

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6788/2069601/jesper-juul-perfekte-eltern-sind-ein-albtraum-der-familientherapeut-und-seine-provokanten-thesen> abgerufen werden.

Brigitte

Jesper Juul: Perfekte Eltern sind ein Albtraum
Der Familientherapeut und seine provokanten Thesen

28.06.2011 - 10:10 Uhr, Gruner+Jahr, BRIGITTE

Hamburg (ots) - "Im Beruf kann Perfektionismus funktionieren. Beziehungen bringt man damit um", sagt Jesper Juul, 63, der renommierte dänische Familientherapeut und Buchautor. "Wer perfekt sein will, lässt seinen Kindern im Prinzip nur zwei Möglichkeiten: Entweder sie unterwerfen sich, oder sie bekämpfen ihre Eltern. Eine gleichwürdige Beziehung ist dann unmöglich." In der neuen Ausgabe des Magazins BRIGITTE (Ausgabe 15/11 ab morgen im Handel) stellt er provokante, aber auch für Eltern entlastende Thesen über Kindererziehung auf:

Pubertät ist "Pay-back-Time"

Gerade die Pubertät, in der viele Eltern verzweifeln, sei "Pay-back-Time". "Ob diese Zeit in der Familie schön oder schrecklich wird, ist ein Resultat der ersten zehn Erziehungsjahre. Das heißt: Sie machen nicht unbedingt jetzt etwas verkehrt, Sie haben vorher schon viel verkehrt gemacht." Was Eltern tun können, etwa wenn das Kind tagelang vorm Computer hockt? Juuls Antwort: "Nichts. Eltern stellen in der Pubertät häufig die falschen Fragen. Sie machen einfach so weiter, als ob die Kinder sieben oder acht Jahre alt wären. Das geht schief. Intervention in der Pubertät ist nicht möglich, wenn das richtige Fundament fehlt. Und das richtige Fundament heißt Beziehung."

Belohnungen sind eine Variante des Strafens

Viele Eltern belasten sich im Bestreben, gute Vorbilder zu sein. "Meines Erachtens gibt es so etwas wie positive Vorbilder gar nicht. Eltern sind immer Vorbilder. Genauso schlechte wie gute. Und das ist völlig okay. Denn man kann sehr viel von schlechten Vorbildern lernen, auch sehr viel Gutes."

Auch Belohnungen hält Juul für falsch: "Sie signalisieren damit Ihrem Kind: Ich habe aufgegeben. Ich erwarte jetzt nicht mehr, dass du mich als Mensch ernst nimmst. Ich habe hier diesen Lolli und hoffe, dass du den ernst nehmen kannst. Belohnen ist letztlich eine Variante des Strafens. Wenn ich diesen Lolli anbiete, habe ich als Vater oder Mutter abgedankt. Wenn man sich auf diese Wenn-dann-Spielchen einlässt, riskiert man die Beziehung zum Kind - und das ist sehr gefährlich."

Es sei die Pflicht und das Privileg der Eltern, sich für ihre Kinder zu interessieren. "Am Anfang machen wir das auch sehr gut. Wir versuchen, das Baby in seiner Welt zu verstehen. Was tut dir weh? Was willst du jetzt? Wenn das Kind 12, 13 Monate ist, hören wir damit auf, fangen an zu bestimmen und nennen das erziehen." Eltern verwendeten sehr viel Energie auf Imagepflege und die Frage, wie die Familie von außen gesehen werden solle. "Gut wäre, sich öfter zu fragen: Ist das wirklich der Wunsch meines Kindes, oder ist das eher mein Projekt?" Wenn der Blickwinkel der Eltern immer in Richtung Zukunft geht, sage das: "Liebes Kind, du bist noch nicht so, wie ich dich will."

Väter übernehmen keine Verantwortung

Auch das Phänomen der neuen Väter, die viel mehr als früher wickeln, abwaschen und in die Elternzeit gehen, sieht Juul kritisch. "Väter übernehmen Aufgaben. Aber sie übernehmen keine Verantwortung. Wenn ich optimistisch schätze, dann gelingt eine Vater-Kind-Bindung heute bei 30 bis 40 Prozent der deutschen Väter." Die meisten Väter merkten überhaupt nicht, dass ihnen eine Beziehung zu ihren Kindern fehle. "Erst wenn die Ehe auseinandergeht und sie plötzlich auch mal allein mit den Kindern sind, erleben sie, wie hilflos und ratlos sie sind. Was heißt es eigentlich, 24 Stunden am Tag Eltern zu sein? Ich kann schließlich nicht jeden Tag Pizza essen gehen, in den Zoo oder ins Kino."

Das komplette Interview ist ab morgen in der aktuellen BRIGITTE Ausgabe 15/11 zu lesen.

Diese Meldung ist mit Quellenangabe zur Veröffentlichung frei.

Pressekontakt:

Mandy Rußmann

Kommunikation / PR
G+J Frauen/ Familie/ People
Gruner + Jahr AG & Co KG
Tel: 040/3703-2990; Fax: -5703
E-Mail: russmann.mandy@guj.de

BRIGITTE ist Marktführerin unter den klassischen Frauenzeitschriften Deutschlands: Jede BRIGITTE wird durchschnittlich von 3 Millionen Frauen gelesen (AWA 2010). Damit liegt BRIGITTE um ca. 1 Millionen Leserinnen vor dem nächst folgenden Mitbewerber im Segment. Nicht nur an der Reichweite, sondern auch an den Verkaufszahlen lässt sich der Erfolg von BRIGITTE ablesen: Mit einer verkauften Auflage von durchschnittlich 675.624 Ex. (IVW I/2011) liegt BRIGITTE auch hier an der Spitze der klassischen Frauenzeitschriften in Deutschland. BRIGITTE-Leserinnen sind überdurchschnittlich gebildet, meist berufstätig und verfügen über ein hohes Haushaltseinkommen (MA 2011/I). BRIGITTE erscheint 14-täglich mittwochs und kostet im Handel 2,80 Euro.

Originaltext:

Gruner+Jahr, BRIGITTE

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6788/gruner-jahr-brigitte>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6788.rss2