

Beurteilung des Projekts

Awamaki

In Peru



Prof. Dr. Ludwig Ellenberg

für

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Dezember 2018

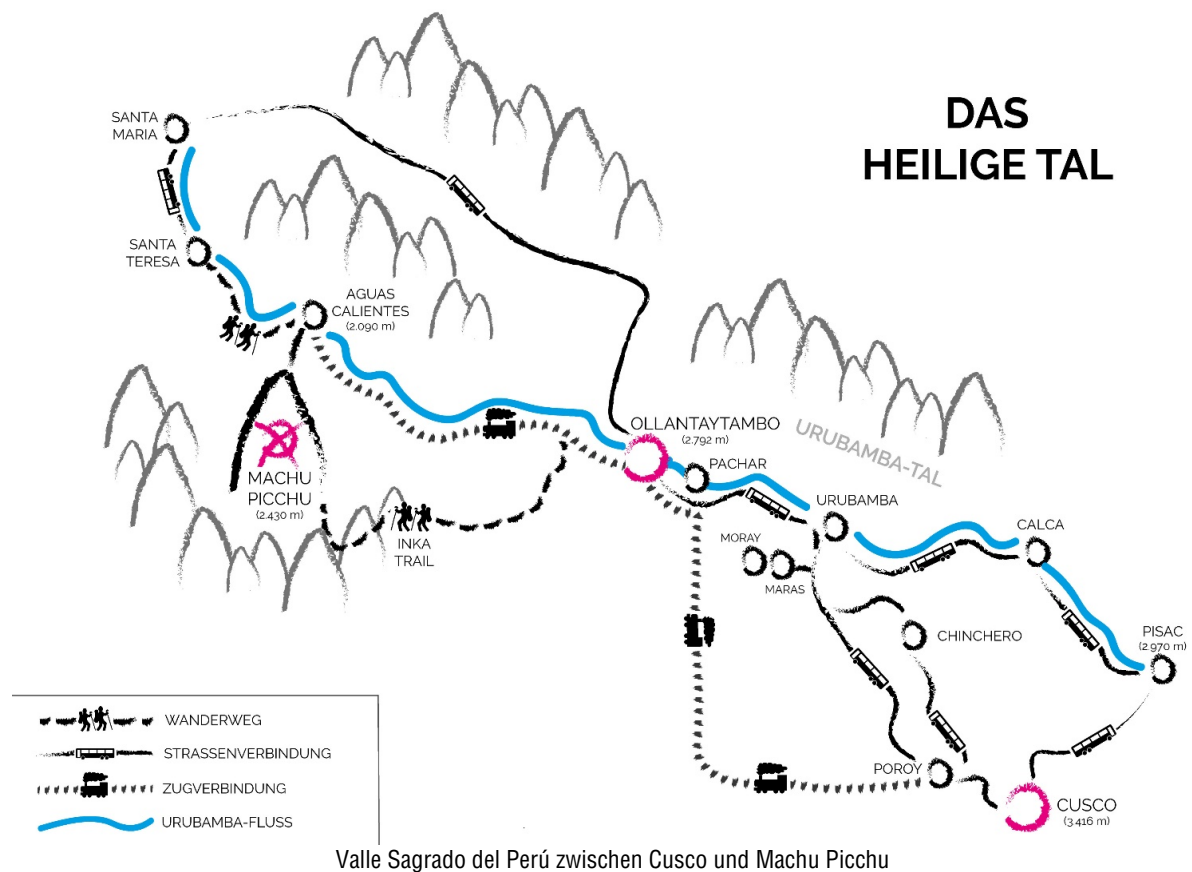
Inhalt

Karten	[1]
1. Einleitung	[3]
2. Hintergrund und Rahmenbedingungen	[4]
3. Das Projekt Awamaki und seine Bedeutung	[4]
4. Einschätzung gemäß den TO DO Award Kriterien	[6]
5. Fazit	[10]

Karten



Valle Sagrado del Perú und der etwa 30 km lange Weg von Ollantaytambo nach Patacancha





Valle Sagrado

- | | |
|-----------------|--------------|
| 1 MACHUPICCHU | 5 MARAS |
| 2 OLLANTAYTAMBO | 6 CHINCHEROS |
| 3 URUBAMBA | 7 CUSCO |
| 4 MORAY | 8 CALCA |
| | 9 PISAC |



(c)2017 Aini11 & losviajeros.com

Wichtigste touristische Destinationen im Valle Sagrado del Perú

1 Einleitung

Die Bewerbung für den TO DO Award 2019 wurde durch die Nichtregierungsorganisation Awamaki aus Ollantaytambo in Peru eingereicht und von der TO DO Award Jury nominiert. Der Gutachter Prof. Dr. Ludwig Ellenberg war vom 07. bis 14. Dezember 2018 im Auftrag des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e. V. in Peru unterwegs, um die von Awamaki eingereichten Unterlagen an Ort und Stelle zu überprüfen.

