



Formular zur Beantragung eines W-Seminars

Lehrkraft: Sellmeyer

Leitfach: WR

Rahmenthema: Wirtschaftsethik – Ethische Aspekte von Produktion und Konsum
Welche Verantwortung tragen Konsumierende und Produzierende?

Zielsetzung des Seminars, Begründung des Themas (ggf. Bezug zum Fachprofil):

Welche Rolle spielen die Interessen der Umwelt und aller anderen Menschen bei Konsumententscheidungen? Sollten wir uns zuallererst und vorwiegend um unsere eigenen Konsuminteressen kümmern? Welche Auswirkungen hätte das? Wer ist für die Auswirkungen der Produktion und des Konsums verantwortlich? Diesen Fragen stellen sich im Bereich der Ethik und der Ökonomie: der Wirtschaftsethik.

Im Seminar werden zunächst grundlegende Ethik-Entwürfe über Verantwortung vorgestellt, sowie wirtschaftliche Auswirkungen von Konsum und Produktion. Vor allem der Blick auf globale Vernetzung des Konsums und der Produktion soll nicht zu kurz kommen.

Hauptziel des Seminars ist es die Seminarteilnehmenden in die Lage zu versetzen, einen reflektierten, eigenen Standpunkt zu wirtschaftsethischen Fragen in Hinblick auf Verantwortung bzgl. Konsum und Produktion zu erarbeiten.

Mögliche Themen für die Seminararbeiten (bitte **mindestens sechs** Themen – möglichst als Frage- und Problemstellung – angeben):

1. Die wahren Kosten – Welche sozialen und ökologischen Auswirkungen von der Erzeugung bis zum Verkauf haben Lebensmittel/Kleidung/Technik?
2. Der Weg von Waren und Rohstoffen – Was leistet das neue Lieferkettengesetz?
3. Waffen aus Deutschland – Welche Verantwortung tragen wir?
4. Hauptsache billig – Wer bezahlt den Preis für unseren Konsum?
5. Sharing-Modelle – Sind Sharing-Modelle (Car-Sharing/Food-Sharing etc.) eine Alternative zum Besitz?
6. Lebensmittel für den Müll – Was wird täglich weggeworfen, wie könnte man es vermeiden und welche Auswirkungen hat dies?
7. Globale Spekulation mit Grundnahrungsmitteln – Was bedeutet die Privatisierung von Wasser?
8. Geplante Obsoleszenz – Ethische und ökologische Probleme durch die absichtliche Verringerung der Lebensdauer von Konsumgütern
9. Greenwashing – Welche Marketing-Strategien versprechen ökologische positive Effekte ohne dies wirklich zu leisten?