



Grundkurs Alltags- und Lebensökonomie

Ich bin meine Zukunft!

Die Gestaltung der Lebenslage

Unterrichtseinheit

Teilmodul 2

Bedürfnisse und Wünsche – Deren soziale Formung und kulturelle Ausformung



Prof. Dr. M.-B. Piorkowsky

K. Baumann | H. Dennig | E.-C. Volkmann

Professur für Haushalts- und Konsumökonomik

Rheinische Friedrich-Wilhelms-Universität Bonn





Teilmodul 2: Bedürfnisse erkennen und als Wünsche konkretisieren

Dauer:

Basis: 4-6 Unterrichtsstunden

Plus: 2 Unterrichtsstunden

Inhalte:

In dieser Unterrichtseinheit zum TM 2 geht es zunächst unter der Themenstellung „Bedürfnisse und Wünsche“ um die Entstehung und Ordnung von Bedürfnissen, um die Konkretisierung von Bedürfnissen als Wünsche und die Begründung für wirtschaftliche Aktivitäten, um individuelle und kollektive Bedürfnisse und um Orientierungen im Konsumverhalten.

Lernziele

1. Die SuS wissen, dass Bedürfnisse von Individuen im Wesentlichen in Wechselwirkung von ihnen selbst und der Umwelt entstehen.
2. Die SuS begreifen, dass nicht alle ihre Bedürfnisse befriedigt werden können, eine Priorisierung vorgenommen werden muss und diese zielgerichtet sein kann.
3. Die SuS erkennen darüber hinaus, dass Vorstellungen über Rangordnungen der Wichtigkeit von Bedürfnissen existieren.
4. Die SuS lernen verschiedene Bedürfniskategorisierungen kennen und arbeiten vertiefend mit dem Kategoriensystem von Abraham Maslow.
5. Die SuS bringen die Bedürfniskategorien in einen Zusammenhang mit ihren eigenen Bedürfnissen und Erfahrungen.
6. Die SuS setzen sich mit Individual- und Kollektivbedürfnissen auseinander und erkennen, dass sich neben der Verfolgung von Individualzielen auch Kollektivziele bilden können, insbesondere wenn mehrere Menschen in einer Gruppe gemeinsame Bedürfnisse und Interessen verfolgen.
7. Die SuS setzen sich mit verschiedenen Faktoren auseinander, die Bedürfnisse beeinflussen können. Sie lernen, dass Bedürfnisse in Abhängigkeiten zu Personen, gesellschaftlicher Umwelt und der Zeit stehen.
8. Die SuS sollen verschiedene (Stil-)Mittel, mit denen die Werbung arbeitet, wahrnehmen und benennen können sowie reflektieren können, welche ihrer Emotionen, Wünsche und Bedürfnisse durch Werbung angesprochen werden, um sie zum Kauf zu veranlassen.
9. Die SuS wissen, wie Trends und Moden entstehen und sind sich bewusst, dass diese einen Konsumdruck auslösen können und begegnen dem mit Souveränität.
10. Die SuS setzen sich mit ihren Bedürfnissen und Wünschen bezüglich ihrer Zukunft und ihren Lebenszielen auseinander.

PLUS⁺

PLUS⁺



Lehrerhandreichung Teilmodul 2

Bedürfnisse erkennen und als Wünsche konkretisieren

Entstehung und Formung von Bedürfnissen und deren Ordnung

Bedürfnisse sind Mangelempfindungen, die durch Innenreize oder in einem Zusammenspiel von Innen- und Außenreizen ausgelöst werden. Auch Wünsche und Ziele beziehen sich auf die Beseitigung von Mangelempfindungen, also auf knappe Dinge. Was im Überfluss vorhanden zu sein scheint, wird nicht besonders begehrt bzw. bedarf keiner besonderen Bemühungen der Beschaffung.

Die erste Unterrichtssequenz befasst sich mit der Unterscheidung von Bedürfnissen und Wünschen. Die Schülerinnen und Schüler (SuS) schreiben auf, welche Bedürfnisse und Wünsche sie haben.

Es werden 2 Modelle (Kreismodell, Modell von A. Maslow) zur Kategorisierung der Bedürfnisse behandelt. Die Schülerbeispiele werden den jeweiligen Kategorien beider Modelle zugeordnet.

Nach der Theorie des amerikanischen Psychologen Abraham Maslow (1970) sind unterschiedliche Bedürfniskategorien zu unterscheiden, die er in seinem Buch in folgender Reihenfolge behandelt:

- Physiologische Bedürfnisse, z.B. nach Nahrung, Schlaf, Sexualität
- Sicherheitsbedürfnisse, z.B. Stabilität, Schutz, Ordnung
- Bedürfnisse nach Zugehörigkeit und Liebe, z.B. in der Familie und anderen Gruppen
- Wertschätzungsbedürfnisse, z.B. Anerkennung, Stärke, Kompetenz, Ruhm, Einfluss
- Bedürfnisse nach Selbstverwirklichung, also selbstbestimmte Realisierung der persönlichen Fähigkeiten
- Bedürfnis nach Wissen und Verstehen, z.B. etwas erklären können
- Ästhetische Bedürfnisse, z.B. nach Schönheit, Symmetrie, Ordnung und Vollständigkeit

Einzel- und Gruppenbedürfnisse

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 oder als Selbsthilfegruppe, 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 Bestimmung, 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.