Aufgrund der gewonnenen Einsichten und Erkenntnisse befürwortet es der Verfasser, das Projekt **Awamaki** mit dem TO DO Award 2019 auszuzeichnen.

Die Projektprüfung begann am 7.12.2018 in Ollantaytambo im Valle Sagrado del Perú. Gleich bei Ankunft kam der Gutachter ausführlich mit den vier peruanischen Gestaltern der NGO zusammen: Yovana Candela (Operations Director), Mercedes Durand (Head of Women's Artisan Cooperatives), Martha Zúñiga (Production Coordinator), Melissa Tola (Tourism Coordinator) und traf drei der ausländischen Unterstützer: Mollie Mae aus den USA (International Partnerships Manager), Annasofie Williams aus Grossbritannien (Sales Coordinator), Brianna Griesinger aus den USA (Marketing and Communications Coordinator). Gemeinsam wurde die Auswahl der Orte für die Gutachter-Reise festgelegt, die Planung des Ablaufs und eine Liste der gewünschten Gesprächspartner erstellt. Per Skype nahm auch Kennedy Leavens (Founder and Executive Director of Awamaki) aus Seattle in den USA an den Besprechungen teil. Der Gutachter stellte den Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, dessen Geschichte und Rolle in Deutschland dar. Er erläuterte die Bedeutung des TO DO Awards und die Notwendigkeit wegen divergierender Einschätzungen in unserer Jury, eine gründliche Prüfung von Awamaki durchzuführen. Diese Besprechung und alle folgenden in Ollantaytambo waren auf Spanisch möglich. Die englisch-, italienisch- und französischsprachigen Mitarbeiter sind in Perú eingelebt und auch von den Volontären wird gutes Spanisch erwartet.

Sehr angenehm: Grosse Gelassenheit, die Gewissheit des Willkommenseins und die Möglichkeit, eine Woche lang neugierig, vielseitig, abwägend, nachfragend die Geschichte von Awamaki zu klären, die heutige Situation einzuschätzen und die Zukunftspläne zu erfahren.

An den Tagen der Projektprüfung war Herr Ellenberg meistens mit Melissa Tola zusammen, die seit Mai 2018 das touristische Programm von Awamaki verantwortet. Eine sehr effiziente Zusammenarbeit mit der Möglichkeit, in jedem angesprochenen Thema weiter zu kommen und meist eine Klärung zu erreichen! Melissa Tola ist durch ihre Wendigkeit auf Spanisch (Muttersprache), Englisch (fließend), Quechua (gut angelernt) im Team von Awamaki besonders geeignet für den „Brückenbau“ zwischen schnell angereisten Besuchern ohne vertiefte Kenntnisse von Perú, dem Team von Awamaki und den Partnern in Ollantaytambo sowie den Dorfgemeinschaften in Huilloc (Willoq) und Patacancha, wo langsames Vorgehen, nuancierte Einfühlung und passables Quechua notwendig sind um vertrauensvolle Bindungen zu schaffen und zu halten.

Bei einem Workshop zur Arbeitsorganisation in Huilloc lernte der Gutachter den Moderator und Consultant Pabel Aimituma aus Cusco kennen und konnte seinen Stil der Tagungsgestaltung miterleben. Mit einer kleinen Gruppe junger Spanier war der Gutachter in Patacancha, freute sich an der inhaltlichen Vermittlung und der „Beeinflussung“ der Touristen durch Melissa Tola auf dem Weg und erhielt in fünf Stunden Einblick in die Begegnung von einem Dutzend Frauen aus dem fast auf 4000 m Höhe gelegenen Dorf und den Besuchern. Wollfärben, spinnen, weben wurde erklärt und von mehreren der Spanier in realer Betätigung ansatzweise gelernt. Eine Fragestunde zum täglichen Leben vermittelte überraschende und emotional gefärbte Einblicke. Die Vorbereitung des Essens im Erd-Stein-Ofen erfolgte gemeinsam und die abschliessende Mahlzeit wurde zu einer berührenden Feier.

Am drittletzten Tag wurden in Ollantaytambo Taxifahrer, Verkäufer, Tour-Guides, Restaurantbesitzer, Marktfrauen, Polizisten, Lehrer und Schüler, Händler auf der Durchreise, Touristen an der Plaza de Armas zu Awamaki befragt. Es gab durchaus auch abwertende Bemerkungen, doch meist waren in diesen Fällen Neid und Konkurrenz die Erklärung dafür. Das Lob, die Hoffnung auf gutes weiteres Gelingen, das Staunen über die in den letzten zehn Jahren erbrachte Leistung überwogen. Awamaki ist

bekannt, wird geschätzt, gilt als positive Kraft im vulnerablen Tourismus-Geflecht im Valle Sagrada del Perú.

