

Fragetechniken:

FRAGEN stellen – aber richtig

Wer fragt, der führt: Wie Sie konstruktive Fragen stellen

Wer geschickt die richtigen Fragen stellt, überzeugt seine Gesprächspartner. Doch was sind die richtigen Fragen? Sie wissen, dass Sie mit offenen Fragen (Wie ist ...) mehr erfahren als mit geschlossenen Fragen (Ist das so? - Ja/nein). Aber kennen Sie auch die Sackgassen-Frage oder die naive Frage? Lesen Sie, wie Sie diese und andere Fragen in Gesprächen mit Mitarbeitern und Geschäftspartnern richtig einsetzen.

Fragen geht vor behaupten

Führen Sie, verführen Sie nicht! Überlassen Sie Ihrem Gesprächspartner das Behaupten. Denn: Wer behauptet, hat die Begründungslast. Vertrauen Sie darauf: Wenn die Gründe nicht gut sind, wird Ihre Gesprächsführung das ans Licht bringen. Fragen Sie sich deshalb durch den Gesprächsverlauf.

Vermeiden sie Frageketten, vor allem die Vermischung wichtiger mit nebensächlichen Fragen. Nicht nur, dass Sie mit einer Ansammlung von Fragen Ihren Gesprächspartner verwirren. Er könnte auch die Führung des Gesprächs übernehmen, indem er eine der Fragen auswählt. Stellen Sie daher immer nur eine Frage.

Diese Fragen führen zum Erfolg

Grundsätzlich kann zwischen offenen und geschlossenen Fragen unterschieden werden.

Offene Fragen

sind so formuliert, dass sie weder mit „Ja“ oder mit „Nein“ zu beantworten sind. Sie appellieren damit an das Wissen und die Kompetenz des Befragten und laden diesen zu einem ernsthaften Dialog ein. Die offene Frage zeigt dem Gesprächspartner, dass sein Gegenüber tatsächlich an seiner persönlichen Meinung interessiert ist. Offene Fragen beinhalten immer so genannte „W“-Fragewörter: Wer? Wann? Wie? Wo/Wohin? Wem/Wen? Was? Wessen? Inwiefern? Welche? Woran? Bis wann? Wie lange? usw.

Geschlossene Fragen

sind immer Fragen, die entweder mit „Ja“ oder mit „Nein“ zu beantworten sind. Diese Fragestellungen verlangen vom Befragten also eine eindeutig Antwort. Sie sind jedenfalls brauchbar, wenn es um konkrete Entscheidungen oder auch um den Abschluss eines Gesprächs gehen soll.

Nachstehend find Sie die wichtigsten Fragearten:

Informations-Fragen

- Wie viele Mitarbeiter hat Ihr Unternehmen?
- Wie haben Sie das Thema bisher gehandhabt?

Alternativ-Fragen

- Ist Ihnen die KW 10 oder die KW 11 lieber?
- Planen Sie, die neue Struktur zunächst nur für Ihr Unternehmen einzuführen oder auch für alle Tochtergesellschaften?

Verständnis-Fragen

- Habe ich Sie richtig verstanden?
- Sie sagten, dass ...?

Gegenfrage

- Wie darf ich die Frage verstehen?
- Wie meinen Sie das?

Konkretisierungs-Fragen

- Was ist geschehen?
- Wer war beteiligt/betroffen?
- Wer war verantwortlich?

Präzisierung-Fragen bei zu vagen Informationen

- Wer besonders?
- Wie genau?
- Alle?
- Wie viel Prozent?

Vergleichs-Fragen zur Steigerung der Präzision

- Im Vergleich wozu?

Bedeutungs-Fragen

- Was ist für Sie besonders wichtig?
- Was hat für Sie eine besondere Bedeutung?
- Was steht hier für Sie im Vordergrund?

Deutungs-Fragen

- Was hat Sie dazu veranlasst, die Situation so zu sehen/so für sich zu deuten?
- Wie könnte Frau Meißner die Situation einschätzen?



Begründungs-Fragen

- Warum ist das die beste Lösung?
- Wieso ist die Option eins der Option zwei vorzuziehen?
- Welche Gründe haben wir, dieses Angebot abzulehnen

Wichtig: Stellen Sie Warum-Fragen nie einseitig an Ihren Gesprächspartner (das erzeugt bei ihm Widerstand). Machen Sie deutlich, dass Sie sie auch an sich selbst richten (Sie denken mit!). Sprechen Sie nicht aus der Ich-Perspektive, sondern verwenden Sie die neutrale Es- oder die Wir-Form.

Unterscheidungs-Fragen

- Das trifft für diesen Fall zu, gilt das auch für ...?
- Hier passt Ihr Handeln. Passt es auch in diesem Zusammenhang?

Kontroll-Fragen

- Stimmen Sie meinen Überlegungen nicht auch zu?
- Sind hierzu noch Fragen offen?

Sackgassen-Fragen

- Wie müssen wir denken und handeln, damit uns das Problem erhalten bleibt?
- Was kann passieren, wenn wir dieses Thema weiterhin nicht lösen?

Mehr-Perspektiven-Fragen

- Wenn Sie das einmal aus der Position Ihres Kollegen anschauen: Wie sehen Sie die Sache dann?
- Wie, glauben Sie, würde Frau Werner als außen Stehende Ihre Rolle in unserem Team beschreiben?

