnbedürfnisse</i>	11
4.3.4 <i>Unbewusste Wohnbedürfnisse</i>	12
4.4 Authentisch Wohnen	14
5 Das Zürcher Ressourcen Modell	16
5.1 Phase 1: Vom Bedürfnis zum Motiv	18
5.2 Phase 2: Vom Motiv zur Intention	18
5.3 Phase 3: Vom Ziel zum Ressourcenpool	18
5.4 Phase 4: Die Ressourcen gezielt einsetzen	19
5.5 Integration und Transfer	19
6 Wohnbedürfnisse bewusst machen mit Elementen aus dem ZRM	20
6.1 Wieso es sinnvoll ist, unbewusste Wohnbedürfnisse bewusst zu machen	20
6.2 Elemente aus dem ZRM-Modell, die sich eignen	21
6.2.1 <i>Somatische Marker</i>	22
6.2.2 <i>Entspannungstext</i>	22
6.2.3 <i>Bildarbeit</i>	23
6.2.4 <i>Bildkartei</i>	23
6.2.5 <i>Ideenkorb</i>	23
6.3 Anpassungen der verwendeten Elemente aus dem Zürcher Ressourcenmodell	24
6.3.1 <i>Anpassungen des Entspannungstextes</i>	24
6.3.2 <i>Anpassungen der Bildkartei</i>	25
7 Methodenteil	26
7.1 Fallbeispiel.....	26
7.1.1 <i>Ausgangssituation</i>	26
7.1.2 <i>Erstgespräch</i>	26
7.1.3 <i>Erste Wohncoaching-Sitzung</i>	26
7.1.4 <i>Zweite Wohncoaching-Sitzung</i>	28
7.1.5 <i>Individuelle Wohnbedürfnis-Profile der Familie Schaller</i>	30
7.1.6 <i>Gemeinsames Wohnbedürfnis-Profil der Familie Schaller</i>	32
7.1.7 <i>Dritte Wohncoaching-Sitzung</i>	33
7.1.8 <i>Umsetzung der Wohnbedürfnis-Profile in der konkreten Wohngestaltung</i>	34
8 Ausblick	36
9 Zusammenfassung	36
10 Literaturverzeichnis	37

2 Einleitung

Menschen und ihre Räume haben mich schon immer fasziniert. Räume bieten Schutz, Geborgenheit und Behaglichkeit. Sie vermitteln Häuslichkeit und Intimität und dienen als Bühne der Selbstdarstellung. Wir Menschen gestalten den Raum, der uns umgibt. Der Raum wiederum beeinflusst unsere Stimmung und unser Wohlbefinden. Farben, Formen und Materialien lösen – bewusst oder unbewusst – Assoziationen in uns aus, positive wie auch negative und oft auch gemischte. Wohnen ist etwas Fundamentales für uns Menschen. Wie wir wohnen und unser Zuhause gestalten, ist nie zufällig und erzählt oft die Geschichte unserer Kindheit, unserer Gegenwart und manchmal auch die Geschichte unserer Zukunft. Ein Zuhause ist weit mehr, als ein Dach über dem Kopf oder eine schön gestaltete Wohnung zu haben. Der Begriff „Zuhause“ rührt an Instinkte und ist geprägt von Gefühlen der Sicherheit, der Geborgenheit und der Authentizität.

Die bewusste Auseinandersetzung mit unserem Wohnraum ermöglicht uns das Erkennen unserer Konzepte, die unser Innenleben mit seinen Bedürfnissen zum Ausdruck bringt.

Bei meiner Tätigkeit als Wohncoach begleite ich Menschen bei der Klärung ihrer bewussten und unbewussten Wohnbedürfnisse und bei der anschließenden gestalterischen Umsetzung im Wohnraum. Dabei verstehe ich mich als Prozessbegleiterin, die Hilfe zur Selbsthilfe bietet. Mein Ziel ist es, dem Menschen aufgrund meiner Beratung eine erweiterte Sicht auf seine Bedürfnisse zu ermöglichen, um ihm damit zu einer größeren Entscheidungs- und Gestaltungskompetenz zu verhelfen. Dabei erhält der Mensch auch mehr Informationen über die Bedürfnisse und Wünsche seiner Mitbewohner, was wiederum das gegenseitige Verständnis fördert. In der Folge entstehen authentische Wohnräume, in denen sich alle darin Lebenden wohl, sicher und geborgen fühlen und die ihnen entsprechen.

3 Fragestellung

Wir alle kennen das Gefühl: Wir betreten einen Raum und fühlen uns darin auf Anhieb wohl. Wohnräume können abweisend oder einladend wirken, Unruhe oder Wohlbefinden auslösen und eine negative oder eher positive Wirkung haben. Interessant ist auch, dass Menschen unterschiedlich auf den- selben Raum reagieren. Was sich für den Einen beengend anfühlt, empfindet der Andere vielleicht als beschützend.

Wieso ist das so? Wir taxieren unsere Umwelt zuerst gefühlsmäßig. Dieses Taxieren geschieht unbewusst und in Bruchteilen von Sekunden. Was diese Gefühle auslöst können wir oft nicht in Worte fassen. Wir nennen es Intuition oder „Bauchgefühl“. Ob wir uns in einem Chalet oder einer Loft wohl fühlen, ob wir eine puristische oder romantische Einrichtung bevorzugen und ob wir lieber Naturholzdielen oder Teppichböden mögen, hängt nicht nur mit unserem Geschmack zusammen, sondern auch mit unseren ureigenen Wohnbedürfnissen, die aus unserer individuellen Geschichte entstanden sind.

Wenn wir eine Wohnung einrichten, richten wir uns in der Regel für einen Lebensabschnitt ein und gestalten unsere Umwelt nach unseren Bedürfnissen. Voraussetzung dafür ist die Wahrnehmung eigener Wohnbedürfnisse, welche dann „wohnend“ umgesetzt werden. Allerdings sind wir uns unserer Wohnbedürfnisse oft nicht bewusst. Meine Erfahrung zeigt, dass vor allem unbewusste Inhalte einen großen Einfluss auf die Gestaltung unserer Lebensräume haben, was wiederum das Wohlbefinden und die Lebensqualität der Bewohner und Bewohnerinnen beeinflusst. Wenn auch unbewusst vermittelt uns unsere Wohnumgebung immer ein Gefühl und wirkt auf unsere Stimmung. In dieser Arbeit zeige ich auf, welche Rolle das Unbewusste bei der Gestaltung des eigenen Lebenshabitats spielt und wie mit dessen Bewusstmachung und Einbezug die Wohnsituation optimiert werden kann.

Dabei beantworte ich die drei folgenden Fragen:

- *Wieso ist es wichtig und sinnvoll, unbewusste Wohnbedürfnisse bewusst zu machen?*
- *Welche Elemente aus dem Zürcher Ressourcen Modell können dafür verwendet werden?*
- *Welche Anpassungen an den verwendeten Elementen aus dem Zürcher Ressourcen Modell sind sinnvoll?*

Weiter werden Theorien zu Wohnen, dem Zürcher Ressourcen Modell (nachfolgend ZRM) und der Bewusstmachung von unbewussten Wohnbedürfnissen mit Hilfe des ZRM erläutert. Dann wird aufgezeigt, welche drei Elemente aus dem ZRM in meine Beratungspraxis als Wohncoach einfließen und welche Anpassungen ich dazu vornehme. Im Methodenteil veranschauliche ich die praktische Umsetzung anhand eines Beispiels aus meiner Praxis.

4 Theoretischer Hintergrund

4.1 Wohnen

Das Wort „Wohnen“ hat seinen Ursprung im Alt- und Mittelhochdeutschen. „Wonen“ bedeutete „bleiben, beharren, verharren, sich befinden, verweilen“, später dann „behagliches Verweilen, gern haben, wünschen“ (Grimm, 1971).

Heute bezeichnen wir die Art und Weise wie die Menschen in ihren Behausungen leben als Wohnen. Die Entwicklungsgeschichte der Menschheit begann in Höhlen. Wie damals erfüllt auch heute noch die eigene Wohnung die primäre Funktion: Sie bietet uns Schutz vor klimatischen Einflüssen wie Regen, Sonne, Hitze, Kälte, Wind sowie auch vor ungebeten Besuchern. Doch viele Funktionen, die unsere Behausung innehatte, haben sich in unseren Breitengraden gewandelt.

