

TO DO! 2012

Wettbewerb Sozialverantwortlicher Tourismus



Preisträger

THE BLUE YONDER – RIVER NILA

vertreten durch:

Gopinath Parayil, Gründer und Manager,

The Blue Yonder

Kerala

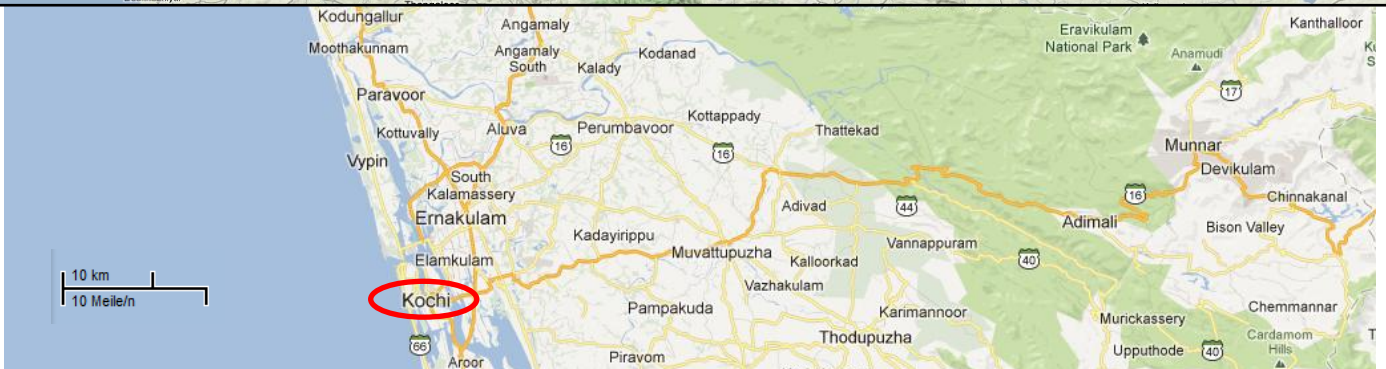
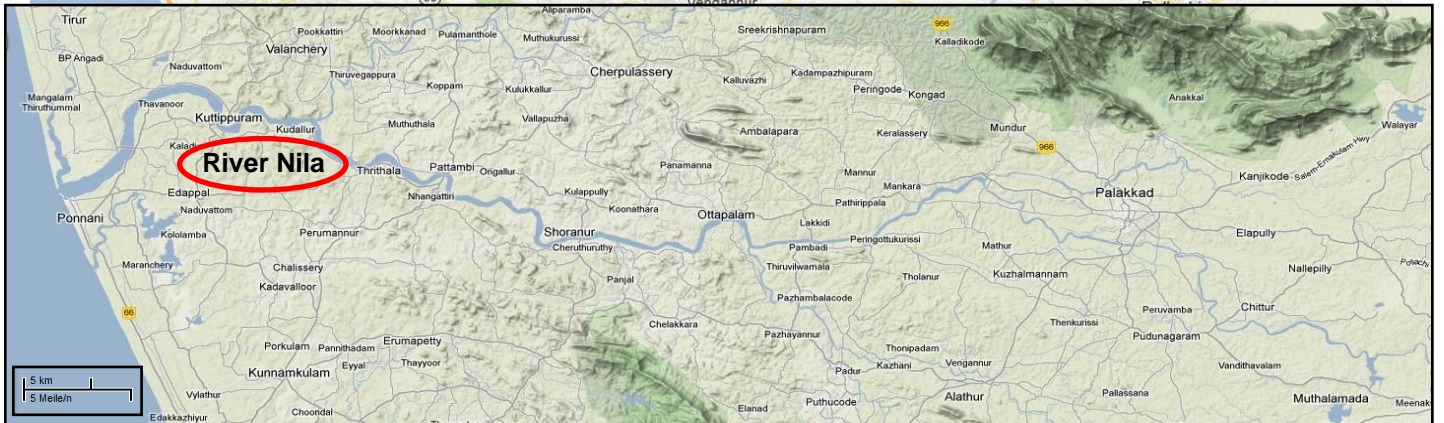
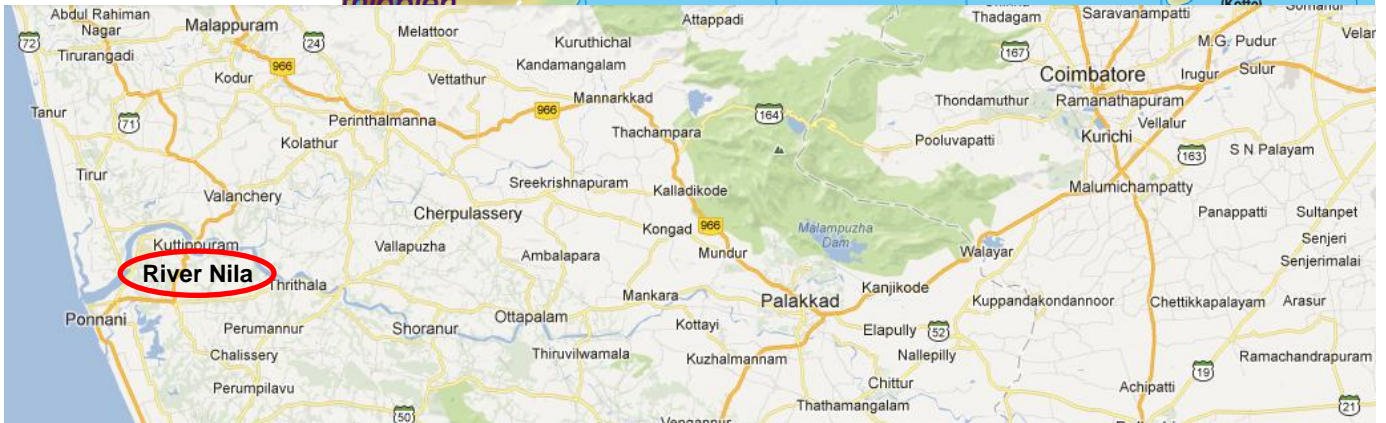
Indien

Begründung für die Preisverleihung

von

Dr. Dietmar Quist

Quelle:
<http://www.welt-atlas.de/>



Quelle: <http://maps.google.de>

1 EINLEITUNG

Der Gutachter war vom 9. bis 15. Dezember 2012 im Auftrag des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. in Kerala/Indien unterwegs, um die TODO!-Bewerbung von „The Blue Yonder – River Nila“ vor Ort zu prüfen.

