

Was Experten einem im Interview sagen – und was nicht

Ein Gespräch über Vertrauen, Zwischentöne und die Kunst des richtigen Nachfragens

Interview mit Jasper Kleid, Junior Consultant bei DTO

Experteninterviews gehören zu den stärksten Instrumenten in komplexen B2B-Märkten. Gleichzeitig sind sie keine automatische Abkürzung zur Wahrheit. Gesprächspartner haben eigene Perspektiven, Interessen und Wissensgrenzen. Gute Interviewführung bedeutet deshalb, Antworten nicht nur zu sammeln, sondern sie im Kontext zu verstehen. Jasper Kleid spricht über Zwischentöne, Vertrauen und methodische Disziplin.

Ein Interview wird spannend, wenn aus einer Meinung eine Begründung wird und aus der Begründung ein nachvollziehbarer Entscheidungsmechanismus.

Frage: Sagen Experten in Interviews grundsätzlich offen, was sie denken?

Antwort: Oft ja - aber eben nicht immer in der ersten Antwort. Manche Themen sind sensibel, andere werden sehr routiniert beantwortet. Deshalb ist es wichtig, erst einmal ein echtes Gespräch entstehen zu lassen und klarzumachen, dass wir nicht nach der "richtigen" Meinung suchen.

Frage: Welche Aussagen sollte man besonders vorsichtig behandeln?

Antwort: Bei sehr pauschalen Markturteilen werde ich hellhörig. Sätze wie "alle Kunden wollen" oder "niemand zahlt dafür" können ein guter Einstieg sein, aber sie sind noch keine fertige Erkenntnis. Dann fragen wir nach konkreten Fällen, Ausnahmen und Gegenbeispielen.

Frage: Wie erkennt man Interessen in einer Aussage?

Antwort: Indem man immer mitdenkt, aus welcher Rolle jemand spricht. Ein Händler, ein Hersteller, ein Berater und ein Endkunde erleben denselben Markt unterschiedlich. Das ist nicht störend, im Gegenteil: Genau diese unterschiedlichen Perspektiven helfen uns, die Marktlogik besser zu verstehen.

Frage: Welche Fragen bringen besonders viel Tiefe?

Antwort: Fragen nach konkreten Entscheidungen: „Wann haben Sie das zuletzt erlebt?“, „Welche Alternative wurde gewählt?“, „Wer war beteiligt?“ oder „Was hätte die Entscheidung verändert?“ Solche Fragen führen weg von abstrakten Meinungen.

Frage: Was verraten Zwischentöne?

Antwort: Unsicherheit, Widersprüche oder auffällige Betonungen können Hinweise geben, wo weitere Nachfragen sinnvoll sind. Sie sollten aber nicht psychologisiert werden. Entscheidend ist, ob sich die inhaltliche Begründung nachvollziehen lässt.

Frage: Wie gehst du mit widersprüchlichen Expertenmeinungen um?

Antwort: Wir versuchen gar nicht erst, sie künstlich zu glätten. Wenn zwei Experten sich widersprechen, ist die spannende Frage: Warum? Liegt es an Segment, Land, Rolle oder Geschäftsmodell? Genau solche Unterschiede sind oft strategisch relevanter als ein vermeintlicher Konsens.

Frage: Wann reicht qualitative Forschung nicht aus?

Antwort: Wenn die Häufigkeit oder Verteilung einer Meinung entscheidend ist. Dann muss qualitatives Verständnis durch quantitative Forschung ergänzt werden.

Frage: Was ist die wichtigste Regel für Interviewauswertung?

Antwort: Nie an einem starken Zitat hängen bleiben. Der Wert entsteht aus wiederkehrenden Mustern, nachvollziehbaren Begründungen und dem Abgleich mit anderen Quellen.

Vom Gespräch zur Entscheidung: DTO unterstützt Unternehmen dabei, Markt- und Kundenperspektiven zu strukturieren, Hypothesen zu prüfen und Ergebnisse in belastbare strategische Entscheidungen zu übersetzen.

Sie wollen mit uns ins Gespräch kommen? www.dto-research.com/de

Interviewpartner

Jasper Kleid

B.Sc. Betriebswirtschaftslehre
Junior Consultant

info@dto-research.de
[+49 \(0\) 211 79 660 0](tel:+490211796600)

Jasper Kleid ist seit 2025 bei DTO B2B Research & Strategies tätig. Während seiner Zeit bei DTO konnte er bereits mehrere Projekte mit direktem Bezug zu europäischen Industriemärkten begleiten. Als Absolvent der Betriebswirtschaftslehre (B.Sc.) liegt sein Schwerpunkt insbesondere auf Markt- und Wettbewerbsanalysen sowie der Strategieentwicklung.