

Arbeitsmaterialien für Lehrkräfte

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

Thema: Arbeitslehre, Ausgabe: 10

Titel: Camping - ein Lernspiel (28 S.)

ProduktHinweis 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>

Camping – ein Lernspiel

2.6

Vorüberlegungen

Lernziele:

- Die Schüler sollen Grundbedürfnisse von Wahlbedürfnissen unterscheiden können.
- Die Schüler sollen lernen, wie man Bedürfnisse kostengünstig, umweltverträglich und der persönlichen Situation angemessen befriedigen kann.
- Die Schüler sollen wissen, was man unter dem Begriff „Wirtschaften“ versteht.

Anmerkungen zum Thema (Sachanalyse):

Die Einordnung und Beurteilung **menschlicher Bedürfnisse** ist sowohl vom gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Wandel als auch vom jeweiligen Standort des Betrachters abhängig. **Typisierungsversuche** (wie die häufig zu findende Unterscheidung Grundbedürfnisse - Kulturbedürfnisse - Luxusbedürfnisse) sind also immer fragwürdig und dazu noch für die Schüler weder besonders anschaulich noch motivierend. Dagegen ist die Zweiteilung in **Grund-** und **Wahlbedürfnisse** fruchtbarer und für das Verständnis des Begriffs **Wirtschaften** von Bedeutung.

Natürlich müssen die Bedürfnisse weitergehend differenziert werden. Nach Erhard Eppler lassen sich zum Beispiel einige fundamentale Bedürfnisse ausmachen, die allen Menschen gemeinsam sind: Jeder Mensch braucht ein Zuhause, braucht Bildung, Anerkennung, Zeit für sich, hat Anspruch auf Freiheit und Individualität, sucht den Austausch mit anderen und trachtet danach seine Gegenwart zu Vergangenheit und Zukunft in Beziehung zu setzen. Dies wurde in den sechziger und siebziger Jahren mit **Lebensqualität** gleichgesetzt, ein Begriff, der wieder aus dem Sprachgebrauch zu verschwinden droht. (nach: Erhard Eppler, Was braucht der Mensch?, Frankfurt a. Main 2000)

Die klassischen **Grundbedürfnisse** (Wohnung – Nahrung – Kleidung) müssen vorrangig befriedigt werden, ehe noch verbleibende Mittel für **Wahlbedürfnisse** wie Freizeit, Bildung, Unterhaltung, Körperpflege u.a. eingesetzt werden. Hinzu kommen Bedürfnisse, die nicht durch Geld befriedigt werden können, wie die immateriellen Bedürfnisse (zum Beispiel Freundschaft).

Didaktisch-methodische Reflexionen:

Das Thema „Bedürfnisse“ wird in Schulbüchern und Lehrplänen oft als Einführung in das Fach Wirtschaft verwendet. Dies ist verständlich und auch sinnvoll, birgt jedoch die große Gefahr, dass die Lehrkraft dem Unterricht eine Systematik verleiht, die schnell zu einem fachsystematisch-abstrakten Lernen führt. Damit gehen **Motivation** und **Lernfreude** verloren. Stattdessen sind Wege zu suchen, wie die Schüler **exemplarisch, realitätsnah** und **problemorientiert** lernen. Dabei darf gerade im Wirtschaftslehreunterricht das Lernen nicht auf **Sachwissen** bezogen bleiben. Gerade die Methode des Lernspiels ermöglicht ein ganzheitliches Lernen, was über Sachkompetenz, Sozialkompetenz, Moralkompetenz und Methodenkompetenz die Handlungsfähigkeit des Schülers stärkt.

Das vorliegende **Lernspiel** ist u.a. gekennzeichnet durch:

- Schüleraktivität
- Ungewissheit (offene Entscheidungen)
- Spannung
- Kreativität (Schüler variieren das Spiel)
- Handlungsorientierung

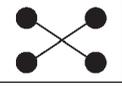
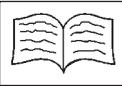
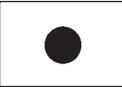
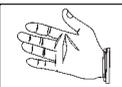
2.6**Camping – ein Lernspiel****Vorüberlegungen**

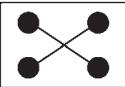
- Betroffenheit der Schüler
- Fach- und Themenbezug

Für die verschiedenen Schritte des Unterrichts ist eine rechtzeitige Beschaffung von Requisiten (Gaspatrone, Kochtopf, Akkus ...) ratsam.

