

HSLU

Was
Kunden
wollen

Dr. Carmen Grebmer





HSLU

Reality-Check

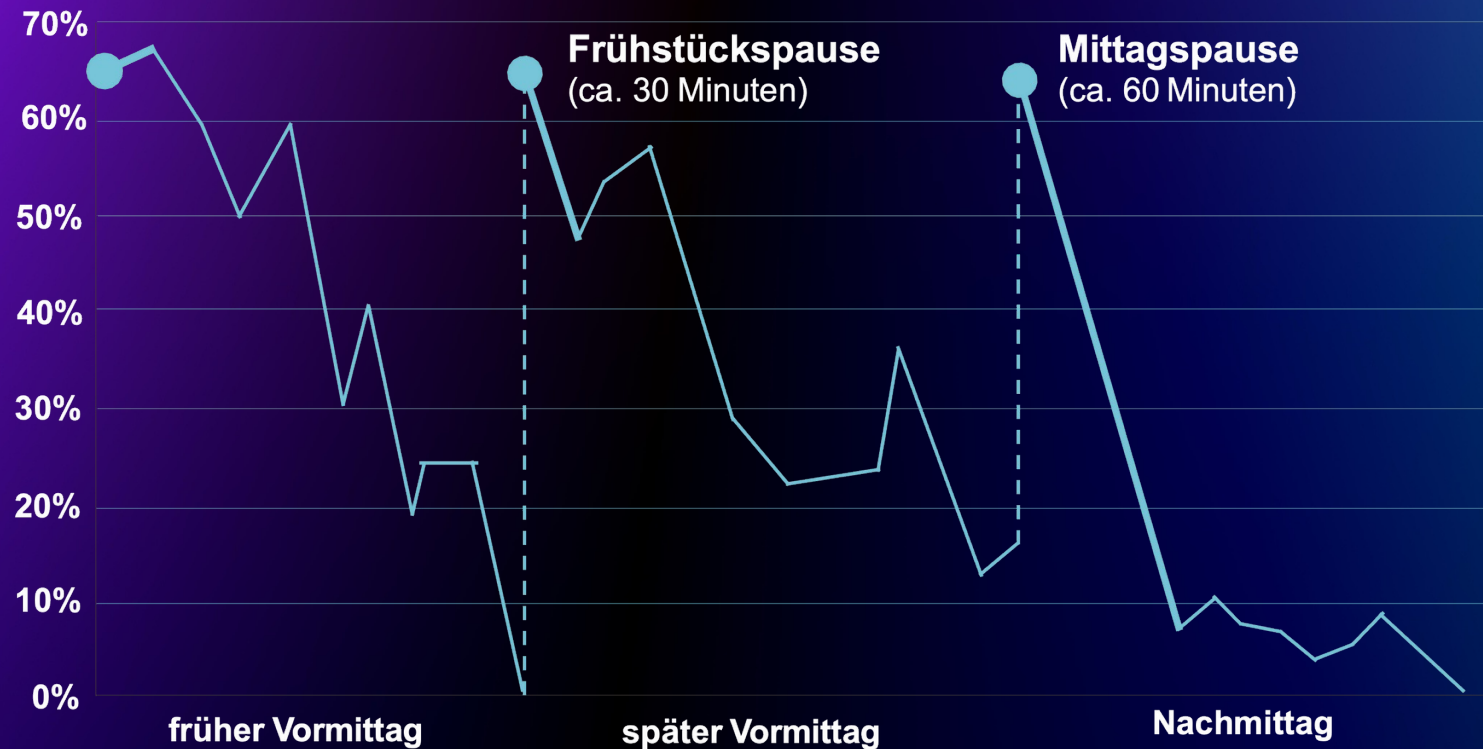
Alles, was unser
Gehirn kann –
wie viel davon
findet **bewusst**
statt?

Dr. Carmen Grebmer

Urteil oder Gefühlssache

wie werden wichtige Entscheidungen getroffen

%-Anteil stattgegebener
Bewährungsanträge



HSLU

Grosse Käufe, grosse Gefühle: Emotionen beeinflussen immer und überall.

Legendary Spelling Manor Estate In Los Angeles Lists For \$165 Million

Werden die sicherheitsverliebten Deutschen in der Krise plötzlich zu Spielern? Neue Zahlen legen nahe, dass die Bundesbürger ihre Immobilienkäufe mit immer weniger Eigenkapital finanzieren. Das könnte gefährlich werden.