Das Projekt River Nila wurde von Gopinath Parayil gegründet, um den ökologischen und sozialen Niedergang des Nila-Flussgebiets oder auch *Bharatapuzha*, der Lebensader von Kerala, zu dokumentieren und Vorschläge zur Verbesserung der Situation zu erarbeiten. Die Initiatoren des Nila-Projekts entschieden sich zur Finanzierung aus eigenen Mitteln: mit dem 2004 von Gopi Parayil gegründeten, eigenständig agierenden Tourismusunternehmen „The Blue Yonder“ (TBY). Der Tourismus, der 6% bis 8% des BIP Keralas erwirtschaftet, bot sich als Einkommensquelle an.

Grundlegende Idee war es, den Tourismus mit der ansässigen Bevölkerung gemeinsam zu entwickeln und zu koordinieren. In einem ersten Schritt begannen die Mitarbeiter von TBY, mit der ansässigen Bevölkerung das reiche kulturelle Erbe im Einzugsbereich des Flusses und den eigenen Lebensstil zu diskutieren, ihn bewusst zu machen und zu (re-)aktivieren. Um touristisch attraktiv zu werden, stand am Anfang die Rehabilitierung der eigenen Kultur und Wieder-Entwicklung regionaler und lokaler Traditionen. So wurden in der Region die wenigen verbliebenen Musik- und Tanzgruppen, traditionellen Töpfer, Messing-Gießer, Bambus- und Baumwollweber oder Fischer etc. gefördert, unterstützt und vernetzt. Neben der materiellen Hilfe, etwa durch günstige Kredite, ging es immer auch um geistiges „empowerment“: um Rückgewinnung von Stolz und Würde.

Für alle Aktivitäten von The Blue Yonder gilt: Jede Maßnahme muss zu allererst der Bevölkerung dienen. Der Tourismus trägt zur Sicherung deren Lebensunterhaltes bei, darf aber nicht den Alltag und den Lebensstil dominieren. Tourismus soll immer nur eine zusätzliche, aber nie die Haupteinnahmequelle sein. Touristen müssen zu den Musik- und Tanzgruppen kommen, nicht diese in die Hotels. Die Produkte der Handwerker sind nur am Ort der Herstellung zu erwerben. Es ist wichtig geblieben, immer weitere Projekte in der Region partizipativ zu unterstützen und Besuchern zugänglich zu machen.

2 HINTERGRUND

Der *Bharatapuzha* in Kerala, der „Nil“ (Nila) von „God’s Own Country“ (Kerala) ist 209 km lang, entspringt in den Anamalai Hills (höchste Erhebung 2460 m) und hat ein Einzugsgebiet von 6186 km² (davon gehören ca. 4400 km² zu Kerala, der Rest zu Tamil Nadu). Nach hinduistischem Glauben werden diejenigen erlöst, deren Asche dem *Bharatapuzha* übergeben wird.

Der Nila mündet bei Ponnani in den Indischen Ozean. Seit alters her gilt die Flussregion als kulturelle und ökonomische Lebensader Keralas. In einem kleinen Teil des Einzugsgebiets (unter 100 km²) begann der in der Region beheimatete Gründer von The Blue Yonder, seine Ideen umzusetzen.

Einige der wichtigsten Poeten und Musiker Keralas entstammen dieser Region, viele bedeutende Tempel, Moscheen, Kirchen und Synagogen finden sich hier. Die Durchmischung vieler Kulturen und Religionen haben über Jahrtausende eine Region mit außergewöhnlich reichen und vielfältigen Traditionen geprägt.

Der Fluss wird heute von elf Dämmen aufgestaut, weitere sind im Bau. Über 1200 km² Land werden mit dem Wasser des Nila bewässert. Auch ein Teil des Trinkwassers kommt aus dem Fluss. Den größten Teil des Jahres aber fließt der Fluss nicht mehr. Über dreißig Jahre lang wurden die Sandbänke des Flusses (illegal) abgebaut, die nun als regulierende Leitlinien für den Fluss fehlen. Daher überflutet heutzutage der Nila in der Monsunzeit immer andere Areale und verlegt wegen der starken Ufererosion seinen Lauf. Reisanbaugebiete werden oft verwüstet. Das Wasser wird auch nicht mehr bei der natürlichen Filtration durch die Sande gereinigt. Außerdem werden Abwässer meist ungeklärt in den Fluss geleitet. Glücklicherweise gibt es in Flussnähe kaum Industriebetriebe. Dennoch gilt das Flusswasser mittlerweile auch für Tiere als ungenießbar.

Dieses ökologische Desaster initiierte die Gründung des Nila-Projekts; alle Gründungsmitglieder stammen aus der Region. Am Anfang stand die Idee, eine ökologische, soziale und ökonomische Bestandsaufnahme des Nila-Einzugsgebietes zu schaffen, um dann Verbesserungen auszuarbeiten. Sehr schnell wurde klar, dass ein Projekt dieser Dimension eine solide Finanzierung brauchte. Sponsoren wurden gesucht, an offizieller Stelle wurden Mittel beantragt und auch in Aussicht gestellt. Es kam aber nicht zu verbindlich terminierten Zusagen, das Interesse an der Aufarbeitung einer ökologischen Katastrophe war von Seiten der potenziellen Geber begrenzt. So entschloss man sich zur „Selbsthilfe“: Daher wurde The Blue Yonder zur Eigenfinanzierung gegründet, um in der Nila-Region Einnahmen aus dem Tourismus zu erzielen.

