

Diana Nevidnik

E.P. Pilova, Fachbetreuerin

I.A. Iaremenko, Sprachbetreuerin

Nationale Technische Universität "Dniprovskaya Polytechnika", Dnipro, Ukraine

Bedürfnispyramide als Marketinggrundlage

In der Theorie finden sich verschiedene Definitionen für Marketing. Die American Marketing Association probiert es zum Beispiel so: „*Marketing ist eine Aktivität, eine Reihe von Institutionen und Prozessen zum Erstellen, Kommunizieren, Liefern und Austauschen von Angeboten, die für Kunden, Partner und die Gesellschaft insgesamt wertvoll sind*“.

Ziel von Marketing ist es, einen Ansatz zu finden und Entscheidungen zu treffen, auf einem Markt zu bestehen um seine Produkte möglichst effizient zu vertreiben. Die Vermarktung einzelner Produkte oder ganzer Produktpaletten werden exakt und zielgerichtet gesteuert. Marketing ist in einem Unternehmen immer mit der Analyse, Planung, Umsetzung und Kontrolle von Unternehmensaktivitäten verbunden. Marketing ist also eine zentrale Funktion der Unternehmensführung und damit ein wichtiger Bestandteil der Betriebswirtschaft. Die Ware wird für die Gesellschaft nützlich sein, wenn sie mit einer Stufe in der Bedürfnispyramide von Maslow übereinstimmen wird. Maslow unterteilt die menschlichen Bedürfnisse in verschiedene Stufen. Die Bedürfnisse werden nacheinander dringlich. Das heißt, dass der Mensch versucht, die Bedürfnisse nacheinander zu befriedigen.

Die erste Stufe heißt physiologische Bedürfnisse. Physiologische Bedürfnisse werden auch Existenzbedürfnisse genannt, also all diejenigen Bedürfnisse, die überlebensnotwendig sind. Zum Beispiel Essen, Trinken und Schlafen. Auf der zweiten Stufe der Bedürfnispyramide befinden sich die so genannten Sicherheitsbedürfnisse, wie etwa das Bedürfnis nach körperlichem Schutz, das Bedürfnis nach Stabilität im Leben sowie das Bedürfnis nach körperlicher und mentaler Unversehrtheit. Die dritte Stufe nehmen die sogenannten sozialen Bedürfnisse ein. Zu den sozialen Bedürfnissen zählen das Bedürfnis nach Freundschaften und die Individualbedürfnisse. Zu den individuellen Bedürfnissen gehören in erster Linie das Bedürfnis nach dem beruflichen und persönlichen Erfolg, das Bedürfnis nach Anerkennung sowie das Bedürfnis nach einem gesunden Selbstvertrauen. Die oberste und letzte Stufe der Bedürfnispyramide nehmen die Bedürfnisse nach der Selbstverwirklichung ein. Zu den Bedürfnissen der Selbstverwirklichung gehört das Bedürfnis nach Kreativität und Spontaneität. Die einzelnen Stufen werden also nacheinander relevant. Wenn die Bedürfnisse einer Stufe befriedigt werden, wird der Mensch versuchen, die nächste Stufe der Bedürfnispyramide in Angriff zu nehmen. Generell werden die physiologischen Bedürfnisse, die Sicherheitsbedürfnisse sowie Teile der sozialen Bedürfnisse als sogenannte Defizitbedürfnisse bezeichnet. Die Bedürfnispyramide nach Maslow stellt eine relativ gute Möglichkeit da Bedürfnisse zu klassifizieren und findet in vielen Feldern wie etwa Marketing und während Personal und Organisationsentwicklung Anwendung.