Einflussfaktoren auf Bedürfnisse

Bedürfnisse sind außerordentlich plastisch, d.h. sie sind nicht nur individuell, sondern auch sozial und kulturell formbar und auch tatsächlich vielfältig geformt. Einflüsse durch Erziehung, Bildung, Gruppenzugehörigkeit und Massenkommunikation werden unterschiedlich verarbeitet und sind deshalb nicht immer offensichtlich.

Die SuS bearbeiten dieses Thema in einer Gruppenarbeit. Sie beschäftigen sich mit kulturellen, sozialen und geschichtlichen Einflüssen auf die Entstehung und Ausformung von Bedürfnissen.

Auch Werbung, Trends und Moden prägen 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 Konsumneigung bzw. 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 Suche nach Erregungsangeboten gekennzeichnet ist.

Dies bedeutet, dass sich die Zielbildung weniger innen geleitet und stärker außen geleitet vollzieht. Konsumgüter dienen dabei weniger der Befriedigung elementarer Bedürfnisse als vielmehr der Selbstdarstellung.



Wünsche als Konkretisierung von Bedürfnissen

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 Lebensziele, zu entwickeln und Mittel zur Erreichung der Ziele einzuplanen sowie Prozesse durchzuführen, die der Zielerreichung dienen. 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.

Als Einstieg in die Unterrichtsreihe dient das Gedicht „Das Ideal“ von Kurt Tucholsky. Dem folgt die Bearbeitung des ABs Wunschlebenslauf.

Fragen, die z.B. im Zusammenhang mit dem Wunschlebenslauf gestellt werden können:

Was sind deine Ziele? Was wünschst du dir? Wo möchtest du in zehn Jahren stehen?

Mache dir diesbezüglich Gedanken über deine schulische und berufliche Laufbahn, Freundschaften, Familie, Partnerschaft und deine eigenen Wünsche bzw. Bedürfnisse.

In welchen Lebensabschnitten (z.B. verschiedene Altersstufen, Lebensphasen etc.) möchtest du bestimmte Wünsche bzw. Ziele erreicht haben?

Anmerkungen und Anregungen zum Einsatz des ABs Wunschlebenslauf:

Die Zeiträume/Meilensteine im Leben der SuS können nach Bedarf und individuell auf die SuS abgestimmt gewählt werden. Eine Alternative wäre, die SuS die zeitlichen Abstände selbst wählen zu lassen.

Der Wunschlebenslauf eignet sich ebenfalls, um den Begriff Zielrangfolge und die unterschiedlichen Zielbeziehungen zu erläutern. Folgende Zielbeziehungen sind möglich:

Antinomie (vollständige Unverträglichkeit), Konkurrenz (teilweise Unverträglichkeit), Komplementarität (gegenseitige Förderung) und Indifferenz (vollständige Unabhängigkeit).

Wenn sich Ziele gegenseitig behindern oder sogar ausschließen, dann müssen Kompromisse gesucht werden.



Unterrichtssequenz	Inhalt ¹	Methode ¹	Material ¹
Einstieg Wünsche und Bedürfnisse	Die SuS schreiben auf Klebezettel, was sie "brauchen" und was sie sich "wünschen" (5-10 Stk. pro SuS; 2-farbig -> Wünschen und Brauchen) und legen diese gemeinsam auf einen Tisch (siehe Anschauungsbeispiel "Bedürfniskategorien"). Die SuS strukturieren ihre Beiträge nach Themen (Wohnen, Freizeit, Familie, Partnerschaft etc.). Hinweis: Es gibt auch Bedürfnisse, die nicht mit Geld zu befriedigen sind, wie z.B. Anerkennung und Zuneigung (materiell/immateriell).	Plenum	Klebezettel (2 Farben - Wünschen/Brauchen), Anschauungsbeispiel "Bedürfniskategorien"
Präsentation	Die SuS lesen die Ergebnisse nach Themenbereichen vor.	Plenum	Klebezettel
Kategorisierung der Bedürfnisse, Kreismodell	Die LK präsentiert nacheinander 2 unterschiedliche Kategorisierungsmöglichkeiten von Bedürfnissen (s. Anschauungsbeispiel): Grund-, Kultur- und Luxusbedürfnisse (Kreismodell) sowie Bedürfniskategorien nach Maslow (Anordnung in Ebenen). Das Kreismodell wird besprochen indem die SuS für die 3 unterschiedlichen Kategorien Beispiele nennen, die ebenfalls an der Tafel festgehalten werden. Die SuS erläutern die einzelnen Kategorien mit eigenen Worten.	LSG	Anschauungsbeispiel "Bedürfniskategorien"
Kategorisierung der Bedürfnisse nach Maslow	Einteilung der SuS in Kleingruppen. Die Gruppen ordnen nacheinander die vorstrukturierten Klebezettel den Bedürfniskategorien nach Maslow an der Tafel zu.	GA	Klebezettel (aus 1. Stunde), Anschauungsbeispiel "Bedürfniskategorien"
Ergebnisbesprechung Bedürfniskategorien	Die Besprechung der Ergebnisse erfolgt im Plenum. Bedürfnisse lassen sich nicht immer eindeutig zuordnen, zum Teil kann ein Bedürfnis mehreren Kategorien zugeordnet werden. Abschließend erhalten die SuS ein Infoblatt mit Erläuterungen zu den einzelnen Bedürfniskategorien nach Maslow, welches im Plenum besprochen wird.	Plenum, LSG	Anschauungsbeispiel "Bedürfniskategorien", Infoblatt "Bedürfniskategorien nach Maslow"
Vertiefung Bedürfniskategorien	Die SuS ordnen die auf dem Arbeitsblatt vorgegebenen Bedürfnisse den Bedürfniskategorien nach Maslow zu.	EA	AB "Übung zu den Bedürfniskategorien" (Lösungsvorschlag liegt vor)
Persönliche Rangfolge der Bedürfniskategorien nach Maslow	Die SuS erhalten das Arbeitsblatt und bringen die vorgegebenen Bedürfniskategorien in die für sie "richtige" Reihenfolge. Sie schneiden hierzu die einzelnen Kategorien aus und ordnen diese in dem dafür vorgesehenen Feld an. Die wichtigste Bedürfniskategorie soll hierbei die Basis bilden. Das AB dient auch als Folienvorlage. Diese soll der abschließenden Besprechung dienen. Die SuS können anhand der Folie am OHP den Mitschülern ihre Rangfolge vorstellen.	Plenum, LSG	OHP, AB/Folienvorlage "Persönliche Rangfolge der Bedürfniskategorien", Schere

