

Beurteilung des Projekts
HIMALAYAN ECOTOURISM
In INDIEN



DR. DIETMAR QUIST

für

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

1/2022

Inhalt

| | |
|---|------|
| Standort | [2] |
| 1. Einleitung | [3] |
| 2. Hintergrund und Rahmenbedingungen | [3] |
| 3. Das Projekt Himalayan Ecotourism und seine Bedeutung | [4] |
| 4. Einschätzung gemäß den TO DO Award Kriterien | [6] |
| 5. Fazit | [10] |

Standort



1 EINLEITUNG

Die Bewerbung für den TO DO Award 2022 wurde von dem Sozialunternehmen Himalayan Ecotourism aus Banjar, Distr. Kullu, Himachal Pradesh in Indien eingereicht und von der TO DO Award Jury nominiert. Der Gutachter Dr. Dietmar Quist war vom 18.11. bis 4.12.2021 im Auftrag des Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V. in Indien unterwegs, um die von Himalayan Ecotourism eingereichten Unterlagen an Ort und Stelle zu überprüfen. Er hatte Zugang zu Unterlagen, Kalkulationen, Statistiken, konnte an internen Meetings teilnehmen, Interviews mit Mitarbeitern durchführen, erhielt jede denkbare Unterstützung und konnte an einer 4-tägigen Bergwanderung mit Führer und Begleitern teilnehmen.

Aufgrund der gewonnenen Einsichten und Erkenntnisse befürwortet es der Verfasser, das Projekt **HIMALAYAN ECOTOURISM** mit dem TO DO Award 2022 auszuzeichnen.

2 HINTERGRUND UND RAHMENBEDINGUNGEN

Indien! Ein Land, wie ein Kontinent!

Zum sechsten Mal wird der TO DO Award an ein Projekt in Indien verliehen. Diesmal an HIMALAYAN ECOTOURISM (HET), weit im Norden Indiens, in den Vorbergen des Himalayas, mit Sitz in Banjar/Kullu im Bundesstaat Himachal Pradesh (HP). Bei der Anreise von Delhi sind es noch über zwei Stunden Flug und zwei bis drei Stunden Fahrt mit dem Auto. Das mag mit ein Grund sein, weshalb diese Region Indiens noch kaum vom internationalen Tourismus entdeckt wurde. Maximal 25% aller Besucher kommen/kamen aus dem Ausland, weniger als 10% aus Europa.

Himachal Pradesh (HP) unterscheidet sich sehr wesentlich von anderen indischen Bundesstaaten; die weit verbreiteten, oft klischeehaften Vorstellungen über Indien finden dort so gut wie keine Entsprechungen in der Wirklichkeit.

In HP leben 123 Menschen auf einem km², in der Region Kullu weniger als 80; im indischen Durchschnitt sind es etwa 382 Bewohner (in Deutschland sind es 231). HP ist größer als Niedersachsen und hat nur ca. 7 Millionen Einwohner.

Nur etwa 10% der Einwohner von Himachal Pradesh leben in Städten (Indien: ca. 32%, Deutschland: ca. 77%). Über 95% der Bewohner sind Hindus. Überwiegend, zu 89% wird Hindi gesprochen. Die Alphabetisierungsrate liegt bei 83% (Indien 73%). Im Index der Menschlichen Entwicklung (HDI: Maßzahl der UNDP aus Lebenserwartung, Ausbildung, Lebensstandard) belegt HP Rang drei der 28 Bundesstaaten Indiens (HDI Indien: Rang 131, vergleichbar mit Namibia, Tadschikistan; Deutschland Rang 6).

Vor 1990 gab es keinen nennenswerten Tourismus: Nur wenige Pilger besuchten das „Land of the Gods“, oft auf der Durchreise nach Tibet. 1864 ernannten die Briten Shimla zur „Summer Capital of India. Die alpine und hochalpine Berg- und Gebirgslandschaft ist mit den Alpen vergleichbar, liegt jedoch höher (Berge über 5.000/6.000m) und ist deutlich weniger besiedelt. Die Menschen leben meist in Einzelhöfen, kleinen Weilern und Dörfern. Nun bemüht sich die Tourismusbehörde von HP den bisherigen Sommertourismus zu einem Ganzjahrestourismus zu erweitern: „A Destination for all seasons and all reasons“.