Motivierungs-Fragen

- Ihr erster öffentlicher Auftritt vor großem Publikum ist Ihnen sehr gut gelungen. Wie haben Sie das zustande gebracht?
- Jetzt nachdem Sie ... erreicht haben – wie geht es nun weiter?

Suggestiv-Fragen

- Das ist doch bestimmt auch in Ihrem Unternehmen der Fall?
- Sie legen bestimmt auch Wert auf ...?

Rhetorische Fragen

- Wer will die Vorteile einer funktionierenden internen Kommunikation abstreiten?
- Muss ich noch besonders erwähnen, dass ...?

Naive Frage

die "unschuldig" kritisch nach den Voraussetzungen fragt, die in einer Meinung enthalten sind:
"Wir tun hier schon alles für Kundenfreundlichkeit, was möglich ist." "Hm, sagen Sie mal, was ist denn bei uns möglich?", "Ach ja, seit wann tun wir das denn schon?"

Provozierende Frage

- Warum ist Ihr Mitbewerber eigentlich um so vieles schneller und günstiger als Sie es sind?
- Haben Sie überhaupt Lust ...?

Ja-Fragen-Straße

Der Fragende tastet sich hierbei mit einer Reihe harmloser Fragen an eine wirklich entscheidende Frage heran. Indem der Befragte eine Reihe von Fragen bereits mit „Ja“ beantwortet hat, gewöhnt er sich innerlich daran; die Hemmschwelle für ein weiteres „Ja“ wird mit dieser Fragemethode deutlich gesenkt.

Wie Sie Ihre Gesprächspartner überzeugen

Mit Überzeugungskunst können Sie Gesprächspartner für Ihre Sichtweise, Ideen und Vorschläge gewinnen. Entscheidend dafür ist, dass Sie ihnen sachlich schildern und begründen, warum Sie eine bestimmte Lösung für die richtige halten.

Worauf es ankommt, wenn Sie Gesprächspartner überzeugen wollen

Handelt es sich um eine einvernehmliche, partnerschaftliche Kommunikation, bei der alle Teilnehmer letztlich das gleiche Ziel haben, dann analysieren Sie und Ihr Gesprächspartner den Sachverhalt, das Ziel und die Interessen am besten gemeinsam.

Beispiel: Es geht um die Bewältigung einer Aufgabe, bei der Sie und der zuständige Mitarbeiter verschiedene Lösungsansätze verfolgen.

Beachten Sie: Vermeiden Sie es im Chef-Mitarbeiter-Verhältnis unbedingt, unsachliche und unreflektierte Argumente anzubringen. Begegnen Sie Einwänden Ihres Mitarbeiters Ihnen gegenüber stattdessen mit Höflichkeit und Respekt.

Gesprächspartner überzeugen, die ein anderes Ziel verfolgen

Schwieriger wird es für Sie auf jeden Fall mit Verhandlungspartnern, die ein ganz anderes Ziel verfolgen. Denn gegenüber diesen Personen kommt es darauf an, dass Sie die Fakten sachlich schildern und entsprechend Ihre Analyse präsentieren. Legen Sie dann Ihre Ziele und Interessen offen und begründen Sie Punkt für Punkt, warum Sie von einer bestimmten Lösung überzeugt sind. Achten Sie dabei auf einen logischen Argumentationsstrang.

Durch kluge Einwandbehandlung Gesprächspartner überzeugen

Wenn Sie Gesprächspartner überzeugen wollen, die gegenläufige Interessen vertreten, ist Ihre Reaktion auf deren Einwände entscheidend. Dabei gibt es verschiedene Methoden:

a) Einwand aufgreifen

Greifen Sie den Einwand auf und gehen Sie in Ihrer Argumentation darauf ein. Damit zeigen Sie Ihrem Gesprächspartner, dass Sie einen Einwand ernst nehmen.

b) Ja-aber-Methode

Stimmen Sie einem Einwand zunächst rhetorisch zu, um Ihre Zustimmung sofort danach wieder zu widerrufen. Das zeigt Ihre Kompromissbereitschaft, aber auch die Überzeugung von Ihrem Standpunkt. Beispiel: *"Sie haben sicherlich in folgenden Punkten Recht: ... ; jedoch ..."*

c) Mit einer Frage reagieren

Überrascht Sie Ihr Gesprächspartner mit einem unvorhergesehenen Einwand oder einem, dem Sie wenig entgegenzuhalten haben, formulieren Sie diesen in eine Frage um. Dadurch gewinnen Sie Zeit zum Nachdenken. Außerdem: In der Regel wird die Antwort Ihres Gegenübers umfangreicher ausfallen als zuvor und den Einwand auf diese Weise teilweise selbst beantworten. Beispiel: *"Habe ich das richtig verstanden, dass ..."*

d) Einwand vorwegnehmen

Wenn Sie mit einem Einwand Ihres Gesprächspartners rechnen, bietet es sich an, diesen vorwegzunehmen. Damit vermitteln Sie Ihrem Gegenüber das Gefühl, auch seine Probleme in Ihrer Argumentation zu berücksichtigen.