



In 30 Minuten  
wissen Sie  
mehr!

**MINUTEN**

Hermann Scherer

# Frage- technik

**GABAL**

**Hermann Scherer**

**30 Minuten**

# **Frage-technik**

## 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.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg  
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen  
Lektorat: Diethild Bansleben  
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)  
Druck und Verarbeitung: Salzland Druck, Staßfurt

© 2003 GABAL Verlag GmbH, Offenbach  
7., überarbeitete Auflage 2012

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

### Hinweis:

Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autor noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.

Printed in Germany

ISBN 978-3-86936-318-9

# In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

## ***Kurze Lesezeit***

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.
- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.
- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*
- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.
- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.



# Inhalt

|                                                                |           |
|----------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Vorwort</b>                                                 | <b>6</b>  |
| <b>1. Was sich mit Fragen erreichen lässt</b>                  | <b>9</b>  |
| Ohne Fragen keine Kommunikation                                | 9         |
| Das Gespräch steuern                                           | 10        |
| Die Probleme definieren                                        | 12        |
| Mit Missverständnissen aufräumen                               | 12        |
| Lösungen finden                                                | 13        |
| Grundvoraussetzung für gezieltes Fragen:<br>das aktive Zuhören | 14        |
| <b>2. Die grundsätzlichen Fragentypen</b>                      | <b>21</b> |
| Fragensystematik                                               | 21        |
| Schließende Fragen                                             | 23        |
| Öffnende Fragen                                                | 36        |
| Weitere Fragentypen                                            | 44        |
| <b>3. Fragen in Überzeugungsprozessen</b>                      | <b>47</b> |
| Warum sind Fragen gerade für den Verkauf so<br>wichtig?        | 47        |
| Der Unterschied zwischen Produktverkauf<br>und Lösungsverkauf  | 53        |
| Die Ist-Zustands-Frage                                         | 62        |
| Die Problemfrage                                               | 65        |
| Die Auswirkungsfrage                                           | 66        |
| Die Zusammenfassungsfrage                                      | 69        |

|                                                |           |
|------------------------------------------------|-----------|
| <b>4. Umsetzung in die (Verkaufs)Praxis</b>    | <b>73</b> |
| Beispiel-Dialog ohne Auswirkungsfragen         | 73        |
| Beispiel-Dialog mit Auswirkungsfragen          | 74        |
| Die Grundstruktur                              | 77        |
| Tipps zum Design von Problemfragen             | 79        |
| Tipps zum Design von Auswirkungsfragen         | 80        |
| Tipps zum Design von<br>Zusammenfassungsfragen | 81        |
| <b>Fast Reader</b>                             | <b>86</b> |
| <b>Weiterführende Literatur</b>                | <b>90</b> |
| <b>Der Autor</b>                               | <b>92</b> |
| <b>Register</b>                                | <b>93</b> |

# Vorwort

„Wie hoch ist der Himmel? Haben Engel zwei oder vier Flügel? Krieg ich das kleine Feuerwehrauto da vorne?“ Kinder fragen, weil sie die Welt verstehen oder wenn sie etwas haben wollen. Und zwar immer wieder. Manche fragen uns „Großen“ ohne Unterlass die sprichwörtlichen „Löcher in den Bauch“. Und wir Erwachsenen? Fragen wir auch so häufig? Wie fragen wir? Warum fragen wir? Setzen wir unsere Fragen gezielt ein oder fragen wir „einfach so“? Lässt sich die Art und Weise, wie wir fragen, optimieren?

## ***Fragen ist doch kinderleicht! Oder?***

Wenn Sie im Bekanntenkreis das Thema Fragen ansprechen, werden Sie vermutlich Kopfschütteln ernten. Sie stellen fest, dass sich die wenigsten Menschen jemals Gedanken darüber gemacht haben, in welcher Situation Fragen sinnvoll sind und ob der Ausgang eines Gesprächs von der jeweiligen Fragetechnik beeinflusst wird. Fragen sei doch kinderleicht und bedürfe keines Trainings, erklärt man Ihnen.

