

TopTipp Nr. 8: High-Gain-Questions

- Wie Sie mit speziellen Fragen eine besondere Wirkung erzielen -

Der Begriff High-Gain-Questions klingt zunächst recht kompliziert und sperrig und vielleicht fragen Sie sich, gibt's denn da nichts in unserer Sprache? Naja, das was als deutsche Übersetzung dieses Ausdrucks verwendet wird, stellt mich nicht so recht zufrieden. Da wird "Vorteilsfrage" verwendet, oder "Produktivfrage", "Powerfrage" usw. Schaut man sich die Übersetzung im Einzelnen an, so kommt folgendes heraus: "High" = hoch, aber auch hervorragend, groß. "Gain" = Vorteil, Gewinn, Profit. Es geht also um einen Fragetyp, der dem Fragenden in irgendeiner Form einen "hohen Vorteil", einen "hervorragenden Gewinn" oder einen "großen Profit" bringt. Auf alle Fälle geht es um eine Frage, die mehr bewirkt als Standardfragen.

Schauen wir uns ein Beispiel an: Stellen Sie sich vor, Sie sind in einem Gespräch mit einem Mitarbeiter oder Kollegen, es geht um ein konkretes Projekt. Was bewirkt Ihr Frage *"Sind Sie im Zeitplan?"* Nun, Sie erhalten möglicherweise nur ein *"Ja"* oder *"Nein"*, wenn Sie Glück haben kommt noch eine Erläuterung dazu. Sie könnten die Frage anders stellen: *"Inwieweit sind Sie im Zeitplan?"* Im Gegensatz zur ersten Frage ist dies eine offene Frage, dennoch erhalten Sie als Antwort vielleicht *"Alles okay."* Wenn es Ihnen nur um diese konkrete Information geht, ist das in Ordnung. Falls Sie aber ein paar mehr Informationen von Ihrem Gesprächspartner haben möchten, so fragen Sie doch mal *"Welche Schritte haben Sie denn bereits in unserem Projekt unternommen?"* Was passiert jetzt? Zweierlei: Erstens muss Ihr Gesprächspartner ganz bestimmt kurz nachdenken (sich mit dem Thema befassen), um diese Frage zu beantworten. Zweitens kommen jetzt ausführlichere Informationen, Sie werde jetzt genau zuzuhören und vielleicht ein paar Zusatzfragen stellen. Merken Sie den Unterschied? Von der Art Ihrer Frage hängt es ab, welche Qualität der Antwort Sie erhalten und was Ihr Gesprächspartner jetzt denkt.

Merkmale: High-Gain-Questions...

- ... sind klar und offen formuliert und benennen konkret, was Sie wissen wollen.
- ... bringen Ihren Gesprächspartner zum Nachdenken über das von Ihnen genannte Thema.
- ... bringen Ihnen besondere Vorteile: z.B. mehr Informationen, leichtere Überzeugung, Zeitgewinn usw.

Einsatzmöglichkeiten:

- Verkaufsgespräch, Mitarbeitergespräch, Fachgespräch
- Und viele mehr, eigentlich überall

Beispiel Reklamation: Ein Kunde beanstandet, dass eine Maschine nicht richtig funktioniert. Im Laufe des Gesprächs könnten Sie ihn fragen *"Welche Gegenmaßnahmen haben Sie denn bereits ergriffen?"* Damit geben Sie den Ball an den Kunden zurück, aber in einer annehmbaren und konstruktiven Weise und Ihr Kunde merkt nun, dass auch er einen Teil der Verantwortung trägt. Zusatznutzen (ganz besonders interessant in dieser Situation): Sie gewinnen Zeit. Hier gilt der Grundsatz: High Gain - No Pain.

Beispiel Mitarbeitergespräch: Sie sprechen über einen kritischen Punkt, es geht um Defizite im Verhalten des Mitarbeiters. Ihre Frage: *"Was haben Sie, welche Auswirkungen hat Ihr Verhalten auf [unsere Abteilung, unsere Kunden, unser Unternehmen...]?"* Der Mitarbeiter wird nachdenken müssen, reflektiert sein eigenes Verhalten und es kommt nun eine Aussage, die das gesamte weitere Gespräch beeinflussen wird.

Beispiel Verkaufsgespräch: Es geht um den Preis einer Maschine, der Kunde hat Schwierigkeiten, den Preis auf einmal zu bezahlen. Sie fragen: *"Welche Alternativen wären denn aus Ihrer Sicht denkbar?"* Wieder folgt ein Nachdenken beim Kunden und er wird Ihnen jetzt vielleicht einige Vorschläge machen. Wenn einer darunter ist, den Sie akzeptieren können, brauchen Sie nur noch zuzustimmen, Ihre Überzeugungsarbeit ist damit erledigt.

Beispiel Gesprächsführung: Sie wollen, dass Ihr Kunde über einen bestimmten Vorschlag nachdenkt, von dem Sie wissen, dass Sie hier einen Trumpf in der Hand halten. Es wäre vielleicht etwas plump, ihn direkt danach zu fragen. Besser: *"Herr Kunde, stellen Sie sich einmal vor, wir würden [Vorschlag] bei Ihnen einführen. Was glauben Sie, welche Konsequenzen würde das bei Ihnen bewirken?"* Wieder passiert zweierlei: Erstens stellt sich der Kunde jetzt vor, dass Ihr Vorschlag tatsächlich umgesetzt wird und zweitens denkt er jetzt über die Konsequenzen nach. Wenn er jetzt positive Konsequenzen anführt, verkauft er sich Ihren Vorschlag selbst.

Tipp: Manche High-Gain-Questions könnten auf Ihren Gesprächspartner überraschend wirken. Das können Sie ganz leicht vermeiden, indem Sie die Frage einleiten, beispielsweise mit *"Bitte sagen Sie mir doch, ..."*, *"Darf ich Ihnen dazu bitte eine Frage stellen?"*, *"Das interessiert mich genauer, bitte erlauben Sie mir dazu eine Frage."*

Noch ein Tipp: Wenn Ihr Gesprächspartner geantwortet hat, fassen Sie nach: *"Gibt es darüber hinaus noch etwas...?"*, *"Welche weiteren Möglichkeiten fallen Ihnen dazu ein?"* oder kurz und knapp *"Was noch?"*

Letzter Tipp: Ich empfehle Ihnen dringend, für Ihre Gespräche (mit wem auch immer) sich einige High-Gain-Questions im Vorfeld zu überlegen. Sie wissen ja, Vorbereitung ist die halbe Miete.

Was glauben Sie, welche High-Gain-Questions könnten Sie in Ihrem Bereich einsetzen?