

WAH.3 | Konsum gestalten

 Vorangehende Kompetenz: NMG.6.4, NMG.6.5		Querverweise BNE - Wirtschaft und Konsum
1. Die Schülerinnen und Schüler können Einflüsse auf die Gestaltung des Konsumalltages erkennen.		
<i>Einflüsse auf Konsum</i>		
Die Schülerinnen und Schüler ...		
WAH.3.1		
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		Querverweise BNE - Natürliche Umwelt und Ressourcen NT.9.3	
2. Die Schülerinnen und Schüler können Folgen des Konsums analysieren.			
<i>Konsumfolgen</i> Die Schülerinnen und Schüler ...			
WAH.3.2			
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	MI - Recherche und Lernunterstützung
	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 3. Die Schülerinnen und Schüler können kriterien- und situationsorientierte Konsumententscheidungen finden. <i>Konsumententscheidungen</i> WAH.3.3 Die Schülerinnen und Schüler ...		Querverweise BNE - Wirtschaft und Konsum
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