

Liebe Leserinnen und Leser,

Die Tourismusbranche boomt in Südasiens – vor allem in Indien, Nepal, Sri Lanka, den Malediven, und zunehmend auch in Bhutan. Er ist ein Riesengeschäft und bestimmt in vielen Orten und Regionen in positiver wie auch in negativer Hinsicht das Leben der Menschen – wenngleich der Blick in die Statistiken der Welttourismusorganisation (UNWTO) zeigt, dass der Anteil Südasiens am weltweiten Tourismusgeschäft erst bei gerade etwa fünf Prozent liegt.

Jedes Land will gerne etwas vom Tourismuskuchen abbekommen. Seit 2005 findet auf der Internationalen Tourismusmesse Berlin ein hochkarätig besetztes Indien-Forum statt. 2006 belegte das Land erstmals eine eigene Halle mit 2.000 Quadratmetern. Vom 7. bis 11. März 2007 steht die weltweit größte Reisemesse in Berlin ganz im Zeichen des Partnerlandes Indien. „Indien hat als Hauptreiseziel für Geschäfts- und Urlaubsreisende mittlerweile einen festen Platz im weltweiten Tourismus erobert, vor allem aber gewinnt Indien zunehmende Bedeutung als Quellmarkt auch für das europäische Incoming“, so Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin.

Nach der Hannover Messe, der Biennale Bonn und der Frankfurter Buchmesse mit Indien als Schwerpunktland 2006 ist nun die Internationale Tourismusmesse Berlin dran: Indien wird in Deutschland, in Europa und der Welt konsequent hochgepuscht – als Wirtschafts- und Investitionsstandort, Kulturland, Reiseziel – als einzig realistischer Konkurrent zur Volksrepublik China. Indien als wirtschaftliche, politische und wohl auch als militärische Weltmacht liegt im Grunde im Interesse europäischer und amerikanischer Asienstrategien. Indien als „Quellmarkt für das europäische Incoming“ – neo-liberaler *nempeak*, den man sich auf der Zunge zergehen lassen kann. Der schale Beigeschmack von bitterer Armut, Unterentwicklung, sozialer Benachteiligung breiter Bevölkerungsschichten und ökologischer Katastrophe ist durch Hinweise auf den möglichen *trickle-down*-Effekt des Reichtums allerdings nur mühsam zu kompensieren.

Kaum ein Markt reagiert so sensibel auf Bilder, Vorstellungen, Stimmungen wie der Tourismus. Und während sich einige Nachbarn Indiens in Asien noch mühsam vom Imageschaden des Tsunami erholen, erklimmt Indien scheinbar mühelos immer neue Höhen. Das Image des größten und wirtschaftlich mit Abstand stärksten Landes in Südasiens liegt in vielfacher Hinsicht voll im anglophonen Trend: *Incredible India, Shining India, Unbelievable India...*

Unglaubliches Südasiens: Reisen über weite Entfernungen sind in der ganzen Region keineswegs eine Erfindung der Moderne. In Südasiens wie in Euro-

pa haben Abermillionen von Menschen lange und gefährliche Pilgerreisen in Kauf genommen, haben Durst, Hunger, Kälte und Hitze gelitten, um an heiligen Orten und in den abgelegensten Regionen ihr Gebet zu verrichten, ihre Opfergaben abzulegen.

Die moderne Tourismusindustrie tritt in die Fußstapfen dieser Pilger, verpackt Reiseerfahrungen in buchbare Angebote mit allen gewünschten Annehmlichkeiten. Dem Pilger gleich sucht der Tourist, was ihn aus dem „normalen“ Alltag heraushebt – und ist bereit, dafür durchaus ordentlich zu zahlen. Doch das Pilgerwesen ist keineswegs überlebt, im Gegenteil: Das hinduistische *Kumbh-Mela*-Fest gilt als die weltweit größte Pilgerfahrt mit Millionen von Menschen, die mit einem unvorstellbaren Aufgebot an Infrastruktur zum Eintauchen im Ganges am richtigen Ort und zur richtigen Zeit geleitet werden. Übrigens: Auch in Europa blüht nach dem ungewöhnlichen Buch von Paolo Coelho die Pilgerfahrt nach Santiago auf Schusters Rappen wieder auf.

Die religiöse Welt der Pilger und die erlebnisorientierte Welt der Touristen bestehen gelegentlich dicht nebeneinander. Der eine sucht die Kuriosität des Anderen. Der Tourist will religiöse Welten sehen, beobachten und vor allem fotografieren. Doch auch für die Pilger können Touristen einen exotischen Reiz verkörpern – man will wissen, wer sie sind, sich über ihre kuriose Fremdartigkeit amüsieren. Anders als die *Kaaba* in Mekka steht der Ganges an den klassischen Badeplätzen in Benares Beobachtern oder einfach auch Gaffern aus den reichen Ländern des Westens offen. Die Fotos der hinduistischen Badenden am Dashashvamedh Ghat in Benares, aufgenommen von Touristen in Ruderbooten bei Sonnenaufgang, sind ein klassischer Topos der westlichen Indienreisenden.

Das vorliegende SÜDASIEN-Heft ist dem Schwerpunktthema Tourismus in Südasiens gewidmet. Wir haben uns bemüht, auch Nachbarländer Indiens zur Geltung zu bringen. Im nächsten Heft soll es dann im Schwerpunkt um diejenigen gehen, die am Dashashvamedh Ghat am Ufer stehen, die sich hier – gewollt oder ungewollt – fotografieren lassen: Religion in Südasiens im 21. Jahrhundert.

Christina Kemp

Heinz Wover Wessler