

Quelle: Herbert Baumhackl/Gabriele Habinger/Franz Kolland/Kurt Luger (Hg.): *Tourismus in der "Dritten Welt". Zur Diskussion einer Entwicklungsperspektive.* Promedia-Südwind Verlag, Wien 2006. S 127-152.

Kurt Luger

Tourismus als Entwicklungsmodell

Nachhaltigkeitsversuche, Armutsreduzierung und Regionalentwicklung

The fine panorama of Dhaulagiri's icy flanks is owned, firstly, by the people of the Kali Gandaki valley who gaze upon it. Do they earn anything for this panorama? As yet, too little. (Dixit, 1998, S 147)

„Es ist schon eine sehr entlegene Gegend hier!“ Thundu Sherpa, Dorflehrer und Besitzer der einzigen Lodge im kleinen Dorf Simigaon, am Fuße des heiligen Berges Gauri Shankar im Grenzgebiet zwischen Nepal und Tibet, freut sich über jeden Touristen. An die 600 kommen im Jahr durch das stille Rolwaling Tal. Das bewirkt etwas Zusatzeinkommen, aber nicht viel, denn fast alle Touristen buchen in Kathmandu einen „fully organized trek“. Bis zum Spiegelei wird alles aus der Hauptstadt mitgetragen. Thundu vermietet auch einen der wenigen ebenen Plätze, dort werden die Touristenzelte aufgeschlagen. Gleich daneben liegen die Hirsefelder seines Vaters. Renorbu Sherpa war einst Postläufer für Edmund Hillary und obwohl er schon auf die siebzig zugeht sieht er aus, als käme er gerade von einem Gipfel zurück. Ein glücklicher Alter, zufrieden mit sich und seiner Welt. „Von September bis Dezember, wenn alle jungen Burschen unseres Dorfes auf Expedition sind oder Trekkinggruppen begleiten, gibt es außer mir keine Männer im Dorf. Zurück bleiben nur die Kinder und die Frauen.“

Simigaon ist kein Einzelfall. Im gesamten Dholaka-Distrikt, etwa 180 km nordöstlich von Nepals Hauptstadt Kathmandu entfernt, leben die Bauern wie im gesamten Land von ihren Felderträgen.¹ Aber während die Zahl der Kinder steigt, nimmt trotz erheblicher Mengen von Kunstdünger die Fruchtbarkeit der Böden ab. Oft reicht die Ernte nur noch für ein halbes Jahr. Die Männer sind dann gezwungen woanders Geld zu verdienen. Wenn möglich, arbeiten sie im Tourismus, als Träger, Köche, Trekkingführer, als Helfer auf den Teeplantagen in Darjeeling oder eben als Kulis, irgendwo als Tagelöhner. Viele finden nicht mehr zurück zu Frau und Kind, verschwinden irgendwo auf der Suche nach einem besseren Leben

¹ Zum Grundsätzlichen der Thematik Subsistenzwirtschaft, Ökologie und Tourismus im Himalaya vgl. Gyawali, 1995, Gruber, 1995, sowie Gurung, 1998

1. Tourismus gegen Armut und Unterentwicklung

Mountain regions are home to some of the poorest people in the world, and are generally inaccessible, fragile and marginalised from political and economic decision-making (...). While these factors are often constraints to development, it is these same features that provide the tourist attraction. Tourism development is an obvious means for achieving sustainable mountain development, particularly where other economic resources are limited. (Nepal, 2003, S 1)

Ein besseres Leben – von dem träumen die Bergbauernfamilien im Himalaya ebenso wie Millionen in vielen anderen Armutsregionen dieser Welt. Ob im üppigen Tropenschungel, an makellosen Sandstränden oder im Schatten der Bergriesen, die Landschaft ist atemberaubend, eignet sich ideal für Ferien, Abenteuer, Erholung. Aber was haben die oft bitterarmen Menschen die dort leben von der Schönheit, welchen Nutzen haben die Einheimischen von der Vermarktung ihrer Kulisse? Bislang profitierten von dem Tourismus, der sich da und dort entwickelte, in erster Linie die Tour Operators in den Metropolen, in unserem Beispiel sind es die Trekkingagenturen im fernen Kathmandu und die Reiseanbieter overseas (vgl. Dixit, 2001). Dorthin floss der Löwenanteil der Einnahmen, aber es entstanden auch Arbeitsplätze vor Ort, zumindest während der Touristensaison kamen Familien zu Bargeld. Die Frage muss also heißen: Wie lässt sich das System so ändern und der Tourismus so gestalten, damit er in erster Linie den Einheimischen zugute kommt?

Der folgende Beitrag reflektiert die jüngste Diskussion um die entwicklungspolitische Aufgabe des Tourismus in Ländern der Dritten Welt. Er beruft sich in seiner empirischen Argumentation primär auf Erfahrungen aus Nepal und im Sinne einer Fallstudie auf ein Öko-Tourismusprojekt der österreichischen Entwicklungszusammenarbeit. Diese werden reflektiert im Kontext eines Ansatzes, der mittlerweile eine internationale Karriere angetreten hat: Pro-poor Tourism, am besten übersetzt mit Armutsreduzierender Tourismus.

Bis vor wenigen Jahren ging man in der entwicklungspolitischen Diskussion davon aus, dass Tourismus mehr Schaden als Nutzen in den Entwicklungsgesellschaften stifte oder ein zu riskanter Wirtschaftszweig sei, der von zu vielen externen Zufälligkeiten abhängt, um langfristig zur Existenzsicherung oder zur Verbesserung der Lebensumstände beitragen zu können. Das britische Department for International Development (DFID) hat wesentlich dazu beigetragen, diese Mythen zu widerlegen, zumal in einer globalen Weltökonomie die Unvorhersehbarkeit auch auf andere Bereiche zutrifft: Rohstoffpreise verfallen, Nachfragen

hängen von Moden ab, das Währungsrisiko durch Kursschwankungen betrifft jeglichen Export usw. DFID kreierte den Begriff ‚Pro-poor Tourism‘ und die Welttourismusorganisation WTO initiierte einen eigenen Action Plan unter dem Etikett ST-EP – sustainable tourism, eliminating poverty.² Auf dem World Summit on Sustainable Development in Johannesburg 2002 wurde dieser als wirksames Mittel zur Armutsreduzierung vorgestellt und 2004 mit der Implementierung des Programms begonnen. Etliche der großen Entwicklungsorganisationen wie die Weltbank, die Asian Development Bank, die britische DFID/ODI oder die niederländische SNV beteiligen sich daran bzw. haben eigene Pro-poor Tourismus-Projekte aufgesetzt, weil sie erkannt haben, dass sorgfältig konzipierter Tourismus sich gut in Regionalentwicklungsprojekte integrieren lässt und unter dem Strich wohl mehr positive als negative Auswirkungen verursacht.³ Dies bedeutet geradezu einen Paradigmenwechsel in der Einschätzung, denn bis in die 1990er Jahre gab es kaum nennenswerte Versuche, das ökonomische Potenzial des Tourismus für entwicklungspolitische Ziele zu nutzen.⁴ Der Trend, in der Entwicklungszusammenarbeit stärker die Schaffung von Arbeitsplätzen und Unternehmensgründungen (Klein- und Mittelbetriebe) zu fördern, lokale Ökonomien zu stimulieren und private-public Partnerschaften zu fördern, hat sicherlich zu dieser Umorientierung beigetragen. (Vgl. zusammenfassend IIED 2001; Hummel 2004)

Auf der Website von „Pro-poor Tourism Partnership“ – einem Joint Venture mehrerer britischer Entwicklungsorganisationen und eine führende Stimme in dieser Debatte – wird folgendermaßen argumentiert:

Armutsreduzierender Tourismus führt zu einem erhöhten Ertrag für die armen Leute. Es handelt sich dabei nicht um ein spezielles Produkt oder eine Sektornische, sondern um ein Konzept von Tourismusentwicklung und Management. Es stärkt die Verbindungen zwischen der Tourismuswirtschaft und den Armen auf eine Weise, dass dieser Tourismus mehr zur Armutsreduzierung beiträgt und die Armen mehr Möglichkeiten haben, sich in die Produktentwicklung einzubringen. Es gibt mehrere Formen und Strategien, wie dies geschehen kann,

² Der Begriff pro-poor tourism wurde als zu negativ konnotiert empfunden und man vermutete Ablehnung seitens der Tourismusindustrie. Das Akronym ST-EP schien leichter akzeptierbar. Weitere Informationen dazu auf der website des Sustainable Tourism Cooperative Research Centre, www.crctourism.com.au.

³ Im Jahr 2004 unterzeichneten z.B. die World Tourism Organization (WTO) und die niederländische Entwicklungsorganisation SNV ein Memorandum of Understanding um ihre bereits existierende Zusammenarbeit in Sachen sustainable tourism effizienter zu gestalten.

⁴ In Nepal hat man dies sehr wohl erkannt und speziell in den Nationalparks und Schutzgebieten entstanden einige Modellprojekte, deren Erfolge überzeugen. Das bekannteste davon ist das Annapurna Conservation Area Project, das Anfang der 1980er Jahre startete (vgl. Bajracharya 1998).

und sie reichen von der Schaffung von Arbeitsplätzen bis zu Mitsprachemodellen. So kann jedes Unternehmen in diese Strategie eingebunden werden, eine kleine Lodge, ein Stadthotel, ein Reiseveranstalter oder auch ein Betrieb, der die Infrastruktur aufbaut. Der kritische Faktor ist nicht die Art des Unternehmens oder die Form des Tourismus, sondern die sichtbare Steigerung des Nettonutzens für die arme Bevölkerung (vgl. www.propoortourism.org/uk).

Grundlage des Engagements der WTO im Sektor Entwicklungszusammenarbeit und Armutsreduzierender Tourismus bildet eine pragmatisch orientierte Studie, die 2002 unter dem Titel „Tourism and Poverty Alleviation“ publiziert wurde.⁵ Darin wird festgehalten, dass der Tourismus ein erstrangiges Exportprodukt für Entwicklungsländer und Least Developed Countries (LDCs) darstellt, gute Wachstumsraten aufweist und sich nach dem Erdöl zur nächst wichtige Quelle für Deviseneinkünfte entwickelt hat. Die 49 LDCs haben die Bedeutung des Tourismus für ihre Entwicklung erkannt und auf der Konferenz in Gran Canaria 2001 beschlossen, dem Ausbau einen höheren Stellenwert einzuräumen. Zusammengefasst sieht dieses Argument in Zahlen gegossen wie folgt aus (vgl. WTO 2002, 10):

- Tourismus ist ein erstrangiges Exportprodukt für 83 % der Entwicklungsländer und das wichtigste für ein Drittel davon.
- Alle Entwicklungsländer verzeichneten im Jahr 2000 292.6 Millionen internationale Touristenankünfte, eine Zunahme gegenüber 1990 um fast 95 %. Die 49 am wenigsten entwickelten Länder (Least Developed Countries, LDCs) hatten 5.1 Million internationale Ankünfte im Jahr 2000, ein Zuwachs um 75 % in dieser Dekade.
- 80 % der Armen dieser Welt, die also von weniger als 1 USD pro Tag auskommen müssen, leben in 12 Ländern. In 11 davon spielt der Tourismus eine bedeutende Rolle und wächst beständig.
- Der Anteil der Entwicklungsländer am internationalen Tourismusmarkt nimmt, zu von 20.8 % in 1973 auf 42 % im Jahr 2000. Darüber hinaus entwickelt sich der einheimische Tourismus zu einem immer wichtigeren Markt. Nur in den ärmsten Ländern ist das anders.
- Der Zuwachs bei den Tourismuserlösen in den Entwicklungsstaaten und v.a. in den LDCs ist deutlich höher als innerhalb der OECD oder in der EU. Die LDCs erreichten einen Zuwachs von 45 % zwischen 1990 and 2000, die Entwicklungsländer fast 20 % und die OECD-Länder 18 %. In den EU-Staaten betrug er 7.8 %.