Beim Wohnen geht es nicht nur um den Besitz, es kommt vielmehr auf das Verhältnis zwischen Mensch und Haus an (Bär, 2008). Eine gut eingerichtete Wohnung und eine anregende Wohnumgebung erhöhen das Wohlbefinden und den Aktivitätsradius von Menschen. Dies gilt für Menschen jeden Alters. „Wohnen ist ein Grundbedürfnis – nicht nur im Sinne einer materiellen Notwendigkeit. Auch emotional, in Bezug auf unser Lebensgefühl, ist die Wahl von Wohnort, Umgebung, Wohnform und Einrichtung für die meisten Menschen in unserer Gesellschaft wichtig“ (Gilg & Schaeppi, 2007, S. 11).

Für Harloff (1993) ist „Wohnen“ ein ganzheitlicher Prozess, der durch räumliche, zeitliche und soziale Merkmale gekennzeichnet ist, d.h., dass nicht nur die Wohnung an sich zu betrachten ist, sondern auch die Wohnumgebung. Auch Flade (2006) sieht Wohnen als interaktiven, relationalen Prozess zwischen dem Menschen und seiner Umwelt. „Der Mensch beeinflusst und gestaltet seine Wohnumwelt, nimmt sie auf bestimmte Weise wahr und bewertet sie. Er bestimmt dadurch, was in ihr geschehen kann und wird“ (Ziesenitz, 2008, S. 8). Zum „Zuhause“ wird die Wohnung gemäß Walden

(1995) durch ihre Nutzung und Anpassung an spezifische Bedürfnisse, die Aneignung und die Identifikation mit ihr.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass Wohnen für uns Menschen von existenzieller Bedeutung ist. Warum das so ist, erklärt die Wohnpsychologie.

4.2 Wohnpsychologie

Wohnen und Psychologie gehören zusammen. Die Wohnpsychologie hat zum Ziel die Wechselwirkung zwischen dem Menschen und seiner Wohnumgebung zu erforschen. Dabei richtet sie sich am Menschen aus, indem dieser mit seinen Bedürfnissen in den Mittelpunkt gerückt wird. Aufbauend auf der Wahrnehmungs- und Verhaltenspsychologie beschäftigt sich die Wohnpsychologie mit der menschenfreundlichen und menschenwürdigen Gestaltung der Umwelt und liefert wertvolle Erkenntnisse und Lösungsansätze, welche zeitlos sind und nicht den aktuellen Modetrends unterliegen.

Als Teilgebiet der Psychologie steckt die Wohnpsychologie hierzulande noch in den Kinderschuhen. In anderen Kulturen jedoch wird die psychologische Wirkung der gebauten Umwelt auf den Menschen seit Jahrtausenden erforscht und angewendet, beispielsweise in China mit dem Feng-Shui¹ oder in Indien durch das Vastu-Shastra².

Ein wichtiger Teilbereich aus der Wohnpsychologie befasst sich sowohl mit der physiologischen wie auch psychologischen Wirkung von Farbe auf den Menschen.

Währenddem die Physik sich mit Farbe als Wellenlänge des sichtbaren Lichts beschäftigt, befasst sich die Psychologie mit Farbe als Sinnesreiz und dessen Wirkung

¹ Chinesische Lehre zur Harmonisierung des Menschen mit seiner Umgebung durch besondere Gestaltung der Wohn- und Lebensräume.

² Indische Architekturlehre, welche den Einklang mit den Naturgesetzen bei der Gestaltung von Wohnhäusern, Gebäuden, Städten und Landschaften anstrebt.

auf den Menschen. Farben haben immer eine unmittelbare Wirkung auf uns. Sie können zum Beispiel warm oder kühl, leicht oder schwer, einladend oder abweisend wirken.

Auch in unserer Wohnumgebung wirken Farben. Blau kann z.B. Bilder und Gedanken an die Natur auslösen, beispielsweise an einen Bergsee. In einem Hallenbad kann diese Farbgebung also sinnvoll sein. Wird jedoch die gleiche Farbe für einen Bodenbelag verwendet, dessen Oberfläche womöglich auch noch glänzt, kann dies Unbehagen und Unsicherheit auslösen, da archetypisch gesehen Wasser nicht das Gefühl von Trittsicherheit vermittelt (Rodeck, Meerwein & Mahnke, 2002).

Ein weiteres Beispiel dafür, wie Farben unbewusst auf den Menschen wirken und oft auch archetypischer Natur sind, zeigt die 2010 im „Journal of Experimental Psychology“ der American Psychological Association veröffentlichte Studie. Es ist allgemein bekannt, dass Frauen in roten Kleidern eine sehr anziehende Wirkung auf Männer haben. Nun belegt diese Studie neu, dass auch rot bekleidete Männer auf Frauen verführerisch wirken. 288 Studentinnen wurden Fotos von Männern gezeigt, deren T-Shirts teilweise rot waren. Die Probandinnen sollten einstufen, wie attraktiv und sexuell begehrenswert sie die Person fanden. Durchschnittlich stuften die Frauen die Attraktivität der Rot tragenden Männer auf einer neunstufigen Skala um einen Punkt höher ein als jener Männer, die eine andere Farbe trugen. Zudem schrieben sie den rot tragenden Männern auch mehr Prestige zu. „Frauen glauben, dass Männer in Rot einen höheren Status haben, mehr Geld verdienen und eher die soziale Leiter aufsteigen“, erläutert Studienleiter Andrew Elliot. „Wenn Frauen Rot sehen, löst das etwas Tiefes und wahrscheinlich biologisch Verwurzeltes aus“, sagt er weiter. Und obwohl die Farbe Rot in verschiedenen Kulturen verschiedene Bedeutungen hat, kamen die Frauen aller Länder zur gleichen Einschätzung. Andrew Elliot geht auch davon aus, dass das Tragen von Rot Männer stolzer auftreten lässt. „Ein Mann, der Rot trägt, fühlt sich wahrscheinlich dominanter. Dies steigert sein Selbstbewusstsein und beeinflusst somit sein Verhalten, und das könnte wiederum Frauen beeindrucken“ (Elliot, et al. 2010).

Nebst den Farben wirken natürlich auch andere Sinneswahrnehmungen auf uns Menschen. Der Duft von Holz oder das Geräusch eines knisternden Kaminfeuers lösen sofort Assoziationen aus, die wiederum unser Wohlbefinden beeinflussen. Um Lebensräume so zu gestalten, dass sie die Wohnbedürfnisse des Menschen abdecken und ihn in seiner aktuellen Lebenssituation unterstützen, scheint es daher sinnvoll und wichtig, dabei Erkenntnisse aus der Wohnpsychologie zu berücksichtigen.

4.3 Wohnbedürfnisse

Wohnbedürfnisse sind eng mit der Lebensform verknüpft. Sie decken sich weitgehend mit den generellen Bedürfnissen des Menschen. Angelehnt an das hierarchische Modell von Maslow (1977) und an Flade (2006) ordne ich sie in folgende Kategorien ein:



Abbildung 1: Modell von Maslow (abgeänderte Version durch die Autorin)

Zentrale Annahme des hierarchischen Modells von Maslow (ebd.) ist, dass zuerst immer die „niedrigen“ Bedürfnisse befriedigt sein müssen, bevor die „höheren“ Bedürfnisse

angegangen werden. „Auf einem höheren Bedürfnisniveau zu leben, bedeutet größeren biologischen Wirkungsgrad, Langlebigkeit, weniger Krankheit, besseren Schlaf, Appetit und so fort (...) Die höheren Bedürfnisbefriedigungen haben Überlebens- und Wachstumswert“ (Maslow, 1977, S. 154).

Der Sozialpsychologe Markus Brändle-Ströh (2003) hat ein für die Gestaltung der gebauten Umwelt überzeugendes Modell entwickelt. Darin unterscheidet er zwischen den folgenden drei Haupt-Wohnbedürfnissen: den biologischen, psychischen und sozialen.

4.3.1 Biologische Wohnbedürfnisse

In allen überlieferten Spuren der Menschheitsgeschichte lassen sich ihre räumlich und zeitlich geprägten Wohnbedürfnisse nachweisen. Wir brauchen einen Ort, der uns vor klimatischen Einflüssen wie Sonne, Regen, Schnee, Wind usw. schützt. Sicherheit und Mobilität sowie die Möglichkeit für Rückzug sind weitere essenzielle Werte, die zum Wohlbefinden der Bewohner beitragen.

4.3.2 Psychische Wohnbedürfnisse

Kontroll- und Kompetenzbedürfnisse haben im Wohnbereich eine große Bedeutung. Gemäß einer Bewohnerbefragung von Silbermann (1991) wird auch das Bedürfnis nach Privatsphäre immer wichtiger. Ist die physische Integrität gefährdet, etwa durch Einbruchgefahr, leidet die Privatheit. Psychische Wohnbedürfnisse sind kulturell geprägt und individuell definiert und zudem lebensphasen-spezifischen Veränderungen unterworfen.

