

## 12.1. Wirtschafts- und Wirtschaftspolitik

### 12.1.1. Bedürfnisse und Bedarf

#### Arbeitsauftrag:

1. Lesen Sie sich den folgenden Text aufmerksam durch und markieren Sie sich die wichtigsten Stellen.
2. Bearbeiten Sie mit Ihrem Banknachbarn gemeinsam die anschließenden Aufgaben.

⌚ Arbeitszeit: **15 Minuten**

### Vom Bedürfnis und Bedarf zur Nachfrage

Jeder Mensch hat im Laufe seines Lebens eine Vielzahl von Wünschen, auf deren Erfüllung er sein Handeln ausrichtet. Diese Wünsche nennt man auch Bedürfnisse. Die Zahl der Bedürfnisse ist unbegrenzt und individuell.



Die gängigste Einteilung der Bedürfnisse basiert auf der Dringlichkeit. Die Bedürfnisse werden dazu in drei Ebenen unterteilt. Die unterste Ebene umfasst alle Existenzbedürfnisse, die zum Leben notwendig sind, wie z.B. Essen und Trinken oder Kleidung. Die sog. Kulturbedürfnisse in der mittleren Ebene meinen alle Bedürfnisse, die mit sozialer Anerkennung in Verbindung gebracht werden, z.B. gutes Essen, modische Kleidung oder Bildung.

Die oberste Ebene umfasst die Luxusbedürfnisse, z.B. Champagner, eine Weltreise oder Designerkleidung. Die drei Ebenen können sich auch überschneiden.

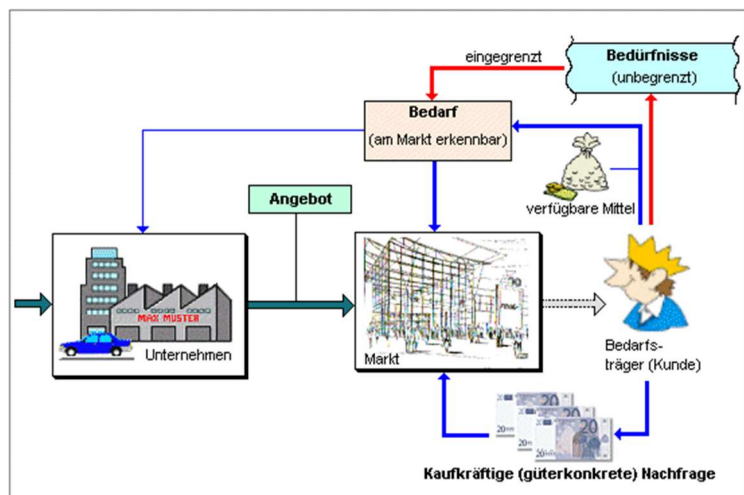
Sind die Existenzbedürfnisse befriedigt, dann streben viele Menschen nach der Befriedigung von Kultur- und Luxusbedürfnissen.

Zudem werden die Bedürfnisse nach individuellen und kollektiven Bedürfnissen unterschieden.

Die individuellen Bedürfnisse eines Menschen hängen von den persönlichen und äußeren Einflüssen ab.

Die Wirtschaftswissenschaften definieren *Bedürfnis* als den Wunsch, einen empfundenen Mangel zu beheben. Bedürfnisse sind somit Auslöser für jedes wirtschaftliche Handeln. In Verbindung mit der Kaufkraft wird das Bedürfnis zum Bedarf, der auf dem Markt als Nachfrage von Gütern und Dienstleistungen auftritt.

Ein Mittel zum Wecken von Bedürfnissen ist die Werbung. Dabei werden Anknüpfungspunkte zum privaten Umfeld der Zielgruppe hergestellt. Werbung verfolgt dabei zwei Ziele:



1. Informationsfunktion: Mögliche Kunden sollen von einem bestimmten Produkt erfahren und Angaben über die besonderen Eigenschaften des Produkts erhalten.
2. Anreizfunktion: Der Kunde muss zum Kauf eines Produkts bewegt werden. Um die Kunden zum Kauf anzuregen, setzen Werbefachleute zahlreiche Instrumente ein.

Durch Werbemittel (= Form der Werbebotschaft) und Werbeträger (= Medium zur Übertragung von Werbebotschaften), die unterschiedliche Werbewirkungen erzeugen, sollen diese Ziele erreicht werden.

