

SIMPLE HANSE

12 Fragen für dein bestes Kundeninterview

Wie du die Sprache deiner Wunschkunden lernst

kevinaniol.de | Kevin Aniol | Lübeck

Warum dieses Interview?

Die meisten Unternehmen beschreiben sich selbst so, wie sie sich selbst sehen. Nicht so, wie ihre Kunden sie erleben.

Das Ergebnis: Texte, Posts und Gespräche, die technisch korrekt sind, aber kein Vertrauen schaffen und nicht denjenigen abholen, der Vertrauen aufbauen soll. Nicht weil die Leistung fehlt, sondern weil die Sprache eine andere ist.

Ein einziges ehrliches Gespräch mit einem echten Kunden kann dir mehr über deine Positionierung verraten als Wochen am Schreibtisch. Hierbei ist die Haltung von dir entscheidend, denn es geht darum ein wirkliches Interesse am Gegenüber aufzubauen und nicht nur Fragen stumpf abzuarbeiten.

Dabei erfährst Du:

- Welche Worte deine Kunden benutzen und die du in deinem Content übernehmen kannst
- Welche Probleme den Ausschlag gaben, bei dir anzufragen
- Was dich aus Kundensicht von anderen unterscheidet
- Welche Themen sie beschäftigen, über die du posten solltest

Und nicht selten entsteht in solchen Gesprächen neues Geschäft. Weil sich der Kunde gesehen und gehört fühlt. Weil er merkt, dass du nicht nur lieferst — sondern verstehst.

Wen interviewen? Die Auswahl ist entscheidend.

Nicht jeder Kunde ist ein guter Interviewpartner. Du willst von jemandem lernen, mit dem die Zusammenarbeit Spaß gemacht hat. Mit diesen Formulierungen ziehst du mehr solcher Personen mit deinen Inhalten an.

Dein bester Interviewpartner erfüllt diese Kriterien:

1. Er hat echten Nutzen erfahren

Die Zusammenarbeit hat ihm konkret weitergeholfen und er kann Benennen was genau ihm geholfen hat. Nicht 'war okay', sondern 'hat uns wirklich etwas gebracht'.

2. Du magst die Zusammenarbeit

Kommunikation auf Augenhöhe, pünktlich, wertschätzend. Er respektiert deine Arbeit. Die Zusammenarbeit fühlt sich richtig an.

3. Er ist wirtschaftlich interessant

Der Auftrag hatte eine gute Marge. Oder Potenzial für Folgeaufträge. Oder er bringt Empfehlungen. Mindestens eines davon.

4. Er ähnelt dem Kunden, den du dir öfter wünschst

Wenn du dir denkst: 'Zehn von denen wären ideal' das ist dein idealer Interviewpartner.

Kurz-Check: Wenn du nicht sofort zwei oder drei Namen im Kopf hast, die diese Kriterien erfüllen, dann ist das ein eigenes Thema, das wir angehen sollten.

[Hier](#) kannst du dir ein persönliches Gespräch mit mir sichern.

<https://www.kevinaniol.de/appointment>

Die 12 Fragen

Lies die Fragen vorher durch. Lern sie nicht auswendig und lass das Gespräch fließen. Nimm es auf (mit Erlaubnis) oder notiere die wichtigsten Formulierungen direkt.

Block 1: Ausgangssituation (Fragen 1-3)

Ziel: Verstehen, wie der Kunde die Situation vor der Zusammenarbeit erlebt hat — in seinen Worten.

1. Was hat dich dazu bewogen, dir bei diesem Thema Hilfe zu holen?

Warte die volle Antwort ab. Hier kommen oft die ehrlichsten Formulierungen.

2. Wie hast du das Problem damals intern beschrieben — wenn du mit Kollegen oder der Geschäftsführung darüber gesprochen hast?

Genau diese Sprache taugt für deinen Content.

3. Was hättest du gebraucht, was du nicht hattest?

Zeigt den Schmerzpunkt aus Kundenperspektive.

Block 2: Warum du? (Fragen 4-6)

Ziel: Deinen echten Differenzierungsvorteil aus Kundensicht herausfinden.

4. Warum hast du damals entschieden, mit mir zusammenzuarbeiten — und nicht mit jemand anderem?

Kein Lob erwarten — echte Antwort wollen.

5. Gab es einen Moment im Prozess, wo du gedacht hast: 'Okay, die richtige Entscheidung'?

Hier kommen die stärksten Testimonial-Zitate.

6. Was hätte dich damals fast davon abgehalten? Was waren deine Bedenken?

Gold für Einwände auf deiner Website und in Gesprächen.

Block 3: Ergebnis & Wert (Fragen 7-9)

Ziel: Das Ergebnis in der Sprache des Kunden formulieren — nicht in deiner.

7. Was hat sich konkret verändert — nach unserer Zusammenarbeit?

Konkrete Veränderungen > allgemeines Lob.

8. Was können oder tust du jetzt, was vorher nicht möglich war?

Oft entsteht hier die stärkste Formulierung für deinen Nutzenversprechen.

9. Wenn du unsere Zusammenarbeit jemandem empfehlen würdest — was würdest du sagen?

Das ist dein Testimonial. Wörtlich notieren.

Block 4: Zielgruppe & Themen (Fragen 10-12)

Ziel: Verstehen, welche anderen Probleme und Themen den Kunden beschäftigen — Content-Ideen und Folgegeschäft.

10. Was beschäftigt dich gerade in deinem Alltag am meisten — abseits von dem, was wir gemacht haben?

Zeigt aktuelle Themen, die für deinen Content relevant sind.

11. Kennst du andere Unternehmen in einer ähnlichen Situation — bei denen so ein Ansatz auch Sinn machen würde?

Öffnet das Gespräch für Empfehlungen ohne Verkaufsdruck.

12. Wenn du einen Wunsch frei hättest für unsere Zusammenarbeit — was wäre das?

Zeigt Folgebedarf. Und oft entsteht hier aus dem Gespräch heraus direkt neues Geschäft.

Nach dem Interview: Was du damit machst

- Notiere die 3 stärksten Formulierungen des Kunden, am besten Wort für Wort
- Prüfe: Welche dieser Formulierungen könnte ich auf meiner Website oder auf LinkedIn verwenden?
- Schreib einen LinkedIn-Post basierend auf dem, was du gelernt hast — ohne den Kunden zu nennen
- Frag dich: Gibt es Folgebedarf? Gibt es eine Empfehlung?

Ein gutes Kundeninterview ist kein Marktforschungsprojekt. Es ist ein Gespräch auf Augenhöhe und oft der Beginn von mehr.

Wenn du wissen willst, wie du diesen Ablauf für dein Unternehmen im Hanseraum konkret aufbaust, buch dir ein [kostenloses Erstgespräch](#).
