

THEMENFELD: WIRTSCHAFT STRUKTUREN



Unterrichtsmaterial für den berufsübergreifenden Lernbereich
Politik/Gesellschaftslehre
in Berufsschule und Berufskolleg

INHALTSVERZEICHNIS

ZUM THEMA

Wirtschaft – Strukturen
Weiterführende Informationen

DIDAKTISCH-METHODISCHE HINWEISE

Zum Einsatz der Materialien
Lehrplanbezug Geographie

INHALT UNTERRICHTSEINHEIT

Fragestellungen
Die Aufgaben im Überblick
Benötigte Materialien

AUFGABEN

Aufgabe 1: Handelsstrukturen in Deutschland – am Beispiel Kaffeewirtschaft
Aufgabe 2: Einflussfaktoren auf die Preise für Rohkaffee im Juli 2011
Aufgabe 3: Der Weltmarktpreis für Rohkaffee 2013 – Desaster für die Bauern
Aufgabe 4: Entwicklung eines Szenarios für das nächste Kaffeejahr

ARBEITSBLÄTTER

Impressum

Herausgeber:
METRO AG
Corporate Communications
Metro-Straße 1
40235 Düsseldorf

Fachautorin:
Erika Herrenbrück, didaktis, Engelskirchen

ZUM THEMA

Strukturen

Handelsstrukturen in Deutschland

Die Handelsbranche wird unterteilt in den Binnenhandel und den Handel auf internationaler Ebene. Zum Binnenhandel gehören Groß- und Einzelhandel, während der Außenhandel über die Ländergrenzen hinweg aktiv ist. Im funktionellen Sinn umfasst die Bezeichnung Handel den An- und Verkauf von bereits hergestellten Produkten. Handel findet in zwei Segmenten für drei Zielgruppen statt: im Großhandel für Wiederverkäufer und Großverbraucher, im Einzelhandel für den privaten Käufer.¹

Verbraucher profitieren

Mit 400.000 Unternehmen und einem Umsatz von über 400 Milliarden Euro ist der Einzelhandel in Deutschland die drittgrößte Wirtschaftsbranche nach Industrie und Handwerk.² Tagtäglich kaufen 50 Millionen Verbraucher³ im deutschen Einzelhandel ein beim Gemüsehändler, am Zeitungskiosk, im Kaufhaus, im Supermarkt und im Internet. Die Kunden profitieren dabei von einem vergleichsweise engen Netz an Verkaufsstellen – vom kleinen Tante-Emma-Laden bis hin zu den großflächigen Formaten. Durch diese umfassende Nahversorgung wird sichergestellt, dass die Verbraucher aus einem vielfältigen Sortiment wählen können.⁴

Außenhandel und Binnenhandel

Der **Außenhandel** umfasst Handelsbeziehungen, die die staatliche Grenze überschreiten. **Binnenhandel** liegt im Gegensatz dazu dann vor, wenn es sich um innerstaatliche Handelsbeziehungen handelt. Die Gesamtheit aller die nationalen Grenzen überschreitenden Handelsbeziehungen wird als **Welthandel** bezeichnet. Im Welthandel wird unterschieden zwischen dem intraregionalen Handel und dem **interregionalen Handel**. Der **intraregionale Handel** betrifft die Außenhandelsbeziehungen zwischen den Mitgliedsstaaten eines wirtschaftlichen Integrationsraumes (zum Beispiel Europäische Union), wohingegen der interregionale Handel die Handelsbeziehungen zwischen wirtschaftlichen Integrationsräumen erfasst. Außenhandel bildet die Grundlage der **internationalen Arbeitsteilung**.⁵ Diese bezeichnet die weltweite Aufteilung von effizienten Produktions- und Arbeitsprozessen. Land A kann ein Produkt A günstiger herstellen als Land B. Land B stellt im Gegenzug Produkt B wirtschaftli-

¹ METRO GROUP Handelslexikon 2014/2015.

² DIHK – www.dihk.de/branchen/handel/handelsbranche-allgemein/zahlen-und-fakten.

³ Handelsverband Einzelhandel (HDE) – Fakten zur Angebots- und Nachfragemacht von Handel und Industrie.

