



Informationen für Lehrerinnen und Lehrer

TEE – DAS FLÜSSIGE GOLD? DER INTERNATIONALE TEEMARKT UND SEINE ENTWICKLUNG

Die Nachfrage nach Tee steigt weltweit kontinuierlich an. Das hat zur Folge, dass immer mehr Länder, die die Standortvoraussetzungen für den Anbau von Tee erfüllen, diesen Trend nutzen und den internationalen Markt bedienen. Im 20. Jahrhundert waren es nunmehr auch afrikanische Staaten, die sich mit selbst erzeugtem Tee auf dem Weltmarkt präsentierten. An dieser Stelle könnten die Schülerinnen und Schüler erste Vermutungen darüber anstellen, warum der Teeanbau auf der Erde zunimmt. Der Tee stellt in den Anbauländern einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar, der maßgeblich Arbeitsmarkt, Infrastruktur und die soziale Entwicklung beeinflusst. Auf Sri Lanka z.B. ist die Teewirtschaft der größte Arbeitgeber, rund eine Millionen Menschen sind in dieser Branche beschäftigt. Hierbei wäre es länderkundlich interessant, die wirtschaftliche Bedeutung von Tee für die Entwicklung Sri Lankas differenziert herauszuarbeiten. An diesem Beispiel wird deutlich, dass die Anzahl der Tee produzierenden Länder nicht unendlich wachsen kann, da Tee nur in bestimmten Klimaten gedeiht (siehe Arbeitsblatt Erdkunde „Was braucht der Tee, damit wir ihn genießen können?“).

SACHINFORMATION

Die Entwicklung des internationalen Teemarktes zeigt, dass die Weltproduktion innerhalb von fünf Jahren um mehr als 20% gestiegen ist. Dies hat verschiedene Gründe. Neben einer ständigen Steigerung der Nachfrage aus den traditionellen Industrieländern, führte das Bevölkerungswachstum in der Welt – vor allem in Ländern, in denen der Tee genuss weit verbreitet ist, wie China und Indien – zu ständig wachsendem Teekonsum. Aber auch die Wandlung vieler Entwicklungsländer zu Schwellenländern ließ die Nachfrage steigen, da die Kaufkraft der Bevölkerung stieg. Das erklärt auch, warum der Weltexport in den Jahren 2007 – 2012 absolut gestiegen ist, aber der prozentuale Anteil der Exporte an der Weltproduktion in diesem Zeitraum zurückging. Während Sri Lanka rund 90% des Tees exportiert, führen China und Indien weniger als ein Drittel ihrer Teeproduktion aus. Die ständig steigende Bevölkerung und die wachsende Kaufkraft großer Teile der Bevölkerung lassen den – schon traditionell vorhandenen – Teekonsum in diesen Ländern steigen.

UNTERRICHTSVERLAUF

Erster Schritt:

Um die Besonderheit der Ware „Tee“ auf dem Markt zu unterstreichen, könnten die Schülerinnen und Schüler z.B. einen Vergleich mit der Ware „Kautschuk“ durchführen. Die Schülerinnen und Schüler sollten eine Vorstellung davon bekommen, dass Tee eine Ware ist, die nicht nur bestimmte Standortbedingungen erfordert, sondern auch ein Produkt ist, das nicht durch eine andere Ware ersetzt werden kann. Im Gegensatz dazu kann Kautschuk, z.B. durch Kunststoff ersetzt werden, wie bei der Produktion von Autoreifen.

Zweiter Schritt:

Nach Lesen des Einführungstextes sollte herausgestellt und vertieft werden, dass Tee eine Ware mit geringer Nachfrageelastizität, also kaum ersetzbar, ist. Länder, die die Standortvoraussetzungen für den Teeanbau erfüllen, haben so eine gute Chance sich auf den lokalen und internationalen Märkten zu etablieren.

Dritter Schritt:

Nach der Berechnung der Veränderungsrate der Weltproduktion und der Exportanteile an der Weltproduktion können die Schülerinnen und Schüler Vermutungen darüber anstellen, warum – trotz erhöhter Weltproduktion – der Anteil der Exporte an der Weltproduktion von Tee zurückgegangen ist. Zusätzlich eingesetztes Material, wie Daten über die Bevölkerungsentwicklung (insbesondere der Tee anbauenden Länder) oder Informationen über die wirtschaftliche Entwicklung dieser Länder (BIP-Vergleich), können den Blick auf die möglichen Ursachen fokussieren.

THEMA

Tee als Wirtschaftsfaktor:

Der internationale Teemarkt und seine Entwicklung

- Weltproduktion (anteilig Exporte)
- Die wichtigsten Erzeugerländer für Tee (Produktion/Exporte)
- Überführen von statistischen Daten in Grafiken
- Berechnen der Steigerungsrate der Weltproduktion von Tee
- Berechnen der Steigerungsrate der Exporte von Tee

FACH

SoWi/Politik – Wirtschaft

KLASSE 8/9

MATERIAL

„Tee als Wirtschaftsfaktor“

AUFGABEN

1. Ermessen der Bedeutung von Tee als wirtschaftliches Gut.
2. Auswerten der statistischen Daten zur Weltproduktion und zu den Teeexporten der letzten 6 Jahre.
3. Begründen, warum trotz höherer Weltproduktion von Tee, die Exporte im gleichen Zeitraum gesunken sind.

INHALTSFELDER

Inhaltsfeld 8: Grundlagen des Wirtschaftsgeschehens „Globalisierung“

KOMPETENZEN

1. Sachkompetenz
Die Bedeutung von Tee als Wirtschaftsgut erkennen.
2. Methodenkompetenz
Auswerten statistischer Angaben zur Weltteeproduktion bzw. Exporten. Berechnung der prozentualen Veränderungsrate.
3. Urteilskompetenz
Angabe von möglichen Ursachen für den Rückgang der Weltexporte bei gleichzeitiger Steigerung der Weltproduktion von Tee.

DAUER 1 Stunde