

Carl-Auer



E. Noni Höfner

Glauben Sie ja nicht, wer Sie sind!

Grundlagen und Fallbeispiele
des Provokativen Stils

Zweite Auflage, 2012

Mitglieder des wissenschaftlichen Beirats des Carl-Auer Verlags:

Prof. Dr. Rolf Arnold (Kaiserslautern)	Prof. Dr. Kersten Reich (Köln)
Prof. Dr. Dirk Baecker (Friedrichshafen)	Prof. Dr. Wolf Ritscher (Esslingen)
Prof. Dr. Bernhard Blanke (Hannover)	Dr. Wilhelm Rotthaus (Bergheim bei Köln)
Prof. Dr. Ulrich Clement (Heidelberg)	Prof. Dr. Arist von Schlippe (Witten/Herdecke)
Prof. Dr. Jörg Fengler (Alfter bei Bonn)	Dr. Gunther Schmidt (Heidelberg)
Dr. Barbara Heitger (Wien)	Prof. Dr. Siegfried J. Schmidt (Münster)
Prof. Dr. Johannes Herwig-Lempp (Merseburg)	Jakob R. Schneider (München)
Prof. Dr. Bruno Hildenbrand (Jena)	Prof. Dr. Jochen Schweitzer (Heidelberg)
Prof. Dr. Karl L. Holtz (Heidelberg)	Prof. Dr. Fritz B. Simon (Witten/Herdecke)
Prof. Dr. Heiko Kleve (Potsdam)	Dr. Therese Steiner (Embrach)
Dr. Roswita Königswieser (Wien)	Prof. Dr. Dr. Helm Stierlin (Heidelberg)
Prof. Dr. Jürgen Kriz (Osnabrück)	Karsten Trebesch (Berlin)
Prof. Dr. Friedebert Kröger (Heidelberg/ Schwäbisch Hall)	Bernhard Trenkle (Rottweil)
Tom Levold (Köln)	Prof. Dr. Sigrid Tschöpe-Scheffler (Köln)
Dr. Kurt Ludewig (Münster)	Prof. Dr. Reinhard Voß (Koblenz)
Dr. Burkhard Peter (München)	Dr. Gunthard Weber (Wiesloch)
Prof. Dr. Bernhard Pörksen (Tübingen)	Prof. Dr. Rudolf Wimmer (Wien)
	Prof. Dr. Michael Wirsching (Freiburg)

Umschlaggestaltung: Uwe Göbel

Umschlagmotiv: Lisa Helm

Satz: Verlagsservice Hegele, Heiligkreuzsteinach

Printed in Germany

Druck und Bindung: Freiburger Graphische Betriebe, www.fgb.de

Zweite Auflage, 2012

ISBN 978-3-89670-773-4

© 2011, 2012 Carl-Auer-Systeme Verlag und Verlagsbuchhandlung GmbH, Heidelberg

Alle Rechte vorbehalten

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Informationen zu unserem gesamten Programm, unseren Autoren und zum Verlag finden Sie unter: www.carl-auer.de.

Wenn Sie Interesse an unseren monatlichen Nachrichten aus der Vangerowstraße haben, können Sie unter <http://www.carl-auer.de/newsletter> den Newsletter abonnieren.

Carl-Auer Verlag GmbH
Vangerowstraße 14
69115 Heidelberg
Tel. o 62 21-64 38 o
Fax o 62 21-64 38 22
info@carl-auer.de

Inhalt

Prolog	9
Was soll dieses Buch?	9
Der Provokative Stil®	10
Die Fallbeispiele.	15
Die Begegnung mit Frank Farrellys Provokativer Therapie.	16
1 Glauben Sie ja nicht, wer Sie sind!	22
Die Wachstumsbremsen oder: Wer bin ich?	22
Die Wachstumsbremse Fixierung	23
<i>Die Super-Oma</i>	24
<i>Mutter Theresa lebt!</i>	26
Die Wachstumsbremse Faulheit.	29
Die Wachstumsbremse Feigheit.	31
Das Erkennen von Wachstumsbremsen	31
2 Denken, Fühlen und Verhalten	34
Veränderung durch Einsicht.	34
Der schüchterne Stefan	35
Das Verhaltenstraining	36
3 Die Grabenkriege der beratenden Zunft	38
Psychotherapie, Coaching und Mediation	38
Die Überzeugungen der Klienten.	39
Die Selbstdefinition der Berater	41
Klienten sind zerbrechlich und bedürfen der Schonung	43
Der gemeinsame Nenner aller Beratungsformen.	44
4 Ein kurzer Abriss des Provokativen Stils	46
Die wertschätzende Grundhaltung des Anwenders (LKW) ...	46
Die Ressourcenorientierung im Provokativen Stil	47
Wie provoziert man die »richtigen« Emotionen?	48
Der Widerstand gegen Veränderungen	49
Das Ziel der provokativen Interventionen:	
Lösung und Ziel findet der Klient	50