Bis 2017 wuchsen die Tourismuszahlen jährlich um 5% bis 7%; knapp zwei Millionen Besucher wurden registriert, davon rund 500.000 Ausländer. Rund 12.000 Besucher kamen jeweils aus Frankreich, aus Italien und Deutschland. In den Berg- und Gebirgsregionen gibt es bis heute nur wenige Hotels. Gute Übernachtungsmöglichkeiten bieten mittlerweile homestays.

2020, infolge der Covid 19 Pandemie brach der Tourismus um über 80% ein: Nur noch 317.000 Touristen, darunter 42.000 ausländische Gäste kamen nach HP. 2021 stieg die Zahl der Ankünfte jedoch wieder an. Die Corona-Pandemie hat Indien schwer getroffen, daher "flohen" viele Inderinnen und Inder in die frische Bergluft der menschenarmen Region: 563.000 Besucher:innen aus dem Inland kamen,

jedoch weniger als 5.000 Reisende aus dem Ausland.

Vor allem in den Bergen und Gebirgstälern war/ist der Tourismus, vor allem der Bergwandertourismus, weitgehend zusammengebrochen.

HP umfasst Landschaften von tropisch monsunabhängigen und subtropischen Gebieten bis zu hochalpinen Gebirgen des Himalaya-Hauptkamms (bis zu 6.800m) und kaltariden Hochflächen. Fast 70% der Fläche ist waldbedeckt, wovon fast 90% als Naturschutzgebiete ausgewiesen sind.

Das bedeutendste Schutzgebiet ist der Great National Himalayan Park (GNHP). Der GNHP umfasst eine streng geschützte Fläche von rund 905 km². Seit 1984 steht das Gebiet unter Naturschutz und seit 2014 ist es als UNESCO-Weltkulturerbe anerkannt. Weniger streng geschützte Reservate mit 675 km² und 500 km² grenzen an das Kerngebiet. Das UNESCO Schutzgebiet, „ohne jeden menschlichen Einfluss“, bedeckt damit eine Fläche von über 30% des Saarlands. Zusammen mit den Begleitflächen sind es über 80% der Fläche des Saarlands.

In der Kernfläche des Parks gibt es keine Siedlungen, keine Hütten, keine Markierungen, keine Wege, allenfalls Pfade. Nur an wenigen ausgewiesenen Stellen ist das Feuermachen erlaubt.

Für den Schutz der alpinen und hochalpinen, oft endemischen Flora und Fauna ist das Schutzgebiet ein riesiger Schritt. Für die Bewohner:innen der angrenzenden Täler war/ist es ein scharfer Einschnitt in ihre Rechte: die der Jagd und der Holznutzung. Das, was einen wesentlichen Teil ihrer Versorgung ausmachte ist nun verboten.

3 DAS PROJEKT HIMALAYAN ECOTOURISM UND SEINE BEDEUTUNG

3.1 Entstehungsgeschichte und Ziele

Die Gründung von HIMALAYAN ECOTOURISM (HET) ist sehr eng mit dem GREAT HIMALAYAN NATIONALPARK, dem UNESCO Naturerbe der Menschheit verknüpft. 1994, nachdem die Region als Naturreservat ausgewiesen wurde, begannen Wander- und Bergtourismus zuzunehmen. 2014 mit der Aufwertung in den UNESCO Status nahm das Interesse an Touren im Schutzgebiet nochmals zu. Verschiedene Agenturen boten Führungen in den Nationalpark an. Wanderungen und Besteigungen, die länger als einen Tag dauern, waren und sind ohne Führer und Träger kaum möglich. Die Pfade sind nicht markiert, Verpflegung, Geschirr, Kocher, Zelte, Matten müssen mitgenommen werden. Man nahm meist Guides und Träger aus der Region, dem Tirthan Valley. Allerdings war die Bezahlung minimal. Die geringen Einnahmen aus dem Tourismus konnten die Jagd- und Holzverluste nicht annähernd ausgleichen. Dieses ungute Verhältnis von Schutz und möglichem Nutzen führte zur Gründung einer Kooperative, um eine stärkere Mitsprache bei touristischen Entscheidungen zu erreichen.

