

Donnerstag, 19. März 2009

Bedarfsproblematik

Ein weiteres Problem stellt der Bedarf dar. Das älteste Gesetz gilt bisweilen: die Nachfrage regelt das Angebot. Nur der Bedarf ändert sich. Die Menschen definieren ihren Bedarf nach der Befriedigung ihrer Primärbedürfnisse. Wenn diese Wirkung abebbt oder ausbleibt, wendet sich der Konsument dem zu, was in höherem Maße sein Primärbedürfnis befriedigt. Somit kommunizieren viele die völlig falschen Bedürfnisse, die so genannten Sekundärbedürfnisse. Was zur Folge hat, dass die Primärbedürfnisse geschwächt werden bis zur völligen Zerstörung. Somit ist klar, dass man nur Primärbedürfnisse nachhaltig befriedigen und somit auch kommunizieren sollte. Aber da die Entscheider und Macher in der Regel nur ihre eigenen Bedürfnisse befriedigen, haben die keinen Sinn für Primärbedürfnisse. Volumen- und Mengenziele als Bedürfnisse zu deklarieren, ist völlig falsch und führt dahin, wo wir sind. Was nutzt es einem, Marktführer zu sein, wenn man dabei Pleite geht? Das ist so wie mit dem Fischen. Anstatt ein Gleichgewicht zwischen Beständen und Fischen zu erzielen, wird wegen falscher Bedürfnisse bis zum letzten Fisch alles leergefischt. Bis es keine mehr gibt. Der Mensch befriedigt somit die falschen Bedürfnisse, die Sekundärbedürfnisse, und die bestehen in der Regel nur aus numerischen und materiellen Zielen. Eine gute Bedarfspolitik heißt, immer ein Brötchen weniger in der Auslage beim Bäcker, als der Konsument wirklich braucht.

Lösungsproblematik, Disziplinproblematik, Individualitätsproblematik, Kreativproblematik, Ratioproblematik, Netzwerkproblematik, Handlungsproblematik, Interessenproblematik, Zielproblematik, ...

Geschrieben von Christof Hintze in Business Lösungen, Management Denkanstöße um 07:33