

# Leitfaden Fragetechniken

Grundlagen für Psychotherapeuten,  
Heilpraktiker (Psychotherapie), Psychologische Berater, Coaches  
und Psychotherapie-Interessierte

1. Auflage, Stand Oktober.2013

von

**Gabriele Rengel-Schneider (redaktionelle Leitung)**

**Jan-Henrik Günter (Herausgeber)**

Eine Publikation des TherMedius®-Instituts.



# Inhalt

1 Vorwort.....	3
2 Fragetypen .....	3
2.1 Geschlossene Fragen.....	4
2.2 Offene Fragen.....	5
3 Fragen als kreativer Prozess.....	11
4 Sie als Fragende/r.....	12
5 Beachtenswerte Punkte .....	13

# 1 Vorwort

Fragen – das hört sich erst einmal so einfach an. Fragen stellen kann doch jeder. Ja, aber richtig zu fragen ist nicht selten eine Kunst. Dabei ist das richtige und durchdachte Fragen in der Praxis als Berater, Coach oder Therapeut ein zentraler Punkt. Es geht darum, tiefgehende wichtige Informationen zu den Lebens- und Gefühlswelten des jeweiligen Klienten zu erhalten – aber auch etwas bei unseren Klienten möglicherweise zu bewegen und zu motivieren.

Und: eine Frage steht nie für sich allein. Es gilt, optimal auf die entsprechenden Antworten zu reagieren und ergebnisorientiert weiter zu fragen. Im Idealfall entsteht so ein Dialog, der wertvoll für Klienten und Therapeuten gleichermaßen ist, um so das weitere therapeutische Handeln zu bestimmen und voranzutreiben – ähnlich einem Tanz, bei dem Sie Ihr gegenüber sensibel und professionell zu neuen Erkenntnissen, Verhaltensänderungen und Veränderungsprozessen führen.

Fragen – und die entsprechenden Antworten – können überraschend sein, zum Nachdenken anregen und neue Impulse geben.

Mit diesem Handbuch möchten wir Ihnen eine Übersicht über mögliche Techniken geben, die Sie für Ihren Praxisalltag anwenden können und mit dessen Hilfe Sie Ihren eigenen Stil finden und gestalten können. Haben Sie ruhig Mut zur Kreativität! Nutzen Sie diese Fragetechniken als Basis und entwickeln Sie daraus Ihre eigene, persönliche „Marke“.

Und bedenken Sie, dass jeder Ihrer Klienten individuell, jeder anders ist und entsprechend unterschiedlich auf Fragen reagiert. Manche haben „Standardfragen“ vielleicht in vorangegangenen Therapien oder Coachings schon häufig genug gehört, so dass sie sie beim erneuten Hören langweilen und vielleicht sogar abstoßen. Spielen Sie also gerne ein bisschen. Denn der sensible Umgang mit Fragen und Antworten – und den entsprechenden intelligenten und schlüssigen Folgefragen – ist ja gerade das Salz in der Suppe unserer Arbeit. Sie werden sehen, wie effizient, zielgerichtet – und spannend für beide Seiten – sich Ihre Klientengespräche dann gestalten.

PS: Noch ein Wort zu meinem Sprachgebrauch in diesem Buch. Wir verwenden der besseren Lesbarkeit halber die männliche Schreibweise. Die Angaben im Text beziehen sich jedoch stets auf Angehörige beider Geschlechter.

## 2 Fragetypen

Spricht man grundsätzlich von Fragetypen unterscheidet man zunächst geschlossene und offene Fragen.

### 2.1 Geschlossene Fragen

Geschlossene Fragen können prinzipiell ganz klar mit „Ja“ oder „Nein“ beantwortet werden. (Beispiel: „Leben Sie noch zu Hause bei Ihren Eltern?“) Sie können zu weiterführenden Antworten führen – bergen aber die Gefahr in sich, dass Ihr Gegenüber sich auf eine sehr kurze und knappe Antwort beschränkt.

