

Liebe Lehrkraft! Herzlichen Dank für die Anwendung dieser Euro-Prof's Case-Study.

Bei Fragen, Wünschen oder anderen Anliegen, kontaktieren Sie uns gerne unter [finanzbildung@oenb.at](mailto:finanzbildung@oenb.at)

### Feedback für uns?

Da wir um ständige Qualitätsverbesserung bemüht sind, würden wir uns sehr freuen, wenn Sie uns nach Verwendung der Materialien in Ihrem Unterricht ein anonymes Feedback dazu geben würden. Nutzen sie dazu folgenden Link: [SLIDO](#) oder scannen Sie den QR-Code.



Vielen Dank!

Ihr Didaktik-Team der Oesterreichischen Nationalbank ([www.eurologisch.at/unterricht](http://www.eurologisch.at/unterricht))

<b>CASE-STUDY (lebensweltorientiertes Fallbeispiel)</b>	
<b>Titel:</b>	<b>Es geht um unsere Zukunft – Auswirkungen finanzieller Entscheidungen</b>
<b>Themen:</b>	Einkaufsverhalten, Nachhaltigkeit, Auswirkungen finanzieller Entscheidungen
<b>Methoden:</b>	Einzelarbeit
<b>Empfohlen für:</b>	- AHS: 5. Klasse - HAK: HAS 3. Jahrgang
<b>Lehrplanbezüge:</b>	AHS Sek II (2016): Haushaltsökonomie und Ernährung: 5. Klasse (1. und 2. Semester): Ressourcen verantwortungsbewusst managen: Strategien zum kurz-, mittel- und langfristigen Finanzmanagement im Privathaushalt skizzieren HAK (2014): Allg. Bildungsziel: Berufsbezogene Lernergebnisse im Cluster „Entrepreneurship – Wirtschaft und Management“: (...) können die Schülerinnen und Schüler, Investitions- und Finanzierungsentscheidungen treffen und argumentieren, Finanzpläne erstellen (...), Bank-, Wertpapier- und Versicherungsgeschäfte durchführen (...)
<b>Grundsatzterlass Wirtschafts- und VerbraucherInnen-bildung (2015):</b>	Die Schüler*innen bedenken die Folgen des eigenen Konsum- und Wirtschaftsverhaltens und können ihrem Entwicklungsalter entsprechend verantwortlich, politisch bewusst und nachhaltig handeln; Konkrete Inhaltsfelder: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gefahren der Ver- und Überschuldung, Führen eines Haushaltsbuches, persönliches Finanzmanagement</li> <li>• Gemeinwohlökonomie, Nachhaltigkeit bei Konsum</li> </ul>
<b>Autor*innen:</b>	Nora Kerschbaumer, Claudia Faistauer, Eva Schmidhofer
<b>Update:</b>	Jänner 2022

**Case-Study**  
**„Es geht um unsere Zukunft“**

<b>Titel:</b>
Es geht um unsere Zukunft – Auswirkungen finanzieller Entscheidungen
<b>Identifikationsfigur:</b>
Ann-Kathrin, 23, Publizistikstudentin, wohnhaft in Wien
<b>Ankergeschichte bzw. Problemaufriss:</b>
Bio-Märkte, Öko-Kleidung und Fahrradfahren – das war bisher gar nicht Ann-Kathrins Leben. Eher Lifestyle, Party und Städtetrips standen am Programm. Sie interessierte sich nicht dafür woher ihre Nahrung oder ihr Kleidung kommt. Ann-Kathrin und ihre Freundinnen wollen lieber voll im Trend sein als auf naturverträgliche oder ökologische Produkte zu achten. Am Wochenende verbringen die Mädchen ihre Zeit in Clubs und beim Shoppen. Häufig machen sie auch kurze Städtetrips nach Barcelona oder Wien. Dafür nehmen sie das Auto oder fahren mit dem Flugzeug. Um sich ihren Lifestyle zu finanzieren, arbeitet sie drei Tage in der Woche in einem Bekleidungsgeschäft. Doch seit kurzer Zeit macht sie sich jedoch Gedanken über ihre eigene Zukunft und die Ihrer zukünftigen Kinder. Wird es uns in 10, 15 oder 20 Jahren immer noch so gut auf unserer Erde gehen? Nachdem Sie zum Thema Nachhaltigkeit einige Bücher gelesen und Dokumentationen gesehen hat, möchte Sie Ihren Lebensstil ändern. Sie möchte sich auch mit nachhaltigem Einkaufs- und Ausgabeverhalten beschäftigen. Noch weiß sie nicht genau, wie sie ihre persönlichen Bedürfnisse und Kaufentscheidungen mit Nachhaltigkeit unter einen Hut bringen soll. Demnächst plant sie, einen neuen Laptop zu kaufen, da die Akkulaufzeit bei ihrem derzeitigen nur mehr sehr kurz ist und er generell nicht immer funktioniert. Sie möchte sich auch ein eigenes Auto kaufen, um zu ihrem Freund nach Linz fahren zu können und überlegt, in eine größere Wohnung zu ziehen.
<b>Vernetzendes Lernziel:</b>
#118... das eigene Einkaufsverhalten auf mehreren Ebenen (finanziell, nachhaltig) bewerten und ggf. anpassen #119... größere Kaufentscheidungen auf Basis unterschiedlicher Faktoren (Bedarf, Nutzen, Kosten) beurteilen. #120... eigene finanzielle Entscheidungen in Hinblick auf Folgen für eigene Person, andere Personen, die Umwelt und Gesellschaft bewerten.
<b>Feinlernziele:</b>
#104 ... kann Ausgaben nach Ihrer Notwendigkeit (Priorität) anordnen. #113 ... tägliche Kaufentscheidungen hinsichtlich der eigenen finanziellen Situation prüfen. #95 ... den Unterschied zwischen Wünschen und Notwendigkeiten erklären.
<b>Eingangsvoraussetzungen</b>
Keine Voraussetzungen notwendig
<b>Bearbeitungszeit</b>
150 Minuten
<b>Inhalt</b>
- Lösungsblatt zum Eintragen - Level 1 – Monatsplan - Level 2 – Begriffe zuordnen - Level 3 – Punktevergabe anhand Kriterien ethischen Konsums - Level 4 – Internetrecherche - Level 5 – Argumente finden und grobe Reiseplanung - Lösungsteil

**Level 1**

**Aufgabe 1:** Lies dir das unten ersichtliche Fallbeispiel genau durch.

Ann-Kathrin ist 23 Jahre alt. Sie arbeitet drei Tage in der Woche in einem Bekleidungsgeschäft. Hierfür bekommt sie monatlich 1300 €. Um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen, fährt Ann-Kathrin mit ihrem Fahrrad. Ann-Kathrin wohnt allein in Wien in einer 1 Zimmer Wohnung, wofür sie monatlich 550 Euro bezahlt. Für die Dinge des alltäglichen Bedarfs (Lebensmitte, Kosmetika, Putzen etc.) benötigt sie monatlich 250 €. Zudem zahlt sie monatlich noch 10 € für ihr Handy. Zu ihren Hobbys zählen: Fortgehen, Shoppen und im Fitnessstudio trainieren. Ann-Kathrin benötigt monatlich ca. 40 € für das Shoppen, 20 € für die Mitgliedschaft im Fitnessstudio und für das Fortgehen ca. 50 € im Monat.

**Aufgabe 2:** Trage nun alle Einnahmen und Ausgaben von dem Fallbeispiel für ein Monat in die unten ersichtliche Einnahmen- und Ausgabenliste ein.

Kategorie	Preis in Euro
Wohnen	
Dinge des täglichen Bedarfs	
Telefon/Internet	
Hobbys/Vereine	
Summe der Ausgaben:	

**Monatsüberblick:**

<b>Summe Einnahmen:</b>	
<b>- Summe der Ausgaben:</b>	
<b>Frei verfügbarer Betrag:</b>	

**Aufgabe 3:** Fixkosten sind jene Kosten, welche regelmäßig und in konstanter Höhe auftreten. Variable Kosten sind dahingegen jene Kosten, welche nicht feststehen. Sie können sich nämlich von Monat zu Monat verändern. Markiere in Aufgabe 2 die Fixkosten mit ROT und die variablen Kosten mit GRÜN. Überlege dir auch, wie Ann-Kathrin sowohl auf die Fixkosten als auch auf die variablen Kosten Einfluss nehmen kann und gib hierfür jeweils 1 Lösungsvorschlag an.