⁵ Volltext zum download von www.wto.org

- Im Jahr 2000 gehörte der Tourismus zu den drei wichtigsten Exportgütern für Entwicklungsländer wie LDCs. Lässt man das Erdöl außer Acht, da es nur in drei Ländern eine signifikante Rolle spielt, so wurde der Tourismus bereits zur führenden Quelle für Exporterlöse.

In Ländern wie Indien, Nepal, Peru und Kenya beträgt der Anteil jener, die unter diesem einen Dollar pro Tag leben, mehr als die Hälfte der Bevölkerung. In Brasilien, auf den Philippinen, in Nigeria und Äthiopien liegt er um die 30 %, um die 20 % in China, Indonesien, Mexiko und Pakistan. In allen diesen Ländern bildet der internationale Tourismus einen wichtigen Wirtschaftsfaktor, stiegen die Touristenankünfte bis zum ominösen Datum 9/11 und haben sich trotz lokale Widrigkeiten (Avian Flu, SARS, Katastrophen, Bürgerkriege etc.) auch in den letzten Jahren gut entwickelt.

In der Tat scheint die Statistik überzeugend. Zwischen 1990 und 2000 verdoppelte sich in den Entwicklungsländern die Zahl der internationalen Touristen, während die Zunahme für die OECD-Staaten 29 % und für die EU-Länder 38 % ausmachte. Speziell in Südost-Asien waren extrem hohe Zuwächse zu verzeichnen, da in etlichen Ländern der internationale Tourismus nach Jahren der Kriege und Verwüstungen neu startete. Aber auch einige afrikanische Länder legten erheblich zu, v. a. Südafrika. Die 49 LDCs, die weniger als 1 % des internationalen Tourismus erzielen, haben in der letzten Dekade alle ihre Besucherzahlen verdoppeln können – von 1988 auf 1998 stieg die Zahl von 2.4 auf 5.1 Millionen (vgl. Roe/Ashley/Page/Meyer 2004, S 20). Die Touristen wären also da – jetzt käme es darauf an, den Tourismus so zu organisieren, dass tatsächlich der ärmste Teil der Bevölkerung davon profitiert.

Table 1

Tourismusdaten der 50 Länder mit der höchsten Zahl an Menschen, die unter der Armutsgrenze (1 USD pro Tag) leben

	Country	Total population below the poverty line in million	GNI per capita US\$ in 2001	Arrivals in '000 source WTO, 2000	Growth 1990-2000	Tourism contribution to GDP (tourism economy) in 1999	Receipts as percentage of exports in 1999
1	India	461.9	460	2641	54.72	4.9	8.7
2	China	237.1	890	31229	197.9	9.8	10.4
3	Nigeria	91.2	290	813	327.9	2.7	10.9
4	Pakistan	45.8	420	543	28.1	5.1	10.4
5	Bangladesh	38.8	360	200	73.9	3.4	2.1
6	Ethiopia	21.0	100	125	58.23	6.3	26.2
7	Brazil	20.4	3070	5313	387	7.6	8.3
8	Mexico	16.4	5530	20643	20.2	10.4	19.3
9	Indonesia	15.5	690	5064	132.5	9.8	12.9
10	Russian Fed	10.3	1750	21169	n.a.	1.7**	10 **
11	Nepal	9.7	250	451	76.9	7.3	27.8
12	Ghana	9.0	290	373*	144.5	6.7	10.4
13	Mali	8.2	230	91	106.8	6.4	19.7
14	Colombia	8.1	1890	530	-34.8	7.1	12
15	Madagascar	8.1	260	160	201.9	7.8	18.6
16	Kenya	8.0	350	899	10.4	9.5	28.5
17	Burkina Faso	7.7	220	218*	194.6	5.1	3.4
18	Mozambique	7.4	210	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
19	Tanzania	7.4	270	501	227.5	10.4	13.9
20	Niger	6.5	180	50	138.1	3.6	11.1
21	Zambia	6.3	320	574	307.1	9.5	9.1
22	Venezuela	5.6	4760	469	-10.7	7.6	12.5
23	Cameroon	5.4	580	n.a.	n.a.	4.2	11.6
24	South Africa	5.0	2820	6001	483.2	6.9	5.7
25	Peru	4.3	1980	1027	224.0	9.8	9.5
26	Zimbabwe	4.1	480	1868	208.8	5.6	7.3
27	Sierra Leone	3.2	140	10	-89.8	3.6	9.4
28	Yemen Rep	2.9	450	73	40.4	2.5	4.4
29	Senegal	2.8	490	369*	50	7.5	14.4
30	Ecuador	2.7	1080	615	69.9	9.8	15.4
31	CAR.	2.4	260	10*	66.7	4.1	3.1
32	Egypt	2.2	1530	5116	112.2	10.6	26.1
33	Turkey	1.6	2530	9587	99.8	9.5	18.5
34	Honduras	1.6	900	408	40.7	10.3	7.1
35	Lao PDR	1.5	300	300	2042.9	10.9	3.4
36	El Salvador	1.3	2040	795	309.8	7.2	22.1
37	Sri Lanka	1.3	880	400	32.2	8.8	13
38	Thailand	1.2	1940	9509	79.5	13.2	19.8
39	Bolivia	1.2	950	342*	34.7	8.5	13.4
40	Guatemala	1.1	1680	823*	61.7	9.1	14.2
41	Paraguay	1.1	1350	221	-21.1	8.5	2.6
42	Lesotho	0.9	530	186*	8.8	8.9	27.3
43	The Gambia	0.8	320	96*	-4	13.3	16.7
44	Mauritania	0.8	360	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
45	Algeria	0.6	1650	866	-23.8	6.4	10.3
46	Morocco	0.6	1190	4113	2.21	12.4	25
47	Namibia	0.6	1960	560*	n.a.	13.2	11.7
48	Moldova	0.5	400	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
49	Côte d'Ivoire	0.5	630	n.a.	n.a.	4.1	3.2
50	Costa Rica	0.5	4060	1106	154.3	13.2	18

* 1999 ** 2004

Quelle: WTO- und Weltbank-Statistiken, zit. nach Roe/Ashley/Page/Meyer, *Tourism and the Poor*, 2004
(GNI – gross national income; GDP – gross domestic product)

Tabelle 2

Touristenankünfte in den 20 am schnellsten wachsenden Tourismusdestination in der Dritten Welt (1990 und 2000)

Position	Country	Arrivals in 1990 (in '000)	Arrivals in 2000 (in '000)	Growth 1990-2000 (in %)
1	Cambodia	17	466	2641.18
2	Lao PDR	14	300	2042.86
3	Iran	154	1700	1003.90
4	Myanmar	21	208	890.48
5	Vietnam	250	2140	756.00
6	Cape Verde	24	143	495.83
7	South Africa	1029	6001	483.19
8	Cuba	327	1700	419.88
9	Chad	9	44	388.89
10	Brazil	1091	5313	386.98
11	Nicaragua	106	486	358.49
12	Nigeria	190	813	327.89
13	Micronesia Fed.Sts.	8	33	312.50
14	El Salvador	194	795	309.79
15	Zambia	141	574	307.09
16	Bhutan	2	7	250.00
17	Oman	149	502	236.91
18	Tanzania	153	501	227.45
19	Peru	317	1027	223.97
20	Zimbabwe	605	1868	208.76

Quelle: WTO-Statistiken 2001, zit. nach Roe/Ashley/Page/Meyer, *Tourism and the Poor*, 2004

Diese Daten sind Ursache dafür, dass die WTO von dem Entwicklungspotenzial des Tourismus überzeugt und begeistert ist von der Idee, aus den Armen Createure und Exporteure eines intelligenten Produktes zu machen. Als überzeugte Marktwirtschaftler sind die Experten und Direktoren der WTO aber auch hingerissen von der Vielfalt der ethnischen Gruppen, Biodiversität und Landschaften, die für die internationale Tourismusindustrie vermarktbar werden, sich ihrer Meinung nach also eine klare Win-Win-Situation ergeben würde, wenn sich die armen Länder voll auf den Ausbau dieses Dienstleistungssektors einließen. Schließlich würden dadurch eine Vielzahl von Arbeitsplätzen entstehen und zweifellos ein bemerkenswerter Einkommenseffekt resultieren. Durch den hohen Anteil an Frauenarbeitsplätzen wäre dies sogar ein Beitrag zur Gleichstellung der Geschlechter.⁶ In jedem Fall würde es aber zu einem bemerkenswerten Entwicklungsschub kommen, wenn ein größerer Teil der Einkom-

⁶ Zur Rolle der Frauen im Himalayatourismus bzw. generell im Entwicklungszusammenhang vgl. Rao, 1998, Gurung 1999.

men aus Tourismus der lokalen Bevölkerung zu gute käme, die jetzt mit weniger als einem Dollar pro Tag das Auslangen finden müsste.

