

# Unverschämte Komisch

## Provokatives Coaching in der Praxis

**Frank Farrellys provokative Therapie, Watzlawicks paradoxe Intervention und die Lehren der verrückten Weisheit bei den alten asiatischen Meistern (in der Sufi-Tradition, dem Buddhismus oder Taoismus) haben eines gemeinsam: Sie provozieren ihre Schüler oder Klienten, um damit deren ureigene Weisheit und psychische Gesundheit hervorzulocken**

von Ruth Hellmich

»Gratuliere, die Erkältung kommt ja wie gerufen! So bleibt dir der Nerv mit den mobbenden Kollegen nächste Woche erspart. Du kannst in Zukunft immer wieder Gründe produzieren, um nicht zur Arbeit zu gehen« – der Coach zwinkert freundlich mit den Augen –, »aber da sie dir letztlich nicht gut tun, lass uns doch mal eine bessere Lösung für dich finden.« – »Du sagst, du siehst das locker? Du vergiftest die ganze Atmosphäre mit deiner Angst. Meine Schultern sind schon ganz verspannt, und ich bekomme Kopfweg. Wie soll ich dich denn da weiter gut coachen können? Hast du einen Tipp? Oder kannst du mir eine Entspannungsmassage geben?« Solche Aussagen sind für die meisten Coaches tabu, scheinen sie doch die Grundsätze des professionellen Coachings zu verletzen. Denn als Coaches haben wir gelernt, durchgehend Empathie zu bekunden, aufmerksam zuzuhören, überwiegend Fragen zu stellen, uns auf die Stärken unseres Gegenübers zu fokussieren, die positiven Aspekte unerwünschter Folgen hervorzuheben, lösungsorientiert zu sein und natürlich nicht den Klienten um Rat oder eine Entspannungsmassage zu bitten. Doch als provokative Coaches setzen wir solche Verstöße bewusst ein. Nicht aus Schadenfreude oder Sadismus, sondern als Methode heben wir die Schwächen des Klienten hervor und übertreiben sie bis zur Karikatur. Wir bedienen uns vorhandener Klischees, unterbrechen ihn, malen die Vorteile von Unangenehmem genüsslich aus, unterstellen negative Gedanken und Motive, peinliche Befürchtungen oder Ängste und brechen Tabus.



Dass heute eine zunehmende Anzahl von Coaches solche Unverschämtheiten als Methode einsetzt, geht auf den US-amerikanischen Psychiater Frank Farrelly und seinen Ansatz der »Provokativen Therapie« zurück. In den 60er Jahren begann er, auch diejenigen seiner Gedanken gegenüber Patienten auszudrücken, die – auf den ersten Blick – wenig erbaulich und wenig wohlwollend erschienen. Dabei entdeckte er, dass dies häufig dem entsprach, was die Patienten selbst über sich dachten. Was Farrelly zu Beginn »verbale Ausrutscher« nannte, traf oft den Nagel auf den Kopf und löste ein erleichtertes Lachen aus. Der damit einhergehende Aha-Effekt öffnete neue Wege – heraus aus festgefahrenen Mustern.

### Vorteile des provokativen Coachings

Der Coach profitiert dabei zudem von einem Zuwachs an Freiheit und einem größeren Verhaltensspektrum. Was wir vielleicht zuvor nur gegenüber Kollegen oder in der Supervision geäußert haben, sagen wir ihm direkt und sind damit authentischer. »Du veränderst dich langsamer als eine Schnecke mit Gehbehinderung. Deine Änderungspläne kann ich nicht mehr hören.



Jedes Mal frage ich mich, wie ich mich nun dieses Mal durch die Coachingsitzung retten soll.« Für den Klienten kann es eine seltene Chance sein zu erfahren, was auch andere an ihm stört.

Provokationen – professionell eingesetzt – haben zudem die Wirkung eines Katalysators für mehr Effektivität und schnellere Erfolge. Oft führen sie dazu, dass der Klient herzhaft lacht. Humor und eine lockere Atmosphäre sorgen für schnelleres Umdenken, Verstehen und mehr Kreativität. Humor ist Erkenntnisträger und Schmiermittel für Veränderungsprozesse und bringt allen Beteiligten mehr Spaß.