Auch das Bedürfnis nach schönen Formen beim Einrichten ist abhängig von der jeweiligen Kultur, der sozialen Schicht und dem Lebensstil. Das Bedürfnis nach subjektiv schön empfundenen Formen durchzieht die ganze Geschichte des Wohnens. Es zeigt sich

weltweit als Repräsentationsbedarf, verbunden mit dem Bedürfnis nach Unverwechselbarkeit.

Das Bedürfnis nach Information, Orientierung und Sinnhaftigkeit sowie die Möglichkeit der zwangslosen Kommunikation mit den Nachbarn sind weitere psychische Wohnbedürfnisse.

4.3.3 Soziale Wohnbedürfnisse

Anteilnahme, Zugehörigkeit und soziale Gerechtigkeit prägen die Qualität sozialer Wohnbedürfnisse. Das Bedürfnis nach Unverwechselbarkeit steht in engem Zusammenhang mit dem Kontroll- und Kompetenzbedürfnis. Zum Beispiel eine eigene Adresse zu haben und sich den Wohnraum anzueignen, indem der Bewohner ihn nach seinen eigenen Vorstellungen nutzen und gestalten kann.

Soziale Wohnbedürfnisse sind geprägt durch die kulturellen und individuellen Erfahrungen des Menschen. Je nach Lebensphase, in der sich der Mensch befindet, kann die Gewichtung der sozialen Wohnbedürfnisse ändern. Besonders hoch ist sie für Kinder und Jugendliche, aber auch für Nicht-Erwerbstätige und Menschen, die in ihrer physischen Mobilität eingeschränkt sind. Auch die Bedürfnisse nach Identität, Selbstentfaltung, Verwirklichung und Anerkennung spielen beim Wohnen in unseren Breitengraden eine immer wichtigere Rolle.

Zusammenfassend kann gesagt werden, dass es leider nicht immer möglich ist, allen oben erwähnten Wohnbedürfnissen Rechnung zu tragen und diese zu befriedigen. Die jüngste Naturkatastrophe in Japan zeigt, dass der Mensch in der Not auch unter einfachsten und prekärsten Umständen überleben muss und kann. Um aber nicht nur zu überleben, sondern eine möglichst bewohnerfreundliche Wohnumgebung zu gestalten, scheint es mir wichtig und sinnvoll, Wohnbedürfnisse wahrzunehmen und zu berücksichtigen. Denn, wie es Garville, Gärling, Lindberg & Montgomery formulieren,

„die Befriedigung dieser Bedürfnisse führt letztendlich zu Wohlbefinden und (Wohn-) Zufriedenheit, die für den Menschen zu den höheren Lebenszielen gehören“ (Garvill, Gärling, Lindberg & Montgomery, S. 317 - 338).

4.3.4 Unbewusste Wohnbedürfnisse

Ein Grossteil der Wohnbedürfnisse wird vom Menschen nicht bewusst wahrgenommen. Wie die folgenden Ausführungen zeigen, spielen diese unbewussten Wohnbedürfnisse bei der Taxierung und Gestaltung unserer Wohnumgebung jedoch eine entscheidende Rolle.

Unbewusst ist alles, was wir nicht bewusst wahrnehmen. Der Sozialpsychologe Timothy D. Wilson ist Professor für Psychologie an der Universität Virginia und definiert das Unbewusste in seinem Buch: „Gestatten, mein Name ist Ich“ elegant: „Geistige Prozesse, die dem Bewusstsein unzugänglich sind, die aber Urteile, Gefühle oder Verhalten beeinflussen.“ (Wilson, 2007, S. 42). Carl Gustav Jung, einer der wichtigsten Forscher auf diesem Gebiet der Psychologie, hat das Unbewusste wie folgt beschrieben: „Alles, was ich weiß, an das ich aber momentan nicht denke; alles was mir einmal bewusst war, jetzt aber vergessen ist; alles was von meinen Sinnen wahrgenommen, aber von meinem Bewusstsein nicht beachtet wird, alles, was ich absichts- und aufmerksamkeitslos, das heißt unbewusst fühle, denke, erinnere, will und tue, alles Zukünftige, das sich in mir vorbereitet und erst später zum Bewusstsein kommen wird; all das ist Inhalt des Unbewussten“ (Jung, 2003, S. 45).

Dank bildgebender Verfahren, welche es den Wissenschaftlern erlauben, in das lebende Gehirn zu schauen und es sozusagen beim Arbeiten zu beobachten, konnten viele von Jungs Thesen über das Unbewusste wissenschaftlich nachgewiesen werden. Es ist heute möglich, Vorgänge im Hirn nachzuweisen, welche dem Menschen nicht bewusst sind.

Die vor kurzem veröffentlichte Studie „Sleeping in Safe Places“ der Psychologen M. Spörrle und J. Stich des Instituts für Psychologie der Universität München,

veranschaulicht eindrücklich, wie wir Menschen, z.B. bei der Wahl unseres Schlafplatzes, von solchen unbewussten Wohnbedürfnissen gesteuert werden. Bei dieser Studie durften 138 Versuchspersonen am Computer ihr virtuelles Schlafzimmer frei einrichten. Aus der Studie geht hervor, dass nahezu alle Probanden die Bettstellung so wählten, dass sie in Ruhelage die Tür im Blick behalten konnten, vermutlich um einen Eindringling möglichst früh zu erspähen. Zudem platzierten 70 Prozent der Versuchspersonen ihr Bett so weit wie möglich von der Tür weg. Die Folgerung der Studie: Auf diese Art wollen Menschen Zeit schinden, um sich für einen Angriff wappnen zu können. Diese Ergebnisse zeigen, dass unbewusste Schutzstrategien eine Rolle bei unseren Schlafplatzvorlieben und bei der Gestaltung unserer Wohnumgebung spielen. In einer weiteren Studie der Forschergruppe zeigte sich zudem, dass Erwachsene ihren Kindern prinzipiell den sichereren Schlafplatz zuweisen. Interessantes Detail: diese Aufopferungsbereitschaft gilt allerdings nur für leibliche Kinder, Kinder von Freunden oder Partner erhalten sehr viel seltener einen solch privilegierten Platz (Spörrle & Stich, 2010).

Viele unbewusst wirkende Verhaltensimpulse haben ihren Ursprung auch in der Kindheit. Das Wohnumfeld, das wir in der Kindheit erlebt haben und das uns geprägt hat, beeinflusst unser Selbstbild und bestimmt auch, wie wir mit der Welt in Verbindung treten. Aus diesen frühen Erfahrungen entwickeln wir unsere Vorstellung von Zuhause und von Geborgenheit, welche uns dann ein Leben lang begleitet.

Es kann auch vorkommen, dass unbewusste Wohnbedürfnisse nicht mit den bewussten übereinstimmen, was zu Motivkonflikten führen kann. Ein Beispiel dafür ist, wenn ein unbewusstes Bedürfnis nach Geborgenheit von einem bewussten Bedürfnis nach Zugehörigkeit überlagert wird. In der Folge kann dies dazu führen, dass der Mensch Entscheidungen trifft, welche dem Bedürfnis nach Geborgenheit widersprechen, indem er sich z.B. für eine Loftwohnung entscheidet, die gerade im Trend liegt, anstatt die gemütliche Wohnung mit kleineren Fenstern zu nehmen.

4.4 Authentisch Wohnen

Im Wohnen spiegelt sich unser Leben. Das Leben ist dynamisch und von Veränderung geprägt, was sich auch auf unsere Wohnbedürfnisse auswirkt. Authentisches Wohnen bedeutet an einem Ort zu leben, der uns Sicherheit und Geborgenheit gibt und an dem wir uns wohl fühlen. Es bedeutet auch ein Heim zu haben, in das wir gerne jeden Abend zurückkehren und in dem wir nicht nur unser Mobiltelefon aufladen, sondern auch Energie für uns selber auftanken. Um dies zu ermöglichen, ist es wichtig, unsere Wohnbedürfnisse zu kennen und zu berücksichtigen.

Dabei kann die Gewichtung dieser Wohnbedürfnisse je nach Lebenssituation stark variieren und sich manchmal auch grundlegend ändern. Besonders deutlich zeigt sich dies bei markanten Änderungen im Leben. Beispielsweise :

- beim Auszug aus dem Elternhaus in die erste eigene Wohnung, um als Erwachsener die Welt zu erobern
- beim Zusammenzug mit dem Liebsten in eine gemeinsame Wohnung, um die Zweisamkeit zu genießen
- beim Umzug in ein Haus bei der Geburt eines Kindes, um den Nachwuchs möglichst behütet aufziehen zu können
- beim Auszug der Kinder, wenn das Haus den Eltern zu groß wird
- beim Zusammenziehen als Patchworkfamilie, weil einer oder beide Elternteile schon Kinder haben und zusammen nochmals eine Familie bilden
- beim Entscheid in eine kleinere Wohnung zu ziehen, weil man älter wird

Um authentisch zu wohnen, ist es wichtig, bei der Entscheidung der Wohnform und deren Gestaltung, nebst den biologischen, möglichst auch die psychischen, sozialen und unbewussten aktuellen Wohnbedürfnisse aller Mitbewohner und Mitbewohnerinnen zu berücksichtigen.

