

Herr Rausch Fotografie

Grundlagen des Marketing Teil1.4

Bedürfnisse, Wünsche und Nachfrage

Sven Rausch
24.6.2020

Bedürfnisse, Wünsche und Nachfrage

Die grundlegendste Idee hinter dem „Marketing“ beruht auf die Analyse der menschlichen Bedürfnisse.

Als Beispiel:

- Uns ist unwohl, da es viel zu laut ist. (kognitives Gefühl)
- Wir haben den Wunsch, einen ruhigeren Ort aufzusuchen. (Bedürfnis)
- Wir suchen uns einen ruhigen Ort und bewegen uns dort hin. (Nachfrage)

Im Marketing geht es also nicht allein um „Verkaufen und Werbung“.

1. Gutes Marketing analysiert, welche Bedürfnisse die Menschen haben.
2. Aus den vorhandenen Bedürfnissen können wir auf einen Mangel, von oder an etwas zurück schließen.
3. Gutes Marketing lässt die Produkte produzieren, welche den Mangel beseitigen und das Bedürfnis befriedigen.

Im Marketing geht es also eher um die Beseitigung von kognitiven Dissonanzen.

Kognitive Dissonanz

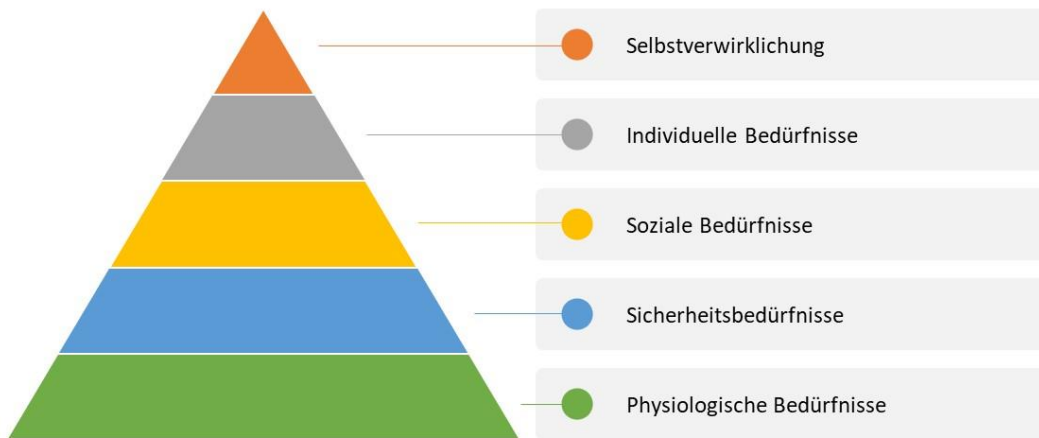
Sie beschreibt ein als unangenehm empfundenen Gefühlszustand. Diese entstehen, wenn das Individuum unvereinbare Kognitionen (Wahrnehmungen, Gedanken, Meinungen, Lebensweisen, Sichtweisen, Wünsche, Erwartungen, Bedürfnisse, Absichten) durch sein Gegenüber und/oder der Umwelt ausgesetzt ist. Die Kognition ist eine Art „mentales Ereignis“, welches immer mit einer Bewertung verbunden ist.

In die Beseitigung einer kognitiven Dissonanz gehören zum Beispiel die sehr einfach gehaltenen physiologischen Grundbedürfnisse des Menschen:

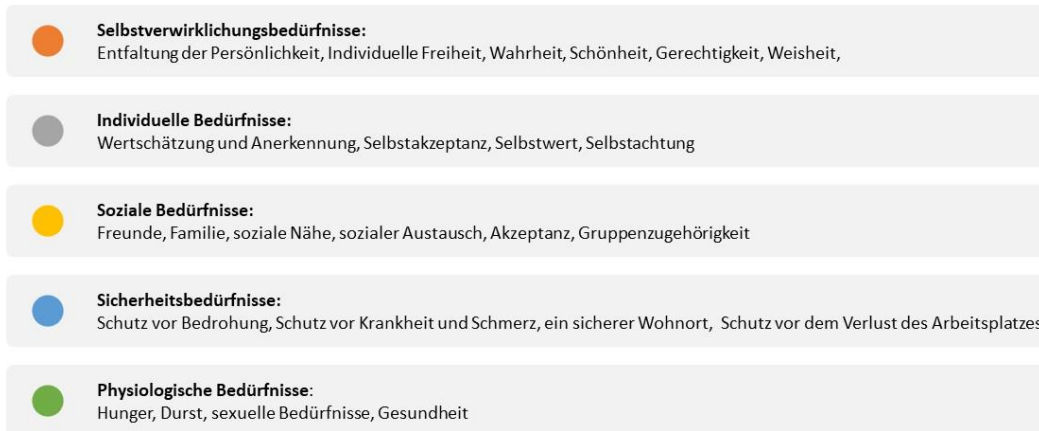
Hunger Wärme Sicherheit Kleidung Schlaf Sex

Darüber hinaus existieren weitere Grundbedürfnisse des Menschen, wie soziale Zugehörigkeit, Zuneigung und sogenannte individuelle Bedürfnisse wie das Lernen, persönliche Weiterentwicklung und Selbstverwirklichung. Die genannten Bedürfnisse lassen sich in einer Pyramide darstellen.