Die Bedürfnisse, die mit finanziellen Mitteln erfüllt werden können, nennt man Bedarf. Den Teil des Bedarfs, der tatsächlich durch Geld gedeckt wird, nennt man Nachfrage. Kauft der Kunde z.B. beim Bäcker Brötchen, so hat er den Bedarf in die Nachfrage umgewandelt. Die Nachfrage am Markt für Brötchen ist somit gestiegen.

Aber viele Bedürfnisse können nicht oder nur schwer befriedigt werden, da die meisten Güter nicht unbegrenzt vorhanden sind.

Quellen: Claus, Dietrich; Gleixner, Helmut; Kalis, Edgar; Maurer, Raainer; Schnellberger, Stefan (2011): Demokratie gestalten. Sozialkunde an Berufsschulen und Berufsfachschulen. 6. Auflage. Europa Lehrmittel, Haan.  
<http://www.business-studio.de/Portals/bwlex06/images/iwk-lex-bedarf1.gif> (02.09.2014)

## Aufgaben zum Text „Vom Bedürfnis und Bedarf zur Nachfrage“

1. Nennen Sie die Kennzeichen von Bedürfnissen.

Bedürfnisse sind

- Mangelscheinungen mit dem Wunsch zur Beseitigung
- individuell
- unbegrenzt

2. Unterscheiden Sie die Bedürfnisse nach der Dringlichkeit und nach der Art der Befriedigung.

- a) Nach der **Dringlichkeit** (teilweise Überschneidungen)

### Luxusbedürfnisse

Befriedigung ist Kennzeichen eines exklusiven Lebensstils, z.B.  
Weltreise, Champagner, Designerkleidung



### Kulturbedürfnisse

Befriedigung erhöht den Lebensstandard, z.B.  
Gutes Essen, Bildung, modische Kleidung, Kunst

### Existenzbedürfnisse

Befriedigung ist existenznotwendig, z.B.  
Grundnahrungsmittel, schützende Kleidung, Wohnung



### b) Nach der **Art** der Befriedigung

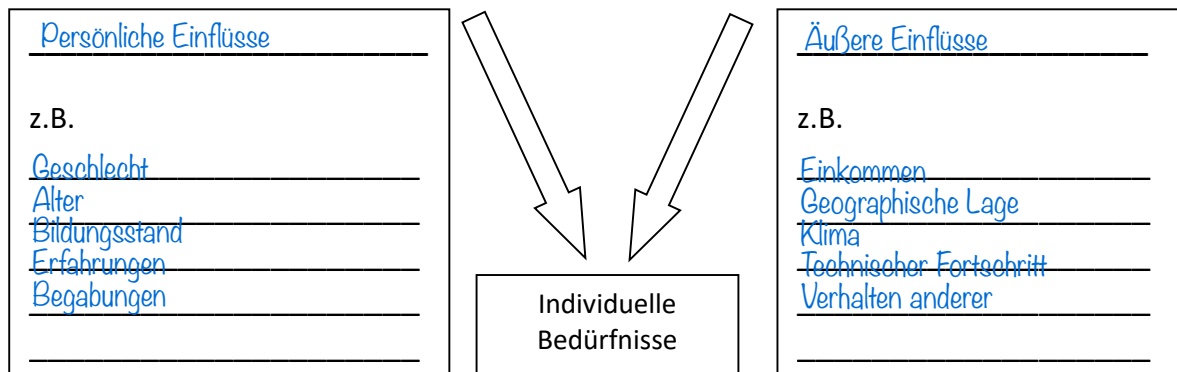
Bedürfnis des Einzelnen. Jeder Mensch hat andere Bedürfnisse.

= Individuelle Bedürfnisse

Bedürfnisse der Gesellschaft. Ohne Befriedigung dieser Bedürfnisse funktioniert kein Gemeinschaftsleben, der Einzelne wäre hiermit überfordert (z.B. Straßen, Infrastruktur).