Die erste Herausforderung besteht darin, sich seiner eigenen Wohnbedürfnisse bewusst zu werden, denn wie aus den Ausführungen zu den unbewussten Wohnbedürfnissen auf Seite 12 dieser Arbeit zu ersehen ist, liegen diese oft außerhalb unserer bewussten Wahrnehmung.

Die zweite Herausforderung liegt darin, auch die Wohnbedürfnisse unserer Mitbewohner, welche sich oft von den unseren unterscheiden, bei der Gestaltung der Wohnumgebung zu berücksichtigen. Dabei kann es leicht zu Spannungen, Diskussionen und Konflikten kommen, denn oft unterscheiden sich die Wohnbedürfnisse, „Geschmäcker“ und Einrichtungsvorstellungen. Zum Beispiel wenn sich bei einem Paar der eine ein Zen-Ambiente wünscht und der andere jedoch von einem romantischen englischen Stil träumt. Oder die Tochter ihre „Rosa-Phase“ durchmacht und am liebsten das ganze Haus rosa tapezieren möchte und der Sohn, inspiriert durch „Pirates of the Caribbean“, den Drang verspürt, das ganze Wohnzimmer in ein abenteuerliches Piratenschiff umzuwandeln.

Monique Eleb formuliert es mit den folgenden Worten: „Auf jeden Moment, in dem man die Lebensgewohnheiten und den Geschmack des anderen entdeckt, folgen Schritte der Angleichung, des Kompromisses mit Entscheidungen, die gleichermaßen den Lebensstil wie die Gestaltung des Lebensraums betreffen“ (2004, S. 35).

Der Kern authentischen Wohnens ist somit das Erkennen, Zusammenführen und Verschmelzen der eigenen Wohnbedürfnisse mit denen der Mitbewohnenden.

5 Das Zürcher Ressourcen Modell

Das Zürcher Ressourcen Modell ZRM wurde von Maja Storch und Frank Krause an der Universität Zürich entwickelt und bildet die Basis für das ZRM-Training. Es versteht sich als schulenübergreifendes, theoretisch integratives Modell von Selbstmanagement und verfolgt das Ziel, die Selbstmanagementkompetenzen der Teilnehmenden zu erhöhen.

Dabei lernen die Teilnehmenden auf eine lustvolle und ressourcenorientierte Weise zielrealisierend zu handeln. Sie lernen selbstbestimmte Ziele und neue Handlungsmuster zu entwickeln und ihre Handlungskompetenz zu trainieren. Dem ZRM-Training liegt ein humanistisches Menschenbild zugrunde, welches besagt, dass der Mensch über ein positives Veränderungspotenzial verfügt. Storch und Krause gehen davon aus, dass „der Mensch die meisten Ressourcen, die er zur Lösung seiner Probleme benötigt, selbst in sich trägt“ (Storch & Krause, 2010). Um eine größtmögliche Expertenunabhängigkeit bei den Teilnehmenden zu gewährleisten, nehmen die Trainerinnen die Rolle einer „Hebamme“ oder eines Prozessbegleiters ein und beschränken sich darauf, die Methode zu vermitteln und den individuellen Entwicklungsprozess der Teilnehmenden zu begleiten.

Das ZRM-Training ist in fünf Phasen aufgeteilt und folgt dem Rubikon-Prozess. Der Rubikon-Prozess ist ein wissenschaftlich gut etabliertes, motivationspsychologisches Modell. Ursprünglich haben die beiden Psychologen Heckenhausen und Gollwitzer es als vierphasiges Modell entwickelt. Später wurde das Modell auf Anregung von Grawe hin durch Storch und Krause noch um eine zusätzliche Phase, die unbewusste, erweitert.

Der Rubikon-Prozess erlaubt einen guten Überblick darüber, welche Reifestadien ein Wunsch durchlaufen muss, bis er mit Willenskraft und aktiv in Handlung umgesetzt werden kann. Gewählt wurde der Name Rubikon in Anlehnung an Julius Caesar. Dieser überschritt im Jahre 49 vor Christus mit den Worten „alea iacta est“ (lat.: der Würfel ist

gefallen) den norditalienischen Fluss Rubikon mit seinem bewaffneten Heer und deklarierte damit Rom den Krieg. Auch heute noch steht der Ausdruck „den Rubikon überschreiten“ dafür, sich unwiderruflich auf eine Handlung einzulassen.

Nachfolgend werden die fünf Phasen des Rubikon-Prozesses gemäß Storch und Krause (2007) vorgestellt.

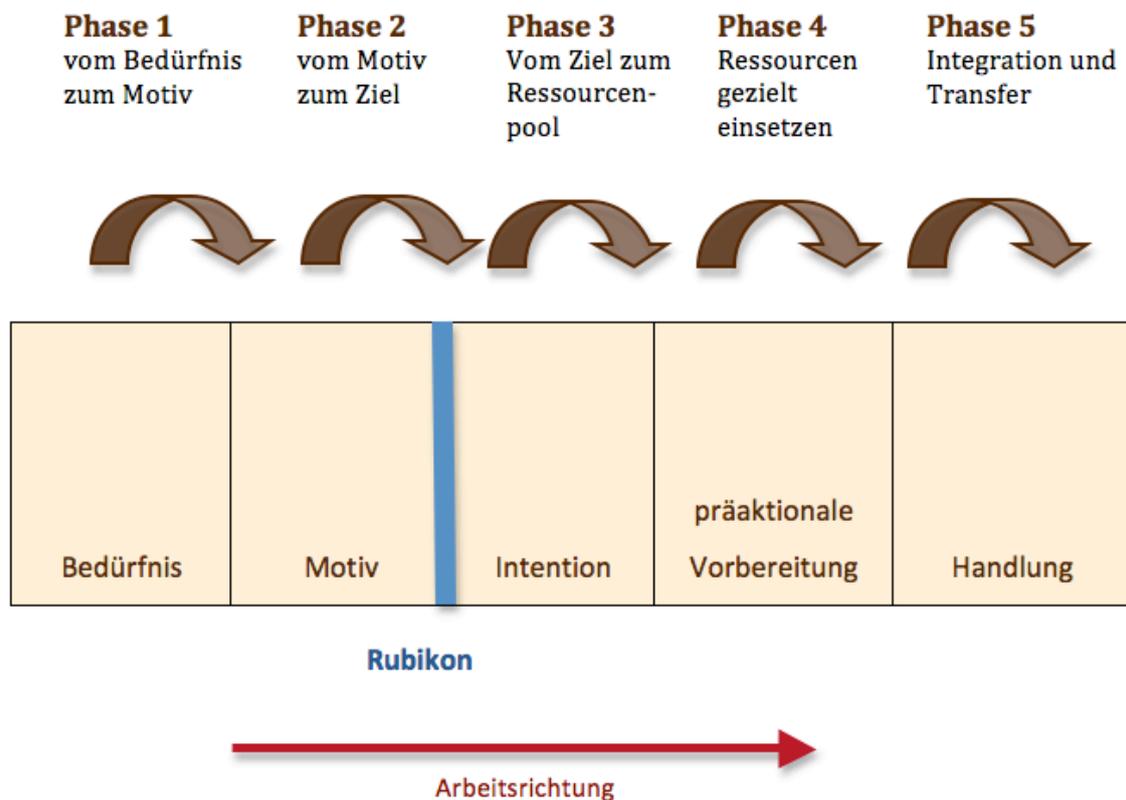


Abbildung 2: Der Rubikon-Prozess und seine fünf Trainingsphasen wie sie im ZRM-Training durchlaufen werden (abgeänderte Version, vgl. Storch & Krause, 2007, S. 65)

5.1 Phase 1: Vom Bedürfnis zum Motiv

In der ersten Phase des ZRM-Trainings geht es darum das aktuelle Thema der Teilnehmenden zu klären. Dabei werden neben bewussten Motiven auch unbewusste Bedürfnisse berücksichtigt. Dies geschieht mittels projektiver Arbeit mit Hilfe von Bildern sowie deren anschließenden Auswertung aufgrund von somatischen Markern³ und mit Hilfe des Ideenkorb-Verfahrens.

