

John H. Edgette/Tim Rowan

Mental gewinnen

Hypnose in der Sportpsychologie

Aus dem
von Theo Kierdorf und Hildegard-Höhr

!... --2Ö07

Inhalt

Einleitung.	9
Teil I	
Einige Vorüberlegungen.	11
1. Was ist Sportpsychologie?.	12
Große Sportler des 20. Jahrhunderts.	13
Andere Berufssportler.	19
Ein Blick in den Terminkalender.	24
2. Mythen und Missverständnisse über die Sportpsychologie.	29
3. Die Nutzung hypnotischer Fertigkeiten in der Sportpsychologie:	
Ein neues Modell.	35
Die vier Elemente des neuen Modells.	35
Die Umsetzung in mehreren Schritten.	35
Der Entscheidungsprozess im Einzelfall.	41
Teil II	
Klinische Interventionen.	45
4. Einschätzung der psychischen Bedürfnisse von Sportlern.	46
Zielorientierte Fragen.	46
Lösungsfokussierte Fragen.	48
Fragen, die auf die Reaktivierung von Ressourcen zielen.	50
Fragen zur Unterstützung durch Dritte aus dem Umfeld des Sportlers.	52
Einschätzung und Intervention unter einen Hut bringen.	54
5. Besondere Aspekte der Hypnoseinduktion bei Sportlern.	76
Hypnose als Weg in »die Zone«.	76
Altersregression nutzen, um Hypnose zu induzieren.	77
Die Sprache des Sportlers nutzen.	78
Der Nutzen schneller und kurzer Tranceerlebnisse.	80
Überlegungen zur Induktion und zur Selbsthypnose-.	81

6. Wachhypnose.	83
Hypnose bei geöffneten Augen.	84
Sprechen in Hypnose.	86
Gehen in Hypnose.	88
7. Hypnotische Phänomene bei Interventionen	
in der Sportpsychologie.	94
Gedächtnisfunktionen.	94
Hypnotische Phänomene und Zeit	98
Altersregression.	101
Altersprogression.	103
Dissoziation.	104
Hypnotisches Träumen und Tagträumen.	106
Dissoziieren von Bewegungen.	107
Ideomotorische Bewegung (Armlevitation).	108
Automatisches Zeichnen.	110
Anästhesie und Analgesie.	111
Hyperästhesie.	114
Positive therapeutische Halluzinationen.	114
Negative therapeutische Halluzinationen.	116
Seeding (Aussäen).	118
Sprachbasierte Suggestionen.	118
Metaphern.	121
Beispiele aus dem normalen Alltagsleben.	121
Symbole.	122
Konsolidierung.	122
8. Die Betrachtungsweise und die Vorgehensweise verändern,	
um sportlichen Erfolg zu ermöglichen.	124
Die Betrachtungsweise verändern.	124
Die Vorgehensweise verändern.	131
Die Wunderfrage.	134
Aufrechterhaltung positiver Veränderungen.	136

Teil III

Transkripte aus der Praxis klinischer Sportpsychologie. T39

9. Ein Golfer mit einem »Handicap«. 140

10. Teamhypnose. 150

Teil IV

Der geschäftliche Aspekt der Sportpsychologie. 159

11. Wie Sie Ihre sportpsychologische Arbeit vermarkten können 160

 Eine altbewährte Methode: Mundpropaganda 160

 Informationsmaterial. 161

 Gelbe Seiten. 162

 Internet 162

 Workshops, Vorträge und Zeitschriftenartikel. 163

 Fehler bei der Vermarktung sportpsychologischer

 Dienstleistungen. 164

 Ein Wort über Ressourcen. 164

Literatur. 166

Über die Autoren. 167