

WO STEHEN WIR?

Ewiges Trendgetränk

Wie Tee vom Durststiller zum Genußmittel wurde

Kein Getränk - mit Ausnahme von Wasser - wird so häufig getrunken wie Tee. Von Japan bis England hat das Heißgetränk ganze Kulturen geprägt und dabei in jedem Land eigene Teezeremonien ausgeprägt. Ob mit viel Zucker, wie in der Türkei, als gesalzener Tee mit Ziegenmilch wie in Indien oder aus dem Samowar mit Gebäck serviert wie in Russland. Dort trinkt man viel lieber Tee als Kaffee, und das russische Wort „Tschai“ verweist schon auf seine Herkunft: Die Tataren, die mehrere Jahrhunderte über Russland herrschten, dürften das Getränk von China mitgebracht haben. Als Heißgetränk wurde es dann später auch besonders im Nordsee-Küstengebiet sowie in Bremen und Hamburg beliebt, wo heute auch noch einer der größten europäischen Umschlagplätze für Tee ist. Und in England dient der „early morning tea“, der noch vor dem Frühstück getrunken wird, für einen schwungvollen Start in den Tag.

Mit rund 4,6 Millionen Tonnen globalem Jahresertrag im letzten Jahr ist Tee (Schwarz- und Grüntee, der aus der Teepflanze gewonnen wird), eine der wirtschaftlich bedeutendsten Genusspflanzen. Rund die Hälfte des gehandelten Tees kommt dabei aus China und Indien. Die nächstgrößten Produzenten sind Kenia und Sri Lanka. Kenia ist dabei weltweit größter Tee-Exporteur mit 346.777 Tonnen 2012. Was interessant zu beobachten ist: Die Weltproduktion steigt; der Anteil des exportierten Tees aber ist rückläufig: Wurden 2007 noch 42 Prozent des geernteten Tees exportiert, waren es im vergangenen Jahr nur noch 37 Prozent.

Erstmals schriftlich erwähnt wurde Tee vor etwa 4.700 Jahren in chinesischen Texten. Heute ist Tee in den Anbauländern auch zu einem bedeutenden Wirtschaftsfaktor geworden, vor allem in Ländern wie Sri Lanka oder Kenia, die ansonsten nicht allzuviel zum

Export haben. So soll die Teeindustrie beispielsweise auf Sri Lanka einer der größten Arbeitgeber sein, die dort mehr als eine Million Menschen beschäftigt. In Indien etwas mehr.

Nicht zuletzt aus Gesundheitsgründen erfreut sich das Getränk bei uns seiner Beliebtheit, worauf die Teewerbung auch - nicht immer ganz seriös - abzielt: Entschlackungstees, ja sogar „Fettverbrennungstees“ und Tees zur Inspiration werden angeboten: Das Getränk bringt eben auch eine Lebenseinstellung zum Ausdruck und ist ganz klar ein Kulturprodukt. So scheiden sich ja auch die Geister, ob mit Milch, wie man es in England mag, oder ohne.

Die Tee-Zeremonien haben sich im letzten Jahrhundert mancherorts durch die Erfindung des Teebeutels etwas geändert. Quasi versehentlich von dem US-amerikanischen Teehändler Thomas Sullivan als Verpackung für Teeproben erfunden, wurden Teebeutel im ersten Weltkrieg zum erstenmal von dem Dresdner Unternehmen Teekanne Tee industriell verpackt, damals für die Truppenverpflegung. Seitdem hat sich Tee nicht nur als Getränk, sondern auch Genussmittel bei den Europäern etabliert. Der Import von „echtem Tee“ (Camellia sinensis) in die EU betrug letztes Jahr 332.468 Tonnen, eine leicht rückläufig zum Vorjahr (über Kräuter- und Früchtetee gibt es keine gesicherten Daten). Laut einer Statistik des österreichischen Teeverbands trinken Iren und Engländer den meisten Tee in Europa, weltweit sind die Kuwaitis die größten Teetrinker. Wenn man anderen Erhebungen glauben darf, sind mit rund 300 Litern im Jahr die Ostfriesen (im Norden Deutschlands) Teetrink-Weltmeister. Die Deutschen allgemein trinken knapp 30 Liter, etwa gleichliegend mit Tschechen und Österreichern, während die Luxemburger statistisch bei rund 20 Litern liegen.