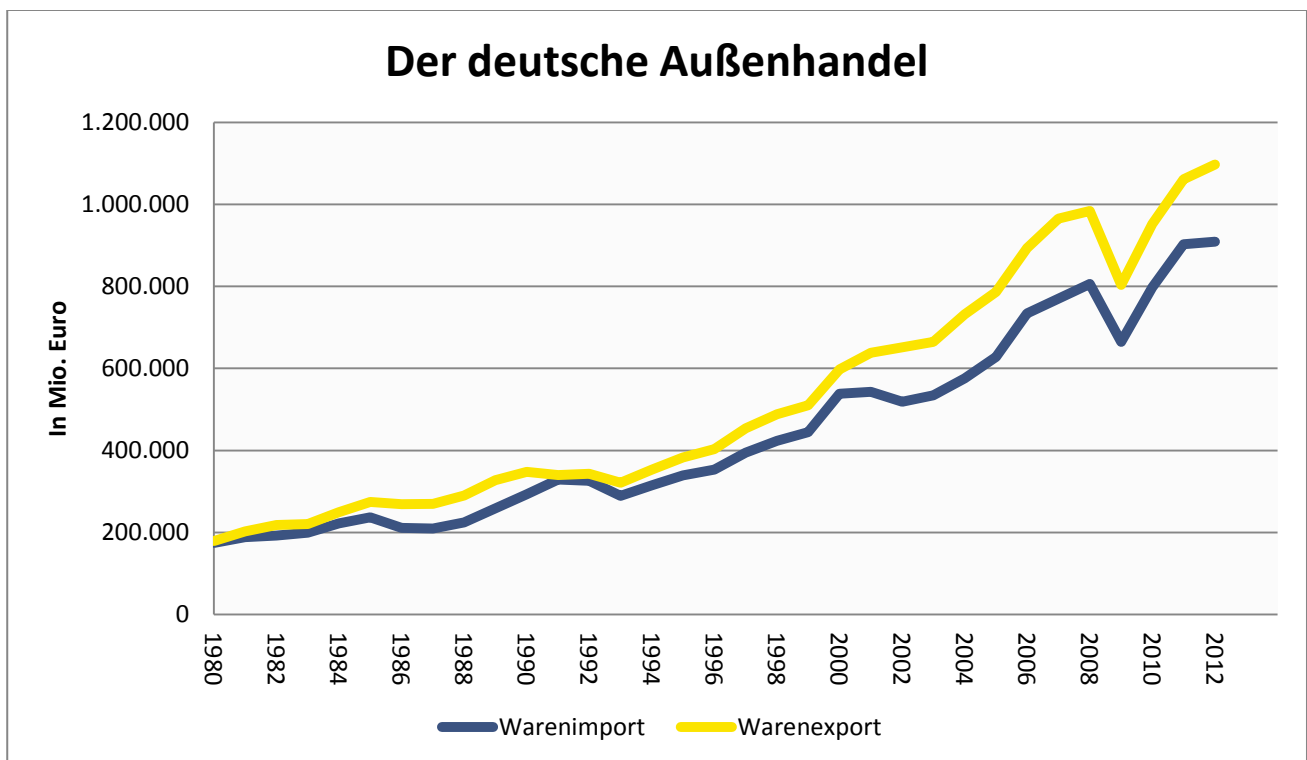
⁴ Handelsverband Einzelhandel (HDE) – Der Handel als Wirtschaftsfaktor, Juli 2013.

⁵ Gabler Wirtschaftslexikon – <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/aussenhandel.html>, Stand 20.01.2014.

cher (zum Beispiel geringere Lohnkosten, besseres Know-how, vorteilhafteres Klima, bessere Qualität etc.) her als Land A. So spezialisieren sich beide Länder auf ihre entsprechenden Produkte. Land A kann also Produkt B günstiger erwerben, als wenn es dieses Produkt selbst herstellt, und umgekehrt. So entsteht eine Situation, von der beide Länder profitieren (die sogenannte Win-win-Situation).

Import und Export

Zu den Grundformen des Außenhandels zählen der Export, der Import sowie der Transithandel. Unter **Export (Ausfuhr)** wird die grenzüberschreitende Bereitstellung von Wirtschaftsleistungen an ausländische Abnehmer (Gebietsfremde) verstanden. Demgegenüber bezieht sich der **Import (Einfuhr)** auf den grenzüberschreitenden Bezug von Wirtschaftsleistungen von Gebietsfremden. Der Transithandel ist eine Kombination aus Export und Import zwischen drei Ländern. Beim Transithandel importiert ein Transithändler mit Sitz in einem Transitland Waren aus einem Ursprungsland und exportiert diese an einen Kunden in einem Bestimmungsland.⁶



Datenquelle: Statistisches Bundesamt (www.destatis.de)

⁶ Vgl. ebd.

Weiterführende Informationen

Statistiken zum deutschen Außenhandel

<https://www.destatis.de/DE/ZahlenFakten/GesamtwirtschaftUmwelt/Aussenhandel/Aussenhandel.html>

Welthandel (World Trade Organization)

<http://www.wto.org/>

Binnenhandel der EU

<http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/europa/70552/binnenhandel-der-eu-27>

Außenhandel der EU-27

<http://www.bpb.de/nachschlagen/zahlen-und-fakten/europa/70555/aussenhandel-der-eu-27>

DIDAKTISCH-METHODISCHE HINWEISE

Zum Einsatz der Materialien

Die Materialien sind Vorschläge für den Unterricht. Die konkrete Verwendung liegt bei der Fachlehrkraft, da die jeweilige Lernsituation häufig eine Anpassung erfordert. Zu diesem Zweck ist es ausdrücklich erlaubt, das Download-Dokument (Word) zu überarbeiten.

Texthinweis: Zur Vereinfachung sind „Schülerinnen und Schüler“ mit SuS abgekürzt.

Lehrplanbezüge

Die Unterrichtseinheit nimmt Bezug auf Rahmenlehrpläne (Beschlüsse der Kultusministerkonferenz aus den Jahren 2004 bis 2006) für die Ausbildungsberufe

- Kaufmann im Einzelhandel/Kauffrau im Einzelhandel; Verkäufer/Verkäuferin
- Kaufmann im Groß- und Außenhandel/Kauffrau im Groß- und Außenhandel

Weiterhin orientiert sich die Unterrichtseinheit an Vorgaben der Länder zu berufsübergreifenden Lernbereichen, hier an der Rahmenvorgabe Politische Bildung (Schriftenreihe Schule in NRW, Heft 5000, 1. Auflage 2001).