**Bored Ape Yacht Club NFT für 1,43 Millionen
Dollar verkauft**

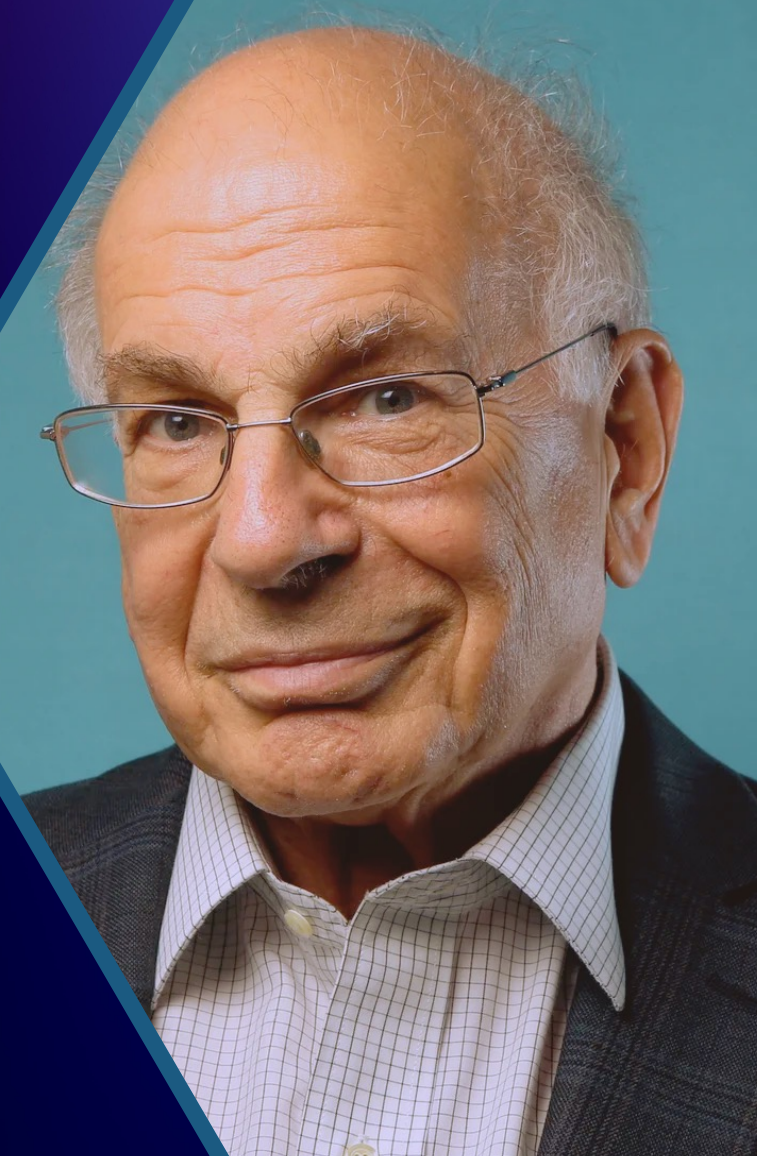
Dr. Carmen Grebmer



HSLU

“ —
Das Meiste, was wir **entscheiden**,
beruht **nicht auf Gedanken**,
sondern auf einem **inneren Gefühl**

Nobelpreisgewinner Daniel Kahnemann



Dr. Carmen Grebmer

Wenn das **innere Gefühl** stimmt

persönliche Erlebnisse

- Kindheits- und Lebenserinnerungen
- Wünsche für Familie und Zukunft
- Neue Lebensphasen
- Lebensstil und Hobbys
- Inspiration durch besondere Orte
- Neue Lebensphasen

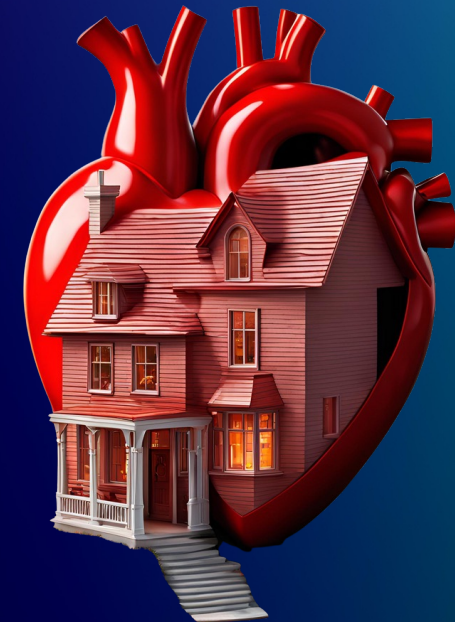


Immobilie & Makler


- Stil und Atmosphäre
- Persönliche Beratung und Einfühlungsvermögen
- Aufmerksame Kundeninteraktion
- Besichtigungserlebnisse, die begeistern
- Offene und transparente Kommunikation



emotionale Bildung & Vertrauen



Welche **verborgenen Wünsche und Bedürfnisse** haben unsere Kunden?



