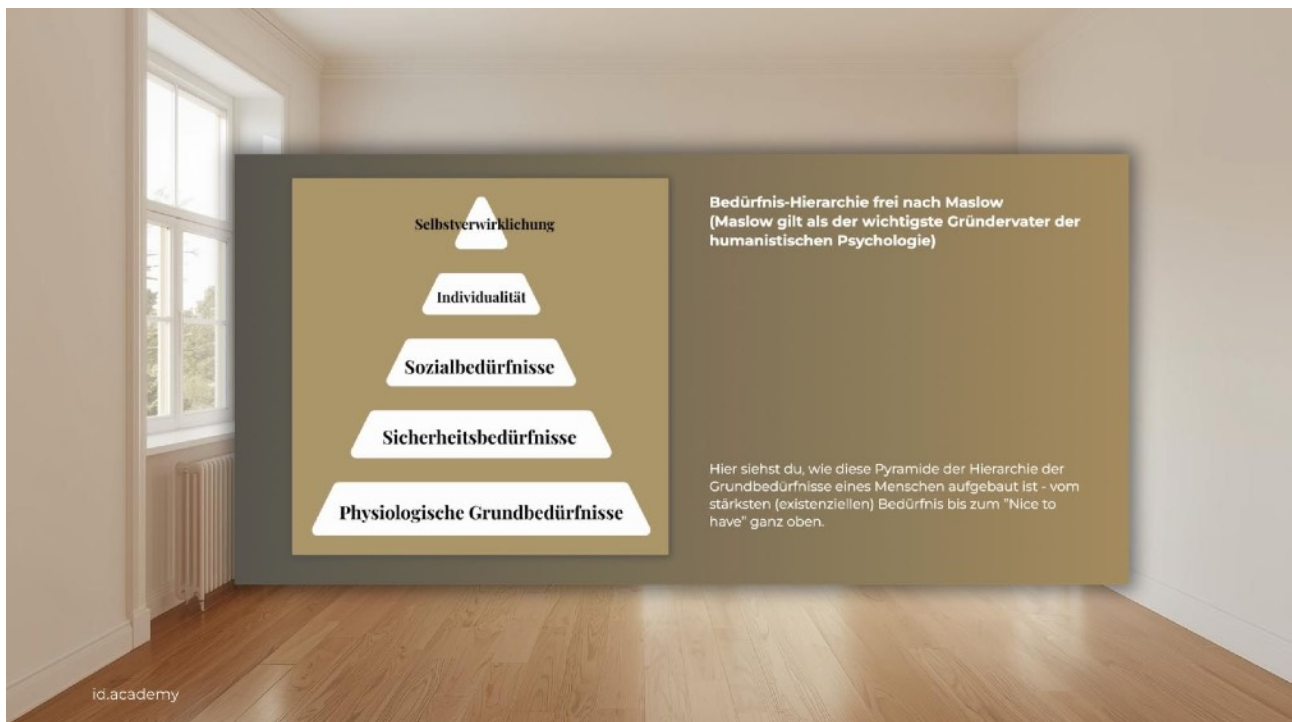


Fragen-Checkliste fürs Erstgespräch bei Privatkunden



*Info: Dies ist eine weitere Vorgehensweise, wenn du (beim Erstgespräch) mit Privatkunden **nicht** die Stilanamnese© benutzt (denn darin sind diese Fragen subtil integriert).*

Diese Fragen sind im Folgenden nach Themengruppen geordnet und der Einfachheit halber oft auf EINEN zu verändernden Raum bezogen.



Es ist wichtig, dass du dir nur die (max. 10) Fragen heraussuchst, womit du in Resonanz gehst.

