

Boller
Speth
Hug

Betriebs- und Volkswirtschaft

Berufliches Gymnasium Gesundheit und Soziales

Berufliches Gymnasium Technik

Einführungsphase



Berufliches Gymnasium Gesundheit und Soziales

Berufliches Gymnasium Technik



Wirtschaftswissenschaftliche Bücherei für Schule und Praxis

Begründet von Handelsschul-Direktor Dipl.-Hdl. Friedrich Hutkap †

Verfasser:

Dr. Eberhard Boller, Dipl.-Handelslehrer

Dr. Hermann Speth, Dipl.-Handelslehrer

Hartmut Hug, Dipl.-Handelslehrer

Fast alle in diesem Buch erwähnten Hard- und Softwarebezeichnungen sind eingetragene Warenzeichen.

Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Nutzung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 60a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne eine solche Einwilligung eingescannt und in ein Netzwerk eingestellt werden. Dies gilt auch für Intranets von Schulen und sonstigen Bildungseinrichtungen.

Die Merkur Verlag Rinteln Hutkap GmbH & Co. KG behält sich eine Nutzung ihrer Inhalte für kommerzielles Text- und Data Mining (TDM) im Sinne von § 44b UrhG ausdrücklich vor. Für den Erwerb einer entsprechenden Nutzungserlaubnis wenden Sie sich bitte an copyright@merkur-verlag.de.

* * * * *

6. Auflage 2024

© 2009 by MERKUR VERLAG RINTELN

Gesamtherstellung:

MERKUR VERLAG RINTELN Hutkap GmbH & Co. KG, 31735 Rinteln

E-Mail: info@merkur-verlag.de

lehrer-service@merkur-verlag.de

Internet: www.merkur-verlag.de

Merkur-Nr. 0591-06

ISBN 978-3-8120-1116-7

1 Handeln der Wirtschaftssubjekte unter Aspekten des Wohlstands und der Nachhaltigkeit analysieren

LG 11.1

Handlungssituation 1: Schüler tauschen sich über ihre Urlaubspläne aus



Nach Schulschluss treffen sich Ben, Lennard, Charlene und Sonja, allesamt Schüler eines beruflichen Gymnasiums in Hannover, in einer Pizzeria. Nach der Bestellung des Essens fragt Ben seine Mitschüler nach ihren Urlaubsplänen für die nächsten Sommerferien.

Lennard sagt, dass er nach all dem anstrengenden Lernen ein großes Bedürfnis auf Party hat. So schwärmt er von seinem Urlaub auf einer sonnigen Insel mit einigen Freunden aus seiner Fußballmannschaft. Dabei führt er aus, dass sie einen „All-inclusive-Urlaub“ in einem Luxushotel gebucht haben. Besonders wichtig sei ihnen die große Anzahl an guten Clubs im näheren Umfeld gewesen, um jeden Abend toll ausgehen zu können. Außerdem hätte er auf ausreichend WLAN im Hotel geachtet, sodass er anstehende Fußballspiele problemlos streamen könne.

Dann berichtet Sonja, dass sie mit ihrer Familie eine Studienreise nach Ägypten macht, um dort während einer Nilkreuzfahrt viele kultu-

relle Gedenkstätten zu besuchen. Ihre Eltern und sie hätten sich in den letzten Wochen schon intensiv auf diese Reise vorbereitet und alles minutiös geplant. Sonja macht deutlich, dass für sie ein Urlaub zwingend damit verbunden sei, über das Land, die Menschen und die Geschichte in den wenigen Tagen des Aufenthalts so viel wie möglich kennenzulernen.

Dann meldet sich Charlene zu Wort und erzählt von ihrem bevorstehenden Urlaub in New York. Die 17-jährige berichtet, dass dies bereits ihr zweiter Urlaub in der für sie schönsten Metropole der Welt sei. Sie freut sich vor allem auf die ausführlichen Shoppingtouren mit ihrer Mutter. Besonders beeindruckend sei die riesige Anzahl an Geschäften und Designern, die in der Stadt vertreten sind. Zwischen exklusiven Designerboutiquen, beliebten Modeketten und attraktiven Outlets sowie gigantischen Shoppingmalls entpuppe sich New York als echtes Shoppingparadies für jedermann.

Urlaubspläne der Auszubildenden



„Wow, was für Pläne!“, seufzt Ben. Er räumt ein, dass er vergleichsweise kleine Urlaubspläne hätte, die sich mit denen der anderen nicht ansatzweise messen können. Insbesondere ein Umweltprojekt hätte ihn vor drei Jahren zu einer drastischen Verhaltensänderung beim Thema Urlaub veranlasst. Früher sei er auch mit der Familie zweimal im Jahr in den Skiurlaub gefahren und außerdem noch mindestens einmal jährlich in ferne Länder geflogen. Heute würde er das alles aber nicht mehr wollen, da er überhaupt keine Freude mehr daran hätte. Für ihn persönlich sei nur noch

nachhaltiger Urlaub möglich. Und da würde er in diesem Jahr einen Aufenthalt an der Ostsee anstreben. Um die angedachten zwei Wochen so günstig wie möglich hinzubekommen, sucht er allerdings noch eine preiswerte Mitfahrgelegenheit sowie eine möglichst sparsame Unterkunft auf einem Campingplatz.

Lennard schaut Ben an und sagt: „Dass wir alle ganz unterschiedliche Bedürfnisse haben, zeigt sich ja schon, wenn wir Essen bestellen. Aber nachhaltig Urlaub machen? Was bitte schön habe ich mir denn darunter vorzustellen?“

Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Stellen Sie sich vor, Sie gewinnen eine „Traumreise Ihrer Wahl“. Formulieren Sie ausführlich Ihre eigenen Wünsche, Bedürfnisse und Interessen für eine solche Urlaubsreise!
2. Erläutern Sie, welche Wirkungen Ihre persönliche wirtschaftliche Situation konkret auf die in Aufgabe 1 zusammengestellte Urlaubsplanung hat, falls Sie diesen Urlaub selbst oder durch Ihre Eltern finanzieren müssten! Formulieren Sie abschließend zu Ihren Erläuterungen einen Zusammenhang zwischen dem Bedarf und den Bedürfnissen!



3. Übersichtsmatrix

Notieren Sie zehn Bedürfnisse, die Sie sich im Laufe dieses Tages erfüllen möchten! Sortieren Sie diese anschließend in einer Übersichtsmatrix nach Existenz- und Luxusbedürfnissen!