5.2 Phase 2: Vom Motiv zur Intention

Nachdem in der ersten Phase die Teilnehmenden ein für sie bedeutsames aktuelles Thema ausgewählt haben, geht es in dieser zweiten Phase des ZRM-Trainings darum, dieses weiter zu klären und daraus ein Haltungsziel zu formulieren. Bei der Zielformulierung unterscheidet sich das ZRM-Training grundsätzlich von anderen Verfahren. Es werden nicht Handlungsziele sondern Haltungsziele erarbeitet. Einerseits, weil Haltungsziele von starken positiven somatischen Markern begleitet werden, und andererseits, weil so formulierte Ziele als stärker zur eigenen Identität gehörend erlebt werden. Um ein handlungswirksames Ziel zu formulieren, müssen zudem drei Kernkriterien berücksichtigt werden. Erstens muss das Ziel als Annäherungsziel formuliert sein, zweitens muss es komplett unter eigener Kontrolle sein und drittens soll es stark motivierend wirken.

5.3 Phase 3: Vom Ziel zum Ressourcenpool

In dieser Trainingsphase geht es nun darum, das erarbeitete Haltungsziel mit den nötigen Ressourcen zu unterstützen. Als Ressource gilt im ZRM-Training alles was hilft, gewünschte neuronale Netze zu aktivieren und dadurch zu stärken. Die Teilnehmenden erarbeiten sich einen Ressourcenpool. Dieser soll möglichst alle Sinne ansprechen, also multivariert sein, sowie auch sogenannte Primes beinhalten. Primes sind Erinnerungshilfen, welche das Gehirn außerhalb der bewussten Wahrnehmung mit

³ Siehe dazu Kapitel 6.2.1

entsprechenden Informationen füttern, damit das neue neuronale Netz ununterbrochen aktiv gehalten wird.

5.4 Phase 4: Die Ressourcen gezielt einsetzen

Bei der vierten Phase befassen sich die Teilnehmenden mit dem zielgerichteten Einsatz der erarbeiteten Ressourcen. Sie planen eine konkrete Situation. Diese soll einen angemessenen Herausforderungsgrad haben und in nächster Zeit stattfinden. Dabei werden die Ressourcen so eingesetzt, dass sie die Teilnehmenden in eine möglichst optimale körperliche, emotionale und geistige Verfassung versetzen.

5.5 Integration und Transfer

In dieser letzten Phase geht es nun darum, den ganzen Prozess, den die Teilnehmenden durchlaufen haben, nochmals zu reflektieren und zu integrieren. Zudem wird auch der Aufbau sozialer Ressourcen angeregt.

Das weitere Eingehen auf die verschiedenen Phasen des ZRM-Trainings ist nicht Bestandteil dieser Arbeit. Diese können in Storch & Krause (2007) nachgelesen werden.

6 Wohnbedürfnisse bewusst machen mit Elementen aus dem ZRM

6.1 Wieso es sinnvoll ist, unbewusste Wohnbedürfnisse bewusst zu machen

Ein wesentlicher Teil unserer Entscheidungen wird von unbewussten Anteilen in uns beeinflusst und gesteuert, ohne dass wir uns dessen bewusst sind. Wir Menschen treffen ständig Entscheidungen. Soll ich heute ein Kleid oder eine Jeans tragen? Eine Banane oder lieber ein Butterbrot zum Frühstück essen? Am Abend einen Kinobesuch machen oder lieber früh ins Bett gehen? Auch beim Gestalten unserer Wohnumwelt treffen wir viele solche Entscheidungen: Decke ich heute den Tisch mit gelben oder hellgrünen Servietten? Soll ich Tulpen oder Rosen für das Wohnzimmer kaufen? Leiste ich mir die exklusive Corbusier-Liege oder nehme ich das günstige und bequeme IKEA-Sofa? Viele dieser Entscheidungen fallen uns leicht. Wir wissen gleich was wir wollen: heute habe ich Lust auf Sonnenschein, also decke ich den Tisch mit den gelben Servietten. Manchmal dauert es etwas länger, wir wägen die Vor- und Nachteile ab und entscheiden uns erst nach längerer Zeit: eigentlich mag ich Tulpen besser, vor allem einen so schön bunten Strauss, aber die Rosen duften so süß und sind auch noch aus biologischem Anbau: ich nehme die Rosen.

Bei schwerwiegenderen Fragen kann es sein, dass wir uns nicht zu einer Entscheidung durchringen können. Hier spielen oft unbewusste Wohnbedürfnisse mit, welche im Gegensatz zu den bewussten stehen können und somit einen unbewussten Motivkonflikt darstellen. Dies zeigt sich beispielsweise beim Kauf einer Küche. Einerseits besteht das bewusste Wohnbedürfnis nach einer praktischen, funktionalen und preiswerten Küche, und andererseits gibt es das unbewusste Wohnbedürfnis nach einer romantischen, mit Holzabdeckungen versehenen und an alte Zeiten erinnernde Küche, die unsere Großmutter hatte und uns an Gefühle von Geborgenheit und Familienglück erinnert. Bleibt dieses unbewusste Wohnbedürfnis unerkannt und entscheiden wir uns für die praktische Küche, werden wir uns darin nie wirklich ganz wohl fühlen und immer das Gefühl haben, etwas fehle. Wenn wir das unbewusste Wohnbedürfnis nach Geborgenheit jedoch erkennen, können wir dieses bei der

Entscheidung berücksichtigen. Wir können nun nach einer praktischen Küche Ausschau halten, die auch Geborgenheit ausstrahlt, beispielsweise indem wir die praktische Küche mit einem warmen Terrakotta Bodenbelag kombinieren und einem romantischen Holzküchentisch aus dem Brockenhaus ergänzen.

In manchen Fällen kann es auch sein, dass wir zwar ein diffuses Gefühl haben oder eine Ahnung, etwas in unserer Wohnumgebung ändern zu wollen. Doch können wir nicht genau definieren und in Worte fassen, worum es eigentlich geht. Dies empfinden wir dann meistens als ein unangenehmes oder gar quälendes Gefühl, denn wir merken, dass wir mit bewussten Überlegungen nicht auf den Grund dieses Gefühls kommen. Auch hier ist es wiederum wichtig, genauer hinzuschauen und diese unbewussten Wohnbedürfnisse zu erkennen, denn wenn auch unbewusst, beeinflussen oder blockieren sie unsere Entscheidungen maßgeblich. Durch die Bewusstmachung dieser unbewussten Wünsche und Gefühle erhalten wir wertvolle Anreicherungen zu unseren bewussten Wohnbedürfnissen und Hinweise, welche Wohnbedürfnisse aktuell für uns von besonderer Bedeutung sind.

Die obigen Beispiele zeigen, dass die Bewusstmachung unbewusster Wohnbedürfnisse wichtig ist, um Motivkonflikte aufzudecken oder um aktuelle Wohnbedürfnisse zu ergänzen und zu klären. Denn um tragfähige und langfristig sinnvolle Entscheide zu fällen, braucht es den Einbezug und die Synchronisation sowohl bewusster wie auch unbewusster Wohnbedürfnisse.

6.2 Elemente aus dem ZRM-Modell, die sich eignen

Welche Elemente aus dem ZRM-Modell eignen sich, um unbewusste Wohnbedürfnisse bewusst zu machen? Mit den folgenden Elementen aus dem ZRM-Modell arbeite ich bei meiner Arbeit als Wohncoach: den somatischen Markern, dem Entspannungstext, der Bildarbeit, der Bildkartei und dem Ideenkorb-Verfahren.

6.2.1 Somatische Marker

Um unbewusste Wohnbedürfnisse zu erkennen, können wir auf sogenannte somatische Marker achten. Somatische Marker erlauben uns, unbewusst verlaufende Bewertungen und Entscheidungen zu beobachten. Der Begriff der somatischen Marker stammt vom amerikanischen Hirnforscher Antonio Damasio. Soma ist das griechische Wort für Körper und Marker zeigt an, wo im Körper sich etwas manifestiert.

Somatische Marker sind schnell auftretende Körperempfindungen. Jeder Mensch hat somatische Marker und kennt das Gefühl, beim Anblick eines geliebten Menschen Schmetterlinge im Bauch zu haben oder vor einer Prüfung kalte Füße zu bekommen.