Plus-Einheiten

¹ AB = Arbeitsblatt; SuS = Schülerinnen und Schüler; LSG = Lehrer-Schüler-Gespräch; LV = Lehrervortrag; SV = Schülervortrag; EA = Einzelarbeit; PA = Partnerarbeit; GA = Gruppenarbeit; HA = Hausaufgabe; OHP = Overhead-Projektor; TA = Tafelanschr.



Unterrichtssequenz	Inhalt ¹	Methode ¹	Material ¹
Rangfolge der Bedürfniskategorien in Abhängigkeit von Lebenssituationen	Ist die Rangfolge immer so? Die Rangfolge der Bedürfniskategorien wird je nach Lebenssituation und Lebensalter auf der Folie (OHP) durch die SuS angepaßt. Zur Erarbeitung der Veränderung der Bedürfnisse nach Lebensalter bearbeiten die SuS das AB "Bedürfnisse verändern sich".	Plenum, EA, LSG	OHP, Folienvorlage "Persönliche Rangfolge der Bedürfniskategorien"; AB "Bedürfnisse verändern sich"
Gruppenbedürfnisse	Nachdem sich die SuS intensiv mit ihren Individualbedürfnissen auseinandergesetzt haben, befassen sie sich im Folgenden mit dem Thema "Gruppenbedürfnisse" und begreifen, dass es häufig sinnvoll oder sogar notwendig ist, sich zu einer Gruppe zusammenzuschließen, um ein Bedürfnis befriedigen bzw. ein Ziel erreichen zu können. Möchte ich z.B. im Chor singen oder Fußball spielen, muss ich mich mit anderen Menschen, die dasselbe Ziel verfolgen bzw. dasselbe Bedürfnis haben, zusammenschließen. Dazu bearbeiten die SuS das AB.	EA, LSG	AB "Gruppenbedürfnisse"
Einflüsse auf die Entstehung von Bedürfnissen	Die SuS setzen sich in Gruppenarbeit mit den Einflussfaktoren auf die Bedürfnisentstehung auseinander. Sie werden dazu in 4 Gruppen aufgeteilt. Die Gruppenarbeitsthemen sind: "Kulturelle Einflüsse", "Soziale Einflüsse (Familie)", "Soziale Einflüsse (Freundeskreis/Peergroup/Partnerschaft)" und "Bedürfnisse im Wandel der Zeit". Zur Präsentation der Gruppenarbeitsergebnisse fertigen sie Collagen oder Präsentationen an und ergänzen diese durch plastisches Anschauungsmaterial.	GA	AB "Gruppenarbeit Bedürfnisse", Materialien zur Erstellung von Collagen
Präsentation der Gruppenarbeiten	Die SuS präsentieren nach einer vereinbarten Zeitspanne die Ergebnisse der Gruppenarbeiten.	Plenum	Angefertigte Collagen oder Präsentationsprogramm, Anschauungsmaterial
Werbung, Trends und Mode als Einflussfaktor auf die Entstehung von Bedürfnissen	Den SuS wird das Arbeitsblatt ausgeteilt, welches im Plenum besprochen wird. Die SuS setzen sich insbesondere damit auseinander, wie Werbung funktioniert, welche Ziele mit Werbung verfolgt werden, welche Einflüsse Trends und Moden haben und erkennen dabei die Wirkung und Beeinflussung der Psyche des Menschen durch Werbung, Trends und Moden. Zur Festigung der Inhalte werden die Aufgaben bearbeitet.	LSG	AB "AB Werbung, Trends und Mode"
Einstieg in das Thema "Wunschlebenslauf"	Das Gedicht von Kurt Tucholsky wird als Einstieg und Impuls für die darauffolgende Anfertigung eines Wunschlebenslaufes gelesen und besprochen.	LSG	Gedicht "Das Ideal"
Der persönliche Wunschlebenslauf	Die SuS erhalten den Auftrag das AB auszufüllen. Die Fragen auf dem AB dienen der Unterstützung beim Ausfüllen. Anschließend werden die Wunschlebensläufe besprochen und diskutiert. (Verweis auf die Unterscheidung in materielle und immaterielle Wünsche/Ziele).	LSG, EA, Plenum	AB "Wunschlebenslauf"
Abschluss der Unterrichtssequenz Wunschlebenslauf	Die SuS erhalten abschließend das Arbeitsblatt, was im Plenum kurz diskutiert wird.	Plenum	AB "Lebensziele"