Am 13.12.2018 kam das ganze Team inklusive der Volontäre im Seminarraum von Awamaki zusammen. Der Gutachter stellte das Resultat der Evaluierung vor und begründete, warum Awamaki den TO DO Award 2019 erhalten soll. Dem Vortrag schloss sich ein Gedankenaustausch an, was Awamaki verbessern kann und welches die nächsten Schritte sein sollen. Dies konnte am 14.12.2018 während der Autofahrt nach Cusco zum Heimflug nach Lima, Madrid, Berlin zusammen mit Melissa Tola abschliessend besprochen werden.

2 Hintergrund und Rahmenbedingungen

Perú ist mit 1 285 000 km² (3,3 x grösser als Deutschland) der Grösse nach das 20. Land der Erde. Die Kontraste zwischen „Costa“ mit Wüste, Oasen, Kliff-Küsten, Häfen, Lima und „Sierra“ mit Hochebenen, Schluchten, Gebirgsketten, Vulkangipfeln, Inka-Ruinen, bäuerlichen Traditionen und „Oriente“ mit amphibischen Peripherien, unbegrenzt erscheinenden Wäldern, Pionier-Schneisen sind riesig – Perú wirkt eher wie ein Kontinent als ein Land. Die klimatischen Gegensätze sind extrem, nur wenige Länder der Erde weisen derartige Gegensätze auf.

Die Vielfalt der Ethnien ist gross, auch wenn heute 83% der 32,5 Mio. Menschen Spanisch als Muttersprache angeben. Quechua ist für 14% der Bewohner von Perú die erste Sprache. Der Human Development Index beträgt 0,75 – Perú steht an 89. Stelle unter den knapp 200 Staaten der Erde. Die zahlenmässige Zunahme der Bevölkerung (1950: 7,7 Mio. E., 1980: 17,4 Mio. E., jetzt fast das Doppelte) und die sozialen Disparitäten sind erschütternd. Durch Misswirtschaft und ungenügende Administration kommt es zu ausweglosen Lebenssituationen. Auswanderung ist ein erzwungenes Ventil aus dieser Misere – 2,5 Mio. Peruaner leben im Ausland, vor allem in den USA und in Europa.

Attraktiv für Besucher ist Perú schon seit Berichten von Alexander von Humboldt vor mehr als 200 Jahren. Bis 1970 blieben die Touristen-Zahlen jedoch klein und Perú war ein Reiseziel vor allem von den USA aus. Von Europa her konnte Perú verstärkt aufgesucht werden, als in den 1970-er Jahren billige Flüge nach Lima angeboten wurden. In den 1980- und 1990-er Jahren litt Perú unter den Guerrilla-Aktivitäten des „Sendero Luminoso“. Die politische Zerrissenheit drosselte zudem die Zahl der ausländischen Besucher. Inzwischen jedoch ist Tourismus der drittgrösste Devisenbringer des Landes und die Steigerungsraten sind groß. 2016 kamen 4,6 Mio. ausländische Besucher ins Land. Vorn stehen dabei Chile, USA und Ecuador. Aus Europa sind Spanier und Franzosen führend, aus Deutschland kommen jährlich derzeit knapp 100 000 Touristen. Ein Drittel aller Perú-Besucher (und mehr als eine halbe Mio. Einheimischer) besuchen das landschaftlich berauschende und von der Inka-Geschichte her faszinierende Valle Sagrado del Perú und reisen auf der Schneise Cusco – Machu Picchu. Diese führt durch Ollantaytambo.

Nur wenige Kilometer abseits des Tals des Río Urubamba waren Touristen bis vor wenigen Jahren exotische Eindringlinge und auch heute noch könnte der Kontrast zwischen dem Besucherstrom auf 2750 m Höhe in Ollantaytambo und den abgelegenen Dörfern Huilloc und Patacancha auf fast 4000 m kaum grösser sein.

3 Das Projekt Awamaki und seine Bedeutung

Das Leben in den Dörfern in den großen Höhen des Valle Sagrado del Perú abseits des ökonomisch vielseitigen und touristisch quirligen Talzuges des Río Urubamba verlief jahrhundertlang von Generation zu Generation ähnlich: Ackerbau unter erschwerten Bedingungen (steile Hänge, nährstoffarme steindurchsetzte Böden, lange Trockenperioden, Erosionsgefährdung durch einzelne Starkregen, Terrassierung fast überall notwendig und beeindruckend solide gebaut und umsichtig erhalten), Alpaka- und Schafhaltung auf weitgehend baumlosen Hochweiden, äusserst bescheidene Wohnsituationen in Enge und Kälte, tradierte und festgeschriebene Rollen von Männer und Frauen im Täglichen, Verarbeitung von Wolle zu gewobenen Textilien und dauerhafte Wiederholung von Mustern

und Formen in der kunsthandwerklichen Produktion, wenig Mobilität und kaum Austausch mit den Siedlungen im Tal, nur als Ausnahme spanische Brocken neben dem täglichen Quechua, späte Überprägung von althergebrachten Glaubensritualen durch Katholizismus und noch später stellenweise protestantische Mission und Vereinnahmung durch sich dann scharf von den andern abgrenzende Gruppen, episodischer Verkauf von Agrarprodukten und Webarbeiten, kaum Geldumlauf, hohe Kindersterblichkeit und kurze Lebenserwartung, nur allmähliche Zunahme der Bevölkerungszahlen und deshalb noch keine Abwanderung. Diese setzte ein, als Schulbildung in den Dörfern neue Horizonte öffnete und Strassenzugänge in diese Peripherien hineingebaut wurden - vielerorts erst vor 20 Jahren.