Die einzelnen Unterrichtsschritte im Überblick:

1. Schritt: Vorbereitung des Campingurlaubs (Einkauf)
2. Schritt: Auswertung der Einkäufe, Entscheidung Zeltkauf
3. Schritt: Grund- und Wahlbedürfnisse, Vergleich der Kaufentscheidungen, Transfer auf den Alltag
4. Schritt: Was heißt wirtschaften? (Kaufen im Alltag)
5. Schritt: Der ökologische Rucksack
6. Schritt: Gesamtauswertung und Lernzielkontrolle

Camping – ein Lernspiel	2.6
Unterrichtsplanung	
<p>1. Schritt: Vorbereitung des Campingurlaubs (Einkauf)</p> <p>Lernziele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die Schüler sollen lernen, dass Grundbedürfnisse vor den Wahlbedürfnissen befriedigt werden müssen (ohne dass sie diese Begriffe zunächst kennen). • Die Schüler sollen erkennen, dass beim Einkauf geplant, organisiert und gerechnet werden muss. • Die Schüler sollen einen Urlaub planen können. • Die Schüler sollen ihre Kaufentscheidungen gemeinsam mit ihrem Partner treffen. • Die Schüler sollen erste Kriterien eines richtigen Kaufs kennen lernen. <p>Zu Beginn der Unterrichtseinheit führen die Schüler eine <i>Paarbildung</i> durch mit dem Hinweis, dass die Paare einige Tage „gemeinsamen Urlaub“ machen sollen. Anschließend gibt die Lehrkraft das Informationsblatt „Campingplatz“ aus (vgl. Texte und Materialien M 1). Dieses Blatt sollte möglichst auf den Heimatraum der Schüler bezogen sein. Vielleicht kann man es sogar mit einem Prospekt eines in der Nähe liegenden Campingplatzes kombinieren. Die Angaben der Campinggebühren sollten nicht zu auffällig sein.</p> <p>Alternative:</p> <p>Bei sozial schwierigen Lerngruppen kann es sinnvoller sein die Paare auszulösen. Geht die Paarbildung zahlenmäßig nicht auf, so ist eine <i>Dreiergruppe</i> zu bilden, wobei in der Ausgangssituation der zur Verfügung stehende Betrag um 55 Euro zu erhöhen ist.</p> <p>Die Lehrkraft konkretisiert nun die Urlaubspläne, indem sie die Ausgangssituation den Schülern erläutert. Diese ist auch auf dem ersten Angebotsblatt (vgl. Texte und Materialien M 2) zu finden. Die Schüler erhalten die Aufgabe sich mithilfe der Angebotsblätter auf die notwendigen Einkäufe vorzubereiten. Die Blätter dürfen nicht individuell beschriftet (angekreuzt) werden (vgl. Texte und Materialien M 2). Daher ist es ratsam, sie in Klarsichthüllen zu stecken – eine Laminierung dagegen hätte den gravierenden Nachteil, dass dann eine spontane Angebotsänderung (nach Anregung der Schüler) schlecht möglich ist.</p> <p>Es ist ratsam gegenüber den Schülern nicht von einem „Spiel“ oder einer „Spielsituation“ zu sprechen. Die Schüler sollten auch nicht ausdrücklich aufgefordert werden Rechnungen durchzuführen, erfahrungsgemäß tun sie das in dieser Situation automatisch.</p> <p>Spätestens wenn die Schüler sich auf die Einkäufe vorbereiten, organisiert die Lehrkraft den tatsächlichen Einkauf wie folgt: An verschiedenen Stellen im Klassenraum werden Schilder der fünf Einkaufsquellen errichtet. Davor liegen zu jedem der angebotenen Produkte etwa zehn Einkaufskarten (vgl. Texte und Materialien M 3). Diese sollten nach Möglichkeit auf farblich unterschiedlichem Karton kopiert sein.</p> <p>Auf den Angebotslisten wie auch auf den Einkaufskarten gibt es die Möglichkeit, dass nach Wunsch der Schüler weitere Produkte spontan angeboten werden. Gegebenenfalls sollte die Lehrkraft dazu schon mal Impulse geben. Die Schüler beginnen nach erfolgter Vorbereitung mit dem „Einkaufen“, was sich durch Mitnahme einer Einkaufskarte vollzieht. Die Lehrkraft sollte den Hinweis geben, dass der Einkauf abgeschlossen ist, sobald sich das Paar wieder an seinen Platz gesetzt hat.</p>	       