Um das zu erreichen, wäre es notwendig, Dorfkooperativen und kleinen Unternehmen Zugang zum Tourismusmarkt zu ermöglichen, sie mit der bestehenden Industrie zu vernetzen, um so die großen Abflusseffekte (leakage) zu vermindern. Komplementär zur Subsistenzwirtschaft in den Entwicklungsgesellschaften müssten Klein- und Mittelbetriebe gefördert werden und sollte sichergestellt werden, dass die Einkommen aus dem Tourismus tatsächlich in die Region zurückfließen, in der sie verdient wurden (vgl. Nepal, 2003). Damit landet die Diskussion unweigerlich dort, wo viele Entwicklungsbemühungen enden: im Korruptionssumpf der nationalen Eliten und Regierungen, bei den ungleichen Machtstrukturen, beim völlig ungleichen Zugang zu Bildung und Entwicklung, bei der höchst ungerechten Verteilung von Besitz, Land und Infrastruktur (vgl. Pandey 1999). Gleichzeitig wird aber anerkannt, dass der Tourismus wie der Straßen- oder Kraftwerksbau, wie Bildung und etliche andere Faktoren eine wichtige Rolle bei der Veränderung von Lebensbedingungen in armen Ländern spielen kann und soll (vgl. Rauschelbach/Schäfer/Steck 2002)). Nachhaltigkeitsstrategien müssen regional verankert sein und auf die lokalen Bedingungen eingehen (vgl. Sharma 2000). Wo das touristische Ausbaupotenzial vorhanden ist, spricht daher nichts gegen eine Forcierung dieses Wirtschaftszweiges.⁷

10 Jahre nach dem Weltgipfel in Rio (Earth Summit, Agenda 21) und nach etlichen Konsultationen der UN Commission on Sustainable Development (CSD 7) fand das Thema *Tourismus und nachhaltige Entwicklung* seinen Niederschlag auf der Konferenz in Johannesburg und in verschiedenen WTO Programmatiken. Von der Welttourismusgesellschaft wird sustainable tourism – nachhaltiger Tourismus – seit 1988 wie folgt definiert: „Sustainable tourism development meets the needs of present tourists and host regions while protecting and enhancing opportunities for the future. It is envisaged as leading to management of all resources in such a way that economic, social, and aesthetic needs can be fulfilled while maintaining cultural integrity, essential ecological processes, biological diversity, and life support systems.“ (WTO 1998)

⁷ Auf eine grundlegende Nachhaltigkeitsdebatte wird hier verzichtet und auf die einschlägige Literatur verwiesen, insbesondere auf Hall/Lew 1998; Sharpley/Telfer 2002; Goodwin et.al. 1998; Baumgartner, 2004), eigene Arbeiten (etwa East/Luger/Inmann 1998) und die websites von IIED (www.iied.org), SNV (www.snv.org.np) und respect (www.respect.at). In den Alpen wurde dies im übrigen schon vor mehr als 100 Jahren erkannt. Der Tourismus gilt als einer der wenigen Schöpfer von dezentralen Arbeitsplätzen, wodurch die Besiedelung auch entlegener Alpentäler dauerhaft gesichert werden konnte (vgl. Bätzing 2002).

Während der ökologische Aspekt und auch die Partizipation der lokalen Stakeholder in den Vordergrund treten, somit die einheimische Bevölkerung und ihre Interessen zusehends Berücksichtigung fanden, bleibt das entwicklungspolitische Argument vorerst ausgespart. Erst 1999, in einem Meeting der UN Commission on Sustainable Development, wurde diese Beziehung hergestellt und Regierungen aufgefordert, „to maximise the potential of tourism for eradicating poverty by developing appropriate strategies in co-operation with all major groups, indigenous and local communities.“ Pro-poor Tourismus versucht genau das zu tun und stellt die Armen und Armutsreduzierung in das Zentrum der Nachhaltigkeitsdebatte (vgl. IIED 2001).

Bei der Definition von Zielsetzungen und Schritten zur Erreichbarkeit argumentieren WTO und Entwicklungsorganisation sehr ähnlich: Pro-poor Tourismus ermöglicht den Schutz natürlicher, historischer, kultureller und anderen Ressourcen für die Zukunft, wirft aber schon jetzt Nutzen ab. Diese Entwicklung muss mit Bedacht geplant und gut gemanagt sein, damit sie keine Umweltschäden oder soziokulturelle Probleme verursacht.⁸ Eine hohe Qualität des Produktes muss erreicht und gesichert werden, denn damit behält die Destination ihre Attraktivität. Die Vorteile daraus müssen möglichst vielen in einer Gesellschaft zugute kommen. Selbst „fair trade“-Bemerkungen finden sich in dem Text, womit sich die Welttourismusgesellschaft die Nachhaltigkeitslatte sehr hoch legt (vgl. WTO 2002, 24).

2. Von der Vision zur Tat – Regionalentwicklung als Gestaltungsprozess

There is an urgent need to develop policies and measures that are not only theoretically sound but also practically feasible. Without the development of effective means of translating ideals into action, sustainable tourism runs the risk of remaining irrelevant and inert as a feasible policy option for the real world of tourism development. (Zhenhua Liu, 2003, S 472)

Seit 1997 – beginnend schon bevor der Begriff Pro-poor Tourismus geboren und in den entwicklungspolitischen Schlagwortkatalog Eingang fand – läuft ein Entwicklungsprojekt im Rolwaling Tal und im südlich davon gelegenen Hügelland. Nepal pur – wogende Reis- und Getreideterassen, das bunte Treiben der Dörfer, lärmende Kinder und phantastische Blicke auf die weißen Gipfel. Die Bevölkerung - ein pittoreskes Gemisch aus verschiedenen ethnischen Gruppen und Kasten, Hindus und Buddhisten. Zusammen mit den Dorfgemeinschaften wird hier ökologisch und kulturell vertretbarer Tourismus aufgebaut. Sanft, mit Maß

⁸ Vgl. dazu auch die wissenschaftliche Debatte, beispielhaft etwa Hardy et.al. 2002, Liu 2003 und Luger/Baumgartner/Wöhler 2004

und Ziel, mit Geduld und Zeit, im Rhythmus des Himalaya (vgl. East et.al. 2003). Projektträger ist Eco Himal, die Gesellschaft für ökologische Zusammenarbeit Alpen-Himalaya. Seit 1991 in Nepal und Tibet tätig, betreibt die Gesellschaft eine Reihe regionaler Entwicklungsprojekte. Armut verringern und Arbeit schaffen sind schon lange die Zielsetzungen der österreichischen Entwicklungszusammenarbeit, die den Einsatz finanziert (vgl. www.ecohimal.org sowie Höivik/Luger 2002)

Die Bergbauern vertrauen auf das Öko-Tourismusprojekt, auch wenn ihnen vieles zuerst merkwürdig vorkam. In der kleinen Siedlung Yarsha, zwei Tagesmärsche von Simigaon entfernt, setzt man bei der Anlage eines Campingplatzes auf das Konzept der „10 minutes donation“. Jeder Dorfbewohner muss sich 10 Minuten täglich oder einen Tag im Monat an der Gemeindefarbeit beteiligen, seinen persönlichen Teil zur Entwicklung des Dorfes beitragen. Nach anfänglichem Misstrauen haben die Bauern die Projektidee verstanden, sind überzeugt und ziehen mit. Diese „Zeitspenden“ dienen in allen Dörfern der Projektregion zur Stärkung des Verantwortungs- und Gemeinschaftsgefühls. Und es wird etwas Gemeinsames geschaffen, das einzelne niemals bewerkstelligen könnten.

„Wenn wir Reis anpflanzen, rechnen wir mit einer Ernte. Ähnlich erwarten wir Einkünfte von unserem Zeltplatz.“ Kul Bahadur Thakuri hat sich bereit erklärt, auf dem Campingplatz Toiletten, Duschen und eine kleine Küche für die Trekkinggruppen zu bauen, sein Nachbar Ashok wird ihm helfen. Das Geld, das die Wanderer einmal für die Benutzung des Campingplatzes zu zahlen haben, verhilft der Dorfgemeinschaft zu einem kleinen zusätzlichen Einkommen. Wofür es verwendet wird, entscheidet das dörfliche Entwicklungskomitee. Aus jedem Haushalt können zwei Personen Mitglieder werden, damit die Frauen des Himalaya auch eine Stimme haben, mitreden und mitentscheiden können.

„Ein paar Wasserhähne für Trinkwasser wären für das ganze Dorf eine feine Sache, besonders für die Frauen, die das Wasser jetzt aus dem Fluss holen müssen“, meint Bir Maya, eine stolze 70jährige Tamangfrau mit schönem Messingschmuck. Noch immer schleppt sie sich jeden Tag den Rücken krumm mit Wasserkrügen, Grünfutter und Feuerholz. Den jungen Frauen geht es nicht anders. Eine Stunde hinunter zum Fluss und zwei wieder hinauf, tagaus, tagein, jahraus, jahrein - so vergeht ihr Leben.

Das Konzept, das in diesem Projekt verfolgt wird, basiert auf der einfachen Überlegung, die im Grunde für jede entwicklungspolitische Intervention Geltung haben müsste: Zusammen mit den Einheimischen werden Einkommensmöglichkeiten und Arbeitsplätze im und rund um

den Tourismus geschaffen, und zwar vor Ort, damit die Menschen in ihren Dörfern bleiben und ein Zusatzeinkommen zur Subsistenz erwirtschaften können. Das reduziert Armut und wenn das touristische Produkt verkaufbar sein soll, muss es eine bestimmte Qualität aufweisen. Dazu gehört ein gewisser Standard an Dienstleistungen, denn damit sich ein Tourist umweltbewusst verhalten kann, muss er oder sie die entsprechende Infrastruktur vorfinden. Diese benötigen die Einheimischen ebenso, daher bestand die Aufgabe während der ersten Jahre darin, die ganz basalen infrastrukturellen Vorleistungen für und mit den Einheimischen zu schaffen: Mehr als tausend Toiletten wurden gebaut und alle Dörfer haben jetzt gutes Trinkwasser. Hygiene, Gesundheitsvorsorge, Umweltschutz – während der Regenzeit wird studiert, gibt es Kurse in Schreiben, Lesen, Rechnen und Englisch. Die erste Öko-Lodge, eine Art Energiesparhaus mit Solarenergie, steht vor der Fertigstellung. Bislang diente sie als Trainingszentrum und nach der Trekkingsaison soll sie wieder für Dorfaktivitäten zur Verfügung stehen. Die Einkünfte aus dem Tourismus sollen für soziale Dienstleistungen verwendet werden. Denn: Nicht einzelne sollen profitieren, sondern das ganze Dorf.