Einfluss auf variable Kosten:

Einfluss auf Fixkosten:

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

**Aufgabe 4:** Ann-Kathrin plant, da ihr ihre 1-Zimmer-Wohnung zu klein ist, in eine größere Wohnung zu ziehen. Hierfür würde sie pro Monat für die Miete um 340 € mehr zahlen müssen.

Versetze dich in die Position von Ann-Kathrin. Wie würdest du dich entscheiden? Begründe hierfür deine Antwort

---

---

---

---

---

---

---

**WARUM KONSUMIEREN WIR?**

**Aufgabe 1:** Konsum hat unterschiedliche Funktionen, die folgendermaßen lauten: Befriedigung von Grundbedürfnissen (1), Wohlergehen/Glück (2), Attraktivität/Zuneigung (3), Identität/Zugehörigkeit (4), Gesellschaftliche Bedeutung (5), und Gewohnheit (6). Beschrifte die unten ersichtlichen Kästchen (A-F) mit der dazu passenden Funktion von Konsum.

Es gibt ein menschliches Bedürfnis danach, begehrt zu sein. Hierbei geht es um sozialen und sexuellen Wettbewerb, Aufmerksamkeit und Zuneigung. In der Konsumgesellschaft dient der Konsum bestimmter Güter dazu, diese Bedürfnisse zu befriedigen. Beispiel: Markenkleidung macht attraktiv/beliebt

A |

Konsum soll der Erhöhung unseres Wohlbefindens dienen. Dies tut er, indem er uns Tätigkeiten erleichtert und es uns bequemer macht (z. B. erleichtert ein Auto es uns, mobil zu sein). Außerdem konsumieren wir bestimmte Güter oder Dienstleistungen aus Freude bzw. weil es uns glücklich macht. (z. B. Spiele)

B |

Bestimmte Dinge konsumieren wir unbewusst und aus Gewohnheit. Wir hinterfragen nicht, warum wir bestimmte Dinge kaufen, weil wir es schon immer so gemacht haben und es auch von unseren Eltern und aus unserem Umfeld nicht anders kennen. Hier kommt der sogenannte Lock-in-Effekt ins Spiel: Gesellschaften machen sich sozial und materiell abhängig von bestimmten Konsumgütern. Zum einen gibt es die kulturelle Abhängigkeit, bei der es um die Gewöhnung an ein bestimmtes Niveau an materieller Ausrüstung (Auto, Smartphone, Markenkleidung, Geschirrspüler, ...) geht. Zum anderen gibt es eine technische Abhängigkeit, bei der Gesellschaften ihre Organisation von technischen Geräten, z.B. Computern oder Handys, abhängig machen

C |

Unser Konsumverhalten ist stark verknüpft mit unserer persönlichen und kollektiven Identität. Wir sind, was wir haben. Bestimmte Konsumgüter sind wichtig im Prozess der Identitätsbildung, z. B. Kleidung, Musik oder Lebensmittel. Ich kleide mich nach dem neusten Trend, um mich mit einer sozialen Gruppe zu identifizieren, um mich in dieser Gruppe zu positionieren, um mich von anderen sozialen Gruppen zu unterscheiden und um mitzuteilen, welchen Idealen ich anhänge. Wir konsumieren, um zu kommunizieren.

D |

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Konsum dient der Befriedigung materieller Grundbedürfnisse, die überschaubar und begrenzt sind. Dazu gehören in erster Linie Bedürfnisse nach ausreichend Nahrung und Schutz (ein Dach über dem Kopf und Kleidung). Diese Grundbedürfnisse können schon auf einem recht niedrigen Konsumniveau befriedigt werden

E |

Konsum kann dazu dienen, uns in einer Gesellschaft nach unten hin abzugrenzen und uns dadurch eine gewisse gesellschaftliche Bedeutung beizumessen. Er funktioniert als 'positionaler Konsum', d. h. als Konsum, der dazu bestimmt ist, der Konsumentin/dem Konsumenten im Vergleich zu seinen Mitkonsument\_innen einen bestimmten Status zu verschaffen. Z. B. machen unsere Nachbarn\_innen eine extravagante, weite Urlaubsreise und 'überholen' uns damit im Wettlauf um die soziale Stellung. Wir konkurrenzieren, indem wir eine noch weitere, längere Urlaubsreise machen, was aber wiederum nur andere dazu veranlasst, auf unsere 'Neupositionierung' entsprechend zu reagieren. Und so weiter.

F |

**Aufgabe 2:** Um verantwortungsvoll zu konsumieren, kann es dir helfen, dich beim Kauf eines Produktes zu fragen, ob du es dieses Produkt wirklich brauchst. Lies dir die unten ersichtlichen Beispiele durch und beschrifte diese mit **W**, wenn es sich hierbei um einen Wunsch handelt und mit **N**, wenn es sich hierbei um eine Notwendigkeit handelt.

Beispiel	W/N
1 Um meine Freunde auf der heutigen Party zu beeindrucken, kaufe ich mir noch eine neue Kleidung.	
2 Um meiner Freundin und mir heute ein Abendessen zu kochen, gehe ich noch zum Supermarkt, um die nötigen Lebensmittel dafür zu kaufen.	
3 Meinen VW Polo habe ich bereits seit 2 Jahren. Da er aber nun nicht mehr „up to date ist“ werde ich mir ein neues Auto kaufen.	
4 Da mein alter Laptop kaputt ist, werde ich mir einen neuen kaufen.	

Quellen:

Schulz, Corina (2013): Verantwortungsvoller Konsum: wir können auch anders! Hintergrundinformationen, Arbeits- und Aktionsvorschläge. Hamburg: Agrar Koordination (KonsUmwelt).

**Level 3**

**Arbeitsauftrag:** Lies dir den Informationstext sowie die Kurzbeschreibungen der Produkte von ausgewählten Unternehmen durch. Bewerte sie anhand der Nachhaltigkeit/Ethik ihrer Produkte und trage deine Einschätzung auf den Balken ein.

**Informationstext:** aus Engartner & Heiduk, 2015

„Ob beim Kaffeetrinken, beim Schokoladenverzehr oder beim Kauf von Textilien – ethischer Konsum gemäß dem Motto ‚Wandel durch Handel‘ findet immer breitere Akzeptanz. [...] Eine rein ökonomische Betrachtung von Konsum als Verbrauchshandlung vernachlässigt die soziale, emotionale, kulturelle und ästhetische Wirkmächtigkeit dessen. Konsum beeinflusst den Menschen und Menschen beeinflussen Konsumangebote – das kann als partizipatorische Chance begriffen werden, wenn Konsumenten/Konsumentinnen ihre Rolle nutzen, um die Konsumgesellschaft aktiv zu verändern. [...] Ausschlaggebend für ein reflektiertes Konsumverhalten sind demnach die der Konsumententscheidung zugrundeliegenden individuellen Kriterien, die sich entlang sozialer, ökologischer und ökonomischer Problemstellungen konkretisieren lassen:“

Soziales	Ökologie	Ökonomie
Keine gesundheitsschädigenden Arbeits- und Produktionsbedingungen	Ressourcenschonender Anbau	Stabile Mindestpreise (u.a. gegenüber Lieferanten)
Keine Kinderarbeit	Keine umweltschädlichen Substanzen	Langfristige Handelsbeziehungen
Mitbestimmung der Arbeitnehmerschaft	Förderung kontrolliert biologischen Anbaus	Fairtrade-Prämie
Keine Diskriminierung	Verbot genetisch veränderter Organismen	„gerechte“ Entlohnung der Beschäftigten
Meinungs- und Versammlungsfreiheit	Wiederinstandsetzung der Natur (z.B. Aufforstung)	Wahrung eines Corporate-Governance-Kodex (z.B. Korruptionsverbot)

