

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

Kreative Ideen und Konzepte inkl. fertig ausgearbeiteter Materialien und Kopiervorlagen für einen lehrplangemäßen und innovativen Unterricht

Thema: Technik – Wirtschaft – Soziales, Ausgabe: 8

Titel: Damit der Traum nicht zum Albtraum wird - Urlaubsplanung und Reiserecht (44 S.)

Produktinweis zur »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe«

Dieser Beitrag ist Teil einer Print-Ausgabe aus der »Kreativen Ideenbörse Sekundarstufe« der Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG*. Den Verweis auf die jeweilige Originalquelle finden Sie in der Fußzeile des Beitrags.

- ▶ Alle Beiträge dieser Ausgabe finden Sie [hier](#).

Seit über 15 Jahren entwickeln erfahrene Pädagoginnen und Pädagogen kreative Ideen und Konzepte inkl. sofort einsetzbarer Unterrichtsverläufe und Materialien für verschiedene Reihen der Ideenbörse.

- ▶ Informationen zu den Print-Ausgaben finden Sie [hier](#).

* Ausgaben bis zum Jahr 2015 erschienen bei OLZOG Verlag GmbH, München

Beitrag bestellen

- ▶ Klicken Sie auf die Schaltfläche **Dokument bestellen** am oberen Seitenrand.
- ▶ Alternativ finden Sie eine Volltextsuche unter www.eDidact.de/sekundarstufe.

Piktogramme

In den Beiträgen werden – je nach Fachbereich und Thema – unterschiedliche Piktogramme verwendet. Eine Übersicht der verwendeten Piktogramme finden Sie [hier](#).

Nutzungsbedingungen

Die Arbeitsmaterialien dürfen nur persönlich für Ihre eigenen Zwecke genutzt und nicht an Dritte weitergegeben bzw. Dritten zugänglich gemacht werden. Sie sind berechtigt, für Ihren eigenen Bedarf Fotokopien in Klassensatzstärke zu ziehen bzw. Ausdrucke zu erstellen. Jede gewerbliche Weitergabe oder Veröffentlichung der Arbeitsmaterialien ist unzulässig.

- ▶ Die vollständigen Nutzungsbedingungen finden Sie [hier](#).

Haben Sie noch Fragen? Gerne hilft Ihnen unser Kundenservice weiter:

[Kontaktformular](#) | ✉ Mail: service@eDidact.de

✉ Post: Mediengruppe Oberfranken – Fachverlage GmbH & Co. KG
E.-C.-Baumann-Straße 5 | 95326 Kulmbach

☎ Tel.: +49 (0)9221 / 949-204 | 📠 Fax: +49 (0)9221 / 949-377

<http://www.eDidact.de> | <https://www.bildung.mgo-fachverlage.de>

Vorüberlegungen

Lernziele:

- Die Schüler sollen erkennen, dass durch einen gezielten Preisvergleich preisgünstige Angebote herausgefunden werden können, die wettbewerbsbedingt ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis aufweisen.
- Die Schüler sollen die Praxis unseriöser Reiseverkäufer erkennen, so genannte „Reisegewinne“ mit Zusatzangeboten zu verbinden, die überteuert sind und für den „Gewinner“ erhebliche Kosten beinhalten.
- Die Schüler sollen erfahren, dass die Kenntnis und die Beachtung reiserechtlicher Grundgegebenheiten unabdingbare Voraussetzungen für verbraucherfreundliche Gerichtsentscheidungen darstellen.

Anmerkungen zum Thema (Sachanalyse):

Im **Urlaub** Geld sparen? Wenn man sich das Leben schön machen will, möchte man nicht immer auf jeden Euro und jeden Cent schauen. Und doch ist in der organisierten Freizeitindustrie die Tourismusbranche ein riesiger Markt, auf dem sich Angebot und Nachfrage gegenüberstehen. „It's a big business“: Es gibt viele Möglichkeiten, teures Geld zu bezahlen, aber auch ebenso viele Chancen, **preis-wert** die schönsten Tage im Jahr zu verbringen. Es geht also nicht um den „billigen“ Urlaub, der den Komfort-Verzicht in Kauf nimmt, sondern um die Reise, die ihren Preis „wert“ ist (und somit durchaus auch gewisse Annehmlichkeiten beinhalten kann).