„Where there is unity, there is energy“ – wo Gemeinschaftsgeist existiert, dort ist Energie – die Erfahrung bestätigt dieses Credo des Village Motivators, der zu Beginn in das RETP, das Rolwaling Eco Tourism Project, eingebunden war. Er war mitbeteiligt am Aufbau der ersten CDCs, der Community Development Committees, von denen es 20 gibt und die nun als Wirtschafts-Kooperativen in der Distriktverwaltung registriert sind. Alle sollen an einem Strang ziehen, ihr Projekt, ihr Dorf entwickeln, ihrem Leben Gestalt geben. In diesen CDCs erfolgt die grundsätzliche Planung, wie sich das Dorf bzw. die Region entwickeln soll, was gebraucht wird, welche Probleme zu bewältigen und welche Ausbauschritte als nächste zu setzen sind. Die Dorfgemeinschaften entwickeln Perspektiven für ihre Dörfer (etwa in moderierten Workshops nach der PRA-Methode, Participatory Rural Appraisal) und die Aufgabe von Eco Himal ist es, diese Interessenlagen möglichst synchron zu einem größeren Ganzen zu formen, die Entwicklungsstrategie darauf abzustimmen und die Finanzierung dafür zu sichern.⁹

Mit der Gründung von „Community Development Committees“ (CDCs), die in gewisser Weise an die lokale Tradition des Genossenschaftsbesitzes, die sog. Guthis (vgl. Acharya 2002, S 208 f), anschließen, und die Partner in der Projektarbeit sind, versucht Eco Himal

⁹ Zur Diskussion von Methode und Partizipation vgl. u. a. Laws et.al. 2003 und Beyer 2003

auch in seiner entwicklungspolitischen Strategie bestehendes lokales Wissen bzw. bewährte Organisationsformen aufzugreifen (vgl. Luger 2003). Die CDCs im Öko-Tourismusprojekt Rolwaling wie in den Eco Himal-Landwirtschaftsprojekten in der Pufferzone des Makalu-Barun Nationalparks und im Solu Khumbu sind registrierte Kooperativen, die zwar auf Dorfgemeinschaften basieren, aber wie Gewerbebetriebe agieren, Kredite aufnehmen, investieren und Handel betreiben können. Sie sind logischerweise in alle Entscheidungen involviert und die eigentlichen Akteure in der Projektausführung. (Vgl. Inmann/Luger 1998; Rachbauer 2003). Das bedeutet jedoch nicht notwendigerweise, dass damit alle Entscheidungsprozesse demokratisch ablaufen, traditionelle Machtstrukturen aufgebrochen werden und Mitsprache für alle, die bislang ausgeschlossen waren – etwa Frauen, Jugendliche, niedere Kasten – nun möglich ist. Erst wenn der Fokus auf Empowerment der bislang benachteiligten Gruppen gelegt wird, diese Probleme explizit adressiert werden und eine „Gegensteuerung“ vom Projekt aus erfolgt, sind Veränderungen möglich. Insgesamt dominiert in der entwicklungspolitischen Literatur ein sehr romantisches Bild von Partizipation. Von dem „thorny path“ und den „Mühen der Ebene“, bis die Partner vor Ort tatsächlich zu Akteuren auf „Augenhöhe“ werden, geben theoretische Abhandlungen zumeist einen völlig falschen Eindruck.¹⁰

Übersicht 1

Institution Building, Empowerment und Einkommen schaffende Maßnahmen im Rolwaling Eco Tourism Project

INSTITUTION-BUILDING

Institution-Building	Empowerment	Income Generation
Community Development Committees (CDCs) Group Formation and Mobilisation (separate man and women groups), CDC-Supervision, Legal Advice, Savings and Loan, Infrastructure Maintenance System, Leadership development, group mobilisation, decision-making, account and record keeping, planning, monitoring and evaluation, networking, support of local institutions (e.g. Youth Clubs, culture and heritage clubs, porter organisation)	Gender and Empowerment Preferential capacity-building process for women, focus on literacy, education, income generation. Separate sanitation and health programme for women, school teachers and pupils. Literacy and language courses for men and women. Separate village development and planning workshops for women only.	Service Skills Development and Tourism Market Development of tourism products, lodge management, souvenirs, weaving, kitchen gardening; plumbing and carpentering courses, cultivation of vegetables and fruits, seeds; exploring possibilities for further processing, products like Cardamom, medicinal oil and other NTFPs, Lokta paper, Fish, etc.

Oberziele des Projekts sind

- Die Schaffung von Arbeitsplätzen im Tourismus als Beitrag zur erweiterten Subsistenzwirtschaft und zur Reduzierung des Abwanderungsdruckes

¹⁰ Vgl. etwa die websites der weltbank oder von icimod, die beide – wie viele andere Organisationen – einschlägige Empowerment-Programme verfolgen (www.worldbank.org bzw. www.icimod.org.np)

- Generierung von Einkommen für die lokale Bevölkerung
- Realisierung eines ökologisch orientierten Tourismuskonzepts
- Förderung eines ökologisch und sozial verantwortungsvollen Tourismus in der Projektregion

Als unmittelbare Projektziele wurden in der Durchführbarkeitsstudie und im Projektantrag genannt:

- Die Verbesserung der Lebensbedingungen und der Wohnsituation für die lokale Bevölkerung durch Steigerung der Qualität der basalen Infrastruktur (Trinkwasser, Toiletten, Wege, Brücken)
- Verbesserung der touristischen Infrastruktur und Ausbildung
- Einbeziehung und Vorbereitung der lokalen Bevölkerung auf den Tourismus, damit diese weitgehend in Eigenregie den Tourismus betreiben kann.

Diese Ziele sollen unter folgenden fünf Prämissen erreicht werden:

1. Maximale Berücksichtigung der Bedürfnisse der Einheimischen (intakte Soziokultur)
2. die Forderung nach intakter Umwelt
3. die Forderung nach wirtschaftlicher Ergiebigkeit
4. Berücksichtigung der Wünsche der Touristen
5. Zielsetzung der optimalen Kommunikation.

Ad 1 - Zielsetzung maximale Berücksichtigung der Bedürfnisse der Einheimischen

Um diesem Ziel gerecht zu werden, muss der Tourismus als eine Ergänzung der bisherigen Subsistenzwirtschaft verstanden werden. D.h. der Auf- bzw. Ausbau des Tourismus in dieser Region dient als Erweiterung der bisherigen Einkommensbasis, die fast ausschließlich auf dem Landbau und der Viehzucht beruht. Nur im Rolwaling Tal besteht durch die seit vielen Jahren praktizierte Tätigkeit im Trekking- und Expeditionstourismus eine Transferleistung von Einkommen aus Träger- und Führerleistungen zurück in die Region. Das Niveau des Lebensstandards der im Tourismus Tätigen liegt deutlich über dem der Bauern und lässt sich in der Ausstattung und Qualität der Häuser ablesen (vgl. Baumgartner 1980; Luger 2000). Die Organisation des Tourismus ist auf genossenschaftlicher Basis geplant. Diese basisdemokratische Struktur ermöglicht tendenziell Beteiligung und Mitsprache aller an den Entscheidungen. Auf dieser Basis sollte ein regionales „sustainable tourism development project“ betrieben werden, d. h. alle tourismusrelevanten Aktivitäten und alle Infrastrukturarbeiten abgewickelt werden.

Ad 2 - Zielsetzung intakte Umwelt

Das Gebiet ist derzeit kein Schutzgebiet bzw. Nationalpark mit Gesetzesauflagen vergleichbar der Annapurna- oder Langtang-Region, wiewohl solche Schutzbestimmungen für eine harmonische Tourismusentwicklung unerlässlich scheinen (vgl. Fennell/Weaver 2005). Mehr

Tourismus würde einen größeren Verbrauch von Holz und anderer Ressourcen bedingen. Ein ökologisches Tourismus-Management kann aber nur über die Bindung der Lodges an bestimmte Auflagen erfolgen. Langfristig ist die Einhaltung solcher Auflagen wohl nur durch ein Belohnungssystem erreichbar. Bei Respektierung ökologischer Maßnahmen können Lodgebesitzer oder -pächter mit Vergünstigungen rechnen. Dazu arbeitet Eco Himal mit den CDCs bzw. mit einzelnen Lodge-Besitzern ein Memorandum of Understanding (MoU) aus, das bestimmte Umweltschutzmaßnahmen vorsieht. Die Lodges sollten sich zu einem Verbund zusammenschließen und die Regeln im Sinne eines „Gütesiegels“ anzuerkennen. Dieses Zeichen garantiert einen hohen Wiedererkennungswert. Eco Himal übernimmt die Ausbildung der Mitarbeiter (Lodge management, Sprachkurse etc.), stellt Kredite zur Verfügung, leistet Hilfe und Unterstützung beim Auf- und Ausbau, unterstützt ein gemeinschaftliches Marketing, kontrolliert den Qualitätsstandard der Lodges (ob mit Kerosin gekocht wird, kein Holzeinschlag für Kochen, Errichtung von Komposttoiletten, etc.). In allen Lodges sind entsprechende Informationen für ökologisch vorbildliches Trekker-Verhalten anzubringen. In Gegenden, wo keine Lodges vorhanden sind, finanziert Eco Himal den Bau von CDC-Lodges, die gemeinschaftlich oder auf Pacht-Basis betrieben werden können. Die Häuser basieren auf der herkömmlichen Bauweise unter Ausnutzung passiver Solarenergie, wodurch sich ein wesentlich besserer Wohnkomfort und niedriger Ressourcenverbrauch erzielen lässt.

Ad 3 - Zielsetzung wirtschaftliche Ergiebigkeit

Höhere Qualität und bessere Ausstattung der Lodges rechtfertigen höhere Preise. Das Preisniveau in der Annapurna- oder Everest-Region für touristische Leistungen liegt ein Mehrfaches höher als im Projektgebiet. Vom Tourismus können auch Bauernfamilien profitieren, die nicht selbst Unterkunft oder Essen anbieten bzw. einen eigenen Tea-Shop betreiben. Sie könnten als Zulieferer von Getreide, Gemüse und Fleisch oder als Zwischenhändler von Gütern oder als Dienstleister ihre Einkommensbasis erweitern. Trekkingagenturen werden darüber froh sein, denn sie müssen nicht mehr alles in die Region hineintransportieren.

Ad 4 - Zielsetzung Berücksichtigung der Wünsche der Touristen

Die Region muss gewissermaßen als „Produkt“ gesehen werden, als „overall tourism product“, bei dem das Preis-Leistungsverhältnis stimmt, die komparativen Vorteile (etwa bessere Unterkünfte, mehr Nähe zur Kultur, weniger Touristen etc.) gegenüber anderen Destinationen deutlich werden, Gastfreundschaft und eine ökologisch möglichst intakte Landschaft geboten werden. Insbesondere müssen ein Mindeststandard an Hygiene und Komfort der Unterkünfte geboten und das Bedürfnis nach Sicherheit am Berg befriedigt werden.

Im Vergleich zu anderen Trekkingregionen waren der Hygienestandard und der Komfort der wenigen Unterkünfte für Westtouristen völlig unzumutbar. Was die Sicherheit betrifft, so gibt es aufgrund des niedrigen Ausbildungsstandes von Trägern und Führern insbesondere in den höheren Regionen deutliche Probleme. Durch das Ausbildungsprojekt für Trekking- und Tourguides MST – Mountaineering School Thame, das Eco Himal von 1999-2004 durchgeführt hat, konnte eine deutliche Verbesserung der Dienstleistung erzielt werden, die allerdings nur jenem Personal zugute kam, das für Trekkingagenturen arbeitete. Weil immer mehr Touristinnen weibliche Begleitung verlangen, wurden 20 junge Frauen im ersten „female outdoor leadership training“ zu Trekkingführerinnen ausgebildet, angeleitet von einer Everest-erfahrenen Sherpani. Sie sollen die Touristen sicher durch die Berge führen und ihnen auch vermitteln, sich verantwortungsbewusst mit den Menschen und der Natur des Himalaya auseinanderzusetzen.