**Kurzbeschreibung von Produkten ausgewählter Unternehmen:**

**Beispiel A – Kleidung H&M**

H&M ist ein schwedisches Textilhandelsunternehmen, welches keine eigenen Produktionsstätten hat, sondern die Ware für sich produzieren lässt, vor allem in Asien (China, Kambodscha, Indonesien, usw.), aber auch in Europa, Nordafrika oder in der Türkei. Im Jahr 2017 wurde bekannt, dass Kleidung, möglicherweise von Kunden zum Recyclen zurückgebrachte Kleidungsstücke, verbrannt wurde, was von mehreren Fernsehsendern bestätigt worden ist. Kritisiert wird H&M auch für die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten, wobei beispielsweise Vorwürfe über Kinderarbeit, geringe Löhne oder schlecht geregelte Arbeitszeiten laut werden. Zwar sollten die Mitarbeiter\*innen bis 2018 gerecht entlohnt werden, diesem Versprechen wurde jedoch nicht

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

nachgekommen. Oft sind Überstunden notwendig, um vom Gehalt leben zu können. Nachhaltigkeitsziele von H&M sind unter anderem faire Jobs, Inklusion und Diversität sowie recycelte oder andere nachhaltige Materialien bei der Produktion. Diese Ziele sind bis jetzt mehr Absichten als Taten.

### **Beispiel B – Milch von Tirol Milch**

Tirol Milch bezeichnet sich als klimapositive Molkerei. Der Wassereinsatz wird streng überwacht und das Abwasser in einer eigenen Kläranlage direkt gereinigt. Die Energie stammt aus Photovoltaikanlagen oder Hackschnitzelheizungen, wobei sie das Holz laut Angabe aus Tirol beziehen. Mit der bei der Produktion entstehende Abwärme werden mehrere hundert Haushalte mit Energie versorgt. Im Geschäft besteht die Möglichkeit, die Milch nicht nur im Karton, sondern auch in Mehrwegflaschen zu kaufen. Die Bauern/Bäuerinnen dürfen nur gentechnikfreie europäische Futtermittel verwenden. Unzufrieden sind die bäuerlichen Betriebe öfters mit dem Milchpreis pro Liter, schon länger erhalten sie für nicht-bio-Milch weniger als 40 Cent.

### **Beispiel C – Bio-Produkte von Ja! Natürlich**

Ja! Natürlich ist die größte Bio-Marke Österreichs und findet man in REWE, Billa, Billa Plus, Penny, Bipa, Adeg und AGM. Der Leitsatz ist „Bio ohne Kompromisse“. Die Marke will beispielsweise Bio-Lebensmittel leistbar machen oder Bio-Fleisch in Österreich flächendeckend anbieten. Zusätzlich wird ressourcenschonendes Verpackungsmaterial verwendet. Die Bioprodukte unterliegen gesetzlichen Richtlinien, auch im Ausland wird die Qualität laufend geprüft. Zusätzlich werden die Produkte palmölfrei hergestellt. Ganz ohne Kritik kommt auch diese Marke nicht aus. Analysen von Sojadrinks haben gezeigt, dass der Nickelgehalt relativ hoch ist und bei manchen Produkten (z.B. Ja! Natürlich Bio Soja Drink) schon bei einem Viertelliter den für Kinder empfohlenen Wert deutlich übersteigt.

### **Beispiel D – Smartphone von Samsung**

Samsung zählt in Bereichen wie Handy- oder Fernsehgeräteproduktion weltweit zu den führenden Unternehmen. Bei der Smartphone-Produktion wird die Beschaffung von Rohstoffen kritisch betrachtet, oft ist es den Unternehmen nicht einmal möglich, die Lieferketten aufgrund vieler verschiedener Rohstoffe transparent darzustellen. Die Arbeitsbedingungen für die Rohstoffgewinnung sind oft nicht menschenwürdig und entsprechen selten internationalen Standards. Samsung wurde schon häufiger mit mangelnder Arbeitsschutzmaßnahmen in den Produktionsstätten konfrontiert und erklärte sich bereit, Schmerzensgeldzahlungen für Erkrankte zu leisten. Im Leitbild des Unternehmens finden sich verschiedenste Ziele, die Nachhaltigkeit und Ethik des Unternehmens zu verbessern. Das Unternehmen will Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft gemeinsam stärken.

## **Balken zum Eintragen**

### Aufgabenstellung:

Entscheide anhand der Kurzbeschreibungen, wie nachhaltig/ethisch die Produkte der beschriebenen Unternehmen sind und bewerte sie mit Punkten von 0-5 (0 – nicht ethisch/nachhaltig, 5 – sehr ethisch/nachhaltig) in den Kategorien Soziales, Ökologie und Ökonomie ein. Überlege, wie leicht die Produkte der Unternehmen durch Ethischere/Nachhaltigere ersetzt werden können (falls du glaubst, dass ersetzen überhaupt notwendig ist) und bewerte dies mit einer Punktezahl von 0-5 (0 – kaum ersetzbar, 5 leicht ersetzbar). Begründe deine Punkte kurz.

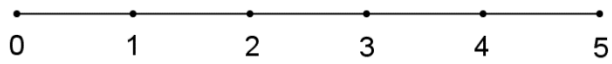


## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

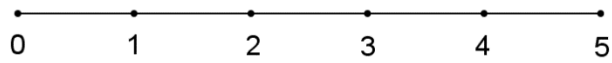
### Beispiel A:

Begründung:

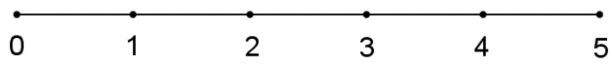
Soziales:



Ökologie:



Ökonomie:



Substitutionsprodukte:



### Beispiel B:

Begründung:

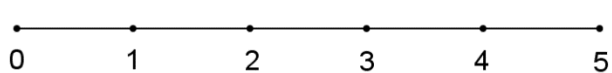
Soziales:



Ökologie:



Ökonomie:



Substitutionsprodukte:



### Beispiel C:

Begründung:

Soziales:

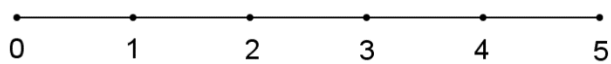


Ökologie:

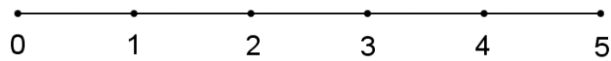


## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Ökonomie:



Substitutionsprodukte:



**Beispiel D:**

Begründung:

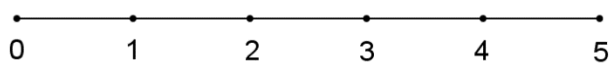
Soziales:



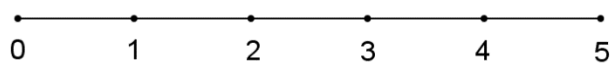
Ökologie:



Ökonomie:



Substitutionsprodukte:



Quellen:

„Bio-Kennzeichnung Teil 3: Handelsmarken“ (o.d.). Verfügbar unter <https://www.wir-leben-nachhaltig.at/aktuell/nuetzlingsunterkunft-selbst-gebaut/bio-kennzeichnung-teil-3-handelsmarken> [15.05.2021].

Copy Cat (2019): Wie „Grün“ ist eigentlich H&M?“ Verfügbar unter <http://anothercopycat.com/hm/> [15.05.2021].

Engartner, T. & Heiduk, N. (2015). Reflektierter Konsum. Leitlinien einer an ethischen Prinzipien orientierten sozialwissenschaftlichen Konsumbildung. In: GWP 3, S. 335-344. DOI: <https://doi.org/10.3224/gwp.v64i3.20753>.

ORF (2019): Hohe Menge Nickel in Soja-Drinks. Verfügbar unter <https://help.orf.at/v3/stories/2984165/> [15.05.2021].