4. Erläutern Sie, was man unter Nachhaltigkeit versteht!

5. Übersichtsmatrix mit Präsentation

Stellen Sie sich vor, ein Tourismusexperte würde Sie über negative Auswirkungen Ihrer in Aufgabe 1 geplanten Traumreise informieren. Lösen Sie die nachfolgenden Aufgabenstellungen in Form einer Übersichtsmatrix und präsentieren Sie diese Ihrer Klasse!

- 5.1 Erläutern Sie zunächst drei mögliche negative Auswirkungen, Ihres in Aufgabe 1 geplanten Urlaubs, die Sie auf gar keinen Fall davon abhalten würden, Ihren „Traumurlaub“ anzutreten!
- 5.2 Formulieren Sie mindestens drei negative Auswirkungen, die Sie in einem solchen Fall dazu veranlassen würden, Ihre Traumreise so umzuplanen, dass diese Auswirkungen vermieden würden!
- 5.3 Ziehen Sie anschließend ein Fazit!



1.1 Wirtschaftsteilnehmer Haushalt, Unternehmen und Staat

Jeder von uns kommt tagtäglich mit **wirtschaftlichen Sachverhalten** in Berührung. Ganz gleich, ob wir eine Kinokarte erwerben, per Internet über entsprechende Portale entgeltlich Musik bzw. Filme streamen oder einen Ausbildungsplatz mit dem Ziel annehmen, später durch eine entsprechende Arbeit Geld zu verdienen. Wir alle **konsumieren** tagtäglich **vielfältige Produkte** und **Dienstleistungen**, die Unternehmen oder staatliche Einrichtungen erzeugt haben und für uns bereithalten.



In der Volkswirtschaftslehre bezeichnet man als **Wirtschaftssubjekt** jede **wirtschaftlich selbstständig handelnde Einheit**. Dies kann z. B. ein privater Haushalt, ein Unternehmen, ein Kreditinstitut oder ein Staat sein.



Wenn wir früher oder später einer Arbeit nachgehen, interessiert uns nicht nur, ob die Arbeit Spaß macht, sondern auch die Höhe des Einkommens.

Wenn wir das verdiente Geld schließlich ausgeben, werden wir uns zumeist die Frage stellen, ob die Preise der Güter und Dienstleistungen, die wir kaufen wollen, **angemessen** und für uns **bezahlbar** sind. Wir sind, ob wir wollen oder nicht, Glieder einer Gesellschaft und damit der Wirtschaft.

Die **Wirtschaft** ist ein **wichtiger Teil** unseres **Lebens**, der im Kern die **Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen** zum Gegenstand hat.



1.2 Konsumverhalten der Menschen

1.2.1 Problemstellung

Das zur Verfügung stehende Einkommen einer Privatperson kann entweder für Konsumzwecke **ausgegeben** oder **gespart** werden.

Unter **Konsum**¹ versteht man die **Inanspruchnahme** von Gütern und Dienstleistungen zur unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung.



Das Konsumverhalten (Verbraucherverhalten) ist neben der Höhe des Einkommens von vielen anderen Faktoren abhängig und **verändert** sich im Laufe der Zeit.

¹ **Konsumieren**: verbrauchen, verzehren.



Das **Konsumverhalten** der Verbraucher wird laufend **wissenschaftlich erforscht**, da es sowohl für die Entwicklung der gesamten **Volkswirtschaft** als auch für die Selbstverwirklichung jedes **Einzelnen** von großer Bedeutung ist.

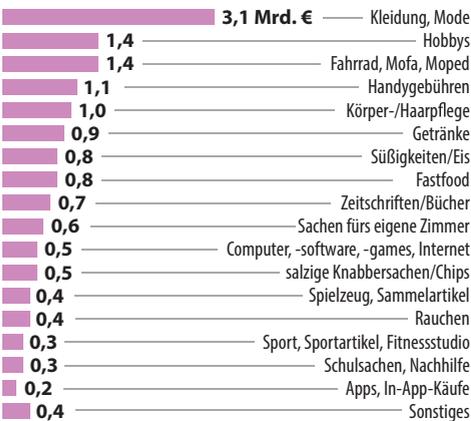
Konsumfreudige Jugend

Einnahmen und Ausgaben der 6- bis 19-Jährigen in Deutschland im Jahr 2021

Einnahmen insgesamt 19,7 Milliarden Euro, davon:



Ausgaben insgesamt 14,6 Milliarden Euro, davon:



Hochrechnungen auf Basis einer repräsentativen Befragung von 1461 6- bis 19-Jährigen im Zeitraum 9.3. bis 14.4.2021



Quelle: iconkids & youth

rundungsbedingte Differenzen

1.2.2 Ökonomische und ökologische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten

Im Folgenden werden ökonomische und ökologische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten (Verbraucherverhalten) vorgestellt.

(1) Ökonomische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten

Ökonomische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten unterstellen, dass der Verbraucher sich immer nach dem **ökonomischen Prinzip**¹ verhält. Dieses besagt, dass der Verbraucher versucht, die Ware möglichst billig zu erwerben (**Minimalprinzip**) bzw. mit dem vorhandenen Geld möglichst viele Waren zu kaufen (**Maximalprinzip**). Der Preis eines bestimmten Gutes bestimmt also vorwiegend das Kaufverhalten.

¹ **Prinzip**: Grundsatz. Näheres zum ökonomischen Prinzip siehe Kapitel Kapitel 1.5.2.

Der **gut informierte** und **rational**¹ handelnde Konsument zeigt auf einem Markt folgende theoretische Grundverhaltensweisen:

- **Steigt** der **Preis** eines Gutes, **sinkt** die nachgefragte **Menge** dieses Gutes.
- **Fällt** der **Preis** eines Gutes, **steigt** die nachgefragte **Menge** dieses Gutes.



Die Hauptkritik an den ökonomischen Erklärungsansätzen des Konsumverhaltens bezieht sich auf die Tatsache, dass **allein** wirtschaftliche Überlegungen als entscheidend für Kaufhandlungen angesehen werden. Dies entspricht jedoch **nicht** der Realität. So spielen z. B. **emotionale** und zunehmend auch **ökologische** Aspekte eine Rolle bei Konsumententscheidungen.

