

Fragen-Checkliste fürs Erstgespräch bei Privatkunden

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

Hier erhältst du die Übersicht über die Themen, die einerseits für ein Projekt von Relevanz sind und andererseits DIR klarmachen, wieviele Grundbedürfnisse eines Menschen du als Interior Designerin eigentlich, neben dem "schön" machen, noch bedienst.

Bitte schreib die Antworten der/des potenziellen Kunden mit, nicht nur, damit du später nachschauen kannst, sondern auch, weil sich dein potenzieller Kunde dadurch gesehen und wertgeschätzt fühlt.



Bedürfnis-Hierarchie frei nach Maslow

(Maslow gilt als der wichtigste Gründervater der [humanistischen Psychologie](#))

Hier siehst du, wie diese Pyramide der Hierarchie der Grundbedürfnisse eines Menschen aufgebaut ist - vom stärksten (existentziellen) Bedürfnis bis zum "Nice to have" ganz oben.

Die 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 das heraussuchst, womit du resonierst - stell bitte nicht alle 22 Fragen, das würde den Rahmen sprengen.

1) 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 (Kontrolle/Entlastung) + **Physiologie** (Komfort)

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 diesen „was muss er leisten“ klar ist, werden Auswahl und manchmal sogar das Budget logisch.

Physiologie + Sicherheit

2) 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).

Das ist ein klassisches Sicherheitsbedürfnis.

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. Das klassische Delegieren von Verantwortung. Der Kunde will sich bei abgegebener Führung an deinen Prozess anlehnen können.

Oder eben nicht!

Orientierung + Wertschätzung

3) 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“ beispielsweise heißt für viele: Geborgenheit, Entspannung und auch 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 ist ein klarer Hinweis auf Druck oder Scham. („Ich lade ungern ein“). Wenn du das erkennst, planst du etwas nicht nur 'schöner' – du stärkst idealerweise das Selbstbild und das Zugehörigkeitsgefühl.

Zugehörigkeit + Wertschätzung

4) Wertschätzung und Wirkung

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

Du fragst das, weil: Ausstrahlung ist Positionierung im Privaten. Du willst wissen, welche Wirkung der Kunde sich wünscht – und welche Werte/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

5) Identität und Selbstverwirklichung

15. *„Welche drei Worte beschreiben Ihr neues Zuhause (bzw. den Raum)...?“*

Du fragst das, weil: du damit den Kern triffst: Wer will der Kunde in diesem Zuhause (oder eben in nur dem Raum) sein? Die drei Worte, die kommen, sind der Kompass für jede deiner Entscheidungen.

Selbstverwirklichung

16. *„Was muss (sichtbar) bleiben...?“*

Du fragst das, weil: Dinge können Identität sein. Und oft hängen daran Menschen, Erinnerungen, Herkunft. Wenn du das respektierst, fühlt sich der Kunde nicht von deinem Design „übergestülpt“, sondern verstanden und akzeptiert.

Selbstverwirklichung + Zugehörigkeit

17. *„Was darf weg...?“*

Du fragst das, weil: Weglassen ist oft der eigentliche Neustart. Du erkennst, was nicht mehr passt weil er/sie sich weiter entwickelt 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 sind Lebensphasen-Tools. In Übergängen braucht der Kunde Stabilität – und gleichzeitig etwas, das ihn in die neue Phase hineinträgt. Das kann/sollte deine Unterstützung leisten (Bspw. Kinder sind ausgezogen, oder dazugekommen ;).

Selbstverwirklichung + Sicherheit

Abschluss:

19. „Was ist das Wichtigste: Gefühl/Funktion/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 werden zäh. Du willst wissen, wer beteiligt ist und wann du nach deiner Angebots-Präsentation 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...?“

Du fragst das, weil: Budget ist kein „Preis-Thema“, sondern ein Sicherheits-Thema. Ein klarer Rahmen schützt den Kunden (und dich) vor Fehlentscheidungen und falschen Erwartungen.

Sicherheit

22. „Wie flexibel ist das Budget, wenn der Nutzen (welcher auch immer...) klar ist?“

Du fragst das, weil: du herausfinden willst, ob der Kunde ein flexibles Budget hat, einen besonderen Wert anerkennen würde und nicht nur Kosten sieht. Flexibilität zeigt: Wenn der Nutzen klar ist, wird das Investieren des Kunden logisch und würdevoll. Es wird nicht verhandelt, da die Entscheidung nur noch 'dafür oder dagegen' zu treffen ist, da es Alternativen gibt.

Sicherheit + Wertschätzung

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

Ich bin offen für Feedback, ob ich dich damit unterstützen konnte.

Hier: Kontakt

Oder schreib mir: info@id.academy

Herzliche Grüße Katja A. Marocke