Helfen Sie mir Herr
Doktor,
was soll ich tun



Am Besten einfach
die Klappe halten

Ihr Wissenssnack für die Praxis: Was ihre Kunden wirklich wollen



Das Bedürfnisrad

Der Fragenkatalog

Die Strategiekarten

DAS BEDÜRFNISRAD



DER FRAGENKATALOG



**Kompetenz
Erfolg &
Selbstwirksamkeit**

„Welche Eigenschaften der Immobilie/eines Zuhauses würden Ihnen das Gefühl geben, eine durchdachte und erfolgreiche Entscheidung getroffen zu haben?“
Technik: Offene Frage zur Selbstwirksamkeit, die den Interessenten zur Reflexion über seine Vorstellungen von Erfolg und kompetentem Handeln anregt.

„Wie sollte Ihr Zuhause/die Immobilie Sie in ihren persönlichen oder beruflichen Zielen unterstützen?“
Technik: Laddering-Frage, bei der nach weiteren Bedürfnissen und Zielen des Interessenten gefragt wird. Eine Vertiefung („Warum ist das für Sie wichtig?“) kann verborgene Selbstverwirklichungsbedürfnisse offenlegen.

„Wenn Sie an eine Immobilie denken, die Sie als echten Erfolg betrachten – was wäre dabei entscheidend?“
Technik: Imaginationfrage, die das Bedürfnis nach Anerkennung und Erfolg aufgreift und den Interessenten dazu bringt, seine Vorstellung von erfolgreichem Immobilienbesitz zu reflektieren.

DIE STRATEGIEKARTEN



HSLU **Kompetenz**
Das Bedürfnis nach Erfolg und Selbstwirksamkeit

Viele Käufer suchen eine Immobilie, die es ihnen ermöglicht, sich selbst als kompetent und erfolgreich wahrzunehmen. Sie möchten Entscheidungen treffen, die ihre Selbstwirksamkeit stärken und Stolz erzeugen.

Facetten:

- **Erfolg:** Die Immobilie repräsentiert eine Leistung, auf die sie stolz sein können.
- **Selbstentfaltung:** Das neue Zuhause als Plattform für die persönliche und berufliche Weiterentwicklung.
- **Wachstum:** Ein Heim, das Raum für Expansion, wie Familie oder Projekte, bietet.
- **Effektivität:** Ein klar strukturierter Kaufprozess, der den Käufer unterstützt und ihm das Gefühl gibt, eine fundierte Entscheidung zu treffen.

Wie können Sie das adressieren:
Präsentieren Sie die Immobilie als eine Plattform für Erfolg und Selbstverwirklichung. Zeigen Sie auf, wie das Haus dem Käufer die Möglichkeit gibt, seine Fähigkeiten zu entfalten, z. B. durch Erweiterungsoptionen oder zukunftsichere Investitionspotenziale. Vermitteln Sie Kompetenz und Entscheidungsstärke, indem Sie detailliertes Expertenwissen teilen und den Kaufprozess strukturiert und verständlich gestalten.

Dr. Carmen Grebmer

Was Käufer wirklich wollen: Immobilien, die Emotionen und Bedürfnisse erfüllen

Autonomie:

Eine Immobilie, die Ihnen Freiheit und Flexibilität gibt
– ein Investment, das Ihnen Raum zur eigenen Gestaltung lässt und keine Grenzen setzt.

Kompetenz:

Eine Investition, die Ihren Erfolg widerspiegelt –
Immobilien, die Ihre Kompetenz und Ihren Weitblick zeigen

Popularität:

Eine Immobilie, die Status und Anerkennung bringt
– für Käufer, die Prestige und Exklusivität schätzen.

Bedeutsamkeit:

Ein Objekt mit Charakter, das nicht nur Wert besitzt,
sondern auch Werte verkörpert
– Ihr Investment, das Bedeutung und Inspiration schafft.

