

Bedürfnispyramide

Der Psychologe Abraham Maslow hat durch Studien über erfolgreiche und glückliche Menschen festgestellt, dass menschliche Bedürfnisse hierarchisch geordnet sind und aufeinander aufbauen. In der Bedürfnispyramide, beziehungsweise dem Stufenmodell, sind die menschlichen Bedürfnisse in fünf Kategorien unterteilt.

Auf der ersten Stufe stehen die überlebensnotwendigen Grundbedürfnisse. Eine ausreichende Wasser- und Nahrungsmittelversorgung ist essentiell für den menschlichen Körper und daher das mächtigste Verlangen.

Zur zweiten Stufe gehört das Streben nach Sicherheit. Darunter versteht man die Sicherheit, den Schutz, die Stabilität, die Geborgenheit, Freiheit von Angst, das Verlangen nach Strukturen, Ordnungen, Grenzen, Regeln und Gesetzen. Der Wunsch nach Sicherheit trifft dem Modell zufolge erst ein, wenn die Grundbedürfnisse der ersten Stufe gedeckt sind.

Wenn die untersten beiden Ebenen gedeckt sind, folgen auf der dritten Stufe soziale Bedürfnisse. Der Mensch verlangt nach Zuneigung und [Akzeptanz](#). Die vierte und fünfte Stufe sind eine Verschärfung sozialer Bedürfnisse. Sind Zuneigung und [Akzeptanz](#) gegeben, streben Menschen nach Anerkennung und Wertschätzung. An der Spitze der Pyramide steht die individuelle Selbstentfaltung.

Die unteren Stufen spiegeln die sogenannten Defizitbedürfnisse wieder, die je tiefer die Stufe, umso wichtiger für das Überleben sind. Sind die physiologischen Bedürfnisse gedeckt, treten die Wachstumsbedürfnisse in Form von sozialen Wünschen an dessen Stellen. Maslow geht davon aus, dass eine Person die eigene Individualisierung niemals anstreben würde, solange die niederen Bedürfnisse nicht erfüllt sind. Um den Zustand des Glücks und der Zufriedenheit erreichen zu können, müssen zunächst die überlebensnotwendigen Dinge gegeben sein.

Das Wissen um dieses mehrstufige Bedürfnis-Modell findet im Bereich der allgemeinen Betriebswirtschaft vor allem im Bereich der Mitarbeitermotivation und im Bereich Werbung, Verkauf und Vertrieb Anwendung. Die [Bedürfnishierarchie](#) lässt sich auf den Arbeitsplatz folgendermaßen übertragen:

Grundbedürfnisse Hunger, Durst, Schlaf	Ausreichende Bezahlung, gesunder Arbeitsplatz
Sicherheitsbedürfnisse Geborgenheit und Schutz	Sicherer Arbeitsplatz, Altersversorgung, Kündigungsschutz
Soziale Bedürfnisse Zugehörigkeit, Freundschaft	Teamarbeit, Kommunikation, Transparenz

Status	Statussymbole, Bezahlung, Lob
Anerkennung und Status	
Selbstverwirklichung	Mitbestimmung, Einfluss, Freizeit
Entfaltung der Persönlichkeit	

In Verkaufsgesprächen oder in der Werbung versuchen Unternehmen ihre Verkaufsstrategie dem Kunden anzupassen. Wenn die Bedürfnisse und Wünsche des Kunden bekannt sind, ist die Chance ein geeignetes und überzeugendes Produkt zu verkaufen höher. Mithilfe der [Bedürfnishierarchie](#) nach Maslow soll dies geschehen. Anhand eines Beispiels beim möglichen Kauf eines Autos wird dies verdeutlicht.

1. Will der Kunde ein möglichst billiges Transportmittel?
2. Will er viel Sicherheit für sich und seine Familie mit Airbags, ABS, Gurtstraffern und all den vielen Extras, die heute dazu angeboten werden?
3. Oder will er "viel Platz für Freunde" mit gleich drei Sitzplätzen vorne?
4. Oder möchte er mit einem besonders edlen Gefährt seinen Nachbarn beeindrucken?
5. Oder träumt er vielleicht seit Jahrzehnten von einem sportlichen Cabriolet für Rundfahrten in Italien und Frankreich?