Dazu bietet die Region ausgezeichnete Voraussetzungen. Lagunen, fast 600 km Küsten und Strände und die „Backwater“-Bereiche sind touristische Highlights und ziehen viele Besucher an. Die Landschaft ist reizvoll und abwechslungsreich. Die Berge des Hinterlandes sind um die 1500 m hoch und weisen ganzjährig ein angenehmes Klima auf; die höchsten Berge erreichen 2500 m.

Der Einzugsbereich des Nila wird landwirtschaftlich intensiv (zu 86%) genutzt. Cash-crops wie Kautschuk (92% der indischen Produktion), Pfeffer (97%), Tee, Kaffee und Kakao (63%), Reis (45%) dominieren. Sie werden vor Ort verarbeitet und gehen direkt in den Export. Dagegen muss Getreide für Kerala aus anderen Bundesländern Indiens importiert werden.

Einwanderer und Händler brachten wohl schon sehr früh sehr unterschiedliche Kulturen und Religionen in den Nila-Bereich. Angeblich ist die älteste Moschee noch zu Lebzeiten des Propheten um 629 gegründet worden. Die Christen gehen davon aus, dass sie bereits seit 52 n. Chr. in Kerala siedeln (ab dem 4. Jh. ist dies belegt). Juden haben sich dort angeblich seit der Zerstörung Jerusalems 70 n. Chr. niedergelassen (auf jeden Fall sind sehr frühe jüdische Besiedlung aus dem Jemen belegt). Kerala hat den geringsten Anteil an Hindus (56%) in Indien, den höchsten Anteil an Christen (19%) und einen sehr hohen Anteil von Muslimen (25%).

In Cochin findet sich das erste Fort der Kolonialzeit, von Portugiesen, Holländern und Briten abwechselnd genutzt. Kerala kam ab 1729 unter starken britischen Einfluss, blieb aber bis 1947 formal unabhängig. Ein Detail, das die Buntheit der Region unterstreichen mag: Die Kommunistische Partei gewann 1957 (weltweit) erstmals freie demokratische Wahlen. So bildet die Vielfältigkeit von Landschaften, Kulturen, Religionen und Traditionen ein kleinflächig abwechslungsreiches Mosaik, mit hohem touristischem Potenzial.

Außerdem ermöglicht die vom übrigen Indien stark abweichende Lebenssituation in Kerala die positive Entwicklung von The Blue Yonder. Der Bundesstaat Kerala ist mit 33 Mio. Einwohnern dicht besiedelt – entspricht 860 Ew./ km² (zum Vergleich: Deutschland 230 Ew./km²). Sprachlich betrachtet ist das Land sehr homogen, 97% der Bewohner sprechen Malayalam.

Kerala ist im Vergleich zum übrigen Indien „reich“: Das Pro-Kopfeinkommen liegt etwa 30% über dem Durchschnitt Indiens. Allerdings ist die Zahl der Arbeitsplätze eher gering, daher arbeitet ein großer Teil der Einwohner Keralas im Ausland, vor allem in den Arabischen Emiraten, Qatar, Saudi Arabien. Keralis sind dort gefragte Arbeitskräfte, da sie gut ausgebildet sind. Die Überweisungen der Gastarbeiter ins heimatliche Kerala sind entscheidend für den relativen Wohlstand im Land.

Das formale Bildungsniveau liegt über dem Durchschnitt Indiens, die Alphabetisierungsrate erreicht etwa 94% (Indien 74%). Die Analphabetenrate bei Frauen beträgt nur 8%, im indischen Durchschnitt sind es fast 35%. Die Lebenserwartung liegt mit 74 Jahren um mehr als 10 Jahre über dem Durchschnitt Indiens.

Die beträchtlichen Überweisungen der Arbeitsemigranten entfachten eine hohe Bautätigkeit mit starker Zersiedlung. Viele landwirtschaftliche Nutzflächen wurden aufgeschüttet und überbaut, meist mit illegal abgebautem Flusssand des Nila.

Die oft erst nach Jahrzehnten rückkehrenden Arbeitsemigranten haben häufig kein Interesse an und kein Wissen mehr über ihren kulturellen Hintergrund und haben ihre alten Traditionen und Überlieferungen vergessen und verlernt. Sie bringen bei ihrer Rückkehr die „Moderne“ mit.

Der Wunsch nach Modernität erfasste auch Verwandte und Kinder und damit fast jeden Bewohner der Region. Allmählich entstand – gewissermaßen als Gegenreaktion – aber auch eine latente Sehnsucht nach den (fast) vergessenen Ritualen, nach Traditionen, nach eigener Kultur.

3 DIE ORGANISATION

3.1 Entstehungsgeschichte und Ziele von The Blue Yonder

The Blue Yonder (TBY) wurde 2004 gegründet, um das Nila-Projekt (mit) zu finanzieren. TBY verfolgte von Anfang an das Ziel, eine gemeinsame Tourismusentwicklung zu ermöglichen, die von der Bevölkerung mitgetragen wird. Die Betroffenen entschieden selbst oder entscheiden zumindest mit, wie ein von ihnen akzeptierter Tourismus aussehen sollte.

Schon sehr früh entstand ein TBY-Forderungskatalog:

- Die Lebensgewohnheiten der Einheimischen sollen erhalten bleiben. Nicht der Einheimische orientiert sich an Vorstellungen und Wünschen der Touristen, sondern die Touristen, als Besucher, orientieren sich am Lebensstil der Einheimischen. Die Touristen sollen nicht das Leben der Einheimischen bestimmen und dominieren.