(2) Ökologische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten

Ein ökologisches Konsumverhalten gewinnt vor dem Hintergrund weiter **steigender globaler Umweltbelastungen** für immer mehr Menschen in Deutschland an Bedeutung. Bei diesem Konsumverhalten geht es den Verbrauchern in erster Linie um die **Vermeidung negativer ökologischer Auswirkungen** der Güterproduktion, die sich **generationenübergreifend** durch entsprechende Umweltschäden abzeichnen.

Konsumenten erwarten heutzutage nicht nur einen **Gebrauchsnutzen** von den zu ihrer Lebenshaltung notwendigen Gütern. Der **Nutzengewinn** des Konsums soll auch auf möglichst **umweltschonende** und **nachhaltige**² Weise erreicht werden. Beispiele dieses Trends zum ökologischen Konsum ist das seit Jahren anhaltende stetige Wachstum des Marktes für **biologisch erzeugte Lebensmittel**, die steigende Nachfrage nach **Lebensmitteln aus der Region**, der Verzicht auf Fleischkonsum oder Flugreisen.

Die Grundidee bzw. der **Trend** hin zum umweltgerechten Konsum dehnt sich mittlerweile auf immer **mehr Konsumbereiche** aus. So gibt es ein umfassendes Sortiment an ökologisch hergestellter **Kleidung, Möbeln oder Reisen** („sanfter Tourismus“).

1.2.3 Veränderung der Konsumwünsche

Das Konsumverhalten hat sich in den letzten Jahrzehnten **grundlegend** verändert. Der Verbraucher, der seinen Bedarf im Rahmen eines **starr** geplanten Verhaltens deckt, wird seltener. Stattdessen rückt die **spontane, erlebnishafte** Bedürfnisbefriedigung in den Vordergrund.

Gründe für die Veränderung des Konsumverhaltens sind u. a.:

- Die vergangenen Jahre waren durch einen **Wertewandel** hin zur **Individualisierung** und **Erlebnisorientierung** gekennzeichnet.
- Die **Globalisierung** beeinflusst den **Lebensstil**. Das große Warenangebot vervielfacht die **Konsumalternativen**.

1 **Ratio**: Verstand, **rational**: vom Verstand gesteuert, vernünftig.

2 Näheres hierzu in Kapitel 1.7.

- Die Verbraucher sehen im Konsum eine **Belohnung** für die geleistete Arbeit. **Einkaufen** („Shopper“) wird zu einer beliebten Form der **Freizeitgestaltung**. **Shoppingmalls** (Einkaufszentren) erfreuen sich immer größerer Beliebtheit.
- Durch das **Internet** wird die **Welt** zu einem **Marktplatz** bisher nicht gekannten Ausmaßes an **Produktvielfalt**, auf dem sich der Konsument rund um die Uhr den Warenkorb füllen und die Bestellung quasi in **Lichtgeschwindigkeit** absenden sowie auf **bequeme** Art und Weise zahlen und zu sich nach Hause senden lassen kann.



Der **Wandel vom Versorgungszum Erlebniskonsum** begann zunächst im Urlaubs- und Freizeitbereich und hat mittlerweile auch den Bereich der allgemeinen Lebensführung erreicht.

Die **Erlebnisqualität** wird zu einem immer wichtigeren Kaufkriterium. Konsumgüter ohne erkennbaren Erlebniswert verlieren zunehmend an Attraktivität.

1.2.4 Fehlentwicklungen im Konsumverhalten

Die zunehmende Konsumorientierung führt nicht selten zu einem **Konsumzwang**. Gekauft wird **nicht** mehr in erster Linie, um seine **Versorgung** sicherzustellen, sondern um **akzeptiert** zu werden oder um Spaß zu haben – koste es, was es wolle.

Zudem besteht die Gefahr, dass die Menschen konsumieren, um **Frust** abzubauen. Die Lust auf Konsumieren entspringt dann der **Angst** vor der eigenen **inneren Leere**. Aus einer zu starken und sehr zeitintensiven Konsumorientierung heraus erwachsen insbesondere folgende Gefahren:

- Die **Bereitschaft** der Menschen, **selbst Verantwortung und Verpflichtungen zu übernehmen** und sich gegenseitig in bestimmten Situationen zu helfen, **sinkt**.
- Die Konsumgesellschaft bringt persönliche **Desorientierung** und **Verhaltensunsicherheit** mit sich. Man hat Angst vor dem Verlust von sozialen Statussymbolen und damit auch der Anerkennung.
- Das Kreditkartenzücken und **Online-Shopping** ist oftmals sichtbarer Ausdruck einer neuen Form der Konsumabhängigkeit. Das **„Über-die-eigenen-Verhältnisse-Leben“** ist ein weiteres Merkmal dieser Fehlentwicklung im Verbraucherverhalten.



Diese Gefahren dürfen nicht unterschätzt werden. Der Konsument muss daher in die Lage versetzt werden, Konsumentscheidungen mehr mit **Vernunft** und **weniger** vom **Gefühl** her zu treffen. Der Informationsaustausch mit Freunden, aber auch **Verbraucherberatungsstellen** können helfen, den Weg zu einem **verantwortungsbewussten** Konsumverhalten zu finden.

- **Allgemein gilt:** Je **informierter** die Menschen als Verbraucher sind und je **größer** ihre **Unabhängigkeit** gegenüber den Verlockungen des Konsumangebots ist, desto **weniger** sind sie von den Fehlentwicklungen betroffen.
- Jeder **Einzelne** kann durch seine Kaufentscheidung die **Entwicklung** von Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt **mitbestimmen**.



1.3 Entstehung von Nachfrage herleiten

1.3.1 Begriff und Arten der Bedürfnisse

(1) Begriff Bedürfnisse

Unter Bedürfnissen versteht man **Mangelempfindungen** der Menschen, die diese beheben möchten. Die Bedürfnisse sind die **Antriebe** (Motive) für das wirtschaftliche Handeln der Menschen.



Diese Begriffserläuterung lässt sich anhand eines einfachen Beispiels aus dem täglichen Leben verdeutlichen.

Beispiel:

Der 17-jährige Schüler Nils hat nach einer ausgiebigen Trainingseinheit im Fitnessstudio Durst. Ingeheim verspürt er einen Mangel an Flüssigkeit. Dieses „**Mangelpfinden**“ möchte er nunmehr



schnellstmöglich durch ein erfrischendes Getränk beseitigen. Allgemein formuliert hat er also das Bedürfnis, etwas zu trinken.

