

## 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

Wahlfach WAH - Inhalt

◀ 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.

MI - Recherche und Lernunterstützung

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