Rahmenlehrplan Politische Bildung: Problemfeld 3: Chancen und Probleme der Internationalisierung und Globalisierung mit dem Aspekt Ökonomische Folgen von Globalisierungsprozessen	
Arbeitsmethoden	Kompetenzen
Gewinnen, Analysieren und Interpretieren von Daten, Aussagen und Zusammenhängen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden der Textarbeit anwenden, um Texte unterschiedlicher Art zu analysieren und Aussagen in Bezug auf Intention und Perspektivität zu hinterfragen ▪ Modelle und Indikatoren erarbeiten, anwenden und auf die Realität beziehen

Rahmenlehrplan Kaufmann/-frau im Groß- und Außenhandel: Lernfeld 7: Gesamtwirtschaftliche Einflüsse auf das Groß- und Außenhandelsunternehmen analysieren	
Ziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Die SuS informieren sich über volkswirtschaftliche Entwicklungen und analysieren diese hinsichtlich ihrer Auswirkung auf den Groß- und Außenhandel und ihre Unternehmen. ▪ Sie reflektieren Konsequenzen für ihr eigenes Leben. ▪ Die SuS präsentieren und dokumentieren ihre Arbeitsergebnisse unter Verwendung angemessener Medien.

INHALT UNTERRICHTSEINHEIT

Fragestellungen

- Welche Handelsstrukturen gibt es, hier am Beispiel der deutschen Kaffeewirtschaft?
- Welche Einflussfaktoren wirken auf die Kaffeepreise ein?
- Wie wirken sich die Schwankungen des Kaffeepreises auf die Lage der Bauern in den Anbauländern aus?
- Wie können Szenarien aussehen, die die Situation seit 2011 über 2013 bis heute fortschreiben?
- Welche Handlungsmöglichkeiten haben wir als Kaffeekonsumenten?
- Welche Handlungsmöglichkeiten hat unser Handelsunternehmen?

Die Aufgaben im Überblick

Zum Einstieg stellt **Aufgabe 1** einen Informationstext zu Handelsstrukturen vor, denen die SuS Daten aus der deutschen Kaffeewirtschaft zuordnen. Eine Information für Börsenanleger bildet die Grundlage für **Aufgabe 2**. Die SuS erstellen eine Grafik zu den genannten Preisen und Zeiten, erläutern die Einflussfaktoren auf die Preise für Rohkaffee im Juli 2011 und benennen die Intention des Herausgebers. Ein Artikel der Wiener Zeitung befasst sich in **Aufgabe 3** mit dem Weltmarktpreis für Rohkaffee im Jahr 2013 und den Auswirkungen auf die Bauern. Die SuS schreiben die Preisgrafik fort, erläutern die Einflussfaktoren, vergleichen sie mit den Auswirkungen im Jahr 2011 und benennen auch hier die Intention des Herausgebers.

In **Aufgabe 4** fassen die SuS die Ergebnisse der vorigen Aufgaben zusammen und entwickeln ein Szenario, gestützt auf gegensätzliche Prognosen für das nächste Kaffeejahr. Dazu erörtern sie die Handlungsmöglichkeiten der Beteiligten einschließlich der Konsumenten und des Handels.



Benötigte Materialien:

- ARBEITSBLÄTTER 1 bis 4

AUFGABEN

Hinweis zu Aufgabe 1:

Je nach Zeit und Leistungsstand des Kurses kann diese Aufgabe ergänzt werden um einen Karteneintrag. (Stumme Karten von Europa und der Welt mit Ländern gibt es zum Download unter <http://d-maps.com/>. Die Karten können genutzt werden entsprechend den Allgemeinen Geschäftsbedingungen der genannten Website.)

Die SuS sollen eine Auswahl aus den Daten, zum Beispiel die ersten drei genannten Länder mit den Kaffee-Handelsbeziehungen zu Deutschland, als Verbindungen zwischen den Ländern eintragen und dabei das Volumen auch in der Strichstärke abbilden.

Aufgabe 1: Handelsstrukturen in Deutschland – am Beispiel Kaffeewirtschaft

(Material 1, Material 2)

Benenne die Handelsstrukturen in Material 1 und ordne diese den Daten in Material 2 zu.

Material 1: Handelsstrukturen

Die Handelsbranche wird unterteilt in den Binnenhandel und den Handel auf internationaler Ebene. Zum Binnenhandel gehören Groß- und Einzelhandel, während der Außenhandel über die Ländergrenzen hinweg aktiv ist. Die Gesamtheit aller die nationalen Grenzen überschreitenden Handelsbeziehungen wird als Welthandel bezeichnet.