Sicherheit:

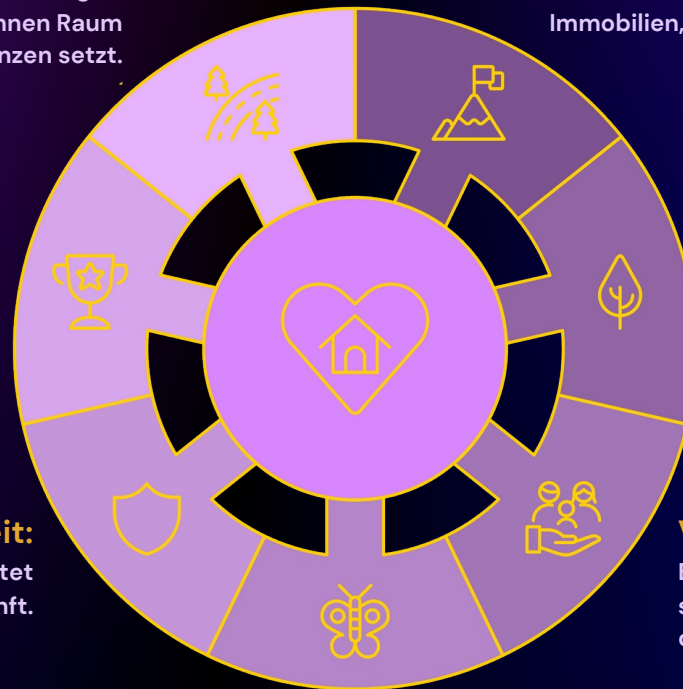
Ein solides Investment, das Stabilität und Sicherheit bietet
– Ihr verlässliches Fundament für die Zukunft.

Verbundenheit:

Eine Immobilie, die mehr als nur Wände bietet –
sie bringt Menschen zusammen und schafft ein Gefühl
der Zugehörigkeit und Gemeinschaft.

Stimulation:

Ein spannendes Investment, das sich abhebt
– für Käufer, die nach aussergewöhnlichen, inspirierenden Objekten suchen.



HSLU

Was Markus **wirklich** will:

Was Markus nicht sagt:
(*versteckte Bedürfnisse*)

was Markus sagt:



Wie setzen wir die Bedürfnisse um?

Vorkaufphase

Website



Kauf- und Nutzungsphase

Outlet



Mietfahrzeug



Nachkaufphase

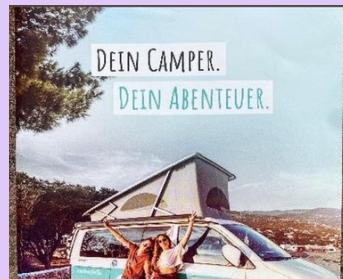
Newsletter



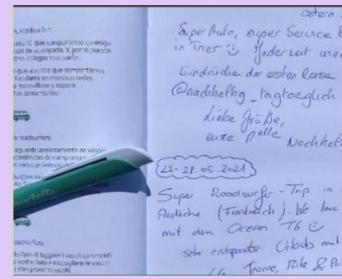
Namensschild



Booklet



Gästebuch

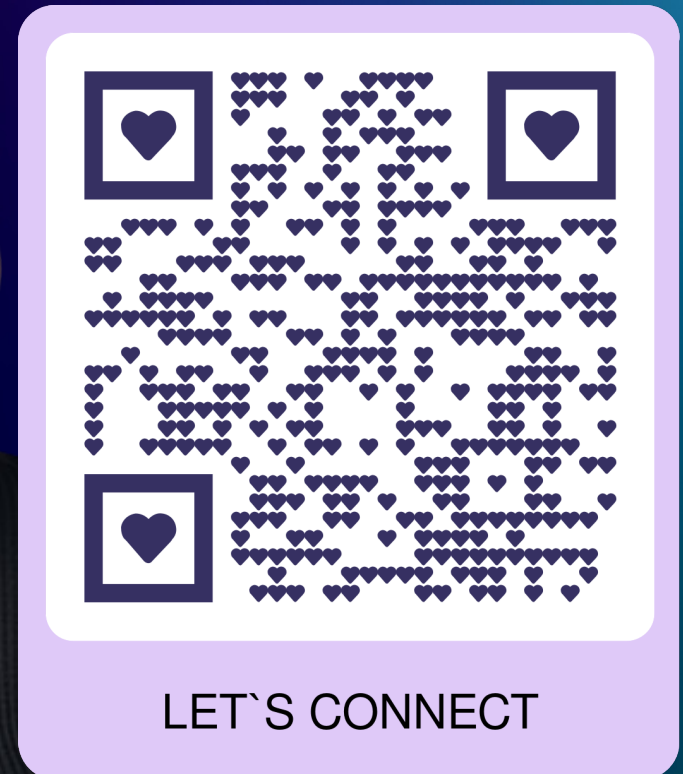
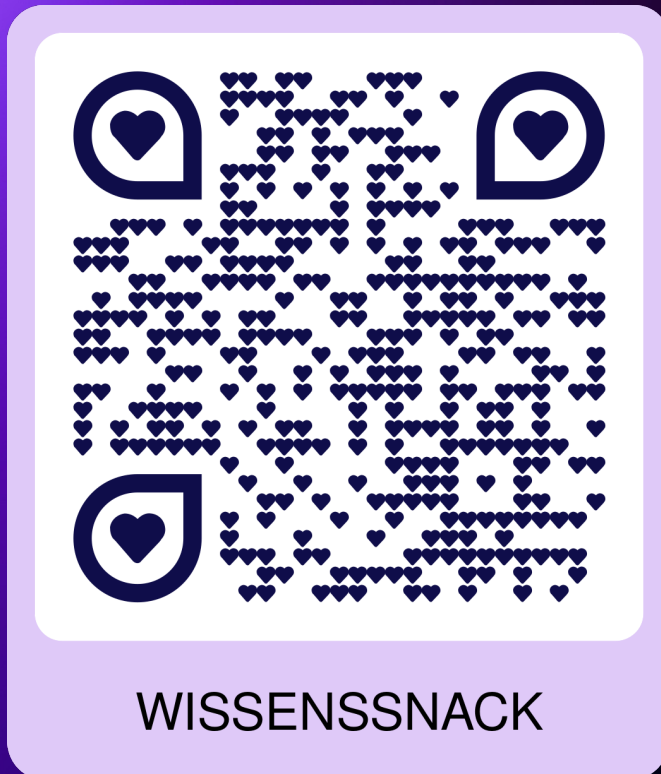