Der Gründer von Himalayan Ecotourism (HET) und Antragsteller von HET, Stephan Marchal, ein belgischer Social Entrepreneur, war aus privaten Gründen in die Region gekommen. Er erfuhr von den Problemen und gab Empfehlungen und Hilfestellungen zur Gründung der Kooperative, um feste, höhere Gehälter zu vereinbaren und das gegeneinander Ausspielen bei Verhandlungen zu verhindern. Auch sollte erreicht werden, dass ein Teil der neuen Einnahmen aus dem Tourismus vor Ort blieb. 65 Guides, Köche und Träger wurden Mitglieder. Die Reiseagenturen boykottierten die Mitglieder. Wer in der Kooperative war wurde nicht mehr beschäftigt.

Aufgeben kam für Marchal und auch die Mitglieder der Kooperative jedoch nicht in Frage. Eine Reiseagentur, Himalayan Ecotourism, wurde gegründet: Sie vermittelte fortan Besucher und Gruppen an die Kooperative.

So entstand das Projekt The Himalayan Ecotourism Social Enterprise, eine Vereinigung zwischen der Kooperative und einer Tourismus-Firma. Beide Gruppen agieren unabhängig voneinander, sind aber eng miteinander verknüpft. Stephan Marchal leitet die Tourismusagentur bis, so das Ziel, einheimische Kräfte ausgebildet sind, die dann die Agentur übernehmen können.

3.2 Konzept und Programm

Die Ziele von Himalayan Ecotourism Social Enterprise sind klar definiert. Die Einnahmen aus dem Tourismus sollen die Verluste kompensieren, die der lokalen Bevölkerung durch die Schutzgebiete des Great Himalayan National Park entstanden sind. Man will von staatlichen Zuwendungen unabhängig bleiben und Eigenverantwortlichkeit und Selbstbewusstsein sollen gestärkt werden.

Die Firma Himalayan Ecotourism (HET) akquiriert die Kunden und vermittelt sie an die Kooperative. Ganz bewusst wurde HET nicht als non-profit-Organisation gegründet, obwohl es klare soziale Ziele verfolgt. Die Einnahmen garantieren, dass es keine Abhängigkeit von staatlicher Unterstützung und Sponsoren gibt. Ein Teil der touristischen Einnahmen verbleibt hier zur Deckung der Bürokosten; ein Teil wird zum Kauf und Ersatz von Equipment (Zelte, Schlafsäcke, etc.) und Werbungskosten verwendet. In der Kooperative wird gleichberechtigt entschieden, wer eine Tour übernimmt und zu welchen Bedingungen. Den Hauptteil der Einnahmen erhalten Guide und Träger, ein Teil verbleibt bei der Kooperative, um Rücklagen zu bilden. Über die Verwendung der Rücklagen entscheidet die Kooperative bei ihren regelmäßigen Treffen.

Im Grunde genommen, ohne dass es konkret festgeschrieben ist, wird die gesamte lokale Gemeinschaft durch die Kooperative vertreten. Alle Mitglieder der Kooperative müssen in der Region geboren sein und dort leben. Das bedeutet, dass durch die kleinen Gemeinschaftsstrukturen und durch die engen Verwandtschaftsbeziehungen nahezu jede Familie vertreten ist und Einfluss auf Entscheidungen nehmen kann.

Dass die Kooperative die Interessen der lokalen Einwohner vertritt, wurde deutlich, als HET 2019 zum Overall Winner der Best Adventure Operators wurde und mit dem indischen Responsible Tourism Award ausgezeichnet wurde. Das gesamte Tirthan Valley feierte diesen Preis, man fühlte sich als Gemeinschaft, als Sieger und war stolz auf diese Anerkennung. Auch die Verwendung des Preisgeldes wurde letztlich durch die Gemeinschaft entschieden: Aufforstung (ca. 5 ha) direkt bei den Siedlungen; die dortigen Waldgebiete waren schon vor langer Zeit abgeholzt und abgebrannt worden. Erst jetzt, nachdem die Gebiete des heutigen GHNP nicht mehr genutzt werden durften, wurde deutlich wie wichtig Wälder für die Kommunen sind. Die Entscheidung zur Aufforstung wurde zum Glücksfall für die Mitglieder der Kooperative in der Coronazeit. Jeder kann bei dem Aufforstungsprojekt mitarbeiten und so trotz minimaler Besucherzahlen zum Familieneinkommen beitragen.