Vorteilhaft können Provokationen auch insofern wirken, als sie den gefühlsmäßigen Druck zu einer Veränderung erhöhen. Gehen wir davon aus, dass Menschen sich oft nur unter massivem emotionalem Druck verändern, kann eine künstliche Provokation dem Klienten eine Zuspitzung der »echten« Situation ersparen. »Wie viele spirituelle Praktiken willst du denn noch lernen? Einmal ist es Edelsteine auf die Chakren legen, das nächste Mal negative Gedanken wegmeditieren, bis du dann im Bus explodierst, weil dich jemand anrempelt. Mit asketischem Leben hast du es auch schon versucht. Irgendwann hast du die tausendste Methode gelernt, kannst aber deine Miete nicht bezahlen. Wo willst du denn dann meditieren? Und wenn das mit der Lichtnahrung nicht klappt, musst du auch für den Supermarkt noch Geld haben.« Malen wir auf diese Weise den Teufel an die Wand, kann der Betreffende entweder ganz deutlich fühlen, dass er so weitermachen möchte, oder er entschließt sich schneller zu einer Veränderung. Die Chance, dass es seine Entwicklung in der einen oder anderen Richtung beschleunigt, ist groß.

### Wie kann im Coaching provoziert werden?

»Du bist enttäuscht, dass du nach dem Tantra-Training immer noch Beziehungsprobleme hast – gib's doch zu! Nicht nur da hast du dir heimlich Hoffnungen gemacht, sondern auch gedacht, dass du nach zwanzig Trainingstagen erleuchtet bist. Überleg' doch mal, wie naiv das ist! Da würden die spirituellen Lehrer doch ihre Existenzgrundlage verlieren.« Eventuell können dem Klienten damit ein paar Gruppen oder Trainings erspart bleiben. Als Ausgleich können wir ihn auch beruhigen: »Du bist übrigens nicht der Einzige mit solchen unrealistischen Hoffnungen. Wenigstens gibst du zu, dass du zu den enttäuschten Möchtegern-Erleuchteten gehörst.« Und (mit ironischer Stimme): »Vielleicht klappt es ja beim nächsten Training.«

Die eigenen – verheimlichten und oft schambesetzten – Wünsche, Hoffnungen und Ängste so ausgesprochen zu hören und sie wie durch ein Vergrößerungsglas persifliert zu sehen, löst in der Regel zunächst ein unangenehmes Gefühl aus. Für die meisten Menschen ist das jedoch schnell komisch. Wie bei einer Karikatur, bei der wir unsere menschlichen Schwächen wiedererkennen, wird die anfängliche Betroffenheit bald durch ein befreiendes, gemeinsames Lachen belohnt. Der Klient erfährt, dass er auch mit seinen Schattenseiten akzeptiert ist und ihn seine menschlichen Schwächen auch liebenswert machen.

Auch Klischees eignen sich hervorragend für Provokationen: Alles, ob Klischees über Männer und Frauen, Pseudo-Gurus, den Satsang-Boom, Eso-Tanten, Softies oder wen auch immer. Auch Berufsgruppen eignen sich, genauso Mütter, Singles, Teenies; Themen wie Erfolg und Macht, Erleuchtung oder Instant-Heilung – je nach Situation können sie vieles in Kürze auf den Punkt bringen. »Du latschst mit einer Birkenstockmentalität durchs Leben, in Wirklichkeit aber fährst du auf die aufgetakelten und frisch geschminkten Plastikfrauen ab. Aber wundere dich dann nicht, dass deine Frau sauer wird. Ihr erzählst du, du stehst auf ungeschminkten Frauen in flachen Jutesandalen, und dann läuft dir der Sabber aus den Mundwinkeln bei den hochhackig daherkommenden Knackärschen.«