Samsung (o.d.): Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit. Verfügbar unter <https://www.samsung.com/at/aboutsamsung/sustainability/strategy/> [15.05.2021].

Schulzki-Haddouti, C. (2019): Das müssen umweltbewusste Smartphone-Käufer wissen. Verfügbar unter [https://www.t-online.de/digital/smartphone/id\\_85684302/oekologisch-und-fair-das-sollten-smartphone-kaeuer-wissen.html](https://www.t-online.de/digital/smartphone/id_85684302/oekologisch-und-fair-das-sollten-smartphone-kaeuer-wissen.html) [15.05.2021].

Tirol Milch (2021): Erste klimapositive Molkerei! Klimaneutral können viele, Tirol Milch ist klimapositiv. Verfügbar unter <https://www.tirolmilch.at/aktuelles/?id=176> [15.05.2021].

**Level 4**

**Arbeitsauftrag:** Ann-Kathrin weiß mittlerweile schon viel mehr über Kaufentscheidungen und ethische Aspekte. Ihr neu gewonnenes Wissen will sie jetzt anwenden und betrachtet dafür verschiedene größere Anschaffungen, welche sie in Zukunft tätigen möchte. Diese hat sie aufgeschrieben, bevor sie sich mit dem Thema genauer auseinandergesetzt hat. Unten sind die geplanten Anschaffungen mit verschiedenen Möglichkeiten aufgelistet. Recherchiere im Internet notwendige Informationen, um Nutzen (welche Eigenschaften des Produkts sind für mich/andere nützlich) und Kosten analysieren zu können. Fülle die Tabelle zu mit Bedarf, Nutzen und Kosten aus.

**Laptop:**

Derzeitige Situation:

Ann-Kathrins Laptop funktioniert nicht mehr einwandfrei. Die Akkulaufzeit ist nur mehr sehr kurz und manchmal funktioniert er gar nicht. Da sie schon länger plant, einen neuen Laptop zu kaufen, hat sie dafür Geld beiseitegelegt und kann bis zu 1500 € ausgeben. Folgende Modelle hat sie im Visier:

	ACER Notebook Aspire 5	LENOVO Notebook ThinkPad L14
Bedarf		
Nutzen		
Kosten		

Gibt es nachhaltigere Alternativen?

Alternative(n)	
Bedarf	

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Nutzen	
Kosten	

### Auto:

#### Derzeitige Situation:

Ann-Kathrin hat einen Freund in Linz. Ihre Universität befindet sich in der Nähe ihrer Wohnung, sodass sie die Strecke mit dem Fahrrad zurücklegen kann. Um zu ihrem Freund zu kommen, möchte sie sich nun aber ein Auto kaufen. Beim Kauf würde sie von ihren Eltern und Großeltern unterstützt. Folgende Modelle hat sie im Visier:

	Hyundai i10 (neu)	VW up! (gebraucht)
Bedarf		
Nutzen		
Kosten		

Gibt es nachhaltigere Alternativen?

Alternative(n)	
Bedarf	
Nutzen	

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Kosten	
--------	--

### Wohnung:

#### Derzeitige Situation:

Ann-Kathrin wohnt in einer 1 Zimmer Wohnung, möchte jedoch gerne in eine größere Wohnung ziehen und kann sich eine Miete von bis zu 850 € leisten, da sie in ihrem Nebenjob dafür genug verdient. Sie weiß noch nicht genau, wie und wo sie die Wohnung haben möchte. Folgende Möglichkeiten spielen für sie eine Rolle:

	2 Zimmer Wohnung	3 Zimmer Wohnung
Bedarf		
Nutzen		
Kosten		

Gibt es nachhaltigere Alternativen?

Alternative(n)	
Bedarf	
Nutzen	
Kosten	

**Level 5**

**Ausgangssituation:** Ann-Katrin wohnt in Wien und studiert dort Publizistik. Einmal im Monat macht Ann-Katrin mit ihren Freundinnen einen Städtetrip. Dabei ist ihnen wichtig, dass die Anreise möglichst kurz und bequem ist. Während des Aufenthalts gehen die Mädchen in Clubs feiern, shoppen oder essen in einem Restaurant. Nachhaltigkeit, Umweltschutz und ethische Verträglichkeit spielte bis jetzt keine Rolle. Nun hat Ann-Katrin aber bereits die Aufgaben der Level 1-4 erledigt und zweifelt an der Korrektheit ihres Handelns. Nächstes Wochenende steht ein Städtetrip nach Berlin an. Normalerweise wären die Mädchen von Wien nach Berlin geflogen und hätten dort ihre Zeit mit Shoppingtouren und Restaurantbesuchen verbracht.

**Arbeitsauftrag:** Verknüpfe nun die vorherigen Arbeitsaufträge und suche Argumente, um die Freundinnen von Ann-Katrin zu überzeugen, um die Reise nach Berlin möglichst nachhaltig zu gestalten. Plane grob eine Reise von Wien nach Berlin, wobei der Aufenthalt möglichst umweltfreundlich und nachhaltig ist. Suche im Internet und füge Screenshots ein.

**Reise nach Berlin**

Eckdaten:

- 21.-24.05.2021
- Wien – Berlin
- Budget 300€
- 4 Mädchen (22 & 23 Jahre alt)

Was?	Wie?	Screenshots	Warum nachhaltig?
An- und Abreise			
Unterkunft			
Verpflegung			
Freizeitgestaltung			

Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

**Finde Argumente, um die Freundinnen von Ann-Kathrin von einer nachhaltige Städtereise zu überzeugen:**

## **LÖSUNGSTEIL**



**Lösungsblatt**

**Aufgabe Level 1: Trage in die Tabellen den Monatsüberblick und deine Begründung ein.**

Monatsüberblick	
Summe Einnahmen:	2000
- Summe der Ausgaben:	1070
Frei verfügbarer Betrag:	930

Deine Begründung von Teilaufgabe 4:
Individuell

**Aufgabe Level 2: Beschrifte der ersten Tabelle die Kästchen zu den Texten mit den dazu passenden Nummern. Trage in der Zweiten für die jeweiligen Beispiele W oder N ein.**

Text	Text A	Text B	Text C	Text D	Text E	Text F
Nr.	3	2	6	4	1	5

Bsp.	Bsp. 1	Bsp. 2	Bsp. 3	Bsp. 4
W/N	W	N	W	N

**Aufgabe Level 3: Trage hier deine vergebenen Punkte von den Beispielen ein**

	Punkte Bsp. A	Punkte Bsp. B	Punkte Bsp. C	Punkte Bsp. D
Soziales	1	5	5	1
Ökologie	1,5	4	4,5	1
Ökonomie	1	4,5	5	2
Substitutionsprodukte	2	-	-	0,5

**Aufgabe Level 4: Trage hier für Laptop, Auto und Wohnung die für dich beste Variante (auch die alternativen Vorschläge können ausgewählt werden) mit einer kurzen Begründung ein.**

	„Beste“ Variante	Kure Begründung
Laptop	Reparatur	Ressourcenschonend, der Rest funktioniert ja
Auto	ÖBB Vorteils card 66	Umweltschonender, kostengünstiger
Wohnung	2 Zimmer Wohnung	Leistbar, eigene 4 Wände, geräumiger als 1 Z

**Aufgabe Level 5: Führe die Argumente für eine nachhaltige Städtereise an und beschreibe die Reise kurz in der Tabelle.**

**Argumente:**

Billiger, auf Umwelt achten, bewusster leben, gesünder, mehr Kultur

---



---

Was?		Wie?
An- und Abreise	Zug	klimafreundlich
Unterkunft	Air BnB	Weniger oft Waschen (Handtücher...) nötig
Verpflegung	Selbst einkaufen und kochen	Kaufen nachhaltiger Produkte möglich
Freizeit	Museen, im Park chillen, spazieren	Keine überflüssige Kleidung wird gekauft

**Level 1**

**Aufgabe 1:** Lies dir das unten ersichtliche Fallbeispiel genau durch.

Ann-Kathrin ist 23 Jahre alt. Sie arbeitet drei Tage in der Woche in einem Bekleidungsgeschäft. Hierfür bekommt sie monatlich 1300 €. Um zu ihrem Arbeitsplatz zu gelangen, fährt Ann-Kathrin mit ihrem Fahrrad. Ann-Kathrin wohnt allein in Wien in einer 1 Zimmer Wohnung, wofür sie monatlich 550 Euro bezahlt. Für die Dinge des alltäglichen Bedarfs (Lebensmitte, Kosmetika, Putzen etc.) benötigt sie monatlich 250 €. Zudem zahlt sie monatlich noch 10 € für ihr Handy. Zu ihren Hobbys zählen: Fortgehen, Shoppen und im Fitnessstudio trainieren. Ann-Kathrin benötigt monatlich ca. 40 € für das Shoppen, 20 € für die Mitgliedschaft im Fitnessstudio und für das Fortgehen ca. 50 € im Monat.