Alle Kommunen und Familien leben wesentlich von der Landwirtschaft. Das lässt Selbstversorgung und ein hartes Leben ohne Hunger zu, aber am nationalen Geldumlauf sind die Familien weniger beteiligt. Die Einnahmen der Guides und Träger schaffen nun eine besondere Situation. Zunächst sind es in erster Linie Männer die zu Geld kommen. Das verschiebt die Gewichtungen in den Familien und ist für Frauen ein Nachteil. Parallel zu der Kooperative gründete HET daher ein Projekt für Frauen. Aus den überall in den Tälern blühenden Aprikosen bleiben, meist ungenutzt, die Aprikosenkerne. Aus dem Öl der Kerne lassen sich nun mit natürlichen Zusätzen Öle und Seifen herstellen, verpacken, verkaufen und versenden. Für viele der Frauen ein zusätzlicher Nebenverdienst, der auch ihr Selbstbewusstsein und Selbstwertgefühl stärkt.

4 EINSCHÄTZUNG GEMÄß DEN TO DO AWARD KRITERIEN

Der Vergleich der Aktivitäten von Himalayan Ecotourism (HET) 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?

Himalayan Ecotourism (HET) ist seit 2013 die Verbindung zwischen einem sozialökonomisch-ökologischen Reiseunternehmen und einer Kooperative mit 65 Mitgliedern (lokale Reiseführer, Köche, Träger) im Tirthan Tal an der Grenze zum Great Himalayan National Park. Nachhaltiger, ökologischer Tourismus sollte gestärkt werden. Alle Beteiligten sollten fair bezahlt werden. Und es sollte die Unsicherheit beseitigt werden, die sich daraus ergab, dass Arbeitnehmer bisher nie eine planerische Sicherheit hatten, was ihre Einsatzzeiten anbelangte. Selbstbestimmung, Transparenz und Teilhabe an Entscheidungen, die sie selbst und ihre Region betreffen, sollten in die Verantwortung der Kooperationsmitglieder übergehen. Sie alle stammen aus und leben in der Region.

Bei der Gründung des UNESCO-Schutzgebietes war die lokale Bevölkerung kaum beteiligt. Umso wichtiger war es, dass nun der Tourismus die Verdienstauffälle aus Jagd und Waldnutzung ausgleichen konnte. Um das zu verwirklichen, mussten sich Guides und Tour Operator zusammenschließen, auch um zu fairen Verdienstmöglichkeiten zu kommen. Die Tagessätze für Mitglieder liegen etwas höher als bei anderen Tour Anbietern. Die Preise werden bei den Treffen beraten und festgelegt und sind für die Saison verbindlich. Nach jeder Führung muss ein schriftliches Feedback der Teilnehmer mit Bewertung vorgelegt werden. Die Besseren können häufigere Einsatzzeiten erhalten. Auch sonst besteht Konkurrenz. Die englischsprachigen Guides werden häufiger bei ausländischen Gruppen eingesetzt, können dann häufiger Gruppen zugeteilt bekommen und erhalten oft bessere Trinkgelder. Die Guides erhalten Einblick in die Abrechnungen der Gäste, um kein Misstrauen zwischen den Guides aufkommen zu lassen. Transparenz bei allen Abrechnungen ist gewährleistet. Kein Mitglied darf der Kooperative gegenüber als Konkurrent auftreten. Hat man direkte Kontakte zu den (potenziellen) Gästen (Wiederholer, Empfehlungen) kann man nur im Rahmen der Kooperative arbeiten. Die Angst vor Benachteiligung oder Bevorzugung bietet viele Reibungspunkte.