Bei der **Preisgestaltung** der Reiseanbieter ist ein harter Wettbewerb unübersehbar: Nachdem auch in der Reisebranche die **Fusionen** fortschreiten, verfügen die großen Veranstalter über riesige Kapazitäten. Das verständliche Ziel, durch möglichst große Ausnutzung dieser Kapazitäten eine positive Wirtschaftsbilanz zu erreichen, trägt trotz der Monopolisierungstendenz zunächst neben anderen Faktoren mit dazu bei, dass für den Verbraucher zahlreiche günstige Angebote bestehen.

Mehr denn je lohnt sich bei der unübersehbar erscheinenden Vielfalt der katalogisierten oder inserierten Angebote der **Preisvergleich**. Gerade große Hotelanlagen arbeiten fast immer mit mehreren Reiseveranstaltern zusammen, so dass man in mehreren Katalogen dasselbe Hotel mit höchst unterschiedlichen Preisen wiederfindet.

Auch die zunehmende „Katalogehrlichkeit“ ist ein weiteres Argument für die Einschätzung, dass die Entwicklung in der Touristikbranche als verbrauchergünstig beurteilt werden kann. Allerdings wird diese erfreuliche Tendenz von der gegenläufigen statistischen Erkenntnis getrübt, dass die zweifelhaften **Gewinnspiel-Praktiken** weiterhin in Deutschland ihre Opfer finden. So hat auch im Jahre 2006 mancher – zunächst hochehrfreuter – Preisträger seine schmerzhaften Erfahrungen gemacht. Im großen Stil werden „gewonnene“ Reisegutscheine aller Art an einen riesigen Adressatenkreis versandt. Gehen die „Gewinner“ auf die „großzügigen Geschenke“ ein, werden sie mit der Verpflichtung zu überhöhten Zusatzkosten regelrecht abgezockt.

Man kann den Verbraucher vor einer Annahme solcher „Gewinne“ nur warnen, denn später kommt mit Sicherheit das böse Erwachen und das ungute Gefühl, in die Fangarme eines Kundenfängers geraten zu sein. „Den Urlaub habe ich mir hart erarbeitet!“, sagen viele Menschen, die sich die Reise schon lange herbeigesehnt haben. Soll diese Zeit für sie ein Albtraum werden?

Didaktisch-methodische Reflexionen:

Die **Collage** zu Beginn der Unterrichtsreihe liefert einerseits mannigfache Gesprächsanlässe zum Thema „Urlaubsreisen“ und führt andererseits aber auch schon auf verbraucherkritische Fragen hin. Daran an-

3.9**Damit der Traum nicht zum Albtraum wird – Urlaubsplanung und Reiserecht****Vorüberlegungen**

schließlich wird die finanzielle Dimension des internationalen Tourismus-Geschäfts beleuchtet. Zugleich festigen die Schüler hier eine Lerntechnik („lernen, wie man lernt“): Sie finden die Aussagen des Schaubildes heraus und lernen den Umgang mit diesen Fakten.

Anhand eines konkreten **Fallbeispiels** werden die unterschiedlichen Interessen von Familienmitgliedern deutlich; zugleich wird aber auch schon der Blick auf die interessante Tatsache gelenkt, dass Flugreisen in entfernte Ziele durchaus nicht teurer sein müssen als Urlaubsaufenthalte in Deutschland.

Anschließend werden die Schüler mit einem computergestützten **Preisvergleich** von Marktforschungsunternehmen konfrontiert. Im nächsten handlungsorientierten Schritt nehmen die Schüler selbst einen Preisvergleich vor.

Um die Schüler als zukünftige Entscheidungsträger vor unseriösen „Kundenfängern“ zu schützen, erarbeiten sie in Gruppenarbeit neun verbraucherkritische Aspekte der zweifelhaften Gewinnspiel-Praktiken.

Zur Belebung der Unterrichtsreihe werden die Schüler mit einem kombinierten **Silben- und Kreuzworträtsel** noch einmal zu einer Internalisierung wesentlicher Sachverhalte motiviert: Sie verinnerlichen die Grundbegriffe, die in der Reisebranche üblich sind.

Zum Abschluss erfolgt eine **Aktualisierung**: Sachtexte aus dem Internet stellen vier aktuelle Gerichtsentscheidungen vor, welche typische verbraucherbezogene Phänomene des internationalen Tourismus verdeutlichen. Die vielfältigen Gesichtspunkte lassen einen Wechsel der Unterrichtsform für geboten erscheinen: In Gruppen mit unterschiedlicher Problemstellung werden die Aufgaben bearbeitet und anschließend erläutert. Eine alternative Verlaufsplanung zeigt auch Möglichkeiten der Einzelarbeit auf.