Im Zusammenhang mit den Bedürfnissen unterstellt die Wirtschaftswissenschaft, dass die Bedürfnisse der Menschen **unersättlich** sind, sie also fortwährend bestrebt sind, einen **immer höheren Versorgungsgrad** zu erreichen. Auch diese Annahme lässt sich mithilfe der Alltagserfahrung unterlegen.

Beispiel:

Die 17-jährige Schülerin Jessica wünscht sich dringend ein neues Smartphone. Wird ihr dieser Wunsch von ihren Eltern erfüllt, so bedeutet dies mit Sicherheit nicht das Ende ihrer Bedürfnisse. Denn kaum ist mit dem Smartphone ihr zu diesem Zeitpunkt sehnlichster Wunsch befriedigt, sehnt sie sich beispielsweise nach dem Führerschein, danach nach einem Urlaub. Sollten ihr auch diese Bedürfnisse erfüllt werden, so dürften als nächstes ein größeres Zimmer, ein eigenes Auto oder eine eigene Wohnung auf ihrer Wunschliste auftauchen. Und auch wenn ihr dies früher oder später ermöglicht werden sollte, findet sich für Jessica mit Sicherheit im Anschluss daran wiederum ein neuer Mangel, den es schnellstmöglich zu beseitigen gilt.



(2) Gliederung der Bedürfnisse

■ Gliederung der Bedürfnisse nach der Dringlichkeit

Bedürfnisse	Erläuterungen	Beispiele
Existenzbedürfnisse	Sie sind körperliche Bedürfnisse. Sie müssen befriedigt werden. Ihre Befriedigung ist lebensnotwendig.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hunger bzw. Durst stillen wollen. ■ Das Bedürfnis, sich vor Kälte bzw. dem Erfrieren schützen zu wollen.
Kulturbedürfnisse	Sie entstehen mit zunehmender kultureller, also auch technischer, wirtschaftlicher oder künstlerischer Entwicklung, weil die Ansprüche, die der Einzelne an das Leben stellt, wachsen.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sich modisch kleiden wollen. ■ Der Wunsch nach einer Ferienreise. ■ Ein eigenes Auto fahren wollen.
Luxusbedürfnisse	Von Luxusbedürfnissen spricht man, wenn sich die Bedürfnisse auf Sachgüter oder Dienstleistungen richten, die sich in einer bestimmten Gesellschaft nur besonders Wohlhabende leisten können.	<ul style="list-style-type: none"> ■ Eine sehr teure Luxusuhr tragen. ■ Eine Villa mit Swimmingpool und/oder ■ eine Segeljacht besitzen wollen.

Eine **genaue Abgrenzung** zwischen Kultur- und Luxusbedürfnissen ist nicht immer ohne Weiteres möglich. Gemeinsam ist ihnen, dass ihre Befriedigung **nicht** unbedingt lebensnotwendig ist.

■ Gliederung der Bedürfnisse nach dem Bedürfnisträger

Bedürfnisse	Erläuterungen	Beispiele
Individualbedürfnisse¹	Sie richten sich auf Güter, die der Einzelne für sich allein (bzw. innerhalb seiner Familie) konsumieren kann.	Die Wünsche, Pizza zu essen, ein bestimmtes Getränk zu sich zu nehmen, ein eigenes Smartphone oder Auto zu besitzen.
Kollektivbedürfnisse²	Sie werden mit Gütern befriedigt, die allen Mitgliedern der Gesellschaft zur Nutzung zur Verfügung stehen sollten.	Die Wünsche, auf einer Landstraße Motorroller zu fahren, ein öffentliches Verkehrsmittel zu benutzen, eine Schule zu besuchen, an einer staatlichen Universität zu studieren. Das Bedürfnis, in einer sauberen Umwelt zu leben.

Mit **zunehmendem Wohlstand** ist zu beobachten, dass die **Kollektivbedürfnisse anwachsen**. Die Ansprüche an den Staat werden immer umfangreicher (z. B. Forderungen nach besseren Schulen, mehr Universitäten, mehr Umweltschutz, besseren Straßen).

1 **Individualbedürfnisse:** Bedürfnisse des Einzelnen (von Individuum: Einzelwesen).

2 **Kollektivbedürfnisse:** Bedürfnisse der Gesamtheit, Gemeinschaft.

■ **Gliederung der Bedürfnisse nach der Bewusstheit der Bedürfnisse**

Bedürfnisse	Erläuterungen	Beispiele
offene Bedürfnisse	Bei offenen Bedürfnissen handelt es sich um solche Mangelempfindungen, die dem Einzelnen bewusst sind.	Im Anschluss an eine Doppelstunde Sport verspürt ein Schüler den Wunsch, etwas zu trinken, um seinen Durst zu löschen.
latente¹ Bedürfnisse	Sie sind beim Einzelnen unterschwellig vorhanden und müssen erst noch durch die Umwelt geweckt werden. Die Bewusstwerdung dieser im Unterbewusstsein bereits existenten Wünsche wird durch einen „äußeren Reiz“ ausgelöst.	So hat gewiss jeder schon einmal die Erfahrung gemacht, dass er beim Shopping – angelockt von einer Schaufensterauslage oder einem herrlichen Essensduft – etwas gekauft hat, was bis zu diesem Zeitpunkt nicht auf seiner „Einkaufsliste“ stand.
manipulierte² Bedürfnisse	Bei manipulierten Bedürfnissen handelt es sich um ein Mangelempfinden, das gezielt von Werbung, Politik, Medien oder anderen Manipulatoren erzeugt wird. Dabei spricht insbesondere die Werbung nicht nur (latent) vorhandene Bedürfnisse an, sie erzeugt vielmehr bei den Zielgruppen auch neuartige Bedürfnisse.	Das Image der aktuellen „Stars“ (Musiker, Sportler, Schauspieler, Youtuber etc.) und die damit verbundene Art, sich zu schminken oder zu kleiden, wird regelmäßig von gewissen Medien zur Mode stilisiert und infolge millionenfach verkauft. Zudem wird häufig beim Kauf bestimmter Marken eine Elitezugehörigkeit unterstellt. Weitere Beispiele sind Modetrends bei Frisuren, Schönheitsideale oder Körperkult.

■ **Bedürfnispyramide nach Maslow**

Der Mensch wird, wenn er **vernünftig (rational)** handelt, zunächst die Bedürfnisse zu befriedigen suchen, die ihm am **dringlichsten** erscheinen.