MARCO MENG

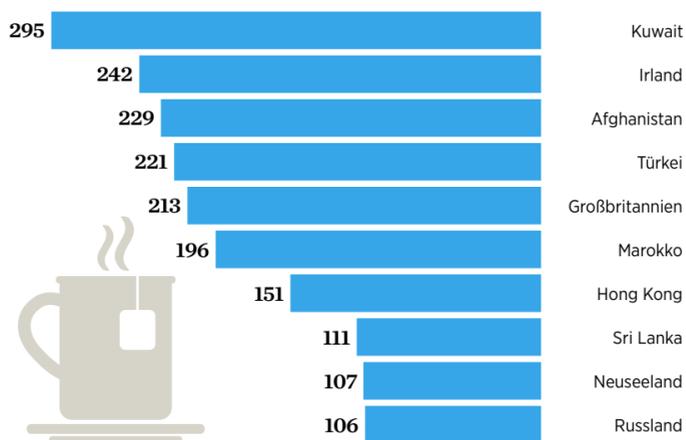
MEHR PRODUKTION, WENIGER EXPORT



	Weltproduktion	Anteil Exporte an Weltproduktion
2007	3.726.938 Tonnen	42,00%
2008	3.749.775 Tonnen	43,82%
2009	3.859.950 Tonnen	40,63%
2010	4.066.596 Tonnen	42,52%
2011	4.217.143 Tonnen	40,76%
2012	4.681.979 Tonnen	37,21%

Der internationale Teemarkt: Der Eigenverbrauch in den produzierenden Ländern steigt Quelle: ITC, London

HITLISTE DER TEETRINKER



Der Pro-Kopf-Verbrauch von Tee in Litern

Quelle: Teeverband Österreich

KLOERTEXT - ALT SEIN AUF PROBE

Für mehr Verständnis für Senioren



„Age Explorer“, das ist der Name eines Spezialanzugs, mit dem auch jüngere Leute nachvollziehen können wie man sich so mit 80 fühlt. SERVIOR, der größte luxemburgische Betreiber von Alters- und Pflegeheimen, bezieht ihn in die Fortbildung seiner Mitarbeiter ein. Die Weiterbildungsleiterin Denise Poos erklärt weshalb:

„Wichtig ist es, dass alle unsere Mitarbeiter diese Weiterbildung erhalten, von der Sekretärin bis zum Mechaniker. Ihr Verhalten und ihre Arbeit wird sich ändern, wenn sie verstehen, was in alten Menschen vorgeht.“

Damit es soweit kommen kann, muss das Personal mit dem „Age Explorer“ Bekanntschaft machen. Hierfür legt der Mitarbeiter Knie- und Ellenbogenmanschetten an und streift einen mit Gewichten beschwerten Overall über. Handschuhe, ein Helm und Ohrenschützer gehören ebenfalls zur Ausstattung des „Altersan-

zugs“. Bereits das Anziehen wird zur Herausforderung. Anschließend stehen Aktivitäten aus dem täglichen Leben auf dem Plan: Essen, Trinken, Zeitunglesen, Spaziergehen.

Jeder reagiert anders auf den Anzug. Für die einen ist das eingeschränkte Sichtfeld und das veränderte Farbempfinden erschreckend, andere bemerken hauptsächlich den Mobilitätsverlust oder die verminderte Sauerstoffzufuhr, die der Helm mit sich bringt. Die körperliche Verfassung ist ausschlaggebend. Ein Sportler kann die Bewegungseinschränkungen besser ausgleichen als ein untrainierter Mensch. Entwickelt wurde der Alterssimulationsanzug übrigens vom Meyer-Hentschel Institut.

Das Feedback ist sehr positiv, das Personal ist begeistert. Die jungen Menschen reagieren durch den „Age Explorer“ anders auf die älteren Menschen, mit viel mehr Verständnis und weniger Empathie. Durch das „Selbst erleben“ wird vielen bewusst, warum Geduld im Umgang mit Senioren so wichtig ist“.



DENISE POOS
„Chef de division de la formation“ bei SERVIOR

„Das Selbsterleben führt zu mehr Verständnis“