Plus-Einheiten

¹ AB = Arbeitsblatt; SuS = Schülerinnen und Schüler; LSG = Lehrer-Schüler-Gespräch; LV = Lehrervortrag; SV = Schülervortrag; EA = Einzelarbeit; PA = Partnerarbeit; GA = Gruppenarbeit; HA = Hausaufgabe; OHP = Overhead-Projektor; TA = Tafelanschr.

Teilmodul 2



Heute Morgen, als ich zur Schule gegangen bin, habe ich mir gewünscht, dass die Sonne scheint. Immer dieser Regen...

Erstens komme ich ziemlich nass im Unterricht an und zweitens sieht die Landschaft im Regen ja nun wirklich nicht schön aus.

Solche Gedanken und Wünsche hattet ihr ja bestimmt auch schon einmal, oder?

Was sind eigentlich Wünsche? Warum hat man den Eindruck, dass sie manchmal einfach so da sind oder plötzlich kommen? Wo kommen Wünsche denn überhaupt her?

Jetzt habe ich so viel darüber nachgedacht, dass ich erst mal mein Schulbrot essen muss. Nachdenken macht hungrig, habe ich das Gefühl. Ja, ich habe das Gefühl... Warum kommt denn dieses Gefühl jetzt so plötzlich? Oder habe ich schon länger das Bedürfnis, etwas Essen zu wollen, und mir fällt es jetzt erst auf, weil ich eben mit meinen Gedanken noch woanders war?

Das *Bedürfnis*, etwas zu essen... Oder habe ich den *Wunsch*, etwas zu essen?

Ist schon kompliziert alles. Ich würde vorschlagen, wir versuchen mal gemeinsam zu sortieren, wann man von einem Bedürfnis, wann von einem Wunsch spricht. Und nur mit dem Bedürfnis oder Wunsch ist es ja auch nicht getan. Irgendwie müssen wir unser Bedürfnis und/oder unseren Wunsch ja auch noch befriedigen, oder nicht?

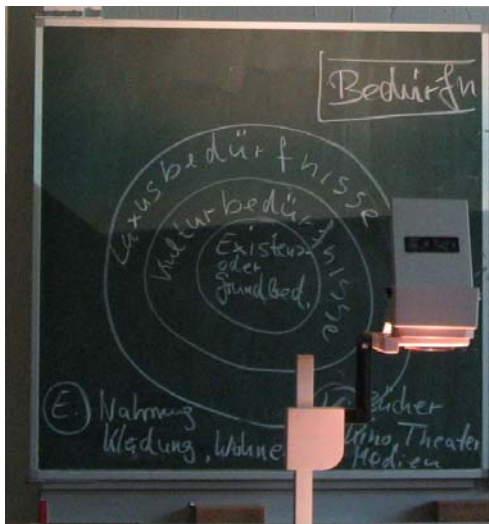
Lasst uns mal sehen, dass wir etwas klarer unterscheiden können, was wir eigentlich meinen, wenn wir von Wünschen und Bedürfnissen sprechen.