3.1 Entstehungsgeschichte und Ziele

Kennedy Leavens verliess ihr Geburtsland USA erstmals als Schülerin im Jahr 2001. Ollantaytambo war das für sie gewählte Ziel, wo sie durch den Zauber des Neuen, Inka-Ruinen, Berglandschaften und erlebte Begegnungen mit peruanischen Schulkameraden und deren Familien für das Valle Sagrado del Perú „angefixt“ wurde, das harte Alltagsleben der Menschen dort kennenlernte und den Wunsch wachsen spürte, neue Chancen für Familien in den Dörfern und Wege aus der eingrenzenden Armut zu schaffen. Zwischen Schulzeit und dem späteren Studium von Public Administration an der University of Washington kehrte sie zurück nach Ollantaytambo und arbeitete mit mehreren Verlängerungen als Helferin in einer NGO, die lokale Kunsthandwerk-Produktion zu unterstützen versuchte.

NGO-Gründungen mit der Ambition, Lebensverhältnisse im peruanischen ruralen Raum zu verbessern, gibt es viele. Fast alle starten mit Geld aus dem Ausland, zwar hochgesteckten aber lokal wenig verankerten Zielen, dem charismatisch gelebten Wunsch von Selbstverwirklichung und mangelnder Partizipation der angeblich Begünstigten. Meist kollabieren die Gründungen nach ein, zwei oder drei Jahren.

Kennedy Leavens war eingelebt und sozial vernetzt, als sie die Gründung von Awamaki (Quechua für „handgemacht“) wagte. Zusammen mit dem Peruaner Miguel Galdo begann sie 2009, mit zehn Weberinnen zusammenzuarbeiten, von ein paar angeworbenen Voluntären unterstützt. Zunächst gehörten auch Sprachenlernen, Gesundheitsinitiativen und Kochkurse zu den Aktivitäten, doch bei zunehmender Zusammenarbeit mit Frauen in ihrer Kunsthandwerk-Produktion in Nachbardörfern konzentrierte sie sich ganz auf das, was Awamaki heute in Ollantaytambo und Umgebung verkörpert: Solidarische Hilfe für Frauengruppen, besonders in Huilloc und Patacancha - Übernahme des Verkaufs ihrer gewobenen Kunstwerke in einem Awamaki-Shop in Ollantaytambo und ergänzend auch in den USA – Weiterbildung der Frauen inklusive Spanisch-Unterricht - Organisation von Touristenbesuchen zum Erlernen von Wollfärben, Spinnen, Weben und Kochen in einer für beide Seiten erfreulichen Art und Weise – Brückenbau zwischen dem Zentrum Ollantaytambo und den Peripherien der Umgebung.

Kennedy Leavens kehrte in die USA zurück, lebt in Seattle und besucht Awamaki im April und Oktober jeden Jahres. Spenden akquiriert sie in den USA, diese machen heute etwa 20% der Einnahmen von Awamaki aus. Inzwischen wird das Tagesgeschäft gänzlich von den peruanischen Mitgliedern der NGO und den Voluntären aus den USA und Europa bestimmt, die unter der Leitung von Yovana Candela stehen. Das Team geht sehr besonnen vor, steht in regem und vertrauensvollem Austausch, hält Partizipation in allen Belangen ein und weiss, dass zu schnelles Wachstum eine hohe Gefährdung für die Qualität der Zusammenarbeit bedeutet.

Das Ziel von Awamaki ist klar. Die NGO bezeichnet sich als „a small non-profit organization that works to create economic opportunities and improve social well-being in parts of the Valle Sagrado del Perú“, konzentriert sich auf wenige Dorfgemeinschaften und fokussiert dort die Zusammenarbeit mit Frauen.

3.2 Konzept und Programm

Das Konzept von Awamaki ist es, den Frauen der entlegenen Dörfer im Umkreis von Ollantaytambo ökonomische Eigenregie zu vermitteln. Awamaki hilft bei der Vermarktung der von den Frauengruppen hergestellter Webprodukte. Awamaki kreiert mit ihnen zusammen zwar nicht neue Muster aber moderne Verarbeitung der Textilien zu Taschen und anderen Utensilien, die sich vom Traditionellen lösen und von

Touristen eher gekauft werden als das Althergebrachte. Kreativität im Design wird durch Volontäre unterstützt, die kunsthandwerkliche Ambitionen und Erfahrungen haben.