Im Welthandel wird unterschieden zwischen dem intraregionalen Handel und dem interregionalen Handel. Der intraregionale Handel betrifft die Außenhandelsbeziehungen zwischen den Mitgliedsstaaten eines wirtschaftlichen Integrationsraumes (zum Beispiel Europäische Union), wohingegen der interregionale Handel die Handelsbeziehungen zwischen wirtschaftlichen Integrationsräumen erfasst. Zu den Grundformen des Außenhandels zählen der Export, der Import sowie der Transithandel. Export (Ausfuhr) beziehungsweise Import (Einfuhr) bezeichnen den grenzüberschreitenden Austausch von Wirtschaftsleistungen mit ausländischen Abnehmern oder Anbietern (Gebietsfremde). Beim Transithandel importiert ein Transithändler mit Sitz in einem Transitland (Durchgangsland) Waren aus einem Ursprungsland und exportiert diese an einen Kunden in einem Bestimmungsland.⁷

⁷ Vgl. Springer Gabler Verlag (Hrsg.), Gabler Wirtschaftslexikon, *Außenhandel*: <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/989/aussenhandel-v11.html>, Stand 20.01.2014.

Material 2: Kaffee ist nach Öl die zweitwichtigste Handelsware der Welt

Kaffeeverbrauch in Deutschland: Die Deutschen trinken im Jahr 73 Milliarden Tassen Kaffee.⁸

Anteil des in Deutschland gekauften Kaffees für den Hausgebrauch in 2011: 96,9 Prozent bei Discountern, Supermärkten, Hypermärkten, kleinen Lebensmitteläden, Kiosken, Marktverkäufern und weiteren Lebensmittelhändlern

Wer kauft seine unbehandelten Bohnen bei wem? Nicht entkoffeinerter Rohkaffee nach den wichtigsten Herkunftsländern (2011); in Tonnen → Deutschland kaufte 2011 in:	Brasilien	371.267
	Vietnam	195.718
	Peru	81.875
	Honduras	69.059
	Äthiopien	54.083
	Indonesien	45.339
	Indien	43.989

<u>Wohin wir mit Koffein liefern</u> Top-5-Länder (2011) nach Warenwert, in die Deutsch- land nicht entkoffeinierten Roh- und Röstkaffee liefert; in Tausend Euro	Polen	295.838
	Frankreich	160.893
	Niederlande	136.169
	Österreich	115.136
	Belgien	69.521

<u>Wohin wir ohne Koffein liefern</u> Top-5-Länder (2011) nach Warenwert, in die Deutsch- land entkoffeinierten Roh- und Röstkaffee liefert; in Tau- send Euro	USA	342.107
	Spanien	59.229
	Belgien	51.932
	Niederlande	50.974
	Frankreich	44.944

Seegüterumschlag deutscher Häfen mit Kaffee; in Tonnen 2010 Empfang 954.613 Versand 526.732 Quelle: Destatis

⁸ Alle Daten dieser Aufgabe aus Tchibo (Hrsg.), brand eins Wissen, *Kaffee in Zahlen No. 2* // 2013: <http://www.tchibo.com/cb/921190/data/-/Kaffeereport2013.pdf>, Stand 20.01.2014.

Leistungserwartung zu Aufgabe 1:

Handelsstrukturen Material 1:

Binnenhandel mit Groß- und Einzelhandel / Außenhandel / Welthandel / intraregionaler Handel / interregionaler Handel / Export (Ausfuhr) / Import (Einfuhr) / Transithandel

Zuordnung Material 2:

Binnenhandel, Einzelhandel

Anteil des in Deutschland gekauften Kaffees für den Hausgebrauch, 2011: 96,9 Prozent bei Discountern, Supermärkten, Hypermärkten, kleinen Lebensmitteläden, Kiosken, Marktverkäufern und weiteren Lebensmittelhändlern

Außenhandel, Welthandel, interregional, Import

Wer kauft seine unbehandelten Bohnen bei wem? Nicht entkoffeiniertes Rohkaffee nach den wichtigsten Herkunftsländern (2011); in Tonnen	Brasilien Vietnam Peru Honduras Äthiopien Indonesien Indien	371.267 195.718 81.875 69.059 54.083 45.339 43.989
Deutschland kaufte 2011 in:		

Außenhandel, intraregionaler Handel EU, Export

<u>Wohin wir mit Koffein liefern</u> Top-5-Länder (2011) nach Warenwert, in die Deutschland nicht entkoffeinierten Roh- und Röstkaffee liefert; in Tausend Euro	Polen Frankreich Niederlande Österreich Belgien	295.838 160.893 136.169 115.136 69.521
--	---	--

Außenhandel, Welthandel, interregional USA, intraregionaler Handel EU: Spanien, Belgien, Export

<u>Wohin wir ohne Koffein liefern</u> Top-5-Länder (2011) nach Warenwert, in die Deutschland entkoffeinierten Roh- und Röstkaffee liefert; in Tausend Euro	USA Spanien Belgien Niederlande Frankreich	342.107 59.229 51.932 50.974 44.944
---	--	---

Hier findet, wenigstens zu einem Teil, der Transithandel statt.

Seegüterumschlag deutscher Häfen mit Kaffee; in Tonnen 2010
Empfang 954.613
Versand 526.732
Quelle: Destatis

Aufgabe 2: Einflussfaktoren auf die Preise für Rohkaffee im Juli 2011 (Material 3)

- a) Erläutere die Einflussfaktoren.
- b) Stelle dar, wie sie sich im Juli 2011 auswirkten.
- c) Nenne die Prognosen für 2011/2012 und ihre Begründungen.
- d) Stelle die genannten Preise und Zeiten in einer Grafik oder Zeichnung dar.
Lege die Grafik so an, dass du sie in den nächsten Aufgaben fortschreiben kannst.