Postkarte



HSLU

Ihr Wissenssnack für die Praxis:



Dr. Carmen Grebmer

Wie erfragen wir diese unbewussten Bedürfnisse

<p><i>Kompetenz</i></p> <p>Erfolg & Selbstwirksamkeit</p>	<p><input type="checkbox"/> „Welche Eigenschaften der Immobilie/eines Zuhauses würden Ihnen das Gefühl geben, eine durchdachte und erfolgreiche Entscheidung getroffen zu haben?“</p> <p>Technik: Offene Frage zur Selbstwirksamkeit, die den Interessenten zur Reflexion über seine Vorstellungen von Erfolg und kompetentem Handeln anregt.</p> <p><input type="checkbox"/> „Wie sollte Ihr Zuhause/die Immobilie Sie in Ihren persönlichen oder beruflichen Zielen unterstützen?“</p> <p>Technik: Laddering-Frage, bei der nach weiteren Bedürfnissen und Zielen des Interessenten gefragt wird. Eine Vertiefung („Warum ist das für Sie wichtig?“) kann verborgene Selbstverwirklichungsbedürfnisse offenlegen.</p> <p><input type="checkbox"/> „Wenn Sie an eine Immobilie denken, die Sie als echten Erfolg betrachten – was wäre dabei entscheidend?“</p> <p>Technik: Imaginationsfrage, die das Bedürfnis nach Anerkennung und Erfolg aufgreift und den Interessenten dazu bringt, seine Vorstellung von erfolgreichem Immobilienbesitz zu reflektieren.</p>
<p><i>Bedeutsamkeit</i></p> <p>Sinn & Selbstentfaltung</p>	<p><input type="checkbox"/> „Welche Erinnerungen oder Erfahrungen wünschen Sie sich, in Ihrem neuen Zuhause zu schaffen?“</p> <p>Technik: Projektive Frage, die nach der zukünftigen emotionalen Verbindung zur Immobilie fragt und dabei den Wunsch nach einem bedeutungsvollen Lebensraum offenlegt.</p> <p><input type="checkbox"/> „Warum ist Ihnen wichtig, dass Ihr Zuhause eine Geschichte hat oder etwas über Sie ausdrückt?“</p> <p>Technik: Laddering-Frage, die durch die Vertiefung „Was bedeutet das für Sie?“ ergründet, warum das Bedürfnis nach Sinnhaftigkeit und Selbstentfaltung so bedeutsam ist.</p> <p><input type="checkbox"/> „Wenn Sie sich Ihr neues Zuhause als einen Ort voller Bedeutung vorstellen – was macht diesen Ort für Sie so bedeutsam?“</p> <p>Technik: Imaginationsfrage, die den Interessenten dazu bringt, seine Wertvorstellungen und Sinnsuche zu reflektieren.</p>