Awamaki geht bei der Zusammenarbeit mit den Dorffrauen in vier Etappen vor. Dies geschieht durch „Awamaki sponsored workshops (women’s empowerment, weaving / knitting techniques, quality standards, fashion, marketing, exportation, tax brackets, computer classes)“. Die dafür veranschlagte Zeit variiert zwischen 18 und 36 Monaten.

Level 1: Formal structure of organization (board, registration)

Contract with Awamaki

Begin of quality control

Level 2: Establish their own business relationships

Begin to manage orders and invoices independently

Market themselves

Deliver only quality products

Level 3: Make an independent sale and follow up

Establish client relations

Manage their own book of sale

Pay taxes

Level 4: Cooperative is affirmed as autonomous

Support of Awamaki remains available if requested by cooperative

Graduation

Die Teilnahme an den Workshops ist kostenfrei für die daran interessierten Frauen. Awamaki achtet jedoch auf regelmäßigen Besuch der Veranstaltungen und aktives Mitmachen der Teilnehmerinnen. Die Workshops finden fast alle in den Dörfern selbst statt. Die Mütter bringen kleine Kinder und zu stillende Babies mit, was jedoch den Ablauf kaum stört. Bescheidene Verpflegung während der Tage wird von Awamaki gestellt.

4 Einschätzung gemäß den TO DO Award Kriterien

Vorbemerkung: Bei einer Woche netto Evaluierungsdauer fehlte die Zeit, das Dutzend der mit Awamaki verbundenen Frauengruppen aufzusuchen. Die Evaluierung wurde von Melissa Tola blendend organisiert und führte den Gutachter in Höhen-Extreme. Die in Patacancha für Besucher vorbereitete Unterkunft wurde nicht genutzt – was bedauert wurde! – der Gutachter zog es vor, abends wieder tief ins Tal nach Ollantaytambo auf 2750 m Höhe hinunterzufahren. Da das Team von Awamaki am Anfang und Ende über mehrere Stunden für Gespräche zur Verfügung stand, jede Mitarbeiterin sich zwischendurch ausführlich befragen ließ und der Gutachter eine Zufallsumfrage zu Awamaki in Ollantaytambo durchführte, wuchs die Sicherheit, dass eine angemessene Einschätzung von Awamaki in Hinblick auf den TO DO Award gelingen konnte.

Der Vergleich der Aktivitäten von Awamaki mit den TO DO Award Wettbewerbskriterien führt zu folgender Einschätzung.

4.1. Partizipation

Wie wurden/werden die Interessen und Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung in der Planungsphase und im Projektverlauf einbezogen?

Partizipation in der Zusammenarbeit mit Aussenstehenden ist für die Frauen der abgelegenen Dörfer neu. Wenn sie zuvor überhaupt Kontakte mit Fremden hatten, dann empfanden sie diese als Bevormundung oder Bedrohung. Kennedy Leavens und ihren ersten Mitarbeitern ist es in den ersten Jahren nach der Gründung 2009 gelungen, Schritt für Schritt Vertrauen zu gewinnen. Awamaki ging extrem langsam vor, kooperierte zunächst nur mit einzelnen Frauen und half ihnen bei der Vermarktung ihrer Produkte und der Erweiterung des kunsthandwerklichen Angebots. Weitere Frauen schlossen sich an, nicht eingeworben von Awamaki, sondern neugierig gemacht durch die Pioniere der Zusammenarbeit. 2012 waren es 36 Weberinnen, jetzt sind es ungefähr 120. Es sind bisher nur fünf mit Awamaki verbundene Dörfer, angestrebt ist auch für die Zukunft eine lediglich allmähliche Ausweitung, ausschließlich auf Anfrage von einzelnen Weberinnen oder kleinen Grüppchen.

Der Weg zur „Graduation“ wird jedem Neuankömmling unterbreitet und erklärt. In den Workshops arbeiten bereits versierte Frauen mit noch unerfahrenen zusammen. Die Kurssprache ist Quechua, auch wenn Spanisch in Teilen möglich wäre und auch, wenn parallele Spanischkurse die Wendigkeit vergrößern.