Material 3

Steigendes Angebot drückt auf Preise für Genussmittel – hier: Kaffee

CARSTEN FRITSCH, Commodity Research

Die Kaffeepreise kannten bis Anfang Mai nur eine Richtung: nach oben. Seit Juli 2010 stieg der Preis für Arabica-Bohnen fast durchgängig, bis zur Spitze um 130 Prozent auf mehr als 306 US-Cent je Pfund und damit so hohen Preisen wie seit 34 Jahren nicht mehr. Der Preisanstieg ging insbesondere auf die Knappheit an hochwertigen Arabica-Bohnen zurück, nachdem die letzte Ernte in Kolumbien statt der zunächst erhofften 10 Millionen Sack à 60 Kilogramm nur etwa 9,2 Millionen Sack einbrachte.

Zudem bestanden kurzfristig die Sorgen vor einem Frosteinbruch in den brasilianischen Kaffeepflanzungen. Auch weil sich diese bislang nicht materialisierten, ist der Arabica-Preis seit Anfang Mai um knapp 20 Prozent gefallen. Mit 250 US-Cent je Pfund handelt der Preis aber noch immer auf einem historisch hohen Niveau.

Die Internationale Kaffeorganisation (ICO) rechnet für das Erntejahr 2011/2012 mit einem Gesamtproduktionsvolumen von rund 130 Millionen Sack nach gut 133 Millionen Sack im noch bis Oktober laufenden Erntejahr. Hauptgrund für den erwarteten Rückgang ist die niedrigere Ernte im weltgrößten Kaffeeproduzentenland Brasilien.

Ungeachtet der hohen Preise entwickelt sich die Kaffeefachfrage nach Angaben der ICO weiterhin dynamisch.

Die Lagerbestände in den Importländern sind im Kalenderjahr 2010 deutlich unter das Niveau der Vorjahre abgesunken, was die Preise ebenfalls stützt.

Wir gehen davon aus, dass das Angebot für Arabica-Kaffee bis ins nächste Jahr hinein knapp bleiben wird. Die gesehenen Preise von um die drei US-Dollar je Pfund halten wir allerdings für überzogen und nicht nachhaltig. Bewahrheitet sich die Prognose einer guten Niedrigertragernte in Brasilien, dürften die Preise weiter nachgeben, allerdings auch im nächsten Jahr nicht unter die 200-US-Cent-Marke rutschen. Denn angespannt wird die Lage bleiben, solange nicht eine gute nächste Hohertragsjahreernte in Brasilien eingefahren wird und die niedrigen Lagerbestände aufgebaut werden können.⁹

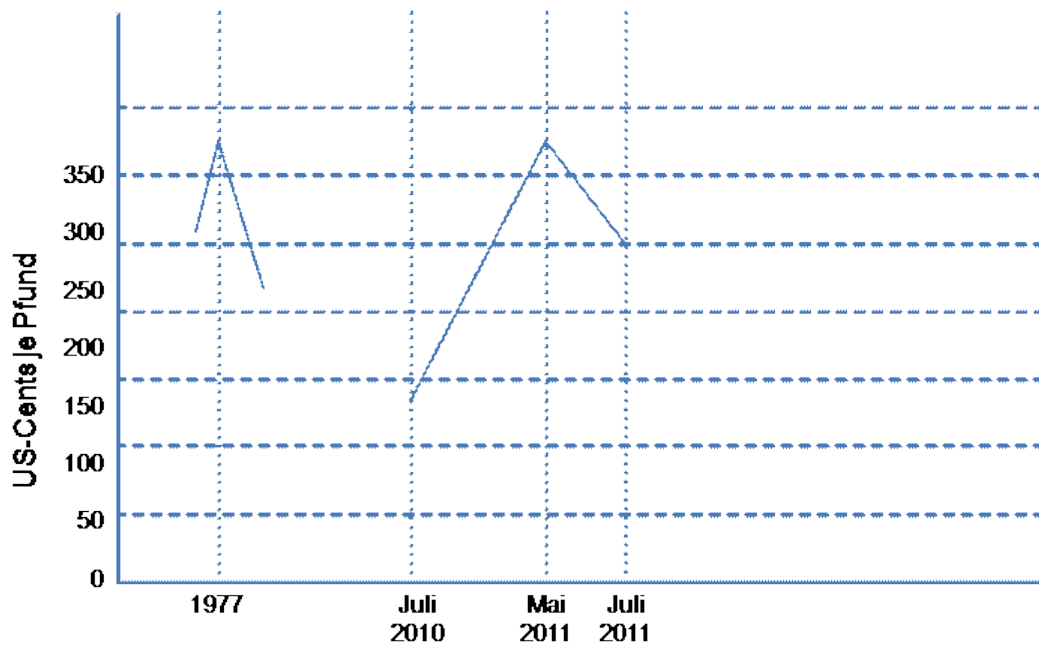
⁹ Vgl. ideas Anlageideen für Selbstentscheider – Juli 2011, Ausgabe 111:

http://zertifikate.commerzbank.de/SiteContent/1/1/2/344/11/ideas111_juli_2011.pdf, Stand 20.01.2014.