- Da es in allen Siedlungen viele Vegetarier gibt, wurde auch vorab festgelegt, dass Touristen gebeten werden, dorthin kein Fleisch mitzubringen; auch Alkohol ist meist unerwünscht.
- Für den Touristen ist nicht alles und nicht jederzeit verfügbar; er muss sich auch an den Möglichkeiten und dem Lebensrhythmus seiner Gastgeber orientieren. Tanz- und Musikveranstaltungen können nur abends präsentiert werden, da die Ensemble-Mitglieder tagsüber arbeiten. Die Aufführungen sollen nicht zur „Show“ verkommen und müssen daher begleitet und erläutert werden. Sie können nicht gekürzt werden und müssen in ihrer „Umgebung“ bleiben. Aufführungen in Hotels „zum Abendessen“ sind nicht denkbar. Darauf muss sich der Tourist einlassen; er wird vor der Reise darauf hingewiesen.
- Auch Töpfer oder Handwerker sind nicht jederzeit verfügbar, da ihre Tätigkeit von bestimmten Arbeitsprozessen abhängig ist. Daher muss für jede Gruppe ein eigenes Besuchsprogramm ausgearbeitet werden.

3.2 Konzeption und Programm

Die Konzeption der touristischen Entwicklung hatte der Gründer von TBY, Gopinath Parayil, einer Palliativklinik entlehnt, in der er viele Jahre gearbeitet hatte. Bis heute besteht eine enge Kooperation zwischen Klinik und TBY.

Das dort erfolgreiche Konzept schloss Patienten, Familien, deren Umgebung, Freiwillige, Sponsoren und Kleinstspender mit ein. Diese Idee wurde nun erfolgreich auf die touristische Situation übertragen. Die Dorfgemeinschaft, die Nachbarn, Angehörige und Betroffene diskutierten ihre Wünsche und Vorstellungen über die Folgen aus möglichen touristischen Aktivitäten. Die Stärkung der eigenen Traditionen und Rituale war ein zentraler Punkt bei allen Aktivitäten.

Zu einigen (religiösen) Festen gehören Musik und Tanz, vor allem bei Hindus und Christen. Es war jedoch kaum noch möglich, Musiker zu finden, da die unregelmäßigen Einnahmen nicht zum Lebensunterhalt ausreichend waren; immer weniger junge Leute waren bereit, die traditionelle Musik zu spielen. Mit dem Tourismus als zusätzlicher Einkommensquelle bietet sich nun ein akzeptables Gesamteinkommen. Das Musikmachen lebt neu auf und bereichert die religiösen Feste.

Erhalt oder Widergewinn der eigenen Würde war ein wichtiges Anliegen. Deshalb wurden In diesen Treffen mit den Einwohnern auch ganz klar Forderungen an die zu erwartenden (und erwünschten) Touristen gestellt. Touristen sollen respektvoll reisen.

Die Gastgeber wünschen sich Informationen über die Gäste und deren Heimat zu erhalten und auch über sich zu berichten. Das erfordert von beiden Seiten Zeit, Vertrauen und Respekt. Begegnungen sollen „auf Augenhöhe“ stattfinden. Arbeitsmigranten hatten Fremde immer als Herren, als Chefs kennengelernt – in diese Rolle wollte niemand mehr geraten. Der eigene (oft nicht westliche) Lebensstil soll nicht dem Tourismus angepasst oder gar untergeordnet werden. Der Tourist soll nicht die (gerade wiederentdeckten) Tradition beeinflussen, sondern

an ihr teilhaben können. Die Strukturen und Berufe innerhalb der Gemeinschaft sollen sich nicht oder kaum verändern. Ein „keralisches“ Leben mit eigenen Wertvorstellungen soll erhalten bleiben und gestärkt werden.

Die Vorstellungen der Betroffenen lagen dicht zusammen mit denen der „Macher“ und konnten daher so erfolgreich umgesetzt werden. Musik- und Theatergruppen von gerade noch vier Mitgliedern hatten schnell 150 neue Mitglieder und sogar Sponsoren und Studenten. Tradition „zu leben“ erfüllte sie wieder mit Stolz. Auch wer nicht direkt an den neuen Aktivitäten teilnimmt, unterstützt sie nach seinen Möglichkeiten. Es gibt Spender, die alte, traditionelle Instrumente, die es nicht mehr zu kaufen gab, zur Verfügung stellten. Derzeit werden Handwerker gesucht, die noch das Know-how zum Instrumentenbau haben. Einer Musik- und Tanzgruppe wurde ein Haus übergeben, wo nun Aufführungen für Touristen stattfinden. Zuvor mussten solche Darbietungen jeweils beengt in wechselnden Privathäusern abgehalten werden.

Ein Tempeltänzer, der noch die von der UNESCO als kulturelles Erbe anerkannten einzigartigen Tempeltänze beherrscht, hat nach vielen Jahren wieder Studenten.

Um die Qualität von Töpferwaren zu erhöhen, wurden von freiwilligen Helfern neue Brennöfen errichtet, die für höhere Temperaturen geeignet sind.

Handwerker werden ermuntert, ihre Produkte auch für Einheimische und nicht nur für Touristen anzufertigen. Es ist bei Einheimischen wieder „in“, einfache Töpferprodukte oder traditionelle Messingbeschläge für das neue Haus zu kaufen.

In allen Bereichen waren dazu Kredite und Spenden und freiwillige Helfer erforderlich. TBY konnte auch erfolgreich vermitteln, dass nur Maßnahmenbündel aus vielen kleinen Projekten touristisch erfolgreich sein würden. Einzelmaßnahmen wären nicht ausreichend, um die Nila-Region für genügend viele Touristen attraktiv zu machen. Finanzielle Hilfen wurden als Kredite gewährt, lange Rückzahlungsfristen vereinbart. Es gibt keine Verträge, die eine Gruppe oder einen Handwerker an TBY binden. Jedes kleine oder große Einzelprojekt bleibt in den Händen der Betroffenen.