Das **Zusatzmaterial** (die so genannte „Frankfurter Liste“) bietet der Lehrkraft eine differenzierte Einsatzmöglichkeit: Diese aktuelle Liste kann bei Bedarf das Material der jeweiligen Unterrichtsphase sinnvoll ergänzen und vermag somit eine Vertiefung herbeizuführen.

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Hinführung: Die schönste Zeit des Jahres
2. Schritt: Bilanzaufnahme: Was Urlauber im Ausland ausgeben
3. Schritt: Fallbeispiel: Planung einer preiswerten Urlaubsreise
4. Schritt: Vertiefung: Preisvergleichsbeispiel
5. Schritt: Handlungsorientierter Teilaspekt der Verbraucherbildung: Der Preisvergleich
6. Schritt: Erarbeitung: Unseriöse Verkaufsmethoden im Reisegeschäft
7. Schritt: Auswertung der Ergebnisse
8. Schritt: Schriftliche Wissensüberprüfung (Test)
9. Schritt: Internalisierung durch kombiniertes Silben- und Kreuzworträtsel

Alternative 1: Gruppenarbeit

10. Schritt: Aktualisierung: Vier Verbrauchertipps aus dem Reiserecht
11. Schritt: Auswertung der Ergebnisse

Alternative 2: Einzelarbeit

10. Schritt: Aktualisierung: Vier Verbrauchertipps aus dem Reiserecht
11. Schritt: Auswertung der Ergebnisse

Unterrichtsplanung

1. Schritt: Hinführung: Die schönste Zeit des Jahres

Lernziele:

- Die Schüler sollen sich zu der Collage spontan äußern und in Bezug auf ihren eigenen Erfahrungshorizont ihre Empfindungen mitteilen.
- Sie sollen zu den „Botschaften“ der Artikelüberschriften und Inseratausschnitte Stellung nehmen.

Die Lehrkraft legt die **Collage** (vgl. **M 1**) als **stummen Impuls** als Folie auf. Die Schüler bekommen etwas Zeit, um die Collage zu betrachten. Nach dieser stillen Eingangsphase äußern sich die Schüler:

- „Die Palmen sollen die Sehnsucht der Menschen wecken, eine Urlaubsreise zu unternehmen.“
- „Bei uns in Deutschland gibt es kaum Palmen.“

Als weiteren **stummen Impuls** zeigt die Lehrkraft kurz auf eine Überschrift und lässt die Schüler darauf reagieren:

- „Flugreisen sollen in diesem Jahr billiger werden als im Vorjahr.“
- „Reise-Gewinner werden mit faulen Tricks ausgenutzt.“

Didaktisch-methodischer Kommentar:

Die enge Bild-Text-Beziehung ermöglicht auch Schülern mit Sprachdefiziten einen erleichternden Zugang zum Verständnis des Themenkomplexes. Zugleich wird für alle Mitglieder der Lerngruppe die Richtung der kommenden Fragestellungen ansatzweise aufgezeigt.

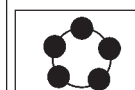
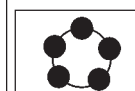
2. Schritt: Bilanzaufnahme: Was Urlauber im Ausland ausgeben

Lernziele:

- Die Schüler sollen mithilfe eines Schaubildes die deutsche Reisebilanz im letzten Jahrzehnt des letzten Jahrhunderts kennenlernen.
- Sie sollen den Nutzen eines Schaubildes erfahren, indem sie lernen, daraus bedeutsame Aussagen zu entnehmen und diese sachgerecht zu interpretieren.

Die Lehrkraft projiziert das Schaubild „Deutsche Reisebilanz 1990-2005“ (vgl. **M 2**) als **stummen Impuls** auf **Folie**. Die Schüler äußern sich zum Schaubild:

- „Das Schaubild zeigt, wie viel Geld die Deutschen im Ausland im Urlaub ausgegeben haben.“
- „Es zeigt, wie viel Geld ausländische Touristen in ihrem Urlaub in Deutschland ausgegeben haben.“
- „Die Deutschen haben viel mehr Geld im Ausland ausgegeben als ausländische Touristen in Deutschland.“



3.9

Damit der Traum nicht zum Albtraum wird – Urlaubsplanung und Reiserecht

Unterrichtsplanung



Die Lehrkraft fragt gezielt nach, um wie viel mehr Geld die Deutschen im Ausland ausgeben als ausländische Touristen in Deutschland. Die Schüler stellen fest, dass die Geldausgaben der Deutschen im Ausland nahezu dreimal höher sind als die Ausgaben der ausländischen Urlauber in Deutschland.