Ad 5 - Kommunikation und Marketing

Ausgangspunkt ist die Schaffung einer optimalen Kommunikation zwischen Reisenden und Bereisten. Das fordert von Seiten der Reisenden, dass sie die Kultur der Gastgeber respektieren und setzt einen entsprechenden Informationsprozess voraus. Auf Seiten der Bereisten sind ebenfalls entsprechende Vorleistungen zu erbringen, z. B. eine Definition der konkreten Ziele, wie dieser Tourismus auszusehen hat. Darüber ist in den Orten eine Übereinkunft zu erzielen. Daher sind in den Dörfern entsprechende Bewusstseinsprozesse zu fördern bzw. zu initiieren, um eine Leitidee bzw. ein „Leitbild“ für die Region Rolwaling-Gauri Shankar als Tourismusdestination zu entwickeln. Diese muss auch im Marketing bzw. als Marke klar kommuniziert werden.

In der Angebotspolitik sind somit Grundnutzen und Zusatznutzen durch qualitative Merkmale herauszuarbeiten. In der Kommunikationspolitik ist eine eigenständige Positionierung zu entwickeln, die Marke aufzubauen und ein Image zu entwickeln. Über die Qualität des Angebots (Ökologie) muss als Ziel eine echte Präferenz aufgebaut werden. Nicht der billigste Treck sollte angeboten werden (Preis-Mengen-Strategie), sondern der qualitativ hochwertigste im Sinne eines ökologisch nachhaltigen Tourismus (Präferenzstrategie) (vgl. Middleton/Hawkins, 1998).

Umweltorientierte Marketingziele wären die Erschließung eines neuen Marktsegmentes durch Akquisition einer umweltbewussten und kultursensiblen Urlauberzielgruppe für das Gebiet, die Bekanntmachung der konsequenten Umweltpolitik als Entwicklungsprojekt, um damit einen Imagevorsprung zu erreichen. Die Ökologisierung des Angebots muss sowohl den Produktkern (Geographie und Klima des Zielgebiets, Landschaft, Kultur/Folklore, Wasser-

versorgung und -qualität, Abwasser- und Müllbeseitigung, Energiekonzept) als auch die touristische Infrastruktur wie Reisebetreuung, Unterkunft, Verpflegung, Information, Serviceleistungen etc. umfassen. Nur so kann ein Markenartikel zu einer Chiffre für standardisierte Leistung von hoher Qualität in ökologischer Hinsicht und damit zum USP, zur unique selling proposition, werden, somit Einmaligkeit und Besonderheit vermitteln.

Die Kommunikationspolitik des Projektes muss das touristische Leistungspaket gegenüber der Öffentlichkeit bewusst vermitteln und interpretieren, mit dem Ziel, Wissen, Einstellungen und Verhalten zu beeinflussen. Kommunikationspolitik ist daher nicht isoliert zu betrachten, sondern muss als notwendige Komplementärleistung verstanden werden. Sie berücksichtigt die Leitbildidee (welche Stellung hat das Projekt in Markt und Gesellschaft), definiert die Kommunikationsziele und -zielgruppen, und trägt zur Positionierung des Projektes bei, indem sie den Nutzen für den Endverbraucher bestimmt.

Übersicht 2 zeigt, welche Aktivitäten im Projekt im Laufe der Jahre gesetzt wurden und sich als Projekt-Output niederschlagen. Übersicht 3 listet in der Form einer Planungsmatrix auf, was zwei Jahre vor Abschluss des Projekts an abschließenden Aktivitäten noch ausstand, bevor es in die volle Verantwortung der CDCs übergeht.

Das Projekt war in drei Phasen gegliedert: Phase 1 (1997-2001) umfasste primär den Aufbau der Organisationsstruktur durch CDCs und die Entwicklung der basalen Infrastruktur. Phase 2 (2002-2004) konzentrierte sich primär auf die Implementierung der Tourismusrelevanten Infrastruktur und Capacity building, Phase 3 (2005-2006) setzt die notwendigen Schritte zur Überleitung des Projekts in die volle Verantwortung der CDCs und den Aufbau eines Netzwerkes der CDCs unter einer gemeinsamen Steuerungsorganisation.

Das Projekt war von Beginn an schwierig aufgrund der Abgeschiedenheit eines Teils der Projektregion und der erheblichen sozialen Disparitäten bei einem allgemein niedrigen Niveau von Ausbildung und Gesundheit in der Region. Die Menschen im Norden des Dholaka Distrikts hatte bislang kaum eine Entwicklungshilfeorganisation erlebt, nur kleine Projekte wurden von lokalen NGOs (etwa Brunnenbau, Impfkationen) realisiert. Die Schaffung der Institutionen in den ersten Jahren, der Aufbau der CDCs, war ein entsprechend mühsames Unterfangen. Nach deren Gründung kam das Projekt in eine schwungvolle Phase, die durch die politischen Umstände aber rasch gedämpft wurde. Nahezu die gesamte Projektregion ist ein Rückzugsgebiet der aufständischen Maoisten, die 1995 ihren Volkskrieg gegen die Regierung und die Monarchie ausriefen und den Distrikt 2000 als befreites Gebiet dekla-

rierten.¹¹ Viele junge und gebildete Männer und auch Frauen zogen aus Furch von den Dörfern in die Städte, die in den Dörfern blieben zeigten weniger Bereitschaft, sich zu engagieren oder eine Führungsrolle einzunehmen. Die Arbeit in den CDCs – in denen natürlich auch Maoisten bzw. deren Sympathisanten tätig waren – kam teilweise fast zum Stillstand oder ging nur schleppend voran, stellte jedenfalls das Projektteam vor eine sehr schwierige Aufgabe. Aber die Arbeit kam nie zum Erliegen, denn die Rebellen dürften letztlich wohl von der Notwendigkeit der Aktivitäten überzeugt gewesen sein und in einem offenen Brief des Vorsitzenden der Partei bekannte sich dieser zum Ausbau des Tourismus als landeswichtige Investition in die Zeit nach der Revolution und für den Aufbau eines demokratischen und republikanischen Nepal. Er forderte die Touristen auf, das Land und insbesondere die befreiten Gebiete zu besuchen. Dessen ungeachtet führten eine Reihe von äußerst widrigen Umständen im Land dazu, dass die Zahl der Touristenankünfte von 2000 auf 2004 fast halbiert wurde und in der Projektregion auf wenig hundert Trekker sank (vgl. Luger/Weichbold 2004).

Übersicht 2 – Projektergebnis nach neun Jahren

Activities RETP 1997-2005

S. N.	Name of CDC	Institutional Sector								Tourism Infrastructure									
		DEP teacher	DEP Class	Leadership training	CDC Registration	Cooperative Management	Stationery Support for CDC	Office Furniture	Audit expenses	Campsite	Community Lodge	Campsite Management	Basic English language	English Language follow up class	Study Tour	KG Study Tour	LMT	Environ	mental camp
1	Ratomate	1	34	3		3	1	1		1		3	40	40	2	2	2		3
2	Malepu	1	45	3	1	8	1	1	2	1		3	65	65	2	2			
3	Gumukhola	1	34	4	1	8	1	1	2	1		3	11	11	2	1	4		
4	Singati	1	47	4	1	10	1	1	2	1		3	50	0	2	2	13		4
5	Suridhovan	1	30	3		3	1	1		1		3	45	45	2	2	4		1
6	Manthali	1	34	4	1	2	1	1	2				40	40	2	2			1
7	Jagat	2	70	8	1	4	1	1	2				60	60	2	2			4
8	Gongerkhola	1	65	3	1	5	1	2	2	1	1	3	40	40	2	4			6
9	Simigaon	2	80	4	1	6	1	1	2		1		45	45	2				
10	Beding	1	51	2			1								2				
11	Orang	1	40	3	1	5	1	1	2	1	1	2	24	24	1				
12	Yarsa	1	46	3	1	5	1	1	2	1		3	27	27	2				
13	Bulung	2	80	6	1	5	1	1	2	1		3	38	38	2	2			3
14	Laduk	1	45	3	1	5	1	1	2	1	1	2	37	37	2	1			4
15	Chilankha	1	45	4	1	5	1	1	2	1		3	38	38	2				4

¹¹ Zur Thematik der maoistischen Rebellion und des „people’s war“ vgl. Benedikter, 2003 und Thapa 2002

16	Loting	1	56	3	1	5	1	1	2	1	1	3	41	41	2			4
17	Gaglate	1	78		1	5	1	1	2				38	38	2			
18	Bigu	2	43	3	1	5	1	1	2	1	1	3	105	40	2			10
19	Dolangsa	1	45	3	1	9	1	1	2	1	1	3	46	46	2			
20	Karthali	2	45	2	1	9	1	1	2				39	39	2			1
Total		25	1013	68	17	107	20	20	34	14	7	40	829	714	39	20	23	45

S. N.	Name of CDC	Physical Infrastructure & Trainings										Others						
		DW/Km	Number of Taps	Toilets	Showers	Bridge	Trail Improvement/Km	Literacy class	Kitchen garden	Plumber training	Dwv maintenance tools	Electricity support	Health camp	First Aid Box	School furniture/Sets	Flood Protection	SSHP	temple/compa renno vation
1	Ratomate	4	10	36	2		0,5	34	6	1	1		2				1	
2	Malepu	3,3	11	68	9		2	34	6	1	1		2				1	
3	Gumukhola	1,4	6	47	3		3		6	1	1		2				1	
4	Singati	8,1	30	87	18		3		8	1	1		2			1	1	1
5	Suridhovan	4,5	13	46	4	2	1,8		6	1	1		2				1	
6	Manthali	1,3	3	38		3	1,8	42	6	1	1	1	2	1	9		1	
7	Jagat	3,2	12	55	4	2	3	37	6	1	1		4	1	10	1	1	
8	Gongerkhola	8,5	24	60		3	4,5	49	6	1	1		2	1	20		1	
9	Simigaon	0,5	2	31	1	4	3	40	6	1	1	1	2	1		1	1	
10	Beding	1,5	1	53		2	6	39	1		1						1	
11	Orang	5,5	19	48	1	1	2,5		6	1	1		2		30		1	
12	Yarsa	3,7	7	71		1	3	35	6	1	1		2			1	1	
13	Bulung	5	19	95	8		2,5		6	1	1		2				1	
14	Laduk	5,9	31	68	6		3,5		6	1	1		2				1	
15	Chilankha	1,5	3	63	7	1	6		6	1	1		28			1	1	
16	Loting	7,2	35	63	1	1	5,5		6	1	1		42				1	
17	Gaglate	7,3	75	75	2	5	4	63	6	1	1		88	1			1	
18	Bigu	3,2	36	64	5		4		6	1	1		2				1	
19	Dolangsa	2	5	62	2	2	2,5		8	1	1		2			1	1	1
20	Karthali	7,5	72	83	2	1	3		10	1	1		2			1	1	
Total		85	414	1213	75	28	65,1	373	123	19	20	2	192	5	69	7	20	2

CDC: Community Development Cooperative
 DW: Drinking Water System in km

School sanitation program: Two years program in Schools and CDC on Sanitation & environmental awareness.

