

Donnerstag, 16. April 2015

[Berater](#) | [Kolumnen](#) | [Versicherungen](#)

## Kundenbindung: Was passiert im Kopf des Kunden?

Viele Makler haben sich in der Vergangenheit darauf konzentriert, die richtigen Knöpfe beim Kunden zu drücken, um damit Kundenbindung herzustellen. Was im Gehirn des Kunden passiert und wie der Mechanismus der Empathie funktioniert, war nicht von Interesse. Glücklicherweise gibt es Forschungsergebnisse hierzu.

*Die Pradetto-Kolumne*



[1]

“Wenn wir die emotionale Bindung zu unseren Kunden erhalten wollen, brauchen wir nicht unbedingt bei ihm zu sein. Wir müssen lediglich dafür sorgen, dass er uns beobachtet”.

In meiner [letzten Kolumne](#) [2] habe ich das Versagen von Maklern bei der Kundenbindung in den Raum gestellt. Da ein Makler seine Kunden nach dem Abschluss über Jahre nicht mehr sieht, geht das wichtige emotionale Band verloren.

“Kaufmännisch ist es eben für jeden schwer, einmal pro Halbjahr persönlich vorbeizuschauen und Gespräche zu führen”, kommentiert Leser Bobrowski den Beitrag vollkommen treffend und fragt nach der Lösung.

Letztlich steht der Makler vor einer fast unlösbaren Aufgabe: Einerseits muss er mehr für die emotionale Bindung seiner Kunden tun, andererseits werden Maklern die [Vergütungen](#) [3] immer mehr zusammengestrichen, während sich gleichzeitig sein Aufwand durch die Regulierung weiter in die Höhe schraubt.

### Mehr zum Thema Maklerpool



• [KVK-Messe: Premiere in Düsseldorf](#) [4]

### Anders denken

Es liegt auf der Hand, dass sich das Problem nicht mit althergebrachten Methoden lösen lässt. Wer tut, was er immer getan hat, erhält logischerweise die Ergebnisse, die er immer hatte. Wir müssen uns der Thematik also anders nähern.

Jeder Makler weiß zwar, dass der persönliche Kontakt mit dem Kunden am ehesten zu einer emotionalen Verbundenheit führt, aber kaum einer weiß warum das so ist.

Viele Kollegen haben sich in der Vergangenheit darauf konzentriert, die richtigen Knöpfe beim Kunden zu drücken, um

damit Vertrauen zu gewinnen. Was im Gehirn des Kunden passiert und wie der Mechanismus der Empathie funktioniert, war nicht von Interesse.

Wenn wir uns aber diesen Mechanismus bedienen wollen, ohne dafür extra zum Kunden zu fahren, müssen wir ihn ergründen. Um eine Alternative zu finden, sollten wir wissen, warum das althergebrachte Gespräch als Empathie-Turbo funktioniert. Glücklicherweise können wir uns hier bereits existierender Forschungsergebnisse bedienen.

Seite zwei: [Eine abgefahrene Idee](#) [7]

Giacomo Rizzolatti kam 1993 auf die abgefahrene Idee, dass er mit Hilfe eines Kontrastmittels und einer Magnetresonanztomographie (MRT) dem Gehirn beim Denken zuschauen könne. Wo das Gehirn denkt – so der Gedankengang des Italieners – feuern die Neuronen. Dafür benötigen sie Energie.

Diese Energie entsteht bei der Verbrennung von Glukose und für die Verbrennung wiederum braucht es Sauerstoff. Wenn ich also ein Kontrastmittel spritze, das den Blutsauerstoff im MRT zum Leuchten bringt, kann ich sehen, wo das sauerstoffreiche Blut hintransportiert wird. Damit weiß ich, welche Hirnareale am jeweiligen Denkprozess beteiligt sind.