2.6	Camping – ein Lernspiel
Unterrichtsplanung	
  	<h2 data-bbox="358 303 1360 340">2. Schritt: Auswertung der Einkäufe, Entscheidung Zeltkauf</h2> <p data-bbox="358 379 493 407">Lernziele:</p> <ul data-bbox="358 446 1370 605" style="list-style-type: none"> • <i>Den Schüler sollen sich der Beweggründe für ihre Kaufentscheidungen bewusst werden.</i> • <i>Die Schüler sollen erkennen, dass neben dem Preis auch die Qualität und die Folgen für die Umwelt als Entscheidungskriterium in Betracht gezogen werden müssen.</i> • <i>Die Schüler sollen die Reparatur gegenüber einem Neukauf abwägen.</i> <p data-bbox="358 672 1403 894">Bevor die Schüler wieder zu ihren Plätzen zurückgekehrt sind, hat die Lehrkraft das Werbeblatt für ein „Iglu-Doppeldach-Zelt“ (vgl. Texte und Materialien M 4) für jedes Paar ausgelegt. In den ersten Aufgaben des Ausgabenblatts (vgl. Texte und Materialien M 5) müssen sich die Schüler recht spontan entscheiden, ob sie das Sonderangebot nutzen oder nicht. Spätestens bei dieser Frage werden bzw. müssen sich die Schüler über die genauen Ausgaben für ihre Einkäufe im Klaren werden (erfahrungsgemäß haben sie den Betrag schon vorher berechnet).</p> <p data-bbox="358 933 1403 1123">Wie auch bei den meisten anderen Kaufentscheidungen gibt es keine eindeutig richtigen bzw. eindeutig falschen Verhaltensweisen. Vielmehr sind die Bewusstseinsbildung und die individuelle Begründung der Kaufentscheidungen von Bedeutung. Als Vorbereitung für den 5. Schritt der Unterrichtseinheit addieren die Schüler sämtliche Sternchen (*), die sich auf den Einkaufskarten befinden. Näheres dazu sollte hier noch nicht erläutert werden. Nach dem Bearbeiten des Ausgabenblatts wird die Sozialform der Partnerarbeit aufgelöst.</p>
 	<h2 data-bbox="358 1192 1286 1272">3. Schritt: Grund- und Wahlbedürfnisse, Vergleich der Kaufentscheidungen, Transfer auf den Alltag</h2> <p data-bbox="358 1310 493 1338">Lernziele:</p> <ul data-bbox="358 1377 1393 1567" style="list-style-type: none"> • <i>Die Schüler sollen über ihre Partnerarbeit kritisch reflektieren.</i> • <i>Die Schüler sollen die Begriffe Grundbedürfnisse und Wahlbedürfnisse erklären können.</i> • <i>Die Schüler sollen Argumente für ihre Kaufentscheidungen vortragen können und sich mit den Argumenten der Mitschüler sachlich auseinandersetzen.</i> • <i>Die Schüler sollen erkennen, dass eine genaue Analyse eines Bedürfnisses die Grundvoraussetzung für einen richtigen Kauf (oder Verzicht) ist.</i> <p data-bbox="358 1634 1398 1793">Zu Beginn des dritten Schritts sollte nicht versäumt werden die Erfahrungen der Schüler zur Sozialform <i>Partnerarbeit</i> zu thematisieren. Reibungspunkte sollten konkret analysiert werden, damit den Schülern bewusst wird, dass sie auch später ihre wirtschaftlichen Entscheidungen oft mit anderen gemeinsam treffen und für die Folgen auch verantwortlich sind. Dabei sollten die Schüler im <i>Kreis</i> o.ä. sitzen, wobei die Paare aber nebeneinander sitzen.</p> <p data-bbox="358 1830 1377 1888">Mit der Frage „<i>Welche Ausgaben hat wohl jeder von euch machen müssen?</i>“ initiiert die Lehrkraft den ersten inhaltlichen Aspekt des vorangegangenen Schritts, die Kosten für den Auf-</p>