= Kollektive Bedürfnisse

### 3. Wovon hängen die individuellen Bedürfnisse ab?



### 4. Erklären Sie stichpunktartig die Begriffe *Werbemittel* und *-träger* und geben Sie den Zweck der Werbung an.

Werbemittel = Form einer Wörterbotschaft

z.B. Anzeigen, Werbespots, Werbebanner

Werbeträger = Medium

z.B. Zeitung, TV, Plakate

Zweck: Bedürfnisse zu Wecken, bzw. Kaufverhalten beeinflussen

### Exkurs/Wiederholung: Werbemethoden

- Erklären Sie das **AIDA** Modell zur Überprüfung der Wirkung von Werbebotschaften.
- Nennen Sie **Methoden**, mit denen Werbebotschaften möglichst positiv im Gedächtnis bleiben.
- Erläutern Sie die Begriffe „**Influencer**“ und „eine Werbebotschaft geht **viral**“.

Methoden:  
Wiederholung  
Positive Gefühle  
Konditionierung  
lernen am Modell

5. Ergänzen Sie die Übersicht durch folgende Begriffe: *Nachfrage, Geld, Bedürfnisse, Kaufwille, Bedarf*.

Erst wenn aus den Bedürfnissen Bedarf wird. Zum Bedarf werden Bedürfnisse nur mit Kaufkraft. Und am Markt der Kaufwille geäußert wird entsteht Nachfrage.



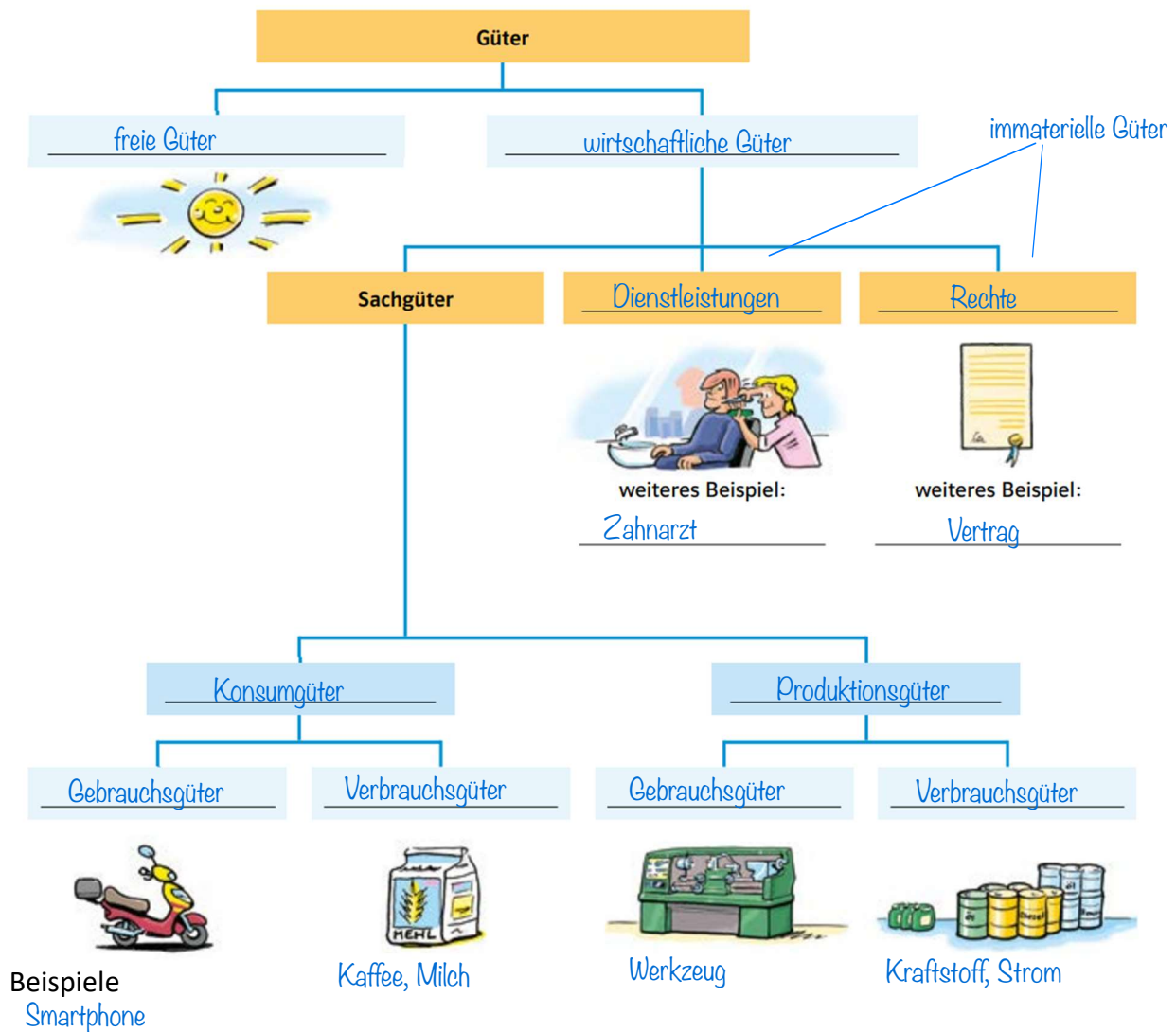
## 6. Güter

- a) Definieren Sie „Güter“:

Mittel, die der Befriedigung von Bedürfnissen dienen.

- b) Setzen Sie in die nachfolgende Übersicht folgende Begriffe ein:

*Rechte, freie Güter, Verbrauchsgüter (2x), Dienstleistungen, Produktionsgüter, Gebrauchsgüter (2x), wirtschaftliche Güter, Konsumgüter.*



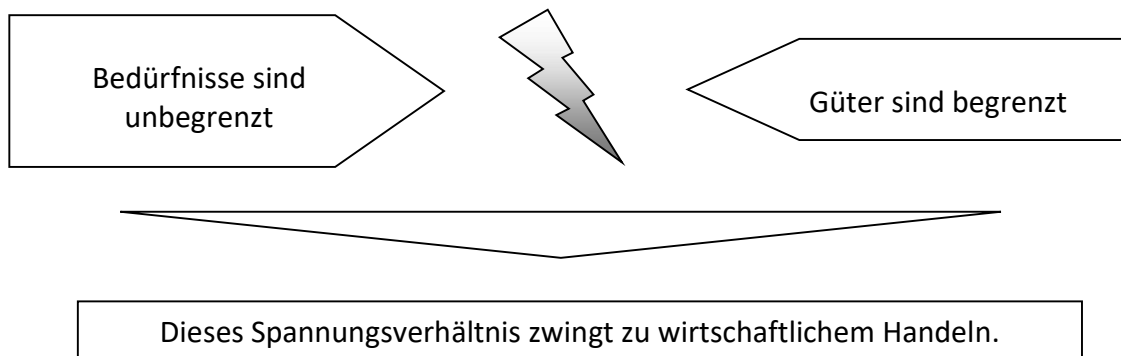
### C) Übung – Zuordnung Güterarten

Kreuzen Sie an!

Beispiele	Sachgut	Dienstleistung	Recht	Konsumgut	Produktionsgut	Gebrauchsgut	Verbrauchsgut
Anzug	X			X		X	
Haarschnitt		X					
PC einer Lehrkraft	X				X	X	
Tankfüllung eines Taxis	X				X		X
Mietvertrag			X				
Ihr neues Handy	X			X		X	
Patenterte Erfindung			X				

## Grundlagen des Wirtschaftens – Das ökonomische Prinzip

Die Bedürfnisse des Menschen sind also unbegrenzt, die Mittel zur Bedürfnisbefriedigung aber knapp. Dies zwingt Wirtschaftssubjekte dazu, mit den vorhandenen Gütern sparsam umzugehen, also zu wirtschaften, um möglichst viele Bedürfnisse zu befriedigen. Wer so handelt, verfährt nach dem sogenannten ökonomischen Prinzip (auch Vernunftsprinzip, Rationalprinzip).



Private Haushalte und Unternehmen handeln im Alltag nach zwei Ausprägungen dieses Prinzips.

1. Sie versuchen mit gegebenen Mitteln, eine möglichst hohe Leistung zu erzielen. (Maximalprinzip)
2. Sie versuchen eine vorgegebene Leistung mit möglichst geringen Mitteln zu erzielen. (Minimalprinzip).

Aufgabe: Notieren Sie für beide Prinzipien selbst gewählte Beispiele!

Man hat 10€ und will so viel Schokolade bekommen wie möglich

Beispiel für Maximalprinzip: vorhandene Mittel → maximaler Erfolg

Beispiel für Minimalprinzip: bestimmte Leistung → minimaler Mitteleinsatz

Herstellung einer Tafel Schokolade mit dem geringstmöglichen Mitteleinsatz, z.B. dem günstigsten Rohstoffeinkauf

## Wie hängen Bedürfnisse mit unserer Wirtschaft zusammen?

### Arbeitsauftrag:

1. Ergänzen Sie gemeinsam mit Ihrem Banknachbarn das Preismechanismus-Schema sinnvoll.
2. Beachten Sie dabei die Aspekte *Nachfrage*, *Preis*, *Gewinn* und *Produktion*.
3. Überlegen Sie sich Beispiele aus dem IT-Bereich dazu.