**Aufgabe 2:** Trage nun alle Einnahmen und Ausgaben von dem Fallbeispiel für ein Monat in die unten ersichtliche Einnahmen- und Ausgabenliste ein.

Kategorie	Preis in Euro
Wohnen	550
Dinge des täglichen Bedarfs	250
Telefon/Internet	10
Hobbys/Vereine	110
Summe der Ausgaben:	920

**Monatsüberblick:**

<b>Summe Einnahmen:</b>	1300
<b>- Summe der Ausgaben:</b>	920
<b>Frei verfügbarer Betrag:</b>	380

**Aufgabe 3:** Fixkosten sind jene Kosten, welche regelmäßig und in konstanter Höhe auftreten. Variable Kosten sind dahingegen jene Kosten, welche nicht feststehen. Sie können sich nämlich von Monat zu Monat verändern. Markiere in Aufgabe 2 die Fixkosten mit ROT und die variablen Kosten mit GRÜN. Überlege dir auch, wie Ann-Kathrin sowohl auf die Fixkosten als auch auf die variablen Kosten Einfluss nehmen kann und gib hierfür jeweils 1 Lösungsvorschlag an.

Einfluss auf variable Kosten: **individuelle Lösung z.B. weniger Geld für Shoppen**

Einfluss auf Fixkosten: **individuelle Lösung z.B. günstigere Wohnung**

**Aufgabe 4:** Ann-Kathrin plant, da ihr ihre 1-Zimmer-Wohnung zu klein ist, in eine größere Wohnung zu ziehen. Hierfür würde sie pro Monat für die Miete um 340 € mehr zahlen müssen.

Versetze dich in die Position von Ann-Kathrin. Wie würdest du dich entscheiden? Begründe hierfür deine Antwort

---



---

Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

---

---

---

---

---

**Aufgabe 5:** Inwiefern könnt ihr euch mit dem Beispiel von Ann-Kathrin

WARUM KONSUMIEREN WIR?

**Aufgabe 1:** Konsum hat unterschiedliche Funktionen, die folgendermaßen lauten: Befriedigung von Grundbedürfnissen (1), Wohlergehen/Glück (2), Attraktivität/Zuneigung (3), Identität/Zugehörigkeit (4), Gesellschaftliche Bedeutung (5), und Gewohnheit (6). Beschrifte die unten ersichtlichen Kästchen (A-F) mit der dazu passenden Funktion von Konsum

Es gibt ein menschliches Bedürfnis danach, begehrt zu sein. Hierbei geht es um sozialen und sexuellen Wettbewerb, Aufmerksamkeit und Zuneigung. In der Konsumgesellschaft dient der Konsum bestimmter Güter dazu, diese Bedürfnisse zu befriedigen. Beispiel: Markenkleidung macht attraktiv/beliebt

Attraktivität/Zuneigung

A | 3

Konsum soll der Erhöhung unseres Wohlbefindens dienen. Dies tut er, indem er uns Tätigkeiten erleichtert und es uns bequemer macht (z. B. erleichtert ein Auto es uns, mobil zu sein). Außerdem konsumieren wir bestimmte Güter oder Dienstleistungen aus Freude bzw. weil es uns glücklich macht. (z. B. Spiele)

Wohlergehen/Glück

B | 2

Bestimmte Dinge konsumieren wir unbewusst und aus Gewohnheit. Wir hinterfragen nicht, warum wir bestimmte Dinge kaufen, weil wir es schon immer so gemacht haben und es auch von unseren Eltern und aus unserem Umfeld nicht anders kennen. Hier kommt der sogenannte Lock-in-Effekt ins Spiel: Gesellschaften machen sich sozial und materiell abhängig von bestimmten Konsumgütern. Zum einen gibt es die kulturelle Abhängigkeit, bei der es um die Gewöhnung an ein bestimmtes Niveau an materieller Ausrüstung (Auto, Smartphone, Markenkleidung, Geschirrspüler, ...) geht. Zum anderen gibt es eine technische Abhängigkeit, bei der Gesellschaften ihre Organisation von technischen Geräten, z.B. Computern oder Handys, abhängig machen. Gewohnheit

C | 6

Unser Konsumverhalten ist stark verknüpft mit unserer persönlichen und kollektiven Identität. Wir sind, was wir haben. Bestimmte Konsumgüter sind wichtig im Prozess der Identitätsbildung, z. B. Kleidung, Musik oder Lebensmittel. Ich kleide mich nach dem neusten Trend, um mich mit einer sozialen Gruppe zu identifizieren, um mich in dieser Gruppe zu positionieren, um mich von anderen sozialen Gruppen zu unterscheiden und um mitzuteilen, welchen Idealen ich anhänge. Wir konsumieren, um zu kommunizieren. Identität/Zugehörigkeit

D | 4

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Konsum dient der Befriedigung materieller Grundbedürfnisse, die überschaubar und begrenzt sind. Dazu gehören in erster Linie Bedürfnisse nach ausreichend Nahrung und Schutz (ein Dach über dem Kopf und Kleidung). Diese Grundbedürfnisse können schon auf einem recht niedrigen Konsumniveau befriedigt werden.

Befriedigung von Grundbedürfnissen

E | 1

Konsum kann dazu dienen, uns in einer Gesellschaft nach unten hin abzugrenzen und uns dadurch eine gewisse gesellschaftliche Bedeutung beizumessen. Er funktioniert als 'positionaler Konsum', d. h. als Konsum, der dazu bestimmt ist, der Konsumentin/dem Konsumenten im Vergleich zu seinen Mitkonsument\_innen einen bestimmten Status zu verschaffen. Z. B. machen unsere Nachbarn\_innen eine extravagante, weite Urlaubsreise und 'überholen' uns damit im Wettlauf um die soziale Stellung. Wir kontern, indem wir eine noch weitere, längere Urlaubsreise machen, was aber wiederum nur andere dazu veranlasst, auf unsere 'Neupositionierung' entsprechend zu reagieren. Und so weiter.

Gesellschaftliche Bedeutung

F | 5

**Aufgabe 2:** Um verantwortungsvoll zu konsumieren, kann es dir helfen, dich beim Kauf eines Produktes zu fragen, ob du es dieses Produkt wirklich brauchst. Lies dir die unten ersichtlichen Beispiele durch und beschrifte diese mit **W**, wenn es sich hierbei um einen Wunsch handelt und mit **N**, wenn es sich hierbei um eine Notwendigkeit handelt.

Beispiel	W/N
1 Um meine Freunde auf der heutigen Party zu beeindrucken, kaufe ich mir noch eine neue Kleidung.	W
2 Um meiner Freundin und mir heute ein Abendessen zu kochen, gehe ich noch zum Supermarkt, um die nötigen Lebensmittel dafür zu kaufen.	N
3 Meinen VW Polo habe ich bereits seit 2 Jahren. Da er aber nun nicht mehr „up to date ist“ werde ich mir ein neues Auto kaufen.	W
4 Da mein alter Laptop kaputt ist, werde ich mir einen neuen kaufen.	N

Quellen:

Schulz, Corina (2013): Verantwortungsvoller Konsum: wir können auch anders! Hintergrundinformationen, Arbeits- und Aktionsvorschläge. Hamburg: Agrar Koordination (KonsUmwelt).