<p><i>Sicherheit</i></p> <p>Stabilität & Schutz</p>	<p><input type="checkbox"/> „Wenn Sie an ein sicheres Zuhause/Immobilie denken, was für Bilder oder Gefühle kommen Ihnen dabei in den Sinn?“</p> <p>Technik: Imaginationsfrage, die den Interessenten dazu bringt, sein subjektives Sicherheitsverständnis zu visualisieren.</p> <p><input type="checkbox"/> „Welche Aspekte wären für Sie wichtig, um sich langfristig geborgen (oder abgesichert) zu fühlen?“</p> <p>Technik: Laddering-Technik; auf die Antwort folgt eine Vertiefung mit „Warum ist das für Sie bedeutsam?“ – so werden die emotionalen Hintergründe der Sicherheitsbedürfnisse erschlossen.</p> <p><input type="checkbox"/> „Können Sie ein Szenario beschreiben, in dem Sie sich in Ihrem Zuhause/mit der Immobilie absolut sicher fühlen würden?“</p> <p>Technik: Tiefenpsychologische Frage zur emotionalen Verankerung von Schutz und Geborgenheit.</p>
<p><i>Popularität</i></p> <p>Anerkennung & sozialer Status</p>	<p><input type="checkbox"/> „Was soll Ihr neues Zuhause/die Immobilie über Sie aussagen, wenn Sie Besuch empfangen/diese Vermietern vorstellen o.ä.?“</p> <p>Technik: Diese Frage spricht das Bedürfnis nach Selbstaussdruck und sozialer Anerkennung an, ohne das Wort „Status“ direkt zu nennen.</p> <p><input type="checkbox"/> „Wie wichtig ist Ihnen eine repräsentative Lage (oder ein bestimmter Stil), wenn Sie an Ihr neues Zuhause/die Immobilie denken?“</p> <p>Technik: Das Bedürfnis nach Prestige und Exklusivität wird hier über die Lage und den Stil thematisiert.</p> <p><input type="checkbox"/> „Stellen Sie sich vor, Sie laden Freunde ein – welches Gefühl möchten Sie, dass Ihr Zuhause/die Immobilie bei ihnen hinterlässt?“</p> <p>Technik: Imaginationsfrage, die den Interessenten dazu bringt, sein Bedürfnis nach sozialem Eindruck und Anerkennung zu reflektieren.</p>

Das Bedürfnis nach Sinnhaftigkeit und Selbstentfaltung

Käufer suchen oft ein Zuhause, das ihnen einen tieferen Lebenssinn vermittelt und als Ausdruck ihrer Werte dient.

Facetten:

- **Inspiration und Wertschätzung:** Die Immobilie inspiriert und passt zu den persönlichen Überzeugungen und Zielen.
- **Integrität:** Ein Zuhause, das mit den Werten und Überzeugungen des Käufers übereinstimmt.
- **Sinn und Ganzheit:** Ein Ort, der als langfristiges Projekt und als symbolisches Zentrum des Lebens gesehen wird.

Wie können Sie das adressieren:

Positionieren Sie die Immobilie als bedeutungsvolles Lebensprojekt und symbolischen Lebensmittelpunkt. Erzählen Sie die Geschichte der Immobilie und betonen Sie Nachhaltigkeit und kulturelle Werte, die zur Identität des Käufers passen. Zeigen Sie, wie das Haus zu einem Ort werden kann, der langfristig inspiriert und Sinn stiftet.

Dr. Carmen Grebmer



Verbundtheit

Das Bedürfnis nach sozialer Nähe und Zugehörigkeit

Das Zuhause sollte es Käufern ermöglichen, sich mit Familie, Freunden und Gemeinschaft verbunden zu fühlen. Viele suchen nach einer Immobilie in einer Gegend, die ihnen Zugehörigkeit vermittelt.

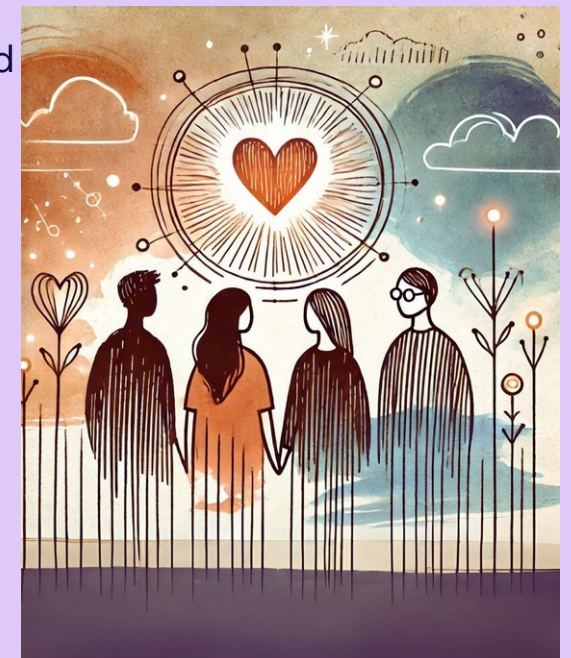
Facetten:

- **Nähe und Gemeinschaft:** In einem Umfeld wohnen, das soziale Interaktionen und Beziehungen unterstützt.
- **Einfühlsamkeit und Geborgenheit:** Ein Ort, der emotionale Wärme und Sicherheit bietet.
- **Vertrauen und Zugehörigkeit:** Die Immobilie und das Viertel bieten ein stabiles soziales Umfeld.

Wie können Sie das adressieren:

Betonen Sie das Gemeinschaftsgefühl, das die Immobilie und das Umfeld bieten. Organisieren Sie Kennenlernaktivitäten in der Nachbarschaft und heben Sie familienfreundliche Angebote wie Schulen und Parks hervor. Präsentieren Sie das Zuhause als einen Ort der Nähe, wo Käufer sowohl soziale Bindungen als auch Geborgenheit finden können.

Dr. Carmen Grebmer



Stimulation

Das Bedürfnis nach Neuem und Abwechslung

Käufer mit einem hohen Bedürfnis nach Stimulation suchen nach einzigartigen, inspirierenden Eigenschaften oder einem besonderen Standort.

Facetten:

- **Neugier und Kreativität:** Die Immobilie bietet Möglichkeiten zur Individualisierung oder kreative Gestaltungsmöglichkeiten.
- **Erlebnis und Anregung:** Ein Zuhause, das besondere Features oder eine Umgebung bietet, die Neugier weckt.
- **Spannung:** Architektur oder Design, das aus der Masse herausragt und Abwechslung in den Alltag bringt.

Wie können Sie das adressieren:

Heben Sie die außergewöhnlichen Eigenschaften und Erlebniswerte der Immobilie hervor, z. B. durch besondere architektonische Details oder die Nähe zu lebhaften Orten. Bieten Sie kreative Besichtigungserlebnisse, die Neugier wecken, und zeigen Sie, wie die Immobilie den Käufer täglich aufs Neue inspiriert.

Dr. Carmen Grebmer



Sicherheit

Das Bedürfnis nach Stabilität und Schutz

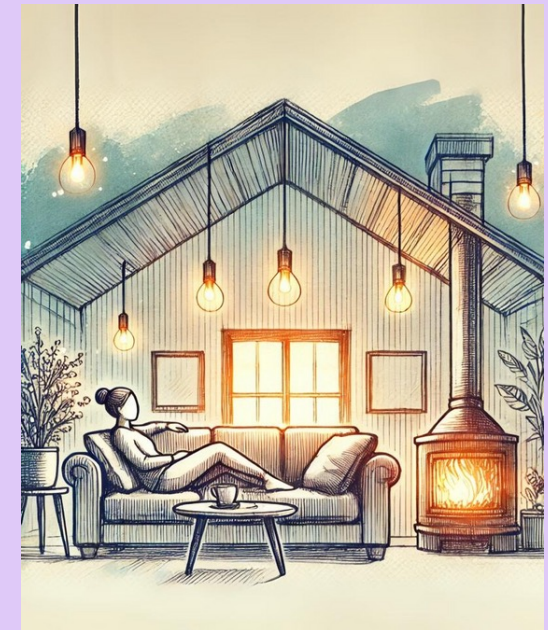
Sicherheit ist für viele Käufer entscheidend – sowohl im finanziellen als auch im sozialen Sinne. Sie suchen nach einer Investition, die Stabilität und Verlässlichkeit bietet.

Facetten:

- **Struktur und Ruhe:** Ein Zuhause, das langfristige Stabilität und Berechenbarkeit bietet.
- **Geborgenheit und Schutz:** Ein sicherer Ort, der emotionalen und physischen Schutz bietet.
- **Planbarkeit und Struktur:** Ein Ort, an dem sie ihre Zukunft mit Vertrauen aufbauen können.

Wie können Sie das adressieren:

Vermitteln Sie die Stabilität und Schutzaspekte der Immobilie, indem Sie Wertzuwachs und Sicherheitsmerkmale betonen. Zeigen Sie, wie das Zuhause Geborgenheit und Ruhe bietet und die Grundlage für eine planbare, sichere Zukunft darstellt, z. B. durch Nähe zu wichtigen Infrastrukturen und ein verlässliches Umfeld.
Dr. Carmen Grebmer



Popularität

Das Bedürfnis nach Anerkennung und sozialem Status

Einige Käufer streben nach einer Immobilie, die als Statussymbol gilt und Ansehen in der Gesellschaft bringt. Dies kann sich in Lage, Größe oder Architektur des Hauses ausdrücken.

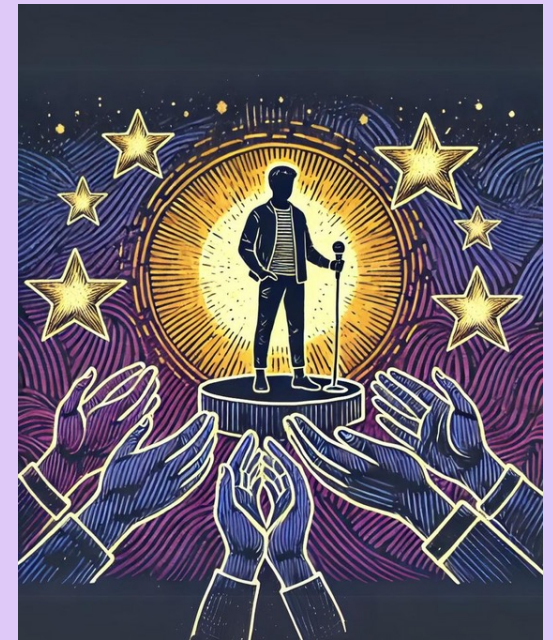
Facetten:

- **Anerkennung und Würdigung:** Das Zuhause als Statussymbol, das bei anderen Anerkennung hervorruft.
- **Respekt und Einfluss:** Die Immobilie als Ausdruck der sozialen Position und des persönlichen Erfolgs.
- **Einzigartigkeit und Prestige:** Ein Zuhause, das einen besonderen und exklusiven Charakter hat.

Wie können Sie das adressieren:

Stellen Sie die Immobilie als Statussymbol dar, das Anerkennung und sozialen Respekt ausstrahlt. Betonen Sie luxuriöse Merkmale, hochwertige Materialien und eine prestigeträchtige Lage. Heben Sie das Netzwerkpotenzial hervor, um das exklusive Image der Immobilie und das Ansehen, das sie verleiht, zu unterstreichen.

Dr. Carmen Grebmer



Autonomie

Das Bedürfnis nach Selbstbestimmung und Freiheit

Käufer möchten häufig ein Zuhause, das ihnen Freiheit und Selbstbestimmung erlaubt, z. B. durch flexible Raumgestaltung oder Eigentum statt Miete.

Facetten:

- **Unabhängigkeit und Selbstbestimmung:** Ein Zuhause, das Raum zur freien Gestaltung und zum Ausdruck der Persönlichkeit gibt.
- **Freiheit und Individualität:** Die Möglichkeit, den eigenen Stil ohne Einschränkungen zu verwirklichen.
- **Selbstverwirklichung und Authentizität:** Ein Ort, der als Rückzugsraum und persönliches Projekt gesehen wird.

Wie können Sie das adressieren:

Zeigen Sie die Freiheit und Flexibilität der Immobilie, indem Sie auf Gestaltungsmöglichkeiten und Rückzugsräume hinweisen. Vermitteln Sie, wie das Eigenheim dem Käufer Unabhängigkeit bietet und ihn in die Lage versetzt, einen individuellen Lebensraum zu schaffen, der ohne äußere Einschränkungen gestaltet werden kann.

Dr. Carmen Grebmer



Kompetenz

Das Bedürfnis nach Erfolg und Selbstwirksamkeit

Viele Käufer suchen eine Immobilie, die es ihnen ermöglicht, sich selbst als kompetent und erfolgreich wahrzunehmen. Sie möchten Entscheidungen treffen, die ihre Selbstwirksamkeit stärken und Stolz erzeugen.

Facetten:

- **Erfolg:** Die Immobilie repräsentiert eine Leistung, auf die sie stolz sein können.
- **Selbstentfaltung:** Das neue Zuhause als Plattform für die persönliche und berufliche Weiterentwicklung.
- **Wachstum:** Ein Heim, das Raum für Expansion, wie Familie oder Projekte, bietet.
- **Effektivität:** Ein klar strukturierter Kaufprozess, der den Käufer unterstützt und ihm das Gefühl gibt, eine fundierte Entscheidung zu treffen.

Wie können Sie das adressieren:

Präsentieren Sie die Immobilie als eine Plattform für Erfolg und Selbstverwirklichung. Zeigen Sie auf, wie das Haus dem Käufer die Möglichkeit gibt, seine Fähigkeiten zu entfalten, z. B. durch Erweiterungsoptionen oder zukunftsichere Investitionspotenziale. Vermitteln Sie Kompetenz und Entscheidungsstärke, indem Sie detailliertes Expertenwissen teilen und den Kaufprozess strukturiert und verständlich gestalten.

Dr. Carmen Grebmer





“

Wenn **Gedanken mit Emotionen in Konflikt** geraten,
sind unsere neuronalen Schaltkreise so konzipiert,
dass unsere **Emotionen gewinnen**

Carter and Frith, 1998

”