Anschauungsbeispiel

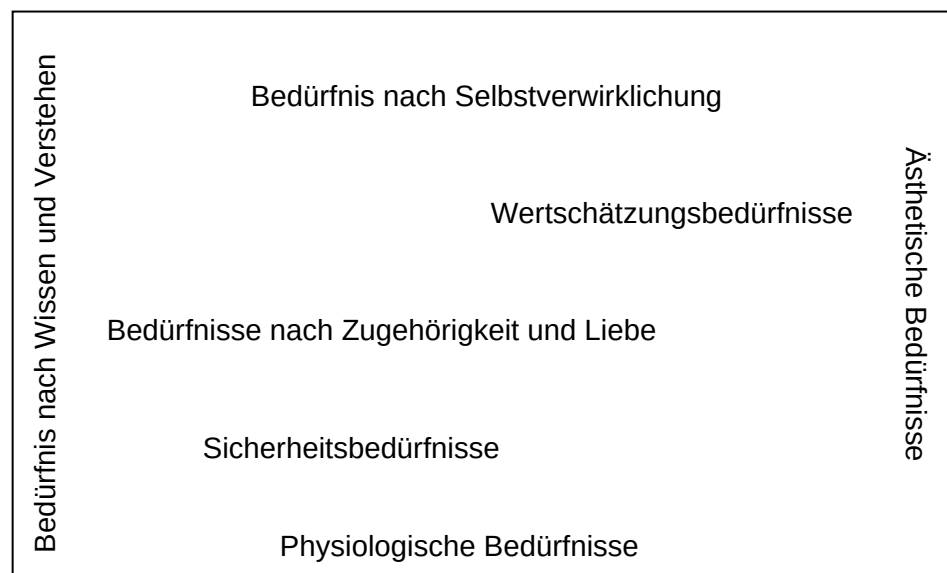
Bedürfniskategorien

Tisch: Wünsche und Bedürfnisse



Tafelanschrieb: Bedürfniskategorien
Kreismodell

Tafelanschrieb: Bedürfniskategorien nach Maslow





Infoblatt

Was sind Bedürfnisse?

Ein Bedürfnis ist das Empfinden eines Mangels verbunden mit dem Wunsch, den Mangel zu beseitigen. Dieses Mangelempfinden kann körperlicher (physiologischer) Natur sein (z.B. Hunger, Durst, Schlaf). Es kann aber auch seelisch-geistiger (psychologischer) Natur sein (z.B. Zuneigung, Liebe, Erfolgserlebnisse, Schutz, Geborgenheit). Bedürfnisse werden manchmal auch (An-)Triebe oder Motive genannt; sie liegen den Wünschen zugrunde.

Bedürfniskategorien nach Maslow

(Abraham Maslow 1908-1970, amerikanischer Verhaltens-Psychologe)

Physiologische Bedürfnisse

Die wichtigsten körperlichen (physiologischen) Bedürfnisse sind die nach Nahrung, Schlaf und Sexualität. Sie sind notwendig für den Wachstums- und Regenerationsprozess.

Wertschätzungsbedürfnisse

Die Wertschätzungsbedürfnisse umfassen zwei sich ergänzende Bereiche. Zum einen die Selbstwahrnehmung, nämlich das Streben nach Stärke, Leistung und Kompetenz, aber auch die Fremdwahrnehmung der eigenen Person, wie den Wunsch nach Prestige, Anerkennung, Aufmerksamkeit und Ruhm. Darauf gründet sich das Selbstwertgefühl eines Menschen.

Bedürfnis nach Wissen und Verstehen

Dieses Bedürfnis meint den Drang, sich Neues anzueignen (z.B. durch Kommunikation mit anderen Menschen, aber auch durch Information und Bildung), um das eigene Wissen und Verstehen zu erweitern oder beispielsweise etwas erklären zu können.

Ästhetische Bedürfnisse

Ästhetik war ursprünglich die Lehre von den sinnlichen Wahrnehmungen und ist heute in erster Linie die Lehre vom Schönen und der Harmonie in Natur und Kunst. Ästhetische Bedürfnisse sind z.B. Bedürfnisse nach Schönheit, Symmetrie, Ordnung und Vollständigkeit.

Bedürfnisse nach Zugehörigkeit und Liebe

Grundlegend ist auch das Bedürfnis nach Zugehörigkeit zu bestimmten sozialen Gruppen (Bezugsgruppen), z.B. zu Freunden und zu der Familie, einem bekannten sozialen Umfeld, in dem man sich geborgen fühlt, sowie nach Liebe und Akzeptanz. Auch strebt der Mensch danach, nicht nur Liebe zu empfangen, sondern auch Liebe zu geben.

Bedürfnis nach Selbstverwirklichung

Gemeint ist das Streben nach der Entwicklung der persönlichen Fähigkeiten, der sogenannten Selbstverwirklichung. Dieses Streben ist von Person zu Person unterschiedlich. Es zeichnet sich durch ein Bedürfnis nach Heiterkeit, Freundlichkeit, Mut, Ehrlichkeit, Liebe, Güte, Reichtum, Prestige, Talententfaltung und Individualität aus.

Sicherheitsbedürfnisse

Sicherheitsbedürfnisse umfassen das Bedürfnis nach persönlicher Sicherheit, Stabilität, Schutz und Ordnung. Menschen wünschen sich eine vorhersagbare Welt. Hierfür ist ein Gefühl von Sicherheit, z.B. im privaten (Familie, Freunde, Partnerschaft) und beruflichen Bereich (fester Arbeitsplatz, geregelter Einkommen), sehr wichtig.



Arbeitsblatt

Persönliche Rangfolge der Bedürfniskategorien

Aufgabe:

Du hast die Bedürfniskategorien nach Maslow kennen gelernt. Schneide nun die unten stehenden Bedürfniskategorien aus, bringe sie in deine persönliche Reihenfolge und klebe sie anschließend fest.

Denke bei deinen Überlegungen daran, dass Bedürfnisse höherer Ebenen erst dann bedeutsam werden, wenn die jeweils darunter liegenden Bedürfnisse zum größten Teil bereits gedeckt sind.

Die physiologischen Bedürfnisse bilden die grundlegende Bedürfniskategorie, da wir ohne deren Befriedigung nicht existieren können. Das Bedürfnis nach Wissen und Verstehen sowie ästhetische Bedürfnisse begleiten und beeinflussen uns bei allen Überlegungen.

Stelle deine individuelle Rangfolge der Bedürfniskategorien deinen Mitschülern vor. Begründe deine Anordnung!

Bedürfnis nach Wissen und Verstehen		Ästhetische Bedürfnisse
	Physiologische Bedürfnisse	



Bedürfnisse nach Zugehörigkeit und Liebe

Wertschätzungsbedürfnisse

Sicherheitsbedürfnisse

Bedürfnis nach Selbstverwirklichung



Arbeitsblatt

Gruppenbedürfnisse



Der Mensch ist ein soziales Wesen. Schon immer haben Menschen gemeinsam gelebt und gehandelt: Ob Großfamilien, Völkerstämme, Clans oder Sippen, ohne die Organisation in Gruppen wäre schon die steinzeitliche Mammutjagd nicht möglich gewesen, geschweige denn der Aufbau von Dörfern, Städten und Nationen. Die Geschichte der Menschen ist eine Geschichte der Kooperationen.

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

Gruppenbildung führt zu einem „Wir“- Bewusstsein der Mitglieder, zur Bestimmung, 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.

Fragen:

1. Welchen Gruppen gehörst du an und welche Bedürfnisse werden von diesen Gruppen befriedigt?
2. Gibt es Situationen, in denen du dich auch zur Befriedigung deiner Bedürfnisse mit anderen Menschen zusammenschließen musst? Warum?
3. Gibt es Situationen, in denen ein Zusammenschluss mit anderen Menschen sinnvoll wäre? Warum?
4. Einseitigkeit in der Gruppenorientierung behindert die Entfaltung der Persönlichkeit. Kannst du dir vorstellen, warum das so ist? Suche Beispiele und begründe deine Antwort!



Arbeitsblatt

Bedürfnisse verändern sich ...

Einflussfaktoren auf Bedürfnisse

Bedürfnisse beziehen sich auf grundlegende Aspekte des Lebens. Im Zeitablauf, in unterschiedlichen Situationen und in verschiedenen Kulturkreisen unterliegen die Bedürfnisse einem Wandel.

Lebensphase als Einflussfaktor

Aufgabe :

Bedürfnisse verändern sich und variieren in unterschiedlichen Lebensphasen. Stell dir vor, du bist:

3 Monate,
3 Jahre,
13 Jahre,
30 Jahre,
65 Jahre alt.

Welche Bedürfnisse hast du in der jeweiligen Lebensphase (Alter)?

Welche Bedürfnisse kommen in den verschiedenen Lebensphasen dazu?

Welche Bedürfnisse treten in den unterschiedlichen Lebensabschnitten in den Vordergrund, welche Bedürfnisse spielen vielleicht nur noch eine untergeordnete Rolle?

Was glaubst du, welche individuellen Unterschiede es zwischen Menschen im gleichen Lebensalter in Bezug auf deren Bedürfnisse geben kann?

Beantworte die Fragen jeweils in einigen Sätzen und diskutiere dann mit deinen Mitschülern die Ergebnisse.

Was hat Werbung mit mir zu tun und welchen Einfluss haben Trends und Moden auf mich?

Werbung weckt Bedürfnisse!

Es ist unbestritten, dass Werbung die Einstellungen und Verhaltensweisen von Menschen beeinflussen soll. Mit ihrer Hilfe sollen Produkte vermarktet werden, um einen möglichst hohen Absatz zu erzielen. Tatsächlich kann ein sozialer Zwang ausgeübt werden, indem Menschen sich nur durch die Inanspruchnahme bestimmter Dienstleistungen oder durch den Besitz von ausgewählten Produkten zu verschiedenen sozialen Gruppen zugehörig fühlen. Je mehr ein Produkt für ein Lebensgefühl oder eine Modeerscheinung in einer Gesellschaft steht, umso größer ist das Verlangen dieses Produkt besitzen zu wollen. Der psychische Druck, dadurch ein Selbstwertgefühl aufrecht zu erhalten, steigt, da für die meisten Menschen soziale Anerkennung von großer Bedeutung ist. Produkte und Dienstleistungen, die durch unterschiedliche Werbemaßnahmen vielen Personen bekannt sind, lassen ihren Besitzer einen bestimmten sozialen Status erlangen (z.B. das neueste Handymodell oder der angesagteste MP3-Player).

Werbung ist Konsumverstärker!

Die Aufmerksamkeit von Menschen in Bezug auf Sachgüter und Dienstleistungen wächst mit deren Bekanntheitsgrad. Je öfter man einen Werbeslogan liest, hört oder sieht und je leichter er sich einprägt, umso mehr behält man ein Produkt in Erinnerung oder lässt sich sogar soweit beeinflussen, dass man es kauft.

Aber stimmt das wirklich?

Seit 2007 ist Tabakwerbung in Zeitschriften, Zeitungen und im Internet verboten. Auf Plakaten und in Kinos darf jedoch weiter für Zigaretten & Co. geworben werden. Wird seitdem weniger geraucht? Der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) stellt keine merklichen Veränderungen fest. Erhöht Werbung also doch nicht den Absatz von Produkten? Immerhin ist seit den 70er Jahren schon die Tabakwerbung in Radio und Fernsehen verboten.

