

Indien: „Mission 2007“ – Wissensrevolution in jedem Dorf

Richard Gerster

Am 15. August 2006 lancierte die indische Regierung das Programm, 100'000 Internet-Servicezentren in den ländlichen Regionen einzurichten. Das Datum des Unabhängigkeitstages hat symbolische Bedeutung: Die ärmeren Regionen sollen am Wirtschaftswachstum Indiens teilhaben und an Autonomie gewinnen. Bereits 2004 hatte „Mission 2007“, eine breite Koalition von Organisationen aus der Privatwirtschaft, Zivilgesellschaft und Regierung gefordert, in jedem Dorf Indiens ein Wissenszentrum einzurichten – weltweit das wohl ehrgeizigste Vorhaben dieser Art überhaupt.

„Ich besuche den Computerkurs, um bessere Jobchancen zu haben und für meine Familie Informationen via Internet beschaffen zu können“, sagt Anuradha, eine 19-jährige Nutzerin des Telezentrums von Alipur, rund 60 km südlich von Delhi. Das Zentrum wird von einer lokalen Selbsthilfeorganisation als Franchiser von TARAhaat, einer indischen Firma, betrieben. Was Anuradha noch nicht weiss: Ihre Stellung in Familie und Dorf wird durch ihr Wissen, wie man sich wichtigen Informationen beschaffen kann, nachhaltig aufgewertet. Im Zentrum von Alipur geht es um mehr als nur Zugang zum Internet. Es werden auch computergestützte Grundkurse für Informationstechnologie, Englischprogramme, Nähen & Sticken, etc., alles in der Lokalsprache Hindi angeboten. Die Teilnehmenden bezahlen dafür – Anuradha z.B. 15 Franken pro Monat. Dank einer grossen Zahl von Internet-Kiosks und standardisierten Produkten wird nicht nur ein sozialer Mehrwert, sondern auch Gewinn erzielt.

„Jedes Dorf ein Wissenszentrum“

Von allen Dörfern Indiens haben heute rund 15'000 – 20'000 ein Telezentrum mit Internet. Ein genaues Inventar existiert nicht, und die Zahl wächst. „Mission 2007 – jedes Dorf ein Wissenszentrum“ heisst eine Bewegung, welche in den ländlichen Regionen Indiens eine Revolution des Wissens auslösen will. Die Vision ist sehr präzise, nämlich in allen 600'000 Dörfern Indiens bis zum 15. August 2007 Wissenszentren eingerichtet zu haben. Es handelt sich um den Tag, an dem sich

Indiens Unabhängigkeit zum 60. Male jährt. „Mission 2007“ ist eine Partnerschaft, die Brücken baut: Es sind die Regierung, Organisationen der Zivilgesellschaft und seitens der Privatwirtschaft mit dabei. Unter den insgesamt zur Zeit rund 250 Partnern finden sich z.B. Microsoft und Entwicklungs-Alternativen mit ihrer Unternehmung TARAhaat im selben Boot.

Im Rahmen einer Internationalen Unterstützungsgruppe unter UNO-Vorsitz zählt auch Walter Fust, Chef der Direktion für Entwicklung und Zusammenarbeit (DEZA), zu den treibenden Kräften. Der Trend geht in die gewünschte Richtung. So hat die japanische Informatik-Firma ITC bekannt gegeben, dass sie rund 20'000 Dörfer neu anschliessen wird. Microsoft hat sich zu Telezentren in 50'000 Dörfern öffentlich verpflichtet und betreibt intensiv Ausbildung. „Auch die Regierung hat sich von „Mission 2007“ inspirieren lassen“, sagt Aruna Sundararajan. Sie ist verantwortlich für den Bau von 100'000 Dorfservice-Zentren, ein neues Regierungs-Programm, das am 15. August 2006 formell lanciert wird. Zwar nicht in jedem Dorf, doch immerhin für sechs Dörfer zusammen soll jeweils ein Internet-Kiosk eingerichtet werden.