🕒 Arbeitszeit: **8 Minuten**

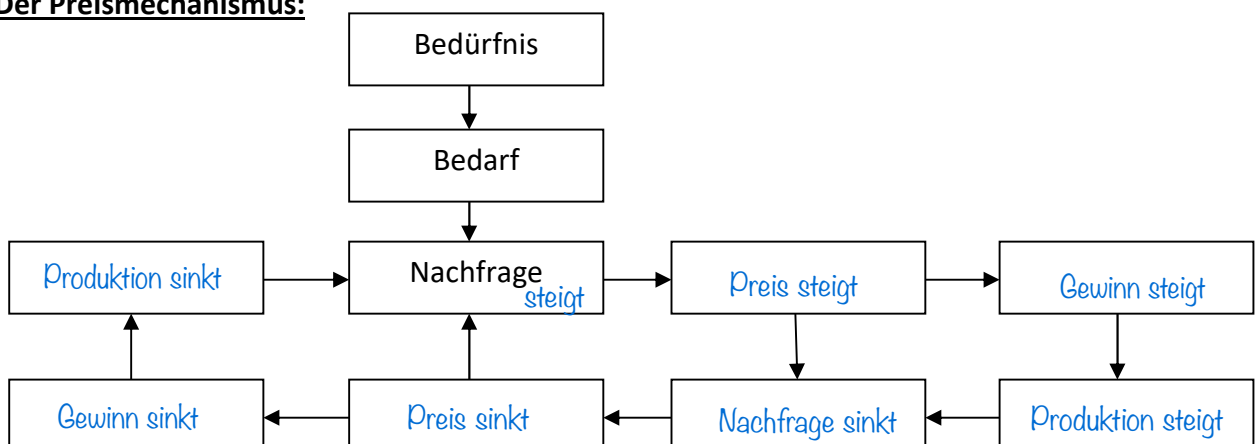
Angenommen, man braucht eine neue Grafikkarte für ein Computerspiel zum Upgrade des Rechners. Sie begeben sich in ein Computerfachgeschäft und können dieses Bauteil in der Regel gleich mitnehmen. Dieser Vorgang mag zuerst selbstverständlich sein, aber vorher musste diese Grafikkarte möglicherweise in einem fremden Land hergestellt, verpackt, verschickt und vom Händler bestellt und eingelagert werden. Bezahlt werden die Einkäufe natürlich mit Geld.

Würde man alle Kaufvorgänge so detailliert untersuchen und alle notwendigen Voraussetzungen berücksichtigen, dann müsste man sich eigentlich wundern, dass in diesem stark verzweigten Wirtschafts- und Handelssystem nicht das Chaos ausbricht.

Dass wir von dem vermeintlichen Chaos nichts mitbekommen und dass unser Wirtschaftssystem so gut funktioniert, kann man einfach begründen: Die Bedürfnisse der Menschen, also die Empfindung von Mangel und die Befriedigung derselben, bewegen und steuern das, was wir Wirtschaft nennen. Da die meisten Güter und Waren nicht unbegrenzt zur Verfügung stehen, haben sie einen bestimmten Preis. Die Höhe des Preises für unserer Grafikkarte hängt z.B. davon ab, wie hoch die Herstellungskosten sind. Gibt es einen großen Mangel an Grafikkarten, also eine große Nachfrage, kann der Händler den Preis erhöhen und somit einen größeren Gewinn machen. Gibt es aber kaum eine Nachfrage nach Grafikkarten, so wird der Händler den Preis senken, um seinen Lagerbestand absetzen zu können. Ist die Nachfrage nach Grafikkarten (z.B. alte Modelle) so gering, dass der Verkaufserlös die Produktionskosten nicht mehr aufwiegt, wird der Hersteller die Produktion einstellen und andere Modelle anbieten, für die es eine Nachfrage gibt.

Allgemein gilt, dass sich der Preis aus Angebot und Nachfrage ergibt, allerdings bedingen sich die drei Faktoren gegenseitig, denn auch das Ändern des Preises wirkt sich auf Angebot und Nachfrage aus, denn vielleicht kauft man bei einem geringeren Preis noch ein Bauteil und erhöht dadurch wieder die Nachfrage.