Der amerikanische Psychologe Abraham Maslow hat deshalb das Konzept einer Bedürfnispyramide entwickelt. Nach Maslow wird der Wunsch zur Befriedigung der Bedürfnisse einer höheren Pyramidenstufe erst dann erreicht, wenn die Bedürfnisse der **Vorstufe weitestgehend** befriedigt sind.



1 **Latent:** versteckt.

2 **Manipulieren:** Menschen bewusst und gezielt beeinflussen oder lenken.

Beispiel:

- Ein Schüler kauft einen Pullover und erfüllt damit ein **Grundbedürfnis**, weil er nicht frieren möchte.
- Fordert er bewusst eine gute Faserqualität, so erreicht er damit das **Sicherheitsbedürfnis**.
- Mit der Auswahl von Farbe und Design befriedigt er das **soziale Bedürfnis** und zum Teil das Geltungsbedürfnis.
- Beim Einkauf erwartet er Beratung und Anregung zum Kombinieren mit Hemd, Tuch, Schal oder Jacke und befriedigt damit sein **Geltungsbedürfnis**.



- Indem er eine besondere Marke kauft (der Pullover trägt das Zeichen einer Premiummarke) in der Absicht, einen Lebensstil zu erreichen, wird ein Statuskauf vorgenommen. So trägt der Pullover durch die Selbststilisierung zur **Selbstverwirklichung** bei.

1.3.2 Bedarf

Da die Bedürfnisse der Menschen unbegrenzt sind, können sie mit Blick auf die nur **begrenzt** vorhandenen (finanziellen) **Mittel** nicht alle befriedigt werden. Der **Teil** der Bedürfnisse, der sich von dem **verfügbaren** Taschengeld oder Einkommen bzw. den Ersparnissen realisieren lässt, wird als Bedarf bezeichnet.

Beispiel:

Der 17-jährige Hamid, der sein monatliches Taschengeld schon aufgebraucht hat, würde sich gerne den neuesten James-Bond-Film im Kino ansehen. Leider bleibt dieser Wunsch zunächst ein Bedürfnis. Erst wenn er zu Beginn des neuen Monats sein nächstes Taschengeld erhält, könnte er sich den Film im Kino anschauen. Das Bedürfnis wird erst dann zum konkreten Bedarf.

Die mit **Kaufkraft** versehenen Bedürfnisse bezeichnet man als **Bedarf**.

1.3.3 Nachfrage

Die **Nachfrage** ist der Teil des Bedarfs, der **tatsächlich** am Markt an Gütern und Dienstleistungen **nachgefragt** wird.

Der Bedarf muss **nicht** in vollem Umfang mit der am Markt tatsächlich nachgefragten Gütermenge übereinstimmen, da unterschiedliche Gründe dazu führen können, dass Güter letztlich nicht nachgefragt werden.

Die Nachfrage des Einzelnen basiert also auf dessen Bedürfnissen. Dabei ist die konkrete Nachfrage von verschiedenen **Kriterien** abhängig, wie beispielsweise den **Preisen** der Güter, der **Konsumsumme** und **Bedürfnisstruktur** des Nachfragenden.

1 Handeln der Wirtschaftssubjekte unter Aspekten des Wohlstands und der Nachhaltigkeit analysieren

Beispiel:

Der Gymnasiast Paul Becker verspürt in der ersten Pause großen Hunger auf eine Pizzaschnecke, ein Eis und Schokolade.

An der Preistafel des Schulkiosks informiert er sich über das aktuelle Angebot.

Bei Durchsicht seiner Geldbörse stellt er allerdings fest, dass er nur über 1,80 EUR Bargeld verfügt, sodass er nicht alle seine Bedürfnisse mit den ihm zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln befriedigen kann. Zwar könnte er sich theoretisch zwei Schokoriegel und eine Eiskugel kaufen, aufgrund der nach seinem Empfinden zu hohen Preisforderung für eine Eiskugel entscheidet er sich jedoch für drei Schokoriegel, sodass ihm 0,30 EUR verbleiben. Der Bedarf, also die mit Kaufkraft ausgestatteten Bedürfnisse, wurde nicht in vollem Umfang als Nachfrage am Markt (Schulkiosk) wirksam.

Preisliste	
Kakao	0,60 EUR
Kaffee	0,75 EUR
Limonade	0,90 EUR
Orangensaft	1,10 EUR
belegte Brötchen	0,75 EUR
Nussecke	1,25 EUR
Pizzaschnecke	2,50 EUR
Kleiner Salat	2,75 EUR
Müsliriegel	0,60 EUR
Schokoriegel	0,50 EUR
Eiskugel	0,80 EUR

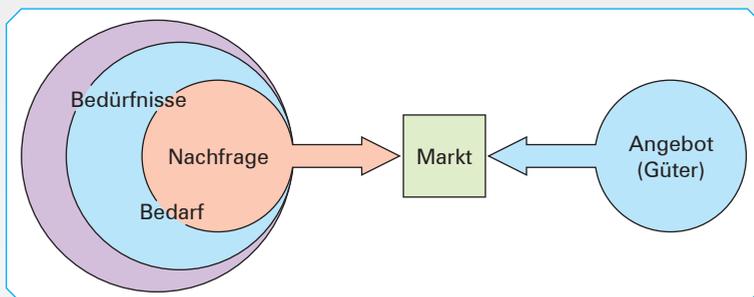
Kompetenztraining



1 Konsumverhalten und Bedürfnisse

- Beschreiben Sie, warum das Konsumverhalten nicht nur aus rein ökonomischer Sicht erklärt werden kann!
- Erläutern Sie, worin sich die Existenzbedürfnisse von den Kulturbedürfnissen unterscheiden!

3. 3.1 Beschreiben und interpretieren Sie das nebenstehende Schaubild:



- 3.2 Ergänzen Sie folgende Übersicht, indem Sie die Bedürfnisarten und jeweils drei von Ihnen selbst gewählte Beispiele aus Ihrem Lebensalltag eintragen!

Bedürfnisse nach Dringlichkeit		
Beispiele:	Beispiele:	Beispiele:
1. _____	1. _____	1. _____
2. _____	2. _____	2. _____
3. _____	3. _____	3. _____

Vorlage

3.3 Teilen Sie die Bedürfnisse nach den Bedürfnisträgern ein!

Nennen Sie zu jeder Bedürfnisart mindestens zwei selbst gewählte Beispiele aus Ihrem Lebensbereich!

