



Leitfaden: Das FormWerkX-Gespräch auf der Muswiese

Motto: „Wir verkaufen keine Möbel auf der Messe. Wir laden in die Galerie ein.“

1. Die Grundhaltung

- **Rolle:** Wir sind Gastgeber und Berater, keine Verkäufer.
- **Tonalität:** Freundlich, ruhig, auf Augenhöhe. Vermeide Hektik.
- **Ziel:** Nicht der Verkauf am Stand, sondern der **fest vereinbarte Termin** in der Galerie (Neue Straße 8) oder zumindest ein qualifizierter Kontakt für die Nachverfolgung.

2. Der Gesprächsflow (Schritt-für-Schritt)

Phase A: Der offene Einstieg (Beobachten & Abholen)

Gehen Sie nicht auf jeden zu. Warten Sie, bis der Besucher vor einem Exponat stehen bleibt und echtes Interesse zeigt (längerer Blick, Berühren des Materials).

- **Der Eisbrecher:** „Gefällt Ihnen die Haptik dieses [Objekts]? Das Besondere daran ist, dass wir es in unserer Manufaktur in Kirchberg komplett in Handarbeit gefertigt haben.“
- **Der Kontext:** „Viele staunen, dass man so etwas auf einer Messe wie der Muswiese erleben kann. Wir nennen unseren Stand deshalb auch ‚Die Galerie für die Galerie‘.“

Phase B: Die sanfte Qualifizierung (Der Filter)

Nach kurzem Fachgespräch über das Objekt stellen Sie die entscheidende Frage.

- **Die Frage:** „Sammeln Sie aktuell eher Inspirationen für die Zukunft, oder steckt bei Ihnen konkret ein Bauprojekt oder eine Sanierung in den Startlöchern?“

► Szenario 1: Der „Konkrete“ (Projekt geplant)

Reaktion des Kunden: „Wir bauen gerade um“ / „Die Küche ist bald fällig“.

- **Ihre Antwort:** „Das passt hervorragend zusammen. Unsere Innenarchitektin plant solche Projekte nämlich nicht am Messestand, sondern ausschließlich in unserer Galerie in Schwäbisch Hall. Dort haben wir die Originalmaterialien, die 3D-Planung und den Raum, um das in Ruhe zu besprechen.“
- **Der Call-to-Action (Abschluss):** „Ich habe hier den Kalender unserer Innenarchitektin. Nächste Woche haben wir noch zwei Slots für eine kostenlose Erstberatung. Passt Ihnen Dienstagvormittag oder eher Donnerstagnachmittag?“
 - **Wichtig:** Bieten Sie zwei konkrete Optionen an (Alternativfrage), statt zu fragen „Wollen Sie einen Termin?“.
 - **Tool:** Buchen Sie den Termin direkt am Tablet ein oder notieren Sie ihn handschriftlich im „Galerie-Pass“.

► Szenario 2: Der „Zögerer“ (Interesse, aber noch unsicher)

Reaktion des Kunden: „Eigentlich noch zu früh“ / „Wir schauen uns erst mal um“ / „Das ist noch in 2 Jahren“.

- **Ihre Antwort:** „Verständlich. Die beste Inspiration bekommt man ohnehin nicht durch Prospekte, sondern wenn man die Materialien live sieht und spürt.“
- **Die „Low-Threshold“-Einladung:** „Nehmen Sie gerne diesen ‚Galerie-Pass‘ mit. Er gilt als Einladung für einen unverbindlichen Rundgang durch unsere Ausstellung in der Neuen Straße. Und falls Sie doch früher starten: Als Muswiese-Besucher haben Sie bis Ende Oktober Anspruch

auf [exklusives Messe-Upgrade, z.B. kostenlose 3D-Visualisierung], wenn Sie einen Termin vereinbaren.“

- **Datensicherung:** „Darf ich Ihnen vorab schon mal digital unsere Referenz-Galerie zusenden? Dann haben Sie uns direkt im Handy, falls die Idee konkret wird.“ (Handy-Nummer oder E-Mail notieren).

► Szenario 3: Der „Tourist“ (Kein Projekt, nur Gaffer)

Reaktion des Kunden: „Sieht toll aus, aber wir wohnen zur Miete“ / „Nur so zum Anschauen“.

- **Ihre Antwort:** „Dann genießen Sie den Anblick! Handwerk lebt davon, dass man es bewundert. Viel Spaß noch auf der Muswiese!“
- **Strategie:** Lächeln, freundlich verabschieden, sofort dem nächsten potenziellen Kunden zuwenden. Keine Zeit verlieren.

3. Einwandbehandlung (Wenn es hakt)

Einwand des Kunden	Ihre souveräne Antwort
„Das ist uns bestimmt zu teuer.“	„Unsere Projekte starten im Premium-Segment, weil wir Unikate fertigen und keine Ware von der Stange. Genau deshalb lohnt sich der Besuch in der Galerie: Wir zeigen Ihnen, wo der Unterschied liegt und ob wir zueinander passen. Ein Kennenlernen ist kostenlos.“
„Schicken Sie uns erst mal Unterlagen.“	„Gerne. Aber ein Prospekt kann die Haptik eines echten Holzes oder die Präzision einer Fuge nicht ersetzen. Nehmen Sie den Pass hier mit. Wenn Sie die Galerie betreten, werden Sie sofort verstehen, warum wir so arbeiten.“
„Wir kommen aus weiter weg (z.B. Stuttgart).“	„Das macht nichts. Unsere Kunden kommen aus der ganzen Region, weil es diese Kombination aus Manufaktur und Galerie sonst nirgends gibt. Der Weg nach Schwäbisch Hall ist Teil des Erlebnisses. Und Parkmöglichkeiten haben wir direkt vor der Tür.“

4. Checkliste für den Mitarbeiter am Stand

- **Tablet/Laptop griffbereit:** Mit freiem Kalender der Innenarchitektin.
- **„Galerie-Pässe“:** Hochwertige Karten (kein Flyer!) zum Mitgeben.
- **Materialmuster:** Immer ein kleines Reststück oder Muster in der Hand haben, um Haptik zu demonstrieren.
- **Körpersprache:** Nicht hinter dem Tisch verstecken. Seitlich neben dem Exponat stehen, einladen zum Herantreten.
- **Nachfass-Liste:** Jeder Kontakt, der *nicht* sofort terminiert hat, wird mit Name, Interesse und Notiz („Projekt in 1 Jahr“) für die Nachverfolgung notiert.

Merksatz für das Team:

„Unser Produkt ist nicht das Möbelstück hier auf der Messe. Unser Produkt ist die **Beratung** und das **Erlebnis** in der Galerie. Alles hier ist nur der Trailer.“