DEP Class Development Education Program (6month)

SSHP: School Sanitation Hygiene Program

LMT: Lodge Management Training

KG Study tour: Kitchen Garden Study Tour

Quelle: Projektinterne Erhebungen, Village profiles und Jahresberichte

Übersicht 3

MATRIX OF PROJECT LOGIC (Project completion plan for 2005/06)

Rolwaling Eco Tourism Development Project (RETP),

Dolakha and Sindhupalchok District, Nepal

Overall objectives	Intervention logic	Objectively verifiable indicators	Sources of verification	Assumptions
Develop the entire area as a tourism destination	Completed infrastructure and awareness trainings	20 registered and well functioning CDCs	Documentation of monitoring and evaluation	Project activities need to be completed by end of 2006.
Project purpose		Number of activities implemented in project area.	On site observation, monitoring report and photo documentation	Improvement of infrastructure is a precondition for future economic growth through tourism.
1.	Non-tourism technical infrastructure			
Improve living standards for locals by developed infrastructure.	1.1 Drinking Water supply systems <ul style="list-style-type: none"> • Singati • Simgaon • Orang • Chhetchhet 	15 tap stands, 2.5 km pipeline distribution, 1 reservoir tank, 2 in tanks 55 tap stands, 5.5 km pipeline distribution, 2 reservoir tanks, 2 in tanks 9 tap stands, 2.2 km pipeline distribution, 3 reservoir tanks, 2 in tanks 7 tap stands, 3.5 km pipeline distribution, 2 reservoir tanks, 2 in tanks	on site inspection & photo documentation on site inspection & photo documentation on site inspection & photo documentation on site inspection & photo documentation	Local contribution in all the activities is essential and obligatory.
Preserve cultural tradition and local architecture	1.2 Bridge and Trail improvement <ul style="list-style-type: none"> • Simigaon • Singati • Chhetchhet • Dolangsa • Bridge in Loting, Dorungkhola 	3km trail repaired 3 km trail repaired 2 km trail repaired 3 km trail repaired 2 bridges built	on site inspection & photo documentation	
	1.3 Support for renovation of Gumpa and monasteries <ul style="list-style-type: none"> • Singati • Thadi • Sangba 	1 renovated temple 1 renovated temple 1 renovated gumpa	on site inspection & photo document. on site inspection & photo document.	Religion sites as tourist attraction will have the improvement with support
	1.4 Community health clinic in Singati	1 health clinic established in CDC area	photo document. & site observation	
Reduce dependency on fuel and firewood	1.5 Electrical support <ul style="list-style-type: none"> • Loting 	20 electric poles supported for electricity facility		
	1.6 Toilets in CDCs	100 toilets built CDC area		Additional toilets support for new houses of CDC
	1.7 Solar support in CDCs <ul style="list-style-type: none"> • Yarsa 	20 households (HH) equipped with solar light 20 HH equipped with solar light		Model base lighting system will motivate

	<ul style="list-style-type: none"> • Laduk • Chilankha • Bigu • Simigaon • Gongorkhola 	<p>20 HH equipped with solar light</p> <p>20 HH equipped with solar light</p> <p>20 HH equipped with solar light</p> <p>20 HH equipped with solar light</p>		others to have the solar system
2.	Tourism infrastructure			
Improve tourism infrastructure as a prerequisite for income generation	<p>2.1 Eco-lodges:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bigu and Gongorkhola (completion) • Complete lodges: Karthli, Orang, Laduk • Dolangsa and Loting (completion) • Laduk and Orang (completion) • Karthali (completion) • Simigaon (completion) <p>2.2 Camp sites</p> <ul style="list-style-type: none"> • Camp sites update • Compound wall in Ratomate, Gumukhola, Singati, Suridovan, Yarsa <p>2.3 Tourism information centres</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dolakha, Barabise 	<p>furnished 2 lodges</p> <p>completed 3 lodges</p> <p>furnished 2 lodges</p> <p>furnished 2 lodges</p> <p>furnished 1 lodge</p> <p>furnished 1 lodge</p> <p>14 campsites completed</p> <p>5 compound walls in campsites</p> <p>centres equipped and operated</p> <p>Adaptation of two buildings</p>	<p>photo documentation & site observation</p> <p>photo documentation & site observation</p> <p>photo document. & site observation</p>	<p>Infrastructure of tourism will be generating income for reducing poverty. These types of infrastructure are prerequisites.</p> <p>Entry points for trekkers to provide information</p>
3.	Tourism related activities			
Build capacity among the local people to manage tourism properly.	<p>3.1 Lodge management training</p> <p>3.2 Cook training</p> <p>3.3 Porter guide training</p> <p>3.4 Basic tourism management to CDCs</p> <p>3.5 Basic awareness training (20 classes) to the members</p> <p>3.6 Survey to enlarge tourism destination Bulung,(Thobodanda), Lapchikyang range, Kharekhola valley</p>	<p>200 persons trained 10 in each CDC</p> <p>100 pers trained 5 in each CDC</p> <p>140 persons trained in the area</p> <p>200 pers trained 10 in each CDC</p> <p>500 persons trained in the area</p> <p>3 new sites discovered</p>	<p>attendance reports</p> <p>reporting and photo documentation</p> <p>report and documentation</p>	<p>Enhancement of existing skills and knowledge of all involved members is essential for better service as well as self-sustaining existence.</p> <p>Number of days of tourists staying in the area will extend.</p>
4.	Institution &Community building activities			
Establish self-sustaining local organizations in the area in order to manage future activities properly	<p>1.1. Developing documents for AGCDC (Association of Gaurishankar Community Development Co-operative Ltd.)</p> <ul style="list-style-type: none"> • AGCDC constitution • lodge management • campsite management • working and sub committee guideline <p>1.2. Foundation AGCDC</p>	<p>Draft Document compilation: rules, regulations operating guidelines, etc.</p> <p>Attendance of CDC</p>	<p>4 Planning documents</p> <p>G.A. report on assembly/ copy of minutes from AGCDC assembly</p> <p>Report of AGCDC and</p>	<p>Rules and regulations with plan implementation strategies are fundamental for institutionalisation.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> consultative meeting of leaders (5 days) conduction of general assembly formation of registration team of AGCDC <p>1.3. Registration of umbrella organization (AGCDC)</p> <p>1.4. Advisory tour to CDCs</p> <p>1.5. CDC yearly planning workshop</p> <p>1.6. selection of CDC representative</p> <p>1.7. official handover of all buildings. etc. to CDC chairpersons</p> <p>4.7 Trainings & workshop to enable the AGCDC functioning</p> <p>4.7.1. Leadership training</p> <p>4.7.2. Cooperative Account workshop</p> <p>4.7.3. Conservation & environmental classes (20 classes)</p> <p>4.7.4. Cooperative education classes 2 CDC members</p> <p>4.8 4 Study tours for CDC leaders</p> <p>4.9 formation of sub-committees and working committees in AGCDC level</p> <ul style="list-style-type: none"> Porter guide association founded Campsite mgmt. committee, lodge management committee established <p>4.10 financial support to the CDCs</p> <ul style="list-style-type: none"> dumping pits construction administration support 	<p>representatives (60 members) 85 CDC leaders and members Contact office of AGCDC established, Official approved certificate and constitution document of AGCDC a team comprised of staff and AGCDC leaders 20 workshop in CDCs 1 from each CDC 20 representatives for AGCDC</p> <p>Inclusion in all CDC documents</p> <p>60 participants trained in 20 CDCs 75 leaders from all concerned CDCs 500 members trained</p> <p>100 members participated</p> <p>4 committees for particular fields</p> <p>40 dumping sites constructed, 20 CDCs established offices</p>	<p>documents/ certificates Report from AGCDC/ RETP progress report Progress report of team</p> <p>AGCDC with list of members of CDC training report and visuals/ certificates</p> <p>progress report of AGCDC with list of trained members monitoring reports</p> <p>Input documents of RETP</p> <p>monitoring reports of RETP and AGCDC signed papers, photo documentation</p>	<p>Registration of cooperatives is required by the Nepali government. Once registered, the AGCDC can act as a legal entity.</p> <p>Enhancement of existing skills and knowledge of all involved members is essential by trainings and study tour</p> <p>Sub-committees or working committees important in order to ensure professional development of tourist services To initiate and motivate CDCs for successful involvement in the tourism marketing.</p>
5.	Ecological Resource management			
Ensure environmental sustainability in the area by upgrading agricultural techniques.	<ul style="list-style-type: none"> Plantation for bioengineering in hazardous area in Yarsa, Chilankha, Singati, Krathali. Implementing and follow up kitchen garden in CDCs and trained locals. Set up model plot and train the local for 	<p>4 nurseries established</p> <p>20 kitchen garden models and 20 trained locals in the area</p> <p>1 horticulture nursery establish and people trained</p>	<p>site observation and reporting, photo documentation</p> <p>properly managed kitchen garden, organic technique site observation</p>	<p>Enabling locals to protect biodiversity as well as availability of vegetables and fruits.</p>

	horticulture in Bulung			
6.	Education and training			
Enhance locals' skill and increase women empowerment.	<ul style="list-style-type: none"> • First Aid training • Kit boxes in CDC buildings • Adult literacy classes: Yarsa, Orang, simigaon, Karthali, Loting, Chilankha, Bulung, Laduk, Suridovan, Manthali, Beding, Gongerkhola, Thadi, Deulang, Gagalate • English classes: teacher training and basic, advance training • Plumber training and maintenance support Gender sensitisation activities <ul style="list-style-type: none"> • Women leadership training • Women income generation training: weaving Radi, Pakhi, poultry farming, • Women empowerment training and workshop 	<p>28 participants 14 operational first aid clinics in CDC's office</p> <p>20 trained teachers and 300 literate in 15 CDCs</p> <p>20 teachers, 500 participants in 20 classes</p> <p>40 plumbers in 20 DW maintenance committee</p> <p>60 leaders in 20 CDCs</p> <p>200 trained women's in 20 CDCs</p> <p>40 leaders in 20 CDCs</p>	<p>reporting and training profile</p> <p>reporting and training profile</p> <p>reporting and training profile</p> <p>reporting and training profile</p> <p>"</p>	Education is the tool to build up self-confidence and skill.
7.	Sanitation, Basic Health and Environmental School Programme			
Reduce mother/ child mortality rate, reduce diseases and increase awareness in hygiene and sanitation in the area.	<p>7.1 Conduct consultative meeting of (20 headmasters) project information to all CDCs</p> <p>7.2 update Sub committee & Nature Club</p> <p>7.3 Advisory tour to schools</p> <p>7.4 selection of leading teacher</p> <p><u>7.5 Trainings & workshop in the 20 schools</u></p> <p>7.5.1 school yearly planning workshop</p> <p>7.5.2 first aid training</p> <p>7.5.3 waste management training</p> <p>7.5.4 personal health care coaching</p> <p><u>7.6 Financial and technical support</u></p> <p>7.6.1 support for promotional activities: hand washing, nail cutting, toilet cleanup weekly, rally and pestering</p> <p>7.6.2 Support for DW improvement</p> <p>7.6.3 technical and financial assistance for toilets and showers</p>	<p>20 Head master meeting number of contact</p> <p>20 SSHP sub committees and clubs updated 11 members' steering committee 20 leaders teachers</p> <p>20 workshops 500 students participated 300 students involved 500 students participated 20 school areas cleaned up</p> <p>Clean drinking water available in schools 20 schools will be provided with toilets and showers</p>	<p>Planning documents SSHP report form school field visit report Official approved plan from school report form school/ site observation</p> <p>site observation and report from school site observation and report</p> <p>"</p>	Upcoming generation will have better hygiene and sanitation behaviour.
8.	Public relation/marketing			