Doch dem ist nicht so! Nur derjenige nutzt das Erfolgspotenzial des Fragens voll aus, der mit Strategie fragt. Dazu ist es notwendig,

- die Frageformen der jeweiligen Gesprächsstufe anzupassen,
- eine Unterhaltung mittels Fragetechnik zu strukturieren,

- stets die unterschiedlichen Zwecke der verschiedenen Frageformen im Auge zu haben,
- mittels eines geschickten Frage-Designs zu überzeugen,
- als Verkäufer zum Lösungsexperten zu werden.

Im vorliegenden Buch erfahren Sie alles wirklich Wissenswerte über die unterschiedlichsten Frageformen. Außerdem bringen wir Ihnen nahe, bei welchen Gelegenheiten Sie diese am besten einsetzen. Im zweiten Teil des Buches geht es dann um die konkrete Anwendung und die Feinheiten fortgeschrittener Fragestrategien – am Beispiel des Verkaufs. Denn bei Überzeugungsprozessen lässt sich ohne Zweifel mit cleveren Fragestrategien am meisten „bewegen“.

### ***An Beispieldialogen lernen!***

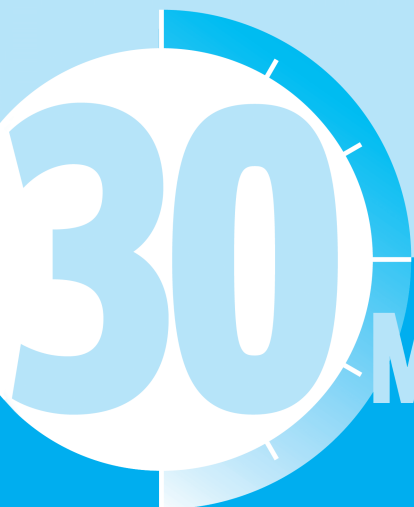
Der Weg zum strategischen Fragen lässt sich durch Beispieldialoge optimal darstellen. Sie erleichtern den Transfer in den Alltag, räumen Unklarheiten aus und helfen dabei, das Gelernte nachhaltig und abrufbar zu verankern. Deshalb wurde diesen praxisrelevanten Umsetzungsmustern viel Platz eingeräumt.

In diesem Sinne verbindet dieses Buch Theorie und Praxis. In nur 30 Minuten werden Sie zielgerichteter, systematischer, reflektierter und damit erfolgreicher fragen – beruflich und privat!

Viel Erfolg auf dem Weg zur perfekten Fragetechnik wünscht Ihnen

*Ihr Hermann Scherer*

[www.unternehmen-erfolg.de](http://www.unternehmen-erfolg.de)



# 30 MINUTEN

**Wie können Sie mithilfe von  
Fragen ein Gespräch steuern?**

**Seite 10**

**Wie lassen sich durch Fragen  
Missverständnisse ausräumen?**

**Seite 12**

**Wie funktioniert aktives Zuhören?**

**Seite 14**

# 1. Was sich mit Fragen erreichen lässt

Wer ein Ziel hat, muss fragen. Ohne Fragen kein Informationsaustausch. Nur wer fragt, kann etwas herausfinden, jemanden überzeugen, Lösungen finden.

## 1.1 Ohne Fragen keine Kommunikation

Fragen stehen praktisch immer am Beginn eines Dialogs und öffnen uns die Tür zu unserem Gesprächspartner. Wenn zwei Menschen miteinander sprechen, müssen sie Fragen stellen, sonst reden sie unweigerlich aneinander vorbei. Es gehört schlicht zum Wesen der Kommunikation, dass sie durch Fragen strukturiert wird! Eine geschickte Fragetechnik verhilft dazu, eine positive Atmosphäre zu schaffen und mehr Informationen über den Verhandlungspartner und dessen Ziele in Erfahrung zu bringen. Nur wer fragt, kann optimal auf die Wünsche des anderen eingehen.