Da wir als provokative Coaches Tabus brechen und das Unausprechbare aussprechen, knüpfen viele provokative Coaches in ihrem Selbstverständnis an die historische Figur des Hofnarren an. Seine Aufgabe war es, Kritik an den bestehenden Verhältnissen am Hof zu üben. Unberechenbar, unhöflich, respektlos, unverschämt und karikierend war der Hofnarr eine soziale Institution zulässiger Kritik und sorgte für Unterhaltung und Humor. Überschritt er allerdings bestimmte Grenzen, denen auch er unterlag, riskierte er Kopf und Kragen. Dasselbe gilt auch für uns provokative Coaches. Auch wenn es paradox klingt: Gehen wir bei den (gewollten) Grenzüberschreitungen zu weit, vereiteln wir nicht nur unser Ziel, sondern riskieren sogar die gesamte Beziehung. Kontaktabbruch, Feindseligkeit, gekränkter Rückzug, üble Nachrede und offene Aggression können die Folge sein.



## Gefahren und Chancen der Grenzüberschreitungen

Durch Provokationen kratzen wir am Lack und dringen schneller zum Wesen des Klienten vor – ganz im Sinne Farrellys: »Was ich tun will, ist die Panzerung der Leute aufbrechen, in ihr Herz eindringen und etwas Leben in sie hineinbringen.«

Genau darin liegen sowohl Ursache als auch Chance von Provokationen. Die Ursache dafür lässt sich am besten durch folgendes Bewusstseinsmodell veranschaulichen, gemäß dem wir Menschen auf drei Ebenen agieren:

1) Ganz außen ist die Fassade, unser Sonntagsgesicht. Auf dieser Ebene zeigen wir ein oft nur vorgetäushtes Wohlbefinden und eine vermeintlich heile Welt, die wir uns selbst und anderen als Realität vorgaukeln.

2) Darunter liegt die Ebene der Abwehrmechanismen, wie etwa übertriebenes Streben nach Anerkennung sowie Angst vor Gesichtsverlust. Hier verteidigen wir Schein gegen Sein.

3) Die dritte Ebene ist die der verdrängten Gefühle und der Muskelpanzerung. Hier sind echtes Lachen und Freude, aber auch Hass, Wut und Trauer zu Hause. Erst hinter dieser dritten Ebene liegt unser durch Herz und Liebe geprägtes wirkliches Wesen.



©2007 by Sibylle Thierauf

Durch die Provokationen im Coaching bröckelt die Heile Welt-Fassade, und der Klient kommt in Kontakt mit tieferen Schichten seiner Persönlichkeit. Von dort aus können sich dann völlig unerwartete Entscheidungen ergeben. Denn bekommen wir Menschen aus unserem Wesenskern heraus eine Antwort, kann dies zu einer Lebensgestaltung führen, die zu den üblichen Werten unserer Gesellschaft und unseren äußeren Persönlichkeitsebenen entgegengesetzt läuft, uns aber zutiefst entspricht.



## Seelenbalsam als Balance

Um die Gefahren von Provokationen zu vermeiden und die Vorteile zu nutzen, ist es wichtig, ausreichend für die Balsamseite zu sorgen. Erste Voraussetzung ist eine vertrauensvolle Beziehung. Als Coach müssen wir den Klienten mögen; auf keinen Fall sollten unsere Provokationen Ventil für eigene Aggressionen, Unmut oder Ungeduld sein. Vielmehr sollten wir sie bewusst als Methode einsetzen. Unser Klient sollte unsere Sympathie für ihn kennen und Vertrauen zu uns haben. Generell stellen sämtliche Regeln für gelungene Kommunikation eine Balance zu Provokationen dar, insbesondere aktives Zuhören, ausreden lassen, spiegeln, Schlüsselworte aufgreifen, Ich-Botschaften aussenden, Bekundungen von Aufmerksamkeit und Interesse.