Im Unterrichtsgespräch wird nun auf das Wachstum der Urlaubsausgaben eingegangen, das an den ansteigenden Säulenhöhen sichtbar wird.

Die Lehrkraft nennt den Schlüsselbegriff:

- „Das Reisegeschäft ist eine Wachstumsbranche.“

Im Frage-geleiteten *Unterrichtsgespräch* entsteht die Interpretation des Schaubildes:

Tafelanschrift:

Die deutsche Reisebilanz von 1990 bis 2005

1. Die Deutschen geben im Auslandsurlaub dreimal so viel Geld aus wie die ausländischen Urlauber bei uns in Deutschland.
2. Die Ausgaben für den Urlaub steigen immer mehr an.
3. Das Tourismus-Geschäft ist eine Wachstumsbranche.



Die Tafelanschrift sowie die untere Tabelle auf **M 2** werden von den Schülern in ihr Heft übertragen.

**Didaktisch-methodischer Kommentar:**

Auf die sicherlich interessante Schaubild-Aussage, dass die Geldausgaben der Deutschen im Ausland dreimal höher sind als die Ausgaben der ausländischen Urlauber in Deutschland, soll an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden.

Die Aufgaben, die unter dem Schaubild stehen, sollen bewusst im Heft erledigt werden. Die Schüler sollen die Tabelle sauber zeichnen und dann die Eintragungen vornehmen.

**Alternative:**

Die **Folienvorlage** (vgl. **M 2**) kann auch als Arbeitsblatt an die Schüler ausgegeben werden. Die Schüler erledigen dann die Arbeitsaufträge mithilfe der vorgegebenen Tabelle.

Unterrichtsplanung

3. Schritt: Fallbeispiel: Planung einer preiswerten Urlaubsreise

Lernziele:

- Die Schüler sollen erkennen, dass unterschiedliche Interessen die Urlaubsart und das Reiseziel bestimmen.
- Sie sollen erkennen, dass Flugreisen in ferne Länder nicht zwangsläufig teurer sein müssen als Urlaubsaufenthalte in Deutschland.

Die Lehrkraft verteilt das **Arbeitsblatt** „Familie Seidenberger plant eine Urlaubsreise (Fallbeispiel)“ (vgl. **M 3**). Die Schüler lesen den Text zunächst still, anschließend ein zweites Mal abschnittsweise laut.

Nach einigen spontanen Äußerungen wird das *Gespräch* auf folgende Frage gerichtet:

- „Warum ist es am Anfang für die Familienmitglieder so schwer, sich auf ein Urlaubsziel zu einigen?“

Im Unterrichtsgespräch erarbeiten die Schüler die unterschiedlichen Motive der einzelnen Familienmitglieder für ihren Urlaub.

Jeweils ein Schüler schreibt die Sätze an die Tafel. Somit entsteht **auf der mittleren Tafelfläche** der aufgeklappten Tafel folgendes Tafelbild:

Tafelanschrift:

<i>Menschen haben unterschiedliche Interessen</i>
<i>Sich auf ein Urlaubsziel einigen ist schwer,</i>
1. weil der Vater gern einen Wanderurlaub machen möchte.
2. weil die Mutter gerne schönes Wetter haben möchte.
3. weil die Kinder gerne schwimmen und viel lesen möchten.

Impuls: Welche Bedenken hat Herr Seidenberger, als er die Wünsche seiner Frau und die Vorstellungen der Kinder hört?

Die Schüler antworten:

- Der Vater meint, dass eine Flugreise zu teuer ist, dass Flugreisen mehr Geld kosten als ein Urlaub in Deutschland.

Impuls: Sind Flugreisen ins Ausland teurer als ein Urlaub in Deutschland?

Die Schüler antworten:

- Die Familie stellt fest, dass zweiwöchige Flugreisen nicht immer teurer sind als zwei Wochen Urlaub in Deutschland, und wundert sich darüber.