Build up good relations to carry out the planned activities in the area to promote business activities on national, international level.	<ul style="list-style-type: none"> Letters and visits about project information to all CDCs Meetings with consultants, government/non-govt. agencies, tourism entrepreneurs, journalists and others. Coordination meetings with CDCs Regular quarterly CDC news letter Folders / brochures Support for sports and cultural program Press conferences & journalist tours Articles in news paper Presentations Poster for particular occasion. 	<p>Numbers of contract letters.</p> <p>Total number of meetings 6 times in CDCs 2 times from Kathmandu 2 activities in the area</p> <p>3 times in Kathmandu and Charikot 8 times CDC news letter published quarterly</p> <p>Number of seminars and conferences number of published articles in Kathmandu Numbers of posters</p>	<p>Reporting, documentation and relation with other offices and persons.</p> <p>"</p> <p>"</p>	<p>The area and all the people concerned will make good public relations to improve transparency of project activities</p>
9.	Monitoring and Evaluation			
Control of ongoing activities and assessment in order to project activities effectively and efficiently	<ul style="list-style-type: none"> Formal, internal monitoring and evaluation by the staff Internal technical monitoring Follow up of technicians and staff members in the CDCs Final inspection tour External final evaluation. 	<p>Monthly basis according to internal assessment format</p> <p>2 times</p> <p>2 times</p> <p>1 time</p> <p>1 time</p>	<p>Reporting and documentation and relations with other offices and persons.</p> <p>Report and study, terms of reference prepared for final evaluation Evaluation discussed</p>	<p>Every activity will be implemented properly and appropriately.</p>
10.	Promotional Activities			
Place tourism products in the markets.	<ul style="list-style-type: none"> Guide book and map distributed Brochures leaflets etc. available Film, documentaries and slide show organized Promotion of tourism through ICTs, advertising, website, information to down load Route marking Regular cooperation and coordination with concerned communities and govt. & non-govt. agencies at regional, district and national level. Invite tourism entrepreneurs to the project area 	<p>Number of guide books and maps Numbers of brochures leaflets</p> <p>Number of CDs, VCDs etc.</p> <p>Number of presentations and web access</p> <p>Signs and signboards in the area.</p> <p>Numbers of meetings and contacts.</p> <p>Numbers of meetings with entrepreneurs. 2 times conducted promotional</p>	<p>Documentations and reporting.</p>	<p>The area will be promoted as an eco tourism destination.</p>

2. Einheimische und Fremde auf dem Weg zur Nachhaltigkeit

In order for trekking tourism to achieve the maximum positive effect on the local population, the local people must be fully involved in the whole process. This was acknowledged long ago as the basis for successful rural development projects. (Hagen in Höivik/Luger, 2002, S 59)

Die Nutznießer des beschriebenen Projektes sind primär die Bewohner der Täler in der Region aber auch die Natur, denn ökologisch verantwortungsbewusster Tourismus reduziert den Druck auf die Umwelt. In fragilen Landschaften wie den entlegenen Bergregionen des Himalaya oder der Alpen kann sorgfältig geplanter Tourismus daher einen wertvollen Beitrag zur Verbesserung der Lebensbedingungen leisten und darüber hinaus helfen, die Abwanderung der Bevölkerung in die Städte zu verhindern, weil er vor Ort Einkommen schafft. Aber es kommt eben darauf an, welches Tourismuskonzept verwirklicht und wer Nutznießer des touristischen Wirtschaftens wird. Karlheinz Wöhler schreibt zu Recht, dass der Tourismus nur so umweltfreundlich und nachhaltig sein kann, wie es die Gesellschaft bzw. Wirtschaft gerade ist (vgl. Wöhler 2001). Die Entwicklungsgesellschaften des Südens wären somit Lichtjahre von diesem Zustand entfernt und die Industriegesellschaften 300 000 km/Sekunde. Die viel beschworene Nachhaltigkeit eines Projektes muss also gegen existierende illegitime Interessen durchgesetzt werden und setzt auf diese Weise demokratisierende und die Gesellschaft verändernde Akzente. Pro-poor Sustainable Tourism wird daher ehrlicherweise als ein zu erreichender Zustand bzw. als Strategie zur Erreichung bestimmter Ziele bezeichnet, als Prozess, dessen Zielsetzung im Wesentlichen als ökosoziale Konstruktion definiert wird. Der Weg zu diesem angestrebten Ziel bzw. einzelne Maßnahmen können hinsichtlich ihres Beitrags zur Nachhaltigkeit bewertet werden. Die angestrebte symbolische Ganzheitlichkeit als Bild besteht aus einem kompakten Bündel von Maßnahmen, die durch Kontinuität auf dauerhaften Bestand ausgerichtet sind und ökologische, soziale, kulturelle und ökonomische Ziele gleichwertig verfolgen.

Übersicht 4

Das Pentagon der Nachhaltigkeit im Tourismus

- **langfristig möglich** – weil Entwicklung alle Ressourcen schonend betrieben wird
- **kulturell verträglich** – Respekt gegenüber den lokalen Konventionen und Riten, Verzicht auf ausbeutende Kommerzialisierung, Anpassung an ortsübliche Standards
- **sozial ausgewogen** – Nutzen und Nachteile gleichermaßen gestreut, Vermeidung von regionalen Disparitäten, Einheimische sind in die Entscheidungen eingebunden
- **ökologisch tragfähig** – möglichst geringer Druck auf Umwelt, Vermeidung von Schädigung der Biodiversität, Umweltbewusstsein fördern

- **wirtschaftlich sinnvoll und ergiebig** – profitables Geschäft für die lokale bzw. nationale Ökonomie, Schaffung von Einkommen für die einheimische Bevölkerung

Ein durch Tourismus ausgelöstes Wirtschaftswachstum muss nicht notwendiger Weise zu einer Armutsreduzierung führen. Die Pro-poor Ausrichtung verlangt daher die explizite Einhaltung der entwicklungspolitischen Richtung, damit dieses Ziel erreicht werden kann.

Wenngleich die empirische Basis noch gering ist, so geben doch etliche Projekte Anlass zu berechtigtem Optimismus. Studien, die auf der Internetplattform von *Propoortourism.org* in Vollversionen zum download zur Verfügung stehen, zeigen mehr oder weniger klar, dass die Projekte größere oder kleinere Erfolge verbuchen. Ein solcher ist zweifellos die Einbindung des privaten Sektors, weil damit eine breitere Basis für einen Tourismus geschaffen wird, der sich für entwicklungspolitische Ziele engagiert. Hoffnung geben auch die Erfahrungen, die SNV mit Projekt in Laos, Vietnam und Nepal machte (vgl. SNV 2003). Eine viel versprechende Initiative ist das „Tourism for Rural Poverty Alleviation Programme“ (TRPAP) in Nepal. Es handelt sich um eine Gemeinschaftsaktion des Ministeriums für Kultur, Tourismus und zivile Luftfahrt, des Nepal Tourism Board (der nationalen Tourismusmarketing Organisation) sowie der Entwicklungsorganisationen UNDP, DFID und SNV. Sie startete 2001 und die ersten Ergebnisse aus den fünf Projektregionen zeigen erkennbare Fortschritte im Prozess nachhaltigen Wirtschaftens. Auch dieses Projekt wird durch die bürgerkriegsähnlichen Zustände immer wieder beeinträchtigt, dennoch konnte die Planung und Implementierung in Zusammenarbeit mit den staatlichen Stellen diesen Prozess stimulieren (vgl. Hummel 2004).

Propoor-Tourismus trägt wesentlich zur Erreichung von drei Millenniums-Zielen bei: Ziel 1 – Reduzierung extremer Armut (durch Schaffung dezentraler Arbeitsplätze und Einkommen), Ziel 3 – Stärkung der Frauen und Geschlechtergerechtigkeit (durch verstärkter Einbeziehung von Frauen in den Tourismus, Förderung und Kreditvergabe für Kleinunternehmen) und schließlich Ziel 7 – Schutz der Umwelt (Stärkung von Umweltbewusstsein, gibt Anreize, um die Umwelt zu schonen und schafft Einkommen, ohne den Bergwald weiter zu zerstören).

Dilys Roe et. al. (2004, S 12 ff) kommen in ihrer Bewertungsanalyse mehrerer Projekte zu dem Ergebnis, dass der Tourismus tatsächlich zum Motor für Entwicklungsprozesse werden kann, weil er über eine Reihe von Vorteilen verfügt. Folgende Punkte sind entscheidend:

- Im Tourismus kommen die Konsumenten zum Produkt, es entstehen dadurch Marktchancen für weitere Güter wie Souvenirs oder Handwerksartikel und Dienstleistungen, somit Einkommensquellen für Einheimische.
- Landwirtschaft und Fischerei lassen sich mit dem Tourismus gut verbinden, ebenso das Transportwesen, wodurch Synergien entstehen.
- In Bergregionen bieten sich den Bergbauern neben der Landwirtschaft zusätzliche Einkommen durch spezielle Vorzüge der Region (Kultur, Tierwelt, Landschaft).
- Tourismus ist eine arbeitsintensive Branche, besonders relevant in Regionen mit hoher Arbeitslosigkeit, denn damit entstehen Möglichkeiten für viele Menschen.
- Der Anteil an Frauen ist im Tourismus höher als in vielen anderen Wirtschaftssektoren.
- Tourismus ist eine der wenigen Branchen in rohstoffarmen Ländern und benötigt im Vergleich zur Industrie einen relativ geringen Mitteleinsatz. Er baut auf den Ressourcen Natur und Kultur auf, zwei von wenigen Rohstoffen, die die armen Länder haben.
- Die Infrastruktur für Tourismusentwicklung wie Straßen, Elektrizität, Kommunikation, sauberes Wasser usw. kommt genau so gut den Einheimischen zugute.
- Tourismus kommt in verschiedenen Formen vor und kommt daher für viele Länder in Frage, je nach dem was sie anzubieten haben (Berge, Meer, Kultur, Spiritualität, sportliche Herausforderung etc.).
- Politische Instabilität und andere Sicherheitsrisiken machen den Ferntourismus anfällig. Heimischer Tourismus und das Standbein Landwirtschaft geben mehr Flexibilität, puffern starke saisonale Schwankungen und machen weniger abhängig.