Der verrückte Italiener hat seine Idee tatsächlich ausprobiert. Er ließ Makaken eine Banane reichen, nachdem er diese in ein MRT bugsirt und bis auf den Arm sorgfältig fesseln ließ. Rizzolatti wollte prüfen, ob tatsächlich die Gehirnareale aufleuchten würden, von denen die Wissenschaft bereits wusste, dass diese für das Heben eines Arms zuständig sind. Das Ergebnis? Ein Volltreffer!

### Meistgelesen im Ressort Meinung

---



- [Hat auch die Bafin die Regulierung satt?](#) [8]
- 

#### Der Zufall als Glücksbringer

Man wollte schon den Erfolg feiern und das MRT wieder runterfahren, als die Gehirnareale des Affen erneut aufleuchteten. Nur diesmal hatte niemand dem Makaken eine Banane gereicht. War der Test doch ein Flop?

Tatsächlich hatte eine Helferin die Banane mit dem Arm aufgenommen. Das Tier hatte sie lediglich beim Heben ihres Arms beobachtet. Rizzolatti war elektrisiert: Offensichtlich machte es keinen Unterschied, ob der Makake eine Handlung selbst ausführte oder nur beobachtete. Die Neuronen des Affen spiegelten gewissermaßen das Verhalten der Helferin. Das Prinzip nannte Rizzolatti "Spiegelneuronen".

Zehn Jahre später wurden die Spiegelneuronen auch beim Menschen wissenschaftlich nachgewiesen. Das wirklich Interessante ist allerdings: 2013 wurde in Studien bewiesen, dass das Prinzip der Spiegelneuronen nicht nur für Bewegungen funktioniert, sondern auch für [komplexe Emotionen](#) [11].

Seite drei: [Emotionen durch Beobachtung übernommen](#) [12]

Es macht also keinen Unterschied, ob wir selber lachen oder jemanden beim Lachen beobachten. Das Gehirn reagiert in beiden Fällen gleich.

Beobachtet man also die Emotionen eines Menschen, nähert man sich seinen Emotionen an. So kommt es zu Massen-Gewaltausbrüchen in Stadien, so verfallen wir in Feierstimmung wenn wir uns unter Partygäste mischen und so bauen wir offenkundig Sympathien und Antipathien auf.

### Meistgelesen im Ressort Berater

---



- [Kaltakquise: Vier Tipps für einen erfolgreichen Erstkontakt](#) [13]
- 

#### Kundenbindung mit den Erkenntnissen der Gehirnforschung

Wenn wir also die [emotionale Bindung](#) [16] zu unseren Kunden erhalten wollen, brauchen wir nicht unbedingt bei ihm zu sein. Wir müssen lediglich dafür sorgen, dass er uns beobachtet. Dies können wir mit der richtigen Strategie erreichen – auch ohne persönlich beim Kunden vorstellig zu werden.

Clever inszenierte Filme reichen beispielsweise aus, um die entsprechenden Effekte zu erzeugen.

Für den ein oder anderen klassisch denkenden Kollegen mag dies zunächst einmal schwer nachvollziehbar sein, doch eigentlich ist ihnen der entsprechende Effekt längst bekannt: Denken Sie einmal an Ihren Lieblingsschauspieler: Welche Charakterzüge schätzen Sie an ihm? Nehmen Sie sich drei Minuten, diese Eigenschaften niederzuschreiben.

#### Was zu beweisen war

Fertig? Gut. Dann erklären Sie mir jetzt bitte einmal woher Sie eigentlich wissen, was für einen Charakter Ihr persönlicher

Star hat. Die Wahrheit ist doch, dass wir eigentlich nur die verkörperte Filmrolle unseres favorisierten Schauspielers kennen.

Seite vier: [Lösung noch keine Umsetzung](#) <sup>[17]</sup> Welcher Mensch sich dahinter verbirgt ist uns hingegen vollkommen fremd. Dennoch sympathisieren wir mit einigen Prominenten, während wir andere leidenschaftlich ablehnen. Ist es so abwegig zu glauben, dass Sie als Makler die gleichen Effekte erzeugen können?