Derzeit sind es jährlich etwa 750 touristische Besucher in drei Dorfgemeinschaften. Die Gruppengröße übersteigt dabei nie 10 Personen. Die Konversation zwischen den Dorffrauen und den Touristen erfolgt auf Spanisch, notfalls wird vom Englischen her übersetzt. Das scheidet die Frauen in aktive und passive Rollen, was die Gespräche betrifft. Bei der Demonstration von Färben, Spinnen, Weben und Kochen jedoch sind die Unterschiede eher temperamentsgebunden und situationsbezogen. Bis auf 2500 jährliche Besucher in den Dörfern möchte sich Awamaki steigern, sofern weitere Frauengruppen verlässlich mitwirken. Bei jedem Besuch im Office von Awamaki, einem an Bürobedürfnisse angepassten früheren Hostel, traf der Gutachter Frauen aus den Dörfern an. Vor oder nach ihren Marktgängen oder sonstigen Erledigungen in ihrem inzwischen zum „zentralen Ort“ aufgewerteten Städtchen Ollantaytambo machen sie Pause mit Awamaki-Mitarbeitern, tragen Wünsche vor, beratschlagen Änderungen, terminieren Workshops, bekommen Antworten auf Nachfragen. „Gemütlich“ hört sich fürs Ökonomische widersinnig an, doch für Vertrauensbildung, aktive Beteiligung an Planungsprozessen und Verstärken der Kooperation sind solche Abläufe geeignet.

4.2. Wirtschaftlicher Nutzen

Sicherung der wirtschaftlichen Teilhabe möglichst breiter lokaler Bevölkerungsschichten am Tourismusgeschehen

Kritisch ist zu erwähnen, dass es Awamaki nicht um „Teilhabe möglichst breiter lokaler Bevölkerungsschichten“ geht. Awamaki bleibt bisher persönlich, selektiv, bescheiden. Die „Sicherung der wirtschaftlichen Teilhabe“ hingegen wird solide offeriert. Awamaki übernimmt produziertes Kunsthandwerk in Kommission, lässt den Verkaufspreis durch die Produzenten festlegen, bietet die Produkte im strategisch gut gelegenen Awamaki-Shop in Ollantaytambo (zwischen Plaza de Armas, Bahnstation und Inka-Ruinen an der Strasse durch das Tal des Río Urubamba) an, schlägt dabei zur Eigenfinanzierung 20% auf. Beratung und Verkauf werden durch Volontäre von Awamaki betrieben. Häufig sind Weberinnen zu Besuch im Laden und sorgen für eine Verstärkung des Lokalkolorits. Wenn die Produkte zu Ladenhütern werden, besprechen Mitarbeiter von Awamaki mit den Produzentinnen eine Preissenkung. Kritik an dem Aufschlag von 20% wurde in Ollantaytambo mehrfach geäußert, doch ist dieser berechtigt. Ohne den Awamaki-Shop (dessen Betreuung nicht gratis zu gestalten ist) müssten die Frauen ihre Produkte zu Dumping-Preisen an wirtschaftlich erfahrene Händler verkaufen und würden keinen Rücklauf erfahren, wie ihre Produkte nachgefragt werden. Im Valle Sagrado del Perú gibt es eine Unmenge von ramschigen Folklore-Produkten, die außerhalb von Perú hergestellt werden. Awamaki achtet auf Qualität und bespricht mit den Dorffrauen Modernisierung

im Design. Die Partnerinnen von Awamaki werden wirtschaftlich beraten und begleitet. Auch bei anfänglichen Start-Investitionen hilft Awamaki, allerdings nur in bereits bestehenden vertrauensvollen Beziehungen.

4.3. Bewusstseinsbildung

Förderung eines Bewusstseins für Chancen und Risiken touristischer Entwicklung für den wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Alltag der lokalen Bevölkerung

Bei Planungssitzungen von Awamaki sind Dorffrauen oft beteiligt. Sie erhalten so Einblick in Chancen und Risiken der touristischen Entwicklung. Im Jahr 2018 kamen deutlich weniger Touristen als in den Vorjahren in das Tal des Río Urubamba. Für keine der Frauengruppe jedoch ergaben sich rückläufige Verkaufszahlen. „Handgemacht“ durch Awamaki-Partner gilt inzwischen als bewährtes Label. Stolz, zur weitbekannten und als solide eingeschätzten NGO dazugehören, scheint bei vielen der mitwirkenden Weberinnen entstanden zu sein. Zudem wird durch Awamaki der Zusammenhalt der Frauen in den Dörfern gestärkt, z.B. bei Krankheit in der Familie, abwandernden Männern oder finanziellen Engpässen.

4.4. Kulturelle Identität

Stärkung der einheimischen Kultur und der kulturellen Identität, Vermeidung/Minimierung tourismusbedingter sozialer und kultureller Schäden, Unterstützung interkultureller Begegnungen und Austausch zwischen Gastgeber und Gästen

Die Aufwertung der eigenen Webkunst erfolgt für die Frauengruppen der Dörfer durch die Verkaufserfolge. Dass traditionelles Kunsthandwerk bei den Besuchern gute Preise erzielt ist eine Erfahrung der Selbstbewusstseinsstärkung. Identifizierung mit der eigenen Produktion, Vergleich mit dem handwerklichen Können der anderen Frauen kann den Stolz auf das Eigene vergrößern, zumindest Ansporn sein.