Ratsam kann es auch sein, im selben Moment, in dem wir provozieren, »Balsam-Elemente« einzusetzen. Bewusst verzichten wir dabei auf die Kongruenz unserer Botschaft. »Wichtig ist das Zwinkern in den Augen des Therapeuten«, sagt Farrelly dazu. »Wenn der provokative Therapeut abweichendes Verhalten oft mit Worten aufs Korn nimmt und manchmal hart und konfrontierend ist, dann wird die Qualität nicht-sprachlicher Kommunikation besonders wichtig.« »Was weißt du denn schon darüber!« hat gepaart mit einem aufmunternden Blick und einer zugewandten Körperhaltung eine andere Wirkung als mit einem gleichzeitigen Abbruch des Blickkontaktes und abfälliger Miene. Je stärker die Provokation z.B. auf der verbalen Ebene ist, desto mehr sollten wir auf der nonverbalen Ebene

Signale der Zustimmung und des freundschaftlichen Verstehens senden.

Zur Balance gehört auch, dass die Provokation – vorausgesetzt sie passt überhaupt – nur einen geringen Anteil am Coaching ausmacht. Folglich setzen wir für den überwiegenden Teil das ein, was wir als gute Kommunikatoren und Coaches gelernt haben. Wichtig ist auch die zeitliche Platzierung der Provokation und die Einbettung im Coachingablauf. Nachdem wir uns vergewissert haben, dass eine stabile Vertrauensbasis besteht und das Thema klar ist, könnte der richtige Moment für eine Provokation gekommen sein. Dadurch aufgewirbelte Gefühle werden im Anschluss integriert und Veränderungsprozesse begleitet. Vor dem Ende der Coachingsitzung sollten wir noch in einer wieder auf normal heruntergedrosselten »Betriebstemperatur« eine Zeitlang gemeinsam verbringen. Eine Provokation sollten wir also nicht kurz vor Coachingende terminieren.

## Erhöhte Anforderungen an den provozierenden Coach

Aus all dem wird deutlich, dass an den Coach, der auch provoziert, höhere Anforderungen zu stellen sind als an die nicht provozierenden Kollegen. Eine davon ist: Er muss mit den dabei »hochgekommenen« Gefühlen umgehen können. Er sollte es ertragen können, dass der Klient vorübergehend negative Gefühle auf ihn projiziert. Denn auch wenn dem Klienten schnell wieder bewusst wird, dass der Coach nichts gegen ihn hat, sondern nur eine Methode eingesetzt hat, kann es dennoch spontan zu einer Übertragung von heftigen Emotionen auf den Coach kommen. Wenn starke, zuvor verdrängte Gefühle uns durchfluten, werden sie in dem Moment an der Person festgemacht, die sie ausgelöst hat. Auch wenn der Klient darüber aufgeklärt ist, dass der Coach ihm zuliebe Provokation als Methode einsetzt, kann es dauern, bis ihm das wieder völlig bewusst wird und er seine Projektion auf den Coach fallen lässt.

Löst der Coach Provokationen nicht ausreichend auf, können sie den Klienten verschließen und im schlimmsten Fall traumatisieren. Entscheidend für die Balance ist die gute Intuition des Coaches, und die erwirbt sich dieser in der Regel nur nach einer jahrelangen emotionalen Klärung der eigenen Psyche.

## Gutes Provozieren will gelernt sein

Gekonntes Provozieren ist erlernbar, und es empfiehlt sich, es zu trainieren. Interessant ist auch die Frage, warum wir unserem Klienten nicht immer reinen Wein einschenken. Wollen wir ihn nicht kränken? Haben wir Angst, ihn zu vergraulen und eine Einnahmequelle zu verlieren? Die Erfahrung zeigt, dass es zwei Arten von Coaches gibt: Die einen haben eine innere Beißsperre; sie haben Schwierigkeiten, überhaupt zu provozieren. Die anderen hingegen, denen das Provozieren entspricht, haben oft Schwierigkeiten, dabei das richtige Maß zu finden. So nützlich das emphatische Provozieren auch ist, wenn der Coach daraus nicht wieder aussteigen kann, dann kann diese Fähigkeit ein Hindernis sein.