### Der Preismechanismus:

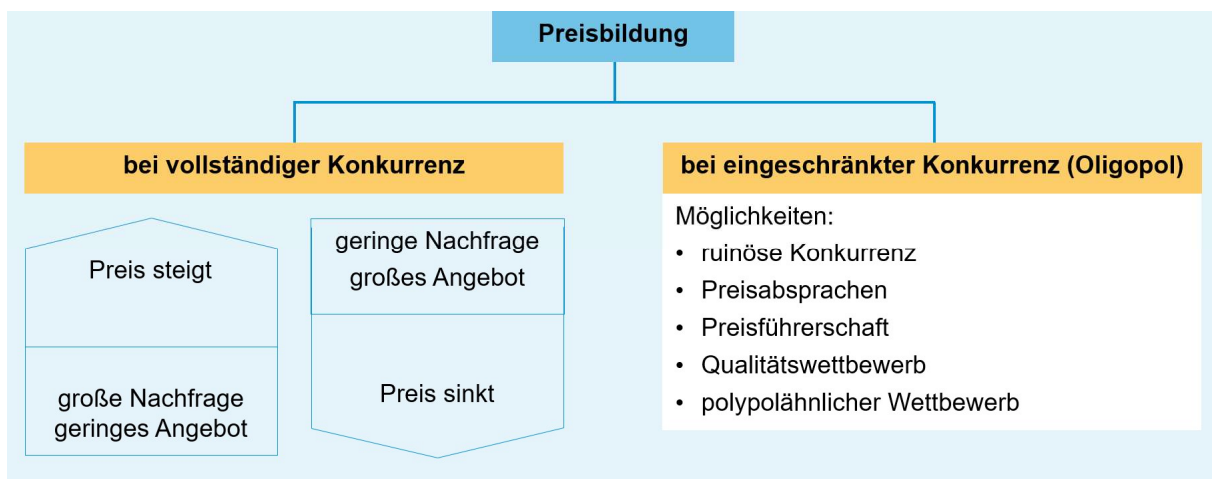
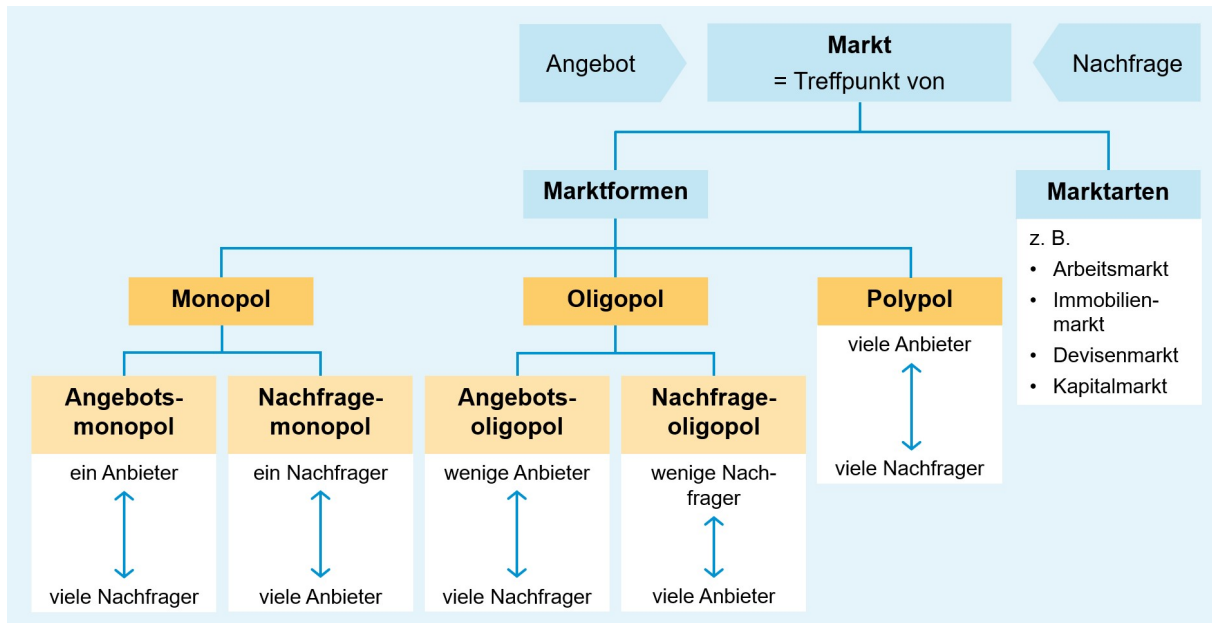


## Märkte und Preisbildung

### Arbeitsauftrag/ Wiederholung:

- Betrachten Sie die beiden Grafiken!
- Erklären Sie die Zusammenhänge jeweils Ihrem Banknachbarn!

⌚ Arbeitszeit: 5 Minuten



# Grundlagen des Wirtschaftens (Kernwissen zur Wiederholung)

## Wirtschaftssubjekte:

Alle wirtschaftlichen Handelnden wie private Haushalte, Unternehmen oder der Staat.

Zielsetzungen von Wirtschaftssubjekten		
Private Haushalte	Unternehmen	Öffentliche Haushalte
streben nach	streben nach	streben nach
<b>Nutzenmaximierung</b>	<b>Gewinnmaximierung</b> (erwerbswirtschaftliche Zielsetzung) Sonderform: <u>genossenschaftliche Betriebe</u> streben gegenseitige Förderung der Mitglieder an; Gewinnerzielung ist nicht primäre Zielsetzung	<b>Kostendeckung und Verlustminimierung</b> und nach möglichst guter Versorgung der Bevölkerung mit allen notwendigen Ressourcen (=Versorgungsprinzip)
Private Haushalte streben vor allem nach einer möglichst guten Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen bzw. nach optimaler Bedarfsdeckung.	Unternehmen tragen zudem zur Leistungserstellung und Bedarfsdeckung bei.	Auch öffentliche Gemeinwesen (Staat, Länder, Gemeinde, Städte) können als Produzenten von Gütern und Dienstleistungen auftreten (z.B. Energie, Wasser, Verkehrsleistungen)

## Betriebliche Kennzahlen

### 1) Produktivität

$$= \frac{\text{Produktionsergebnis}}{\frac{\text{Faktoreinsatz}}{\text{Leistungsmenge}}}$$

$$= \frac{\text{Produktionsergebnis}}{\text{eingesetzte Mittel}}$$

Produktivität misst mengenmäßige Ergiebigkeit einer bestimmten Leistung in Bezug auf den eingesetzten Produktionseinsatz z.B. Stück pro Maschine, Stück pro Mitarbeiterstunde.

### 2) Wirtschaftlichkeit

$$= \frac{\text{Ertrag}}{\text{Aufwand}} = \frac{\text{Output} \times \text{Preis}}{\text{Input} \times \text{Preis}}$$

Wirtschaftlichkeit beantwortet die Frage: "Ist das Verhältnis Ertrag zu Aufwand günstig?" Wirtschaftlichkeit berechnet das Verhältnis der Leistungen (Produktionsergebnis in €) zu den eingesetzten Kosten

### 3) Eigenkapitalrentabilität

$$= \frac{\text{Jahresüberschuss} \times 100}{\text{Eigenkapital}}$$

$$= \frac{\text{Gewinn} \times 100}{\text{Eigenkapital}}$$

Eigenkapitalrentabilität beantwortet die Frage: "Wie gewinnbringend wird das Eigenkapital eingesetzt." Die Eigenkapitalrentabilität gibt Auskunft darüber, ob es sich lohnt, Unternehmer zu sein. Der Zinssatz der Eigenkapitalrentabilität soll über den Zinssatz für langfristige Kapitalanlagen liegen.

### 4) Gesamtkapitalrentabilität =

$$= \frac{(\text{Jahresüberschuss} + \text{Fremdkapitalzinsen}) \times 100}{\text{Gesamtkapital}}$$

Die Gesamtkapitalrentabilität beantwortet die Frage: „Wie gewinnbringend ist das Gesamtkapital?“ Die Gesamtkapitalrentabilität gibt Auskunft darüber, ob es sinnvoll ist, noch zusätzliches Fremdkapital einzusetzen.

### 5) Umsatzrentabilität

$$= \frac{\text{Jahresüberschuss} \times 100}{\text{Umsatzerlöse}}$$

Die Umsatzrentabilität beantwortet die Frage: "Wie hoch ist der Gewinn bezogen auf den Umsatz?"