Hier findet man einige Subtypen:

- Die **reflektierenden Fragen** oder auch **Kontrollfragen** dienen zur Vorbeugung von Missverständnissen (Beispiel: „Ihre Eltern sind also geschieden?“)
- Bei der **Antwortfrage** ist, wie der Name vermuten lässt, die Antwort bereits in der Frage integriert. (Beispiel: „Sie lieben Ihren Vater sehr, nicht wahr?“)
- Eine Sonderform sind die **Alternativfragen** oder **Doppelfragen**. Sie lassen sich zwar nicht mit „Ja“ oder „Nein“ beantworten, lassen aber auch eine kurze und klare Antwort zu. (Beispiel: „Leben Sie alleine oder mit Ihrem Partner?“)
- Für das therapeutische und beratende Gespräch interessant sein können **rhetorische Fragen**. Sie stellen Fragen in den Raum, für die eigentlich keine Antwort nötig zu sein scheint. Und doch fordert sie zum Nachdenken, Reflektieren und Reagieren auf. (Beispiel: „Sollten nicht eigentlich alle Eltern automatisch Ihre Kinder lieben?“)

Weiterführend und in den Antworten ergiebiger sind zum Beispiel folgenden Fragetypen, die vor allem in der klientenzentrierten Gesprächsführung nach Carl Rogers Anwendung finden:

- Bei der **Paraphrasierung** gibt der Fragende die vorangegangene Antwort in eigenen Worten wieder und stellt sie erneut als Frage in den Raum. (Beispiel: „Habe ich Sie richtig verstanden, dass Sie von zu Hause ausgezogen sind, das sie die Streitigkeiten Ihrer Eltern nicht mehr ertragen konnten?“).
- Noch weiterführender ist die **Verbalisierung**, bei der emotionale Gesprächsinhalte aufgegriffen werden. (Beispiel: „Also ärgert es Sie sehr, dass Ihre Mutter Ihren Vater, den Sie sehr lieben, sehr kalt behandelt?“)

## 2.2 Offene Fragen

Noch interessanter für den Praxisalltag sind meist die so genannten **offenen Fragen**. Sie fordern das Gegenüber heraus, genauere Informationen zu Sachverhalten aber auch über sein Inneres Preis zu geben. Gleichzeitig fördern sie den Aufbau einer engeren Beziehung zwischen Fragendem und Gefragten.

**Offene Fragen** bezeichnet man häufig auch als „W“-Fragen. Sprich, sie beinhalten zum Beispiel die Frage-Worte:

- Wer
- Wann
- Was
- Wie
- Warum

sowie zum Beispiel auch

- Wessen
- Wie lange
- Wozu
- Wohin

Diese offenen Fragen kann man auf unterschiedliche Weise verwenden und einbinden.

### **Präzisierungsfrage** (oder auch **Gegenfrage**)

Mit der Präzisierungsfrage bitten Sie Ihren Klienten, gegebene Informationen einmal genauer zu erläutern. Das ist für Sie wichtig – gibt aber auch Ihrem Klienten den Impuls, selber Zusammenhänge und Sachverhalte neu zu betrachten und ggf. besser zu verstehen.

Beispiel: „Sie haben mir erzählt, dass Ihr Mann Ihnen „nie“ zuhört. Wie genau läuft so eine Situation bei Ihnen zu Hause ab?“

### **Vertiefungsfrage**

In Folge der Vertiefungsfrage können Klienten die vorangegangenen Gedankengänge noch einmal genauer betrachten und ggf. neue Aspekte entdecken.

Beispiel: „Das sind schon einmal zwei sehr Interessante Aspekte. Haben Sie vielleicht eine Idee, ob es noch einen dritten gibt?“

### **Zielfrage**

Eine Zielfrage soll ein Coaching- oder Therapieziel so deutlich wie möglich konkretisieren und präzisieren.

Beispiel: „Wenn jemand zu Ihrem 65. Geburtstag eine Rede über Sie hält, was wird er erzählen, welche Ziele Sie in Ihrem Leben erreicht haben?“

### **Initialfrage (oder auch Motivfrage)**

Ähnlich wie bei der Zielfrage geht es um die Konkretisierung eines Ziels und gleichzeitig um die Motivation dieses anzugehen.

Beispiel: „Was wollen Sie mit dieser Therapie genau erreichen? Was ist für Sie der wichtigste Punkt?“

### **Verdeckte Frage**

Bei dieser Frage soll über einen Umweg eine Information in Erfahrung gebracht werden, die man durch eine direkte Frage vielleicht nicht erreicht hätte, zum Beispiel weil es für Ihren Klienten unangenehm ist. Dies häufig, ohne dass es das Gegenüber zunächst merkt.

Beispiel: „Wie erging es Ihnen in Ihrer Partnerschaft in Folge Ihrer Arbeitslosigkeit?“ (Eigentliche Frage: „Hat Ihre Partnerschaft diese Krisensituation überstanden?“)

### **Ressourcen-Frage**

Mit diesen Fragen werden Ressourcen ausgelotet, also dass, was man selber oder andere zur Verbesserung einer Situation beisteuern können. Das können persönliche Stärken aber auch nahestehende Personen sein.