Alltag und Komfort

1. „Was soll sich ... spürbar verbessern?“

Du fragst das, weil: du den eigentlichen Wunsch hinter dem Projekt brauchst – was soll leichter werden, was soll sich besser anfühlen, was soll endlich funktionieren? „Spürbar“ meint: besser schlafen, entspannter sein, weniger Reize, bessere Luft/Licht/Bequemlichkeit? *Sicherheit + Physiologie*

2. „Was stört am meisten?“

Du fragst das, weil: die größten Störquellen oft die wahren Kaufgründe deiner Dienstleistung sind. Wenn du den Hauptstressfaktor erfährst, wird deine Lösung sofort relevant. *Physiologie + Sicherheit*

3. „Wann nutzen Sie den Raum am meisten?“

Du fragst das, weil: Nutzung den grundsätzlichen Plan bestimmt. Wer den Raum nur abends nutzt, braucht andere Lösungen als jemand, der dort morgens startet oder dort am Wochenende Zeit verbringt. *Physiologie*

4. „Was muss der Raum an einem Tag idealerweise leisten?“

Du stellst die Frage, weil sie dir in einem Satz liefert, was du sonst in 20 Minuten erraten müsstest: Der Kunde benennt den eigentlichen Nutzen (Ruhe, Ordnung, Wirkung?) statt nur „modern/gemütlich“. Aus der Antwort entsteht, was rein muss – und was nicht dazugehört. Wenn dieses „was muss er leisten“ klar ist, werden Auswahl und manchmal sogar das Budget logisch. *Physiologie + Sicherheit*

Sicherheit und Kontrolle

5. „Wovor haben Sie am meisten Respekt?“

Du fragst das, weil: „Respekt“ dir zeigt, wo der Kunde innerlich ein Risiko sieht. Wenn du diesen Punkt absicherst, entsteht sofort Vertrauen. Die Frage zielt auf folgende Risiken: Fehlkauf, Budget, Zeit, Handwerker, falsche Entscheidung. Wenn ein Kunde Respekt hat, will er vor allem: Schutz vor Verlust (Geld, Zeit, Nerven). *Sicherheit*

6. „Was muss genau geplant sein?“

Planbarkeit ist die Kurzform von Kontrolle. Der Kunde fragt innerlich: „Kann ich mich darauf verlassen, dass ich nicht überrascht werde?“ Budget, Timeline, Ablauf, Abstimmungen, deine Zuverlässigkeit. *Sicherheit*

7. „Wo wünschen Sie sich Führung?“

Führung zulassen bedeutet: weniger Entscheidungen, weniger Risiko. Der Kunde will sich bei abgegebener Führung an deinen Prozess anlehnen können. Oder eben nicht – beides ist wichtig zu wissen. *Orientierung + Wertschätzung*

Zuhause-Gefühl und Beziehung

8. *„Für WEN muss der Raum funktionieren?“*

Du fragst das, weil: du wissen musst, welche Bedürfnisse im Haushalt zusammenkommen – und wo es Reibung gibt. Räume müssen oft nicht nur für eine Person funktionieren. *Zugehörigkeit*

9. *„Wie möchten Sie sich fühlen, wenn Sie nach Hause kommen?“*

Du fragst das, weil: das gewünschte Gefühl der eigentliche Maßstab ist. „Ankommen“ heißt für viele: Geborgenheit, Entspannung und ein leiser Stolz, es im Leben gut eingerichtet zu haben. *Wertschätzung + Zugehörigkeit + Physiologie*

10. *„Was soll wieder möglich werden?“*

Du fragst das, weil: hinter jedem Projekt ein verlorenes „Früher konnten wir...“ oder „Ab jetzt möchten wir...“ steckt. Einladen, genießen, arbeiten, Ruhe? – das zeigt dir, wofür der Raum wieder Raum machen soll. *Zugehörigkeit + Selbstverwirklichung*

11. *„Gibt es etwas, das vermieden werden soll?“*

Du fragst das, weil: Vermeidung ein klarer Hinweis auf Druck oder Scham ist. („Ich lade ungern ein.“) Wenn du das erkennst, planst du nicht nur schöner – du stärkst das Selbstbild und das Zugehörigkeitsgefühl. *Zugehörigkeit + Wertschätzung*

Wertschätzung und Wirkung

12. *„Was darf der Raum ausstrahlen?“*

Du fragst das, weil: Ausstrahlung Positionierung im Privaten ist. Du willst wissen, welche Wirkung der Kunde sich wünscht – und welche Werte und Identität der Raum sichtbar machen soll. *Wertschätzung + Selbstverwirklichung*

