

Gudalur, Nilgiris, Tamil Nadu:

Adivasi sind seit zehn Jahren Besitzer einer Teeplantage

Petra Burse

„Früher war der Wald unser Gemeinschaftsbesitz und befriedigte all unsere Bedürfnisse. Heute hat sich die Welt verändert und wir können nicht mehr allein von den Produkten des Waldes leben. Wir brauchen Geld“, sagt T.K. Ayyappan, 43 Jahre alt.

Er ist Adivasi und lebt in den südindischen Nilgiris-Bergen Tamil Nadus. Gemeinsam mit 15.000 anderen Adivasi der Region Gudalur hat er sich organisiert im Adivasi-Netzwerk Adivasi Munnetra Sangam (AMS). Adivasi fünf ethnischer Gemeinschaften kämpfen seit mehr als 20 Jahren für ihre sozioökonomische Entwicklung unter Bewahrung ihrer Identität. Etwas, was bei WaldbewohnerInnen, denen monetäre Ökonomie fremd ist, die eigene Sprachen und religiöse „animistische“ Vorstellungen tradiert haben, ein unvereinbarer Gegensatz zu sein scheint. Die Adivasi der Gudalur-Region suchen für sich selbst nach angepassten Lösungen. Sie sind sich bewusst, dass sie für die Zukunft beides brauchen: Die Gemeinschaft der Adivasi, um nicht als Einzelne im Überlebenskampf unterzugehen, aber auch das Rüstzeug, in der modernen Welt bestehen zu können. „Wir müssen unabhängig werden, wir dürfen und wollen nicht von anderen abhängen“, ist K.S. Krishnan (52) überzeugt. „Unsere Kinder sollen lernen, stolz darauf zu sein, wer sie sind und die Gesellschaft als aktive Mitglieder zu gestalten“, sagen sie. Dafür gehen die Adivasi mit ihrem Netzwerk AMS neue Wege, und was für welche!

Im Juni 2008 begingen die Adivasi ein Jubiläum: Seit genau zehn Jahren besitzen die Adivasi des Gudalur-Tals eine eigene mit 90 Hektar mittelgroße Teeplantage – mitten im bedeutendsten Teeanbaugebiet Südindiens. Ein Einstieg in die bedeutendste Wirtschaftsbranche der Region, ein Aufstieg von diskriminierten Gelegenheitsarbeitern zu erfolgreichen Plantagen-Managern mit internationalen Handelskontakten. Das ist so ungewöhnlich, dass Geschäftspartner anfangs nicht glauben wollten, vor dem Manager zu stehen: vor K.T. Subramanian, ein damals Mitt-Dreißiger Mullakurumba – "nur" ein Adivasi! So einzigartig war dies, dass die Polizei einer Delegation der Adivasi zum hochhoffiziellen Treffen südindischer Teeplantagenbesitzer den Zutritt verwehren wollte. Und so vielversprechend, dass sich die indische Regierung zu einem Förderprogramm inspirieren ließ, in dessen Rahmen Adivasi als Teebauern ausgebildet werden.

Auch die Adivasi der Region Gudalur waren zunächst Kleinbauern. Ihr Netzwerk AMS und die sie unterstützende lokale NRO ACCORD haben über 300 Adivasi-Familien mit Startkapital, Training und einer gemeinsamen Vermarktungsgesellschaft in die Lage versetzt, sich bis heute als erfolgreiche Teebauern ein Einkommen zu erwirtschaften. Aber für die traditionelle Gemeinschaft der Adivasi bedeutete dies auch ein Problem: „Viele von denen, die erfolgreich Tee anbauten, dachten, sie brauchen unsere Gemeinschaft nicht mehr. Individueller Wohlstand wurde wichtiger als kollektive Entwicklung. Natürlich, jede Familie soll eine eigene Einkommensquelle haben, aber wir brauchen auch eine Ressource für gemeinschaftlichen Wohlstand“, ist Kesavan überzeugt. Und Ayyappan bestätigt: „Das ist die Bedeutung der Plantage, sie ist unser kollektiver Wohlstand.“

Im Finanzjahr 2007-08 pflückten die Adivasi auf ihrer Plantage Teeblätter im Wert von ca. 25.500 Euro. Damit kann sich die Plantage trotz seit langem stagnierender Teepreise und steigender Unterhaltskosten selbst tragen. Vom Traum, die Bildungs- und Gesundheitsarbeit der Adivasi, ihre Schule, ihr Krankenhaus und ihre dörfliche Entwicklungsarbeit mit der Plantage finanzieren zu können, sind sie noch weit entfernt. Immerhin wirtschaftet sie erfolgreich, während etliche andere Teeplantagen in den Nilgiris in den letzten Jahren

geschlossen werden mussten, und verschafft den Adivasi sicheren Landbesitz, Ansehen und Einfluss. „Das Selbstbewusstsein unserer ganzen Gemeinschaft steigt. Wir werden nun als fähig und gleichwertig gegenüber anderen angesehen“, so K.T. Subramanian. Aber der Profit im Teehandel erreicht die Adivasi nicht, so lange nicht das Marketing in ihren Händen ist. Und so gehen die Adivasi erneut neue Wege.

Sie wollen nicht weniger als einen globalen, fairen Handel. Sie gründeten „Just Change India“, ein Handelsnetzwerk von indischen Kooperativen, an dem mittlerweile ca. 40.000 Familien in drei indischen Bundesstaaten beteiligt sind und welche den Bedarf des täglichen Lebens wie Tee, Kokosnussöl, Gewürze oder Reis zu fairen Preisen „tauschen“. Die Gewinne werden aufgeteilt – und fließen unter anderem in die Bildungs- und Gesundheitsarbeit von AMS. 2 Tonnen Schwarztee jährlich vermarkten die Adivasi über „Just Change India“, weitere 2,5 Tonnen über den fairen Handel in Großbritannien und Deutschland. Das sind erst etwa 5 Prozent ihrer jährlichen Ernte. Aber dies zeigt auch das enorme Entwicklungspotential. Es gibt InteressentInnen am „Just Change“-Netzwerk in Südasien und Europa. Die Adivasi träumen bereits von einer eigenen Teefabrik... Aber heute schon lernen Adivasi-Kinder im Wald der Plantage Natur und Traditionen kennen, werden Adivasi im neuen Trainingszentrum mitten in der Plantage ausgebildet, entsteht auf der Plantage ein Adivasi-Dorf mit Solarenergie-Versorgung, ist ein Zentrum für traditionelle Heilkunde geplant.

Weitere Informationen unter www.adivasi-tee-projekt.org und www.adivasi.net.

Petra Bursee ist als Projektkoordinatorin des Adivasi-Tee-Projektes tätig.

Erstveröffentlichung in: SÜDASIEN, Zeitschrift des Südasienbüro e.V., Bonn, Nr. 3/2008