

I Verkäuferentwicklung I

Verkäufertipps „Kauf-Motive bzw. Kunden-Nutzen“

Warum kauft Ihr Kunde oder nicht? Welche prinzipiellen Motive sind entscheidend?



Warum kaufen Kunden?

Kaufmotive bzw. Kundennutzen sind die tieferliegenden Gründe, warum ein Kunde ein Produkt oder eine Dienstleistung kauft. Emotionale Kaufmotive wecken Gefühle, Wünsche und Bedürfnisse, die über reine Rationalität hinausgehen. Menschen kaufen oft emotional und begründen ihre Entscheidung später rational. Produkte und Dienstleistungen die keine Emotionen auslösen sind für das Gehirn wertlos. (Dr. H.-G. Häusel)

Die „Kauf“-Motive eines Menschen lassen sich grundsätzlich in zwei Hauptkategorien einteilen:

I Verkäuferentwicklung I

Verkäufertipps „Kauf-Motive bzw. Kunden-Nutzen“

Warum kauft Ihr Kunde oder nicht? Welche prinzipiellen Motive sind entscheidend?

1. Hin-zu-Motive (Gewinn-/ Annäherungsmotive)

Der Mensch strebt aktiv nach etwas Positivem. Er will Vorteile gewinnen, Chancen nutzen oder Wünsche erfüllen. Die Motivation ist zukunftsorientiert, optimistisch und zielgerichtet.

- Ein Kunde kauft ein Luxusauto → Er will Prestige und Anerkennung gewinnen.
- Jemand bucht eine Traumreise → Er will Abenteuer und unvergessliche Erlebnisse.
- Eine Person beginnt mit Fitness → Sie will fit und gesund werden.

Typische „Hin-zu“-Kaufmotive:

- ✓ **Erfolg & Status** („Ich will als Gewinner dastehen.“)
- ✓ **Freude & Genuss** („Ich will mir etwas gönnen.“)
- ✓ **Wachstum & Fortschritt** („Ich will mich weiterentwickeln.“)
- ✓ **Freiheit & Unabhängigkeit** („Ich will selbst entscheiden können.“)
- ✓ **Gemeinschaft & Zugehörigkeit** („Ich will Teil einer Gruppe sein.“)

I Verkäuferentwicklung I

Verkäufertipps „Kauf-Motive bzw. Kunden-Nutzen“

Warum kauft Ihr Kunde oder nicht? Welche prinzipiellen Motive sind entscheidend?

2. Weg-von-Motive (Vermeidungsmotivation)

Der Mensch möchte etwas Negatives vermeiden oder loswerden. Er handelt aus Angst, Schmerz oder Sorge heraus. Die Motivation ist problemorientiert, defensiv und sicherheitsfokussiert.

- Eine Person wechselt die Ernährung → Sie will Krankheiten verhindern.
- Ein Kunde kauft eine Versicherung → Er will finanzielle Risiken vermeiden.
- Jemand investiert in eine Alarmanlage → Er will sich vor Einbrechern schützen.

Typische „Weg-von“-Kaufmotive:

- ✓ **Angst vor Verlust** („Ich will mein Geld nicht verlieren.“)
- ✓ **Schutz & Sicherheit** („Ich will mich absichern.“)
- ✓ **Schmerzvermeidung** („Ich will keine gesundheitlichen Probleme haben.“)
- ✓ **Stressreduktion** („Ich will weniger Zeit mit komplizierten Prozessen verschwenden.“)
- ✓ **Unzufriedenheit lösen** („Ich will endlich eine bessere Lösung.“)