



Grundkurs Alltags- und Lebensökonomie „Ich bin meine Zukunft! Die Gestaltung der Lebenslage“

Darstellung der Hauptinhalte des Teilmoduls 2:

Bedürfnisse erkennen, als Wünsche konkretisieren und Ziele setzen

Unter der Themenstellung „Bedürfnisse, Wünsche und Ziele“ geht es im zweiten Teilmodul um die Entstehung und Ordnung von Bedürfnissen, um deren soziale und kulturelle Formung, um die Konkretisierung von Wünschen als Ziele und die Begründung für wirtschaftliche Aktivitäten, um individuelle und kollektive Bedürfnisse und um Orientierungen im Konsumverhaltenⁱ.

Bedürfnisse sind Mangelempfindungen, die durch Innenreize oder in einem Zusammenspiel von Innen- und Außenreizen ausgelöst werden und zur Beseitigung des Mangels sowohl Antriebsenergie als auch Handlungsorientierung liefern. Statt von Bedürfnissen wird häufig psychologisch fundiert von Motiven gesprochen. Im Anschluss an die Theorie des amerikanischen Psychologen Abraham Maslow (1970) können zunächst fünf hierarchisch geordnete Gruppen von Grundbedürfnissen unterschieden werden. Grundlegend sind existenzielle physiologische, auf die Lebenserhaltung gerichtete Bedürfnisse, denen kulturell, sozial und individuell orientierte Bedürfnisse folgen, wobei unter normalen Bedingungen die in der Hierarchie höheren Bedürfnisse erst dann aktuell werden, wenn die grundlegenden Bedürfnisse befriedigt sind. Im Einzelnen sind es folgende Gruppen: (1) physiologische Bedürfnisse, z.B. nach Nahrung, Schlaf, Sexualität; (2) Sicherheitsbedürfnisse, z.B. Stabilität, Schutz, Ordnung; (3) Bedürfnisse nach Zugehörigkeit und Liebe, z.B. in der Familie und anderen Bezugsgruppen; (4) Wertschätzungsbedürfnisse, z.B. Anerkennung, Stärke, Kompetenz, Ruhm, Einfluss; (5) Bedürfnisse nach Selbstverwirklichung, also selbstbestimmte Realisierung der persönlichen Fähigkeiten. Maslow hat auf die Möglichkeit der individuellen und situativen Modifikation der genannten generellen Rangfolge hingewiesen und außerdem zwei Grundvoraussetzungen für die Verfolgung und Erfüllung der Grundbedürfnisse genannt, die ebenfalls als Grundbedürfnisse verstanden werden können; dabei handelt es sich zum einen um das Bedürfnis nach Wissen und Verstehen, z.B. etwas erklären können, und zum anderen um ästhetische Bedürfnisse, z.B. nach Schönheit, Symmetrie, Ordnung und Vollständigkeit.ⁱⁱ

Die Bedürfnisse sind erfahrungsgemäß außerordentlich plastisch, d.h. sie sind nicht nur individuell, sondern auch sozial und kulturell formbar und auch tatsächlich vielfältig geformt. Schlaf und Nahrung stehen nicht grundsätzlich zur Disposition, aber die physiologischen Notwendigkeiten werden recht unterschiedlich empfunden. Andere Beispiele für die Formung von Bedürfnissen sind individuelle Nahrungsgewohnheiten und gesellschaftliche Nahrungstabus sowie die Möglichkeiten, sich sowohl durch demonstrativen Konsum als auch durch Askese Anerkennung zu verschaffen. Und auch Selbstverwirklichung kann auf sehr unterschiedliche Weise angestrebt werden. Es ist klar, dass hier sowohl personale als auch soziale Gründe eine Rolle spielen. Einflüsse durch Erziehung, Bildung, Gruppenzugehörigkeit und Massenkommunikation werden unterschiedlich verarbeitet und sind deshalb nicht immer offensichtlich. Die soziale und kulturelle Bedingtheit von Bedürfnissen erschwert eine generelle Abgrenzung von Grundbedürfnissen, jenseits der Erhaltung der physischen Existenz, und Luxusbedürfnissen, von Wichtigem und weniger Wichtigem. Dagegen gehört die Fähigkeit, eine persönliche Rangordnung zu finden, die nicht statisch sein wird, zur Lebenstüchtigkeit. Und es gehört zur sozialen Kompetenz, andere Rangordnungen akzeptieren zu können.