Jetzt kann man davon ausgehen, dass Werbung gar keine Bedürfnisse weckt, die Menschen also nicht mehr von einem beworbenen Produkt konsumieren. Tatsächlich führten die Verbote jedoch dazu, dass andere Werbestrategien genutzt wurden. So werden Tabakerzeugnisse jetzt beispielsweise durch Promotion-Artikel oder Sponsoring beworben.

Beeinflussen sich Werbung, Mode und Trends gegenseitig?

Modeerscheinungen kennt jeder von uns. Sie zeichnen sich dadurch aus, dass Produkte und Dienstleistungen innerhalb eines bestimmten Zeitraumes besonders „angesagt“ sind. Mode kann sich in unterschiedlichen Bereichen ausdrücken. So waren z.B. in den End-60er Jahren, der sogenannten Hippie-Zeit, besonders Schlaghosen in Mode. Die Werbung in dieser „Flower-Power“-Zeit war besonders bunt. Die Menschen wurden von dem Gute-Laune- und Freiheits-Gefühl angesteckt.

Trends sind langfristige Veränderungen in vielen Bereichen der Gesellschaft; sie erlauben Prognosen über zukünftige Entwicklungen. Die Moden der End-60er Jahre beeinflussen unsere Gesellschaft bis heute. Schlaghosen und bunte Hemden tragen noch heute viele Menschen. Und die durch die Hippies proklamierte Freiheit ist auch heute noch aktuell.

Werbung greift aktuelle Moden und Trends auf. Personen, die in Werbespots zu sehen sind, sind z.B. in Bezug auf ihre Kleidung an zeitgemäße Moden angepasst. Musikalische Werbeuntermalungen beinhalten meist Musikstil und/oder -titel der aktuellen Zeit.

Ohne Werbung geht es kaum! Muss Werbung wirklich sein?

Gerade weil wir in einer sogenannten Überfluggesellschaft leben und eigentlich alles haben, was wir zum Leben brauchen, begegnet uns Werbung fast täglich. Sie ist aus unserer Gesellschaft nicht mehr wegzudenken.

Anhand des Beispiels der Tabakwerbung wird deutlich, dass Industrie und Handel sich von Werbemaßnahmen viel versprechen. Verbote führen dazu, dass sie anderweitig umgangen werden. Die Hauptsache ist doch, dass Produkte und Dienstleistungen von möglichst vielen Menschen wahrgenommen werden. Die Gründe, die dafür sprechen, sind ausschlaggebend dafür, dass jährlich viele Millionen Euro für Werbemaßnahmen ausgegeben werden, obwohl manche Produkte (z.B. hochwertige, teure Autos) nur von wenigen Personen erworben werden können.

Durch den Bekanntheitsgrad des Produktes und die Besonderheit, die durch die Werbung oft verstärkt wird, steigt sowohl das Image bzw. das Ansehen der Firma, die das Produkt vermarktet, als auch das Image und der Status der Person, die ein solches Produkt besitzt. Zumindest soll dieses Gefühl für beide Seiten vor allem durch Werbung hervorgerufen werden.

Fragen/Aufgaben:

1. Glaubst du, dass du dich (stark) von Werbung beeinflussen lässt und/oder hat sich dein Verhalten in manchen Situationen durch Werbung verändert? Wenn ja, beschreibe dies an Beispielen!
2. Hast du das Gefühl, bestimmte Produkte besitzen zu müssen, die z.B. deine Freunde auch haben?
3. Sind dir Markenprodukte wichtig? Besitzt du Produkte, die besonders dein Lebensgefühl, deinen Lifestyle/Lebensstil repräsentieren und die du deshalb besonders wichtig findest?
4. Hast du das Gefühl, durch bestimmte Produkte einen besonderen Status oder besseres Ansehen zu erlangen? Wenn ja, welche Produkte sind das? Und bei wem bzw. in welcher Gruppe von Menschen meinst du damit ein höheres Ansehen oder mehr Beachtung zu erlangen?
5. Was sind Trends und Moden – wie unterscheiden sie sich? Beschreibe sie in deinen Worten.
6. Inwieweit meinst du, dass Werbung Trends und Moden auslöst?
7. Inwieweit wird auf der anderen Seite die Werbung selbst von Trends und Moden beeinflusst?
8. Welche Trends und Moden beeinflussen deinen Lebensstil bzw. deinen Alltag? Nenne jeweils 3 Beispiele.



Gedicht

Kurt Tucholsky – Das Ideal

Ja, das möchtest:

- Eine Villa im Grünen mit großer Terrasse,
mit schöner Aussicht, ländlich-mondän,
vom Badezimmer ist die Zugspitze zu sehn -
5 aber abends zum Kino hast du's nicht weit.