5	Vorannahmen in der Beratung	53
	Das Gehirn und die Psyche.....	53
	Das Gehirn und die Psychotherapie.....	54
	Das Modell von der Psyche bestimmt Dauer und Inhalt der Beratung	56
	Das Graben in der Vergangenheit	58
	Der provokative Ansatz:	
	Selbstverantwortung statt Opferhaltung	59
	Die provokative Intervention als Depotpille.....	61
	Die Verwirrung der Klienten.....	64
	Die Verwirrung der Berater.....	65
6	Der freie Wille ist ein Gefühl	67
	Uns fehlen die Worte.....	67
	Die emotionale Logik.....	67
	Das Absurde im menschlichen Denken, Fühlen und Verhalten	69
	Wahrnehmung und Gedächtnis sind emotional geladen.....	70
	Der Verstand spielt bei Entscheidungen die zweite Geige.....	71
	Das Bauchgefühl und die Hirnforschung	72
	»Weiß« der Klient, was gut für ihn ist?	73
	Die Logik eines passionierten Rauchers	75
	Überzeugungen führen zu Symptomen	76
	Die emotionale Ladung von Überzeugungen	77
	Überzeugungen versetzen Berge	79
	Überzeugungen verhindern Angst.....	80
7	Die Angst und das Lachen	82
	Angst ist ein starkes Gefühl	82
	Zu wenig und zu viel Angst	84
	Der Leidensdruck als Veränderungsmotivation	86
	Die Wiederbelebung von Traumata	87
	Die Bedeutung des Lachens beim Provokativen Stil	89
	Lachen ist nicht gleich Lachen	91
	Das Ziel: Lachen über sich selbst	93
8	Einige Werkzeuge des Provokativen Stils	96
	Die Anwendung provokativer Werkzeuge	96
	Offensichtliches aussprechen	97

Implikationen erkennen: Die nonverbalen Signale	99
Die Signale des eigenen Körpers	101
Die Herstellung des guten Drahts durch Treffer und Überraschungen.....	103
Mit Aussagen statt Fragen zur Diagnose.....	105
Der Advocatus Diaboli und die Begeisterung für die Symptome	106
Der sekundäre Krankheitsgewinn	108
Innere Bilder und der systemische Aspekt des Provokativen Stils	109
Zukunftsszenarios.....	111
Persiflage und Stereotype	112
Es gibt keine Lösung	115
Idiotische Lösungen.....	117
Inkongruente Äußerungen und Pingpong	118
9 Die Persönlichkeit des provokativen Beraters.....	121
Die Beziehung zwischen Berater und Klient.....	121
Die eingebaute Supervision	122
Der Nutzen für den Berater	123
Stay happy when you fail.....	124
Sei durchschnittlich und sage Naheliegendes.....	126
10 Die Kombination des Provokativen Stils mit anderen Verfahren	127
Die Erweiterung der Möglichkeiten	127
Die Kombination des Provokativen Stils mit EMDR und EFT	128
11 Der Provokative Stil im Do-it-yourself-Verfahren.....	131
12 Fallbeispiele.....	133
Fall 1: Ich bin zu alt für einen Computer.....	133
Fall 2: Meine Chefin ist ein Ekel.....	145
Fall 3: Eine Paarberatung: Mein Mann dominiert mich.....	157
Fall 4: Mein pubertierender Sohn ist unflätig.....	175
Fall 5: Ich bin ein Kopfmensch.....	187
Fall 6: Ich habe Angst vor meiner Mutter	198
Fall 7: Ich verletze mich selbst	210

Fall 8: Ich bin perfekter als alle anderen	223
Fall 9: Ich habe zu wenig Rückgrat	233
Fall 10: Ich bin selbstständig und verdiene mein eigenes Geld!	244
Fall 11: Die Katzen oder der Freund?	256
Literatur	268
Über die Autorin	269