Beispiel: „Mal angenommen, Sie können Ihr persönliches inneres Unterstützerteam zusammenstellen. Welche Ihrer Stärken, Fähigkeiten und Erfahrungen wären in diesem Team?“

### **Meinungsfrage**

Die Meinungsfrage dient dazu, die Position des Klienten zu einer Angelegenheit auszuloten und ihn ggf. emotional aus der Reserve zu locken.

Beispiel: „Wie stehen Sie denn dazu, dass Ihre Partnerin noch mit ihrem Ex-Freund in Kontakt steht?“

### **Lösungsfrage**

Mit Hilfe dieser Frage werden ähnliche Lösungsstrategien aus der Vergangenheit hervorgeholt, die auch in der jetzigen Problematik unterstützen könnten.

Beispiel: „Sie haben mir erzählt, dass Sie vor zwei Jahren in einer ähnlichen Situation waren. Wie ist es Ihnen damals gelungen, dieses Problem zu lösen?“

### **Feedback-Frage**

Mit der Feedback-Frage erhält der Klient eine Rückmeldung auf das von ihm Gesagte, so dass er die Möglichkeit bekommt, einzelne Ideen und Gedanken noch einmal zu überprüfen.

Beispiel: „Ich habe das Gefühl, dass wenn Sie sich komplett gegen Ihre Kollegen stellen, dies die Situation ggf. noch verschärfen könnte. Wie, denken Sie, könnten diese dann auf ihr Verhalten reagieren?“

### **Differenzierungsfrage**

Viele Klienten denken in Bezug auf bestimmte Sachverhalte sehr fatalistisch, Zwischentöne fallen manchmal schwer. Diese Frage soll dabei helfen, sie auch dafür zu sensibilisieren.

Beispiel: „Zu wie viel Prozent sehen Sie die Trennung von Ihrem Mann als Katastrophe – und zu wie viel Prozent als eine Chance für einen Neuanfang?“

## **Hypothetische Frage**

Hypothetische Fragen bilden, wie der Name schon sagt, eine Hypothese, um einen Klienten für einen neuen Blickwinkel, neue Denkräume zu öffnen.

Beispiel: Stellen Sie sich einmal vor, sie wären Ihre Frau. Wie würden Sie sich in dieser Situation fühlen?

In der Systemischen Arbeit wird sie auch häufig als „**Wunderfrage**“ verwandt.

Beispiel: „Stellen Sie sich vor über Nacht sei ein Wunder geschehen und all Ihre Wünsche sind in Erfüllung gegangen. Wie würde Ihr Leben aussehen?“

## **Zirkuläre Frage**

Eine zirkuläre Frage nutzen für die Selbsteinschätzung und die Einschätzung einer Situation die Vorstellung der Meinung einer zweiten außenstehenden Person (bzw. mehreren Personen). Ein Thema wird also gedanklich „einmal mit anderen Augen“ gesehen.

Beispiel: „Wenn Ihr Vorgesetzter mit seinem Personalchef über Sie reden würde, was würden Sie wohl über Sie sagen?“

## **Frage zum System**

Antworten auf diese Fragen geben Auskunft über Werte und Spielregeln des Umfeldes (Systems) in dem sich der Klient befindet.

Beispiel: „Was müssen Sie tun, damit Ihre Eltern Sie loben?“

## **Reframing-Frage**

Das Reframing unterstützt einen Klienten dabei eine Sachverhalt einmal ganz anders – nicht selten positiv – zu sehen.

Beispiel: „Stellen Sie sich einmal vor, Ihre verzwickte Lage möchte Ihnen etwas lehren – was könnten Sie davon lernen?“



### **Provokante Frage (oder auch Angriffsfrage)**

Mit einer provokanten Frage können Sie einen Klienten überraschen, Emotionen anstacheln und ihn aus der Reserve locken. Sie bedarf jedoch einer gewissen Sensibilität Empfindlichkeiten gegenüber die kontraproduktiv blocken können.

Beispiel: „Sie verstehen nicht, dass ihr Freund so reserviert ist. Kann es sein, dass Sie zu häufig seine Grenzen überschreiten?“

### **Emotionalisierende Frage**

Ähnlich wie bei der provokanten Frage bringen Sie hiermit die Gefühle Ihres Klienten auf den Plan, dies aber etwas sanfter.

