

WAH.3 | Konsum gestalten

◀ Vorangehende Kompetenz: NMG.6.4, NMG.6.5

1. Die Schülerinnen und Schüler können Einflüsse auf die Gestaltung des Konsumalltages erkennen.

Querverweise

BNE - Wirtschaft und Konsum

Einflüsse auf Konsum

WAH.3.1

Die Schülerinnen und Schüler ...

3

- | | | |
|---|--|--|
| a | » können Lebensstile vergleichen und Gemeinsamkeiten und Unterschiede beschreiben (z.B. Eigentum, Gewohnheiten, Ressourcenverbrauch, Umgang mit Wahlfreiheit, Werthaltungen). <small>≡ Wohlstand, Lebensstile, Lebensvorstellungen</small> | |
| b | » können unterschiedliche Einflüsse auf die Gestaltung des Konsumalltages erkennen und benennen, sowie deren Bedeutung für das eigene Konsumieren reflektieren (z.B. Marktangebot, finanzielle Ressourcen, Medien, soziales Umfeld). | |
| c | » können bei Konsumgütern ausgewählte Marketingstrategien untersuchen und deren Einfluss auf Konsumententscheidungen diskutieren (z.B. Werbe- und Verkaufsstrategien, Marken). <small>≡ Marketingstrategien</small> | |

◀ Vorangehende Kompetenzen: NMG.6.5

2. Die Schülerinnen und Schüler können Folgen des Konsums analysieren.

Querverweise

BNE - Natürliche Umwelt und Ressourcen
NT.9.3

Konsumfolgen

WAH.3.2

Die Schülerinnen und Schüler ...

3

- | | | |
|---|--|--------------------------------------|
| a | » können auf der Grundlage von Informationen (z.B. aktuelle Studien, Fachartikel, Zeitungsberichte) die Wirkung alltäglicher Konsumsituationen auf die Umwelt reflektieren (z.B. Ökobilanz). <small>≡ Einsatz von Ressourcen: Rohstoffe, Energie, Wasser; Entsorgung</small> | MI - Recherche und Lernunterstützung |
| b | » können ökonomische, ökologische oder soziale Folgen des Konsums aus verschiedenen Perspektiven betrachten (z.B. Konsument, Produzent, Arbeitnehmer, Gesellschaft). <small>≡ Folgen des Konsums: ökonomisch, ökologisch, sozial</small> | |
| c | » können anhand des Produktlebenszyklus von Gütern aufzeigen, welche ökonomischen, ökologischen und sozialen Überlegungen in Konsumententscheidungen einfließen. <small>≡ Produktlebenszyklus: Rohstoffgewinnung, Herstellung, Vertrieb, Ge-/Verbrauch, Entsorgung</small> | |
| d | » können erklären, wie persönliche Entscheidungen Folgen des Konsums beeinflussen. | |

◀ Vorangehende Kompetenz: NMG.6.4, NMG.6.5		Querverweise BNE - Wirtschaft und Konsum
3. Die Schülerinnen und Schüler können kriterien- und situationsorientierte Konsumententscheidungen finden.		
<i>Konsumententscheidungen</i> WAH.3.3 Die Schülerinnen und Schüler ...		
3 ○	a » können Konsumangebote unter Berücksichtigung von Produktinformationen und weiteren Kriterien vergleichen (z.B. Materialeigenschaften, Praktikabilität; ökologische Kriterien bei Herstellung, Nutzung, Entsorgung). ≡ Kriterienorientierter Angebotsvergleich	
	b » können ausgehend von Situation und Bedarf sowie den Konsumangeboten eine an Kriterien orientierte Kaufentscheidung ableiten. ≡ Situationsanalyse, Bedarfsanalyse	
	c » können zu unterschiedlichen Konsumgütern und Situationen Informationen recherchieren und so relevante Kriterien für Kaufentscheidungen zusammenstellen.	MI - Recherche und Lernunterstützung