Mit Sicherheit wurde der Erfolg des Projekts auch dadurch ermöglicht, dass Gopi Parayil selbst ebenso wie seine Mitarbeiter aus der Region stammen, die regionale Sprache Malayalam sprechen und er damit „einer von ihnen“ ist.

4. EINSCHÄTZUNG ANHAND DER TO DO! - WETTBEWERBSKRITERIEN

Der Vergleich der Aktivitäten von The Blue Yonder (TBY) mit den **TODO! Wettbewerbskriterien** führt zu folgender Einschätzung:

4.1 Einbeziehung unterschiedlicher Interessen und Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung

Für den Initiator von „The Blue Yonder“ war es von Anfang an das Ziel, eine Tourismusentwicklung gemeinsam mit der Bevölkerung zu ermöglichen. Die Betroffenen sollten immer selbst entscheiden oder zumindest mitentscheiden, wie ein von ihnen akzeptierter Tourismus aussehen sollte.

Die Bevölkerung in der Nila-Region war nach zahlreichen Meetings von der Notwendigkeit überzeugt, dass die Bündelung der vielen kleinen Projekte touristisch erfolgreich sein würde. Einzelmaßnahmen wären nicht ausreichend, um ihre Region touristisch attraktiv zu machen. So lagen die Vorstellungen der Betroffenen dicht zusammen mit denen der „Macher“ und konnten daher erfolgreich umgesetzt werden. Selbstverständlich war es auch, dass jedes kleine oder große Einzelprojekt in den Händen der Betroffenen bleibt.

Die allgemeine Akzeptanz dieser Art von Tourismus zeigt sich auch darin, dass dieser von Personen unterstützt wird, die nicht direkt an den „neuen“ Aktivitäten teilnehmen. Tradition „zu leben“, erfüllte alle wieder mit Stolz.

Finanzielle Hilfen wurden als Kredite gewährt, lange Rückzahlungsfristen vereinbart. Es gibt keine Verträge, die eine Gruppe oder einen Handwerker an TBY binden.

Anders als in einigen anderen indischen Bundesstaaten existieren bittere Armut und Hunger in Kerala nur ausnahmsweise. Dort, wo es tatsächlich Elend gibt, funktionieren meistens Nachbarschaftshilfen. Außerdem hat fast jeder in irgendeiner Weise Anteil an den Überweisungen der im Ausland arbeitenden Keralis. Dies bedeutet auch, dass nicht jeder (und schon gar nicht um jeden Preis) zum eigenen Überleben auf Tourismus angewiesen wäre.

4.2 Förderung eines Bewusstseins bei der ortsansässigen Bevölkerung über Chancen und Risiken touristischer Entwicklung für ihren wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Alltag

Wie bereits oben dargestellt, gab es von Anfang an ein kritisches Bewusstsein für die eigene Position und die der Touristen. Viele der Einheimischen sind „weit gereist“ und „welterfahren“ und begrüßen Tourismus, solange sich ihre Welt nicht auf scheinbare Notwendigkeiten des Tourismus reduziert. Die Chance, die eigene Identität wieder zu entdecken, steht klar im Vordergrund.

4.3 Teilhabe möglichst breiter ortsansässiger Bevölkerungsschichten an positiven ökonomischen, sozialen und kulturellen Wirkungen des Tourismus

Rückbesinnung auf alte Traditionen, Stolz auf die Heimat und Würde der eigenen Person betreffen letztlich fast jeden Bewohner eines kleinen, oder mittelgroßen Ortes. Es war von Anfang das erklärte Ziel von TBY, dem Tourismus keine herausragende Rolle einzuräumen. Handwerker produzieren auch für Einheimische und Musik- oder Tanz-Ensemblemitglieder und erzielen so über den Tourismus ein Zusatzeinkommen, bleiben aber grundsätzlich in ihren Berufen.

Neben Hausbesitzern, die auch Unterkünfte anbieten können, profitieren traditionelle Handwerker, Fischer und Künstler als Erste vom Tourismus. Sie bessern ihr Einkommen durch Vorführungen, bzw. Verkäufe an Touristen auf. Bei Handwerkern ist die Qualität der Produkte gestiegen, da sie anderenfalls an Touristen (und an Einheimische) schwerer verkäuflich sind. Produkte von lokalen Handwerkern (Töpferwaren, Geflochtenes, Gewebtes) sind teurer als vergleichbare Produkte z.B. aus China. Dass sie gleichwohl konkurrenzfähig sind, hat sicherlich damit zu tun, dass einheimische Käufer sie als „Eigenes“ erkennen und wertschätzen. Es gibt – wenn auch nur in geringem Umfang – Käufer, für die der Preis nicht das einzige Kaufargument ist. Diese Einstellung darf nicht überschätzt werden, spielt aber gleichwohl eine Rolle.

Insgesamt wird sich eine positive ökonomische Wirkung des Tourismus nur über einen längeren Zeitraum einstellen. Bei all dem gilt es aber auch, den Blick für Größenordnungen nicht zu verlieren: Im Vergleich mit den Gastarbeiterüberweisungen aus den Golfstaaten nehmen sich die neuen, zusätzlichen Einnahmen eher bescheiden aus.

4.4 Gewährleistung der Attraktivität touristischer Arbeitsplätze für Einheimische durch Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Bezug auf Entlohnung, soziale Sicherung, Arbeitszeiten sowie Aus- und Weiterbildung

Das grundlegende Konzept von TBY, dass sich die Strukturen in einer Gemeinschaft so wenig wie möglich verändern, beinhaltet, dass nur wenige Arbeitsplätze direkt im Tourismus als Dienstleistungsgewerbe entstehen können. Es soll keine direkte Abhängigkeit vom Tourismus geben. Dennoch nahmen Arbeitsplätze in den indirekt mit dem Tourismus verknüpften Bereichen deutlich zu.