„Jedes Objekt oder jede Situation, mit denen ein Organismus Erfahrungen gesammelt hat, hinterlassen einen somatischen Marker, der eine Bewertung dieser Begegnung speichert“ (Storch & Krause, 2007, S. 50). Diese Bewertung verläuft nach einem einfachen, dualen Prinzip: „Gut gewesen, wieder aufsuchen“ oder „schlecht gewesen, lieber vermeiden“ und wird im emotionalen Erfahrungsgedächtnis gespeichert. Dieses biologische Bewertungssystem steuert unser Appetenz- und Vermeidungsverhalten und hat somit viel Einfluss auf unsere Entscheidungen und unsere Stimmungen. „Durch somatische Marker teilt das Unbewusste mit, wie es eine Sache einschätzt – sie sind also Bewertungssignale“ (ebd., S. 50). Somatische Marker dienen somit als Leitsystem, um herauszufinden was wir wirklich wollen.

6.2.2 Entspannungstext

Um entspannt in die Prozessarbeit einzusteigen, wird beim ZRM-Training vor der Bildauswahl jeweils eine geführte Entspannung durchgeführt. Dadurch wird der nach innen gerichtete Zustand der Introversion angestrebt, welcher den Kontakt mit den eigenen Ressourcen erleichtert.

6.2.3 Bildarbeit

Bilder eignen sich hervorragend als Projektionsflächen für unbewusste Wohnbedürfnisse. Das ZRM-Training hat drei spezifische Besonderheiten für die Arbeit mit Bildern entwickelt. Erstens werden nur Bilder verwendet, welche ressourcenaktivierend sind. Zweitens werden die Bilder aufgrund positiver somatischer Marker gewählt und drittens werden sie anhand der Ideenkorb-Technik ausgewertet.

6.2.4 Bildkartei

Im ZRM-Training besteht eine Bildkartei aus ca. 60 Bildern. Wichtig dabei ist, dass sich alle Bilder potenziell als Ressourcen eignen, das heißt, positive Assoziationen beim Betrachter auslösen. Zudem sollte die Bildkartei möglichst unterschiedliche Motive beinhalten und möglichst viele verschiedene Themen, Länder, Menschen, Tiere und Naturelemente darstellen.

6.2.5 Ideenkorb

Für die Auswertung der Bilder verwendet das ZRM-Training ein Verfahren, das sich Ideenkorb nennt. Das Ideenkorb-Verfahren funktioniert wie eine Art Mini-Brainstorming. Ziel ist es, möglichst viele positive Assoziationen zu den gewählten Bildern zu erhalten. Das Verfahren besteht aus zwei Phasen: In der ersten Phase bieten die Teilnehmenden dem Bildinhaber möglichst viele positive Assoziationen zu seinen Bildern an. In der zweiten Phase werden die so gesammelten Assoziationen vom Bildinhaber aufgrund seiner positiven somatischen Marker ausgewertet. „Aufgrund der gewählten Assoziationen wird allmählich der Sinngehalt der Bilder aus der vorsprachlichen Form herausgeholt und in eine sprachliche – und damit bewusste – Form gegossen“ (Storch & Krause, 2010, S. 20).

6.3 Anpassungen der verwendeten Elemente aus dem Zürcher Ressourcenmodell

Folgende Anpassungen der drei Elemente aus dem ZRM-Modell habe ich für meine Arbeit als Wohncoach vorgenommen.

6.3.1 Anpassungen des Entspannungstextes

Um die Ressourcenaktivierung der Klienten hinsichtlich ihrer Wohnbedürfnisse zu unterstützen, habe ich die geführte Entspannung durch eine Fantasiereise ergänzt. Thema der Fantasiereise sind Orte in der Natur und Wohnumgebungen. Dabei spielt es keine Rolle, ob der Kunde sich an reale Orte erinnert oder diese erfindet. Sie müssen lediglich positive Assoziationen bei ihm auslösen und einen hohen Wohlfühlfaktor haben. Dieser Punkt ist sehr wichtig, um einen ressourcenorientierten Zugriff auf die unbewussten Wohnbedürfnisse der Kunden zu gewährleisten, denn sonst laufe ich Gefahr, beim Kunden problemorientierte Inhalte zu aktivieren. „Wenn man sich entscheidet, mit dem Unbewussten zu arbeiten, ist es von zentraler Bedeutung, sich darüber Rechenschaft abzulegen, was man an Inhalten aufrufen möchte und wozu dies in der generellen Beratungsstrategie gut sein soll“ (Storch & Krause, 2010, S. 14). Daher liegt während der ganzen Fantasiereise die Betonung darauf, dass die verschiedenen Orte, Räume und Wohnumgebungen durchwegs als positiv und angenehm empfunden werden. Zudem ermutige ich die Kunden während der Reise auch immer wieder auf die Stimmungen, Farben, Materialien, Gerüche und Geräusche in den Räumen zu achten.

Dieses Vorgehen hat zwei Vorteile: Einerseits werden die Kunden so noch besser auf die Bildauswahl hinsichtlich ihrer Wohnbedürfnisse vorbereitet und andererseits können die während der Fantasiereise gesammelten Eindrücke später beim Ideenkorb hinzugenommen werden und eine wertvolle Ergänzung darstellen.

6.3.2 Anpassungen der Bildkartei

Beim Zusammenstellen der Bildkartei für die Arbeit mit unbewussten Wohnbedürfnissen habe ich auch darauf geachtet, dass die Bilder mit höchster Wahrscheinlichkeit positive Ressourcen beim Betrachter aktivieren. Anders als beim ZRM-Training besteht die Bildkartei jedoch ausschließlich aus Bildern, welche Wohnstimmungen darstellen. Auch hier habe ich darauf geachtet, eine möglichst große Vielfalt von Wohnstimmungen, Stilen, Farben, Formen und Materialien zu berücksichtigen.

Die Arbeit mit dieser Bildkartei erleichtert die Auswertung der Bilder beim Ideenkorb-Verfahren. Die Tatsache, dass die Bilder bereits Wohnelemente darstellen, erleichtert den Kunden das Erkennen der Verbindung zwischen den gewählten Bildern und ihren unbewussten Wohnbedürfnissen. Zudem dienen diese Bilder später auch als Vorlage und Inspiration bei der Gestaltung der Wohnumgebung.

7 Methodenteil

7.1 Fallbeispiel

Mit dem folgenden Fallbeispiel geht es mir darum aufzuzeigen, wie der Einbezug der oben erwähnten ZRM-Elemente bei meiner Beratungstätigkeit konkret ablaufen kann und inwiefern dies hilfreich ist.

7.1.1 Ausgangssituation

Familie Schaller⁴, wohnhaft in Zürich. Pauline Schaller und Glen Schaller haben zwei Kinder, Alina, 14 Jahre, und Denis, 7 Jahre. Die Familie wohnt zurzeit in einem schönen Reiheneinfamilienhaus in Zürich. Da nun der Umzug in ein neues Haus in Zürich bevorsteht, möchten sie diesen nutzen, um sich bewusst mit ihrer Wohnraumgestaltung zu befassen. Pauline kennt das ZRM-Training und hat von meinem Angebot erfahren.

7.1.2 Erstgespräch

Das erste Treffen findet im aktuellen Wohnhaus der Familie Schaller statt. Alle Familienmitglieder sind anwesend. Nach einem Rundgang durch die Räume des Hauses besprechen wir die Wünsche, Erwartungen und Anliegen der Familie Schaller bezüglich der neuen Wohnumgebung und unserer Zusammenarbeit. Dann zeige ich der Familie in groben Zügen den Wohncoaching-Prozess auf. Familie Schaller gefällt dieser Ansatz und sie ist bereit sich auf diesen Prozess einzulassen. Da Tochter Alina bald in die Ferien fährt, vereinbaren wir eine erste Wohncoaching-Sitzung mit ihr alleine und eine weitere mit beiden Eltern und Sohn Denis.

7.1.3 Erste Wohncoaching-Sitzung

Alina erscheint zum vereinbarten Termin bei mir in der Praxis. Zuerst erfrage ich bei ihr ihre Wohnbedürfnisse und Wünsche für ihr neues Zimmer. Nachdem dies ausführlich

⁴ Alle Namen geändert

erläutert ist, erkläre ich Alina den weiteren Ablauf dieser ersten Wohncoaching-Sitzung: „Zunächst geht es darum, dein aktuelles Wohnthema zu klären. Nebst den bereits von dir erwähnten Wohnbedürfnissen sind nun auch noch mögliche unbewusste Wohnbedürfnisse zu erforschen. Zu diesem Zweck verteile ich anschließend verschiedene Bilder mit Wohnstimmungen am Boden. Anschließend lese ich eine kurze Entspannungsgeschichte vor. Deine Aufgabe dabei ist lediglich, dich möglichst gut zu entspannen. Wenn die Geschichte zu ende ist, werde ich dich bitten, drei Bilder auszusuchen. Wichtig bei der Wahl der Bilder ist, dass du diese nicht mit dem Verstand, sondern lediglich „mit dem Bauch“ aussuchst, die drei Bilder also, die bei dir das stärkste positive Gefühl auslösen.“

Alina hat die folgenden drei Bilder gewählt:



Nun erkläre ich ihr, dass sie bei der absichtlosen Wahl der Bilder ihren unbewussten Wohnbedürfnissen die Möglichkeit gegeben hat, in Erscheinung zu treten. Im nächsten Schritt werden wir mit Hilfe des Ideenkorb-Verfahrens diese Wohnbedürfnisse in Worte fassen. Dazu lege ich Alina möglichst viele positive Assoziationen, die mir zu ihren Bildern in den Sinn kommen, in ihren Ideenkorb. Anschließend wählt sie die Wörter aufgrund ihrer positiven somatischen Marker aus, diejenigen Wörter also, welche in ihr wiederum die stärksten positiven Gefühle auslösen.

Alina hat die folgenden Wörter aus dem Ideenkorb ausgesucht:

Weich, Harmonie, Schönheit, Ruhe, Sprache, Erholung, Freunde, Spaß, Freizeit, sinnlich, weich, verspielt, feminin, Rückzug, vertraut, geborgen, Entspannung, aktiv, dynamisch, blau, frisch.

Nach diesem Schritt ist die Sitzung mit Alina beendet.

7.1.4 Zweite Wohncoaching-Sitzung

Die zweite Wohncoaching-Sitzung findet mit den beiden Eltern, Pauline und Glen, sowie ihrem Sohn Denis statt, wobei ich mit ihnen gleich vorgehe wie bei der ersten Sitzung mit Tochter Alina. Aus diesem Grund beschränken sich meine Ausführungen zur zweiten Wohncoaching-Sitzung auf deren Ergebnis:

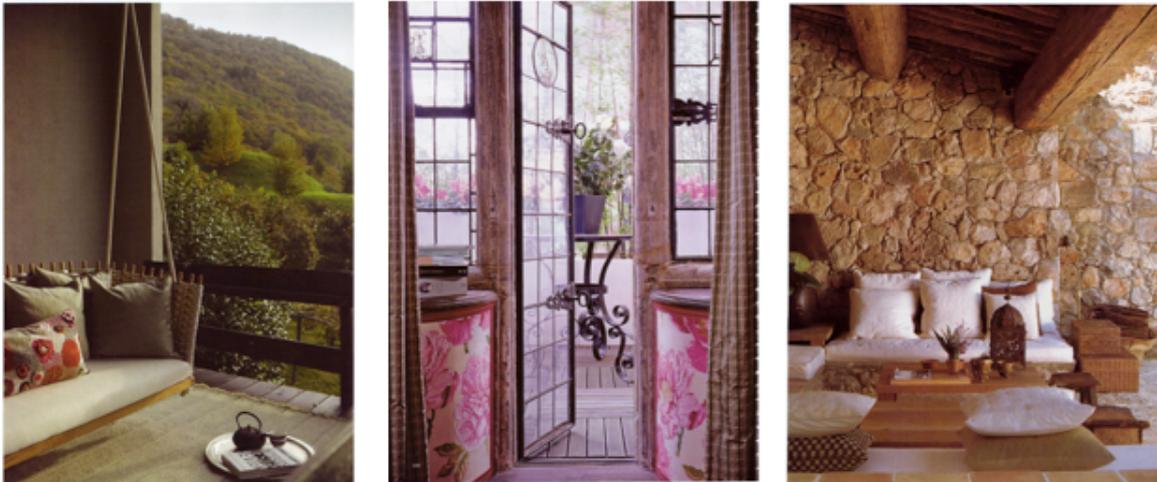
Der siebenjährige Sohn Denis hat die folgenden drei Bilder gewählt:



Denis hat folgende Wörter aus dem Ideenkorb ausgesucht:

Blau, Meer, Himmel, Familie, Geborgenheit, rund, pompös, hellblau, magisch, Nacht, Abenteuer, Entspannung, gemeinsam, moosgrün, lustig, warm, gold, gemütlich, witzig.

Mutter Pauline hat diese drei Bilder gewählt:



Pauline hat folgende Wörter aus dem Ideenkorb ausgewählt:

Geborgen, Ruhe, die Seele baumeln lassen, feminin, romantisch, Rückzug, barfuss, Natur, grün, lesen, verborgen, verspielt, Kontrast, warm, Licht, südlich, entspannt.

Vater Glen hat die folgenden drei Bilder gewählt:



Glen hat folgende Wörter aus dem Ideenkorb herausgesucht:

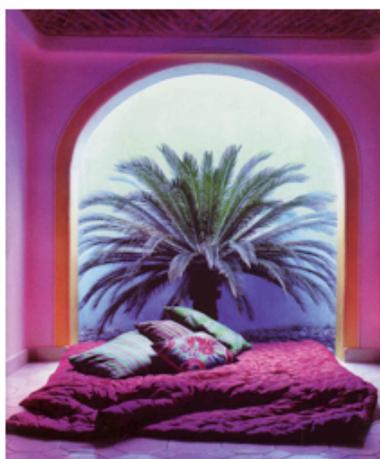
Einladend, offen, Harmonie, Kunst, liebevoll, erster Eindruck, Qualität, ruhig, gemütlich, schlicht, gastfreundlich, mystisch, verspielt, raffiniert, ton-in-ton, aufgeräumt, alt+modern, viel Raum.

Mit diesem Schritt endet auch die zweite Sitzung mit den Eltern und dem Sohn.

7.1.5 Individuelle Wohnbedürfnis-Profile der Familie Schaller

Nachdem ich viele wertvolle Informationen über die Wohnbedürfnisse aller Familienmitglieder erhalten habe, besteht meine Arbeit nun darin, diese zu einem Gesamtbild zusammenzufügen. Dabei gehe ich bei der Zuteilung und Gewichtung der Informationen intuitiv vor. Anhand des erarbeiteten Materials erstelle ich zunächst für jedes einzelne Familienmitglied ein individuelles Wohnbedürfnis-Profil, das anschließend in ein gemeinsames Familien-Wohnbedürfnis-Profil mündet.

Wohnbedürfnis-Profil von Tochter Alina



Weich Harmonie
Schönheit
sinnlich weich verspielt
feminin



Ruhe Sprache
Erholung
Rückzug vertraut geborgen
Entspannung



Freunde Spaß
Freizeit
aktiv dynamisch blau
frisch

Wohnbedürfnis-Profil von Sohn Denis



Blau Meer
Himmel
magisch Nacht Abenteuer



Familie
Geborgenheit
gemeinsam moosgrün lustig



rund pompös
hellblau
Gold gemütlich witzig

Wohnbedürfnis-Profil von Mutter Pauline



Geborgen Ruhe
verborgen
natur grün lesen
die Seele baumeln lassen



Feminin
romantisch
verspielt Kontrast
warm



Rückzug
Innen / Außen
Licht südlich entspannt
barfuss

Wohnbedürfnis-Profil von Vater Glen



Einladend
Offen Harmonie
ruhig gemütlich schlicht
gastfreundlich



Kunst liebevoll
raffiniert
mystisch verspielt
ton-in-ton



Erster Eindruck
Qualität
aufgeräumt viel Raum
alt + modern

7.1.6 Gemeinsames Wohnbedürfnis-Profil der Familie Schaller

Wohnbedürfnis-Profil von Familie Schaller



Geborgen



Harmonie



Schönheit



Tiefe

7.1.7 Dritte Wohncoaching-Sitzung

Um die von mir aufbereiteten Informationen der Familie Schaller zu präsentieren, wird eine dritte Sitzung vereinbart. Bei diesem Treffen sind wieder alle Familienmitglieder dabei.

In Form einer kleinen Dokumentation erhält nun jedes Familienmitglied sein individuelles Wohnbedürfnis-Profil sowie das Familien Wohnbedürfnis-Profil. Durch das Sehen der selber ausgesuchten Bilder und Wörter fällt es leichter, die eigenen Wohnbedürfnisse klarer zu erkennen. Auf diese Weise hat jedes Familienmitglied auch die Möglichkeit, sich und seine Wünsche auf eine neue Art zu „zeigen“. Anschließend wird das gemeinsame Wohnbedürfnis-Profil der Familie Schaller gemeinsam angeschaut und besprochen.

Anhand des so erarbeiteten Wohnbedürfnis-Profils der Familie Schaller, sowie der Berücksichtigung der finanziellen und räumlichen Rahmenbedingungen, soll bei der Umsetzung dieser Wohnbedürfnisse zuerst Übersetzungsarbeit geleistet werden: Welcher Farbton entspricht dem Wohnbedürfnis nach Ruhe? Welche Wandfarbe eignet sich konkret, um im neuen Wohnzimmer der Familie Schaller das einladende und gemütliche Gefühl zu erzeugen, welches sie sich wünscht? Welche bestehenden Möbel können integriert werden und von welchen soll sich die Familie nun trennen? Welche Form, welches Material und welchen Farbton soll die neue Einrichtung haben, um dem Wohnbedürfnis-Profil zu entsprechen? Welche Lichtquellen sollen wo platziert werden, um die gewünschte Stimmung zu erzeugen? Welche Wohnbedürfnisse sind allen Familienmitgliedern wichtig und können somit in Räumen integriert werden, die von allen genutzt werden? Welche Wohnbedürfnisse sind individuell und wo können diese einfließen?

7.1.8 Umsetzung der Wohnbedürfnis-Profile in der konkreten Wohngestaltung

In der oben beschriebenen Sitzung und den folgenden weiteren Beratungsgesprächen lasse ich mein Fachwissen über Farbwirkung, Materialeigenschaften, Lichtverhältnisse und Innenarchitektur einfließen. Hier geht das Wohncoaching teilweise in ein Coachsulting über, eine Mischform aus Coaching und Consulting. Auch hier achte ich darauf, die Kunden möglichst aus einer ressourcenorientierten Beratungshaltung heraus als Prozessbegleiterin zu unterstützen. Bei der Gestaltung des neuen Wohnhauses kann nun immer wieder auf die Wohnbedürfnis-Profile der einzelnen Familienmitglieder und das der ganzen Familie zurückgegriffen werden. Sie dienen als wertvolle Entscheidungs- und Orientierungshilfen bei der weiteren Gestaltung der Wohnumgebung.

Durch den Einbezug der erarbeiteten Wohnbedürfnisse wurden viele Anpassungen im neuen Wohnhaus der Familie Schaller vorgenommen, anbei drei Beispiele:

Wohnzimmer:

Das „alte“ Wohnzimmer der Familie Schaller bestand unter anderem aus mehreren schwarzen Möbeln, einem schwarzen Ledersofa und zwei schwarzen Standleuchten. Aufgrund des Wohncoachings wurde der Familie Schaller bewusst, dass die dunkle Einrichtung nicht mehr ihren aktuellen Wohnbedürfnissen entsprach. Im neuen Haus wurde das eher streng anmutende schwarze Ledersofa durch ein großzügig und einladend wirkendes, sandfarbenes Stoffsofa ersetzt. Auch die schwarzen, schwer wirkenden Möbel wurden durch ein modernes, schlichtes Sideboard in heller Farbe ersetzt. Eine formschöne Stehleuchte aus Aluminium mit elfenbeinfarbenem Lampenschirm ersetzte die beiden schwarzen Standleuchten. Im Wohnzimmer wurde eine Wand in einem dezenten und warmen Sandfarbton gestrichen. Auch die Vorhänge wurden farblich angepasst. Das neue Wohnzimmer der Familie Schaller ist nun in hellen, warmen Naturtönen eingerichtet und wirkt einladend, gemütlich und harmonisch.

Gemeinsames Arbeitszimmer der Eltern Pauline und Glen:

Ursprünglich hatte das Paar geplant, im neuen Haus einen großen Raum als gemeinsames Arbeits- und Hobbyzimmer zu nutzen. Aufgrund des Wohncoachings wurde den beiden jedoch klar, dass sie diesbezüglich zu unterschiedliche Wohnbedürfnisse haben und es sinnvoller ist, je ein eigenes Zimmer dafür zu nutzen, welches individuell den Wohnbedürfnissen entsprechend gestaltet werden kann. Glen hat nun ein eigenes Arbeitszimmer, in dem er genügend Platz hat, sowohl um zu arbeiten als auch seinem Hobby des Modellierens von Skulpturen nachzugehen. Pauline hat nun einen kleinen Raum, den sie ganz nach ihrem Geschmack in einem ruhigen Grünton gestalten und in dem sie ungestört lesen, meditieren und Yoga machen kann.

Jugendzimmer:

Aufgrund des Wohncoachings entschied sich Alina, eine Wand ihres Zimmers in einem frischen Hellgrün zu streichen. Um in ihrer Freizeit auch mit ihren Freunden gemütliche Stunden zuhause verbringen zu können, steht nun unter Anderem auch neu ein Sofa in ihrem Zimmer. Auch beim Sofa war das Wohnbedürfnis-Profil bei der Farbauswahl sehr hilfreich.

Das Zimmer von Denis wurde in einem warmen, hellen Blauton gestrichen. Auch der neue Schrank hat nun blaue Türen. Zudem erhielt Denis einen großen, runden, hochflorigen Teppich, um gemütlich mit seinen Freunden am Boden spielen zu können.

8 Ausblick

Ein weiteres Instrument aus dem ZRM, welches ich bei meiner Arbeit einsetzen werde, ist die Affektbilanz. Diese Methode eignet sich zur Konfliktlösung, wenn beispielsweise die Wohnbedürfnisse zwischen den Bewohnern auf den ersten Blick nicht miteinander vereinbar sind. Ausführlich beschrieben wird der Umgang mit der Affektbilanz bei Storch (2010).

9 Zusammenfassung

Um authentisch zu wohnen, ist es sinnvoll, dass der Bewohner sein Zuhause belebt, beseelt und nach seinen eigenen Bedürfnissen und Wünschen gestaltet.

Der Einbezug unbewusster Wohnbedürfnisse ist dabei von großer Bedeutung. Gelingt dies, entstehen Wohnräume, in denen jeder Bewohner seiner individuellen Persönlichkeit Ausdruck verleihen kann. Dieser Prozess der Aneignung und Individuation definiert die Psychologie als Weg zu einem eigenen Ganzen. Dann entstehen Wohnräume, die sich als eigenes, rundes Ganzes anfühlen und die uns das Gefühl vermitteln, hier „richtig“ zu sein – Wohnräume, in denen wir uns sicher, geborgen und authentisch fühlen.

10 Literaturverzeichnis

- Bär P. K.-D. (2008). *Architektur-Psychologie*. Giessen: Psychosozial-Verlag.
- Brändel-Ströh M. (2003). *Bedarf und Bedürfnisse. Was brauchen Menschen zum Wohnen?* (Birkhäuser Verlag ed.). Basel: Bob Gysin + Partner GBP Architekten.
- Damasio A. (2005). *Descartes' Irrtum*. Berlin: List Taschenbuch.
- Eleg M. (2002). *A deux chez soi*. Edlm.
- Elliot A. (2010). *Red, Rank and Romance in Women Viewing Men*. American Psychological Association.
- Flade A. (2006). *Wohnen, psychologisch betrachtet*. Bern: Hans Huber Verlag.
- Garvill J., Gärling T., Lindberg E. & Montgomery H. *Economic and noneconomic motives for residential preferences and choice* (Vol. 198). Umea Psychological Reports.
- Grimm J. & *Deutsches Wörterbuch* (Deutsche Akademie der Wissenschaften ed., Vol. 33). Leipzig: S. Hirzel.
- Harloff H. J. (1993). *Psychologie des Wohnungs- und Siedlungsbaus. Psychologie im Dienste von Architektur und Stadtplanung*. Göttingen: Verlag für angewandte Psychologie.
- Jung C. G. (2003). *Archetypen*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag.
- Maslow A. H. (1977). *Motivation und Persönlichkeit*. Olten und Freiburg im Breisgau: Walter-Verlag .
- Rodeck B., Meerwein G. & Mahnke F. H. (2002). *Mensch - Farbe - Raum*. Leinfelden: Alexander Koch GmbH.
- Silbermann A. (1991). *Neues Wohnen der Deutschen*. Köln: Verlag Wissenschaft und Politik.
- Spörrle M. & Stich J. (2010). *Sleeping in safe places. An experimental investigation of human sleeping preference from an evolutionary perspective* (Vol. 8/3). Evolutionary Psychology.
- Storch M. (2010). *Machen Sie doch was Sie wollen!* Bern: Huber.
- Storch M. & Krause F. (2007). *Ressourcen aktivieren mit dem Unbewussten*. Bern: Hans Huber Verlag.
- Storch M. & Krause F. (2010). *Selbstmanagement - ressourcenorientiert*. Bern: Hans Huber Verlag.
- Walden R. (1995). *Wohlbefinden in der Stadt*. Weinheim: Beltz.
- Wilson T. D. (2007). *Gestatten, mein Name ist ich*. München und Zürich: Pendo Verlag.
- Ziesenitz A. (2008). *Entscheidungsverhalten bei der Wohnungswahl*. Saarbrücken: VDM Verlag.