Leistungserwartung zu Aufgabe 2:

	Wirkung auf den Kaffeepreis
a) Einflussfaktoren	
Knappheit oder Überangebot durch: Ernteertrag der größten Kaffeeländer wie Brasilien und Kolumbien Ernteprognose hinsichtlich Höhe und möglicher Ernteschäden Gesamtproduktionsvolumen weltweit in Millionen Sack zu 60 Kilogramm	↗ oder ↘
Kaffeenachfrage weltweit	
Lagerbestände in den Importländern	
b) Auswirkungen im Juli 2011	
Kaffeeangebot, hier Knappheit an hochwertigen Arabica-Bohnen, da die letzte Ernte in Kolumbien geringer ausfiel	↑
Befürchteter Frosteinbruch in Brasilien (hatte den Preis nach oben bewegt) – ist aber nicht eingetreten, daher abgesenkt	↓
c) Prognosen	
Weiterhin knappes Angebot	→
Erwarteter Rückgang des Gesamtproduktionsvolumens im Erntejahr 2011/2012 von 133 auf 130 Millionen Sack wegen niedrigerer Ernte im weltgrößten Kaffeeproduzentenland Brasilien	→
Kaffeenachfrage weiterhin dynamisch	↑
Geringere Lagerbestände in den Importländern im Kalenderjahr 2010, was die Preise ebenfalls stützt	→
Angebot für Arabica-Kaffee bis ins nächste Jahr hinein knapp	↗
Gute Niedrigertragsernte in Brasilien führt dazu, dass die Preise weiter nachgeben, jedoch nicht unter 200-US-Cent pro Pfund.	↘

d) Grafik Preise und Zeiten



Aufgabe 3: Der Weltmarktpreis für Rohkaffee 2013 – Desaster für die Bauern (Material 4)

- a) Erläutere, wie sich die Einflussfaktoren im November 2013 auswirkten. Vergleiche die Auswirkung der Einflussfaktoren mit Material 2.
- b) Erläutere die Auswirkungen auf die Anbauländer.
- c) Was ist als Intention des Herausgebers erkennbar? Vergleiche sie mit Material 3.
- d) Schreibe die Grafik aus Aufgabe 1 fort.

Material 4

Desaster für Bauern

Der kombinierte ICO-Korbpreis aus den Durchschnittswerten verschiedener Kaffeesorten lag Mitte November bei 98 US-Cent pro Pfund. Vor gut zwei Jahren lag er noch deutlich über 200 Cent. Vor allem Überkapazitäten drücken die Preise derzeit in den Keller. Alle exportierenden Länder produzieren in der Erntesaison 2012/2013 über 145 Millionen Sack Kaffee (je rund 60 Kilogramm).

Konsumeinbruch

„Ich glaube, das Angebot hat die weltweite Nachfrage bereits hinter sich gelassen“, sagt der frühere Vorsitzende des vietnamesischen Kaffee- und Kakao-Verbandes.

Lagerbestände

Um über die Runden zu kommen, schlagen in Brasilien derzeit viele Händler ihre Lagerbestände los, allerdings ohne Gewinn: „Die Einnahmen sanken (im Oktober) um 24,8 Prozent verglichen mit dem Vorjahresmonat“, sagt der Präsident des brasilianischen Anbauerverbandes.

Ernte

2012 betrug die Ernte in Brasilien 50,8 Millionen Sack Kaffee und damit 16,9 Prozent mehr als 2011 (43,5 Millionen Sack). Während Brasilien immer mehr Kaffee in den Markt drückt, haben die Kaffeebauern in Mittelamerika mit eklatanten Ernteaussfällen zu kämpfen. In der Region wütet die schwerste Kaffeeroost-Epidemie seit 1976.

Situation der Bauern mit sozialen Konsequenzen

In Mittelamerika legen die Bauern beim Kaffeeanbau bereits drauf. „Um einen Zentner Kaffee zu produzieren, muss ein Bauer durchschnittlich 150 Dollar investieren. Auf dem Weltmarkt kann er ihn derzeit aber nur für 113 Dollar verkaufen“, sagt der Präsident des guatemaltekischen Kaffeeverbandes. „Das ist nicht nur ein ökonomisches Problem, sondern auch ein soziales. Zahlreiche Dörfer in der Region leben ausschließlich vom Kaffeeanbau.“

Auch in Brasilien macht das Wort von der „crise do café“ die Runde. Das Land ist mit einem Weltmarktanteil von rund 25 Prozent größter Kaffeeproduzent.

In Kolumbien gingen die Kaffeebauern im März und August auf die Straße und forderten mehr staatliche Unterstützung, um die fallenden Preise, die Verluste durch die Peso-Aufwertung und die Verteuerung von Düngemittel und Pestiziden zu kompensieren.¹⁰

¹⁰ Vgl. Wiener Zeitung, *Desaster für Bauern* vom 20.11.2013, http://www.wienerzeitung.at/nachrichten/wirtschaft/international/588450_Desaster-fuer-Bauern.html, Stand 20.01.2014.