Die Musik- und Folkloregruppen haben einen Zulauf von mehr als 250 Personen. Musiker, Studenten und Hunderte von Musikern aus der Region werden aus- und weitergebildet. Die Einkünfte mögen nicht sehr hoch sein, sind aber für indische Verhältnisse akzeptabel (Verpflegung ist eingeschlossen). Die Tanzgruppe „Vayali“ beispielsweise hat 45 neue Mitglieder, die bei Auftritten auch Geld verdienen – darunter 20 Frauen und Mädchen.

Die hohe Arbeitslosigkeit (der man bisher nur durch Arbeitsmigration entkommen konnte) bietet wiederum Anreize, beispielsweise den Bau traditioneller Instrumente zu erlernen, Leder speziell für Trommeln zu gerben, Tänzer oder Musiker zu werden. Solche Berufe werden plötzlich wieder attraktiv und genießen ein positives Image. Arbeitslose erhalten die Möglichkeit zur Beschäftigung oder eine Ausbildung. Die touristischen Aktivitäten führen in der

Gemeinschaft nicht zu Neid; die Zu-Verdienstmöglichkeiten sind zu niedrig, um dörflichen Strukturen schnell zu verändern.

Von der Förderung der Töpfer und Messing-Gießer profitieren etwa 40 zusätzliche Arbeitskräfte.

4.5 Stärkung der einheimischen Kultur sowie der kulturellen Identität der in den touristischen Zielgebieten lebenden Menschen

Die Stärkung der eigenen Kultur, das Rückbesinnen auf die kulturelle Identität und auf die eigenen sehr vielfältigen Wurzeln stellen die Grundlage der touristischen Entwicklung im Nila Bereich dar. Ohne das Wiederbeleben der Traditionen wäre diese Form des Tourismus nicht möglich geworden: Menschen treffen Menschen; das steht klar im Vordergrund aller Aktivitäten. Ein Fischer bleibt Fischer, der seine Arbeit erweitert, indem er Touristen auf „seinen“ Fluss führt. Bei ihnen wie bei Handwerkern und Vermietern ist nicht nur der Stolz für die eigenen Person und Gemeinschaft gestiegen, denn die Beachtung und Bewunderung fremder Besucher führt zu einer zusätzlichen Verstärkung der neuen Werte. Auch lokal handgewebte Stoffe, lokal produzierter Schmuck werden wieder gekauft und getragen. Ohne die Rückbesinnung und das Leben von Kultur und Tradition wären Treffen „auf Augenhöhe“ nicht möglich.

4.6 Vermeidung/Minimierung tourismusbedingter sozialer und kultureller Schäden in touristischen Zielgebieten

Die besondere Ausgangslage in Kerala lässt vermuten, dass es in den touristischen Zielgebieten zu keinen sozio-kulturellen Schäden durch touristische Aktivitäten kommt. Der von TBY geführte Gast wird bei Beginn seiner Reise vor Ort auf seine Rolle als verantwortlicher, aktiver Tourist vorbereitet. Es hat sich TBY immer wieder bestätigt, dass die Besichtigungen und Besuche respektvoll durchgeführt werden. Der Tourist hat die Möglichkeit mit Handwerkern, Musikern, Tänzern und Gastgebern in Kontakt zu kommen, ein wirkliches „meet the people“. Er darf sich als Gast fühlen, aber es wird erwartet, dass er sich auch wie ein Gast benimmt.

Solche Touristen/Gäste reisen in relativ kleinen Gruppen und passen sich den Wünschen ihrer Gastgeber an. Ein solcher Tourismus wird eher zu einer Aufwertung der sozialen und kulturellen Gegebenheiten führen als sie zu gefährden.

4.7 Vereinbarkeit mit den Prinzipien der Umweltverträglichkeit

Das Anliegen von TBY, die Unterstützung des Nila Projekts, zeigt, dass der Wunsch nach einer umweltverträglichen Entwicklung Keralas Priorität hat. Diesem wird TBY gerecht. Maßnahmen, die den Respekt vor den eigenen Traditionen fördern und dem Erhalt der eigenen Kultur dienen, sind stabilisierend und beinhalten auch den schonenden Umgang mit der Umwelt.

TBY verfolgt auch ein Wald-Rehabilitationsprojekt. Mit Reiseteilnehmern werden junge Bäume gepflanzt. Ein erstes Projekt ist gescheitert: Ein großes Gelände wurde eingezäunt, konnte aber nun von den Einheimischen nicht mehr für Treffen genutzt werden. Sie waren ausgeschlossen, und jegliche Pflege und Unterstützung von ihrer Seite wurde eingestellt. Der Zaun war kontraproduktiv; die Kommunikation war unzureichend. Aus diesem Fehler wurde gelernt.

Ein zweites (zaunfreies!) Projekt zur Wiederaufforstung wurde angelegt. Deren Bedeutung wurde mit den Nachbarn diskutiert und seitdem unterstützen die Bauern dieses Projekt. Sie schauen gelegentlich „nach dem Rechten“, wässern auch in Trockenphasen. Dieser „Wald der Reisenden“ scheint erfolgversprechend aufzuwachsen.

4.8 Gleichberechtigung von Frauen und Männern

Anders als in den meisten Bundesstaaten Indiens ist in Kerala das Verhältnis von Männern (1000) zu Frauen (1048) ausgeglichen, es gibt sogar ein leichtes Übergewicht zugunsten der Frauen. Dies deutet darauf hin, dass Frauen in Kerala gesellschaftlich nicht oder weniger diskriminiert werden als in anderen Regionen Indiens.

Die geförderten Handwerksberufe werden traditionell meist von Männern ausgeübt, die jedoch von ihren Frauen unterstützt werden; sie sind also indirekt beteiligt. Die Musik- und Tanzgruppen haben jeweils einen Anteil von etwa 25% bis 30% Frauen und Mädchen. Eine positive Entwicklung, da der Frauen-Anteil zuvor nahe bei Null lag.

