

Name: Klasse:

DIE MACHT DER KONSUMENTEN

Zu 1:

zu 69)

- Neue Produkte mit Chancen auf dem Markt müssen etwas vorher nie Dagewesenes sein und erst neue Konsumbedürfnisse und Konsumwünsche wecken.
- Neue Produkte führen bisweilen zu ökologisch und gesundheitlich unvernünftigem Verhalten.

zu 70)

- Produkten darf keine Sinn oder Identität stiftende Rolle zugeschrieben werden, um ihren Marktwert zu steigern.
- Produktwerbung, die in diese Richtung geht, muss auf Grundlage von ethischen Kriterien hinterfragt werden.

Zu 71)

- Der Konsumzurückhaltung liegt nicht allein in existentieller Sorge begründet, sondern ist oft bewusste Kundenentscheidung.
- Die Kunden sind für eine verantwortungsbewusste Kaufentscheidung auf Verbraucherorganisationen angewiesen, die nicht nur auf ökologische, sondern auch auf Sozialstandards achten sollten.

Zu 4:

- Gutberlet: Im Zusammenhang mit seiner Forderung nach Grundlohn wird deutlich, dass es ihm um bereits existierende materielle Wünsche geht.
- EKD: Durch Geld erfüllbare Wünsche, die zu Sinnfragen hochstilisiert werden.