

WAH.3 | Konsum gestalten

<p>◀ Vorangehende 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>	
WAH.3.1			
3	a	» können Lebensstile vergleichen und Gemeinsamkeiten und Unterschiede beschreiben (z.B. Eigentum, Gewohnheiten, Ressourcenverbrauch, Umgang mit Wahlfreiheit, Werthaltungen). <small>≡ Wohlstand, Lebensstile, Lebensvorstellungen</small>	
	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 Konsumentscheidungen diskutieren (z.B. Werbe- und Verkaufsstrategien, Marken). <small>≡ Marketingstrategien</small>	
<p>◀ Vorangehende 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>	
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). <small>≡ Einsatz von Ressourcen: Rohstoffe, Energie, Wasser; Entsorgung</small>	MI - Recherche und Lernunterstützung
	b	» können ökonomische, ökologische oder soziale Folgen des Konsums aus verschiedenen Perspektiven betrachten (z.B. Konsument, Produzent, Arbeitnehmer, Gesellschaft). <small>≡ Folgen des Konsums: ökonomisch, ökologisch, sozial</small>	
	c	» können anhand des Produktlebenszyklus von Gütern aufzeigen, welche ökonomischen, ökologischen und sozialen Überlegungen in Konsumentscheidungen einfließen. <small>≡ Produktlebenszyklus: Rohstoffgewinnung, Herstellung, Vertrieb, Ge-/Verbrauch, Entsorgung</small>	
	d	» können erklären, wie persönliche Entscheidungen Folgen des Konsums beeinflussen.	

<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		
<p>3</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>