

## Was Jugendliche anspricht

Schülerinnen und Schüler erleben häufig Situationen, in denen sie keine Motivation für ihre Schulaufgaben aufbringen können. Sie fühlen sich in dieser Situation machtlos, haben das Gefühl nichts dagegen tun zu können – „Wenn ich keinen Bock habe, habe ich eben keinen Bock!“. Die Motivationspsychologie kennt hingegen eine Reihe von Strategien, die helfen, die eigene Motivation zu verbessern.



### Ziele setzen

In der ersten Unterrichtsstunde dieser Unterrichtsmaterialien lernen die Schülerinnen und Schüler die bekannte SMART-Methode<sup>1</sup> für die Zielsetzung kennen. Ziele, die nach dieser Methode formuliert werden, haben eine höhere Chance, erreicht zu werden, weil durch ihre Umsetzung typische Fehler vermieden werden können.

Es kursieren sowohl im Englischen als auch im Deutschen eine Vielzahl unterschiedlicher Versionen, wofür die fünf Buchstaben bei „SMART“ stehen können. Hier wird eine vereinfachte Version verwendet, die an die Altersgruppe der Sekundarstufe I angepasst ist. Im Wesentlichen sollen die Schülerinnen und Schüler drei Dimensionen bei der Zielsetzung beachten:

- **Spezifisch & messbar:** Diese beiden Aspekte sind unmittelbar miteinander verbunden. Ist ein Ziel spezifisch genug formuliert, so lässt sich auch messen, ob es erreicht wurde oder nicht. Ist die Zielerreichung nicht messbar, so ist das Ziel auch nicht spezifisch genug definiert.  
**Häufiges Problem:** Schülerinnen und Schüler neigen oft dazu, ihre Ziele zu vage zu formulieren (z. B. „Ich will besser werden in Deutsch.“). Dadurch lässt sich nicht ableiten, welche Maßnahmen ergriffen werden müssen, um das Ziel zu erreichen.
- **Anspruchsvoll & realistisch:** Diese beiden Aspekte sind gegensätzliche Pole auf einer Dimension. Je anspruchsvoller ein Ziel gesetzt wird, desto weniger realistisch ist es, dass es auch erreicht wird. Je realistischer ein Ziel ist, umso weniger muss man sich anstrengen, um es zu erreichen. Ob ein Ziel eine gute Abwägung zwischen anspruchsvoll und realistisch darstellt, kann von außen kaum beurteilt werden (oder nur, wenn man das Leistungsniveau der Person sehr gut kennt) – normalerweise kann nur die Person selbst entscheiden, wie hoch sie ihre Ziele setzen sollte.

<sup>1</sup> Doran, G. T. (1981). There's a SMART way to write management's goals and objectives. *Management review*, 70(11), 35–36. Im Original formulierte Doran: „Specific - target a specific area for improvement. Measurable – quantify or at least suggest an indicator of progress. Assignable – specify who will do it. Realistic – state what results can realistically be achieved, given available resources. Time-related – specify when the result(s) can be achieved.“

**Häufige Probleme:** Abhängig von ihrer Persönlichkeit zeigen Schülerinnen und Schüler oft eine der beiden folgenden problematischen Verhaltensweisen:

- a) **Ziele werden systematisch zu hoch gesetzt** (z. B. „Ich muss heute Nachmittag noch mindestens vier Stunden Vokabeln üben für den Test morgen.“), sodass übermäßiger Stress entsteht und Enttäuschung vorprogrammiert ist, weil das Ziel nicht erreicht wird.
- b) **Ziele werden systematisch zu niedrig gesetzt** (z. B. „Ich fange jetzt nicht an zu üben – das wird morgen auch ohne klappen. Vier gewinnt!“), sodass das eigene Potential nicht ausgeschöpft wird.

- **Terminiert:** Dieser Aspekt ist wichtig, weil erst durch das Setzen eines Termins eine Frist entsteht, zu der die Zielerreichung auch wirklich kontrolliert wird. Ohne Termin kann nicht beurteilt werden, ob das Ziel bereits erreicht ist. Ziele ohne Termine werden daher selten erreicht, weil man sie immer weiter in die Zukunft verschiebt.

**Häufige Probleme:** Schülerinnen und Schüler setzen Ziele, die zu weit in der Zukunft liegen (z. B. „Nach dem Abitur möchte ich Ärztin werden.“), sodass daraus keine konkreten Handlungsempfehlungen abgeleitet werden können, oder sie legen Termine fest (z. B. „Bis zum Wochenende möchte ich das Buch fertig gelesen haben.“), vergessen dann aber am genannten Zeitpunkt, die Zielerreichung zu kontrollieren.