Resümierend betrachtet sind es somit die ökonomischen Vorteile, die Qualität der Ausbildungsmaßnahmen, die Aktivitäten zum Schutz und bewahrender Nutzung der Natur und der Umwelt, das Management und die abgestimmte Planung, die verstärkte Einbindung der lokalen Bevölkerung sowie die Zusammenarbeit mit dem privaten Sektor, die darüber entscheiden, ob die Entwicklungsziele eines Propoor-Tourismusprojekts erreicht werden. Aber alle Anstrengungen sind vergebens, wenn nicht die besonders negativen Aspekte des Tourismus (v. a. externer Einfluss durch private ökonomische Interessen, Delegation ökologische Folgekosten von Erschließungen an die Armen, soziale und kulturelle Ausbeutung, starke wirtschaftliche Abhängigkeit von touristischer Monokultur, keine Eindämmung des leakage-Effekts, mangelnde bzw. falsche nationale Tourismuspolitik etc.) ausgeschaltet oder wenigstens auf ein erträgliches Maß reduziert werden.

Auf einem Plateau oberhalb des Dorfes Simigaon schichten die Bewohner Stein auf Stein für ein neues Gästehaus. Von hier sollen einmal erschöpfte Trekker einen herrlichen Ausblick hinunter auf das grüne Tal mit dem schäumenden Bhote Kosi, dem „Fluss der aus Tibet kommt“. Unmittelbar hinter dem Dorf türmen sich die steilen Eisflanken des Gauri Shankar fünftausend Meter in den Himmel, bis hinauf zum Doppelgipfel, der den Gottheiten Shiva und Parvati vorbehalten ist. Einige hundert Trekker pro Jahr reichen schon aus, um hier, in den abgeschiedenen Dörfern am Eingang zum Rolwaling Tal, ein bitter nötiges Zusatzeinkommen zu garantieren. Es hilft hungrige Bäuche zu stopfen oder auch dem jüngsten Mädchen in der Familie den Schulbesuch zu ermöglichen. „Wir wollen einen bescheidenen Tourismus aufbauen“, sagt Thundu, „den Fremden unsere Berge, unsere Gompa und unsere Tänze zeigen. Und mit den Einnahmen können wir unsere Häuser ausbauen, das Dach der Schule bezahlen und den Weg zu uns herauf wieder reparieren, der von der Steinlawine im letzten Monsun total zerstört wurde.“ Es geht um den langfristigen Nutzen für alle Beteiligten, Einheimische wie Touristen, um ökonomische wie ökologische Sinnhaftigkeit. Auf diese Weise könnte der Tourismus einen substanziellen Beitrag zur positiven Modernisierung leisten, einer Entwicklung, die dem Rhythmus der Dörfer des Himalaya entspricht und den Besuchern die Möglichkeit bietet, dem Himalaya auch menschlich etwas näher zu rücken.

Bibliographie

- Acharya, Madhu Raman: Nepal – Culture Shift! Reinventing Culture in the Himalayan Kingdom. New Delhi 2002.
- Baumgartner, Christian: Nachhaltigkeit im Tourismus als regionale Herausforderung – weltweit. in: Luger/Baumgartner/Wöhler, 2004, S 89-106.
- Baumgartner, Ruedi: Trekking und Entwicklung im Himalaya. Zürich 1980.
- Bajracharya, Siddhartha: The Annapurna Conservation Area Project. In: East/Luger/Inmann, 1998, S 243-254.
- Bätzing, Werner: Der Stellenwert des Tourismus in den Alpen und seine Bedeutung für eine nachhaltige Entwicklung des Alpenraumes. In: Luger/Rest, 2002, S 175-196.
- Benedikter, Thomas: Krieg im Himalaya. Hintergründe des Maoistenaufstandes in Nepal. Eine politische Landeskunde. Münster-Hamburg-London 2003.
- Beyer, Matthias: Partizipation als Herausforderung für Tourismusprojekte in der Entwicklungszusammenarbeit. Schriftenreihe für Tourismus und Entwicklung, Ammerland 2003.
- Dixit, Kanak Mani: Shangri la no more, Shangri la still. In: Himal-South Asia, Heft 12, Dezember 2001, S 10-11.
- Dixit, Kanak Mani: Tourism and Development. The Journalist as a Critical Observer. in: East/Luger/Inmann, 1998, S 147-156.
- East, Patricia/Susan Höivik/Max Petrik/Sara Shneiderman/Mark Turin: The Gauri Shankar Trekking Area (including Rolwaling). A cultural tour book. Kathmandu 2003.
- East, Patricia/Kurt Luger/Karin Inmann (Eds.): Sustainability in Mountain Tourism. Perspectives for the Himalayan Countries. New Delhi-Innsbruck 1998.
- Fennell, David/David Weaver: The Ecotourism Concept and Tourism-Conservation Symbiosis. In: Journal of Sustainable Tourism, Vol. 13, No. 4 (2005), S 373-390.
- Goodwin, Harold/Ivan Kent/Kim Parker/Matt Walpole: Tourism, Conservation and Sustainable Development. Case Studies from Asia and Africa. IIED Wildlife and Development Series No 12 (1998).
- Gruber, Gerald: Vater Himmel und Mutter Erde. Modernisierung, Tourismus und Entwicklung im Himalaya. in: Luger/Inmann, 1995, S 173-203.
- Gurung, Harka: Sustainability and Development in Mountain Tourism. in: East/Luger/Inmann, 1998, S 29-46.
- Gurung, Jeannette (Ed.) Searching for Women's Voices in the Hindu Kush-Himalayas. Published by the International Centre for Integrated Mountain Development, Kathmandu 1999.

Gyawali, Dipak: Challenge of Mountain Economy. Managing Marginality or Risk Resilience. in: Luger/Inmann, 1995, S 223-238.

Hardy, Anne/Robert Beeton/Leonie Pearson: Sustainable Tourism – An Overview of the Concept and its Position in Relation to Conceptualisations of Tourism. in: Journal of Sustainable Tourism, Vol. 10/No 6 (2002), S 475-496.

Hall, Michael/Alan Lew (Ed.): Sustainable Tourism. A Geographical Perspective. Essex 1998.

Höivik, Susan/Luger, Kurt (Eds.): Ten years and beyond. Kathmandu 2002.

Hummel, John: Pro-poor sustainable Tourism. in: Luger/Baumgartner/Wöhler, 2004, S 123-146.

IIED (International Institute for Environment and Development): Pro-poor Tourism – Harnessing the World's Largest Industry for the World's Poor. Newsletter May 2001.

Inmann, Karin/Kurt Luger: Tourism and Village Development. The Eco Himal Strategy for Sustainable Tourism. in: East/Luger/Inmann, 1998, S 289-312.

Laws, Sophie/Caroline Harper/Rachel Marcus: Research for Development. London 2003.

Liu, Zhenhua: Sustainable Tourism Development – A Critique. in: Journal of Sustainable Tourisms, Vol 11/No 6 (2003), S 459-475.

Luger, Kurt/Karin Inmann (Hg.): Verreiste Berge. Kultur und Tourismus im Hochgebirge. Innsbruck 1995.

Luger, Kurt: Kids of Khumbu. Sherpa Youth on the Modernity Trail. Kathmandu 2000.

Luger, Kurt/Franz Rest (Hg.): Der Alpentourismus. Entwicklungspotenziale im Spannungsfeld von Kultur, Ökonomie und Ökologie. Innsbruck 2002.

Luger, Kurt: Im Rhythmus der Himalayadörfer. Entwicklungspolitische Praxis und interkultureller Diskurs in der globalen Herausforderung. in: Faschingeder, Gerald/Franz Kolland/Franz Wimmer (Hg.): Kultur als umkämpftes Terrain. Paradigmenwechsel in der Entwicklungspolitik. Wien 2003. S 187-214.

Luger, Kurt/Christian Baumgartner/Karlheinz Wöhler (Hg.): Ferntourismus wohin? Der globale Tourismus erobert den Horizont. Innsbruck-Wien 2004.

Luger, Kurt/Martin Weichbold: Auf der Suche nach dem Ort des ewigen Glücks. Reisemotive und Reiseerfahrungen von Himalaya-Touristen. in: Luger/Baumgartner/Wöhler, 2004, S 395-416.

Middleton, Victor/Rebecca Hawkins: Sustainable Tourism. A Marketing Perspective. Oxford 1998.

Panday, Devendra Raj: Nepal's Failed Development. Reflections on the Mission and the Maladies. Kathmandu 1999.

Nepal, Sanjay: Tourism and the Environment. Perspectives from the Nepal Himalaya. Kathmandu-Innsbruck 2003.

Rachbauer, Dieter: Participation and Development. In: Domroes, Manfred (Ed.): Translating Development. The Case of Nepal. New Delhi 2003. S 133-141.

Rauschelbach, Burghard/Annette Schäfer/Birgit Steck (Hg.): Kooperieren für Nachhaltigen Tourismus. GTZ-Heidelberg 2002.

Rao, Nina: India's Mountain Women kept in the Background. in East/Luger/Inmann, 1998, S 167-178.

Roe, Dilys/Caroline Ashley/Sheila Page/Dorothea Meyer: Tourism and the Poor: Analysing and Interpreting Tourism Statistics from a Poverty Perspective. PPT Working Paper No. 16, March 2004. (Download von www.propoortourism.org.uk, 9.11.2005)

Sharma, Pitamber (Ed.): Tourism as Development. Case Studies from the Himalayas. Kathmandu-Innsbruck 2000.

Sharpley, Richard/David Telfer (Ed.): Tourism and Development. Clevedon-Buffalo-Toronto-Sydney 2002.

SNV (Ed.): Sustainable Tourism Development in Nepal, Vietnam and Lao PDR. Den Haag 2003.

Thapa, Deepak: The Maobadi of Nepal. in: Dixit, Kanak Mani/Shastri Ramachandaran (Ed.): State of Nepal. Kathmandu 2002. S 77-118.

Wöhler, Karheinz: Tourismus und Nachhaltigkeit. In: Aus Politik und Zeitgeschichte B47/2001, Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament vom 16.November 2001. S 40-46.

WTO: Guide for Local Authorities on Developing Sustainable Tourism, Madrid 1998.

WTO: Tourism and Poverty Alleviation. Madrid 2002.

Internetquellen

www.propoortourism.org/uk, download 9.11.2005

www.crctourism.com.au, download 11.11.2005

www.ecohimal.org

www.wto.org

www.iied.org

www.snv.org.np

www.worldbank.org

www.icimod.org.np

www.respect.at