Beide Teile von HET tragen Verantwortung. Die Kooperative sorgt für die Durchführung der Touren und die Begleitung der Gäste; HET trägt die Verantwortung für die Buchungen. Buchungen können nur an die Kooperative vergeben werden. Absolute interne Transparenz und Offenheit zwischen beiden Teilen ist Voraussetzung für vertrauensvolle Zusammenarbeit. Das Gefühl übervorteilt oder benachteiligt zu werden, ist immer wieder großes Thema und kann nur durch regelmäßigen offenen Diskurs gelöst werden. Und es funktioniert. Nach 8 Jahren hat noch niemand die Organisation verlassen. Es gibt über 100 Aufnahmeanträge. Derzeit werden jedoch keine Mitglieder mehr aufgenommen – erst nach dem Ende der Pandemie wird das wieder möglich sein.

Die engen verwandtschaftlichen Beziehungen sorgten von Anfang an dafür, dass mit der Kooperative auch die Familien ein Mitspracherecht haben und gehört werden. Die Kooperative wird von Einheimischen geleitet; sie treffen eigenverantwortliche Entscheidungen - der Vertreter des Reiseunternehmens hat beratende Funktion. Die Kooperative gliedert sich in Teilgruppen mit je ca. 10 Personen.

Aus den Einnahmen werden ein Aufforstungs-, ein Frauen- und ein Kinderprojekt finanziert.

Damit ist grundsätzlich bei allen Entscheidungen die lokale Bevölkerung beteiligt. Die Entscheidungen werden von allen mitgetragen. Oft kommt es zu lang andauernden offenen, heftigen Diskussionen. Der Verfasser konnte an einem dieser Treffen teilnehmen. So wurde stundenlang darüber diskutiert, wie im Detail die Aufforstungen durchgeführt werden sollen, wie die Jungpflanzen geschützt werden können und wer an Pflege beteiligt ist.

Der weitgehende Zusammenbruch des Tourismus durch die Corona-Pandemie förderte die Suche nach alternativen Einnahmequellen. Aus den Rücklagen der Kooperative wird nun das vermutlich 3-jährige Aufforstungsprogramm finanziert, so kann nicht nur die Krise abgefedert und die Löhne der Mitglieder gesichert werden, sondern auch die nachhaltige Entwicklung der Region wird gefördert. Gleichzeitig verbessert sich die Kommunikation zwischen der Parkverwaltung und den lokalen Behörden, die für den Waldschutz außerhalb des Parks zuständig sind. Hier hatte es über Jahre hinweg immer wieder Spannungen gegeben.

Langfristig wird durch die (hoffentlich bald wieder) kalkulierbaren Verdienstmöglichkeiten wohl auch die Abwanderung in die Städte verringert.

Das selbstverwaltete Frauenprojekt, Himalayan Eco-Creation, bei dem lokale Seifen und Öle aus Aprikosenkernen hergestellt, verpackt, versendet und verkauft werden, trägt dazu bei, dass auch Frauen zu Geld kommen, bzw. einen Beitrag zum Familieneinkommen leisten können.

4.2. Wirtschaftlicher Nutzen

Sicherung der wirtschaftlichen Teilhabe möglichst breiter lokaler Bevölkerungsschichten am Tourismusgeschehen

Die Einnahmen aus dem Tourismus und dem Verkauf von selbstgemachter Seife und Öl mögen nach ökonomischen Kriterien gering sein. Dennoch sind sie noch vor dem Verkauf landwirtschaftlicher Produkte die wichtigste Einkommensquelle geworden. Letztlich kommen die Einkommen allen lokalen Familien zugute.

Zur Verbesserung der Lage, vor allem in Corona-, oder Krisenzeiten könnte das Aufforstungsprojekt beitragen. Es gibt Spender und Öko-Organisationen, die die Absicht haben, das Projekt zu unterstützen. Die Fläche beträgt immerhin 5 km² und trägt zur ökologischen Stabilisierung und CO₂-Reduzierung bei. Doch das Land befindet sich in Staatsbesitz und niemand kann garantieren, dass der entstehende Wald nicht später irgendwann abgeholzt wird. Diese Zusicherung ist aber die Voraussetzung für die Beteiligung von Organisationen und Spendern.