Beispiel: „Dass sie Ihr Mann Sie nach all den Jahren verlassen und Sie mit den Kindern allein gelassen hat – wie fühlen Sie sich damit ?“

### **Paradoxe Frage**

Bei der paradoxen Frage verschieben Sie den Blickwinkel einmal auf ein unerwünschtes Ziel um so quasi das Pferd von hinten aufzuzäumen und eine konstruktive Lösung zu finden.

Beispiel: „Wie müssten Sie sich verhalten, damit Ihr Vorgesetzter sie als Mitarbeiter nicht weiter ertragen könnte?“

### **Ökologische Fragen**

Mit Hilfe einer solchen Frage soll Ihr Klient dabei unterstützt werden, seine Problematik im Gesamtzusammenhang zu sehen – mit allen negativen und positiven Folgen.

Beispiel: „Wenn Sie sich jetzt von Ihrem Mann trennen würden: Was wären die positivsten Folgen? Und was die negativsten?“

### **Intuitions-Frage**

Bei den Intuitions-Fragen geht es um Ahnungen und dem „Bauchgefühl“ des Klienten, die aus seinem Unbewussten gespeist werden.

Beispiel: „Wenn Sie jetzt einfach mal auf Ihren Bauch hören würden – was wollten Sie dann spontan tun?“

### **Motivationsfrage**

Diese Frage dient nicht vorrangig der Information, sondern soll den Klienten motivieren und stärken.

Beispiel: „Das ist ja wirklich toll. Wie kamen Sie darauf?“

### **Frage zum Praxistransfer**

Hier geht es darum, dass Ihr Klient die Ergebnisse der Therapie oder des Coachings auch mit in den Alltag nehmen kann.

Beispiel: „Welchen geistigen Notfallkoffer können Sie für sich packen, damit Sie demnächst mit einer ähnlichen Situation besser klarkommen.“

### 3 Fragen als kreativer Prozess

Zu fragen ist ein Türöffner, während reine Ratschläge oftmals ins Leere laufen oder Türen sogar zuschlagen lassen.

Fragen ermöglichen eine Annäherung, um schließlich einen kreativen Prozess ans Laufen zu bringen. Sanft nähern Sie sich ihrem Klienten an um in Folge ein nützlicher Begleiter zu werden.

Ihre Klienten werden angeregt zu denken, anderes wahrzunehmen, ihr Leben neu zu strukturieren und Veränderungsprozesse selbständig zu initiieren. Veränderungsprozesse, die ganz ihnen entsprechen und sie auf den für sie richtigen Weg führen können. Sie spielen ihnen „nur“ den Ball zu. Auf das Tor müssen sie selber zulaufen.

Wie schon erwähnt: Jeder Klient ist dabei anders – und das macht es spannend. Beziehen Sie sein Leben, seine Beruf(ung) mit in Ihre Fragen ein, arbeiten Sie mit Bildern aus Bereichen die er kennt und mit denen er sich identifizieren kann.

Kommt er aus dem Bauwesen, dann nutzen Sie seine Denkstrukturen – lassen Sie ihn Brücken bauen, Fundamente legen, Dächer decken. Ist er im Gesundheitswesen tätig, fragen Sie ihn zu Themen wie offenen Wunden, Nebenwirkungen, Heilmitteln.

Verstricken Sie sich aber bitte nicht in Vorurteilen, indem Sie zum Beispiel mit einem Schriftsteller sofort in Fantasiewelten abtauchen oder einem Techniker trockene und sachliche Fragen stellen. Tasten Sie sich heran. Vielleicht ist der Schriftsteller ja sachlicher, der Techniker fantasievoller als Sie denken.

Gehen Sie mit Ihren Klienten auf eine Ebene, verbinden Sie sich mit ihm – bleiben Sie aber der Boss. Spielen Sie, haben Sie Spaß. Ihr Klient wird es Ihnen danken. Auch er darf sich in einem geschützten Raum gedanklich frei bewegen. Das eröffnet unzählige Möglichkeiten.

## 4 Sie als Fragende/r

Das hört sich sehr anstrengend an? Keine Sorge! Sie dürfen sich erlauben, diesen kreativen Prozess genießen.

Sicherlich wird es auch schwierige Situationen und schwierige Klienten geben – und auch Situationen, in denen aus „Spiel“ „Ernst“ wird und Konflikte konkret angegangen werden müssen.

Im folgenden Kapitel erhalten Sie einige Tipps, so dass Probleme von Seiten der Klienten wie Ausweichen, Schweigen, Ideenlosigkeit – oder auch Drumherum- und Vielreden reduziert werden können.