Maslowsche Bedürfnishierarchie



Maslowsche Bedürfnishierarchie



Bedürfnisse

Sind keine Erfindungen von Marketingspezialisten oder Psychologen. Die Bedürfnisse eines Menschen sind so unterschiedlich, wie das Leben selbst. Denn jeder Mensch ist Bedürfnissen ausgestattet, jedoch sind diese individuell ausgeprägt.

Uns Menschen stehen grundsätzlich zwei Optionen zur Verfügung, um eine kognitive Dissonanz oder ein Bedürfnis (das Gefühlte unwohl sein) zu beseitigen:

- Wir können nach einer Möglichkeit suchen unsere Bedürfnisse zu befriedigen.
- Wir können diese Bedürfnisse zurückstellen.

In unseren hoch entwickelten modernen Gesellschaften neigen wir eher dazu, nach einer Lösung unserer Dissonanz zu suchen und unser Bedürfnis zu befriedigen, denn uns stehen dafür unvergleichbar mehr Optionen zur Verfügung, als in weniger entwickelten Ländern, wo Menschen eher dazu gezwungen sind Abstriche zu machen und ihr Bedürfnis unbefriedigt lassen. Ganz so einfach ist es dann auch wieder nicht. In einer Diktatur wird das Bedürfnis der Meinungsfreiheit generell anderes bewertet als in einer Demokratie. Selbst das Bedürfnis nach Trinkwasser wird in der Sahara gänzlich anders bewertet als in Nordeuropa. Bedürfnisse stehen im festen Kontext der jeweiligen Gesellschaftsform und der dortigen Kultur sowie Umweltbedingungen.

Wünsche

Sind eine Form der menschlichen Bedürfnisse, welche sich aus der vorherrschenden und gelebten Kultur ergeben. Wir Menschen haben zwar ein vergleichbares Gefühl, wenn wir Hunger empfinden, jedoch lösen wir das Bedürfnis etwas „essen“ sehr unterschiedlich. Ein Mensch in Asien, wird etwas anderes essen als in Nordeuropa oder Afrika. In Hamburg kann es das Labskaus sein, während es in München die Weißwurst und in Berlin die Currywurst ist. Die jeweiligen kulturellen Unterschiede beschreiben dabei immer ein Objekt, um ein Bedürfnis zu befriedigen.

Je komplexer und entwickelter eine Gesellschaft ist, desto komplexer und komplizierter werden die Wünsche ihrer Mitglieder. Dies hat zur Folge, dass immer mehr Dienstleister und Produkte, der immer komplexeren und komplizierteren Wünsche annehmen, um die Mitglieder der Gesellschaft in ihren Bedürfnissen zu befriedigen.

Nachfrage

Die tatsächlichen Bedürfnisse einer Gesellschaft lassen sich auch als absolute Notwendigkeiten verstehen, damit lassen sie sich sehr gut eingrenzen auf Lebensmittelversorgung und Sicherheit und einige andere.

Die Wünsche einer Gesellschaft und der sich darin befindenden Individuen können jedoch nahezu unbegrenzt sein. Deshalb wählen die Individuen einer Gesellschaft immer die Produkte und Dienstleistungen aus, welche ihnen die größtmögliche Befriedigung ihrer Wünsche ermöglicht, welche sie für ihr angebotenes Tauschmittel (z.B. Geld oder „Likes“) erhalten.

Erst wenn mit den Wünschen auch eine entsprechende Kaufkraft existiert, werden Wünsche und die Befriedigung der Bedürfnisse zu einer konkreten Nachfrage.

Merke:

Deine zukünftigen Partner sollten dich, deine Produkte, deine Ideen, deine Dienstleistungen und Lösungen als nützlich, sinnstiftend und wertvoll erkennen können. Nur auf diese Weise erreichst du die bestmögliche Befriedigung eines Wunsches.

Fazit

Um ein erfolgreiches Unternehmen zu beginnen. Sind wir gezwungen ein sehr genaues Bild über uns selbst, unser Können und unsere Fähigkeiten zu haben und sehr genau zu Wissen was unsere eigenen Bedürfnisse, Wünsche sind. Erst dann können wir uns ein Bild über unsere Kommunikationspartner machen, um dessen Wünsche und Bedürfnisse zu erkennen. Hierbei ist zu beachten, dass jede noch so gute Analyse, Information nutzlos und sinnlos ist, wenn wir uns nicht den Beschwerden, Ideen und Anregungen anderer annehmen, um uns auf die Bedürfnisse unserer Partner besser einstellen zu können. Denn durch jede Beschwerde, jeden festgestellten Mangel werden unsere eigenen schwächen aufgedeckt und weisen auf einen eigenen Mangel in Fähigkeiten, Wissen und Können hin.