Dieses Programm ist Teil des Aktionsplans, mit elektronischen Mitteln den Zugang der Bevölkerung zu den Dienstleistungen der Regierung zu erleichtern („e-governance“). Die Regierung betreibt die Zentren nicht selber, sondern vergibt über Ausschreibungen jeweils Bau und Betrieb in Einheiten von 200 – 600 Telezentren an den attraktivsten Bieter. Die Zentralregierung in Delhi soll die Internet-Plattform mit den Dienstleistungen betreuen, während die Gliedstaaten Gründung und Betrieb der Telezentren erleichtern. So werden gleichzeitig 100'000 Arbeitsplätze geschaffen. Die Investitionen pro Telezentrum betragen zwischen 2500 und 7000 Franken. „Kommerzielle Anbieter werden sich auf die lukrativeren Orte konzentrieren. Vor allem aber werden kleine und mittlere Unternehmen von vornherein ausgeschlossen, weil sie nicht genügend Geld mobilisieren können, um für den Bau von mehreren hundert Telezentren ein Offerte zu unterbreiten“ kritisiert Ashok Khosla, selber Betreiber von rund 100 Telezentren.

Herausforderungen

Die Herkules-Aufgabe sieht sich weiteren Herausforderungen gegenüber. Die elementare Infrastruktur bezüglich elektrischen Anschlüssen und Breitband-Internet

sind in vielen Orten nicht vorhanden. Zwei von fünf Inderinnen und Indern können weder lesen noch schreiben. Die Sprachenvielfalt der grössten Demokratie der Welt übersteigt alle Vorstellungen: der Fragebogen für die letzte Volkszählung wurde in 114 Sprachen übersetzt. Internet in englisch und mit Inhalten jenseits des Dorfalltags bleibt irrelevant. Software gibt es erst in wenigen Sprachen wie Hindi, Tamil, Gujarati. Dazu kommt die noch ungeklärte Frage, wie mit den anderen Akteuren umgegangen wird. Wenn bereits Internet-Kiosks bestehen, erhalten diese dann auch die Erlaubnis, Dienstleistungen der Regierung anzubieten? Hier besteht Konfliktpotential, das sich noch erhöht, sollte die Regierung die neuen Anbieter entgegen ihren Ankündigungen doch noch subventionieren. Denn die wirtschaftliche Lebensfähigkeit ist für die grosse Mehrheit der Internet-Kiosks ein Problem.

Die Erfolge der „Mission 2007“ sind eng mit der Person ihres Präsidenten verknüpft. M.S. Swaminathan, Vater der Grünen Revolution, hat vor 40 Jahren die Hochertragssorten von Mais und Reis nach Indien gebracht. Er kennt den Überlebenskampf der indischen Landwirtschaft und geniesst so höchsten Respekt vom Bauern bis zum Präsidenten. Das hat die breite Abstützung der Mission 2007 ermöglicht und der Mobilisierung derart grosser Ressourcen von Regierung und Privatwirtschaft den Weg geebnet. Die Kraft der Vision hat gleichzeitig die Schwäche fehlender Umsetzungspläne übertüncht.

Die künftige Rolle der Mission 2007 dürfte völlig anders aussehen. Sie wird ihrem eigenen Anspruch nachkommen müssen, den Dörfern mehr als nur eine Internet-Infrastruktur zur Verfügung zu stellen. Denn die Einrichtung eines Internet-Kiosks allein löst in einem Dorf noch keine Wissensrevolution aus. Es braucht Ausbildung der Dorfbewohner, mit dem Computer umgehen zu können. Es braucht Inhalte auf dem Internet in ihrer eigenen Sprache und Schrift. Und die Inhalte müssen für ihren Alltag auch bedeutsam sein. Diese sozialen Voraussetzungen der Informationsgesellschaft wird „Mission 2007“ einfordern und überwachen müssen. Nur so wird der Traum in Erfüllung gehen, die modernen Informations- und Kommunikationstechnologien zugunsten von Bildung, Gesundheit und Arbeit der breiten Landbevölkerung Indiens zu nutzen.

Richard Gerster, Dr. oec., (Richterswil), hat an der Universität St.Gallen Wirtschaftswissenschaften studiert. Er ist seit Jahren entwicklungspolitisch tätig (www.gersterconsulting.ch). Als selbständiger Berater hat er kürzlich Indien im Auftrag des Bundes besucht.