



WAH.3 | Konsum gestalten

<p>◀ Vorgehende Kompetenz: NMG.6.4, NMG.6.5</p> <p>1. Die Schülerinnen und Schüler können Einflüsse auf die Gestaltung des Konsumalltages erkennen.</p> <p><i>Einflüsse auf Konsum</i></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler ...</p>		<p>Querverweise</p> <p>BNE - Wirtschaft und Konsum</p>	
<p>WAH.3.1</p>			
3	a	<p>» können Lebensstile vergleichen und Gemeinsamkeiten und Unterschiede beschreiben (z.B. Eigentum, Gewohnheiten, Ressourcenverbrauch, Umgang mit Wahlfreiheit, Werthaltungen). ☞ Wohlstand, Lebensstile, Lebensvorstellungen</p>	
	b	<p>» 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).</p>	
	c	<p>» können bei Konsumgütern ausgewählte Marketingstrategien untersuchen und deren Einfluss auf Konsumententscheidungen diskutieren (z.B. Werbe- und Verkaufsstrategien, Marken). ☞ Marketingstrategien</p>	
<p>◀ Vorgehende Kompetenzen: NMG.6.5</p> <p>2. Die Schülerinnen und Schüler können Folgen des Konsums analysieren.</p> <p><i>Konsumfolgen</i></p> <p>Die Schülerinnen und Schüler ...</p>		<p>Querverweise</p> <p>BNE - Natürliche Umwelt und Ressourcen NT.9.3</p>	
<p>WAH.3.2</p>			
3	a	<p>» 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</p>	<p>MI - Recherche und Lernunterstützung</p>
	b	<p>» können ökonomische, ökologische oder soziale Folgen des Konsums aus verschiedenen Perspektiven betrachten (z.B. Konsument, Produzent, Arbeitnehmer, Gesellschaft). ☞ Folgen des Konsums: ökonomisch, ökologisch, sozial</p>	
	c	<p>» können anhand des Produktlebenszyklus von Gütern aufzeigen, welche ökonomischen, ökologischen und sozialen Überlegungen in Konsumententscheidungen einfließen. ☞ Produktlebenszyklus: Rohstoffgewinnung, Herstellung, Vertrieb, Ge-/Verbrauch, Entsorgung</p>	
	d	<p>» können erklären, wie persönliche Entscheidungen Folgen des Konsums beeinflussen.</p>	



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