Leistungserwartung zu Aufgabe 3:

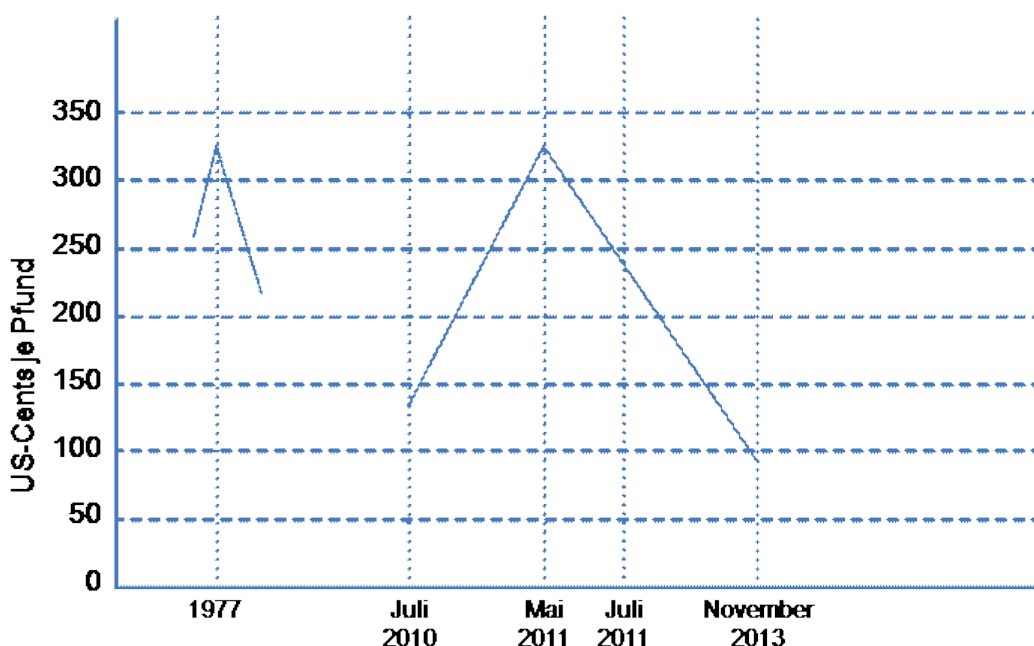
a) Auswirkungen der Einflussfaktoren im November 2013 und Vergleich mit Material 3 im Jahr 2011

Material 2	Wirkung	Material 3	Wirkung
Juli 2011		November 2013	
Kaffeeangebot, hier Knappheit an hochwertigen Arabica-Bohnen, da die letzte Ernte in Kolumbien geringer ausfiel	↑	2012 um 16,9 Prozent (als 2011) erhöhte Ernte in Brasilien Überkapazitäten drücken die Preise in den Keller.	↓
Prognose: Kaffeefachfrage weiterhin dynamisch	↑	Konsumeinbruch: Angebot größer als Nachfrage	↓
Prognose: geringere Lagerbestände in den Importländern im Kalenderjahr 2010, was die Preise ebenfalls stützt	→	Lagerbestände in den Produktionsländern werden zusätzlich verkauft, um Einnahmen zu erzielen.	↓

b) Die sinkenden Kaffeepreise führen trotz Rekordernte in Brasilien bei den Kaffeebauern zur Verarmung, da die Produktionskosten den Erlös übersteigen. Das hat soziale Konsequenzen, da viele Dörfer ausschließlich vom Kaffeeanbau leben. Die Bauern fordern staatliche Unterstützung.

c) Die herausgebende Wiener Zeitung will vor allem auf das Desaster für die Bauern aufmerksam machen. Die Einflussfaktoren auf den Weltmarktpreis werden zur Erklärung herangezogen. Sie bilden zwar den Hintergrund, jedoch nicht die Hauptinformation. Aus mehreren Ländern Mittelamerikas (Brasilien, Kolumbien, Guatemala) werden die Verbandsfunktionäre der Kaffeewirtschaft zitiert, um die Richtigkeit der Aussagen zu unterstreichen.

d) Grafik Preise und Zeiten: Kaffeepreise 2013 bei 98 US-Cent pro Pfund



Hinführung zur Aufgabe 4:

Die SuS sollen auf Basis von Material 3 und Material 4 ein Zukunftsszenario entwerfen, wie die Kaffeesituation sich weiterentwickeln wird. Dazu werden in der Klasse die Einflussfaktoren noch einmal benannt und ihre Kombinationen erörtert, wie sie dem Szenario zugrunde gelegt werden.

Die SuS erhalten dazu ARBEITSBLATT 4 als Grundlage für die spätere Aufgabenstellung.

Zwei gegensätzliche Prognosen liegen für die Entwicklung ab 2013 vor (siehe ARBEITSBLATT 3): Sie vermuten einen Konsumeinbruch beziehungsweise steigenden Kaffeeverbrauch.

Auf dieser Basis (abgesehen von den Lagerbeständen, die zur Vereinfachung hier ausgeklammert sind) werden die Einflussfaktoren Nachfrage und Ernte kombiniert:

Kombinationen von Einflussfaktoren

Prognose 1

- Nachfrage stagnierend und Kaffeeernte hoch
- Nachfrage stagnierend und Kaffeeernte niedrig

Prognose 2

- Nachfrage ansteigend und Kaffeeernte hoch
- Nachfrage ansteigend und Kaffeeernte niedrig

Die Klasse einigt sich auf mindestens eine Option pro Prognose.