Wie sich Ziele im Individuum bilden, ist noch recht unklar. Verhaltenswissenschaftliche Erklärungen gehen davon aus, dass Individualziele Konkretisierungen von Bedürfnissen sind, die sich zunächst in Wünschen und der Auswahl geeigneter Objekte und Strategien der Bedürfnisbefriedigung niederschlagen. Ziele bilden sich in einem vielschichtigen Prozess im Individuum in Wechselwirkung mit seiner Umwelt, vor allem im Zusammenspiel mit den Haushaltsmitgliedern und anderen Primärgruppen. Sie entspringen elementaren Handlungsenergien (Emotionen, Triebe), die nach gelernten Rollen und verinnerlichten Werthaltungen, also letztlich aufgrund von Sozialisation, durch Reflektion und Wissen kognitiv angereichert und somit in einem inneren Monolog bzw. gegenüber anderen ausdrücklich als Ziele, also als angestrebte Zustände, formuliert werden.

Es ist einsichtig, dass sich Bedürfnisse, Wünsche und Ziele auf die Beseitigung von Mangelempfindungen, also auf knappe Dinge, beziehen. Was im Überfluss vorhanden zu sein scheint, wird nicht besonders begehrt bzw. bedarf keiner besonderen Bemühungen der Beschaffung. Alles, was knapp und begehrt ist sowie verfügbar gemacht werden kann, betrachten Ökonomen als wirtschaftliche Güter oder goods, z.B. neue Fahrräder aus der Fabrik oder alte Gemälde im Museum; was zuviel und nicht begehrt ist, nennen sie Ungüter oder bads, z.B. nicht verwertbare Haushaltsabfälle. Knappheit ist genau betrachtet ein sehr vielschichtiges Spannungsverhältnis zwischen Bedürfnissen bzw. Zielen und Mitteln der Bedürfnisbefriedigung bzw. der Zielerreichung. Ein grundlegendes Knappheitsproblem ergibt sich aus der physiologisch bedingten Notwendigkeit, für die individuelle Lebenserhaltung den permanenten Abfluss an Energie auszugleichen und für das Wachstum einen Überschuss nutzen zu können. Dafür müssen konsumierbare Güter verfügbar sein, die oft erst in einem aufwendigen Umwandlungsprozess aus den Gütern der Natur gewonnen werden können. Wirtschaften ist folglich ein metabolischer Prozess, der auf der Zufuhr, Transformation und Abfuhr von Rohstoffen und Energie einschließlich Informationen beruht und Austauschprozesse zwischen der sozioökonomischen und ökologischen Umwelt erfordert. Auch die Zeit, genauer: das Aktivitätspotenzial des Menschen, ist ein knappes Gut, denn die Lebensspanne ist biologisch begrenzt. Aus dem Wunsch nach gehobenem Konsum und sozialer Differenzierung ergibt sich eine soziokulturell bedingte Knappheit an Konsumgütern und Positionen. Und ein letzter, physikalischer Grund ökonomischer Knappheit kann in der thermodynamisch bedingten Verknappung von Energie und Materie aufgrund des entropischen Prozesses im Universum, also der letztendlichen Gleichverteilung der Energie bzw. Materie, gesehen werden.

Knappheit ist der Grund ökonomischer Aktivitäten. Vernunftgemäßes Handeln legt es nahe, Entscheidungen darüber zu treffen, welche Ziele angestrebt und mit welchen Mitteln diese Ziele erreicht werden sollen. Wirtschaften bedeutet demnach, Ziele, und zwar zunächst grundlegende Lebensziele, zu entwickeln und Mittel zur Erreichung der Ziele einzuplanen sowie Prozesse durchzuführen, die der Zielerreichung dienen. Dies setzt Entscheidungen über die Beschaffung und Verwendung von Gütern voraus, z.B. hinsichtlich des Arbeitsangebots, der Konsumgüternachfrage, der Haushaltsproduktion und der Vermögensbildung. Dabei ist die Wirklichkeit in der Regel so strukturiert, dass sowohl die Ziele als auch die Mittel miteinander konkurrieren. Das heißt in der Alltagssprache z.B.: man kann nicht alles haben; man muss wissen, was man will; alles hat seinen Preis; und ein Euro kann nur einmal ausgegeben werden. Häufig wird dies so formuliert, dass Wirtschaften der Befriedigung von prinzipiell unbegrenzten Bedürfnissen durch den Einsatz von knappen Gütern dient. Damit wird aber lediglich das lokale Entscheidungsproblem skizziert, denn im Gesamtsystem der Welt nimmt die Knappheit thermodynamisch bedingt zu statt ab.

