

Bedürfnisse – Ursache für Konsumverhalten

Bedürfnisse – abgestuft nach Dringlichkeit und Einkommen

Jeder Einzelne und die Gesellschaft stellen eine Vielzahl von wirtschaftlichen und auch ideellen *Bedürfnissen*¹ zufrieden.

Aufgabe 1: Ordnen Sie die folgenden Begriffe den Bedürfniskategorien zu. Gewichten Sie die Kategorien (1 = lebensnotwendig bis 4 = am wenigsten wichtig).

Smartphone – Kinobesuch – Lebensmittel – Urlaub – Wohnung – Schuhe – gesundheitliche Versorgung – Segelyacht – Schulbildung – Pflegeversicherung – Spielekonsole – Festivalbesuch – Auto – sicherer Arbeitsplatz – Weltreise – Bett – Buch – Sportwagen – Rente – Gucci-Handtasche

4	1	3	2
Luxusbedürfnisse	Grundbedürfnisse	Kulturbedürfnisse	Sicherheitsbedürfnisse
<i>können nur von wenigen befriedigt werden</i>	<i>sind weitgehend zufriedengestellt</i>	<i>werden teilweise aufgrund des persönlichen Einkommens abgedeckt</i>	<i>sind durch Berufstätigkeit, durch gesetzliche und private Versicherungen und durch staatliche Leistungen abgedeckt</i>
Segelyacht, Spielekonsole, Auto, Weltreise, Sportwagen, Gucci-Handtasche	Lebensmittel, Schuhe, Bett, Wohnung, (Schulbildung)	Kinobesuch, Festivalbesuch, Buch, Smartphone, Spielekonsole, Urlaub, Auto	gesundheitliche Versorgung, Pflegeversicherung, sicherer Arbeitsplatz, Rente, Schulbildung

Um die Wünsche nach bestimmten Produkten und Dienstleistungen erfüllen zu können, muss der Verbraucher mit seinem Einkommen vernünftig wirtschaften. Dabei sind *Konsum*²- und *Sparquote*³ der Verbraucher wichtige Volkswirtschaftliche Größen, die das Wirtschaftswachstum, den Grad der Beschäftigung und die Preisentwicklung mitbestimmen.

Bedürfnisse – Signalwirkung für Angebot und Nachfrage

Unternehmen beeinflussen durch *Marketing-Instrumente*⁴ die Bedürfnisse der Konsumenten. Für Marketingstrategen ist es wichtig zu erfahren, wofür und in welcher Höhe der Verbraucher bereit ist, sein Einkommen auszugeben. Die Ergebnisse einer *Marktanalyse*⁵ fließen direkt in die Produktgestaltung ein, beispielsweise bei Smartphones. Weiterentwicklungen und Innovationen schaffen zusätzliche Angebote. Der Kunde vergleicht Qualität und Preis verschiedener Anbieter und entscheidet nun, wie viel von seinem *Bedarf*⁶ tatsächlich als Nachfrage auf dem Smartphone-Markt sichtbar wird.

¹ Bedürfnis: Mangelempfindung des Menschen mit dem Wunsch, dem Mangel Abhilfe zu schaffen, d.h. das Bedürfnis zu befriedigen

² Konsumquote: prozentueller Anteil des verfügbaren Einkommens, der als Nachfrage wirksam wird

³ Sparquote: 100 Prozent minus Konsumquote

⁴ Marketing-Instrumente: z.B. Gestaltung von Produkten, Werbung, Preis-Leistungs-Verhältnissen, Kundenservice, Vertriebsmöglichkeiten

⁵ Marktanalyse: Bedarfsanalyse, z.B.: Anzahl bisheriger und künftiger Kunden sowie deren Kaufkraft, Konsum- und Sparverhalten; Konkurrenzanalyse, z.B.: Anzahl, Größe, Marktanteil der Mitbewerber sowie deren Marketingstrategie

⁶ Bedarf: Bedürfnis, das sich wirtschaftlich als Nachfrage am Markt niederschlägt

Aufgabe 2: Ergänzen Sie die vier angegebenen Begriffe zu den Marktzusammenhängen im folgenden Schaubild. Erklären Sie das Schaubild mit eigenen Worten.

Das Diagramm zeigt den Marketingprozess als einen zentralen Fluss von Bedürfnissen über Bedarf, Nachfrage und Märkte bis zum Angebot. Dieser Prozess wird von oben durch absatzfördernde Maßnahmen und von unten durch den Verbraucher beeinflusst. Rückmeldungen führen von Märkten zurück zu Bedarf und Nachfrage, sowie von Angebot zurück zu Märkten.

```
graph TD; A[Absatzfördernde Maßnahmen der Unternehmen, z.B. durch Marketing, Werbung] --> B[Bedürfnisse]; B --> C[Bedarf]; C --> D[Nachfrage]; D --> E[Märkte]; E --> F[Angebot]; F --> E; E --> C; E --> D; G[Verbraucher] --> C; G --> D; A --> F
```

Legend:

- ➡ = Einflussnahme
- ⇨ = Rückmeldung
- = Wirkungsablauf

Eine Balance zwischen Einkommen und Ausgaben zu finden sowie sorgfältige Abwägungen vor größeren Ausgaben und insbesondere vor der Aufnahme eines Kredits sind überaus wichtig. Unwirtschaftliche Haushaltsführung ist, neben anderen Gründen wie z.B. Arbeitslosigkeit, Krankheit oder Trennung vom Partner, einer der wichtigsten Gründe für die Verschuldung von Privatpersonen. Wer merkt, dass er Probleme hat, Rechnungen zu begleichen oder fällige Raten zurückzuzahlen, sollte sich unbedingt an eine Schuldnerberatung wenden – je früher desto besser.

Informationstexte aus „Zur Sache: Sozialkunde. Politik und Sozialkunde für berufliche Schulen“. Cornelsen, 2012. S. 248f. (teils abgeändert)