13. *„Situationen, in denen Sie sich zurückhalten?“*

Du fragst das, weil: Zurückhalten zeigt, wo der Kunde sich unsicher fühlt. Wenn der Raum hier unterstützt, entsteht mehr sicheres Auftreten und oft auch mehr soziale Leichtigkeit. *Wertschätzung + Zugehörigkeit*

14. *„Wenn jemand reinkommt: was soll er spüren?“*

Du fragst das, weil: die erste Wahrnehmung alles bündelt – Respekt, Stil, Wärme, Willkommen. Das ist der Moment, in dem Kunden oft gesehen werden wollen, ohne etwas erklären zu müssen. *Wertschätzung + Zugehörigkeit*

Identität und Selbstverwirklichung

15. *„Welche drei Worte beschreiben Ihr neues Zuhause?“*

Du fragst das, weil: du damit den Kern triffst. Wer will der Kunde in diesem Zuhause sein? Die drei Worte, die kommen, sind der Kompass für jede deiner Entscheidungen. *Selbstverwirklichung*

16. „Was muss sichtbar bleiben?“

Du fragst das, weil: Dinge Identität sein können. Oft hängen daran Menschen, Erinnerungen, Herkunft. Wenn du das respektierst, fühlt sich der Kunde nicht von deinem Design übergestülpt – sondern verstanden. *Selbstverwirklichung + Zugehörigkeit*

17. „Was darf weg?“

Du fragst das, weil: Weglassen oft der eigentliche Neustart ist. Du erkennst, was nicht mehr passt, weil sich jemand weiterentwickelt hat – und schaffst die Klarheit, die Sicherheit gibt und Entscheidungen leichter macht. *Selbstverwirklichung + Sicherheit*

18. „Welche Lebensphase soll der Raum unterstützen?“

Du fragst das, weil: Räume Lebensphasen-Werkzeuge sind. In Übergängen braucht der Kunde Stabilität – und gleichzeitig etwas, das ihn in die neue Phase hineinträgt. Das kann deine Unterstützung leisten – zum Beispiel wenn Kinder ausgezogen sind oder dazugekommen. *Selbstverwirklichung + Sicherheit*

Abschluss

19. „Was ist das Wichtigste: Gefühl, Funktion oder Wirkung?“

Du fragst das, weil: du damit Prioritäten klärst. Manche brauchen zuerst Funktion (Sicherheit), andere Wirkung (Wertschätzung), andere ein bestimmtes Gefühl (Wohlbefinden). Darauf kannst du im Angebot eingehen. *Sicherheit + Wertschätzung + Physiologie*

20. „Wie treffen Sie Entscheidungen?“

Du fragst das, weil: Entscheidungen ohne einen klaren Ablauf zäh werden. Du willst wissen, wer beteiligt ist und wann du nach deiner Angebotspräsentation mit der Zusage rechnen kannst. Du gibst genau dazu passend vor, wie der Ablauf sein wird – damit der Kunde sich sicher durch den nächsten Schritt geführt fühlt. *Sicherheit*

21. „In welchem Budgetrahmen bewegen wir uns?“

Du fragst das, weil: Budget kein Preisthema, sondern ein Sicherheitsthema ist. Ein klarer Rahmen schützt den Kunden und dich vor Fehlentscheidungen und falschen Erwartungen. *Sicherheit*

22. „Wie flexibel ist das Budget, wenn der Nutzen klar ist?“

Du fragst das, weil: du herausfinden willst, ob der Kunde Wert anerkennt – und nicht nur Kosten sieht. Wenn der Nutzen klar ist, wird das Investieren logisch und würdevoll. Es wird nicht nachverhandelt, da die Entscheidung nur noch „dafür oder dagegen“ lautet. *Sicherheit + Wertschätzung*

So führst du ein Gespräch souverän: Die Fragen positionieren dich als Profi, der vom Ergebnis her denkt – nicht vom Möbelkatalog.

Ich freue mich über deine Rückmeldung, ob dir der Inhalt dich unterstützen konnte.

Viel Freude.
Katja A. Marocke