## Nutzen erkennen

In der zweiten Doppelstunde lernen die Schülerinnen und Schüler eine besonders bekannte Theorie der Motivation kennen: das Erwartung-mal-Wert-Modell der Motivation nach Eccles und Wigfield<sup>2</sup>. Die Motivation, eine Aufgabe zu erledigen, ergibt sich gemäß diesem Modell dann, wenn zwei Voraussetzungen gegeben sind:

- **Erwartung:** Die Erwartung, dass man die Aufgabe erfolgreich erledigen kann, wird auch als Selbstwirksamkeit (in der Alltagssprache auch als „Selbstvertrauen“) bezeichnet. Es geht um den Glauben in die eigenen Fähigkeiten, das heißt, um die Überzeugung, dass sich Probleme, die sich in den Weg stellen, aus eigener Kraft heraus bewältigen lassen.
- **Wert:** Der Wert einer Aufgabe ist der subjektiv wahrgenommene Nutzen, den der Erfolg in der Aufgabe für eine Person hat. Wird die Aufgabe als nützlich wahrgenommen (z. B. weil es bei einem Schulthema einen Bezug zu den Interessen der Schülerinnen und Schüler gibt oder weil für sie erkennbar ist, warum das Thema im Alltag relevant ist), dann steigert dies die Motivation, die Aufgabe zu bearbeiten.

Erwartung und Wert werden in dieser Theorie miteinander multipliziert; das Ergebnis ist die Motivation, die Aufgabe zu erledigen. Durch die Multiplikation können sich Erwartung und Wert gegenseitig in gewissem Umfang kompensieren: Wenn ich wenig Glauben in meine Fähigkeiten habe (niedrige Erwartung), die Aufgabe für mich aber sehr wichtig ist (hoher Wert), dann bin ich trotzdem motiviert, die Aufgabe anzugehen. Umgekehrt kann eine Aufgabe, die als irrelevant betrachtet wird (niedriger Wert), dennoch erledigt werden, wenn sie als sehr einfach (hohe Erwartung) empfunden wird. Im Idealfall ist es wünschenswert, dass sowohl Erwartung als auch Wert hoch sind. Die geringste Motivation ist hingegen zu befürchten, wenn die Aufgabe sowohl als irrelevant als auch als zu schwer wahrgenommen wird.

Gemäß dieser Theorie wurden motivationsförderliche Maßnahmen entwickelt, die darauf abzielen, den Wert (also den Nutzen) der Aufgaben zu verdeutlichen. Es ist geplant, in einer weiteren Unterrichtseinheit auf das Thema „Selbstwirksamkeit“ einzugehen.

<sup>2</sup> Eccles, J. S., & Wigfield, A. (2002). *Motivational beliefs, values, and goals. Annual review of psychology, 53(1), 109–132.*

Der Nutzen von Schulthemen sollte idealerweise im Unterricht vonseiten der Lehrkraft ohnehin besprochen werden. Leider kommt es immer wieder vor, dass Lehrkräfte dieser Forderung nicht nachkommen („Wir machen das, weil es im Lehrplan steht!“). Die Schülerinnen und Schüler sollen daher Strategien entwickeln, mit denen sie selbst aktiv den Nutzen der Schulthemen herausfinden können. Im Wesentlichen lassen sich diese Strategien in drei Bereiche einteilen:

- **Verbindungen schaffen (Verknüpfungs-Methode):** Bei dieser Strategie werden die eigenen Interessen, Ziele und Wünsche direkt neben den aktuell in der Schule behandelten Themen aufgelistet. Schritt für Schritt soll über jede Kombination aus vorgegebenem Schulthema und eigenem Interesse nachgedacht werden, um möglicherweise versteckte Verbindungen aufzudecken.
- **Ansprechpersonen finden und Fragen stellen (Interview-Methode):** Diese Strategie mag sehr offensichtlich klingen, dennoch ist es wichtig, die Schülerinnen und Schüler explizit darauf hinzuweisen: Wenn du nicht verstehst, wofür ein Thema relevant sein soll, dann frag nach! Sollte die Lehrkraft dafür keine zufriedenstellende Antwort liefern, gibt es im eigenen Umfeld vielleicht auch andere Personen, die eine Idee haben könnten.
- **Im Internet recherchieren (Recherche-Methode):** Diese Strategie setzt Erfahrung im Umgang mit dem Internet voraus, wobei es auch eine gute Gelegenheit sein kann, im Rahmen dieser Unterrichtseinheit diese Kompetenz zu trainieren. Im Internet können zu fast allen Schulthemen sinnvolle Anwendungsbeispiele gefunden werden, die die Relevanz für die Schülerinnen und Schüler verdeutlichen sollen.

## Impressum

DGUV Lernen und Gesundheit, Selbstmotivation lernen, August 2022

**Herausgeber:** Deutsche Gesetzliche Unfallversicherung (DGUV), Glinkastraße 40, 10117 Berlin

**Chefredaktion:** Andreas Baader, (V.i.S.d.P.), DGUV, Sankt Augustin

**Redaktion:** Karen Guckes-Kühl, Universum Verlag GmbH, Wiesbaden, [www.universum.de](http://www.universum.de)

**E-Mail Redaktion:** [info@dguv-lug.de](mailto:info@dguv-lug.de)

**Text:** Dr. Henrik Bellhäuser, Mainz



Internet-  
hinweis



Arbeits-  
blätter



Arbeits-  
auftrag



Präsentation



Video



Didaktisch-  
methodischer  
Hinweis



Lehr-  
materialien



Distanz-  
unterricht