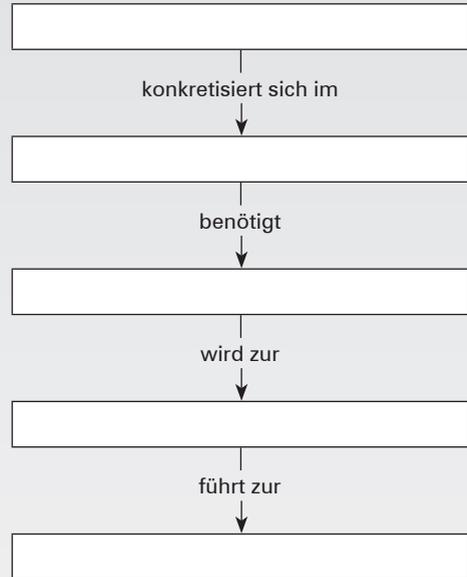
Vorlage

4. Vervollständigen Sie das nebenstehende Schaubild, indem Sie die folgenden Begriffe sachlogisch korrekt in die vorgegebenen Felder einfügen!

- Nachfrage
- Bedarf
- Deckung (eines Teils) des Bedarfs
- Bedürfnis
- Kaufkraft



Vom Bedürfnis zur Nachfrage:



5. Bedürfnisse lassen sich nach unterschiedlichen Kriterien einteilen. Prüfen Sie, welche der nachfolgenden Aussagen falsch ist! Ist keine der Aussagen falsch, tragen Sie eine ein!

- ① Bei den latenten Bedürfnissen handelt es sich um ein Mangelempfinden, das gezielt von Werbung, Politik, Medien oder anderen Manipulatoren erzeugt wird.
- ② Individualbedürfnisse richten sich auf Güter, die der Einzelne für sich allein bzw. innerhalb seines privaten Haushalts konsumieren kann.
- ③ Von Luxusbedürfnissen spricht man, wenn sich die Bedürfnisse auf Sachgüter oder Dienstleistungen richten, die sich in einer bestimmten Gesellschaft nur wenige Begüterte leisten können.
- ④ Existenzbedürfnisse sind körperliche Bedürfnisse, deren Befriedigung lebensnotwendig ist.
- ⑤ Kulturbedürfnisse entstehen mit zunehmender kultureller, also auch technischer, wirtschaftlicher oder künstlerischer Entwicklung, weil die Ansprüche, die der Einzelne an das Leben stellt, wachsen.
- ⑥ Das Bedürfnis, an einer Universität zu studieren, zählt zu den Kollektivbedürfnissen.

1.4 Güter als Mittel der Bedürfnisbefriedigung verstehen

1.4.1 Begriff Güter

Bedürfnisse wollen befriedigt werden. Wer Hunger hat, braucht Nahrung. Wer Durst hat, braucht Getränke. Wer friert, braucht Kleidung. Wer Neues wissen möchte, braucht Informationen (z. B. das Internet). Und wer krank ist, braucht ärztliche Hilfe und Medikamente. Der Gebrauch oder Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen erhöht das Wohlbefinden des Menschen. Man sagt, dass die Bedürfnisbefriedigung „Nutzen“ stiftet.

Die Mittel, die dem Menschen **Nutzen stiften**, heißen **Güter**.



1.4.2 Arten der Güter

(1) Freie Güter und wirtschaftliche Güter

■ Freie Güter

Die freien Güter, d. h. solche, die in **unbeschränktem** Maße zur Verfügung stehen (z. B. Luft, Sonnenstrahlen, Meerwasser), können von jedem Menschen nach Belieben in Anspruch genommen werden. Sie sind **nicht** Gegenstand des Wirtschaftens. Allerdings ist zu bemerken, dass sich die Zahl der freien Güter durch den Raubbau an der Natur (Vernichtung der Tierwelt, Verschmutzung der Binnengewässer, der Meere und der Luft) immer mehr verringert. Die **ehemals freien** Güter werden zu **wirtschaftlichen** Gütern und es gilt, sie mit Verstand (rational) zu verwalten und zu verteilen.

■ Wirtschaftliche Güter

Diese Güter stehen nur beschränkt zur Verfügung, d. h., sie sind **knapp**. Da ihre Gewinnung bzw. Herstellung Kosten verursacht, werden sie gegen Entgelt am Markt angeboten und erzielen einen Preis. Zu den wirtschaftlichen Gütern zählen die **Sachgüter**¹ (z. B. Lebensmittel, Kleidung, Fahrzeug), die **Dienstleistungen**² (z. B. Beratung durch einen Rechtsanwalt, Unterricht, Durchführung eines Dauerauftrags durch die Bank) oder **Rechte**² (z. B. Patente, Lizenzen).

■ Beispiel:

Zwischen den Begriffen **Knappheit** und **Seltenheit** besteht ein Unterschied. Malt der Hobbykünstler Fröhlich z. B. ein Bild, so besteht dieses Bild nur ein Mal auf der Welt. Das Bild ist „selten“. Will indessen kein Mensch dieses Bild

haben, geschweige denn kaufen, ist das Bild nicht knapp. Knappheit liegt nur vor, wenn die Bedürfnisse nach bestimmten Gütern größer sind als die Zahl dieser verfügbaren Güter.

1 **Sachgüter** stellen **materielle Güter** dar.

2 **Dienstleistungen** und **Rechte** stellen **immaterielle Güter** dar.

(2) Konsumgüter und Produktionsgüter

Güterarten	Erläuterungen	Beispiele
Konsumgüter	Güter, die der unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung dienen, nennt man Konsumgüter (konsumieren: verzehren). Man spricht deshalb auch von Gegenwartsgütern .	<ul style="list-style-type: none"> ■ Laptop ■ Smartphone ■ Motorroller ■ eine Kiste Mineralwasser
Produktionsgüter	Güter, die zur Herstellung (Produktion) von Wirtschaftsgütern benötigt werden, heißen Produktionsgüter. Weil die Produktionsgüter letztlich der Erzeugung von Konsumgütern dienen sollen, heißen sie auch Zukunftsgüter .	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rohstoffe ■ Fabrikgebäude ■ Bankfiliale ■ Transportanlagen ■ Werkzeuge

1.5 Konsumenten- und Produzentenentscheidungen

1.5.1 Notwendigkeit des wirtschaftlichen Handelns

Den **unbegrenzten** Bedürfnissen des Menschen (der Unternehmen) stehen nur **begrenzte** Mittel (knappe Güter) gegenüber. Aus der **Knappheit** der Gütervorräte folgt, dass der Mensch (das Unternehmen) bestrebt sein muss, mit den vorhandenen Gütern **vernünftig** (z.B. sparsam) umzugehen, um die **bestmögliche** Bedürfnisbefriedigung zu erzielen. Der Mensch bzw. das Unternehmen ist gezwungen zu **wirtschaften**.