Fragestellungen

Dann werden die Fragestellungen für die Szenarien festgelegt (Tafelbild).

Wie wirken sich die Einflussfaktoren ...

- auf den Weltmarktpreis,
- auf die Bauern in den Anbauländern,
- auf die Anbauländer,
- auf den deutschen Kaffee-Außenhandel (und unser Handelsunternehmen),
- auf den Einzelhandel (und unser Handelsunternehmen),
- auf die Konsumenten in Deutschland (und uns als Kaffeekonsumenten),
- auf die Börsenanleger

... aus?

Welche Handlungsmöglichkeiten haben die Beteiligten?

Eventuell genügt auch eine Auswahl (die im ARBEITSBLATT 4 dann anzukreuzen wäre).

Die Szenariooptionen wie auch die entsprechenden Fragestellungen können auf Gruppen aufgeteilt werden. Die Gruppen notieren ihre jeweiligen Arbeitsaufträge auf ARBEITSBLATT 3.

Aufgabe 4: Entwicklung eines Szenarios für das nächste Kaffeejahr

Prognose 1: Die Aussage aus Material 4

Konsumeinbruch

„Ich glaube, das Angebot hat die weltweite Nachfrage bereits hinter sich gelassen“, sagt der frühere Vorsitzende des vietnamesischen Kaffee- und Kakao-Verbandes.

Prognose 2: eine Hochrechnung aus dem Kaffeereport 2013¹¹

<u>Wir werden uns steigern</u>	2012	136.028
Prognostiziertes* weltweites Importvolumen von Kaffee	2015	143.769
in allen Formen; in Tausend 60-Kilogramm-Säcken	2018	151.511
* Auf Basis der linearen Trendfortschreibung. Quellen: ICO, Statista	2020	156.672

Unsere Prognose: _____

Unsere Kombination an Einflussfaktoren

Unsere Fragestellungen

Welche Auswirkungen würde diese Entwicklung haben?

Welche Auswirkungen würde diese Entwicklung haben

- auf den Weltmarktpreis?
- auf die Bauern in den Anbauländern?
- auf die Anbauländer?
- auf den deutschen Kaffee-Außenhandel?
- auf den Einzelhandel?
- auf unser Handelsunternehmen?
- auf die Konsumenten (und auf uns) in Deutschland?
- auf die Börsenanleger?

Welche Handlungsmöglichkeiten haben die Beteiligten?

¹¹ Alle Daten dieser Aufgabe aus Tchibo (Hrsg.), brand eins Wissen, *Kaffee in Zahlen No. 2 // 2013*: <http://www.tchibo.com/cb/921190/data/-/Kaffeereport2013.pdf>, Stand 20.01.2014.

Leistungserwartung zu Aufgabe 4: Entwicklung eines Szenarios für das nächste Kaffeejahr
Modellhaft werden hier zwei Szenarien dargestellt.

Auswirkungen auf	Szenario zu Prognose 1 Nachfrage stagnierend/Ernte hoch	Szenario zu Prognose 2 Nachfrage ansteigend/Ernte niedrig
Weltmarktpreis	wird weiter fallen, da es im Vergleich zur Nachfrage ein Überangebot durch die hohe Ernte gibt.	wird steigen, da es eine Verknappung gibt.
Die Bauern in den Anbauländern	brauchen staatliche Unterstützung, um nicht in chancenlose Armut zu fallen. Ein Teil der Anbauflächen muss so rasch wie möglich auf andere Produkte umgestellt werden.	können sich vom Tiefstand erholen und wirtschaftlich wieder Fuß fassen.
Die Anbauländer	insgesamt werden ärmer.	wären klug beraten, wenn sie nicht, wie Brasilien im Jahr 2012, bei Verknappung immer mehr Kaffee in den Markt drücken, weil damit wieder ein Überangebot entsteht, das sie ärmer macht.
Der deutsche Kaffee-Außenhandel (und unser Handelsunternehmen)	wird die Lager füllen und versuchen, ohne Geschäftseinbußen über die Runden zu kommen, oder sich anderen Geschäftsfeldern zuwenden.	wird den teuren Kaffee kaufen und die Preiserhöhung an den Einzelhandel beziehungsweise die Exportländer von geröstetem Kaffee weitergeben.
Der Einzelhandel in Deutschland (und unser Handelsunternehmen)	wird die Preise senken und Kaffeemarketing betreiben, um die Nachfrage zu erhöhen beziehungsweise zu halten.	wird die höheren Preise an die Kunden weitergeben und Kaffeemarketing mit neuen Produkten betreiben, um die Akzeptanz der Preise zu erreichen.
Die Konsumenten in Deutschland (und wir als Kaffeekonsumenten)	nehmen die Preissenkung erfreut hin, werden aber wohl nicht mehr Kaffee trinken, weil sie das mit 73 Milliarden Tassen pro Jahr schon kräftig tun.	trinken weiter ihren Kaffee und steigen auf günstigere Angebote um.
Die Börsenanleger	verlieren Geld und wenden sich anderen Spekulationsobjekten zu.	spekulieren auf weiteren Höhenflug.