Das Ganze schlicht, voller Bescheidenheit:

- Neun Zimmer, - nein, doch lieber zehn!
Ein Dachgarten, wo die Eichen drauf stehn,
Radio, Zentralheizung, Vakuum,
10 eine Dienerschaft, gut gezogen und stumm,
eine süße Frau voller Rasse und Verve -
(und eine fürs Wochenende, zur Reserve) -
eine Bibliothek und drumherum
Einsamkeit und Hummelgesumm.
- 15 Im Stall: Zwei Ponies, vier Vollbluthengste,
acht Autos, Motorrad - alles lenkste
natürlich selber - das wär ja gelacht!
Und zwischendurch gehst du auf Hochwildjagd.

Ja, und das hab ich ganz vergessen:

- 20 Prima Küche - erstes Essen -
alte Weine aus schönem Pokal -
und egalweg bleibst du dünn wie ein Aal.
Und Geld. Und an Schmuck eine richtige Portion.
Und noch ne Million und noch ne Million.
- 25 Und Reisen. Und fröhliche Lebensbuntheit.
Und famose Kinder. Und ewige Gesundheit.

Ja, das möchtest!

Aber, wie das so ist hienieden:

- manchmal scheint's so, als sei es beschieden
30 nur pöapö, das irdische Glück.
Immer fehlt dir irgendein Stück.
Hast du Geld, dann hast du nicht Käten;
hast du die Frau, dann fehl'n dir Moneten -
hast du die Geisha, dann stört dich der Fächer:
35 bald fehlt uns der Wein, bald fehlt uns der Becher.

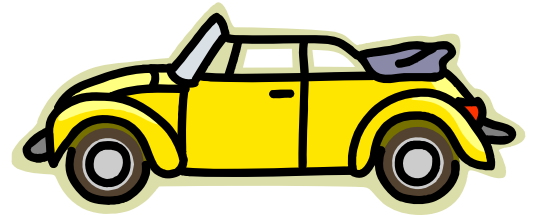
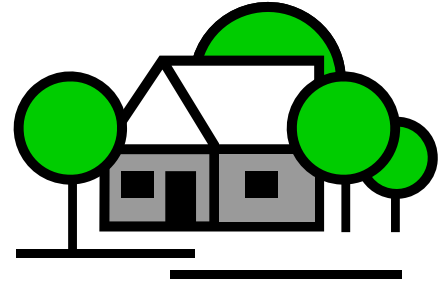
Etwas ist immer.

Tröste dich.

Jedes Glück hat einen kleinen Stich.

- Wir möchten so viel: Haben. Sein. Und gelten.
40 Dass einer alles hat:

Das ist selten.





Arbeitsblatt

Gestalte deinen Wunschlebenslauf!

Aufgabe 1:

Was wünschst du dir in Bezug auf die im Wunschlebenslauf angegebenen Lebensbereiche (z.B. ich möchte mich besser mit meiner Schwester vertragen, ich möchte in Mathematik besser sein)?

In welcher Lebensphase möchtest du diesen Wunsch verwirklichen?

Trage deine Wünsche in die entsprechenden Spalten ein.

Wunschlebenslauf

LEBENS- BEREICHE LEBENS- PHASEN	ICH FÜR MICH	SCHULE/BERUF	FAMILIE	FREUNDE
IN DEN NÄCHSTEN 2 MONATEN				
BIS ZUM 20. LEBENSJAHR				
BIS ZUM 30. LEBENSJAHR				

Aufgabe 2:

Betrachte nun deine Wünsche und unterstreiche diejenigen Wünsche farbig, die besonders stark durch Werbung, Trends und Moden beeinflusst/geprägt sind.

Arbeitsblatt

Lebensziele

Wofür wollt Ihr leben?

1. Um zu arbeiten?



Herr Pichl rechnete 50 Jahre lang Zahlen zusammen. Fleißig, fleißig.



Frau Ems hat Woche für Woche Haushalt und Messingschild blank gehalten. Lebenslänglich.



Herr Kleinknecht hat sich für Betrieb, Bundesverdienstkreuz und Herzinfarkt aufgearbeitet. Brav.



P.P. stellte auf der Höhe des Erfolges fest: Du kannst doch nie mehr essen, als bist Du satt bist. Keine Befriedigung.

2. Um das Leben zu genießen?



B.H. Multimillionärin, versucht 8 Ehemänner zu konsumieren. Kein Glück.



R. Pinelli, weltreisender Playboy, versuchte alles mitzumachen was nur geht. Selbstmord mit 35 Jahren.

3. Um mehr Ansehen zu erringen?



Familie Schön hat ein größeres Auto und Haus als die Nachbarn. Dafür schufteten Sie von früh bis spät.



Betty O. Fotomodel, lebt nur für ihre Schönheit. Nach 10 Jahren Hungerkur, rauschgiftsüchtig.



Dr. F. herrscht endlich als Hauptvorstand. Mit chronischem Magengeschwür.

4. Um Mensch zu sein?



Das Leben ist eine tolle Angelegenheit. Aber viele versäumen Sie. Als Arbeitstier, Konsument, Ehrgeizer.



Du bist als Mensch auf dieser Welt. Du kannst denken und fühlen wie sonst kein anderes Wesen. Tiere sind ganz anders.



Ergreift diese einmalige Gelegenheit: Lebt wirklich als Mensch auf dieser Erde! Mit Herz und Verstand.