Menschen verfolgen Ziele nicht nur individuell, sondern schließen sich zu Gruppen zusammen, um Ziele gemeinsam zu erreichen, z.B. als Haushalt oder Familie, als Musikgruppe, als Sportteam, als Selbsthilfegruppe oder als Unternehmen, weil nicht alles individuell möglich oder gewünscht ist oder ökonomisch zweckmäßig erreicht werden kann. Durch



gemeinsame Aktivitäten können individuelle Wohlfahrtserträge erzielt bzw. Kosten reduziert werden. Dies setzt die Existenz übereinstimmender Bedürfnisse voraus, erfordert eine abgestimmte Bildung gemeinsamer Ziele und wird durch ein verbindliches Werte- und Normensystem gefestigt. Gruppenbildung führt zu einem „Wir“-Bewusstsein der Mitglieder, zur Festlegung, wer dazugehört und wer nicht, und damit zur Abgrenzung gegenüber „den Anderen“. Gruppenzugehörigkeit ist für die meisten Menschen ein sehr wichtiges Element der Lebensgestaltung. Auch hier gilt allerdings, dass die Vielfalt der Beziehungen die Persönlichkeit fördert, während Einseitigkeit in der Gruppenorientierung ihre Entfaltung eher behindert.

Werbung, Trends und Moden prägen die Bedürfnisse, Wünsche und Ziele in erheblichem Umfang. Sie wirken als Themengeber und Konsumverstärker bei der Suche nach Inhalten und Objekten der Identitätsfindung und Gruppenzuordnung. Mit Hedonismus, also dem Streben nach Sinneslust, und Konsumorientierung kann eine Tendenz im Verhalten als Faktum und als Problem benannt werden, die durch kurzfristiges Genussstreben, Orientierung an Leitbildern der kommerziellen Konsumwelt, Betonung des Erlebens und der Suche nach Erregungsangeboten gekennzeichnet ist. Dies bedeutet, dass sich die Zielbildung weniger innen geleitet, sondern stärker außengeleitet vollzieht. Konsumgüter dienen dabei weniger der Befriedigung elementarer Bedürfnisse als vielmehr der Selbstdarstellung. Einem solchen außengeleiteten Individuum könnte es zunehmend schwerfallen, einen eigenen Lebensstil, also Persönlichkeit, zu entwickeln.

Autor:

Prof. Dr. Michael-Burkhard Piorkowsky

Professur für Haushalts- und Konsumökonomik

Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn



ⁱ Vgl. Kutsch/Piorkowsky/Schätzke (1997), Einführung in die Haushaltswissenschaft. Haushaltsökonomie, Haushaltssoziologie, Haushaltstechnik. Stuttgart 1997, S. 61-68; Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. (Hrsg.) (2005): Neue Hauswirtschaft. Ein Material für Multiplikator/innen der familien- und haushaltsbezogenen Bildung. Berlin 2005, S. 64-83; Hopf, Ch. (2007): Zukunftsorientierte haushaltsbezogene Bildung. Begründung und Entwicklung unter besonderer Berücksichtigung der Hauptschule. Diss., Universität Bonn, 2007; S. 157-165. In Internet: http://hss.ulb.uni-bonn.de/diss_online/landw_fak/2008/hopf_christian/1326.pdf

ⁱⁱ Maslow, A. H. (1943): A Theory of Human Motivation. In: Psychological Review, 1943, S. 370-396; Maslow, A. H. (1970): Motivation and Personality. 2. Aufl., New York 1970.