

## WAH.3 | Konsum gestalten

|                                                                                                                                                                          |   |                                                                                                                                                                                                                                      |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>◀ Vorangehende Kompetenz: NMG.6.4, NMG.6.5</div> <div><b>1. Die Schülerinnen und Schüler können Einflüsse auf die Gestaltung des Konsumalltages erkennen.</b></div> |   | <div>Querverweise</div> <div>BNE - Wirtschaft und Konsum</div>                                                                                                                                                                       |
| <div>WAH.3.1</div> <div><i>Einflüsse auf Konsum</i></div> <div>Die Schülerinnen und Schüler ...</div>                                                                    |   |                                                                                                                                                                                                                                      |
| 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                                 |

|                                                                                                                                         |   |                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <div>◀ Vorangehende Kompetenzen: NMG.6.5</div> <div><b>2. Die Schülerinnen und Schüler können Folgen des Konsums analysieren.</b></div> |   | <div>Querverweise</div> <div>BNE - Natürliche Umwelt und Ressourcen<br/>NT.9.3</div>                                                                                                                                                                          |
| <div>WAH.3.2</div> <div><i>Konsumfolgen</i></div> <div>Die Schülerinnen und Schüler ...</div>                                           |   |                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 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; Entsorgung |
|                                                                                                                                         | b | » können ökonomische, ökologische oder soziale Folgen des Konsums aus verschiedenen Perspektiven betrachten (z.B. Konsument, Produzent, Arbeitnehmer, Gesellschaft). ≡ Folgen des Konsums: ökonomisch, ökologisch, sozial                                     |
|                                                                                                                                         | c | » 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<br>BNE - Wirtschaft und Konsum                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                      |
| <b>3. Die Schülerinnen und Schüler können kriterien- und situationsorientierte Konsumententscheidungen finden.</b>         |   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                                      |
| <i>Konsumententscheidungen</i><br>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 |