Bleiben Sie einfach neugierig, neutral und professionell. Schauen Sie Ihren Klienten mit offenen Augen an, lassen Sie sich aber nicht mitreißen, sondern begleiten Sie vom sicheren Ufer aus.

## 5 Beachtenswerte Punkte

Selbstverständlich kann beim Fragen etwas schief laufen, können Sie ganz heftig in ein Fettnäpfchen treten, reagieren Ihre Klienten nicht so wie sie dachten oder laufen Sie selber in eine Sackgasse.

Meist ist das kein schwerwiegendes Problem, kann aber lästig und wenig zielführend sein, so dass es bei Ihnen und Ihren Klienten zur Frustration führen kann.

Hier daher ein paar Tipps, die Ihnen in der täglichen Praxis helfen können.

### 1. Halten Sie das Ziel im Blick!

Am Anfang einer jeden Therapie, eines jeden Coachings, steht eine Zieldefinition, bei der festgelegt wird, was Ihr Klient erreichen möchte. Entsprechend werden Lösungen für vordefinierte Probleme gesucht. Doch kann es häufig passieren, dass man von Sitzung um Sitzung immer um die Selben Probleme kreist, ohne auch nur eine mögliche Lösung zu touchieren, geschweige denn zu packen.

Das liegt meist daran, dass Ihr Klient an seinem Problem klebt und man als Therapeut/Coach automatisch dahin tendiert, auch die Fragen auf das Problem hin zu stellen. Immer näher, fast wie hypnotisiert, bewegen Sie sich immer wieder gemeinsam auf das Problem hin – von dem Sie ja eigentlich weg wollen.

Also: Lassen Sie sich nicht fangen, sondern konzentrieren Sie sich konsequent auf die Lösung. Formulieren Sie auch entsprechend die Fragen und locken Sie somit auch Ihren Klienten von seinem Problem hin zu einer Lösungssuche.

Und wenn eine Lösung samt einem entsprechenden Weg dorthin gefunden wurde: Lassen Sie ihren Klienten durchstarten! Und zwar allein. Ohne, dass ihn jemand an die Hand nimmt. (Auch wenn er das gerne wollte.) Er muss für sich seinen Weg alleine finden und verfolgen.

### 2. Sprechen Sie klar und deutlich

Damit ist nicht (nur) die Lautstärke Ihrer Aussprache gemeint. Sicherlich haben Sie während Ihrer Ausbildung viel gelernt – besonders viele wunderbare Fachausdrücke. Diese mögen in ein Gespräch eingebracht intellektuell und beeindruckend klingen, sind aber für Coaching- und Therapiegespräche eher „suboptimal“. Kaum ein Klient weiß, was „systemisch“ oder „Trigger“ bedeutet. Das verunsichert und baut Mauern auf.

Natürlich gilt das auch für komplizierte Satzstellungen mit mehreren Verneinungen, lange, verschachtelte Sätze oder Bürokratendeutsch.

Sprechen Sie „normal“! Ihr Klient wird es Ihnen danken.

### **3. Nutzen Sie Bilder**

Bilder sprechen Menschen tiefer an als Sprache. Nutzen Sie das auch für Ihre Fragen. Sie bringen frischen Wind in ihr Gespräch, aktivieren Ihren Klienten, regen ihn an, helfen ihm aus seinem (verbalen) Gedankenkarussell auszubrechen und unterstützen ihn dabei, seine Situation einmal mit anderen Augen zu sehen und zu bewerten. Gleichzeitig setzen sich Bilder stärker fest und haben so auch einen nachhaltigen Effekt auf mögliche Denkprozesse auch noch nach der Sitzung.

### **4. Gemach, gemacht!**

Lassen Sie sich und vor allem Ihrem Klienten Zeit. Manche Fragen brauchen etwas länger, um bei ihm ankommen und manche Antworten müssen, ja sollten, genau durchdacht sein. Also, seien Sie bitte geduldig, wenn die Antwort auf Ihre Frage nicht sofort oder nur unbefriedigend kommt. Seien Sie sensibel und schießen Sie nicht mit schwerem Kaliber nach. Das führt nur zu Verwirrung und Stress. Lassen Sie Ihrem Klienten auf seiner gedanklichen Spielwiese Zeit, sich alles genau anzusehen und erst weiterzugehen, wenn es angebracht ist.

Also, arbeiten Sie professionell – aber erlauben Sie es sich auch, Spaß und Freude an Ihrer Arbeit zu haben.

Wir wünschen Ihnen dabei viel Erfolg!