Da Touristen nicht nur das Althergebrachte kaufen, sondern bei neuem Design (z.B. bei Taschen, Handschuhen, Gürteln) neugierig und aufgeschlossen reagieren, stimuliert dies eine Weiterentwicklung des einheimischen Kunsthandwerks. Das ist weniger Ausrichtung auf den Geschmack der Touristen als souveränes Ausprobieren neuer Wege, die sich ihrer alten Wurzeln bewusst bleiben.

Die „interkulturellen Begegnungen“ hat Awamaki ritualisiert. Die Besuchergruppen sind klein und sie werden bewusst auf das Leben, die Probleme und die Umbrüche der Quechua-Gemeinden eingestimmt. Dazu dient der zweistündige Weg zu den Dörfern mit mehreren Halten und der Einführung in Techniken von Ackerbau und Viehhaltung der Bauern und Hinweise auf das tägliche Leben der Dorfbewohner. In den Dörfern empfangen jeweils acht bis zwölf Frauen die Besucher. Da sich mehrere derartige Grüppchen in den Dörfern gebildet haben und diese sich abwechseln, kommt es höchstens einmal wöchentlich zu einer derartigen Begegnung für jeden Einzelnen. Die Zusammenkünfte erfolgen am Rand der Siedlung, wo Awamaki zusammen mit den Dorfbewohnern die Infrastruktur dafür errichtet hat. Die Begrüßung beinhaltet eine kurze Vorstellung jeder Dorffrau und jedes Touristen. Die Bearbeitung der Schaf- und Alpakawolle wird demonstriert und von einzelnen der Touristen mitgemacht oder wiederholt. Kleine Webarbeiten schaffen wendige Besucher unter Anleitung der Frauen selbst! Parallel dazu entsteht eine festliche Mittagsmahlzeit im Erd-Stein-Ofen, an deren Vorbereitung sich Besucher beteiligen dürfen. Das Essen wird gemeinsam eingenommen. Abschließend bieten die Frauen individuell ihre Produkte an, sie improvisieren einen kleinen Markt. Der Verdienst ist eine persönliche Einnahme. Für die Arbeit in den Stunden davor bekommen die Frauen hingegen gemittelte Pauschalen.

Ob die Unterschiede zwischen den aufgeschlossensten und spanischsprechenden Frauen und den still zurückhaltenden finanziell ausgeglichen werden, scheint nicht immer gleich zu sein. Es wurden sich widersprechende Antworten auf die Fragen gegeben.

4.5. Menschenwürdige Arbeit

Schaffung von qualifizierten Arbeitsplätzen und/oder Verbesserung der Arbeitsbedingungen im Tourismus in Bezug auf soziale Sicherung, Arbeitszeiten, Aus- und Weiterbildung sowie Entlohnung

Es gab noch nie „qualifizierte Arbeitsplätze“ in den Partnerdörfern von Awamaki. Ethos und Sicherheit in Arbeitsprozessen sind erst durch die NGO zu einem erstrebenswerten und beurteilbaren Wert geworden. Die Weiterbildung im Umgang mit Touristen, in der Verbesserung des Spanischen und bezüglich der Schaffung von kunsthandwerklichen Produkten erfolgt kontinuierlich und in kleinen Schritten. Da dies auf Quechua geschieht, können alle Frauen davon profitieren.

Beeindruckt hat, dass touristische Besuche nie an den Wochenenden stattfinden und keine Begegnungen mit Touristen an Feiertagen vorgenommen werden. Awamaki hat diese Regelung früh eingeführt und bis jetzt konsequent eingehalten. Es gibt seit einiger Zeit seitens der Dorfgemeinschaften Vorschläge, diese Regel aufzuweichen.

4.6. Geschlechtergerechtigkeit

Gleichberechtigte Beteiligung von Frauen und Männern am Planungs- und Realisierungsprozess im Rahmen ihrer kulturellen Grundlagen und Werte

Geschlechtergerechtigkeit gibt es bei Awamaki nicht! Frauen sind die Partner der NGO, nicht Männer! Der Zugang zu einzelnen Dorffrauen begann 2009, die Ausweitung schloss weitere Frauen ein, Männer waren dabei nicht vorgesehen. Teilweise liegt dies daran, dass die Verarbeitung von Wolle traditionell Frauensache ist. Gleichberechtigte Beteiligung von Frauen und Männern am Planungs- und Realisierungsprozess der Zusammenarbeit mit Awamaki ist nicht gegeben.

Die mangelnde Berücksichtigung von Männern ist in diesem Fall kein Vorwurf an Awamaki. Es geht auch nicht um Zurücksetzung von Männern, sondern lediglich um Stärkung von Frauen in dem Bereich ihrer Arbeit, der Geld bringt und Eigenregie vergrößert. Awamaki heißt keinesfalls feministisches Ausschließen von Männern. Ist eine Teilnehmerin bei einem Workshop krank, darf ihr Mann einspringen (und das Gelernte seiner Frau weitergeben). Neuerdings werden Trekkingtouren für Touristen angeboten, ausgehend von den hochgelegenen Dörfern. Diese werden von den männlichen Partnern der mit Awamaki verbundenen Frauen geführt.

