

# GLIEDERUNG

Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen  
Abkürzungsverzeichnis

## A. Einleitung

I. Gegenstand und Aufbau der Arbeit	1
II. Begriffliche Grundlagen	3
1. Die etymologische Herleitung des Begriffs Bedürfnis	3
2. Inhaltliche Bestimmung des Bedürfnisbegriffs	4
a) Essentialmerkmale des Bedürfnisbegriffs aus einzelwissenschaftlicher Sicht	4
b) Versuch einer wissenschaftsübergreifenden Definition von Bedürfnis	10
c) Abgrenzung des Bedürfnisbegriffs von artverwandten Begriffen	12
aa) Bedürfnis versus Trieb	12
bb) Bedürfnis - Wunsch - Wille	13
cc) Bedürfnis - Motivation - Handlung	14
dd) Bedürfnis und Bedarf	15
d) Ausgewählte Bedürfnisklassifikationen im Überblick	16
e) Zum Begriff der Bedürfnisorientierung	22
f) Bedürfniswandel und Bedürfniskritik	24

## B. Philosophiegeschichtliche Darstellung des Begriffs Bedürfnis

I. Vorbemerkungen	27
II. Der Bedürfnisbegriff in der antiken Philosophie	29
1. Der Begriff 'Bedürfnis' in der Philosophie des Aristoteles	29
2. Bedürfnisse als Bestandteile einer gelungenen Lebensführung nach Epikur	33
3. Bedürfnislosigkeit als Leitidee der Philosophie des Diogenes von Sinope	36
III. Die Bedeutung des Bedürfnisbegriffs in der mittelalterlichen Philosophie	37
1. Vorbemerkungen	37
2. Der Bedürfnisbegriff im philosophischen Denken des Albertus Magnus	37
3. Thomas von Aquin und die Bedürfnisse des Menschen	38
IV. Der Bedürfnisbegriff in der Philosophie der Neuzeit	40
1. Vorbemerkungen	40
2. Der Begriff 'Bedürfnis' in der Vorstellungswelt Immanuel Kants	41
3. Das System der Bedürfnisse nach Hegel	44
a) Der Bedürfnisbegriff im metaphysischen Denken Hegels	44
b) Die Aufbauprinzipien des Systems der Bedürfnisse	46
aa) Das Prinzip der allseitigen Abhängigkeit	46
bb) Das Prinzip erweiterter Freiheit durch Beitrag und Teilhabe	48
cc) Abgrenzung und Angleichung als Entwicklungsgrößen im System der Bedürfnisse	49
dd) Die Zentralfunktion des Geldes	50
ee) Die Sittlichkeit als Regulativ für ungehemmte Bedürfnisbefriedigung	51
c) Die Rolle der Staatsökonomie für das System der Bedürfnisse	52
V. Die menschlichen Bedürfnisse in der Philosophie der Moderne am Beispiel der philosophischen Anthropologie	53
1. Vorbemerkungen	53
2. Der Mensch als Gegenstand der philosophischen Anthropologie	55
3. Ausgesuchte Modelle philosophischer Anthropologie	55
a) Bedürfnisse in der Philosophie Helmuth Plessners	55
b) Die Bedürfnisorientierung nach Arnold Gehlen	57