Level 3

**Arbeitsauftrag:** Lies dir den Informationstext sowie die Kurzbeschreibungen der Produkte von ausgewählten Unternehmen durch. Bewerte sie anhand der Nachhaltigkeit/Ethik ihrer Produkte und trage deine Einschätzung auf den Balken ein.

**Informationstext:** aus Engartner & Heiduk, 2015

„Ob beim Kaffeetrinken, beim Schokoladenverzehr oder beim Kauf von Textilien – ethischer Konsum gemäß dem Motto ‚Wandel durch Handel‘ findet immer breitere Akzeptanz. [...] Eine rein ökonomische Betrachtung von Konsum als Verbrauchshandlung vernachlässigt die soziale, emotionale, kulturelle und ästhetische Wirkmächtigkeit dessen. Konsum beeinflusst den Menschen und Menschen beeinflussen Konsumangebote – das kann als partizipatorische Chance begriffen werden, wenn Konsumenten/Konsumentinnen ihre Rolle nutzen, um die Konsumgesellschaft aktiv zu verändern. [...] Ausschlaggebend für ein reflektiertes Konsumverhalten sind demnach die der Konsumententscheidung zugrundeliegenden individuellen Kriterien, die sich entlang sozialer, ökologischer und ökonomischer Problemstellungen konkretisieren lassen:“

Soziales	Ökologie	Ökonomie
Keine gesundheitsschädigenden Arbeits- und Produktionsbedingungen	Ressourcenschonender Anbau	Stabile Mindestpreise (u.a. gegenüber Lieferanten)
Keine Kinderarbeit	Keine umweltschädlichen Substanzen	Langfristige Handelsbeziehungen
Mitbestimmung der Arbeitnehmerschaft	Förderung kontrolliert biologischen Anbaus	Fairtrade-Prämie
Keine Diskriminierung	Verbot genetisch veränderter Organismen	„gerechte“ Entlohnung der Beschäftigten
Meinungs- und Versammlungsfreiheit	Wiederinstandsetzung der Natur (z.B. Aufforstung)	Wahrung eines Corporate-Governance-Kodex (z.B. Korruptionsverbot)

**Kurzbeschreibung von Produkten ausgewählter Unternehmen:**

**Beispiel A – Kleidung H&M**

H&M ist ein schwedisches Textilhandelsunternehmen, welches keine eigenen Produktionsstätten hat, sondern die Ware für sich produzieren lässt, vor allem in Asien (China, Kambodscha, Indonesien, usw.), aber auch in Europa, Nordafrika oder in der Türkei. Im Jahr 2017 wurde bekannt, dass Kleidung, möglicherweise von Kunden zum Recyclen zurückgebrachte Kleidungsstücke, verbrannt wurde, was von mehreren Fernsehsendern bestätigt worden ist. Kritisiert wird H&M auch für die Arbeitsbedingungen in den Produktionsstätten, wobei beispielsweise Vorwürfe über Kinderarbeit, geringe Löhne oder schlecht geregelte Arbeitszeiten laut werden. Zwar sollten die Mitarbeiter\*innen bis 2018 gerecht entlohnt werden, diesem Versprechen wurde jedoch nicht nachgekommen. Oft sind Überstunden notwendig, um vom Gehalt leben zu können. Nachhaltigkeitsziele von H&M sind unter anderem faire Jobs, Inklusion und Diversität sowie recycelte oder andere nachhaltige Materialien bei der Produktion. Diese Ziele sind bis jetzt mehr Absichten als Taten.

### **Beispiel B – Milch von Tirol Milch**

Tirol Milch bezeichnet sich als klimapositive Molkerei. Der Wassereinsatz wird streng überwacht und das Abwasser in einer eigenen Kläranlage direkt gereinigt. Die Energie stammt aus Photovoltaikanlagen oder Hackschnitzelheizungen, wobei sie das Holz laut Angabe aus Tirol beziehen. Mit der bei der Produktion entstehende Abwärme werden mehrere hundert Haushalte mit Energie versorgt. Im Geschäft besteht die Möglichkeit, die Milch nicht nur im Karton, sondern auch in Mehrwegflaschen zu kaufen. Die Bauern/Bäuerinnen dürfen nur gentechnikfreie europäische Futtermittel verwenden. Unzufrieden sind die bäuerlichen Betriebe öfters mit dem Milchpreis pro Liter, schon länger erhalten sie für nicht-bio-Milch weniger als 40 Cent.

### **Beispiel C – Bio-Produkte von Ja! Natürlich**

Ja! Natürlich ist die größte Bio-Marke Österreichs und findet man in REWE, Billa, Billa Plus, Penny, Bipa, Adeg und AGM. Der Leitsatz ist „Bio ohne Kompromisse“. Die Marke will beispielsweise Bio-Lebensmittel leistbar machen oder Bio-Fleisch in Österreich flächendeckend anbieten. Zusätzlich wird ressourcenschonendes Verpackungsmaterial verwendet. Die Bioprodukte unterliegen gesetzlichen Richtlinien, auch im Ausland wird die Qualität laufend geprüft. Zusätzlich werden die Produkte palmölfrei hergestellt. Ganz ohne Kritik kommt auch diese Marke nicht aus. Analysen von Sojadrinks haben gezeigt, dass der Nickelgehalt relativ hoch ist und bei manchen Produkten (z.B. Ja! Natürlich Bio Soja Drink) schon bei einem Viertelliter den für Kinder empfohlenen Wert deutlich übersteigt.

### **Beispiel D – Smartphone von Samsung**

Samsung zählt in Bereichen wie Handy- oder Fernsehgeräteproduktion weltweit zu den führenden Unternehmen. Bei der Smartphone-Produktion wird die Beschaffung von Rohstoffen kritisch betrachtet, oft ist es den Unternehmen nicht einmal möglich, die Lieferketten aufgrund vieler verschiedener Rohstoffe transparent darzustellen. Die Arbeitsbedingungen für die Rohstoffgewinnung sind oft nicht menschenwürdig und entsprechen selten internationalen Standards. Samsung wurde schon häufiger mit mangelnder Arbeitsschutzmaßnahmen in den Produktionsstätten konfrontiert und erklärte sich bereit, Schmerzensgeldzahlungen für Erkrankte zu leisten. Im Leitbild des Unternehmens finden sich verschiedenste Ziele, die Nachhaltigkeit und Ethik des Unternehmens zu verbessern. Das Unternehmen will Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft gemeinsam stärken.

### **Balken zum Eintragen**

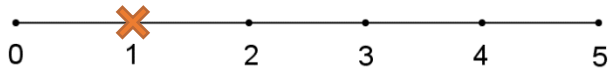
#### Aufgabenstellung:

Entscheide anhand der Kurzbeschreibungen, wie nachhaltig/ethisch die Produkte der beschriebenen Unternehmen sind und bewerte sie mit Punkten von 0-5 (0 – nicht ethisch/nachhaltig, 5 – sehr ethisch/nachhaltig) in den Kategorien Soziales, Ökologie und Ökonomie ein. Überlege, wie leicht die Produkte der Unternehmen durch Ethischere/Nachhaltigere ersetzt werden können (falls du glaubst, dass ersetzen überhaupt notwendig ist) und bewerte dies mit einer Punktezahl von 0-5 (0 – kaum ersetzbar, 5 leicht ersetzbar). Begründe deine Punkte kurz.