Doch schon jetzt sind viele Familien finanziell bessergestellt, als vor Gründung der Kooperative.

4.3. Bewusstseinsbildung

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

Die Mitglieder der Kooperative übernehmen Verantwortung für die Durchführung der Touren. Darüber hinaus diskutieren sie über Entscheidungen, die ihre Region betreffen. Ihre Familien, das ganze Dorf tragen- nach eingehenden Diskussionen- die Entscheidungen mit. Sie alle übernehmen Verantwortung für die Entwicklung ihrer Umwelt. In ihrer Umgebung geschieht nicht einfach etwas, sie sind involviert. Sie entscheiden mit. Bei den Treffen werden auch immer Umweltschutz, Klima- und Abfallprobleme diskutiert. Der Schutz der regionalen Flora und Fauna ist Thema, Fragen zur lokalen Geographie werden besprochen. Außerdem die dos and don'ts sowie Trends und Neuerungen im Tourismus. Diskussionen und Ergebnisse werden in Hindi protokolliert. In regelmäßigen Abständen werden die Ergebnisse für die Mitglieder gedruckt, gebunden und selbstverständlich auch von den Gemeindemitgliedern gelesen.

So entwickeln sich Ideen, Vorschläge und Wünsche. Diese Informationen führen zur Stärkung des Selbstvertrauens, machen Mut und fördern die Aktivitäten in der Gemeinde. Das erweiterte Bewusstsein stärkt Bürgersinn. Jüngere Mitglieder werden auf den Touren trainiert und auf künftige Aufgaben vorbereitet.

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 Gastgebern und Gästen

Die lokale Gemeinschaft ist sehr eng mit der Natur, den Wäldern, Flüssen, Talauen, Feldern und Terrassen verbunden. Diese Verbundenheit wird erhalten und verstärkt. Lokale Traditionen, die regionale Küche, der eigene Lebensstil werden gefördert. Die Gefahr, dass sie irgendwann als minderwertig angesehen werden, ist gering.

Negative Traditionen, wie etwa das Niederbrennen von Waldstücken, werden jedoch als schädlich für die Gemeinschaft thematisiert.

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

Im Grunde sind die Guides Tagelöhner, die nur entlohnt werden, wenn sie Arbeit haben. Immerhin hat sich die Entlohnung verbessert. Und es werden über die Kooperative Rücklagen gebildet. Wenn keine Arbeit ansteht, arbeiten Guides und Träger oft in der Landwirtschaft, versuchen homestays aufzubauen oder nehmen Gelegenheitsarbeiten an.

Alle HET Leiter und Träger durchlaufen ein Trainingsprogramm um feste Standards in Führung, Management, Respekt, Höflichkeit, Umgang mit Ausrüstung, etc. zu erreichen. Das steigert das Selbstbewusstsein, fühlt man sich doch für eine Aufgabe qualifiziert.

Planbarkeit und Fairness haben sich verbessert, es gibt mehr Sicherheit und mehr Selbstsicherheit.

4.6. Geschlechtergerechtigkeit

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

Im ländlichen Indien ist die Bevölkerung, zumindest was das Geschlechterverhältnis anbelangt, sehr konservativ. Die Rolle der Frau wird nicht als gleichwertig eingeschätzt. Von Anfang bestand daher der Wunsch, auch Frauen in die Kooperative zu integrieren. Einige Frauen kennen die Berge und sind nach den Trainingsprogrammen gut qualifiziert. Sie können Gruppen leiten. Die Probleme, die traditionell geprägte Männer damit haben, sind unschwer zu erraten: Frauen allein in den Bergen! Womöglich noch unter fremden Männern. Und dazu kommt, dass die Frauen höhere Entlohnungen fordern, da sie der Ansicht sind, dass sie ohnehin immer und überall wesentlich mehr arbeiten als Männer. Frauen treten so in direkte Konkurrenz zu den Männern. Das schafft Konflikte. Bisher arbeiten Frauen daher nur als Guides, wenn sie von Frauengruppen angefordert werden. Doch allein die Diskussionen über sich verändernde Vorstellungen ermöglichen neue Entwicklungen. Und letztlich haben die zusätzlichen Einnahmen der Frauen einen hohen Stellenwert.

