

TREKKINGTOURISMUS IM KHUMBU, NEPAL

WANDEL IN REISEMOTIVEN VON TREKKINGTOURISTEN?

VERGLEICHENDE STUDIE 1990 – 2012

TREKKING IN NEPAL´S KHUMBU REGION

CHANGES IN TREKKING TOURISTS´MOTIVATIONS

A COMPARATIVE STUDY 1992-2012

BACHELORARBEIT

GEMÄß § 14 ABS. 1 UND 4 BIS 9 DER ALLGEMEINEN PRÜFUNGSORDNUNG (APO) DER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN - FACHHOCHSCHULE MÜNCHEN VOM 29.01.2008 SOWIE § 10 DER STUDIEN- UND PRÜFUNGSORDNUNG FÜR DEN BACHELORSTUDIENGANG TOURISMUS-MANAGEMENT AN DER HOCHSCHULE FÜR ANGEWANDTE WISSENSCHAFTEN - FACHHOCHSCHULE MÜNCHEN VOM 24.10.2006 IN DERZEIT GÜLTIGER FASSUNG.

VERFASSER: PHILIPP ANDREAS HOLZ

MATR.-NUMMER: 02568608

ANSCHRIFT: MURGTALSTRASSE 651
72270 BAIERSBRONN

DOZENT: PROF. DR. PATRICIA EAST

THEMA ERHALTEN AM: 15.06.2012

ABGABE AM: 15.09.2012

MÜNCHEN, SEPTEMBER 2012

Kurzfassung

Die vorliegende Bachelorarbeit beschäftigt sich mit der Thematik Trekkingtourismus und dem möglichen Wandel von Reisemotiven der Trekkingtouristen in der Khumbu Region in Nepal. Hierbei dient die Untersuchung von Dieter Hauck aus den 90er Jahren als Grundlage und wird mit aktuellen Daten aus eigener Befragung, sowie aktueller Literatur verglichen. Das Ziel ist es, die Reisemotive sowie die Entwicklung der Region zu vergleichen und die möglichen Veränderungen aus den letzten zwanzig Jahren aufzuzeigen.

Schlagwörter: Nepal, Khumbu, Trekkingtourismus, Reisemotive, Wandel

Abstract

The following bachelor thesis concerns itself with the theme trekking tourism and changes in the trekkers' motivation in the Khumbu region Nepal. It is a comparative study based on study from Dieter Hauck published in the 90th and it is compared with a survey from 2012 and newer literature. The aim is to show possible changes in the trekkers' motivation in the last twenty years.

Keywords: Nepal, Khumbu, trekking tourism, trekkers' motivation, changes

Inhaltsverzeichnis

Kurzfassung	I
Abstract	I
Inhaltsverzeichnis	II
Abbildungsverzeichnis	IV
Tabellenverzeichnis.....	IV
Abkürzungsverzeichnis.....	V
Vorwort.....	VI
1. Einleitung	1
2. Problemstellung und Methodik.....	2
2.1 Problemstellung	2
2.2 Methodik.....	3
3. Trekkingtourismus im Khumbu, Nepal	4
3.1 Definition Trekkingtourismus	4
3.2 Trekkingtourismus in Nepal: Ein Überblick	5
3.2.1 Anzahl der Trekkingtouristen.....	5
3.2.2 Trekkingregionen.....	7
3.3 Trekkingtourismus im Khumbu.....	9
3.3.1 Der Khumbu.....	9
3.3.2 Entwicklung des Trekkingtourismus im Khumbu.....	13
3.4 Trekkingtouristen Herkunft und Art des Trekkings.....	17
3.4.1 Herkunft der Trekkingtouristen.....	18
3.4.2 Art des Trekkings.....	19
4. Reisemotive von Trekkingtouristen im Khumbu	25
4.1 Definition Reisemotive	25
4.2 Reise- und Routenplanung der Trekkingtouristen.....	26
4.3 Motive, Erwartungen und Erfahrungen der Trekkingtouristen.....	31
4.3.1 Motive der Trekkingtouristen	32
4.3.2 Erwartungen und Erfahrungen der Trekkingtouristen.....	41
4.4 Trekkingtouristen aus Sicht der Bevölkerung.....	43
5. Aussichten des Trekkingtourismus	46

6. Fazit.....	49
Anhang.....	51
Literaturverzeichnis.....	65

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Anzahl Trekkingtouristen in %, Stand 2010.....	7
Abbildung 2: Karte Nepal mit Khumbu Region.....	10
Abbildung 3: STOL-Maschine Airport Lukla	11
Abbildung 4: Karte Khumbu mit Nr. der Täler	13
Abbildung 5: Anzahl Trekkingtouristen im National Park 1990 - 2011	15
Abbildung 6: Trekkingtouristen nach Herkunft im Khumbu	18
Abbildung 7: Motive der Trekkingtouristen	32
Abbildung 8: Warum kommen die Trekkingtouristen aus Sicht der Lodgebetreiber	44
Abbildung 9: Motive Trekkingtouristen.....	47
Abbildung 10: E-Mail TAAN	61
Abbildung 11: E-Mail von welcome Nepal.....	62
Abbildung 12: E-Mail Lodges SNP.....	63

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Veränderung Trekkingtouristen 1990 und 2010	6
Tabelle 2: Historischer Überblick der Khumbu Region.....	14
Tabelle 3: Ausgaben der Trekkingtouristen	23
Tabelle 4: Anzahl der Trekkingtouren	27
Tabelle 5: Erfahrung der Trekkingtouristen.....	29
Tabelle 6: Informationsquellen der Trekkingtouristen	31
Tabelle 7: Lebensbedingungen der Bevölkerung	34
Tabelle 8: Nutzung Träger und Guides Motivgruppe Bergsteiger	36
Tabelle 9: Alter der Motivgruppe Bergsteigen	36
Tabelle 10: Reisehäufigkeit der Motivgruppe Bergsteigen.....	37
Tabelle 11: Altersgruppe Motiv Feel Free	38
Tabelle 12: Trekkingtouristen in Nepal nach Herkunftsländern	52
Tabelle 13: Alter und Art der Trekkingtouristen.....	53
Tabelle 14: Anzahl der Übernachtungen im Zelt	54
Tabelle 15: Anzahl der Übernachtungen in Lodges.....	54
Tabelle 16: Bereiste Regionen	55
Tabelle 17: Reisegründe Khumbu	56

Abkürzungsverzeichnis

Abb.	= Abbildung
ACA	= Annapurna Conservation Area
DAV	= Deutscher Alpenverein
EBC	= Everest Basecamp
IPPG	= International Porter Protection Group
Mt.	= Mount
NP	= Nationalpark
SARS	= Schweres Akutes Atemwegssyndrom
SNP	= Sargamatha National Park
STOL	= Short Take-off and Landing
TAAN	= Trekking Agencies' Association of Nepal
USP	= Unique Selling Proposition

Vorwort

Die vorliegende Bachelorarbeit entstand im Zeitraum vom 15. Juni bis 15. September 2012 im Rahmen meines Tourismus- Management Studiums an der Hochschule München. Die Idee, meine Bachelorarbeit mit einem Bergsportthema und einer Befragung zu verknüpfen, beschäftigte mich schon länger. Doch wohin und was untersuchen bei den vielen Möglichkeiten? Langsam wurden die Ideen konkreter. Nach meinem Praktikum bei der Firma VAUDE und einem Treffen mit Hannes Künkel von HK Mountain Projects war es klar, Trekking und Hochgebirge sollten im Thema mitspielen. Bei einem ersten Gespräch mit Frau Prof. Dr. East zeigt diese großes Interesse an meinem Themenfeld. So entwickelte sich hieraus die Idee, Reismotive von Trekkingtouristen und deren Wandel zu untersuchen.

Ich möchte an dieser Stelle Frau Prof. Dr. East von der Hochschule München danken, für die Möglichkeit mein Projekt zu verwirklichen. Danken möchte ich auch dem Partner VAUDE, der mich auf der Reise ins Khumbu mit Material unterstützte und natürlich auch Hannes Künkel von HK Mountain Projects für die Kontakte in Nepal und zahlreiche Denkanstöße. Danke auch an alle Teilnehmer der Umfrage, den Lodgbetreibern im Khumbu und meinem Träger und Guide vor Ort.

Ich danke auch meiner Familie, die mich während meines Studiums immer unterstützte und auch ganz besonders allen, die mich auf meiner Nepalreise im Khumbu begleiteten.

1. Einleitung

Der Himalaya, Nepal, der Khumbu- könnte die Abstufung lauten. Wohl kaum ein anderes Land hat auf Bergsteiger und Trekkingtouristen so eine Anziehungskraft wie Nepal. Speziell der Khumbu bietet zahlreiche Geschichten, welches es erzählen könnte. Sei es aus den frühen Jahren, als Expeditionsbergsteigen noch Ländersache war oder aus heutiger Sicht, wo sich Trekkingtouristen nur mit den neuesten Gore-Tex Jacken in den kleinen Flieger nach Lukla setzen.

Was jedoch fast unverändert bleibt sind die Berge in der Region. So sehen Everest und Co. in der heutigen Zeit mehr Touristen als je zuvor, die in die Region und die Höhe vordringen.¹ Warum macht jemand so etwas, fragen sich manche zu Hause gebliebenen. Warum diese Strapazen, trekken in einer Höhe von bis zu über 6.000m, in einem der ärmsten Länder der Welt²?

Mit dieser Frage beschäftigt sich die nachfolgende Arbeit. Sie soll aufzeigen, aus welchen Gründen viele Trekkingtouristen sich auf solch eine Art von Tourismus einlassen und untersucht, ob sich diese Gründe speziell bei den Khumbu- Reisenden im Laufe der Jahrzehnte verändert haben. Zudem wird die Entwicklung der Khumbu Region in den letzten Jahrzehnten aufgezeigt.

¹ Vgl. Abendblatt (2012) Messner: „Schluss mit Massentourismus“, URL: <http://www.abendblatt.de/vermischtes/article2284959/Messner-Schluss-mit-Massentourismus.html> (Zugriff: 05.09.2012)

² Vgl. Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (2012), Nepal, Informationen zum Land, URL: http://www.bmz.de/de/was_wir_machen/laender_regionen/asien/nepal/profil.html (Zugriff: 15.09.2012)

2. Problemstellung und Methodik

In den nachfolgenden Punkten wird auf die Problemstellung der Arbeit sowie auf die Methodik näher eingegangen.

2.1 Problemstellung

Trekking, die Art der Bewegung zu Fuß und eine spezielle Art des Tourismus sowie für viele Menschen auch eine beliebte Form, den Urlaub zu verbringen.³ Sicherlich ist diese Form des Reisens eine besondere, welche aus bestimmten Motiven heraus betrieben wird. Die Form des Trekkingtourismus gibt es seit mehreren Jahrzehnten und zieht immer wieder Touristen in die abgelegenen Regionen der Welt wie beispielsweise die Khumbu Region in Nepal. Die Arbeit beschäftigt sich mit der Frage, warum Touristen seit Jahrzehnten zum trekken in diese Region reisen. Hierbei wird speziell die Thematik der Reisemotive von Trekkingtouristen untersucht. Als Basis dient insbesondere die Studie „Trekkingtourismus in Nepal, Kulturgeographische Auswirkungen entlang der Trekkingrouten im vergleichenden Überblick“ von Dieter HAUCK aus den 1990er Jahren und wird verglichen mit aktuellen Daten aus den letzten Jahren bis 2012. Herauszufinden gilt es insbesondere, ob über die letzten Dekaden ein Wandel in den Motiven der Trekkingtouristen stattfand. In diesem Zusammenhang wird die Entwicklung der Khumbu Region über den gleichen Zeitraum betrachtet.

³ Vgl. Hauck (1996), S. 1f.; vgl. Brockhaus (2000), S. 921

2.2 Methodik

Um den etwaigen Wandel in den Reisemotiven zu untersuchen, bedient sich der Autor verschiedener Methoden. Zum einen wird auf Daten aus bereits bestehenden Studien sowie auf vorhandene offizielle Statistiken zurückgegriffen.

Zum anderen wurden im Rahmen eines mehrwöchigen Aufenthalts in der Khumbu Region Befragungen vor Ort durchgeführt. Es wurden sowohl Trekkingtouristen als auch die Betreiber von Trekkinglodges mit unterschiedlichen Fragebögen befragt.⁴ Die von dem Autor durchgeführte Befragung bezieht sich ausschließlich auf die Region Khumbu, während sich andere zitierte Studien auf das ganze Land beziehen. Im Khumbu wurden auf den drei großen Touren, dem Everest Trek, dem Gokyo Trek und auf dem Weg Richtung Thame, stichprobenartig Befragungen durchgeführt.

Daneben fand die Befragung der Trekkingtouristen auch online statt. Hier wurde mit Hilfe des identischen Fragebogens für Trekkingtouristen auf verschiedenen Internetportalen User befragt, welche bereits in der Region Khumbu auf Trekkingtour waren. Online wurde befragt auf www.trekkingforum.com sowie auf verschiedenen Facebook Fanpages, wie beispielsweise auf den Facebookseiten von Hauser Exkursionen, Vaude, Nepal und HK Mountain Projects. Insgesamt ergab sich somit eine Gesamtzahl von 30 befragten Trekkingtouristen, meist aus dem deutschsprachigen Raum und acht Lodgebetreibern. Die Gesamtzahl erlaubt keinen repräsentativen Blickwinkel, ermöglicht jedoch, Tendenzen aufzuzeigen und abzuleiten. Sofern vorhanden, wurden die Ergebnisse der Befragung mit aktueller Literatur flankiert.

⁴ Vgl. Anhang F: Fragebogen Trekkingtouristen; vgl. Anhang J: Fragebogen Lodgebetreiber

3. Trekkingtourismus im Khumbu, Nepal

Das dritte Kapitel beschäftigt sich mit der Definition des Trekkingtourismus, dem Trekkingtourismus in Nepal allgemein sowie speziell in der Khumbu Region.

3.1 Definition Trekkingtourismus

Der Begriff *Trekking* lässt sich auf das mittelniederdeutsche Wort *Trek* zurückführen⁵ und beschreibt „einen Zug von Menschen, die sich (...) gemeinsam aus ihrer Heimat wegbegeben“.⁶

Somit ist schon von Beginn an ersichtlich, dass es sich bei der Thematik Trekking um eine enge Verbindung mit dem Reisen handelt, in der vorliegenden Arbeit jedoch in rein touristischer Form.

HAUCK verbindet in den 90er Jahren den Begriff Trekking mit aktiven Reisen im außereuropäischen Gebirge.⁷ In der heutigen Zeit wird der Begriff Trekking jedoch häufig weitläufiger verwendet und eher als ein Markenbegriff für eine spezielle Form des Reisens gehandelt, da es auch heute noch bei den Reiseveranstaltern mit *kk* geschrieben wird und nicht wie laut Rechtschreibreform mit *ck*.⁸ Heutzutage gilt Trekking als eine fassettenreiche Reiseart, welche nicht nur im außereuropäischen Gebirge betrieben wird, sondern in einer Gebirgslandschaft im Allgemeinen.⁹

⁵ Vgl. Duden (2012), Wörterbuch Treck, URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Treck> (Zugriff: 02.09.12)

⁶ Duden (2012), Wörterbuch Treck, URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Treck> (Zugriff: 02.09.12)

⁷ Vgl. Hauck (1996), S. 2

⁸ Anmerkung des Autors: Der Autor bedient sich in der nachfolgenden Arbeit auch der Schreibweise mit *kk*.

⁹ Vgl. Schatzl (2008), S. 10

Eins jedoch bleibt immer gleich, es handelt sich immer um die Bewegung zu Fuß, so hat die Aussage von Welsch: „Der Trekker ist der Tourist in den Bergen der Welt.“¹⁰ nach wie vor Bestand.

3.2 Trekkingtourismus in Nepal: Ein Überblick

Nach der Öffnung des Landes für ausländische Touristen Ende der 40er Jahre entwickelte sich der Tourismus stetig¹¹ und ist für Nepal heute eine der wichtigsten Einnahmequellen. Der gesamte Dienstleistungssektor macht in Nepal rund 50% aus,¹² hierzu trägt der Tourismus einen großen Teil bei. So waren es im Jahr 2011 in Nepal insgesamt rund 730.000 Touristen, die das Land besuchten.¹³

3.2.1 Anzahl der Trekkingtouristen

Der in der Arbeit thematisierte Trekkingtourismus macht im Jahr 2011 einen Anteil von ca. 34% an der Gesamtzahl der Touristen aus, dies entspricht rund 248.000 Touristen.¹⁴ In diesem Zusammenhang ist zu beobachten, dass die Anzahl der Personen, die mit dem Wunsch zu trekken nach Nepal reist von der Anzahl der tatsächlichen Trekkingtouristen abweicht. So sind es beispielsweise im Jahr 2010 rund 70.000 Touristen (11,6%), die bei der Anreise *Trekking und Bergsteigen* als Reisegrund angeben¹⁵, tatsächlich sind es jedoch rund 74.000 Touristen, die sich allein

¹⁰ Welsch (1978), S. 5, zitiert n. Schatzl, 2008, S. 10

¹¹ Vgl. Schatzl (2008), S. 120

¹² Vgl. Metz (2011), Wirtschaftshandbuch Asien-Pazifik, URL:
http://www.oav.de/fileadmin/mo/c/wiha/wh_2011_nepal_lang_np.pdf (Zugriff: 15.07.2012)

¹³ Vgl. Nepal Tourism Board (2011), Tourism statistics 2011, S. 5, URL:
http://welcomenepal.com/images/downloads/tourism-statistics_2011.pdf (Zugriff: 05.07.2012)

¹⁴ Vgl. Aussage von CEO G.R. Pant, siehe E-Mail im Anhang G

¹⁵ Vgl. Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 2, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012)

in der Annapurna Region aufhalten und ca. 30.000 Touristen im Khumbu.¹⁶ Sicherlich handelt es sich bei den Zahlen der Touristen in den angegebenen Gebieten nicht ausschließlich um Trekkingtouristen, sondern auch um Touristen, die anderen Natursportarten nachgehen wie beispielsweise Rafting im Annapurna Gebiet oder Pilgern zu den Klöstern.¹⁷ Es kann jedoch davon ausgegangen werden, dass ein Großteil eine Trekkingtour durchführt. Dieses Phänomen erkannte bereits HAUCK wie nachfolgende Tabelle verdeutlicht.¹⁸

Tabelle 1: Veränderung Trekkingtouristen 1990 und 2010¹⁹

Quelle: Eigene Darstellung

Veränderung Trekkingtouristen 1990 und 2010	1990		2010	
	in %	Anzahl	in %	Anzahl
Gesamtzahl der Reisenden in Nepal	254.885		602.867	
Trekking als Reisegrund bei der Einreise	16,0%	40.782	11,6 %	70.218
Tatsächliche ausgegebene Permits	24,0 %	ca. 62.000	20,0 %	ca. 120.000*
Differenz	8,3 %	21.218	8,3 %	49.782
* Hier handelt es sich um die Touristen der besuchten Gebiete aus Abbildung 1 ohne Wildparks				

Es zeigt sich, dass sich bei den zwei Jahren im Vergleich, welche 20 Jahre auseinanderliegen, das prozentuale Verhältnis zwischen den tatsächlich ausgegebenen Permits und dem angegebenen Reisegrund Trekking nicht verändert hat. Dies bedeutet, dass sich immer noch rund 8% der Gesamtreisenden spontan für eine Trekkingtour entscheiden oder für einen Besuch in den vorhandenen Trekkingregionen.

¹⁶ Vgl. Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 62, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012)

¹⁷ Vgl. ebenda, S. 2

¹⁸ Vgl. Hauck (1996), S. 31

¹⁹ Vgl. ebenda; Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 2 und S. 62, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012)

3.2.2 Trekkingregionen

Wie bereits kurz erwähnt gibt es in Nepal mehrere Trekkingregionen, die drei größten darunter sind

- die Annapurna Region
- die Everest Region (Sagarmatha National Park)²⁰
- das Langtang

Insgesamt waren es 2010 rund 120.000 Trekkingtouristen, die sich auf die unten genannten Gebiete wie folgt verteilten:²¹

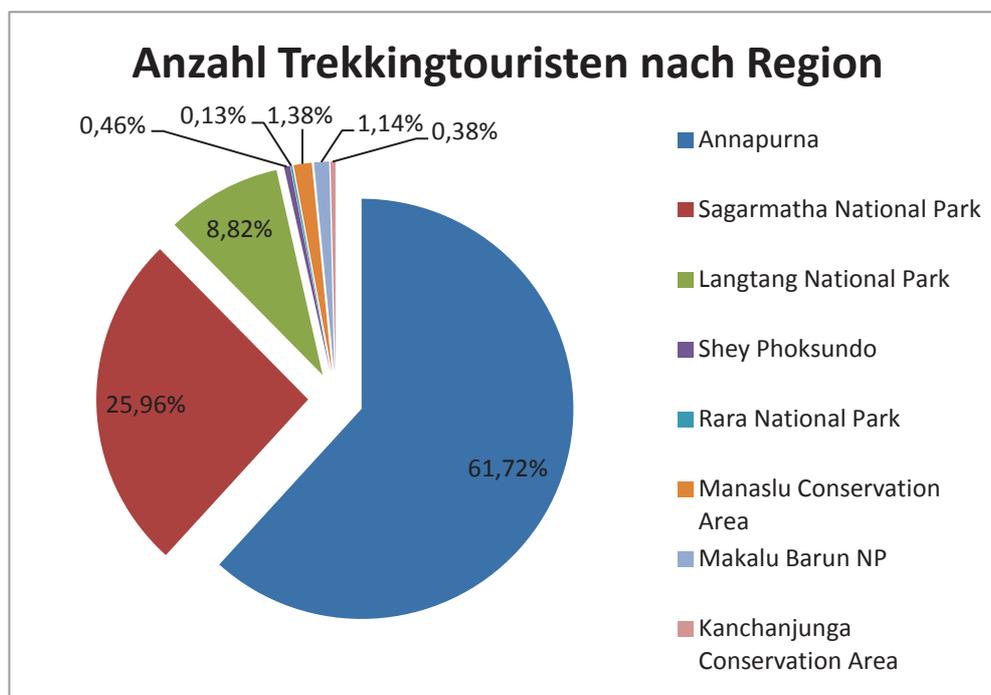


Abbildung 1: Anzahl Trekkingtouristen²² in %, Stand 2010

Quelle: Eigene Darstellung

²⁰ Vgl. Unesco World Heritage Centre, Sagarmatha National Park, URL: <http://whc.unesco.org/en/list/120/> (Zugriff: 15.07.2012)

²¹ Vgl. Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 62, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012)

²² Vgl. ebenda

Es ist deutlich zu sehen, dass die Annapurna Region den größten Anteil mit über 60% ausmacht. Dies liegt mitunter an der guten Erreichbarkeit der Region. So ist der Startpunkt des Annapurna Trek per Bus erreichbar²³ und die Region selbst mit dem Bus oder Flugzeug von Kathmandu aus nach Jomson und Pokhara²⁴. Nicht zuletzt trägt auch Pokhara seinen Teil zur Beliebtheit der Region bei, da die Stadt zu einer der größten des Landes zählt²⁵ und somit auch viele Touristen anzieht und zudem als Ausgangspunkt für zahlreiche Trekkingtouren in der Annapurna Conservation Area (ACA) dient. Desweiteren bietet der Annapurna Trek ein verträglicheres Höhenprofil als beispielsweise Touren im Khumbu und macht es somit auch zu einer für Einsteiger geeigneten Runde rund um das Annapurna Massiv mit 8.000er Blick.

Die drittgrößte Region nach Anzahl der Touristen ist das Langtang Gebiet. Der Langtang Nationalpark liegt nördlich von Kathmandu und im Grenzbereich zu Tibet. Das Langtang zeichnet sich nicht nur durch die Nähe zu Kathmandu aus, sondern auch durch die kürzeren und stellenweise einfacheren Trekkingtouren aufgrund der geringeren Höhe.²⁶

Die zweitgrößte Region nach Anzahl der Trekkingtouristen bildet die Everest Region, der Khumbu, welche nun in Punkt 3.3 detailliert beschrieben wird und ebenfalls wird auf den vor Ort beheimateten Trekkingtourismus näher eingegangen.

²³ Vgl. Bindloss (2009), S. 170f

²⁴ Vgl. ebenda, S. 146ff

²⁵ Vgl. Schatzl (2008), S. 119

²⁶ Bindloss (2009), S. 201

3.3 Trekkingtourismus im Khumbu

Das Kapitel 3.3 bezieht sich speziell auf die Entwicklung des Trekkingtourismus in der Region Khumbu. Die Beschreibung des Khumbu Gebietes dient dazu, einen Überblick über die Hauptregion der Arbeit zu erhalten.

3.3.1 Der Khumbu

Der Khumbu, oft auch als Everest Region bezeichnet, liegt ca. 150 km von Kathmandu entfernt im Nordosten Nepals. Das Gebiet setzt sich aus zwei Regionen zusammen, dem Solu und dem Khumbu, somit lautet die offizielle Bezeichnung der Region Solu-Khumbu. Das Solu bezeichnet den südlichen Teil der Region während der Khumbu den nördlichen Teil bezeichnet und zugleich eine weitere natürliche Grenze zum benachbarten Tibet im Norden darstellt.²⁷ In der vorliegenden Arbeit wird vereinfachend von der Khumbu Region gesprochen, da sich die Befragung der Trekkingtouristen auf diesen Teil der Region bezieht.

²⁷ Vgl. Schatzl (2008), S. 123



Abbildung 2: Karte Nepal mit Khumbu Region

Quelle: http://www.nepalgpsmap.com/media/2010/11/blattschnitt_toponpl.jpg (Zugriff: 11.07.2012)

Das Solu-Khumbu umfasst eine Größe von ca. 3.300 km² und ist Heimat von rund 100.000 Nepali, wovon etwa 10.000 dem Volk der Sherpa angehört.²⁸ In der Region befinden sich vier der vierzehn 8.000er der Welt, darunter der höchste Berg der Welt: der Mount Everest, in der Landessprache Sagarmatha²⁹ genannt. Dieser liegt im gleichnamigen Nationalpark, welcher zu den UNESCO Welterben zählt.³⁰ Diese Einzigartigkeit macht es zu einer wichtigen touristischen Region in Nepal, trotz der teilweise nicht einfachen Anreise. Es gibt nur zwei Möglichkeiten in die Region zu kommen, entweder auf dem Landweg zu Fuß oder mit dem Flugzeug/ Helikopter. Eine Anreise per Bus, wie in den anderen beiden großen Trekkingregionen, ist nicht möglich, da es im Khumbu kein Verkehrsstraßennetz gibt.

²⁸ Vgl. Reid (2003), S. 100, in Schatzl (2008), S. 130; vgl. Luger (2000), S. 24

²⁹ Vgl. Luger (2000), S. 24

³⁰ Vgl. Unesco World Heritage Centre, Sagarmatha National Park, URL: <http://whc.unesco.org/en/list/120/> (Zugriff: 15.07.2012)

Die üblichen Wege, um ins Khumbu zu gelangen sind per Flugzeug von Kathmandu nach Lukla oder zu Fuß in sechs Tagen von Jiri nach Lukla.³¹

Der Flughafen Lukla gehört zu einem der gefährlichsten Flughäfen der Welt. Dies liegt nicht zuletzt an der kurzen Landebahn, welche in einer Schneise gebaut ist, sondern auch an den schwierigen wechselhaften Wetterverhältnissen. Aus diesen Gründen kann der Flughafen nur mit den sogenannten STOL³²-Flugzeugen (Short Take-off and Landing) bedient werden.



Abbildung 3: STOL-Maschine Airport Lukla

Quelle: Eigene Grafik

In der Vergangenheit gab es bereits größere Probleme bei der An- und Abreise mit den STOL- Maschinen, da diese auch aus Sicherheitsgründen nur bei guter Sicht fliegen.

³¹ Vgl. Schatzl (2008), S. 123

³² Vgl. McConnachie (2010), S. 496

So gab es bereits die Situation, dass 2.500 Touristen nicht aus Lukla rausfliegen und natürlich somit auch keine Touristen über den Luftweg nachkommen konnten.³³

Von Lukla aus geht der Weg für den Trekkingtouristen Richtung Namche Bazaar, „Die Sherpahauptstadt“ oder das „Zermatt Nepals“³⁴ wie es von Kurt Luger genannt wurde. Namche Bazaar bildet den Kern im Khumbu und ist Ausgangsort und Ziel der meisten Trekkingtouren. Dies liegt nicht nur an der günstigen Lage der Stadt, sondern es bietet auch den höchsten Standard in der Region, teilweise auf westlichem Niveau. So befindet sich in Namche Bazaar alles nötige wie beispielsweise Banken, Ärzte, Supermärkte, Lodges, Bars, Bäckereien und ein Wochenmarkt (inzwischen freitags und samstags).³⁵ Von Namche Bazaar aus verlaufen die Trekkingtouren Richtung Norden und Westen und lassen sich in sechs Täler aufteilen:³⁶

1. Haupttal Richtung Dingboche
2. Seitental Richtung Everest Basecamp
3. Seitental Richtung Nangpa La (Tibet)
4. Seitental Richtung Gokyo
5. Seitental Richtung Island Peak
6. Seitental ins Rolwaling- Himal über Trashi Lapsta La

³³ Vgl. Die Welt (2011), Reisende stranden auf gefährlichstem Airport der Welt, URL: <http://www.welt.de/vermischtes/weltgeschehen/article13700145/Reisende-stranden-auf-gefaehrlichstem-Airport-der-Welt.html> (Zugriff: 12.07.2012)

³⁴ Luger (2007), S. 51

³⁵ Vgl. Schatzl (2008), S. 123; eigene Beobachtung

³⁶ Vgl. Schatzl (2008), S. 123; Angabe von H. Künkel, HK Mountain Project

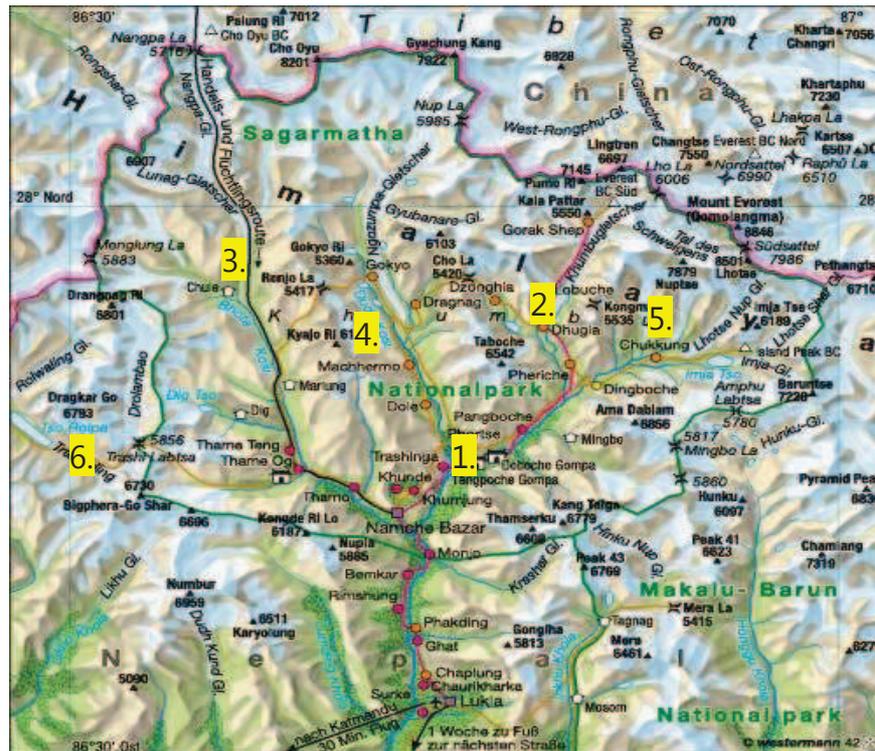


Abbildung 4: Karte Khumbu mit Nr. der Täler

Quelle: http://www.diercke.de/bilder/omeda/501/100751_189_6.jpg (Zugriff: 12.07.2012)

In diesen genannten Tälern spielt sich der Trekkingtourismus im Khumbu ab wie obenstehende Abbildung verdeutlicht.

3.3.2 Entwicklung des Trekkingtourismus im Khumbu

Die Anfänge des Tourismus in der Khumbu Region reichen inzwischen über 60 Jahre zurück. Seither hat sich der Khumbu stetig weiter entwickelt und bietet nun ein umfassendes Angebot an Übernachtungsmöglichkeiten sowie an infrastrukturellen Einrichtungen (siehe Tabelle 2).

Tabelle 2: Historischer Überblick der Khumbu Region³⁷

Quelle: Eigene Darstellung

Historischer Überblick der Khumbu Region	
Jahr	Ereignisse
1949	
1950	Erste Touristen erreichen den Kala Pattar
1952	Erste Expedition zum Mount (Mt.) Everest
1953	Erstbesteigung des Mt. Everest durch Hillary und Norgay
1961	Eröffnung der ersten Schule in Khumjung durch Sir Edmund Hillary
1964	Landepiste in Lukla wird gebaut
1965	Erste kommerzielle Trekkingtour zum Everest Basecamp
1966	Einführung Wochenmarkt in Namche Bazaar
1967	Erster Touristen Shop in Namche Bazaar
1969	Highway nach Lamosangu wird fertig gestellt; Trekking ab hier möglich in die Khumbu Region
1970 - 1975	Erste Sherpa Lodge eröffnet in Namche Bazaar, Everest Hotel wird eröffnet und Flugfeld in Syangboche geht in Betrieb
1976	Gründung des Nationalparks (NP) Sagarmatha, Medical Post in Pheriche wird eingerichtet
1979	Sargamatha NP wird zum UNESCO Welterbe erklärt
1980 -1985	Straße nach Jiri wird ausgebaut, Trekking ab hier möglich
1990 - 1995	Everest Hotel wird wieder eröffnet sowie weitere "Luxus Lodges", Namche Bazaar wächst weiter, mehrere Shops siedeln sich an sowie ein Internet Café. Regierung öffnet den Flugverkehr für private Fluglinien (1992). Ab 1993 Helikopterservice möglich.
1995	Bau eines Wasserkraftwerks in Thame
2000 - 2012	50 Jahre Everest Besteigung, weitere Luxus Lodges werden gebaut, Namche Bazaar wächst, inzwischen gibt es zwei Banken, mehrere Wechselstuben, mehrere Internet Cafés, Bäckereien, zahlreiche Outdoorshops und Krankenhäuser. Im Khumbu werden Porter Shelter eingerichtet von der International Porter Protection Group (IPPG). Tourismuszahlen steigen auf über 30.000 Besucher im Jahr 2010

³⁷ Vgl. Schatzl (2008), S. 127; Hauck (1996), S. 35ff.; vgl. Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 62, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012); vgl. IPPG, Porter Shelters, URL: <http://ippg.net/porter-shelters/> (Zugriff: 07.07.2012); eigene Beobachtung

In der heutigen Zeit entwickelte sich der Trekkingtourismus im Khumbu zu einer sicheren Einnahmequelle für die Bevölkerung.³⁸ Dies ist auch an den steigenden Tourismuszahlen zu erkennen sowie an der zunehmenden Anzahl von Lodges im Nationalpark wie in diesem Punkt noch verdeutlicht wird.

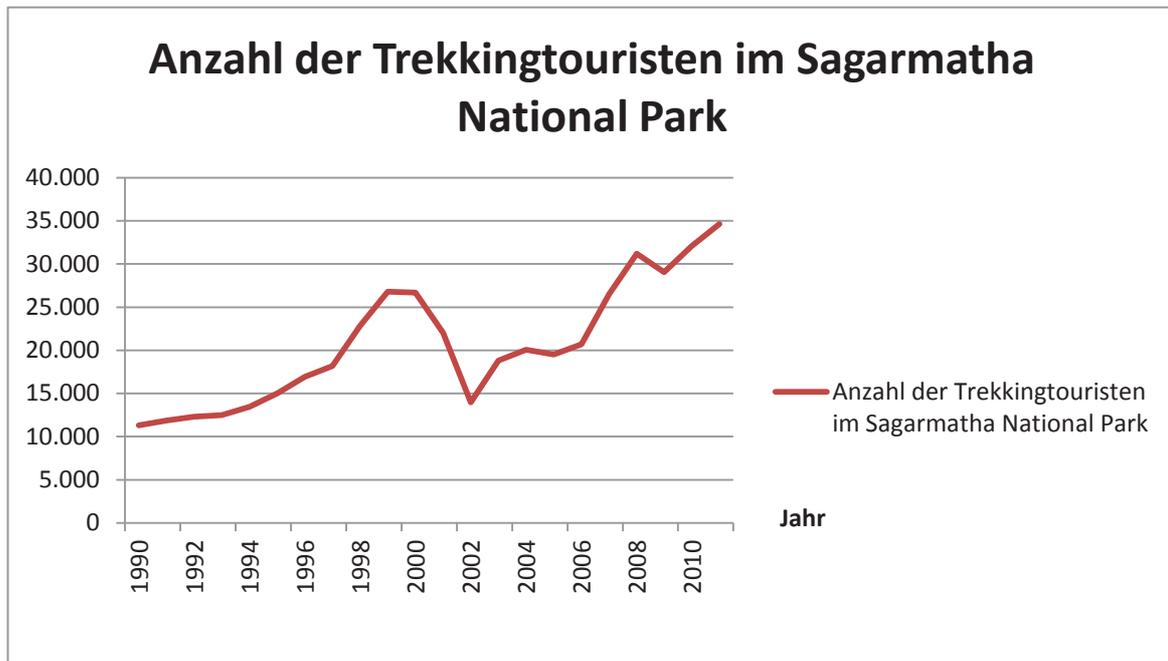


Abbildung 5: Anzahl Trekkingtouristen im National Park 1990 - 2011³⁹

Quelle: Eigene Darstellung

Wie Abbildung 5 zeigt, fand im Sagarmatha National Park ein nahezu stetiges Wachstum bis 2001 statt. Diese Tendenz lässt sich auf ganz Nepal übertragen, so gab es von 1990 bis 2001 ein fast konstantes Wachstum mit ein paar kleineren Einbrüchen.⁴⁰ Der starke Rückgang der Besucherzahlen ab 2001 ist nicht nur auf Unruhen durch maoistische Rebellen sowie die Morde im Königshaus in Nepal zurück zu führen, sondern es handelte sich hier um ein globales Phänomen, da der

³⁸ Aussagen von Lodgebetreibern im Khumbu, persönliches Gespräch März 2012

³⁹ Vgl. Anhang H: E-Mail von Manager Sunil Sharma, Nepal Tourism Board

⁴⁰ Vgl. Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 7, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012)

Welttourismus in diesen Jahren drastisch abnahm.⁴¹ Dies erklärt sich nicht zuletzt durch Ereignisse wie die Anschläge vom 11. September, SARS Epidemien und eine generelle schlechte Konjunkturlage zu dieser Zeit.⁴² Ab 2006 stieg die Zahl der Trekkingtouristen wieder konstant an und erreichte 2008 über 30.000 Trekkingtouristen im Khumbu. Seither bewegt sich die Zahl der Trekkingtouristen im Khumbu jährlich um die 30.000 Personen mit steigender Tendenz.

Durch die Entwicklung der Anzahl der Trekkingtouristen fand ebenfalls eine Entwicklung im Bereich der Trekkinglodges statt. So waren es 1990 auf der gesamten Everest Route 228 Lodges.⁴³ Heute sind es allein im Sargamatha Nationalpark, ab Lukla, bereits 300 Lodges.⁴⁴ Dies verdeutlicht die starke Entwicklung der Anzahl der Lodges, die auch entsprechend nachgefragt werden. So gibt es inzwischen jede Art von Lodge in der Region, von einfach bis hin zu einer Luxus Lodge wie beispielsweise die Yeti Mountain Home Lodge in Namche Bazaar.⁴⁵ Trotz des gestiegenen Übernachtungsangebotes kommt es in der Hauptreisezeit Oktober bis ca. Anfang Dezember oft zu Engpässen auf den Hauptrouten.⁴⁶

Auf Grund der Entwicklung des Trekkingtourismus wurde das Betreiben von Lodges im Khumbu zu einer Haupteinnahmequelle wie einst die Landwirtschaft.⁴⁷

⁴¹ Vgl. Süddeutsche Zeitung (2001), Tourismus- Die Branche nach der Terrorwelle, URL: <http://www.sueddeutsche.de/reise/tourismus-die-branche-nach-der-terrorwelle-1.238358> (Zugriff: 29.07.20012); vgl. Luger (2007), S. 84

⁴² Vgl. Schatzl (2008), S. 120; vgl. Benner et al. (2005), Produktionsanstieg in den Industrieländern setzt sich in mäßigem Tempo fort, S. 2; URL: http://www.ifw-kiel.de/wirtschaftspolitik/konjunkturprognosen/konjunkt/2005/2_05_int.pdf (Zugriff: 29.07.2012)

⁴³ Vgl. Hauck (1996), S. 68 (Hauck sieht die Everest Route von Jiri bis zum Basecamp des Everest siehe Hauck (1996), S. 65)

⁴⁴ Vgl. Anhang I: Garrard al. CDE Lodge survey Khumbu 2011, in prep I

⁴⁵ Vgl. Yeti Mountain Home, URL: <http://www.yetimountainhome.com/ymh-lodges/ymh-namche.html> (Zugriff: 15.09.2012)

⁴⁶ Aussage von Herr Sonam Sherpa Amadablam Garden Lodge März 2012

⁴⁷ Vgl. Hauck (1996), S. 117

So betreiben beispielsweise von den acht befragten Lodgewirten nur noch zwei eine intakte Landwirtschaft.⁴⁸ Dies bedeutet jedoch nicht, dass die Lodgewirte keine Felder mehr besitzen. Häufig wird die vorhandene Landwirtschaft verpachtet, wenn Lodge und Felder in räumlicher Distanz zueinander liegen.⁴⁹ Diese Entwicklung war schon früh vorhersehbar, so erkannte HAUCK bereits 1990 die Verschiebung von traditionellen Erwerbszwecken, wobei 1990 noch ein Großteil der Einwohner im Khumbu Einnahmen durch Landwirtschaft generierte.⁵⁰

Aus heutiger Sicht ist das Betreiben einer Landwirtschaft in den tourismusstarken Regionen als Nebenerwerb zu sehen und dient nicht mehr als Haupteinnahme.⁵¹ In der Befragung des Autors zeigt sich noch eine weitere Veränderung im Lodgebetrieb. So sind es ebenfalls zwei der befragten Betreiber, welche die Lodge nur zur Pacht mieten und im Nebenerwerb als Trekkingguide tätig sind.⁵² In der Studie von HAUCK ist die Form des Lodgebetriebs noch nicht erwähnt, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass diese Form so noch nicht existent war. In diesem Fall ist annähernd ein Modell erkennbar, wie es im Alpenraum üblich ist, bei dem die Hütte / Lodge zur Pacht vergeben wird.⁵³

3.4 Trekkingtouristen Herkunft und Art des Trekkings

Nachdem sich die vorherigen Punkte mit der touristischen Entwicklung Nepals und des Khumbu beschäftigt haben, zeigt der nachfolgende Punkt die Herkunft der Touristen in der Region auf sowie die Art des Trekkings.

⁴⁸ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁴⁹ Vgl. Hauck (1996), S. 122

⁵⁰ Vgl. ebenda, S. 118ff

⁵¹ Vgl. ebenda

⁵² Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁵³ Vgl. Deutscher Alpenverein, Jobs, 2012, URL: <http://www.alpenverein.de/Aktuelles/Jobs/> (Zugriff: 01.09.2012)

3.4.1 Herkunft der Trekkingtouristen

Der Khumbu ist für viele Trekkingtouristen eines der beliebtesten Ziele in Nepal. So kommen verschiedene Nationen in die Region (siehe Abb. 6). Die Grafik verdeutlicht, dass ein Großteil der Trekkingtouristen aus Europa stammt und das Vereinigte Königreich unter den europäischen Ländern den größten Anteil ausmacht.⁵⁴ Diese Verteilung wie sie im Khumbu zu sehen ist, trifft nahezu für ganz Nepal zu.⁵⁵

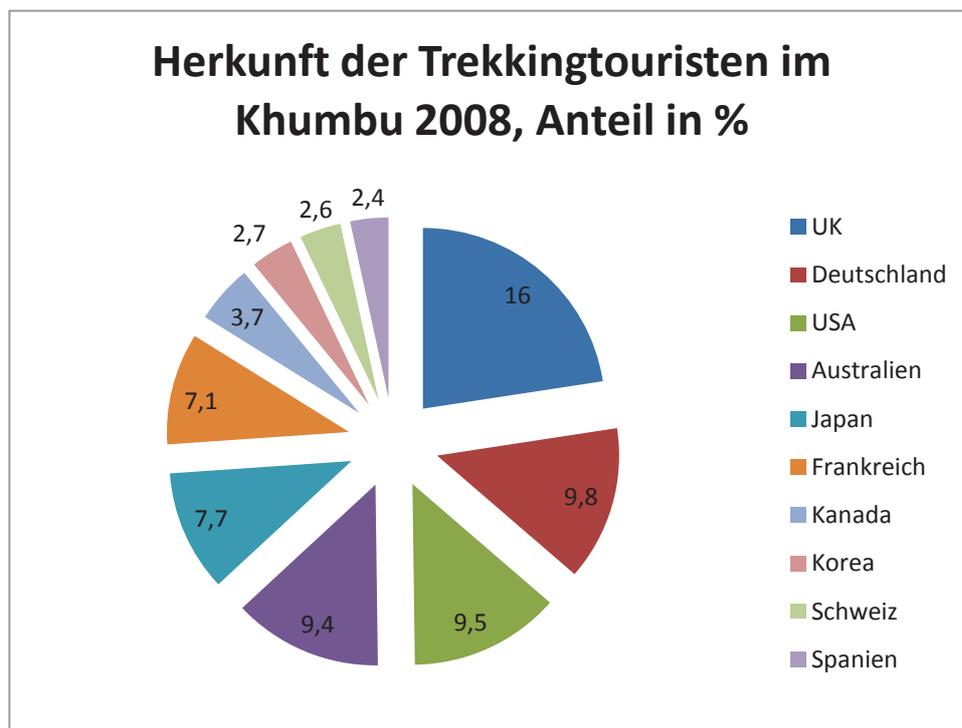


Abbildung 6: Trekkingtouristen nach Herkunft im Khumbu⁵⁶

Quelle: Eigene Darstellung

Im Vergleich zu 1990 sind im Jahr 2010 für ganz Nepal neue Trekkingnationen hinzugekommen wie Russland, Korea, Indien und Israel. Es wird deutlich, dass nicht mehr nur westliche Staaten zum Trekking nach Nepal reisen.

⁵⁴ Persönlicher Besuch des Autors im März 2012, Information Center Jorsale Khumbu

⁵⁵ Vgl. Anhang A: Trekkingtouristen in Nepal nach Herkunftsländer

⁵⁶ Persönlicher Besuch des Autors im März 2012, Information Center Jorsale Khumbu

Allerdings macht England nach wie vor den Hauptteil mit rund 14% im Bereich Trekkingtourismus aus und gehört wie ein Großteil der genannten Staaten zu den wichtigen Quellmärkten Nepals.⁵⁷

Diese Verteilung trifft auch im Jahr 2012 auf die Khumbu Region zu. So beantworteten die Lodgbetreiber die Frage nach der Herkunft der Kunden zuerst mit „From all over the World“⁵⁸ und präzisierten anschließend meistens mit Europa, Australien, Korea, Israel und den USA.⁵⁹

3.4.2 Art des Trekkings

Der Trekkingtourismus in Nepal ist vielseitig. Unterschieden werden kann zwischen der Übernachtungsart sowie der Organisationsform. Bei der Übernachtungsart wird hauptsächlich zwischen dem Zelttrekking und dem Lodgetrekking unterschieden, während sich die Organisationsformen wie folgt unterteilen lassen:

- individuelles Trekking
- organisiertes Trekking
- semi- organisiertes Trekking

Bei allen drei Organisationsformen können sowohl Zelt- als auch Lodge-Übernachtungen auftreten. Nachfolgend werden die verschiedenen Organisationsformen genau beschrieben.

⁵⁷ Vgl. Nepal Tourism Board, Tourism Marketing Strategy for Nepal 2005 – 2020, S. 4, URL: <http://welcomenepal.com/corporate/userdata/brochures/Tourism-Marketing-Strategy-2005-2020.pdf> (Zugriff: 05.07.2012)

⁵⁸ Zitat Lodgebesitzer Namche Bazaar März 2012

⁵⁹ Eigene Befragung Lodgebetreiber März 2012

3.4.2.1 Individuelles Trekking

Das individuelle Trekking ist die Form des Trekking, in der alles selbst organisiert wird. Dies stellt den Trekkingtouristen vor mehrere Herausforderungen. So ist der Trekkingtourist selbst für die Planung der Route, die Wahl der Übernachtungsorte, die Beschaffung der Permits und den Transport verantwortlich.⁶⁰

Es wird im Allgemeinen angenommen, dass diese Art des Trekkings günstiger sei, da meist komplett auf den Einsatz von Trägern und Guides verzichtet wird. Durch diesen Verzicht erhält sich der Trekkingtourist den maximalen Freiraum beziehend auf die Gestaltung der Tour, die Geschwindigkeit, den Übernachtungsort sowie den allgemeinen Verlauf.⁶¹

3.4.2.2 Organisiertes Trekking

Beim organisierten Trekking handelt es sich um die kommerzialisierte Form des Trekkings. Die komplette Organisation der Reise liegt auf der Seite eines Reiseveranstalters, welcher in diesem Falle eine klassische Pauschalreise für den Trekkingtouristen generiert. Somit werden im Vorfeld Leistungen zu einem Paket gebündelt und zu einem Preis an den Endkunden weitergegeben.⁶² Man erkennt diese Art des Trekkings daran, dass meist eine größere Gruppe aus einem Herkunftsland zusammen reist. Der große Vorteil dieser Art des Reisens liegt in der Sorglosigkeit und der guten Absicherung der Touristen, da oft Reiseleiter des Veranstalters vor Ort sind, welche die gesamte Organisation übernehmen und eingreifen, wenn nötig.⁶³ Zudem bieten gerade die großen Veranstalter häufig sehr gut ausgebildetes

⁶⁰ Vgl. Hauck (1996), S. 40

⁶¹ Vgl. Schatzl (2008), S. 10

⁶² Vgl. Freyer (2001), S. 150ff

⁶³ Vgl. Hauser Exkursionen Katalog (2012), S. 40

lokales Personal an, welches oft die Landessprache der Reisegruppe spricht.⁶⁴ Das organisierte Trekking empfiehlt sich, wenn die Zeit der Reise eingeschränkt ist, wenn das Risiko während der Reise minimiert werden soll und bietet die Gelegenheit, erste Eindrücke zu sammeln.⁶⁵

3.4.2.3 Semi- organisiertes Trekking

Das semi- organisierte Trekking ist eine Mischform aus den beiden ersten genannten Organisationsformen. So ist der semi- organisierte Trekkingtourist ein Individualtourist, welcher sich vor Ort entweder einer geführten Tour anschließt oder ein individuelles Angebot bucht. Dies kann auch nur aus einem Guide oder Träger bestehen. Jedoch werden hier die Leistungen wie Übernachtungsorte, Permits, Inlandsflüge etc. von einer Trekkingagentur vor Ort gebucht. Sicherlich ist der semi- organisierte Trekkingtourist nicht mehr so frei in seinen Entscheidungen wie der Individualreisende, er spart sich jedoch einen großen zeitlichen Aufwand durch den geringeren organisatorischen Aufwand.⁶⁶

3.4.2.4 Vergleich der Trekking Arten nach Aussagen der Trekkingtouristen

Die Wahl der oben genannten Reisearten hängt von mehreren Faktoren ab. So spielen Zeit, Alter und Geld eine große Rolle für die Wahl der Organisationsform. Der Altersdurchschnitt liegt bei den Individualreisenden bei 34,5 Jahren, bei den semi- organisiert Reisenden bei 37,8 Jahren und bei den organisiert Reisenden bei 37,0 Jahren.⁶⁷ Dies zeigt, dass die Individualreisenden im Durchschnitt jünger sind. Bereits HAUCK beobachtete in seiner Studie ein ähnliches Phänomen:

⁶⁴ Eigene Beobachtung in Thame März 2012 Guide des DAV Summit Clubs

⁶⁵ Vgl. Hauck (1996), S. 46ff; vgl. Luger (2007), S. 21

⁶⁶ Vgl. Hauck (1996), S. 49f

⁶⁷ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

In diesem Fall lag der Altersdurchschnitt der individuellen Trekkingtouristen bei 28,7 Jahren und der organisierten Trekkingtouristen bei 36,7 Jahren.⁶⁸ Es ist somit ersichtlich, dass das Alter bei den verschiedenen Organisationsformen näher aneinander rückte und es sich nur noch um eine Differenz von knapp drei Jahren handelt und nicht mehr von acht wie noch bei HAUCK. Allerdings muss in diesem Falle zwingend erwähnt werden, dass bei allen Organisationsformen die Standardabweichung sehr hoch ist und Trekkingtouristen aus allen Altersklassen vertreten sind.⁶⁹ Ebenfalls ist zu erwähnen, dass sich die Studie von HAUCK auf ganz Nepal bezieht, wohingegen die vom Autor durchgeführte Befragung sich ausschließlich auf die Khumbu Region bezieht. Es kann in diesem Zusammenhang davon ausgegangen werden, dass der klassische Trekkingtourist an sich älter ist als in den 90er Jahren. LUGER spricht hier von „best age people“⁷⁰ und einem Interesse an solch einer Reiseart ab einem Alter von 30 Jahren.⁷¹ Allgemein ist hier anzumerken, dass der Altersdurchschnitt der Trekkingtouristen übereinstimmt mit dem Durchschnittsalter der Nepal-Reisenden im Allgemeinen.⁷²

Doch nicht nur die Variable Alter ist zu unterscheiden, der Bereich Ausgaben variiert ebenfalls.

⁶⁸ Vgl. Hauck (1996), S. 143

⁶⁹ Vgl. Anhang B: Alter und Art der Trekkingtouristen

⁷⁰ Vgl. Luger (2000), zitiert n. Schatzl (2008), S. 18

⁷¹ Vgl. ebenda

⁷² Vgl. Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 2, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012)

Tabelle 3: Ausgaben der Trekkingtouristen⁷³

Quelle: Eigene Darstellung

9. Wie hoch waren Ihre durchschnittlichen Tagesausgaben in EUR?

2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal?	Mittelwert	N	Standardabweichung
individuell	13.5000	9	4.74342
organisiert	9.8571	7	1.46385
semi-organisiert	13.1429	7	4.74091
Insgesamt	12.2826	23	4.19639

Wie aus Tabelle 3 ersichtlich sind die Tagesausgaben der organisierten Trekkingtouristen am niedrigsten. Die beiden anderen Gruppen liegen dicht beieinander, da in beiden Fällen die einzelnen Leistungen wie Übernachtung und Essen häufig selbst bezahlt werden. So wird beim semi-organisierten Trekking oft nur die Leistung eines Guides und/ oder Trägers in Anspruch genommen, welcher die Lodges im Vorfeld bucht. Die organisierten Touren haben in den Gesamtpreis der Reise meist bereits alle Mahlzeiten und Übernachtungen inkludiert (siehe Punkt 3.4.2.2), es kommen nur noch die Ausgaben für Getränke und persönliche Dinge hinzu. Auch HAUCK stellte fest, dass die organisierten Trekkingtouristen geringere Tagesausgaben haben als die individuellen Trekkingtouristen. So betragen in seiner Studie die Ausgaben der organisierten Trekkingtouristen in Gesamt-Nepal ca. 3,30 DM und die der individuellen Trekkingtouristen im Everest Gebiet ca. 6,50 DM. Die durchschnittlichen Ausgaben der Trekkingtouristen haben sich stark erhöht und betragen bei den individuellen Trekkingtouristen durchschnittlich 13,5 Euro. Gleich geblieben jedoch ist, dass die Preise mit zunehmender Höhe steigen, um die Transportkosten zu decken.⁷⁴

⁷³ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁷⁴ Vgl. Hauck (1996), S. 143ff

Auch im Bereich der Beherbergung gibt es einen Unterschied zu den 90er Jahren. Während HAUCK in seiner Beschreibung des organisierten Trekkings von dem klassischen Zelttrekking spricht,⁷⁵ gibt es diesbezüglich einen Wandel. So haben von den befragten Trekkingtouristen im Khumbu alle die Dienste einer Lodge in Anspruch genommen. Lediglich drei Personen, davon einer organisiert und zwei semi-organisiert, nutzten zusätzlich Zelte.⁷⁶ Dies aber auch nur, da diese Personen außerhalb der Standardrouten unterwegs waren. Auch bei einem Blick in die Kataloge der Spezialreiseveranstalter wird deutlich, dass das Zelttrekking im Khumbu inzwischen eine untergeordnete Rolle spielt. So haben beispielsweise Hauser Exkursionen und der DAV Summit Club im Khumbu nur noch zwei bis drei Touren von circa zehn im Angebot, bei denen Zelte genutzt werden. Bei diesen Touren handelt es sich jedoch meist um die zusätzliche Besteigung eines sogenannten Trekkinggipfels.⁷⁷ Dies verdeutlicht einmal mehr die Entwicklung der Standards im Khumbu und wie bereits angeführt hat sich die Anzahl der Lodges im Khumbu stark erhöht. Somit sind Zelttrekkings nicht mehr notwendig, um die Region auf den Standardrouten zu erkunden.

Die Unterscheidung in der Reiseart ist oft auch ein Indikator für die Reisemotive und die Dauer der Reise. Auf diese Thematik wird im folgenden Punkt näher eingegangen.

⁷⁵ Vgl. Hauck (1996), S. 46ff

⁷⁶ Vgl. Anhang C: Anzahl der Übernachtungen in Zelt und Lodge

⁷⁷ Vgl. Hauser Katalog (2012), S. 43ff ; vgl. DAV Summit Katalog (2012), S. 258ff

4. Reisemotive von Trekkingtouristen im Khumbu

Der Punkt Reisemotive beschäftigt sich mit der Suche nach dem Grund, warum die Trekkingtouristen eine Trekkingtour unternehmen. Hierzu wird zuerst auf die Definition der Reisemotive eingegangen, um anschließend die Reise- und Routenplanung der Trekkingtouristen sowie ihre Motive und Erwartungen zu betrachten. Abschließend wird der Trekkingtourist aus Sicht der einheimischen Bevölkerung, speziell der Lodgebetreiber, durchleuchtet.

4.1 Definition Reisemotive

In dem nachfolgenden Punkt wird der Begriff der Reisemotive näher definiert. So ist unter Reisemotiven folgendes zu verstehen:

„Unter Reisemotive verstehen wir die Gesamtheit der individuellen Beweggründe, die dem Reisen zugrunde liegen. Psychologisch handelt es sich um Bedürfnisse, Strebung, Wünsche, Erwartungen, die Menschen veranlassen, eine Reise ins Auge zu fassen bzw. zu unternehmen.“⁷⁸

Somit sind Reisemotive die Antwort auf die Frage: Warum reisen wir?⁷⁹ In diesem Zusammenhang wird deutlich, dass es sich um ein Bedürfnis handelt und im Vordergrund um eine gewisse Erwartung, welche erfüllt werden soll.⁸⁰

Es sind mehrere Faktoren, die einen zum Reisen bewegen. Eine Unterscheidung besteht in den Schub- und Zugfaktoren (Push- und Pull-Faktoren). Während die Schubfaktoren als eine Art Eigenantrieb gesehen werden, so bilden dem gegen-

⁷⁸ Braun (1993), S. 199

⁷⁹ Vgl. Schatzl (2001), Geografische Aspekte des Höhenbergsteigens S. 59, URL: http://www.medint.at/dipl/2/2_2.pdf (Zugriff: 20.06.2012)

⁸⁰ Vgl. Braun (1993), S. 199

über die Zugfaktoren die Anziehung, welche die Entscheidung für die Destination ausmacht. Des Weiteren lassen sich die Reisemotive in intrinsische und extrinsische Motive unterteilen. So liegt bei den intrinsischen Motiven eine Art eigener Wunsch vor im Gegensatz zu den extrinsischen Motiven, bei denen von außen Einfluss auf die Entscheidung genommen wird. So wäre beispielsweise ein extrinsisches Motiv, wenn ein Trekkingtourist nach Nepal reist, da man dort nach allgemeiner Auffassung als Trekkingtourist einmal gewesen sein muss. Als intrinsisches Motiv kann der Spaß am Trekking, unabhängig vom Reiseziel, gesehen werden. Wichtig ist an dieser Stelle jedoch, dass eine direkte Unterteilung in die oben aufgeführten Gründe schwierig ist, da meist mehrere Faktoren, wenn nicht alle, eine Rolle für die Reise spielen.⁸¹

4.2 Reise- und Routenplanung der Trekkingtouristen

Die Reise- und Routenplanung spielt in der Thematik der Reisemotive eine wichtige Rolle. Es zeigen sich verschiedene Faktoren, welche im Vorfeld auf gewisse Reisemotive und auf eine besondere Motivation schließen lassen. Faktoren wie beispielsweise Reiseziel, Dauer und Erfahrung.

Es wird ersichtlich, dass es bei der Reiseplanung eine starke Differenz zwischen den organisierten und den individuellen Reisen gibt. So ist beispielsweise die Dauer der Gesamtreise mit durchschnittlich 123,5 Tagen bei den individuell Reisenden deutlich länger als mit 20,4 und 27,2 Tagen bei den organisierten und semi-organisierten Trekkingtouristen.⁸²

Dies erklärt sich dadurch, dass für viele individuelle Trekkingtouristen die Trekkingtour im Khumbu nur ein Mosaikstein einer größeren Reise ist. Dies trifft ebenso bei

⁸¹ Vgl. Mundt (2001), S. 111ff

⁸² Eigene Befragung im Khumbu März 2012

den semi- organisierten Trekkingtouristen zu, allerdings handelt es sich hier meist um eine längere Nepal-Reise. Allerdings muss in diesem Zusammenhang erwähnt werden, dass sich nicht automatisch jeder individuelle Trekkingtourist auf einer Welt- oder Asienreise befindet. Dies wird zum einen dadurch belegt, dass die Spanne der Gesamtreisedauer der Individualreisenden von 21 – 476 Tagen reicht. Zum anderen gibt der Großteil der individuellen Trekkingtouristen an, nur eine Trekkingtour während der Reise durchzuführen und die durchschnittliche Dauer der Gesamtreise beträgt ohne die Ausreißer lediglich 26,5 Tage. Somit zeigt sich, dass die individuellen Trekkingtouristen nahe mit den semi- organisierten zusammenliegen.⁸³

Tabelle 4: Anzahl der Trekkingtouren⁸⁴

Quelle: Eigene Darstellung

2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal? * 12. Wie viele Trekkingtouren machen Sie während Ihrer Reise?

Kreuztabelle

		12. Wie viele Trekkingtouren machen Sie während Ihrer Reise?				Gesamt
		1	2	5	mehr als 5	
2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal?	individuell	7	2	0	2	11
	organisiert	8	1	0	0	9
	semi-organisiert	9	0	1	0	10
Gesamt		24	3	1	2	30

Blickend auf die durchschnittliche Dauer der Trekkingtour zeigt sich, dass auch hier die individuellen Trekkingtouristen mit 22,4 Tagen länger auf Tour sind als die beiden anderen Gruppen. Hier beträgt die durchschnittliche Dauer der Trekkingtour

⁸³ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁸⁴ ebenda

14,4 Tage bei den organisierten Trekkingtouristen und 18,7 bei den semi- organisierten.⁸⁵

In diesem Zusammenhang kann kein direkter Vergleich mit der Studie von HAUCK getroffen werden, da sich die Werte bezüglich der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer im Gebirge von HAUCK auf Gesamt- Nepal beziehen und somit auch deutlich kürzere Trekkingtouren mit angegeben sind wie beispielsweise Kurztreks rund um Pokhara. Jedoch kann davon ausgegangen werden, dass sich die Trekkingdauer im Khumbu verkürzt hat, da der Anmarsch aus Jiri nicht mehr als Standard zählt und die Route durch einen Flug nach Lukla häufig verkürzt wird.

Was jedoch verglichen werden kann, ist die Aufenthaltsdauer der verschiedenen Organisationsformen. Hier ist wiederum zu sehen, dass die individuell Reisenden nach wie vor zeitlich ungebundener sind als die organisiert Reisenden.⁸⁶ Somit ist anzunehmen, dass der Faktor Zeit und die Wahl der Organisationsform in direktem Zusammenhang stehen.

Aber spielt der Faktor Zeit auch für die Routenwahl eine wichtige Rolle? Speziell für die Khumbu Region trifft dies nicht zu 100% zu. So gaben rund 60% der Befragten bei der Frage *Warum wählten Sie diese Trekkingtour?* an, dass der Zeitfaktor keine Rolle spiele. Ebenso wie die eigene Leistungsfähigkeit nicht ausschlaggebend für die Routenwahl ist.⁸⁷ Diese Faktoren nannte HAUCK als Hauptgründe für die Routenwahl.⁸⁸ Sicherlich spielen diese Faktoren immer noch eine wichtige Rolle, wenn auch nicht mehr die zentrale. Warum dies so ist, kann nur spekulativ beantwortet werden.

⁸⁵ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁸⁶ Vgl. Hauck (1996), S. 144

⁸⁷ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁸⁸ Vgl. Hauck (1996), S. 144

Es ist anzunehmen, dass das Trekking auf den bekannten Routen einfacher geworden ist, dies nicht auch zuletzt durch den einfacheren Zugang in fast alle wichtigen touristischen Regionen, ebenso wie durch die bessere Infrastruktur an Lodge-Betrieben (Vgl. Punkt 3.3.2).

Der Hauptgrund, warum die Trekkingtouristen im Khumbu trekken, wird in Punkt 4.3 näher erläutert.

Beobachtet wurde allerdings, dass nahezu alle Trekkingtouristen über Gebirgs-erfahrung verfügen unabhängig von der gewählten Reiseform.

Tabelle 5: Erfahrung der Trekkingtouristen⁸⁹

Quelle: Eigene Darstellung

2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal? * 14. Haben Sie Erfahrung im Gebirge? Kreuztabelle

		14. Haben Sie Erfahrung im Gebirge?		Gesamt
		nein	ja	
2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal?	individuell	2	9	11
	organisiert	1	8	9
	semi-organisiert	0	10	10
Gesamt		3	27	30

Erstaunlicherweise sind es nicht nur die Alpen, in denen Erfahrung gesammelt wurde, vielmehr hat ein Großteil der Befragten bereits Erfahrung in höheren Lagen sammeln können, wie beispielsweise in den Anden, am Kilimandscharo und im Kaukasus. Zudem gaben 10% der Befragten an, bereits im Himalaya Gebirgs-erfahrung gesammelt zu haben.⁹⁰

⁸⁹ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁹⁰ Vgl. Anhang D: Bereiste Regionen

In der Studie von HAUCK aus den 90er Jahren waren es ca. 64% der Befragten, welche bereits Erfahrung im Hochgebirge hatten.⁹¹ Dem gegenüber gaben in der aktuellen Befragung 90% der Trekkingtouristen an, Erfahrung im Gebirge zu haben. Diese Tatsache ist dadurch zu erklären, dass Trekking / Wandern wieder im Trend liegt und im Allgemeinen der Outdoor Trend zunimmt.⁹²

Ebenfalls erkannte HAUCK den Nepal Fan. So waren bei HAUCK 25% der Befragten bereits mindestens einmal in Nepal.⁹³ Bei der Befragung des Autors erhöhte sich dieser Prozentsatz auf ca. 33%.⁹⁴

Eine weitere Veränderung zwischen den Jahrzehnten ist in der Reiseplanung festzustellen. So spielte in der Untersuchung von HAUCK, speziell im Fall der individuellen Trekkingtouristen, der Reiseführer in Buchform eine wichtige Rolle.⁹⁵

Dieser ist zwar auch heute noch von einer hohen Relevanz für die individuellen Trekkingtouristen, allerdings zeigt sich, dass das Internet als eine weitere wichtige Informationsquelle dient. Diese Veränderung verwundert nicht, wenn man sich die Entwicklung des Internets als Informationsmedium vor Augen führt. Nur die persönlichen Kontakte zeigen sich als bedeutsamere Informationsquelle (siehe nachfolgende Tabelle 6). Somit liegen die Befragten im Trend bezüglich der Informationsbeschaffung.⁹⁶

⁹¹ Vgl. Hauck (1996), S. 145

⁹² Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2010), S. 32

⁹³ Vgl. Hauck (1996), S. 145

⁹⁴ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁹⁵ Vgl. Hauck (1996), S. 144

⁹⁶ Vgl. FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V., FUR- Newsletter September 2009, 2009, URL:
http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/Newsletter/Newsletter_Sept._09_Informationsquellen.pdf (Zugriff: 15.09.2012)

Tabelle 6: Informationsquellen der Trekkingtouristen⁹⁷

Quelle: Eigene Darstellung

	Wert	Anzahl	Prozent
Mehrfachantworten-Kategorien @10.Internet	10.Internet	12	40,0%
@10.Kontakte	10.persönliche Kontakte	16	53,3%
@10.ReisebüroRV	10.Reisebüro/ Reiseveranstalter	10	33,3%
@10.Reiseführer	10.Reiseführer	14	46,7%
@10.SocialMedia	10.Social Media	2	6,7%
@10.Sonstiges	10. Sonstiges	3	10,0%

Durch die Tatsache, dass die Reise im Vorfeld geplant wird, bringt der Trekkingtourist eine gewisse Erwartung mit. Diese kann durch den Einfluss von persönlichen Kontakten extrinsisch motiviert sein.

4.3 Motive, Erwartungen und Erfahrungen der Trekkingtouristen

Die Motive sind der Grund für die Reise und die geplante Trekkingtour, somit sind die Motive schlussendlich der Antrieb für die Reisenden. Die einzelnen Motive können sich von Person zu Person unterscheiden und bestehen teils aus nur einem Motiv oder auch aus einem Zusammenschluss von mehreren Motiven (vgl. Punkt 4.1).

⁹⁷ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

4.3.1 Motive der Trekkingtouristen

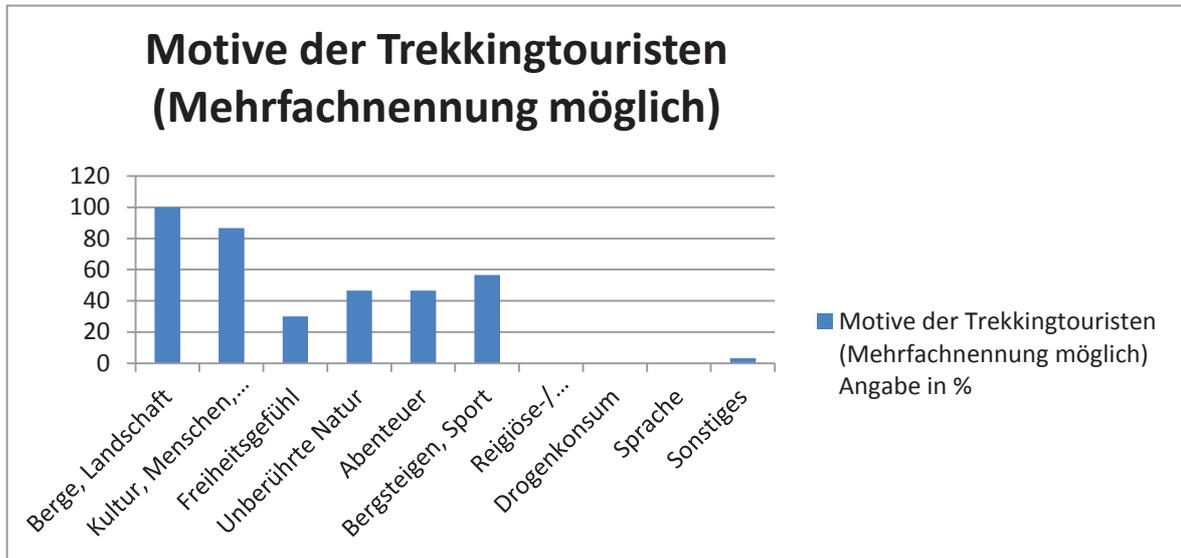


Abbildung 7: Motive der Trekkingtouristen⁹⁸

Quelle: Eigene Darstellung

Bei einem Blick auf die abgefragten Motive wird deutlich, dass bei der Befragung für alle Trekkingtouristen das Motiv *Berge und Landschaft* mit 100% die wichtigste Rolle spielt. Gleich darauf folgt das Motiv *Kultur, Menschen und Siedlungen* mit rund 86%. Es zeigt sich somit, dass die Hauptmotive für die Trekkingtouristen in der Natur und Kultur des Landes liegen. Erst als drittes wichtiges Motiv ist das Motiv *Bergsteigen/Sport* genannt worden, gefolgt von den Motiven *Abenteuer* und *Unberührter Natur*. Somit wird verdeutlicht, dass die Einzigartigkeit an Bergen und Kultur im Khumbu das Hauptmotiv bildet und den Trekkingtouristen anzieht.⁹⁹

Dies wird ebenfalls verdeutlicht durch die Gründe, warum die Trekkingtouristen im Khumbu auf Tour gehen. Wie bereits im vorigen Punkt beschrieben, sind es nicht die Faktoren Zeit und eigene Leistungsfähigkeit, welche für die Trekkingtouristen entscheidend sind. Vielmehr ist es die Einzigartigkeit. So sind es die Berge, welche

⁹⁸ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

⁹⁹ ebenda

die Trekkingtouristen anziehen und speziell im Khumbu der Mt. Everest und die Sherpa-Kultur.¹⁰⁰

Im direkten Vergleich zu der Studie von HAUCK zeigt sich, dass sich bereits in den späten 80er und Anfang der 90er Jahre annähernd die gleichen Motive in ähnlicher Ausprägung darstellten. So gaben auch hier jeweils über 90% als Motive für die Reise *Berge und Landschaft* sowie *Kultur, Menschen, Siedlungen* an.¹⁰¹

Es ist somit ersichtlich, dass es sich auch mehr als 20 Jahre später immer noch um Zugfaktoren handelt, welche den Trekkingtouristen nach Nepal und ins Khumbu reisen lassen (vgl. 4.1).

Ebenso sind bei HAUCK die weiteren Motive nicht so stark ausgeprägt wie die beiden Hauptmotive. Allerdings gibt es bei manchen der nachfolgenden Motive stärkere Abweichungen. Das Motiv *Unberührte Natur* zeigt in beiden Fällen kaum eine Abweichung. So sind es bei HAUCK 45% der Befragten, die es als Motiv angeben und in der vom Autor durchgeführten Befragung 46,7%. Hier trifft die Begründung von HAUCK zu, der in diesem Motiv eher den Kontrast zum Heimatland sieht.¹⁰²

Einmal mehr nun der Blick auf die weiteren Motive: *Feel Free, Abenteuer* und *Bergsteigen und Sport*, hier bestehen stellenweise größere Unterschiede. So sind es beispielsweise aktuell 46,7% der Trekkingtouristen, die das Motiv *Abenteuer* angeben.¹⁰³ Im Vergleich zu den 90er Jahren waren es hier nur ca. 32%. HAUCK sieht in diesem Motiv den Ausstieg aus dem geregelten Leben und das *sich Beweisen* in der einfachen Welt des Himalayas auf meist unerschlossenen Trekkingtouren.¹⁰⁴

¹⁰⁰ Vgl. Anhang E: Reisegründe Khumbu

¹⁰¹ Vgl. Hauck (1996), S. 147

¹⁰² Vgl. ebenda, S. 146f; Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹⁰³ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹⁰⁴ Vgl. Hauck (1996), S. 147f

Sicherlich trifft diese Annahme auch heute noch bedingt für Nepal Reisende zu. Für die Khumbu Region ist dies jedoch nicht eindeutig, da es sich hier größtenteils nicht mehr um unerschlossene Trekkingtouren handelt. Das Motiv *Abenteuer* wird in der Befragung des Autors insbesondere von Reisenden angegeben, welche zum ersten Mal nach Nepal reisen und meist semi-organisiert sowie individuell trekken. Somit ist das Motiv in diesem Fall zum Teil anders belegt und ließe sich aktuell vor allem bei den Erstreisenden im Khumbu wohl eher als *Neugierde/ neues Entdecken* bezeichnen.¹⁰⁵ Es ist auch nicht die Kombination mit dem *primitiven Leben*¹⁰⁶ wie es von HAUCK genannt wird, da 70% der Befragten in der aktuellen Befragung die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung als sehr gut bis ausreichend einschätzen wie nachstehende Tabelle verdeutlicht.

Tabelle 7: Lebensbedingungen der Bevölkerung¹⁰⁷

Quelle: Eigene Darstellung

		Häufigkeit	Prozent	Kumulierte Pro- zente
Gültig	sehr gut	1	3,3	3,3
	gut	6	20,0	23,3
	weniger gut	8	26,7	50,0
	ausreichend	6	20,0	70,0
	schlecht	8	26,7	96,7
	sehr schlecht	1	3,3	100,0
	Gesamt	30	100,0	

¹⁰⁵ Vgl. Aderhold (2006), S. 86

¹⁰⁶ Vgl. Hauck (1996), S. 148

¹⁰⁷ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Desweiteren zeigt sich eine Abweichung bei dem Motiv des *Bergsteigens/Sport*, in diesem Fall sind es bei HAUCK ca. 30% der Trekkingtouristen, für die dieses Motiv eine Rolle spielt.¹⁰⁸ In der aktuellen Befragung der Trekkingtouristen ist es mit rund 57% das, wie bereits erwähnt, dritt wichtigste Motiv für die Befragten.¹⁰⁹

Auch dieses Motiv unterscheidet sich leicht zu der früheren Definition von HAUCK. HAUCK beschreibt dieses Motiv als stark leistungsorientiert mit sportlicher Herausforderung, was durch Parameter wie erreichte Maximalhöhe, Schwierigkeit der Tour und Gewicht des Rucksacks gemessen wird. Er sieht in dem bergsteigerischen und sportlich motivierten Trekkingtouristen eine Person, welche die Hilfe eines Trägers scheut und die Übernachtungen sowie die Kommunikation mit den Einheimischen auf ein Minimum reduziert, um schnellstmöglich seine Ziele zu erreichen.¹¹⁰

Diese Definition trifft allerdings auf den heutigen Trekkingtouristen, welcher als Motiv *Bergsteigen/Sport* angibt, nicht zu 100% zu. Bezugnehmend auf die Punkte Kommunikation, Übernachtungen und die Zuhilfenahme von Trägern gibt es Unterscheidungen zu früher. Die bergsteigerisch und sportlich Motivierte sind im Durchschnitt sechs Tage länger auf Tour, übernachteten alle in Lodges und gaben alle an, Kontakt zu Einheimischen zu haben. Ebenfalls die Träger spielen eine Rolle, da ein Großteil dieser Motivgruppe Träger und Guides nutzte.¹¹¹

¹⁰⁸ Vgl. Hauck (1996), S. 147

¹⁰⁹ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹¹⁰ Vgl. Hauck (1996), S. 148

¹¹¹ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Tabelle 8: Nutzung Träger und Guides Motivgruppe Bergsteiger¹¹²

Quelle: Eigene Darstellung

15. Bergsteigen * 4. Haben Sie Träger/ Guides? Kreuztabelle

		4. Haben Sie Träger/ Guides?		Gesamt
		nein	ja	
15. Bergsteigen	nein	2	11	13
	ja	2	15	17
Gesamt		4	26	30

Sicherlich gibt es immer noch die leistungsorientierten Trekkingtouristen, die für sich die Herausforderung suchen. Es sind ebenso wie bei HAUCK nach wie vor ältere Personen, für die *Bergsteigen/Sport* ein Motiv darstellt (siehe Tabelle 9).¹¹³

Tabelle 9: Alter der Motivgruppe Bergsteigen¹¹⁴

Quelle: Eigene Darstellung

15. Bergsteigen * 24. Altersgruppe Kreuztabelle

		24. Altersgruppe				Gesamt
		unter 20 Jahre	20 bis 30 Jahre	31 bis 40 Jahre	über 40 Jahre	
15. Bergsteigen	nein	1	5	3	4	13
	ja	0	3	6	7	16
Gesamt		1	8	9	11	29

Erstaunlich zeigt sich in dieser Motivgruppe auch, dass es sich meist um Trekkingtouristen handelt, für die es der erste Nepal Aufenthalt ist (siehe Tabelle 10) und deren Touren nicht durch das Besteigen überdurchschnittlicher Gipfel gekrönt werden.

¹¹² Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹¹³ Vgl. Hauck (1996), S. 148; eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹¹⁴ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Tabelle 10: Reisehäufigkeit der Motivgruppe Bergsteigen¹¹⁵

Quelle: Eigene Darstellung

15. Bergsteigen * 1a. Wie oft waren Sie schon in Nepal? Kreuztabelle

		1a. Wie oft waren Sie schon in Nepal?				Gesamt
		noch nie, ist das erste Mal	1-2 mal	3-4 mal	mehr als 5 mal	
15. Bergsteigen	nein	7	3	0	3	13
	ja	13	1	2	1	17
Gesamt		20	4	2	4	30

Es stellt sich nun die Frage, warum wird dieses Motiv angegeben? HAUCK sieht hier Auszüge des Leistungsprinzips der industrialisierten Gesellschaft und die Übertragung auf die Trekkingtour.¹¹⁶ Ist es also das höher-, schneller- und weiter-Prinzip, was die Trekkingtouristen motiviert? Mit Sicherheit trifft dies zum Teil zu, doch es ist ebenfalls anzunehmen, dass es sich hier einfach gesagt um ein persönliches Empfinden handelt und um den Wunsch, die 5.000er und 6.000er Marke zu durchbrechen. In den Augen vieler wird dies bereits als Bergsteigen bezeichnet und empfunden, auch wenn es vielleicht aus mancher Sicht nicht mit dem klassischen Bergsteigen, wie es im Alpenraum betrieben wird, verglichen werden kann. So wird ebenfalls von Seiten der Trekking Agencies' Association of Nepal (TAAN) nochmals unterschieden in Trekking und Mountaineering.¹¹⁷

Abschließend von den abgefragten Motiven nun der Blick auf das Motiv *Feel Free*, welches für einige Trekkingtouristen von Bedeutung ist. In diesem wichtigen Motiv sieht HAUCK das Frei sein an sich.

¹¹⁵ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹¹⁶ Vgl. Hauck (1996), S. 148

¹¹⁷ Vgl. TAAN, Permit for Trekking Peaks, URL: http://www.taan.org.np/info_details/trekking-peak-permit (Zugriff: 26.08.2012)

Es wird umschrieben als „eine Flucht vor Konventionen und scheinbar unumstößlichen Regeln der eigenen Gesellschaft“¹¹⁸. HAUCK vertritt auch die Meinung von Nettekoven, welcher dieses Motiv als „Urlaub machen von der eigenen gesellschaftlichen Position im Heimatland“¹¹⁹ sieht. Vereinfacht ausgedrückt ist es als Abschalten vom Alltag zu sehen. Bei diesem Motiv zeichnet sich eine starke Veränderung ab. In den 90er Jahren war es mit rund 47% der Nennungen eines der wichtigsten Motive der Trekkingtouristen.¹²⁰ In der aktuellen Befragung weist dieses Motiv mit 30% der Nennungen einen deutlich geringeren Wert auf.¹²¹ Es ist erstaunlich, dass dieser Wert um gut 17 Prozentpunkte geringer ausfällt als vor 20 Jahren, obwohl das Motiv „frei sein“ laut Reiseanalyse 2005 von 87% der Reisenden in Entwicklungsländer angegeben wird.¹²² Blickend auf die Studie von HAUCK sind es überwiegend jüngere Trekkingtouristen unter 35 Jahren, für welche dieses Motiv eine Rolle spielt.¹²³ Dies trifft auch nach wie vor zu (siehe nachfolgende Tabelle).

Tabelle 11: Altersgruppe Motiv Feel Free¹²⁴

Quelle: Eigene Darstellung

15. Feel free * 24. Altersgruppe Kreuztabelle

	24. Altersgruppe				Gesamt
	unter 20 Jahre	20 bis 30 Jahre	31 bis 40 Jahre	über 40 Jahre	
15. Feel free nein	0	3	9	8	20
ja	1	5	0	3	9
Gesamt	1	8	9	11	29

¹¹⁸ Hauck (1996) S. 146

¹¹⁹ Nettekoven (1974), S. 124, zitiert n. Hauck (1996), S. 146

¹²⁰ Vgl. Hauck (1996), S. 146

¹²¹ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹²² Vgl. Aderhold (2006), S. 87

¹²³ Vgl. Hauck (1996), S. 146

¹²⁴ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Der Ansatz von HAUCK die Nennung dieses Motivs in Zusammenhang mit der sozioökonomischen Wichtigkeit und der finanziellen Stärke der jungen Trekkingtouristen zu bringen, trifft mit Sicherheit für manche Regionen zu.¹²⁵ Speziell für die Khumbu Region ist dies jedoch schwer zu belegen, da erstens mit zunehmender Reishöhe die Preise steigen und zweitens die durchschnittlichen Ausgaben der Motivgruppe *Feel Free* mit 12,1 Euro sich fast nicht von den Ausgaben der restlichen Gruppe (12,3 Euro) unterscheiden.¹²⁶ Es ist somit eher anzunehmen, dass das Motiv *frei sein* sich vielleicht bereits in Bruchteilen in anderen Motiven wie beispielsweise *Abenteuer* und *unberührte Natur* niederschlägt. Desweiteren ist anzunehmen, dass die starke Ausprägung dieses Motivs sich erst nach der Reise ausbreitet und zur Geltung kommt, sobald das normale Umfeld wieder besteht.

Die weiteren Motive wie *religiöse-/ philosophische Motive*, *Drogenkonsum* und *Sprache* spielen aktuell sowie in den 90er Jahren eine nahezu unbedeutende Rolle.¹²⁷

Zusammenfassend wird ersichtlich, dass sich die Motive der Khumbu Trekkingtouristen aus der aktuellen Befragung inhaltlich teilweise von den Motiven der Nepal Trekkingtouristen in den 90er Jahren leicht unterscheiden.

Für viele Trekkingtouristen ist es eine Mischung verschiedener Motive, die von einer Wichtigkeit für den Trekkingtouristen sind. In diesem Zusammenhang lassen sich die Trekkingtouristen in Gruppen einteilen, die ihn und seine Motive charakterisieren. Die Einteilung der Gruppen findet nach der Clusteranalyse von ASCHAUER statt, der folgende Gruppen bildet:

¹²⁵ Vgl. Hauck (1996), S. 146

¹²⁶ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹²⁷ Vgl. Hauck (1996), S. 148; eigene Befragung im Khumbu März 2012

- Der dynamisch orientierte Bergabenteurer
- Der Berg-, Natur- und Kulturgenießer als Kontrast zur westlichen Zivilisation
- Der Risikosucher mit Alltagsfrust
- Der Prestigereisende mit westlichen Standards
- Der Natur und Kulturverbundene¹²⁸

Blickend auf die Einteilung in die oben genannten Gruppen zeigt sich, dass die Gruppe des Prestigereisenden mit westlichen Standards die zutreffendste ist für die befragten Trekkingtouristen. Laut Definition von ASCHAUER trifft folgendes auf diese Gruppe zu:

„Er ist an Gipfelsiegen und Expeditionen interessiert, will jedoch auch mehr über das Leben in einem Entwicklungsland erfahren, ohne dabei auf westliche Standards verzichten zu müssen. Er besucht Nepal auch, weil andere davon schwärmen und um die Ergebnisse der häufig ersten Fernreise zu Hause umfassend berichten zu können. Soziale Anerkennung und Leistungsdenken spielen hier eine Rolle. Quantität der Reise (zurückgelegte Kilometer, Maximalhöhe etc.) werden betont.“¹²⁹

Diese Attribute können auf die weiter oben genannten abgefragten Motive angewendet werden und treffen auf die folgende Personengruppe zu: Trekkingtouristen, welche zum ersten Mal in Nepal sind und als Motive *Bergsteigen, Berge und Landschaft* sowie *Kultur, Menschen und Siedlungen* angeben. Diese Einteilung trifft nach der Erörterung der Motive auf einen Großteil der Trekkingtouristen zu.¹³⁰

¹²⁸ Vgl. Aschauer (2003), S. 161f, in Schatzl (2008), S. 19f

¹²⁹ Aschauer (2003), S. 161f, zitiert n. Schatzl (2008), S. 19f

¹³⁰ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Es zeigt sich an dieser Stelle ebenfalls, dass diese Gruppe im Jahr 2003 ca. 30% aller Nepal Reisenden ausmachte und auch aktuell im Khumbu Tendenzen zeigt.¹³¹

4.3.2 Erwartungen und Erfahrungen der Trekkingtouristen

Die Reisemotive der Trekkingtouristen werden ebenfalls durch Erwartungen und Erfahrungen geprägt und beeinflusst. Es stellt sich somit die Frage, ob die Erfahrungen die Reisemotive erfüllen können. Um diese Frage zu beantworten, wurden die Trekkingtouristen sowohl nach positiven als auch nach negativen Erlebnissen befragt.

Bei den positiven Erlebnissen der Trekkingtouristen überwiegen mit über 80% der Nennungen Begriffe wie *Landschaft, Berge, Freundlichkeit, Kontakt zu den Menschen* sowie *Atmosphäre im Khumbu*. Somit besteht eine direkte Übereinstimmung mit den Hauptnennungen der abgefragten Motive. Als drittgrößter Grund wird das Erlebnis an sich positiv benannt und der Trekkingtourist empfindet eine gewisse Art von Stolz. Durch die soeben aufgeführten Aussagen der Trekkingtouristen wird deutlich, dass sich die Einteilung in die unter Punkt 4.3.1 genannte Gruppe der Prestigereisenden als treffend erweist.¹³²

Diese positiven Erwartungen zeigen sich ebenfalls bei HAUCK, mit Ausnahme der Hervorhebung des Erlebnisses und dem gewissen Stolz. HAUCK betont auch die nicht erwartete Freundlichkeit der Nepali und weist direkt darauf hin, dass das Interesse an den Trekkingtouristen weniger persönlicher Natur ist, sondern ein geschäftliches Interesse an den Trekkingtouristen besteht.¹³³ Das geschäftliche Interesse an den Trekkingtouristen ist nach wie vor präsent und den Trekkingtouristen

¹³¹ Vgl. Schatzl (2008), S. 20; eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹³² Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹³³ Vgl. Hauck (1996), S. 148

durchaus bewusst. So geben rund 73% der Trekkingtouristen *Geschäftsinteresse* als Grund an, warum die Einheimischen Kontakt zu ihnen suchen. Allerdings zeigt sich, dass die Hauptnennungen hier in den Punkten *Gastfreundschaft* und *Neugierde* liegen, da diese beiden Punkte mit je rund 80% der Nennungen als Grund, warum die Einheimischen Kontakt suchen, angegeben sind. Dies lässt sich somit wieder auf die angegebenen Motive zurückführen.¹³⁴

Leider wurden die positiven Erfahrungen von ein paar negativen mitgeprägt. Ein Fünftel der Befragten gab an, keine negativen Erlebnisse gehabt zu haben. Erstaunlicherweise wurde während der Trekkingtour das Müll- Problem nicht als negativ empfunden wie bei HAUCK, aber bei der späteren Frage nach Problemen, die der Trekkingtourismus in der Region verursacht, mehrfach genannt. Desweiteren wurde die Vielzahl der Touristen negativ bemängelt, wie auch schon in den 90er Jahren bei HAUCK. Ebenfalls negativ wurden die Kälte und die Erkrankungen der Trekkingtouristen genannt. Die Erkrankungen sind auf den unterdurchschnittlichen Hygienestandard zurückzuführen und wurden ebenfalls schon in den 90er Jahren als negativ empfunden.¹³⁵

Diese Aussagen stehen jedoch nicht in Verbindung mit den Reisemotiven, sondern gehören zu Nepal ein Stück weit dazu. Es zeigte sich bereits bei HAUCK, dass in diesem Zusammenhang gewisse Klischeevorstellungen bedient wurden und auch noch heute werden.¹³⁶ Diese Erkenntnis zeigt, dass die negativen Erfahrungen somit auch stückweise gesucht werden, zu den allgemeinen Erwartungen dazu gehören und mit einem Eintreten gerechnet wird.¹³⁷

¹³⁴ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹³⁵ Vgl. Hauck (1996), S. 149; Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹³⁶ Vgl. Hauck (1996), S. 149

¹³⁷ Vgl. Luger (2007), S. 74; eigene Erfahrung

4.4 Trekkingtouristen aus Sicht der Bevölkerung

Nachdem im vorigen Punkt die Motive, die Erwartungen und Erfahrungen der Trekkingtouristen aufgezeigt wurden, so spiegelt der nachfolgende Punkt die Sicht der Einheimischen, speziell der Lodgebetreiber, im Blick auf den Trekkingtouristen wider. Es gilt herauszufinden, wie die Logebetreiber den Trekkingtouristen sehen und ob sie einschätzen können, *Warum?* getrekket wird.

In diesem Zusammenhang wurde bereits erwähnt, dass alle Trekkingtouristen Kontakt zu Einheimischen hatten. Der Großteil hatte Kontakt mit den Guides und Trägern (90%) genauso wie mit den Lodgebetreibern (93,3%). Der Trekkingtourist im Allgemeinen hat bei den Lodgebetreibern ein sehr gutes Ansehen. Dies wird sicherlich dadurch verstärkt, dass der Lodgebetreiber sich bewusst ist, dass das Tourismusgeschäft zu seinen Haupteinkünften gehört. Doch nicht nur monetäre Gründe treiben die Nepali an. Es ist auch das Interesse an den Touristen sowie die Freude, englisch zu sprechen und so die Sprache üben zu können. Ebenso wollen sie sich als gute Gastgeber und Wirtsleute zeigen.¹³⁸

Lediglich ein paar Betreiber sehen den *neuen* Touristen und bemängeln, dass viele Touristen nach mehr Luxus suchen und einzelne Gruppen versuchen, mit den Lodgebesitzern um den Preis zu handeln. Den Betreibern der Lodges ist ebenfalls durchaus bewusst, dass die Kommunikation mit den Touristen wichtig ist. So geben beispielsweise die Lodgebesitzer *Menschen und Kultur* als Grund an, warum nach ihrer Meinung die Trekkingtouristen ins Khumbu kommen.¹³⁹

¹³⁸ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹³⁹ ebenda

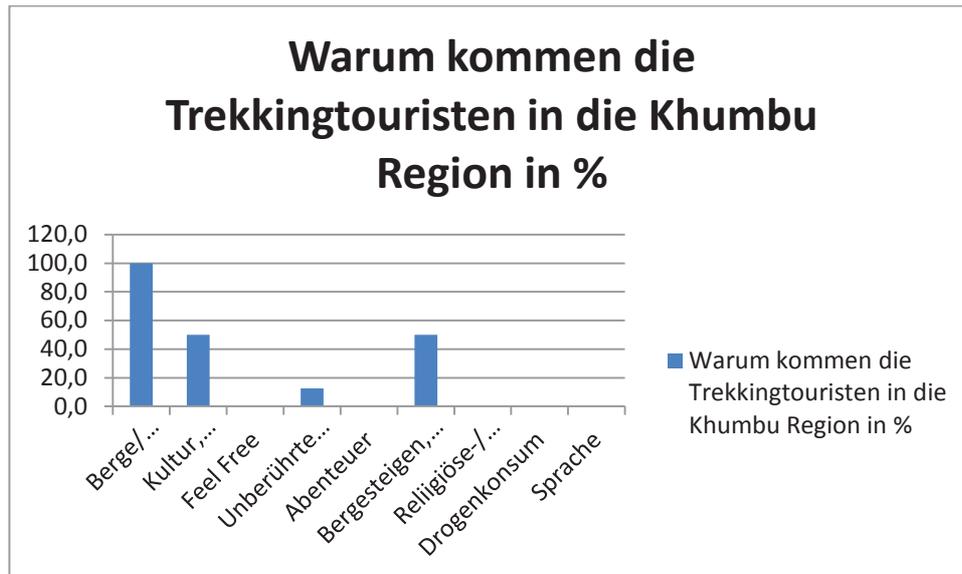


Abbildung 8: Warum kommen die Trekkingtouristen aus Sicht der Lodgebetreiber¹⁴⁰

Quelle: Eigene Darstellung

Aus der Abbildung 8 wird ersichtlich, dass dieselben Motive sich ähnlich stark ausprägen wie bei den Trekkingtouristen an sich. Bei genauerem Nachfragen wird das Motiv *Berge und Landschaft* noch konkreter angesprochen. So ist nahezu die einheitliche Meinung der Lodgebetreiber: „They come to see the Everest“¹⁴¹. Diese Aussage zeigt deutlich, dass sich die Lodgebetreiber der Einzigartigkeit der Khumbu Region bewusst sind.

In diesem Zusammenhang gibt es eindeutige Parallelen zu der Studie von HAUCK. So gaben die Lodgebetreiber bereits in den 90er Jahren den höchsten Berg als Motiv für die Trekkingtouristen an. Ebenso erkannten die Lodgebesitzer bereits das gewisse *Prestige von Bergbesteigungen*, was wie in Punkt 4.3.1 beschrieben, von einer Wichtigkeit für die Trekkingtouristen ist.

¹⁴⁰ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹⁴¹ Zitat mehrerer Lodgebetreiber während der Befragung März 2012

Sie glauben auch, dass die Trekkingtouristen auf der Suche nach etwas sind, was sie in ihrem Heimatland nicht finden.¹⁴²

Somit zeigt sich, dass die Hauptmotive der Trekkingtouristen aus Sicht der Lodgebetreiber über die Jahre hinweg gleich geblieben sind.

Jedoch gab es auch leichte Veränderungen in einigen Punkten. So nehmen die Nepali inzwischen nicht mehr an, dass auf Grund der Vielzahl von Bildern, die geschossen werden, jeder Tourist einen kommerziellen Hintergedanken hat. Ebenso wurden keine groben Tabubrüche und Stresssituationen, wie HAUCK es nannte, von den Lodgebetreibern genannt.¹⁴³

Es ist jedoch an dieser Stelle anzunehmen, dass diese immer noch vorhanden sind und auch ein feilschen um den Preis dazu gezählt werden kann. Zu erwähnen ist, dass es für viele Lodgebetreiber nicht leicht war, negatives gegenüber dem Autor der Arbeit zu äußern. Somit sind wahrscheinlich einige Punkte, welche als störend empfunden werden, nicht angesprochen worden, was an sich mit der angetroffenen zurückhaltenden Kultur der Nepali zu tun hat.¹⁴⁴

Es lässt sich an dieser Stelle zusammenfassend sagen, dass allgemein sehr positiv mit dem Tourismus umgegangen wird, der Tourismus als Wirtschaftsfaktor angekommen und die einheimische Bevölkerung sich der Wichtigkeit dieses Faktors bewusst ist.

¹⁴² Vgl. Hauck (1996), S. 156f

¹⁴³ Vgl. ebenda

¹⁴⁴ Eigene Erfahrung bei der Befragung Khumbu März 2012

5. Aussichten des Trekkingtourismus

Die Aussichten des Trekkingtourismus beziehen sich auf zwei Aspekte. Erstens werden die Aussichten für die Khumbu Region und den Himalaya betrachtet. Zweitens wird versucht, einen Blick auf den Trekkingtourismus allgemein zu werfen.

Blickend auf die Khumbu Region erweist es sich als schwierig, die Aussichten des Trekkingtourismus aufzuzeigen. Sicherlich ist der Trekkingtourismus eine der wichtigsten Einnahmequellen für die Region. Dies wird auch von den befragten Trekkingtouristen so gesehen und ist die meist gegebene Antwort auf die Frage: *Wo sehen Sie die Vorteile des Trekkingtourismus für die Region?* Desweiteren sehen die Befragten im Tourismus ebenfalls die Chance, den Standard, bezugnehmend auf die Hygiene, zu erhöhen und die Müll- Problematik in der Region zu reduzieren.¹⁴⁵ Der große Vorteil, den die Region besitzt, ist die Tatsache, dass der Mt. Everest mit seiner Einzigartigkeit, als begehrenswert und bekannt eingestuft werden kann und somit die Unique Selling Proposition (USP)¹⁴⁶ des Khumbu verkörpert.¹⁴⁷

Generell kann der Trekkingtourismus im Himalaya als sehr bedeutend und einzigartig eingestuft werden. Die allgemeine Wichtigkeit des Trekkingtourismus lässt sich in diesem Falle von der EcoHimal Studie ableiten (siehe nachfolgende Grafik).¹⁴⁸ So zeigt die Grafik deutlich, dass Trekking für 41,3% der Himalaya- Reisenden von großer Wichtigkeit ist. Auch die steigenden Zahlen der Trekkingtouristen und Neubauten der Lodges im Khumbu lassen darauf schließen, dass der Trekkingtourismus erhalten bleibt und möglicherweise weiter steigt.

¹⁴⁵ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

¹⁴⁶ Vgl. Bieger (2008), S. 364

¹⁴⁷ Annahme des Autors

¹⁴⁸ Vgl. Luger (2007), S. 82ff

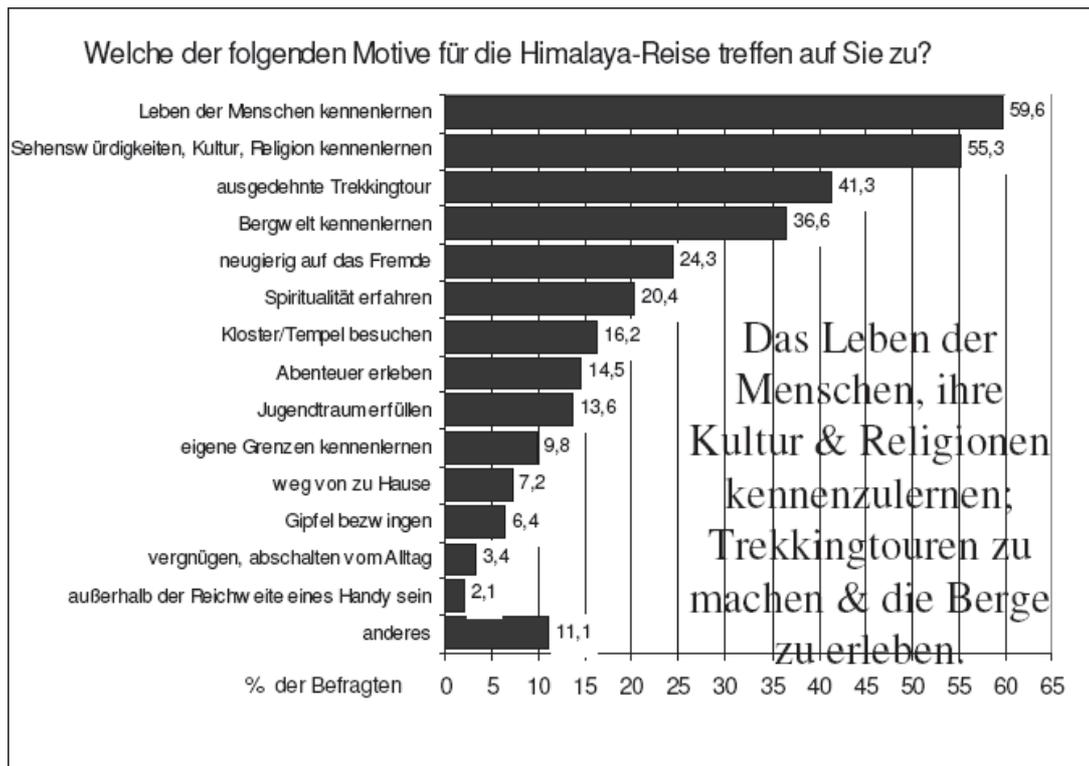


Abbildung 9: Motive Trekkingtouristen

Quelle: Öko Himal und INIT, 2000, zur Verfügung gestellt von Prof. Dr. Patricia East

Diese Aussage stützt sich ebenfalls durch neue touristische Produkte im Trekkingsektor. Hierzu dient als aktuelles Beispiel die Erschließung des *Great Himalaya Trail*. Dieser neue Weg bietet ein grenzüberschreitendes Erlebnis und ermöglicht es, die komplette Himalayakette zu erlaufen.¹⁴⁹

Allgemein lässt sich annehmen, dass der Trekkingtourismus weiter wächst, dies nicht zuletzt durch Bestseller wie „Ich bin dann mal weg“¹⁵⁰ von Hape Kerkeling. Bewegung und Outdoorsport liegen im Trend, zumindest in Deutschland. Dies zeigt die aktuelle Anzahl der Mitglieder des Deutschen Alpenvereins (DAV).

¹⁴⁹ Vgl. The Great Himalaya Trail, Nepal's Great Himalaya Trail, URL: <http://thegreathimalayatrail.org/the-ght/ght-trail-network/>; vgl. Die Welt (2011), Neuer Rekord-Wanderweg in Nepal eröffnet, URL: <http://www.welt.de/reise/Fern/article13631525/Neuer-Rekord-Wanderweg-in-Nepal-eroeffnet.html> (Zugriff: 03.06.2012)

¹⁵⁰ Vgl. Focus Online (2007), Die neue Wanderlust, URL: http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/trend_aid_124686.html (Zugriff: 03.09.2012)

So weist der DAV aktuell für das Jahr 2012 einen Mitgliederrekord mit 939.063 Mitgliedern aus. Der DAV spricht von Rekordzuwächsen und dies nicht nur in den jungen Altersgruppen. Ebenfalls zeigt sich an dieser Stelle, dass die Altersgruppe der Trekkingtouristen, welche in den vorigen Punkten benannt wurde, ein hohes Wachstum verzeichnet.¹⁵¹

Zusammenfassend lässt sich somit die Aussage treffen, dass der Trekkingtourismus weiterhin potenzielle Erfolgschancen hat, mit weiteren Zuwächsen zu rechnen ist und dies auch im Khumbu.

¹⁵¹ Vgl. Deutscher Alpenverein (2012), Pressemitteilung, Rekordzuwachs: DAV zählt 939.063 Mitglieder, URL:
http://www.alpenverein.de/chameleon/outbox//3330e2b1b304b5d39c9f2ebd510af7a7/0119-Mitgliederentwicklung_19286.pdf (Zugriff: 03.09.2012)

6. Fazit

Die Reisemotive von Trekkingtouristen wie sie in der vorliegenden Bachelorarbeit beschrieben wurden, zeigen auf den ersten Blick keine grundlegende Veränderung in den Hauptmotiven innerhalb der letzten zwanzig Jahre. Es zeigt sich deutlich, dass die Hauptmotive für die Trekkingtouristen auch nach zwanzig Jahren immer noch in der Faszination der *Berge und Landschaft* sowie in der Kultur des Landes liegen. Diese Einschätzung wird ebenfalls von den Lodgebetreibern angegeben und findet sich in der Studie von EcoHimal aus dem Jahr 2000 (vgl. Abb. 9) wieder. Diese Motive sind für den Trekkingtouristen auch geradezu offensichtlich, da die Berge und die Landschaft ein wichtiger Bestandteil der Trekkingtour an sich sind und wahrscheinlich auch immer sein werden. Speziell im Khumbu dient der Mt. Everest als Besuchermagnet und nimmt eine klare USP Stellung ein.

Bezugnehmend auf die Studie von HAUCK muss an dieser Stelle nochmals darauf hingewiesen werden, dass sich diese auf mehrere Trekkingregionen in Nepal bezieht und daher nur bedingt Rückschlüsse auf Veränderungen gezogen werden können. Um einen genauen Wandel erkennen zu lassen, müsste die Befragung der Trekkingtouristen sich mindestens auf die drei großen Trekkinggebiete ausweiten sowie während der beiden Hauptsaisonzeiten stattfinden. Was jedoch gegeben ist, ist dass Tendenzen aufgezeigt werden können.

In diesem Zusammenhang zeigt sich die Tendenz, dass sich für den Khumbu-Trekkingtouristen drei wichtige Motive herauskristallisieren: *Berge und Landschaft*, *Kultur*, *Menschen und Siedlungen* sowie *Bergsteigen/Sport*. Diese Nennungen unter Berücksichtigung der angenommenen inhaltlichen Veränderungen zeigen, dass sich der Khumbu-Trekkingtourist in die Gruppe des Prestigereisenden mit westlichen Standard nach ASCHAUER einordnen lässt (vgl. Punkt 4.3.1).

Diese Eingruppierung zeigt sich nicht nur an der Motivgruppe, sondern findet sich auch in der Khumbu Region wieder, da hier Lodges, auch im Luxussegment, zunehmen und westliche Güter auch noch in großen Höhen angeboten werden.¹⁵² Dieser Trend wird auch von einzelnen Lodgebetreibern erkannt, die angeben, dass die Touristen sich nicht mehr mit dem oft einfachen angetroffenen Standard zufrieden zeigen.¹⁵³

Der Trekkingtourist sucht jedoch nicht nur einen höheren Standard, sondern stellt den Leistungsfaktor häufig stärker in den Vordergrund als früher. Dies nicht auch zuletzt, um sich mit den erreichten Leistungen zu schmücken, sobald er von der Reise zurückkehrt. Dieser Aspekt der Eingruppierung nach ASCHAUER verdeutlicht auch Luger, der den Zweck der Reise darin sieht, nach der Reise selbst zur Sehenswürdigkeit zu werden.¹⁵⁴ Es scheint somit für den Trekkingtouristen von großer Wichtigkeit zu sein, von seinem Erlebten zu berichten.

Abschließend lässt sich somit sagen und annehmen, dass gewisse Motive der Trekkingtouristen aus den 90er Jahren noch Bestand haben, selbst wenn diese heute zum Teil anders belegt und gedeutet werden. Wichtig ist jedoch, was auch erfreulicherweise noch zu sehen ist, dass bei allem wünschenswerten zunehmenden Luxus und immer höherem Standard der Touristen, die Berge und die Menschen nach wie vor im Vordergrund stehen und ihren Reiz für den Trekkingtouristen so schnell nicht verlieren.

¹⁵² Eigene Beobachtung im März 2012

¹⁵³ Eigene Befragung mit Lodgebetreiber aus Debucho März 2012

¹⁵⁴ Vgl. Luger (2007), S. 74

Anhang

Anhang A)	Trekkingtouristen in Nepal nach Herkunftsländer	52
Anhang B)	Alter und Art der Trekkingtouristen	53
Anhang C)	Anzahl der Übernachtungen in Zelt und Lodge	54
Anhang D)	Bereiste Regionen	55
Anhang E)	Reisegründe Khumbu	56
Anhang F)	Fragebogen Trekkingtouristen	57
Anhang G)	E-Mail TAAN	61
Anhang H)	E-Mail von welcome Nepal	62
Anhang I)	E-Mail Lodges SNP	63
Anhang J)	Fragebogen Lodgebetreiber im Interview- Stil	64

Anhang A)

Tabelle 12: Trekkingtouristen in Nepal nach Herkunftsländern¹⁵⁵

Quelle: Eigene Darstellung

Trekkingtouristen Nepal nach Herkunftsländer			
1990		2010	
Land	Anteil der Trekking-Permits in %	Land	Anteil der Trekking-Permits in %
UK	17,2	UK	13,4
USA	12,6	Frankreich	10,9
Deutschland	12,1	Deutschland	9,7
Australien	8,7	USA	7,7
Frankreich	7,5	Australien	6,5
Japan	6,2	Japan	4,0
Holland	4,6	Korea	3,7
Kanada	4,0	Holland	3,3
Schweiz	4,0	Kanada	3,1
Dänemark	2,0	Spanien	2,9
Italien	2,0	Russland	2,7
Österreich	1,4	Italien	2,4
Spanien	1,0	Indien	2,4
Sonstige	16,7	Schweiz	2,3
		Israel	2,1
		Sonstige	23,0

¹⁵⁵ Vgl. Hauck (1996), S. 44; vgl. Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation (2010), Summary of Tourism Scenario 2010, Part 1, S. 30f, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff: 17.07.2012)

Anhang B)

Tabelle 13: Alter und Art der Trekkingtouristen¹⁵⁶

Quelle: Eigene Darstellung

Bericht

24. Alter

2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal?	Mittelwert	N	Standardabweichung
individuell	34,50	10	11,008
organisiert	37,00	9	8,761
semi-organisiert	37,80	10	9,041
Insgesamt	36,41	29	9,447

¹⁵⁶ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Anhang C)

Tabelle 14: Anzahl der Übernachtungen im Zelt¹⁵⁷

Quelle: Eigene Darstellung

11. Zelt * 2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal? Kreuztabelle

Anzahl

		2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal?			Gesamt
		individuell	organisiert	semi-organisiert	
11. Zelt	nein	11	8	8	27
	ja	0	1	2	3
Gesamt		11	9	10	30

Tabelle 15: Anzahl der Übernachtungen in Lodges¹⁵⁸

Quelle: Eigene Darstellung

11. Lodge * 2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal? Kreuztabelle

Anzahl

		2. Wie reisen / reisten Sie nach Nepal?			Gesamt
		individuell	organisiert	semi-organisiert	
11. Lodge	ja	11	9	10	30
Gesamt		11	9	10	30

¹⁵⁷ Eigene Befragung im Khumbu März 2012¹⁵⁸ ebenda

Anhang D)

Tabelle 16: Bereiste Regionen¹⁵⁹

Quelle: Eigene Darstellung

14a. Wenn Ja, wo? * 14. Haben Sie Erfahrung im Gebirge? Kreuztabelle

Anzahl	14. Haben Sie Erfahrung im Gebirge?		Gesamt
	nein	ja	
14a. Wenn Ja, wo?	3	0	3
Alpen	0	9	9
Alpen, Anden, Himalaya	0	1	1
Alpen, Ararat, Elbrus	0	1	1
Alpen, Atlas Gebirge	0	1	1
Alpen, Himalaya	0	1	1
Alpen, Karakorum, Hoher Atlas, Kaukasus	0	1	1
Alpen, Pyrenäen	0	2	2
alpen, rila, pirin	0	1	1
Alpen,Anden	0	1	1
Alpenraum, Kolonien, Pyrenäen	0	1	1
Himalaya, Alpen, Neuseeländische Alpen, Skanden, Pyrenäen	0	1	1
Nepal, Alpen	0	1	1
Patagonien, Alpen, Kilimandscharo	0	2	2
Peru Anden	0	1	1
Rocky Mountains, Anden	0	2	2
würde den rahemn spren- gen aber Himalaja nicht Alpen	0	1	1
Gesamt	3	27	30

¹⁵⁹ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Anhang E)

Tabelle 17: Reisegründe Khumbu¹⁶⁰

Quelle: Eigene Darstellung

8. Sonstiges: Auswertung

	Häufigkeit	Prozent	Gültige Prozen- te	Kumulierte Pro- zente
Gültig	11	36,7	36,7	36,7
"Face to face" mit 8.000ern	1	3,3	3,3	40,0
Mt. Everest	1	3,3	3,3	43,3
wollte diesmal ins Khumbu	1	3,3	3,3	46,7
Abgeschiedenheit	1	3,3	3,3	50,0
Aussicht auf Berge	1	3,3	3,3	53,3
einmal im EBC stehen	1	3,3	3,3	56,7
Empfehlung von Reiseagen- tur	1	3,3	3,3	60,0
Erlebnisfaktor, Ab- wechslungsreichtum	1	3,3	3,3	63,3
Erste Tour in dieser Höhe, deswegen war der Sicher- heitsfaktor im Vordergrund.	1	3,3	3,3	66,7
Nächste Tour individuell				
Everest-Erfahrung/Nähe	1	3,3	3,3	70,0
Interesse an der Region	3	10,0	10,0	80,0
jeweils aus Freude an der Natur und zur Erholung	1	3,3	3,3	83,3
Kultur	1	3,3	3,3	86,7
Landschaft	1	3,3	3,3	90,0
Mt. Everest	1	3,3	3,3	93,3
spontan, einfach Flug ge- bucht	1	3,3	3,3	96,7
Zufall	1	3,3	3,3	100,0
Gesamt	30	100,0	100,0	

¹⁶⁰ Eigene Befragung im Khumbu März 2012

Anhang F)

Fragebogen Trekkingtouristen:

1. Wann reisten Sie nach Nepal?
2. Wie reisen/reisten Sie?
 - a) individuell
 - b) organisiert
 - c) semi-organisiert
3. Mit wie vielen Personen reisen/reisten Sie?
4. Haben Sie Träger/ Guides?
 - 4a. Wenn ja, wie viele ?
5. Wie lange dauert/ dauerte die Trekkingtoure?
6. Welche Trekkingtour?
Dauer?
7. Warum diese Trekkingtour? (Zeitfaktor, Bergerfahrung, eigene Leistungsfähigkeit)
8. Wie wurde geplant? *Mehrfachnennung*
 - a) Reiseführer
 - b) Internet
 - c) Social Media
 - d) persönliche Kontakte
 - e) Sonstiges

9. Wie viel Übernachtungen? *Mehrfachnennung*
- a) Zelt und Anzahl der Ü
 - b) Lodge und Anzahl der Ü
 - c) bei Einheimischen und Anzahl der Ü
10. Wie viel Touren machen Sie während Ihrer Reise?
11. Sind schon andere Trekkingtouren in Planung?
- Ja: Wenn Ja, wo? Nein:
12. Haben Sie Erfahrung im Gebirge?
- Ja: Wenn Ja, wo? Nein:
13. Waren Sie zuvor schon in Nepal?
- Ja: Wenn ja, wie oft? Nein:
14. Warum Trekken Sie in Nepal? *Mehrfachnennung*
- a) Berge, Landschaft
 - b) Kultur, Menschen, Siedlungen
 - c) Freiheitsgefühl (feel free)
 - d) Unberührte Natur
 - e) Abenteuer
 - f) Bergsteigen, Sport
 - g) Religiöse-/philosophische Motive
 - h) Drogenkonsum
 - i) Sprache
15. Welche positiven Erlebnisse hatten Sie beim Trekken?
16. Welche negativen Erlebnisse hatten Sie beim Trekken?

17. Wie empfinden Sie die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung? Antworten vorgeben?

18. Hatten Sie Kontakt zu Einheimischen?

Ja: Wenn Ja, zu wem? Nein:

a) Lodge-Betreiber und deren Familien

b) Führer und Träger

c) lokale Bevölkerung allgemein

19. Mit welchen Kontaktproblemen hatten Sie zu tun?

a) Sprachbarriere

b) Zuwenig Zeit

c) Kontakte sind kein Problem

d) Kultur und Tradition sind zu verschieden

e) Fehlen eines gemeinsamen Themas

f) Positionsunterschiede (arm/reich)

g) Kein eigenes Interesse

h) Lokale Bevölkerung hat keine Zeit

i) Lokale Bevölkerung hat kein Interesse

j) Fehlverhalten der Touristen

k) Einheimische mögen keine Fremden

20. Was schätzen Sie aus welchen Gründen, Einheimische Kontakt suchen?

- a) Geschäftsinteresse
- b) Neugierde
- c) Freundschaft
- d) englische Sprache lernen
- e) Gastfreundschaft
- f) Geschenke erhalten
- g) Interesse an der westlichen Kultur
- h) Abwechslung vom Alltag

21. Wo sehen Sie die Vorteile des Trekking Tourismus für die Region?

22. Welche Probleme verursacht der Trekking Tourismus?

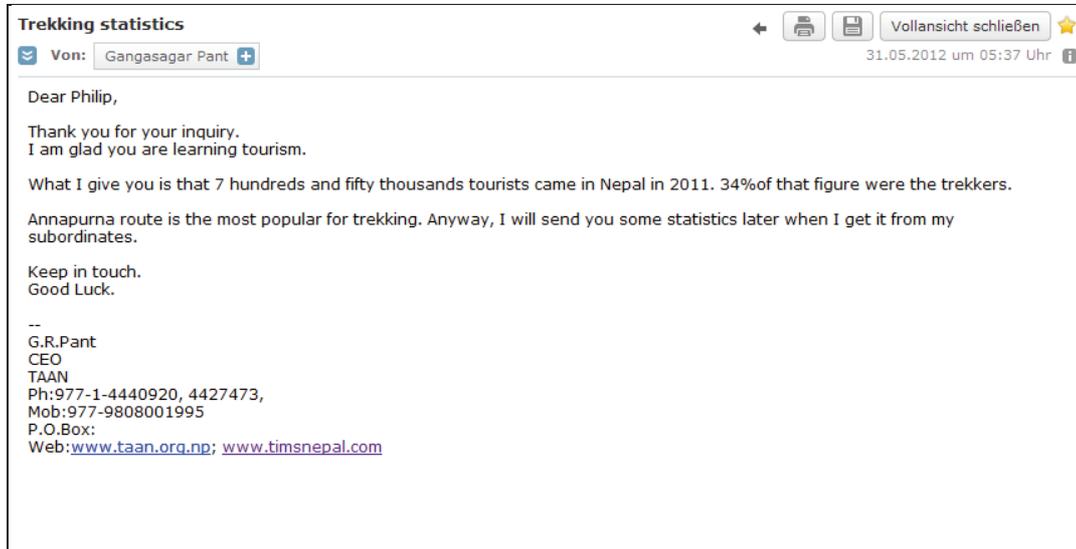
23. Durchschnittliche Tagesausgaben?

24. Alter / Geschlecht

25. Welches ist Ihr höchster Schulabschluss?

26. Herkunft

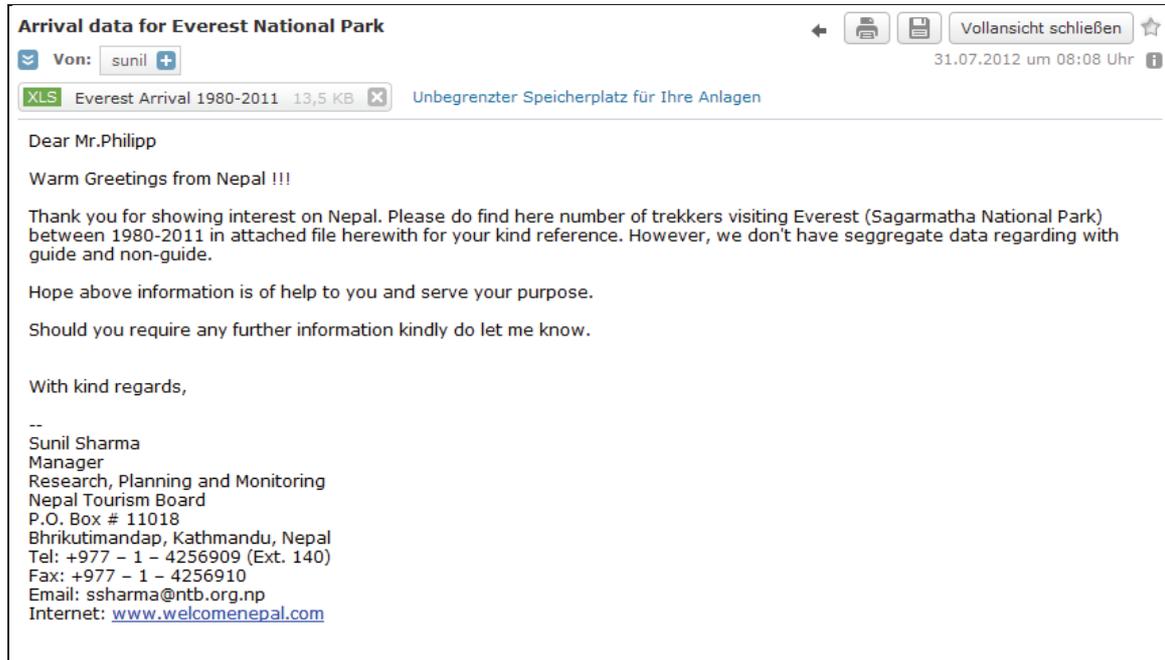
Anhang G)

Abbildung 10: E-Mail TAAN¹⁶¹

Quelle: Email TAAN

¹⁶¹ Aussage von CEO G.R. Pant

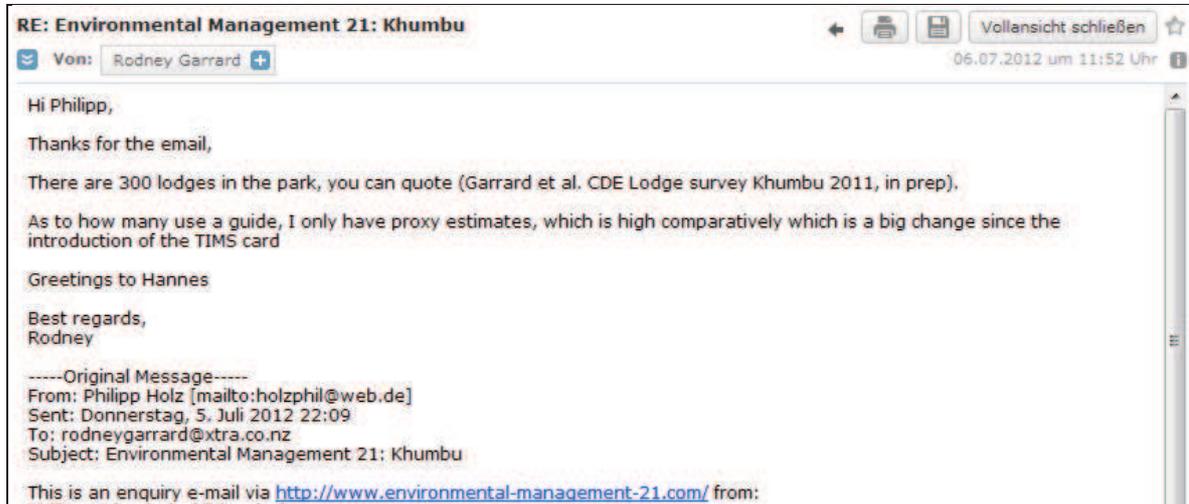
Anhang H)

Abbildung 11: E-Mail von welcome Nepal¹⁶²

Quelle: Mail von Manager Sunil Sharma, Nepal Tourism Board

¹⁶² Vgl. E-mail von Manager Sunil Sharma, Nepal Tourism Board

Anhang I)

Abbildung 12: E-Mail Lodges SNP¹⁶³

Quelle: Garrard al. CDE Lodge survey Khumbu 2011, in prep

¹⁶³ Garrard al. CDE Lodge survey Khumbu 2011, in prep

Anhang J)

Fragebogen Lodgebetreiber im Interview- Stil

1. Was halten Sie von den Trekkingtouristen?
2. Woher kommen die Trekkingtouristen?
3. Erkennen Sie Unterschiede zwischen den Trekkingtouristen?
4. Warum kommen die Trekkingtouristen nach Nepal/ Khumbu?
 - a) Berge, Landschaft
 - b) Kultur, Menschen, Siedlungen
 - c) Freiheitsgefühl (feel free)
 - d) Unberührte Natur
 - e) Abenteuer
 - f) Bergsteigen, Sport
 - g) Religiöse-/philosophische Motive
 - h) Drogenkonsum
 - i) Sprache
5. Warum haben Sie eine Lodge?
6. Seit wann haben Sie diese Lodge?
 - a) seit einer Generation
 - b) seit mehreren Generationen
7. Haben Sie weitere Erwerbsquellen?
8. Was gefällt Ihnen gut an den Trekkingtouristen?
9. Was gefällt Ihnen nicht so gut?

Literaturverzeichnis

- Aderhold, Peter et al.: Tourismus in Entwicklungsländer; Eine Untersuchung über Dimensionen, Strukturen, Wirkungen und Qualifizierungsansätze im Entwicklungsländer-Tourismus – unter besonderer Berücksichtigung des deutschen Urlaubsreisemarktes. Ammerland: Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V., 2006
- Bieger, Thomas Dr.: Management von Destinationen (7. Aufl.). München; Wien; Oldenbourg: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2008
- Bindloss, Joe; Mayhew, Bradley: Trekking in the Nepal Himalaya (9. Aufl.). Lonely Planet Publications Pty Ltd, 2009
- Brockhaus GmbH: Der Brockhaus in einem Band (9., vollständig überarb. Und aktualisierte Auflage). Leipzig: 2002
- Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (Hrsg.): Forschungsbericht; Grundlagenuntersuchung Freizeit- und Urlaubsmarkt Wandern. Berlin: 2010
- Freyer, Walter Dr.: Tourismus; Einführung in die Fremdenverkehrsökonomie (7., überarb. Und aktualisierte Aufl.). München; Wien; Oldenbourg: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2001
- Luger, Kurt: Auf der Suche nach dem Ort des ewigen Glücks; Kultur, Tourismus und Entwicklung im Himalaya. Innsbruck; Wien; Bozen: StudienVerlag, 2007
- Luger, Kurt: Kids of Khumbu; Sherpa Youth on the Modernity Trail. Kathmandu: Mandala Book Point, 2000
- McConnachie, James; Reed, Dave: Nepal (2., vollständig überarbeitete Auflage). Berlin: Stefan Loose Travel Handbücher, 2010

Mundt, Jörn W.: Einführung in den Tourismus (2., erg. Aufl.). München; Wien; Oldenburg: Oldenbourg Wissenschaftsverlag GmbH, 2001

Beiträge in Sammelbänden

Braun, Ottmar L.: (Urlaubs-)Reisemotive. In: Hahn, Heinz; Kagelmann, Jürgen H. (Hrsg.). Tourismuspsychologie und Tourismussoziologie; Ein Handbuch zur Tourismuswissenschaft. München: Quintessenz Verlags-GmbH. 1993, S. 199 – 207

Nettekoven, Lothar: Soziale und kulturelle Wirkungen des Ferntourismus. In: Studienkreis für Tourismus. Ferntourismus – Ein Mittel der Entwicklungshilfe und Völkerverständigung?; Tagungsbericht. Starnberg: 1997. S. 115 – 130

Welsch, W.: Die vielen Gesichter des Trekking. In: Alpinismus, Nr. 3/ 1978, S.5

Reid, T.: Die Sherpas. In: National Geographic, Mai 2003, S. 86 - 115

Diplomarbeiten/Dissertationen

Aschauer, W.: Der Himalaya als Erfahrungsraum; Reisemotivation und Reiseentscheidung deutschsprachiger Trekkingtouristen in Nepal. Diplomarbeit an der Geisteswissenschaftlichen Universität Salzburg, 2003

Hauck, Dieter: Trekkingtourismus in Nepal; Kulturgeographische Auswirkungen entlang der Trekkingrouten im vergleichenden Überblick. Katholische Universität Eichstätt, München, Eichstätter Geographische Arbeiten, 1996

Schatzl, Peter: Nachhaltigkeit bei organisierten Trekkingreisen; Anspruch und Wirklichkeit am Beispiel von drei Touren in Nepal. Saarbrücken: VDM Verlag Dr. Müller Aktiengesellschaft & Co. KG, 2008

Elektronische Medien

Abendblatt: Messner: „Schluss mit Massentourismus“, 2012,

URL: <http://www.abendblatt.de/vermishtes/article2284959/Messner-Schluss-mit-Massentourismus.html> (Zugriff: 05.09.2012)

Benner, Joachim et al.: Produktionsanstieg in den Industrieländern setzt sich in

mäßigem Tempo fort, 2005, URL: http://www.ifw-kiel.de/wirtschaftspolitik/konjunkturprognosen/konjunkt/2005/2_05_int.pdf
(Zugriff: 29.07.2012)

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung: Nepal,

Informationen zum Land, 2012, URL:
http://www.bmz.de/de/was_wir_machen/laender_regionen/asien/nepal/profil.html (Zugriff: 15.09.2012)

Deutscher Alpenverein: Pressemitteilung; Rekordzuwachs: DAV zählt 939.063 Mitglieder, 2012, URL:

http://www.alpenverein.de/chameleon/outbox//3330e2b1b304b5d39c9f2ebd510af7a7/0119-Mitgliederentwicklung_19286.pdf (Zugriff: 03.09.2012)

Deutscher Alpenverein: Jobs, 2012, URL: <http://www.alpenverein.de/Aktuelles/Jobs/>
(Zugriff: 01.09.2012)

Die Welt: Reisende stranden auf gefährlichstem Airport der Welt, 2011, URL:

<http://www.welt.de/vermishtes/weltgeschehen/article13700145/Reisende-stranden-auf-gefaehrlichstem-Airport-der-Welt.html> (Zugriff: 12.07.2012)

Die Welt: Neuer Rekord-Wanderweg in Nepal eröffnet, 2011, URL:

<http://www.welt.de/reise/Fern/article13631525/Neuer-Rekord-Wanderweg-in-Nepal-eroeffnet.html> (Zugriff: 03.06.2012)

Duden: Wörterbuch Treck, 2012, URL: <http://www.duden.de/rechtschreibung/Treck>
(Zugriff: 02.09.12)

Focus Online: Die neue Wanderlust, 2007, URL:
http://www.focus.de/reisen/urlaubstipps/trend_aid_124686.html (Zugriff:
03.09.2012)

FUR Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e.V.: FUR- Newsletter September
2009, 2009, URL:
http://www.fur.de/fileadmin/user_upload/Newsletter/Newsletter_Sept._09_Informationsquellen.pdf (Zugriff: 15.09.2012)

IPPG: Porter Shelters, URL: <http://ippg.net/porter-shelters/> (Zugriff: 07.07.2012)

Metz, Sebastian: Wirtschaftshandbuch Asien-Pazifik, 2011, URL:
http://www.oav.de/fileadmin/mo/c/wiha/wh_2011_nepal_lang_np.pdf (Zugriff: 15.07.2012)

Ministry of Culture, Tourism and Civil Aviation: Summary of Tourism Scenario 2010,
Part 1, 2010, URL: www.tourism.gov.np/uploaded/statistics2010.pdf (Zugriff:
17.07.2012)

Nepal Tourism Board: Tourism statistics 2011, 2011, URL:
http://welcomenepal.com/images/downloads/tourism-statistics_2011.pdf
(Zugriff: 05.07.2012)

Nepal Tourism Board: Tourism Marketing Strategy for Nepal 2005 – 2020, URL:
<http://welcomenepal.com/corporate/userdata/brochures/Tourism-Marketing-Strategy-2005-2020.pdf> (Zugriff: 05.07.2012)

Schatzl, Peter: Geografische Aspekte des Höhenbergsteigens, 2001, URL:
http://www.medint.at/dipl/2/2_2.pdf (Zugriff: 20.06.2012)

Süddeutsche Zeitung: Tourismus- Die Branche nach der Terrorwelle, 2001, URL:
<http://www.sueddeutsche.de/reise/tourismus-die-branche-nach-der-terrorwelle-1.238358> (Zugriff: 29.07.20012)

TAAN: Permit for Trekking Peaks, URL:
http://www.taan.org.np/info_details/trekking-peak-permit (Zugriff: 26.08.2012)

The Great Himalaya Trail: Nepal's Great Himalaya Trail, URL:
<http://thegreathimalayatrail.org/the-ght/ght-trail-network/> (Zugriff: 03.06.2012)

Unesco World Heritage Centre: Sagarmatha National Park, URL:
<http://whc.unesco.org/en/list/120/> (Zugriff: 15.07.2012)

Yeti Mountain Home, URL: <http://www.yetimountainhome.com/ymh-lodges/ymh-namche.html> (Zugriff: 15.09.2012)

Sonstige Quellen

DAV Summit Club GmbH: Katalog, 2012

Hauser exkursionen international GmbH: Katalog, 2012

HK Mountain Projects: Hannes Künkel, www.hk-mountain-projects.com

Öko Himal und INIT, 2000, zur Verfügung gestellt von Prof. Dr. Patricia East

Erklärung

Bachelorarbeit gemäß § 14 Abs. 1 und 4 bis 9 der Allgemeinen Prüfungsordnung (APO) der Hochschule für angewandte Wissenschaften - Fachhochschule München vom 29.01.2008 sowie § 10 der Studien- und Prüfungsordnung für den Bachelorstudiengang Tourismus-Management an der Hochschule für angewandte Wissenschaften - Fachhochschule München vom 24.10.2006 in derzeit gültiger Fassung.

Ich versichere, dass ich die vorliegende Bachelorarbeit selbständig angefertigt, nicht anderweitig für Prüfungszwecke vorgelegt, alle benutzten Quellen und Hilfsmittel angegeben, sowie wörtliche und sinngemäße Zitate gekennzeichnet habe.

Ort, Datum

Vorname Name