BLOG

MENSCHEN KAUFEN KEINE PRODUKTE. MENSCHEN KAUFEN NUTZEN.

22. Oktober 2025 · Olaf Rosenbaum · 2 Min. Lesezeit

> **Kurz gesagt:** Kunden kaufen nie Produkte, sondern Nutzen in drei Formen – genommener Schmerz, erzeugte Freude, abgenommene Arbeit –, und Deine Positionierung entscheidet, mit welcher davon Du am Markt auftrittst.

Wenn man Löcher kaufen könnte, würdest Du vermutlich keine Bohrmaschine kaufen. Denn Menschen kaufen nie Produkte und nie Dienstleistungen – Menschen kaufen ausschließlich Nutzen. Nicht das Ding selbst, sondern das, was sie damit machen können.

Der DVD-Player ist das beste Beispiel: Niemand wollte je einen DVD-Player haben, weil er DVD-Player so toll fand. Alle wollten Filme im Fernsehen sehen. Seit die Filme per Streaming kommen, kauft kein Mensch mehr einen DVD-Player. Das Bedürfnis ist geblieben – das Produkt ist tot.

Nutzen zeigt sich dabei in genau drei Formen:

- **Schmerz**, den Dein Angebot nimmt.
- **Freude**, die es erzeugt.
- **Arbeit**, die es jemandem abnimmt.

Es ist immer eine Mischung, aber eines überwiegt. Ein Vergnügungspark löst kein Problem – er verkauft Freude. Ein Steuerberater verkauft das Gegenteil: Du musst eine Steuererklärung abgeben, hast dazu keine Lust oder kannst es nicht – also holst Du Dir jemanden, der Dir den Job abnimmt und damit den Schmerz, Dich damit beschäftigen zu müssen.

Das Internet ist voll von Gurus, die Dir erzählen, Du müsstest immer an den Schmerzpunkt des Kunden. Das ist nur ein Drittel der Wahrheit. Die richtige Frage lautet: Mit welcher dieser drei Nutzenargumentationen willst Du am Markt auftreten? Bist Du der, der sagt „Gib mir Deinen ganzen Kram, ich kümmere mich"? Der, der vor Risiken schützt? Oder der, der ein Erlebnis verkauft? Das ist Positionierung – und hat der Kunde keinen Nutzen von dem, was Du anbietest, kauft er es nicht. Egal wie gut Du es findest.

Niemand wollte je einen DVD-Player. Alle wollten Filme sehen – und als es dafür einen besseren Weg gab, war das Produkt tot.

> Dieser Gedanke ist das Fundament von **Folge 4** von Chefsache Krise: „Nutzen statt Produkt: Warum Deine Kunden wirklich kaufen – mit Birgit Eschbach" – Jetzt anhören.

Olaf Rosenbaum berät Inhaber und geschäftsführende Gesellschafter im Mittelstand, wenn Gewinn, Liquidität oder Steuerbarkeit kippen. Steuerberater seit 2002, über 600 Beratungen, Kiel. Mehr über mich · LinkedIn