Im Laufe der acht Jahre entwickelte sich eine Vertrauensbasis in den Familien und Gemeinschaften. Langsam und vorsichtig begannen Trainingsprogramme, wie z.B. Seifenherstellung für Frauen. Wie geplant, stellen die Frauengruppen jetzt lokale Produkte her, die an die Touristen verkauft werden können. Junge Frauen mit Schulabschluss werden zum Unterrichten eingestellt, um besseren Schulunterricht für Kinder zu gewährleisten. Alle diese Fortschritte sind klein, aber von großer Wichtigkeit für die Region und vor allem für das Selbstverständnis und die Selbstsicherheit der Frauen.

Die Umstände für Frauen sich zu treffen oder zu arbeiten sind schwierig. Sie sind in den Haushalt eingebunden und haben nur wenig Freizeit. Fast von jedem Haus, Siedlung und Dorf sind es weite Wege

zu einem Treffpunkt. Oft laufen die Frauen, auch Kinder, bergab eine Strecke in 15 Minuten, wofür der Bus 30 Minuten braucht. Für den Rückweg wieder hinauf auf den Berg braucht der Bus dann 45 Minuten, was immer noch schneller ist, als zu Fuß. So bleiben von zwei Stunden Freizeit nur eine Stunde für Ausbildung oder Arbeit. Das Projekt versucht derzeit, neue Räume zu finden, um zentraler erreichbare Orte für die Frauen zu schaffen.

Die Corona-Pandemie hat die Entwicklung der Projekte verlangsamt. Sie sollen danach verstärkt fortgeführt werden. Auch das Kinderprojekt zur Förderung des Schulunterrichts ruht derzeit, die Einrichtung einer Bibliothek ist verschoben.

4.7. Umweltverträglichkeit

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

Viele Organisationen und Besucher verstehen Ökotourismus als Kontakt mit der Natur, als Wandern und Trekking, sehr gern auch in Naturschutzgebieten. Dieser Fehlinterpretation tritt HET vehement entgegen. Bestandteil des Guidetrainings sind Respekt und Schutz der Natur: Zurückkehren ohne Spuren zu hinterlassen ist das Motto. Dies wird den Gästen vermittelt. Weggeworfener Plastiktüten, oder auch Bonbonpapierchen werden unterwegs aufgehoben und in Mülltüten zurückgebracht. Verantwortung gegenüber Pflanzen und Tieren, Kenntnis von Flora und Fauna sind selbstverständliche Teile der Ausbildung. Den Guides ist klar, dass die intakte Natur, vor allem im Nationalpark, die Basis ihrer Verdienstmöglichkeiten ist. Ein Teil der HET-Einnahmen wird in regionale Aufklärung investiert. Regelmäßig gibt es Vorträge über Naturschutz, Aufforstung, Schutz der Wälder vor Feuer, gegen illegale Jagd. Dieses Verständnis wird auch in den Schulen vermittelt.

Nachhaltigkeit, und Öko-Awareness (ökologisches Bewusstsein) sind tief im Wertekanon des Managements verwurzelt. Dem Verfasser fiel auf, dass das zur Verfügung gestellte Camping-Equipment von sehr guter Qualität ist. Die Antwort auf die entsprechende Frage: „Wir können doch keine Minderqualitäten kaufen und jährlich ersetzen, was vermutlich billiger ist. Aber Nachhaltigkeit, Schutz der Umwelt und des Klimas gilt auch für die Ausrüstung, dazu fühlen wir uns als Eco-Tourism-Organisation verpflichtet. Das gilt auch für unsere privaten Haushalte!“ Diese kurze Bemerkung unterwegs sagt sehr viel über die Grundkonzeption von HET.

Und es war sicher kein Zufall, dass die Kooperative (mit den Familien im Hintergrund) sich für ein Aufforstungsprojekt entschied.

Diese klare Haltung zu Natur, Umwelt und Klima ist durch die Preisverleihung in Indien publik geworden. Regelmäßig kommen engagierte junge Leute aus ganz Indien, um bei HET ein Praktikum zu absolvieren. Das Projekt strahlt aus und gewinnt wichtige, qualifizierte und engagierte Helfer!

