

Text Stefan Pointner

WEG MIT DEM DRECK!



„Du bist so konservativ!“, schreit sie (wir spielen das hier als dramatisches Mittel im Zuge einer Einleitung vor, distanzieren uns aber klarerweise von allen realen Personen). Und ich antworte - nach einer kurzen Nachdenkpause: „Natürlich bin ich konservativ. Aber...“ Und ihr (wir imaginieren eine kritische Partnerin oder einen kritischen Partner) Puls geht hoch, die Kabel am Hals pochen und sie schneidet mir ins Wort: „Aber was?“ (Weil ein Aber ist nie gut.) „Aber im Sinne von: Von etwas Bestehendem ausgehend, etwas Bestehendes bejahend, etwas bewahrend.“ „Du...“ (Wir blenden hier aus und lassen dahingestellt, wie diese Szene zu Ende geht).

Wir sind konservativ. Climax ist konservativ. Und das ist gut so. Warum? (Fragt die Stimme aus dem obigen Beziehungsdrama.) Weil wir Kletterer davon leben, dass es Orte gibt, an denen wir unseren Sport, unsere Kultur, unser Leben leben. Und dieser Ort heißt (ich ahne den Kommentar aus dem Off: Plastikpalast! Aber nein, der Ort heißt): Natur. Und weil wir die Natur lieben, die Felsen, die Wildnis, muss sie erhalten werden. Konserviert. Und dabei hilft die EOCA.

Die European Outdoor Conservation Association wurde 2006 gegründet, um die Anstrengungen einiger Vertreter der Outdoor-Industrie, der Natur etwas zurückzugeben, zu bündeln. Bis heute wurden 36 Projekte mit insgesamt EUR 860.000 unterstützt. Wie das funktioniert?

Die EOCA besteht momentan aus über 70 Mitgliedern (darunter befinden sich einige Medienpartner - einer davon ist natürlich Climax), die dieser ‚not-for profit‘-Association helfen, einzelne Projekte direkt finanziell zu unterstützen. Jedes Mitglied kann Naturschutzorganisation vorschlagen, die dann um finanziellen Support ansuchen. Die bis jetzt durchgeführten Projekte reichen vom Einsatz für den Regenwald, spanische Bären, nachhaltigen Tourismus in Island, bis zur „Surfers Against Sewage Campaign“, im Zuge derer ein Lehrfilm über notwendigen Umweltschutz im Bereich Strand mit Stars aus der britischen Surferszene und einem Soundtrack von Radiohead (alles gratis für die gute Sache) produziert wurde.

EOCAs Vision: The European Outdoor sector will significantly contribute to the conservation of wild places and ecosystems for future generations.
EOCAs Mission: To support valuable conservation work by raising funds from within the European Outdoor sector and promoting care and respect for wild places.

Und einer dieser „wilden Orte“ ist der Mount Everest. Das Dach der Welt. Oder: Der höchste Mistkübel unseres Planeten. Wer sein ganzes Equipment auf den Steinhafen raufträgt (rauftragen lässt), dann ganz alleine (oder halt mit ein bisschen Unterstützung) den Gipfel erklimmt, der tut den Einheimischen natürlich was zurücklassen - den Dreck. Tut man das? Selbstverständlich nicht. Trotzdem sammelt sich am Fuße des Everests haufenweise Abfall, weil die Menschen zu bequem sind, weil keine Konsequenzen drohen, weil das Bewusstsein fehlt oder ganz einfach weil sie körperlich fix und fertig sind. Die Touristen verlassen die Region wieder, die Sherpas bleiben. Und sehen den Müll im Basecamp (der ist offensichtlich), sehen aber auch den Abfall in der Nähe der Trekkingspfade, in den Büschen, in den Gletscherspalten. Die Zeitbombe tickt. Und weil sie nicht einfach aus der Gefahrenzone verschwinden, sondern etwas tun wollen, entsteht in Zusammenarbeit mit EcoHimal das Projekt „Saving Mount Everest“ (in den Medien auch als „Cleaning Up Mount Everest“ zu finden). Öko Himal, die Gesellschaft für Zusammenarbeit Alpen-Himalaya (www.ecohimal.org), ist seit 1992 in Nepal tätig, hat unter anderem ein Wasserkraftwerk bei Namche Bazar, das Khumbu Mountain Centre und das erste Kanalisationssystem in der Region auf die Beine gestellt und verfügt daher über

das nötige Know How und die Logistik, um ein Müllentsorgungskonzept zu implementieren. EcoHimal, die sich für eine nachhaltige wirtschaftliche und soziale Entwicklung in den Ländern der Himalaya-Region starkmachen, nehmen sich - unterstützt von EOCA - der bedrohten Biodiversität des nepalesischen Sagarmatha National Park an, wo es, obwohl die Region seit 1979 von der UNESCO als Weltnaturerbe ausgezeichnet ist, zur Zeit kein funktionierendes Abfallsystem und kaum Umweltbewusstsein der lokalen Bevölkerung gibt. Noch nicht.

Umweltverschmutzung, kurzfristig konsumierende Besucher, Paradise Lost - sind das nicht typische Folgen von „Massentourismus“ rund um den Everest? Gegen diesen Begriff in Zusammenhang mit Nepal wehrt sich Dr. Kurt Luger, Vorsitzender der EcoHimal-Gesellschaft (und Leiter der Abteilung Transkulturelle Kommunikation am Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg, UNESCO-Lehrstuhlinhaber „Kulturelles Erbe und Tourismus“ etc.), der freundlicherweise im Zuge eines Interviews bereit war, Climax mit Informationen über „Saving Mount Everest“ zu versorgen.

Von Massentourismus könne man in Nepal und speziell in den Everest-Region nicht wirklich sprechen, erklärt Luger. Ca. 700.000 Touristen besuchen das Land pro Jahr, 35.000 Trekker sind unterwegs (zum Vergleich: in Bad Gastein sind es jährlich 1.000.000 Urlauber). Die Region würde noch viel mehr Touristen vertragen, wenn dies auf nachhaltige Art und Weise passiert. So ein bescheidener, angemessener Tourismus könnte zu einer sanften Modernisierung führen, die brachliegende Ökonomie Nepals stabilisieren (zur Zeit lebt das Land von Entwicklungshilfe und nach

Hause überwiesenem Geld von Migrantenarbeitern), sodass die Locals selbst wirtschaften können und nicht mehr auf ausländische Hilfe angewiesen sind. Der Everest als Prestige-Berg wird auch in Zukunft die Cash-Cow der nepalesischen Regierung bleiben, aber eine Dezentralisierung der Trekkingdestinationen könnte auch kleinen, entlegenen Dörfern fernab der Mainstream-Lodges helfen, wieder auf eigenen Beinen zu stehen. Für Dr. Kurt Luger heißt die Frage: „Wie viele Leute kann ich ohne Schaden raufschicken?“ Und weil schon Schaden entstanden ist, weil dieser einzigartige Ort schon verschmutzt ist, muss aufgeräumt werden. Das „Saving Mount Everest“-Projekt legt daher seinen Fokus auf:

- Aufräumexpeditionen auf den Mount Everest; ein Sherpa-Team der Everest Summiters Association hat bis jetzt über 8 Tonnen Müll vom Berg und seinen Trekkingrouten geschafft, sortiert und recycelt.
- Die Installation von Müll- und Recycling-Einrichtungen zwischen der Landebahn in Lukla und dem Everest Base Camp.
- Die Ausarbeitung von Regulierungen und Verhaltenskodizes für zukünftige Expeditionen sowie das Training der örtlichen Bevölkerung, die eine Nachhaltigkeit des entwickelten Systems garantieren sollen; einige dieser Richtlinien stehen mittlerweile schon im nepalesischen Gesetz, im Mai 2011 wurden z.B. Plastiksackerl im Weltnaturerbegebiet verboten. Wichtig ist dabei auch, dass die Einhaltung der Regeln kontrolliert und Verstöße geahndet werden können, worum sich das Sagarmatha Pollution Control Committee bemüht.
- Information und Bewusstseinschaffung in den Bereichen Biodiversität, modernes Abfallmanagement und Klimawandel für die Touristen, das im Tourismus tätige

Personal und die Einheimischen allgemein. Die Dorfgemeinschaften sollen lernen, mit Müll umzugehen bzw. diesen zu vermeiden, lokale Ressourcen zu verwenden und so dem Ideal eines Zero-Waste-Managements nahezukommen. Zu diesem Zweck wurde u.a. eine Kampagne auf Radio Sagarmatha startet, v.a. um jene 60% der Bevölkerung zu erreichen, die weder lesen noch schreiben können.

Klingt alles gut. Ist einfach gut. Aber ist es auch so easy? Dr. Kurt Luger erklärt, dass EcoHimal mit zahlreichen Problemen konfrontiert ist: Zum einen ist da natürlich die Schwierigkeit des Abtransports aufgrund der Höhe und des Geländes. Der Leiter der Clean-up Expedition, Pasang Sherpa, der seit elf Jahren als Bergsteiger am Everest unterwegs ist, schildert das extreme Wetter (-40° bis +40°, dazu noch Wind und Schnee), das es den Aufräumern schwer machte, an den abseits der Kletterrouten verstreuten Müll zu gelangen. Die instabile politische Lage und vielschichtige behördliche Zuständigkeiten verlangsamten die Etablierung neuer Regeln bzw. Gesetze (so sollen z.B. Trekker 1€ pro Tag zahlen, um das Müllsystem zu finanzieren. Guter Vorschlag, bis jetzt leider immer wieder verschoben). Zum anderen braucht EcoHimal klarerweise finanzielle Unterstützung: Für die 2. Phase des Projekts (bis Herbst 2013) werden 200.000€ für Verbrennungsanlagen, Deponien, eine Radio-Kooperative, Experten, die Schulungen durchführen, etc. benötigt. Dieses Geld kommt zum Großteil von den Partnern EcoHimals wie der EOCA, aber auch du kannst etwas tun:

Auf der Website (www.ecohimal.org) bloggen, um Bewusstseinsarbeit zu leisten, auf die Wichtigkeit der Sache aufmerksam zu machen, um zu informieren. Vor Ort kannst du durch vorbildliches Verhalten zeigen, wie's geht. Und last but not least kannst du natürlich spenden. Denn es geht hier um eine Teil unserer Erde, von der nicht nur Kurt Luger schwärmt - für ihn macht die Faszination der

Everest-Region die Weite der Landschaft aus, die Spiritualität des Landes, das Gefühl, ein kleiner Part in der unglaublichen Größe der Berge zu sein, die Möglichkeit, sich selbst zu entdecken. „Das Gewichtige ist des Leichten Wurzel. Die Stille ist der Unruhe Herr.“ (Zitiere ich aus Lugers Homepage, der aus dem Buch von Sinn und Leben von Lao Tse zitiert).

Alles nur ein Tropfen auf den heißen (kalten) Stein? (Die Stimme aus dem Off ist zurück.) „Ja, aber...“, antworte ich. „Was, aber?“, kontert sie. „Aber der stetige Tropfen wird den Stein am Ende doch verändern.“ („Du Esoteriker, du weltfremder Optimist, du...“) Wenn du das Heft in der Hand hältst, wird die EOCA eine Million Euro in die unterschiedlichsten Projekte gesteckt haben. Und je mehr Firmen sich beteiligen, desto mehr Tropfen werden den Stein bearbeiten. Und damit die Öffentlichkeit dem guten Zweck ihre Aufmerksamkeit schenkt, sind Leute wie Hansjörg Auer Ambassadors für die EOCA. Seine eigenen Kletter-Projekte werden von großen Outdoor-Marken unterstützt, beide supporten nachhaltige Projekte wie das am Everest. „It is all about sustainability. We do not have the right to consume the whole of nature. There will be people coming after us in the future who will need it too. EOCA is a neutral organisation set up to protect nature and the environment while working together with the biggest outdoor brands. Joining the EOCA is an important step in making a brand more complete.“ Sagt der Herr Auer.

„Du bist so konservativ!“ Das lasse ich mir gern sagen, wenn es darum geht, die Umwelt zu erhalten und dadurch etwas zu verändern.