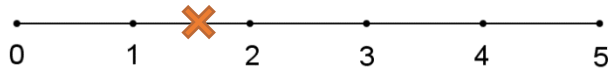
## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

### Beispiel A:

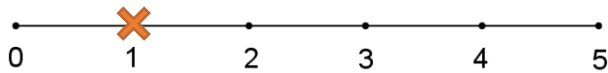
Soziales:



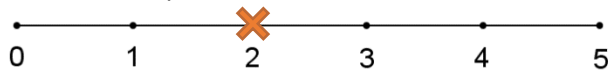
Ökologie:



Ökonomie:

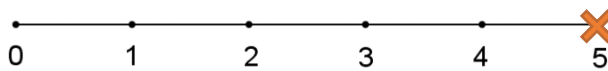


Substitutionsprodukte:

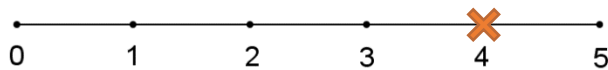


### Beispiel B:

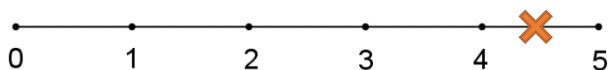
Soziales:



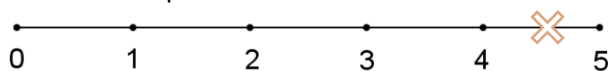
Ökologie:



Ökonomie:

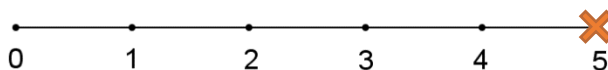


Substitutionsprodukte:

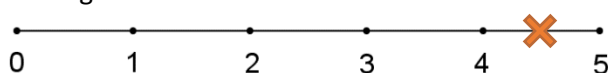


### Beispiel C:

Soziales:



Ökologie:



### Begründung:

Soziales: die Arbeitsbedingungen in asiatischen Ländern sind nachweislich sehr schlecht, vielleicht etwas besser in anderen Produktionsstandorten

Ökologie: gut ist das Ziel für nachhaltige Baumwolle, aber ressourcenschonender Anbau usw. noch nicht gewährleistet

Ökonomie: Entlohnung nicht gut

Substitutionsprodukte: andere billige Kleidung ist nicht besser, aber auch bei Markenkleidung kann man sich nicht immer sicher sein. Substitution mit österreichischen Produkten möglich, aber schwer, schöne Designs zu einem „vernünftigen“ Preis zu bekommen.

### Begründung:

Soziales: Annahme, dass die Arbeitsbedingungen in Tirol passen

Ökologie: zwar sind nicht alle Milchprodukte Bio, aber dennoch sehr gute Forderungen für Futtermittel

Ökonomie: Preise sind zwar stabil, aber nicht sehr hoch

Substitutionsprodukte: eigentlich nicht notwendig, wenn es als notwendig erachtet wird, gibt es genügend Alternativen

### Begründung:

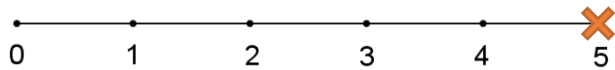
Soziales: viele Produkte aus Österreich, da müsste es schon passen. Auch sonst wird auf Qualität geachtet.

Ökologie: Kontrolle genau überwacht, aber z.B. Nickelgehalt in Sojadrinks ist nicht gut



## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Ökonomie:



Substitutionsprodukte:

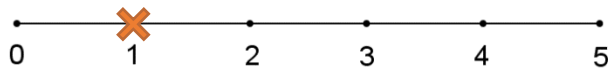


Ökonomie: passt gut

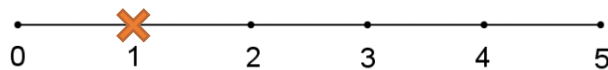
Substitutionsprodukte: sind eigentlich nicht notwendig, es gibt aber auch andere derartige Marken

**Beispiel D:**

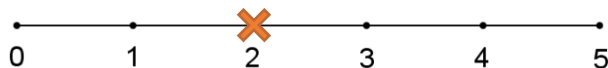
Soziales:



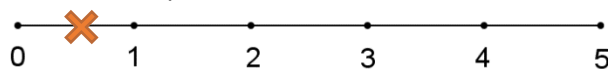
Ökologie:



Ökonomie:



Substitutionsprodukte:



Begründung:

Soziales: Es hat sich immer wieder gezeigt, dass hier noch viel Nachholbedarf besteht. Gut ist Bereitschaft für Schadensersatzzahlungen, aber eigentlich dürfte es diese nicht brauchen

Ökologie: Abbau der notwendigen Ressourcen ist problematisch.

Ökonomie: kann nicht ganz eingeschätzt werden.

Substitutionsprodukte: Es gibt schon Alternativen, Nachhaltig sind diese aber auch nicht wirklich.

Quellen:

„Bio-Kennzeichnung Teil 3: Handelsmarken“ (o.d.). Verfügbar unter <https://www.wir-leben-nachhaltig.at/aktuell/nuetzlingsunterkunft-selbst-gebaut/bio-kennzeichnung-teil-3-handelsmarken> [15.05.2021].

Copy Cat (2019): Wie „Grün“ ist eigentlich H&M?“ Verfügbar unter <http://anothercopycat.com/hm/> [15.05.2021].

ORF (2019): Hohe Menge Nickel in Soja-Drinks. Verfügbar unter <https://help.orf.at/v3/stories/2984165/> [15.05.2021].

Engartner, T. & Heiduk, N. (2015). Reflektierter Konsum. Leitlinien einer an ethischen Prinzipien orientierten sozialwissenschaftlichen Konsumbildung. In: GWP 3, S. 335-344. DOI: <https://doi.org/10.3224/gwp.v64i3.20753>.

Samsung (o.d.): Unser Ansatz zur Nachhaltigkeit. Verfügbar unter <https://www.samsung.com/at/aboutsamsung/sustainability/strategy/> [15.05.2021].

Schulzki-Haddouti, C. (2019): Das müssen umweltbewusste Smartphone-Käufer wissen. Verfügbar unter [https://www.t-online.de/digital/smartphone/id\\_85684302/oekologisch-und-fair-das-sollten-smartphone-kaeuer-wissen.html](https://www.t-online.de/digital/smartphone/id_85684302/oekologisch-und-fair-das-sollten-smartphone-kaeuer-wissen.html) [15.05.2021].

Tirol Milch (2021): Erste klimapositive Molkerei! Klimaneutral können viele, Tirol Milch ist klimapositiv. Verfügbar unter <https://www.tirolmilch.at/aktuelles/?id=176> [15.05.2021].

Level 4

**Arbeitsauftrag:** Ann-Kathrin weiß mittlerweile schon viel mehr über Kaufentscheidungen und ethische Aspekte. Ihr neu gewonnenes Wissen will sie jetzt anwenden und betrachtet dafür verschiedene größere Anschaffungen, welche sie in Zukunft tätigen möchte. Diese hat sie aufgeschrieben, bevor sie sich mit dem Thema genauer auseinandergesetzt hat. Unten sind die geplanten Anschaffungen mit verschiedenen Möglichkeiten aufgelistet. Recherchiere im Internet notwendige Informationen, um Nutzen (welche Eigenschaften des Produkts sind für mich/andere nützlich) und Kosten analysieren zu können. Fülle die Tabelle zu mit Bedarf, Nutzen und Kosten aus.

**Laptop:**

Derzeitige Situation:

Ann-Kathrins Laptop funktioniert nicht mehr einwandfrei. Die Akkulaufzeit ist nur mehr sehr kurz und manchmal funktioniert er gar nicht. Da sie schon länger plant, einen neuen Laptop zu kaufen, hat sie dafür Geld beiseitegelegt und kann bis zu 1500 € ausgeben. Folgende Modelle hat sie im Visier:

	ACER Notebook Aspire 5	LENOVO Notebook ThinkPad L14
Bedarf	Der alte Laptop funktioniert nicht mehr ganz, daher ist der Bedarf schon da. Wenn auch noch nicht, weil er ganz kaputt ist.	Der alte Laptop funktioniert nicht mehr ganz, daher ist der Bedarf schon da. Wenn auch noch nicht, weil er ganz kaputt ist.
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Hat funktionierenden Ton und mit Sicherheit bessere Akkulaufzeit</li> <li>o vermutlich neueres Betriebssystem als der Alte</li> <li>o Kauf ist gut für die Wirtschaft</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>o schneller als i5</li> <li>o ThinkPad hat immer wieder sehr gute Rezensionen</li> <li>o Ton und Akku funktioniert</li> <li>o Kauf ist gut für die Wirtschaft</li> </ul>
Kosten	Mit Intel Core i5 bei MediaMarkt um 639 € erhältlich.	Mit Intel Core i7 bei MediaMarkt um 1339 € erhältlich.