Stellen Sie sich vor, Sie können sich selbst tausendfach multiplizieren und nicht nur bei Kunden, sondern sogar bei Interessenten regelmäßig einen positiven emotionalen Push setzen. Stellen Sie sich vor, Ihre Kunden kultivieren das Gefühl an Ihrem Leben teilzuhaben und Sie permanent an Ihrer Seite zu wissen. Stellen Sie sich vor, dies ginge alles mit kaum mehr Aufwand als bisher.

Wäre das nicht Anreiz genug, sich einmal näher mit dieser Vorgehensweise auseinanderzusetzen?

## Meistgelesen im Ressort Versicherungen

---



• [Ergo: Oletzky geht, Rieß kommt](#) <sup>[18]</sup>

---

### Lösung ist noch keine Umsetzung

Bei [blau direkt](#) <sup>[21]</sup> haben wir die entsprechenden Werkzeuge erfolgreich mit Partnern getestet. Mittlerweile nutzen viele Kollegen die neue Art der Kundenbindung – mit teils großem Erfolg.

Doch es gibt ein Haar in der Suppe. Wer weiß wo der Schatz liegt, hat ihn noch nicht ausgegraben. Eine Lösung ohne konkrete Umsetzung befriedigt nur wenig. Und ja: Es bedarf mehr als einer Handycam und eines flotten Spruchs.

Man braucht sicherlich eine professionelle Studio-Unterstützung, eine ausgefeilte Strategie und das ein oder andere tiefenpsychologische Know-how. Das würde allerdings den Rahmen einer Kolumne sprengen und mit Verlaub: Ein paar Vorteile muss unser Pool ja auch seinen Partnern vorbehalten, nicht wahr?

*Autor Oliver Pradetto ist Kommanditist und Mitbegründer des Maklerpools [Blau direkt](#) <sup>[22]</sup>.*

*Foto: Anne-Lena Cordts*

---

Artikel gedruckt von Finanznachrichten auf Cash.Online: <http://www.cash-online.de>

URL des Artikels: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/kunde-gehirn/245446>

URLs in this post:

- [1] Image: <http://www.cash-online.de/wp-content/uploads/2013/10/Oliver-pradetto.jpg>
- [2] letzten Kolumne: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/kundenbindung/239868>
- [3] Vergütungen: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/provisionsverbot-2/244265>
- [4] Image: <http://www.cash-online.de/berater/2015/kvk-messe-4/246466>
- [5] Image: <http://www.cash-online.de/immobilien/2015/baufinanzierung-qualitypool/246490>
- [6] Image: <http://www.cash-online.de/berater/2015/lvrg-interview-porazik/244957>
- [7] Eine abgefahrene Idee: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/kunde-gehirn/245446/2>
- [8] Image: <http://www.cash-online.de/meinung/2015/bafin-regulierung/247838>
- [9] Image: <http://www.cash-online.de/meinung/2015/publikums-aif-2/242491>
- [10] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/verguetung-vermittler/242465>
- [11] komplexe Emotionen: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/kaufentscheidung/240466>
- [12] Emotionen durch Beobachtung übernommen: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/kunde-gehirn/245446/3>
- [13] Image: <http://www.cash-online.de/berater/2015/kaltakquise/248033>
- [14] Image: <http://www.cash-online.de/berater/2015/story-telling/246999>
- [15] Image: <http://www.cash-online.de/berater/2015/34f-gewo-7/244231>
- [16] emotionale Bindung: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2013/makler/128920>
- [17] Lösung noch keine Umsetzung: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/kunde-gehirn/245446/4>
- [18] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/ergo-oletzky-geht-ries-kommt/247746>
- [19] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/witwenpension/247128>
- [20] Image: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/versicherungsvertrieb-3/245431>
- [21] blau direkt: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2015/vergleichsrechner-blau-direkt-setzt-modernisierung-fort/241510>
- [22] Blau direkt: <https://www.blaudirekt.de/>