

E. Noni Höfner

# **Glauben Sie ja nicht, wer Sie sind!**

Grundlagen und Fallbeispiele  
des Provokativen Stils

Vierte Auflage, 2016

Mitglieder des wissenschaftlichen Beirats des Carl-Auer Verlags:

Prof. Dr. Rolf Arnold (Kaiserslautern)	Prof. Dr. Wolf Ritscher (Esslingen)
Prof. Dr. Dirk Baecker (Friedrichshafen)	Dr. Wilhelm Rotthaus (Bergheim bei Köln)
Prof. Dr. Ulrich Clement (Heidelberg)	Prof. Dr. Arist von Schlippe (Witten/Herdecke)
Prof. Dr. Jörg Fengler (Köln)	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 (Berlin)
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)	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. Kersten Reich (Köln)	Prof. Dr. Michael Wirsching (Freiburg)

Umschlaggestaltung: Uwe Göbel

Umschlagmotiv: Lisa Helm

Satz: Verlagsservice Hegele, Heiligkreuzsteinach

Printed in Germany

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck



Vierte Auflage, 2016

ISBN 978-3-8497-0128-4

© 2011, 2016 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.

eBook-Ausgabe: 978-3-8497-8015-9

Hinweis: Der Begriff *Der Provokative Stil (ProSt)*®

ist urheberrechtlich bzw. markenrechtlich beim

Deutschen Marken- und Patentamt unter Register-Nr. 30016813

geschützt.

Informationen zu unserem gesamten Programm, unseren Autoren  
und zum Verlag finden Sie unter: [www.carl-auer.de](http://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. +49 6221 6438-0  
Fax +49 6221 6438-22  
[info@carl-auer.de](mailto:info@carl-auer.de)

# Inhalt

<b>Prolog</b> .....	<b>9</b>
Was soll dieses Buch? .....	9
Der Provokative Stil .....	10
Die Fallbeispiele. ....	15
Die Begegnung mit Frank Farrellys Provokativer Therapie. ....	16
<b>1 Glauben Sie ja nicht, wer Sie sind!</b> .....	<b>22</b>
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
<b>2 Denken, Fühlen und Verhalten</b> .....	<b>34</b>
Veränderung durch Einsicht. ....	34
Der schüchterne Stefan .....	35
Das Verhaltenstraining .....	36
<b>3 Die Grabenkriege der beratenden Zunft</b> .....	<b>38</b>
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
<b>4 Ein kurzer Abriss des Provokativen Stils</b> .....	<b>46</b>
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

<b>5</b>	<b>Vorannahmen in der Beratung</b> . . . . .	<b>53</b>
	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
<b>6</b>	<b>Der freie Wille ist ein Gefühl</b> . . . . .	<b>67</b>
	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
<b>7</b>	<b>Die Angst und das Lachen</b> . . . . .	<b>82</b>
	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
<b>8</b>	<b>Einige Werkzeuge des Provokativen Stils</b> . . . . .	<b>96</b>
	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
<b>9 Die Persönlichkeit des provokativen Beraters.....</b>	<b>121</b>
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
<b>10 Die Kombination des Provokativen Stils mit anderen Verfahren .....</b>	<b>127</b>
Die Erweiterung der Möglichkeiten .....	127
Die Kombination des Provokativen Stils mit EMDR und EFT .....	128
<b>11 Der Provokative Stil im Do-it-yourself-Verfahren.....</b>	<b>131</b>
<b>12 Fallbeispiele.....</b>	<b>133</b>
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
<b>Literatur .....</b>	<b>268</b>
<b>Über die Autorin .....</b>	<b>269</b>