Der Vorgänger von Melissa Tola war ein Mann. Die männlichen Mitbewerber von Melissa Tola zu Beginn des Jahres 2018 wurden nicht aufgrund ihres Geschlechts abgelehnt. Melissa Tola galt die geeignetste Kandidatin, sowohl von der touristischen Erfahrung her, wie auch vom Sprachlichen und der Teamfähigkeit.

Im Team von Awamaki arbeitet derzeit ein einziger Mann (Tomás). Er betreut die Werkstatt im Awamaki-Office in Ollantaytambo, kümmert sich um die Produktion von Taschen, Gürteln und Kleidungsstücken, wenn diese neues Design aufweisen sollen.

4.7. Umweltverträglichkeit

Berücksichtigung von Kriterien der Umwelt- und Klimaverträglichkeit sowie des nachhaltigen Umgangs mit natürlichen Ressourcen

Nachhaltiger Umgang mit natürlichen Ressourcen ist auch Thema von Workshops, die Awamaki durchführt. Bisher sind die Wollproduktion und die Färbung der Wolle mit Naturfarben weitgehend umweltverträglich. Die Übernutzung des Gebirgsweidelandes hat lange Tradition und ist kaum zu korrigieren, sie ist nicht durch die Kooperation mit Awamaki verstärkt worden.

Den Touristen wird das vulnerable Umwelt-System in den Hochlagen des Valle Sagrado del Perú bewusst gemacht. Ihr Besuch in den Dörfern ist ein fast spurloses Auftippen und keine Gefährdung der natürlichen Ressourcen.

4.8. Zukunftssicherung

Gewährleistung der wirtschaftlichen und institutionellen Nachhaltigkeit des Projektes

Awamaki ist abhängig davon, dass das Kunsthandwerk der Dorffrauen weiterhin von Touristen gekauft wird und sich ins Ausland exportieren lässt. Ein Restrisiko besteht in dieser Abhängigkeit von potentiellen Käufern. Da Awamaki nicht nur tradierte Webprodukte verkauft, sondern durch Weiterentwicklung auch auf Geschmacksveränderungen reagiert und vermutlich sogar Ausweitung der Käuferkreise erreicht, erscheint die wirtschaftliche Nachhaltigkeit gut erreichbar zu bleiben.

Die entstehende Konkurrenz durch NGO's mit ähnlicher Ausrichtung könnte zu einer Gefährdung des langfristigen Erfolgs von Awamaki führen. Das ist so, lässt sich nicht kleinreden. Es bleibt abzuwarten, wie Awamaki darauf reagiert. Nach der Evaluierungsreise ins Valle Sagrado del Perú wird Awamaki zugetraut, auf neue Herausforderungen besonnen, partnerschaftlich, kreativ und wirkungsvoll zu reagieren.

5 Fazit und Erläuterungen

Perú ist touristisch ein Magnet in Lateinamerika, der Raum zwischen Cusco und Machu Picchu ist ein Kerngebiet für Besucher, indigenes Kunsthandwerk steht hoch im Kurs. Die von Awamaki aufgebauten Strukturen sind langsam gewachsen, nicht auf schnelle Steigerung ausgerichtet. Zwar kommt dadurch die Absicherung der Lebensverhältnisse nur wenigen Dorfgemeinschaften zugute, ist aber solide konstruiert, vollständig partizipativ verankert und bisher immer in der Lage gewesen, auf Änderungen angemessen und souverän zu reagieren.

Durch die Erfahrung der Evaluierung von Awamaki im Dezember 2018 ist der Gutachter überzeugt, dass Awamaki die Verleihung des TO DO Awards am 7. März 2019 an der ITB in Berlin verdient.

Zur Person: Prof. Dr. Ludwig Ellenberg, * 1946, Geograph, nach 90 Uni-Semestern emeritierter Hochschullehrer der Humboldt-Universität Berlin, seit 1975 privat und beruflich mit Lateinamerika verbunden und 2012 in Uganda und 2014 in Costa Rica für den TO DO Award gutachterlich tätig.

Kontakt Preisträger:

Kennedy Leavens
Awamaki
618 Calle del Horno, Ollantaytambo
Peru

Tel.: +51 (084) 436 744
e-mail: info@awamaki.org
www.awamaki.org

Veranstalter des TO DO Award 2019 – Wettbewerb sozialverantwortlicher Tourismus:



Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Bahnhofstraße 8, 82229 Seefeld

Tel. +49 8152 99901-0, Fax: +49 8152 99901-66

E-Mail: info@studienkreis.org

www.studienkreis.org

www.todo-contest.org

in Zusammenarbeit mit:

Gefördert von



Im Auftrag des:



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



Studiosus



Preisgelder von:

