

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

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>
Smartphone, Urlaub, Segelyacht,	Lebensmittel, Schuhe, gesundheitliche Versorgung,	Kinobesuch, Schulbildung,	Wohnung

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 Wirkungsablauf mit Einflussnahme und Rückmeldung. Der Prozess besteht aus folgenden Elementen:

- Bedürfnisse**: Der Ausgangspunkt des Prozesses.
- Wirkungsablauf**: Drei aufeinanderfolgende Schritte, die durch Pfeile verbunden sind.
- Angebot**: Das Ergebnis des Prozesses.
- Absatzfördernde Maßnahmen der Unternehmen, z.B. durch Marketing, Werbung**: Eine Box, die über den gesamten Prozess hinweg Einfluss nimmt.
- Rückmeldung**: Ein Feedback-Schleifen-Element, das den Prozess zurück zu den Bedürfnissen führt.

Die Pfeile im Diagramm haben folgende Bedeutungen:

- Einflussnahme**: Ein durchgehender blauer Pfeil, der von den Maßnahmen nach oben zu den Bedürfnissen und von den Maßnahmen nach unten zu den drei Prozessschritten zeigt.
- Wirkungsablauf**: Ein durchgehender blauer Pfeil, der den Prozess von den Bedürfnissen über die drei Schritte zum Angebot führt.
- Rückmeldung**: Ein durchgehender blauer Pfeil, der von den Bedürfnissen nach oben zu den Maßnahmen zeigt.
- Einflussnahme**: Ein durchgehender blauer Pfeil, der von den Bedürfnissen nach unten zu den drei Prozessschritten zeigt.
- Einflussnahme**: Ein durchgehender blauer Pfeil, der von den drei Prozessschritten nach unten zu den Maßnahmen zeigt.
- Wirkungsablauf**: Ein durchgehender blauer Pfeil, der von den Maßnahmen nach unten zu den drei Prozessschritten zeigt.
- Wirkungsablauf**: Ein durchgehender blauer Pfeil, der von den drei Prozessschritten nach unten zu den Maßnahmen zeigt.

Werbung mittels Zeitungsanzeigen, Postwurfsendungen, Internet, Radio, Teleshopping, Produktplatzierungen oder *Sponsoring*⁷ spricht Konsumenten und deren Bedürfnisse gezielt an. Neue Produkte kommen in immer kürzeren Zeitabständen auf den Markt. Für den Verbraucher stellt sich die Frage, ob es sich für ihn lohnt, „schon wieder“ Geld – für ein neues, aber nicht unbedingt besseres oder benötigtes Produkt – auszugeben.

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.

© Gert Wiedenroth - www.wiedenroth-karikatur.de
www.wiedenroth-karikatur.blogspot.com

STEUER-HÜ-HOT
TERROR-ANGST
JOB-ANGST
DECKUNGSGLÜCKE
ALTERSVORSORGE
HAFT-ANGST

DAFÜR, DASS DU EINE HAND FREI HAST, KÖNNTEST DU RUHIG MEHR KONSUMIEREN!

WIEDENROTH'S VORBEREITUNG

⁷ Sponsoring: Unterstützung von Veranstaltern und Teilnehmern mit Sach- und Geldmitteln