- Unter **Wirtschaften** versteht man ein **planvolles Handeln**, um eine optimale Bedürfnisbefriedigung zu erreichen.
- Sind die Bedürfnisse größer als die Gütermenge, die zu ihrer Befriedigung bereitsteht, liegt **Knappheit** vor.

1.5.2 Ökonomisches Prinzip

Die Wirtschaftswissenschaft unterstellt i. d. R. in ihren Modellen, dass die Wirtschaftssubjekte (z. B. Haushalte, Unternehmen) grundsätzlich nach dem wirtschaftlichen (ökonomischen) Prinzip handeln.

Der Grundsatz, seine Handlungen stets nach Vernunftgesichtspunkten auszurichten, heißt **Rationalprinzip**. Wendet man das Rationalprinzip in der Wirtschaft an, spricht man vom **ökonomischen Prinzip**.



Zur Umsetzung des wirtschaftlichen Handelns sind **zwei** Handlungsmöglichkeiten denkbar: nach dem Maximal- und Minimalprinzip.

(1) Maximalprinzip

Das **Maximalprinzip** besagt: Mit den **gegebenen Mitteln** ist der **größtmögliche (maximale) Erfolg (Nutzen)** anzustreben.

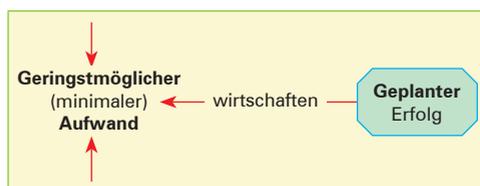


Beispiele:

- Die Schülerin Samira fährt mit 200,00 EUR nach München zum Shoppen. Mit diesem Geld möchte sie möglichst viele modische Kleidungsstücke kaufen.
- Mit einem festgelegten Werbebudget von 20 Mio. EUR möchte die Virtualgame AG einen möglichst großen Werbeerfolg erreichen.

(2) Minimalprinzip

Das **Minimalprinzip** besagt: Einen **geplanten Erfolg (Nutzen)** mit dem **geringsten (minimalen) Einsatz an Mitteln** zu erreichen.



Beispiele:

- Der Schüler Nils möchte sich einen ganz bestimmten Laptop kaufen. Hierzu vergleicht er im Internet verschiedene Lieferanten, um so das preisgünstigste Angebot herauszufinden.
- Die Lüneburger Fensterbau KG benötigt vier neue Fahrzeuge für den Außendienst. Durch Anfragen bei verschiedenen Händlern versucht sie, diese möglichst günstig einzukaufen.

Unsinnig, d. h. logisch nicht umsetzbar, wäre die Formulierung des ökonomischen Prinzips dergestalt, dass mit **geringstmöglichen** Mitteln ein **größtmöglicher** Erfolg angestrebt werden soll. So ist es beispielsweise undenkbar, ohne jeglichen Lernaufwand alle Prüfungsaufgaben richtig zu beantworten.

1.6 Homo oeconomicus und menschliches Verhalten in der Realität

(1) Begriff Homo oeconomicus



Wirtschaftssubjekte, die ihr **gesamtes** Handeln ausschließlich an dem **ökonomischen Prinzip** ausrichten, bezeichnet man als „**Homo oeconomicus**“.

Wirtschaftssubjekte sind die wirtschaftlich handelnden Einzelpersonen, Gruppen und Organisationen (z.B. Betriebe, staatliche Stellen, Gewerkschaften, Unternehmensverbände).

Handlungsbestimmend für den Homo oeconomicus ist das Streben nach **Nutzenmaximierung (Konsumenten)** bzw. nach **Gewinnmaximierung (Produzenten)**. Viele Modelle der Volkswirtschaftslehre basieren auf dieser Fiktion¹ des Homo oeconomicus.

In der Wirklichkeit sind die wirtschaftlichen Handlungen der Menschen **keineswegs immer rational** (vernunftgesteuert) bestimmt. Eine große Rolle im Wirtschaftsleben spielen u. a. **Machtstreben, Prestigedenken²** oder auch **Neidgefühle**.

Beispiele:

- Vorführungen im Kino werden am Wochenende besser besucht als Vorführungen unter der Woche, und das, obwohl diese mitunter wesentlich preiswerter angeboten werden.
- Bei einem „Spontankauf“ entscheidet man sich aus einer Laune heraus für den Kauf eines Produkts, dessen Nutzen man schon kurze Zeit später infrage stellt.
- Ein Landwirt arbeitet weiterhin in seinem Betrieb, obwohl er bei gleicher Anzahl von Arbeitsstunden in einem Unternehmen ein wesentlich höheres Einkommen erzielen könnte.

(2) Spieltheorie

Mit der wissenschaftlichen Untersuchung rationalen Verhaltens beschäftigt sich unter anderem die Spieltheorie. Die spieltheoretische Modellbildung geht von einem allgemeinen Entscheidungsproblem für mehrere Individuen aus und betont die Aspekte von Konflikt und Kooperation, die sich aus der konkurrierenden Zielsetzung der einzelnen Individuen ergeben. Wie derartige Untersuchungen den „Homo oeconomicus“ widerlegen, soll am Beispiel des „**Ultimatum-Spiels**“ verdeutlicht werden.

Beispiel: Ultimatum-Spiel

Bei diesem Spiel handelt es sich um die Simulation einer ökonomischen Entscheidung. Die Grundidee des Spiels besteht darin, dass ein feststehender Betrag (z.B. 1000,00 EUR) unter zwei Personen (A und B) aufgeteilt werden soll. Dabei muss Spieler A dem Spieler B unter Angabe eines Ultimatums ein Angebot unterbreiten, wie viel Letzterer erhalten soll.