### C. Die Bedeutung des Terminus 'Bedürfnis' in den Wirtschaftswissenschaften

I	Der Bedürfnisbegriff als Diskussionsobjekt in der Volkswirtschaftslehre	60
1	Vorbemerkungen	60
2	Argumente gegen den Bedürfnisbegriff als Untersuchungsgegenstand in der volkswirtschaftlichen Forschung	60
3	Argumente für die Berücksichtigung des Bedürfnisbegriffs als Untersuchungsgegenstand in der Volkswirtschaftslehre	61
4	Der Bedürfnisbegriff in ausgesuchten volkswirtschaftlichen Lehrmeinungen	64
a)	Vorbemerkungen	64
b)	Der Bedürfnisbegriff im Denken der englischen Klassiker als Vertreter der 'objektiven Richtung'	64
aa)	Der Terminus Bedürfnis in der Lehre von Adam Smith	64
bb)	Der Begriff Bedürfnis im Denken von David Ricardo und Robert Malthus	66
cc)	Der Bedürfnisbegriff in der neoklassischen Theorie	68
c)	Die Bedeutung des Bedürfnisbegriffs für die 'subjektive Richtung' am Beispiel der österreichischen Schule	70
aa)	Die menschlichen Bedürfnisse in der Werttheorie Carl Mengers	71
bb)	Der Bedürfnisbegriff in der Kapitalzinstheorie Böhm-Bawerks	72
II.	Der Bedürfnisbegriff als Gegenstand der Betriebswirtschaftslehre	74
1.	Vorbemerkungen	74
2.	Die Bedeutung des Bedürfnisbegriffs in der systematischen Handlungswissenschaft zur Zeit des Merkantilismus	75
3.	Die Bedeutung des Bedürfnisbegriffs in der Betriebswirtschaftslehre vom Beginn des 20. Jahrhunderts bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs.	78
a)	Der Bedürfnisbegriff in den Arbeiten von Friedrich Schär	78
b)	Der Bedürfnisbegriff in der Betriebswirtschaftslehre Heinrich Nicklischs	81
aa)	Die Bedeutung des Terminus Bedürfnis im allgemeinen	81
bb)	Die Bedeutung wirtschaftlicher Bedürfnisse im besonderen	83
cc)	Das wirtschaftliche Bedürfnis als Bestandteil der Wertbildung in Betrieben	85
dd)	Die Bedeutung der Arbeiten Heinrich Nicklischs für die Entwicklung der Betriebswirtschaftslehre in Deutschland	91
4.	Der Bedürfnisbegriff in ausgesuchten betriebswirtschaftlichen Lehrmeinungen vom Zweiten Weltkrieg bis zur Gegenwart	92
a)	Wissenschaftstheoretischer Exkurs	92
aa)	Der Ursprung des Werturteilsstreits	92
bb)	Die Resultate des Werturteilsstreits	93
cc)	Die Auswirkungen des Werturteilsstreits auf die Betriebswirtschaftslehre	95
b)	Der Bedürfnisbegriff als Bestandteil ausgewählter Betriebswirtschaftslehren	100
aa)	Der Bedürfnisbegriff in der Betriebswirtschaftslehre Erich Gutenbergs	100
bb)	Der Bedürfnisbegriff in der entscheidungsorientierten Betriebswirtschaftslehre nach Edmund Heinen	103
cc)	Die Bedürfnisorientierung als Bestandteil der systemorientierten Betriebswirtschaftslehre nach Hans Ulrich	108
dd)	Die Bedeutung menschlicher Bedürfnisse in der verhaltenstheoretischen Betriebswirtschaftslehre nach Günther Schanz	113
ee)	Bedürfnisorientierung als unternehmenspolitisches Leitmotiv in der handlungstheoretischen Betriebswirtschaftslehre nach Helmut Koch	121

c) Das wirtschaftliche Bedürfnis in der Allgemeinen Betriebswirtschaftslehre nach Klaus Stüdemann	126
aa) Das Bedürfnisbefriedigen als Essentialmerkmal wirtschaftlichen Handelns	126
bb) Die Orte des Befriedigens wirtschaftlicher Bedürfnisse	129
cc) Die Bedeutung von Gütern und Geld für das Bedürfnisbefriedigen	134

#### **D. Bedürfnisorientierung als unternehmenspolitisches Konzept**

I Vorbemerkungen	136
II Grundbegriffe zur Unternehmenspolitik	137
1. Wesen und Bedeutung des Terminus 'Unternehmenspolitik'	137
2 Formen von Unternehmenspolitik	139
a) Das 'policy-making' als Prozeß der Grundzielsetzung	139
b) Die Durchsetzung von Formalzielen als 'political behavior'	142
3 Die situationsbedingte Bestimmung von Unternehmenspolitik	145
a) Unternehmenspolitik bei akutem Handlungsdruck	146
b) Unternehmenspolitik unter latentem Handlungsdruck	147
c) Unternehmenspolitik in einem problemfreien Gestaltungsumfeld	148
III Bedürfnisorientierung als Faktor der Unternehmenspolitik	149
1. Bedürfnisorientierung als Formalziel und Strategieelement	149
2. Bedürfnisorientierung als Bestandteil des Marketing	151
a) Bestimmung des Marketingbegriffs	151
b) Entwicklungslinien des Marketing	152
c) Wesen und Bedeutung der Marketingphilosophie	153
aa) Bedürfnisorientierung als Element der Marketingphilosophie	154
bb) Einflußfaktoren auf die Marketingphilosophie	157
cc) Orientierungsgrößen für die Marketingphilosophie	159
d) Das Marketingkonzept in der betrieblichen Praxis	160
3. Die Bestimmung von Kundenbedürfnissen mit Hilfe der Marktforschung	165
a) Aufgabe und Wesen der Marktforschung	165
b) Methodiken der Marktforschung	165
c) Erkenntnisse über das Käuferverhalten aus der Marktforschung	166

#### **E. Bedürfnisorientierung als unternehmenspolitisches Konzept von Universalbanken**

I. Begriffliche Grundlagen	169
1. Der Begriff 'Universalbank'	169
2. Definitionsansätze zum Begriff 'Dienstleistung'	171
3. Wesen und Eigenarten von Bankleistungen	172
II. Entwicklungstendenzen am Finanzdienstleistungsmarkt	173
1. Veränderungen des Bankenmarktes auf internationaler Ebene	173
2. Die Wettbewerbsbedingungen am deutschen Bankenmarkt	175
3. Die neuen Strukturen in der Kunde-Bank-Beziehung	176
a) Im Privatkundengeschäft	176
b) Im Firmenkundengeschäft	178
III. Strategische Handlungsalternativen in einem veränderten Bankenmarkt	179
1. Grundformen der Marktpositionierung	179
2. Bank-Marketingstrategien im Überblick	181
a) Marktsegmentierung als Element des Bank-Marketing	182
aa) Grundlagen der Marktsegmentierung	182
bb) Arten der Marktsegmentierung	183