Gibt es nachhaltigere Alternativen?

Alternative(n)	Reparatur
Bedarf	Bedarf ist da, weil der Laptop nicht mehr richtig funktioniert und dies beim Arbeiten damit umständlich ist.
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>o Kosten sind geringer und Laptop funktioniert wieder</li> <li>o gewohnter Laptop kann weiterverwendet werden</li> <li>o weniger Ressourcenverbrauch</li> </ul>

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Kosten	Kosten sollten unter 200 € bleiben
--------	------------------------------------

### Auto:

#### Derzeitige Situation:

Ann-Kathrin hat einen Freund in Linz. Ihre Universität befindet sich in der Nähe ihrer Wohnung, sodass sie die Strecke mit dem Fahrrad zurücklegen kann. Um zu ihrem Freund zu kommen, möchte sie sich nun aber ein Auto kaufen. Beim Kauf würde sie von ihren Eltern und Großeltern unterstützt. Folgende Modelle hat sie im Visier:

	Hyundai i10 (neu)	VW up! (gebraucht)
Bedarf	o Um zum Freund zu kommen, braucht sie etwas, da er auch nicht immer nach Wien kommen kann.	o Um zum Freund zu kommen, braucht sie etwas, da er auch nicht immer nach Wien kommen kann.
Nutzen	o kann flexibel Fahren -> ist nicht auf Zug angewiesen o jederzeit verfügbar o ist neu	o kann flexibel Fahren -> ist nicht auf Zug angewiesen o jederzeit verfügbar o billiger als ein Neuwagen
Kosten	Ab 14.490€ erhältlich	7.990 € in Wien, 60 PS, 35.000 km, Erstzulassung 2018

Gibt es nachhaltigere Alternativen?

Alternative(n)	ÖBB Vorteilscard 66
Bedarf	o Um zum Freund zu kommen, braucht sie etwas, da er auch nicht immer nach Wien kommen kann.
Nutzen	o die Verwendung von öffentlichen Verkehrsmitteln ist gut für die Umwelt o keine Kosten für Auto, Reparatur, Parkplatz usw. o vergünstigte Fahrten
Kosten	66 €, ein Jahr gültig

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

### Wohnung:

#### Derzeitige Situation:

Ann-Kathrin wohnt in einer 1 Zimmer Wohnung, möchte jedoch gerne in eine größere Wohnung ziehen und kann sich eine Miete von bis zu 850 € leisten, da sie in ihrem Nebenjob dafür genug verdient. Sie weiß noch nicht genau, wie und wo sie die Wohnung haben möchte. Folgende Möglichkeiten spielen für sie eine Rolle:

	2 Zimmer Wohnung	3 Zimmer Wohnung
Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ist schon da, weil 1 Zimmer Wohnung ist nicht sehr groß</li> <li>○ natürlich ist eine größere Wohnung etwas ganz anderes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ ist schon da, weil 1 Zimmer Wohnung ist nicht sehr groß</li> <li>○ natürlich ist eine größere Wohnung etwas ganz anderes</li> </ul>
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ lebt für sich allein</li> <li>○ ist nicht auf andere angewiesen bzw. nicht von anderen abhängig</li> <li>○ billiger als eine 3 Zimmer Wohnung</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ lebt für sich allein</li> <li>○ ist nicht auf andere angewiesen bzw. nicht von anderen abhängig</li> <li>○ mehr Platz als in einer 2 Zimmer Wohnung</li> </ul>
Kosten	Ab 450€	Ab 750 €

Gibt es nachhaltigere Alternativen?

Alternative(n)	In der 1 Zimmer Wohnung bleiben
Bedarf	
Nutzen	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ keim Umzugsstress</li> <li>○ gewohnte Umgebung</li> <li>○ in der Nähe der Uni</li> </ul>
Kosten	○ bleiben gleich wie bisher

Level 5



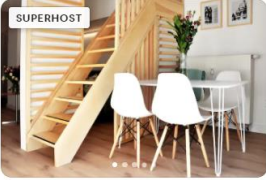


**Ausgangssituation:** Ann-Kathrin wohnt in Wien und studiert dort Publizistik. Einmal im Monat macht Ann-Kathrin mit ihren Freundinnen einen Städtetrip. Dabei ist ihnen wichtig, dass die Anreise möglichst kurz und bequem ist. Während des Aufenthalts gehen die Mädchen in Clubs feiern, shoppen oder essen in einem Restaurant. Nachhaltigkeit, Umweltschutz und ethische Verträglichkeit spielte bis jetzt keine Rolle. Nun hat Ann-Kathrin aber bereits die Aufgaben der Level 1-4 erledigt und zweifelt an der Korrektheit ihres Handelns. Nächstes Wochenende steht ein Städtetrip nach Berlin an. Normalerweise wären die Mädchen von Wien nach Berlin geflogen und hätten dort ihre Zeit mit Shoppingtouren und Restaurantbesuche verbracht.

**Arbeitsauftrag:** Verknüpfe nun die vorherigen Arbeitsaufträge und suche Argumente, um die Freundinnen von Ann-Kathrin zu überzeugen, um die Reise nach Berlin möglichst nachhaltig zu gestalten. Plane grob eine Reise von Wien nach Berlin, wobei der Aufenthalt möglichst umweltfreundlich und nachhaltig ist.

Reise nach Berlin

Eckdaten:

- 21.-24.05.2021
- Wien – Berlin
- Budget 300€
- 4 Mädchen (22 & 23 Jahre alt)

Was?	Wie?		Warum nachhaltig?
An- und Abreise	Zug	<p>Empfehlung basierend auf Preis und Dauer der Reise</p> <p>06:50 → 15:29  79,90 €  <small>8Std. 39Min., 1 Umst.</small></p> <p>Empfehlung basierend auf Preis und Dauer der Reise</p> <p>09:15 → 17:30  64,90 €  <small>8Std. 15Min., 1 Umst.</small></p> <p><a href="https://www.thetrainline.com/de">https://www.thetrainline.com/de</a></p>	Klimafreundlich
Unterkunft	Air BnB	<p><b>SUPERHOST</b></p>  <p>Ganze Wohnung in Wedding                  Stylish New Cube Loft by Berlin-Wall-... </p> <p>4 Gäste · Studio · 2 Betten · 1 Badezimmer                  Dein Gastgeber ist ein Unternehmen · WLAN · Küche ...</p> <p> Neuer niedrigerer Preis</p> <p>162€ <del>144€</del> / Nacht  <small>Gesamtpreis: 431€</small></p> <p>★ 5,0 (22 Bewertungen)</p> <p><a href="https://www.airbnb.de/">https://www.airbnb.de/</a></p>	Handtücher und Bettwäsche müssen weniger oft gewaschen werden

## Case Study „Es geht um unsere Zukunft“

Verpflegung	Selbst einkaufen und kochen	 <p><a href="https://www.biocompany.de/bio-company-markt-finden/l/berlin/reichsstrasse-10/358369">https://www.biocompany.de/bio-company-markt-finden/l/berlin/reichsstrasse-10/358369</a></p>	Nachhaltige Produkte können gekauft werden
Freizeitgestaltung	Museen, im Park chillen, an der Spree spazieren gehen	 <p><a href="https://www.visitberlin.de/de/parks-berlin-gruene-oasen-fuer-familien">https://www.visitberlin.de/de/parks-berlin-gruene-oasen-fuer-familien</a></p>	Keine überflüssige Kleidung wird gekauft

**Finde Argumente, um die Freundinnen von Ann-Kathrin von einer nachhaltige Städtereise zu überzeugen:**

- Billiger
- Auf die Umwelt achten
- Bewusster leben
- Gesünder
- Mehr Kultur