Je flexibler wir mental und emotional als Coach sind und je besser unsere schauspielerischen Fähigkeiten, umso bunter und häufiger sind unsere Provokationen. Denn wie der advocatus diaboli brauchen wir von der Meinung, die wir vertreten, nicht ernsthaft überzeugt zu sein. Wir dürfen uns auch erlauben, sie nur pro forma zu vertreten, um beim Gegenüber etwas auszulösen. Zu unserem Repertoire kann gehören: das Vortäuschen von Hilflosigkeit oder von einem Wutausbruch, gespieltes Flirten, autoritäres Verhalten, Bewunderung, Verurteilung, Beleidigtsein, üble Nachrede, übertriebene Fürsorge, Ignorieren und anderes mehr.



Doch vergessen wir nie das Wichtigste: Humor und gemeinsames Lachen! Der Coach sollte immer daran denken, nicht über, sondern mit seinem Klienten zu lachen, damit dieser sich nicht ausgelacht fühlt. Auf diese Weise eingesetzt können Provokationen als Methode im Coaching wahre Wunder bewirken.

## Bücher

W. Bodhidharma: Achtung Marketing, Wild Dragon Media 2003, 269 S., SC, 15,90 €;

Ruth Hellmich: Führen mit Coaching. Vom Potenzial zur Spitzenleistung, Businessvillage 2006, 118 S., Broschiert, 21,80 €

Georg Feuerstein: Heilige Narren. Über die Weisheit ungewöhnlicher Lehrer, W. Krueger 1996, 476 S., HC, nur antiquarisch erhältlich

## Über die Autorin:

**Ruth Hellmich** ist Anwältin und führt eine Coachingpraxis in München. Als Trainerin und Coach ist sie vorwiegend in Unternehmen tätig. Seit zwölf Jahren lässt sie Provokation in ihren Coachings und Trainings einfließen, zudem gibt sie Fortbildungen in provokativem Coaching und provokativer Kommunikation.  
[www.coaching-training.eu](http://www.coaching-training.eu)

---

## Tipps für den provozierenden Coach

### 1. Stoff sammeln ab dem ersten Eindruck

Beim ersten Eindruck gewinnen wir schon genug Stoff für endlose Provokationen: Kleidung, Körperhaltung, Blick, Gang, Mimik und Stimme geben zahlreiche Hinweise.

### 2. Den eigenen Beobachtungen vertrauen

Was wir beobachten, was uns komisch erscheint oder als Schrulle auffällt, ist im Zweifel das, was das soziale Umfeld des Klienten auch denkt, ihm aber oft nicht sagt.

### 3. Die eigenen ausgelösten Reaktionen und ausgelösten Gefühlen

Auch unsere emotionalen Reaktionen und in der Interaktion mit dem Klienten ausgelösten Gedanken können wichtige Anhaltspunkte sein. Reaktionen wie Langeweile, Ungeduld oder Interesse können ausgedrückt und mit provokanten Thesen widerspiegelt werden.

### 4. Klischees einsetzen

Auch Klischees eignen sich als Einstieg gut – Boulevardzeitungen bringen hierfür täglich neue Inspiration. So können Klischees wie »Esotante«, »Softie«, »Zicke«, »Frauerversteher«, »Groupie«, »Pseudo-Guru« für den befreienden Lacherfolg sorgen.

### 5. Sich in den Klienten versetzen, übertreiben und dann zum Gegenpol umschwenken

Begeben wir uns vollständig in das Weltbild des Klienten. Fantasieren wir drauf los und artikulieren wir den vermuteten worst case für unser Gegenüber, oder übertreiben maßlos: »Anstrengend soll der Job sein? Eine Zumutung ist er! Andere hätten bei so was schon längst sich selbst oder den Chef umgebracht!« Zählt der Klient dann vielleicht einige Vorteile des Jobs auf, schwenken wir ins Gegenteil: »Ist schon klar, war ja nur ein Scherz; ich weiß, du hast es dort warm und trocken, Internetanschluss, eine Kaffeemaschine, nette Kollegen und Fortbildungen. Was willst du mehr?«

### 6. Die eingesetzte Provokation und ihre Wirkung evaluieren

Nach der Coachingsitzung können wir uns fragen, ob es so besser und hilfreicher war als wenn wir keine Provokationselemente eingebaut hätten.