Alle Projekte und Initiativen, die mit TBY zusammenarbeiten bieten nicht nur Frauen und Mädchen gleiche Möglichkeiten. Auch die Zugehörigkeit zu Kasten oder Religionen wird nicht bewertet.

4.9 Maßnahmen zur Gewährleistung der wirtschaftlichen und institutionellen Nachhaltigkeit des Projektes

Kerala wird von ca. 300.000 „westlichen“ und sechs Millionen indischen Touristen pro Jahr besucht. TBY betreute 2012 über 1.500 Touristen. Für TBY finden sich ausreichend viele Touristen, die gezielt nach einem „meet-the-people“-Veranstalter suchen. Die Wünsche und Anforderungen der Betroffenen decken sich mit denen der Touristen. Eine weitere Zunahme der Anzahl zu betreuender Touristen ist daher sehr wahrscheinlich.

In Indien, aber auch in vielen europäischen Ländern versucht TBY, sich direkt zu positionieren und selbst zu vermarkten. Kooperationen mit Partnern haben sich als schwierig erwiesen: Reiseanbieter erwarten, dass TBY die Forderungen nach bestimmten Reise-, Aufenthalts-Standards und Gruppengrößen erfüllt, was aber die eigenen Vorstellungen und die Absprachen zwischen TBY und den Einheimischen oft nicht zulassen.

The Blue Yonder soll von der Indischen Regierung den Auftrag erhalten, ein über zehn Mal größeres Projektgebiet zu betreuen als das bisherige (ca. 9000 km²). Konzeption, Ziele und Kooperation mit der Bevölkerung sollen vergleichbar beschaffen sein.

TBY ist dabei, Partner in Lappland und Südafrika mit ähnlichen Zielen zu beraten und sie bei der Durchführung vergleichbarer Konzepte aktiv zu unterstützen.

Der ökonomische Erfolg ermöglicht es, durch die Bezuschussung der Nila Foundation demnächst in einem Buch erste Forschungsergebnisse zu publizieren.

5 FAZIT

Der Gutachter befürwortet, das Projekt „The Blue Yonder – River Nila“ mit dem TODO! 2012 auszuzeichnen. The Blue Yonder erfüllt in überzeugender Weise die Kriterien des TODO!-Wettbewerbs.

Zum einen ist es sicherlich eine Seltenheit, dass ein Tourismusunternehmen gegründet wird, um die wissenschaftliche Aufarbeitung einer Region finanziell zu ermöglichen. Zum anderen ist die Idee, die es letztlich Von Seiten des Wettbewerbsveranstalters zu bewerten gilt, nicht weniger „spannend“. The Blue Yonder und seine Partner erwarten, dass der Tourist aktiv an der Reise teilnimmt. TBY stellt dazu ein selbst ausgearbeitetes Tourismuskonzept vor:

1. Der Tourismus fördert und stärkt Einzelpersonen, lokale und regionale Betriebe und Wirtschaftsunternehmen; er trägt aber stets nur zu einem begrenzten Teil zur gesamtökonomischen Situation der Beteiligten bei. Tourismus darf die Region und die Unternehmen nicht dominieren.
Der Maurer, oder Klempner bleibt in seinem Beruf; er ist nur am Abend Musiker, oder Tänzer. Auch um sich gegen die Krisenanfälligkeit des Tourismus schützen zu können. Aber vor allem um den eigenen Lebensstil beizubehalten. Dies muss der „aktive“ Tourist berücksichtigen und einplanen: nicht alles, jedes und jeder, sind jederzeit verfügbar.
2. Zunächst mussten dazu bei Versammlungen und Kampagnen die Bevölkerung für die touristischen Belange sensibilisiert werden. Es war erforderlich, die Bedeutung und den Wert von Handwerkern, Künstlern und Ensembles in ihrer Bedeutung für die Traditionen und das kulturelle Erbe der Region zu verdeutlichen. Alle Projekte bleiben stets im Besitz oder unter Kontrolle der Betroffenen oder der Gemeinschaft.
3. Direkt Beteiligte werden mit Krediten unterstützt, beispielsweise Ankauf und Bau traditioneller Instrumente oder bei Errichtung eines Brennofens. Es werden Stipendien vergeben, um Studenten für traditionelle Musik, Tänze, Tempeltänze zu gewinnen. Die Handwerker sind aufgefordert, „wie schon immer“ Gegenstände des alltäglichen Bedarfs herzustellen; diese sollen unbedingt auch den Bewohnern zur Verfügung stehen. Touristen werden nicht weltweit übliche Souvenirs, sondern das Spezifische der Region angeboten – in guter Qualität.
4. Handwerker werden an ihren Arbeitsplätzen von Touristen besucht. Ihre Produkte sind auch nur dort zu kaufen. Nach Vorstellungen von TBY liegt der Wert eines Topfes, eines handgewebten Tuches in der Geschichte, die sich mit dem Gegenstand verknüpft, in der Alltags-tauglichkeit, aber nicht im günstigen Preis und schon gar nicht in der Überall-Verfügbarkeit. Die Reiseleiter sind daher (nach Vorstellung von TBY) vor allem Interpreten; sie erzählen die Geschichten der Menschen, der Tradition, der Kultur. Erst das schafft den Wert der Reise, bzw. eines erworbenen Gegenstandes.

