

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).  Wohlstand, Lebensstile, Lebensvorstellungen

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).  Marketingstrategien

◀ 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).  Einsatz von Ressourcen: Rohstoffe, Energie, Wasser; Entsorgungb » können ökonomische, ökologische oder soziale Folgen des Konsums aus verschiedenen Perspektiven betrachten (z.B. Konsument, Produzent, Arbeitnehmer, Gesellschaft).  Folgen des Konsums: ökonomisch, ökologisch, sozialc » können anhand des Produktlebenszyklus von Gütern aufzeigen, welche ökonomischen, ökologischen und sozialen Überlegungen in Konsumententscheidungen einfließen.  Produktlebenszyklus: Rohstoffgewinnung, Herstellung, Vertrieb, Ge-/Verbrauch, Entsorgung

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