4.8. Zukunftssicherung

Gewährleistung der wirtschaftlichen und institutionellen Nachhaltigkeit des Projektes

Seit der Gründung von HET vor 8 Jahren, sind die Umsätze jedes Jahr gestiegen. 2014 führte HET 30 Gruppen, 2019 waren es bereits 100. Die Gruppengröße betrug durchschnittlich 5 Teilnehmer und im Durchschnitt 4 Trekkingtage. Dazu waren ca. 7 Begleitpersonen erforderlich. Die Guides konnten gut ausgelastet werden. Zusätzlich wurden verschiedene Projekte umgesetzt. Die Covid 19 Pandemie hat, wie weltweit überall, Planungen, Konzepte und Pläne abstürzen lassen. Der Tourismus ist nahezu vollständig zum Erliegen gekommen. Das eigens initiierte Aufforstungsprojekt lässt HET mindestens drei Jahre überstehen. HET ist jedoch zusätzlich auf der Suche nach neuen Sponsoren.

Positiv anzumerken ist auch, dass die Frauen durch Pflege und Bewässerung der jungen Pflanzen ein Zusatzeinkommen haben.

5 FAZIT

Der Gutachter befürwortet nachdrücklich, HIMALAYAN ECOTOURISM mit dem TO DO 2022 auszuzeichnen. Himalayan Ecotourism erfüllt sehr überzeugend alle Kriterien des TO DO Wettbewerbs.

Der Great Himalayan National Park lockt durch seinen Status als UNESCO-Weltnaturerbe zahlreiche Touristen an. Flora und Fauna der Himalaya-Region werden nachhaltig geschützt. Für die Anrainer im Tirthan-Tal ist es jedoch ein ökonomischer Verlust, da der Wald nicht mehr zur Jagd und zur Nutzung seiner Ressourcen zur Verfügung steht. Die Gründung der Kooperative Himalayan Ecotourism für Reiseleiter mit der angegliederten Reiseagentur führt zu fairen, kalkulierbaren Löhnen. Partizipation, Transparenz und Kontrolle aller Entscheidungen und Vorgänge führen zu Solidarität und lassen Lösungen bei Konflikten zu. Überschüsse aus den Einnahmen der durchgeführten Touren werden zur Aus- und Weiterbildung, zur Etablierung von Frauenprojekten (z.B. Himalayan Ecocreation), Schul- und Ökoproyekten (z.B. Aufforstungen) genutzt. Die Bewohner der Höfe und Siedlungen sind durch die engen Kontakte und Verwandtschaftsbeziehungen zur Kooperative mit eingebunden.

Die ökonomischen Verluste - im Schutzgebiet ist jede Nutzung verboten - werden durch die Einnahmen aus dem Tourismus aufgefangen. Selbstbewusstsein der Region und Selbstwertgefühl der Männer und Frauen im ganzen Tirthan-Valley werden gestärkt. Die angespannten Beziehungen zwischen Park- und Forstverwaltung sind verbessert worden.

Mit den Rücklagen aus den letzten acht Jahren werden die negativen Folgen der Corona-Pandemie abgedeckt.

Ein Projekt, das durchgehend partizipativ und transparent angelegt ist, direkt die lokale Bevölkerung stärkt, Frauen fördert und selbst in einer schweren weltweiten Krise noch ökologisch nachhaltig wirkt. Himalayan Ecotourism ist 2022 ein würdiger Preisträger.

Kontakt Preisträger:

Stephan Marchal
Himalayan Ecotourism Social Enterprise
Banjar, Dist. Kullu 175123, Himachal Pradesh
Indien

Tel.: +91 9816 091 093
e-mail: stephan@himalayanecotourism.com
www.himalayanecotourism.com

Veranstalter des TO DO Award 2022 – Wettbewerb sozialverantwortlicher Tourismus:



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.todo-contest.org

in Zusammenarbeit mit:

Gefördert durch:



Mit Mitteln des:



Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung



Studiosus



Preisgelder von:

