

Lichtblick

Magazin für praktizierte
Individualpsychologie

Kindheitserinnerungen

Inhalt Heft 136

- Verdichtete Geschichten
- Spiegel des Lebensstils
- Kompass und Ressource
- Biografie und Bouquet
- Sprüche aus Kindertagen
- Erzählen und erkennen
- Persönliche Erinnerungen



Zwischen Bouquet und Biografie

Sandra Heeg nutzt eine Weinverkostung zu einem Ausflug in die Kindheit und entdeckt verblüffende Gemeinsamkeiten mit der IP.



Sandra Heeg
ist Augenoptikerin, Individual-
psychologische Beraterin und
Coach für Logotherapie.

Neulich war ich zu einer Weinverkostung eingeladen. Eine wunderbare Gelegenheit – zumindest für alle, die nicht fahren mussten. Wer diese Aufgabe übernimmt, bewegt sich geschmacklich eher im Bereich „Aromen-Simulation unter erschwerten Bedingungen“. Doch wie so oft im Leben zeigt sich: Wenn ein Sinn etwas kürzer treten muss, werden andere umso aktiver. In meinem Fall war es der gedankliche Assoziationsfluss. Wir standen also da, die Gläser in der Hand, und sprachen über das Bouquet. „Grüner Apfel“, sagte die eine. „Zitrusfrüchte“, warf jemand ein. Und dann (mein persönlicher Favorit): „ein leicht modriger Kellergeruch“. Mir wurde klar: Wir trinken vielleicht denselben Wein, doch wir erleben ihn nicht gleich. Und genau hier beginnt die Reise in die Individualpsychologie.

Kindheitserinnerungen als Wahrnehmungsfilter

Dass jeder etwas anderes riecht, ist kein Zufall. Es ist Ausdruck unserer persönlichen Lerngeschichte. In der IP sprechen wir von frühen Kindheitserinnerungen als verdichteten Ausdrucksformen unseres Lebensstils. Alfred Adler verstand sie nicht als objektive Abbilder der Vergangenheit, sondern als subjektiv ausgewählte und gestaltete Erinnerungen, die Auskunft darüber geben, wie ein Mensch sich selbst, andere und die Welt wahrnimmt. Düfte fungieren dabei als eindruckliche Brücken. Sie sind emotional gespeichert, vorsprachlich geprägt und häufig eng mit frühen Beziehungserfahrungen verknüpft. Wer also „grünen Apfel“ riecht, riecht womöglich nicht nur eine Fruchtnote, sondern zugleich einen Sommernachmittag, Anerkennung oder Zugehörigkeit. Was für den einen nach frischer Zitrone riecht, erinnert den anderen vielleicht an das Putzmittel im Treppenhaus der Kindheit.

Hier zeigt sich die Kausalität: Unsere Wahrnehmung hat eine biografische Grundlage. Doch aus IP-Sicht greift diese Erklärung zu kurz. Alfred Adler würde uns fragen lassen: Wozu nehmen wir etwas auf eine bestimmte Weise wahr? Welche Funktion erfüllt diese Deutung in unserem gegenwärtigen Leben?

Unsere Wahrnehmung dient einem Zweck. Sie ist eingebettet in unseren Lebensstil, in jenen unbewussten Leitplan, der sich aus frühen Beobachtungen und den daraus gezogenen Schlüssen entwickelt. Kindheitserinnerungen sind daher keine passiven Speicher, sondern aktive Konstruktionen mit gegenwärtiger Funktion. Sie beantworten oft implizit Fragen wie: *Bin ich sicher? Bin ich wertvoll? Gehöre ich dazu?* Vielleicht ist der „modrige Geruch“ nicht nur Erinnerung, sondern Ausdruck eines eher vorsichtigen oder skeptischen Lebensgefühls. Oder optimistischer betrachtet eines besonders feinen Sinns für Nuancen. Entscheidend ist weniger die objektive Realität als die Bedeutung, die wir ihr geben.

Vorbereitung auf die Welt

Ein besonders schönes Bild bot sich mir beim „Avinieren“. Für Nicht-Weinkenner: Dabei wird das Glas mit etwas Wein ausgespült, um es optimal auf den kommenden Genuss vorzubereiten. Ich fragte mich: Sind unsere frühen Kindheitserinnerungen nicht eine Art psychisches Avinieren? Vielleicht „spülen“ sie unsere Wahrnehmung, noch bevor wir bewusst anfangen zu erleben. Sie bereiten den Boden für das, was wir später als Realität interpretieren. In der Sprache der Individualpsychologie sind sie Teil unseres Lebensstils, unserer inneren Dynamik.

Diese Leitlinien zeichnen sich nicht nur schon früh aus den subjektiven Deutungen kindlicher Erfahrungen ab, sondern sind auch erstaunlich konstant. Man könnte fast sagen: Einmal aviniert, immer leicht eingefärbt. Dabei geht es nicht um „richtig“

„Menschen erinnern sich nicht zufällig an eine Kindheitserinnerung, sondern im Einklang mit ihrem Lebensstil.“
Alfred Adler

oder „falsch“, sondern um Brauchbarkeit. Führt mich mein inneres Avinieren zu mehr Gemeinschaftsgefühl und Kooperation – oder eher zu Rückzug, Überanpassung und Absicherung?

Terroir der Persönlichkeit

In der Weinwelt spricht man gerne vom „Terroir“, den Bedingungen, unter denen ein Wein entsteht: Bodenbeschaffenheit, Klima, Lage. Übertragen auf den Menschen entspricht dies seiner frühen sozialen Einbettung. Die Familienkonstellation und die Geschwisterfolge spielen dabei eine zentrale Rolle. Adler beschrieb, wie unterschiedliche Positionen im Familiensystem zu typischen subjektiven Deutungen führen können. Das erstgeborene Kind erlebt häufig eine Form der Entthronung und entwickelt nicht selten ein starkes Verantwortungsgefühl oder ein Streben nach Ordnung und Kontrolle. Das mittlere Kind entwickelt oft ein feines Gespür für Ausgleich und Vermittlung. Das jüngste Kind wächst in ein bereits strukturiertes System hinein und kann sowohl zu Kreativität als auch zu erhöhter Abhängigkeit neigen. Das Einzelkind bewegt sich überwiegend im Erwachsenenfeld und orientiert sich häufig stark an Erwartungen.

Diese Konstellationen sind jedoch keine Determinanten, sondern Deutungsangebote, die jedes Kind subjektiv verarbeitet. Zwei Kinder derselben Familie wachsen eben nicht in derselben psychologischen Realität auf. Entscheidend ist nicht allein, was erlebt wurde, sondern wie es interpretiert und in den eigenen Lebensstil eingebaut wurde.

Cuvée der Partnerschaft

Spannend wird es, wenn zwei „Trauben“ aufeinander treffen – zwei Menschen mit jeweils eigenem Terroir und individueller „Avinierung“. Partnerschaften sind gewissermaßen Cuvéés: Mischungen unterschiedlicher Herkunft, Prägung und Reifung. Manchmal entsteht daraus ein harmonisches Zusammenspiel, manchmal ein eher herausforderndes Geschmackserlebnis. Wenn etwa jemand mit einem stark leistungsorientierten Lebensstil auf jemanden trifft, der eher gemeinschaftsbezogen geprägt ist, kann das sowohl bereichernd als auch konflikthaft sein. Die jeweiligen Kindheitserinnerungen wirken dabei im Hintergrund wie unsichtbare Sommeliers, die ständig Empfehlungen aussprechen – nicht immer zur Freude der Beteiligten. Die Aufgabe besteht darin, diese Muster bewusster wahrzunehmen und im Sinne des Gemeinschaftsgefühls weiterzuentwickeln.

Vollkommener Wein, unvollkommene Menschen

Weinbauer versuchen, einen möglichst ausgewogenen, harmonischen und vielschichtigen Wein zu schaffen. Streben wir nicht auch danach, ein „vollkommener Mensch“ zu werden? In der Terminologie Alfred Adlers ist dieses Streben nach Vollkommenheit eine grundle-

gende Bewegungsrichtung menschlichen Erlebens. Es entspringt dem Gefühl der Unzulänglichkeit, das jedem Menschen auf seine Weise vertraut ist, und ist quasi der Motor unserer Entwicklung.

Und doch liegt darin eine feine, fast ironische Spannung: Wir streben nach etwas, das wir nie vollständig erreichen können. Unvollkommenheit ist kein Defizit, sondern die menschliche Grundbedingung. Wir brauchen keinen Mut unvollkommen zu sein. Wir sind es bereits. Worum es vielmehr geht, ist der Umgang damit: Welche Richtung geben wir unserem Streben? Dient es der Annäherung, der Kooperation, dem Gemeinschaftsgefühl? Oder verstrickt es uns in Vergleich, Absicherung und Selbstüberhöhung?