5. Darbietungen werden niemals in Hotels, sondern nur in der eigenen Region, wenn möglich im eigenen Dorf vorgeführt. Wichtig für die Veranstalter ist das Verständnis der Inhalte der Musik oder der Tänze; sie werden ungekürzt dargeboten. Der Tourist verlässt die Rolle, nur passiv zu konsumieren.
6. Unterkünfte werden von Privatleuten angeboten. Dabei stehen die Wünsche und Interessen des Wohnungsgebers zwingend im Vordergrund. Ein Beispiel: Der Vermieter besteht darauf, dass seine Familie und die Gäste gemeinsam essen, da sie an den Gästen interessiert sind und von diesen über deren Welt etwas erfahren möchten. Die Gäste müssen aber in diesem Fall die Lebensrituale einer hinduistischen Brahmanenfamilie respektieren: Kein Alkohol, kein Fleisch, auf dem Grundstück nicht rauchen. Es werden nur selbst oder lokal angebaute Früchte und Feldfrüchte gegessen; die Familie möchte keine „westlichen“, gekühlten, industriell bearbeiteten Lebensmittel im Haus und erwartet von den Gästen das Verhalten von Gästen: man isst was auf den Tisch kommt. Diese Familie fordert eine Mindestaufenthaltsdauer von zwei Übernachtungen: Nicht wegen des Verdienstes. Bei Blitzbesuchen sei ein wirkliches Kennenlernen mit intensivem Gedankenaustausch nicht möglich. Auch hier wird der „aktive“ Tourist gefordert.

Der Erfolg dieses Modells war wohl nur möglich, weil der Begründer von TBY aus der Region stammt und die dortige Sprache Malayalam spricht. Ein weiteres Moment, das auch künftig Erfolg verspricht: Die Kontakte zu allen Beteiligten bleiben erhalten und werden ständig erneuert. TBY übernahm z.B. die Kosten einer Künstler-Gruppe, um bei der ersten indischen Biennale in Cochin auftreten zu können.

Auch Beratung und Information enden nicht, sondern werden ständig modifiziert. Das Angebot wird ständig erweitert. Ein Beispiel: Erst vor wenigen Monaten wurde TBY bekannt, dass es im küstennahen „Backwater“-Bereich einen letzten Bauern gibt, der Salz-toleranten Reis anbaut. Er wollte den Anbau aufgeben, weil die Erträge niedriger lagen als bei „modernem“ Anbau. Eine alarmierende Nachricht, denn bei einem künftigen Meeresspiegelanstieg könnte genau dieser Reisvariante eine wesentliche Bedeutung zukommen. TBY entschloss sich, diesen Betrieb in sein Tourismusprogramm aufzunehmen und garantierte die Abnahme der gesamten Jahresernte zu einem höheren als dem marktüblichen Preis. Damit nahm TBY ein großes finanzielles Risiko auf sich. Einen Monat später sagte dann eine indische „Grüne“ Organisation zu, die Ernte zu übernehmen.

Natürlich spielt auch die besondere Situation Keralas eine wichtige Rolle beim Erfolg von The Blue Yonder. Kerala gehört zu den reichsten Regionen Indiens. Die Schulbildung ist überdurchschnittlich gut; weit überdurchschnittlich hoch ist Zahl der Arbeitsmigranten, die ihre Familien in Kerala intensiv unterstützen. Gleichzeitig ist dadurch der Verlust an Traditionen und kulturellem Erbe stärker als in anderen Bundesländern Indiens. Das führt aber zum Bewusstsein über diesen Verlust und zum Wunsch nach Rehabilitation. Die starke kulturelle und religiöse Durchmischung lässt mehr Spielraum für Veränderungen

Gemessen an Deutschland oder Europa ist Kerala alles andere als wohlhabend, aber es gibt kaum Hunger und nicht die quälende Armut, die für große Teile des indischen Subkontinents noch immer Realität ist. Deshalb besteht gerade in Kerala die realistische Möglichkeit, einem Tourismus beim Aufkeimen zu helfen, der Stolz und Identität der Menschen achtet und nicht verletzt.

Die indische Regierung hält das TBY-Modell für so erfolgreich, dass sie die Ausdehnung TBY-Region auf 9000 km² bewilligte.

Es wird geprüft, ob sich das Modell von „The Blue Yonder“ auch auf Regionen in anderen Kontinenten übertragen lässt. Partner in Südafrika und Lappland halten die Prinzipien auch bei sich für erfolgversprechend. TBY bildet derzeit eine interne Beratungsgruppe, um in Zukunft das Modell in weiteren Regionen der Welt anzubieten.

Mitglieder der Jury TO DO! 2012

Dr. Christian Adler

Verhaltensforscher

Anke Biedenkapp

Freie Gutachterin

Klaus Betz

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, freier Journalist

Prof. Dr. Ludwig Ellenberg

Freier Gutachter

Rika Jean-François

ITB Corporate Social Responsibility, Nachhaltiger und Sozialverantwortlicher Tourismus

Wolfgang Köster

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung

Peter-Mario Kubsch

Studiosus Reisen München GmbH

Andreas Müseler

REWE Touristik

Elena Obreschkow

Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus

Sally Rahusen

Forum anders reisen

Armin Vielhaber

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung

Prof. Dr. Harald Zeiss

TUI Deutschland – Umweltmanagement

Kontakt Preisträger:

Gopinath Parayil
23-24, Sri Guru Nivas, Amar Jyoti Layout
560 094
Sanjaynagar
Bangalore
INDIEN

www.theblueyonder.com

gopi@theblueyonder.com

Veranstalter des TO DO! 2012 – Wettbewerb Sozialverantwortlicher Tourismus:

STUDIENKREIS FÜR TOURISMUS  UND ENTWICKLUNG e.V.

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.
Bahnhofstraße 8, 82229 Seefeld
Tel. +49-(0)8152-999010, Fax: +49-(0)8152-9990166
E-Mail: info@studienkreis.org
www.studienkreis.org
www.to-do-contest.org

In Zusammenarbeit mit:

BMZ  Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Studiosus

**Brot
für die Welt**

Brot für die Welt –
Evangelischer
Entwicklungsdienst



SST
Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus
Swiss Foundation for Solidarity in Tourism

TOURISM WATCH

forumandersreisen

Preisgelder von:

SST
Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus
Swiss Foundation for Solidarity in Tourism