IV		
	b) Wesen und Bedeutung des Zielgruppen-Marketing	185
	c) Das Leistungsprogramm als Marketingelement	187
	d) Alternativen in der Absatzwegeentscheidung	189
	aa) Formen des stationären Vertriebs	190
	bb) Gestaltungsmöglichkeiten des mobilen Vertriebs	191
	cc) Bankautomations- und Kommunikationssysteme als Vertriebs-elemente	192
IV.	Bedürfnisorientierung als strategischer Erfolgsfaktor im Bankgeschäft	194
1.	Vorbemerkungen	194
2.	Grundformen bedürfnisorientierter Strategien	196
3.	Bankmarktforschung als Mittel der Informationsgewinnung	200
	a) Gestaltungsbereiche der Bankmarktforschung	201
	b) Besonderheiten der Bankmarktforschung	202
4.	Banktechnische Vorleistungen	204
5.	Entwicklung einer kundenorientierten Organisation	205
6.	Personalpolitische Maßnahmen	206
7.	Qualitätsmanagement als Maßstab beim Leistungserstellungsprozess	208
	a) Grundlagen des Qualitätsmanagements	209
	b) Gestaltungsformen des Qualitätsmanagements	212
	c) Restriktionen des Qualitätsmanagements	214
8.	Kundenzufriedenheit als Maßstab beim Leistungserstellungsprozess	215
	a) Bedeutung der Kundenzufriedenheit	215
	b) Kennzahlen zur Kundenzufriedenheit	217
V.	Bedürfnisorientierung im Firmenkundengeschäft von Banken	219
1.	Die spezifischen Problemlagen mittelständischer Firmenkunden	220
	a) Der Begriff 'mittelständische Firmenkundschaft'	220
	b) Wesen und Merkmale mittelständischer Unternehmen	221
	c) Besonderheiten des Firmenkundengeschäfts in den neuen Ländern	223
	d) Formen der Bedürfnisorientierung im mittelständischen Firmenkundengeschäft von Universalbanken	224
	aa) Bereitstellung von Risikokapital	226
	bb) Beratungs- und Informationsleistungen	229
	cc) Serviceleistungen durch Electronic Banking	236
2.	Bedürfnisorientierung im Geschäft mit Großunternehmen	238
	a) Definition und Charakteristika von Großunternehmen	238
	b) Tendenzen im Verhältnis Großkunden - Universalbanken	239
	c) Formen der Bedürfnisorientierung im Großkundengeschäft	241
	aa) Credit-Management	242
	bb) Risk-Management	243
	cc) International Cash-Management	244
VI.	Bedürfnisorientierung im Privatkundengeschäft	246
1.	Aktuelle Entwicklungslinien im Privatkundengeschäft	246
2.	Formen der Bedürfnisorientierung im Privatkundengeschäft	249
	a) 'Financial Planning' für wohlhabende und vermögende Privatkunden	249
	aa) Voraussetzungen	251
	bb) Umsetzungsformen	252
	cc) Alternative Anlageformen	253
	dd) Organisatorische Vorkehrungen	255
	b) Bedürfnisorientierung im Geschäft mit älteren Bankkunden	257
	c) Besonderheiten des Privatkundengeschäfts in den neuen Ländern	259
F.	Zusammenfassung und Ausblick	261
G.	Literaturverzeichnis	262

**Verzeichnis der Tabellen und Abbildungen**

Abb. 1:	Bedürfnishierarchie nach Maslow	S. 20
Abb. 2:	Ordnungsrahmen für Bedürfnisse/Bedürfnisobjekte	S. 21
Abb. 3:	Entwicklungstendenzen des Geistes nach Hegel	S. 46
Abb. 4:	Bedürfnisarten nach Nicklisch	S. 82
Abb. 5:	Das Prinzip der Wertbildung in der geschlossenen Hauswirtschaft	S. 87
Abb. 6:	Grundelemente wissenschaftstheoretischer Basisentscheidungen	S. 95
Abb. 7:	Das Bedürfnisbefriedigen als Essentialmerkmal wirtschaftlichen Handelns	S. 130
Abb. 8:	Phasen des wirtschaftlichen Handelns	S. 133
Abb. 9:	Das Push/Pull-Modell	S. 197
Abb. 10:	Das GAP-Modell	S. 211
Abb. 11:	Die Prinzipien des Total Quality Managements	S. 213