Im Sinne Adlers liegt die Qualität nicht in makelloser Perfektion, sondern in sozialer Eingebundenheit. Ein „gelungener“ Mensch ist nicht der fehlerlose, sondern derjenige, dessen Lebensstil anschlussfähig ist – für sich selbst und für andere. Der gute Wein im menschlichen Sinne ist also nicht der perfekte, sondern der stimmige: einer, der Ecken und Kanten haben darf und gerade dadurch Tiefe entwickelt.

Ein Schluck Selbstironie

Während ich also da stand und versuchte, „Nuancen von Birne“ zu identifizieren, wurde mir bewusst: Auch ich bin natürlich nicht frei von meiner eigenen „Aromafärbung“. Vielleicht rieche ich manchmal Probleme, wo andere Möglichkeiten sehen. Oder ich entdecke „feine Noten von Kontrolle“, wo es eigentlich um Vertrauen gehen könnte. Die gute Nachricht lautet: Unser Lebensstil ist zwar früh geprägt, doch nicht unveränderlich. Wir können lernen, neuen Erfahrungen andere Bedeutungen zu geben, unsere Wahrnehmung zu erweitern und – um im Bild zu bleiben – auch einmal ein anderes Glas zu wählen.

Bewusst verkosten

Frühe Kindheitserinnerungen sind keine objektiven Abbilder der Vergangenheit, sondern subjektive Konstruktionen mit Wirkung in der Gegenwart. Sie beeinflussen, wie wir die Welt „schmecken“, interpretieren und gestalten. Vielleicht lohnt es sich also, im Alltag öfter innezuhalten und sich zu fragen: Schmecke ich gerade den Wein oder meine Geschichte dazu? Reagiere ich wirklich auf die Gegenwart oder auf mein inneres Archiv?

Und wenn wir das nächste Mal bei einer Weinverkostung stehen und jemand sagt: „Ich schmecke grüne Äpfel“, könnten wir innerlich ergänzen: „und wahrscheinlich auch ein Stück Kindheit“. Vielleicht liegt die eigentliche Kunst nicht darin, das Vollkommene zu erreichen, sondern das Eigene bewusst zu erkennen und in Richtung Gemeinschaft weiterzuentwickeln. Denn ein guter Wein verbindet – und ein guter Lebensstil auch.

Verein für praktizierte Individualpsychologie



Verein für praktizierte
Individualpsychologie e.V.

Vorstand

1. Vorsitzende – Ulrike Strubel

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

2. Vorsitzende – Barbara Heine

Ober-Olmer Str. 29 / D-55127 Mainz / Tel.: +49(0)6131-21 49 55 / e-mail: b.heine@vpip.de

Vorstandsmitglied – Carina Haindl Strnad

Schlachthofstr. 8i / D-76726 Germersheim / Tel.: +49(0)7274-779 89 78 / e-mail: c.haindlstrnad@vpip.de

Kassiererin – Simone Klein

Steigstr.16/ D-78176 Blumberg / Tel.: +49(0)7702-56 89 / e-mail: s.klein@vpip.de

Schriftführerin – Cornelia Domaschke

Im Bifig 15 / D-79650 Schopfheim / Tel.: +49(0)160-94 63 66 99 / e-mail: c.domaschke@vpip.de

Themenschwerpunkt der nächsten Ausgabe:

Was Kinder stark macht

Redaktionsschluss: 15. August 2026

AnsprechpartnerInnen

Jana Strahl

Tel.: +49(0)1520-9056391 / e-mail: j.strahl@vpip.de
Kontaktperson Social Media

Carina Haindl Strnad

Tel.: +49(0)7274-779 89 78 / e-mail: c.haindlstrnad@vpip.de
Kontaktperson IP-Forum, Online-Supervision

Diana Reitze

Tel.: +49(0)176-42757850 / e-mail: d.reitze@vpip.de
Kontaktperson VpIP-Regionalgruppen

Ulrike Strubel

Tel.: +49(0)6235-92 09 26 / e-mail: u.strubel@vpip.de
Kontaktperson Internet-Auftritt

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

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 25 Euro (Ausland: 40 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.