Die strengen Spielregeln sehen vor, dass beide Personen nicht miteinander kommunizieren dürfen, sodass keine Verhandlungen im eigentlichen Sinne stattfinden. Des Weiteren gilt, dass das Spiel nicht wiederholbar ist. Spieler B hat nach Unterbreitung des Angebots nunmehr zwei Optionen (Möglichkeiten):

1 **Fiktion:** Vorstellung, Vermutung.

2 **Prestige:** positives Ansehen, Geltung.

1 Handeln der Wirtschaftssubjekte unter Aspekten des Wohlstands und der Nachhaltigkeit analysieren

- Er nimmt dieses Angebot an mit der Konsequenz, dass der Betrag dann entsprechend dem Vorschlag des Spielers A zwischen beiden Personen aufgeteilt wird.
- Lehnt B das Angebot ab, so gehen beide Parteien leer aus; der Geldbetrag ist unwiderruflich verloren.

Der Wirtschaftstheorie folgend müsste eigentlich gelten, dass Spieler A im Sinne der Nutzenmaximierung dem Spieler B einen möglichst geringen Betrag anbietet, um sein Einkommen zu maximieren. Spieler B hingegen müsste dem ökonomischen Prinzip folgend jeden Betragsvorschlag akzeptieren. So bedeutet bei-



spielsweise ein Angebot von 1,00 EUR, dass Spieler B bei Annahme des Angebots diesen Euro erhält, wohingegen er im Falle einer Ablehnung nichts erhalten würde.

Tatsächlich aber zeigen die Ergebnisse dieses spieltheoretischen Versuchs, dass im Gegensatz zur bloßen Maximierung des Nutzens (hier Einkommens) die meisten Menschen hohen Wert auf Fairness legen. So haben nur wenige Spieler in der Rolle der Person A eine stark „ungleiche“ Verteilung vorgeschlagen. Gleichzeitig war zu beobachten, dass die Bereitschaft der Spieler B, einen Verteilungsvorschlag zu akzeptieren, abnahm, je schlechter der Verteilungsschlüssel für ihn ausfiel.

Wie die **Spieltheorie** belegt, richten Menschen ihr gesamtes Handeln nicht ausschließlich an dem ökonomischen Prinzip aus, vielmehr scheinen andere Werte – wie beispielsweise **Solidarität**, **Fairness** und **Gerechtigkeit** – ihnen gleichfalls von Bedeutung zu sein.



Kompetenztraining



2 Güter und ökonomisches Prinzip

1. Erläutern Sie, welchem Zweck die Bereitstellung der Güter durch die Volkswirtschaft dient!
2. 2.1 Führen Sie aus, worin sich die freien Güter von den wirtschaftlichen Gütern unterscheiden!
2.2 Bilden Sie hierzu jeweils zwei Beispiele!
3. Es ist nicht selten, dass ein Gut einmal ein Produktionsgut, einmal ein Konsumgut ist. Beispiel: Strom im Industriebetrieb – Strom im Haushalt.

Aufgabe:

- Geben Sie weitere Beispiele (mindestens vier) an!
4. Ordnen Sie folgende Mittel der Bedürfnisbefriedigung den Sachgütern oder den Dienstleistungen zu:
Nahrungsmittel, Öl, Anlageberatung, Gebäude, Massage, Auto, Maschinen, Leistungen eines Zahnarztes, Kran, Blumenstrauß, Unternehmertätigkeit.
5. Begründen Sie, warum die Luft und das Wasser zunehmend zu wirtschaftlichen Gütern werden!

6. Nennen Sie zwei eigene Beispiele für das Handeln nach dem ökonomischen Prinzip
- 6.1 im privaten Haushalt und
 - 6.2 im wirtschaftlichen Betrieb!
7. Begründen Sie, warum Minimalprinzip und Maximalprinzip zwei Ausprägungen des wirtschaftlichen Prinzips darstellen!
8. Beurteilen Sie diese Formulierung des ökonomischen Prinzips:
„Mit möglichst geringem Aufwand an Mitteln soll der größtmögliche Erfolg erzielt werden.“
9. Prüfen Sie, in welcher der folgenden Situationen das Maximalprinzip zur Anwendung kommt. Falls in keiner Situation das Maximalprinzip zur Anwendung kommt, tragen Sie eine ⑨ ein!
- ① Die Kundenbank AG möchte für die Mitarbeiter insgesamt 50 neue Laptops mit einer bestimmten Ausstattung erwerben. Es werden Angebote eingeholt, um bei dem preisgünstigsten Anbieter zu kaufen.
 - ② Ein Produktionsbetrieb bemüht sich, seine Produktionsanlagen so zu betreiben, dass Wasser und Luft nicht verunreinigt werden.
 - ③ Ein Kurierdienst plant, mit dem Einsatz möglichst weniger Auslieferungsfahrzeuge seine Marktposition auszubauen und Marktführer zu werden.
 - ④ Ein Busunternehmen weist seine Fahrer an, durch Beachtung der günstigsten Drehzahlbereiche mehr Kilometerleistung bei gegebenem Treibstoffeinsatz zu erzielen.
 - ⑤ Ein Unternehmen möchte seine gesamte Produktion in den nächsten Jahren auf das Prinzip der Nachhaltigkeit umstellen.
10. Entscheiden Sie, in welcher der folgenden Situationen das Minimalprinzip zur Anwendung kommt. Falls in keiner Situation das Minimalprinzip zur Anwendung kommt, tragen Sie eine ⑨ ein!
- ① Die Kundenbank AG möchte für die Mitarbeiter insgesamt 50 neue Laptops mit einer bestimmten Ausstattung erwerben. Es werden Angebote eingeholt, um bei dem preisgünstigsten Anbieter zu kaufen.
 - ② Ein Produktionsbetrieb bemüht sich, seine Produktionsanlagen so zu betreiben, dass Wasser und Luft nicht verunreinigt werden.
 - ③ Ein Kurierdienst plant, mit dem Einsatz möglichst weniger Auslieferungsfahrzeuge seine Marktposition auszubauen und Marktführer zu werden.
 - ④ Ein Busunternehmen weist seine Fahrer an, durch Beachtung der günstigsten Drehzahlbereiche mehr Kilometerleistung bei gegebenem Treibstoffeinsatz zu erzielen.
 - ⑤ Ein Unternehmen möchte seine gesamte Produktion in den nächsten Jahren auf das Prinzip der Nachhaltigkeit umstellen.