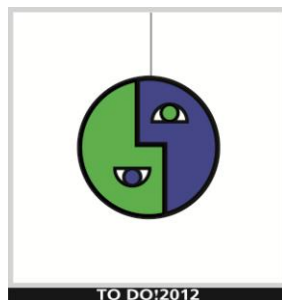


TO DO! 2012

Wettbewerb Sozialverantwortlicher Tourismus



Preisträger

PEARLS OF UGANDA

vertreten durch:

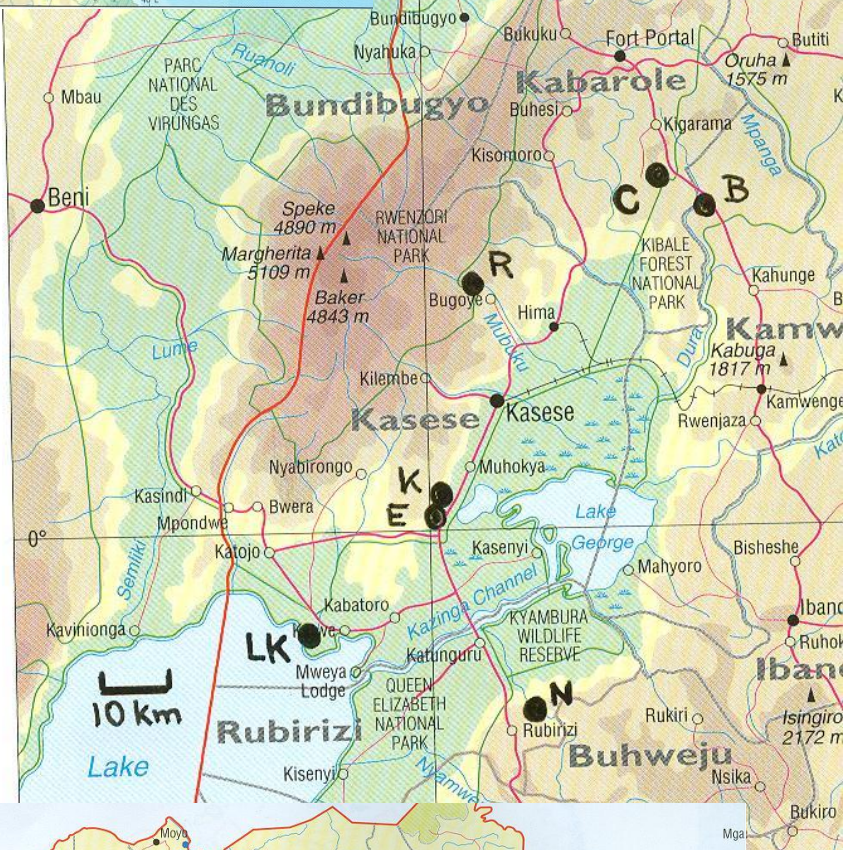
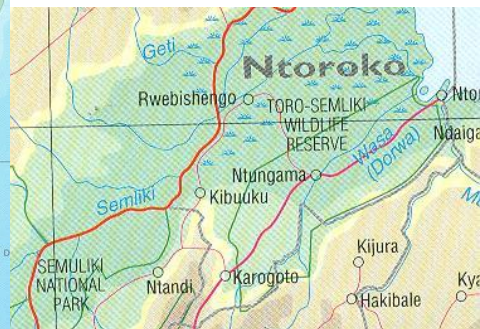
**Felex Kireru Kamalha, Field Officer
Uganda Community Tourism Association (UCOTA)**

**Kampala
Uganda**

Begründung für die Preisverleihung

von

Prof. Dr. Ludwig Ellenberg



Lage der aufgesuchten Orte während der Evaluierungsreise im Südwesten von Uganda

- B Bigodi community
- C Crater Valley Kibale guesthouse
- E Elephant center
- K Kikorongo community
- LK Lake Katwe
- N Nyanziibiri community
- R Ruboni community

Schutzgebiete in Uganda



1. EINLEITUNG

Die Bewerbung von „The Pearls of Uganda“ (ab hier: „Pearls“) für den TO DO!-Preis 2012 wurde von der Uganda Community Tourism Association (UCOTA) beim Studienkreis für Tourismus und Entwicklung eingereicht und von der TO DO!-Jury nominiert. Die Reise zur Begutachtung von „Pearls“ führte Ludwig Ellenberg vom 29.11. bis 7.12.2012 durch. Sie führte nach Kampala zum administrativen Sitz von UCOTA und in den Südwesten von Uganda, wo die meisten der etwa 20 „Pearls“ agieren. Die „Pearls“ nahe des Mgahinga Gorilla National Parks, der Budongo Forest Reserve und des Murchison Falls National Parks mussten unbegutachtet bleiben. Die aufgesuchten Lokalitäten sind in der Karte des Südwestes von Uganda vermerkt. Die Reise wurde zusammen mit Felex Kamalha von UCOTA durchgeführt, der sie organisierte und als „field officer“ die Verbindung zwischen den ländlichen Gemeinden und Kampala gewährleistet. Joel Kambale war von Fort Portal aus der Fahrer während der Geländearbeit. Am Schluss der Reise wurden einige Safari-Unternehmen in der Hauptstadt aufgesucht, um deren Zusammenarbeit mit den „Pearls“ einschätzen zu können. Überdies ergab es sich, die Mitarbeiter von Felex Kamalha kennen zu lernen, ebenso Helen Lubowa, Executive Director von UCOTA. Ergänzende Information zur Arbeitsorganisation von UCOTA und ihrem internationalen touristischen Marketing wurden am Schluss eingeholt.

2. HINTERGRUND UND RAHMENBEDINGUNGEN

Uganda liegt als tropisch-äquatoriales Hochland zwischen Kenia, Tansania, DR Kongo, Ruanda und Süd-Sudan. Es umfasst etwa 240.000 km². Die Bevölkerungszahl wächst jährlich um rund 3% und beträgt derzeit etwa 35 Millionen. Die durchschnittliche Einwohnerdichte erreicht etwa 150 E./km². Uganda ist ein Agglomerat vieler Ethnien, besonders aus den Bevölkerungsgruppen Bantu und Niloten. Etwa 40 Sprachen haben sich bis in die Gegenwart gehalten. Englisch ist Amtssprache, seit 2005 auch Swahili. 80% der Einwohner sind Christen, etwa zu gleichen Teilen Katholiken und Protestanten. Die Hälfte der Einwohner sind jünger als 15 Jahre und nur 2,5% älter als 65 Jahre! Seit einigen Jahren ist der Umgang mit der Bedrohung durch AIDS mustergültig. Uganda hat während der letzten Dekade die Infektionsrate von HIV/AIDS drastisch senken können. Heute gelten noch eine Million Einwohner als infiziert. Das Bruttosozialprodukt pro Einwohner erreicht etwa 1/100 von dem in Deutschland erwirtschafteten. Uganda steht in der 194 Staaten umfassenden Liste der Vereinten Nationen an 170. Stelle. Auch der Human Development Index (Index der menschlichen Entwicklung) erreicht mit 0,47 nur einen kleinen Wert, Uganda steht an 161. Stelle.

2.1 Politische Geschichte

Uganda ist eine der Wiegen der Menschheit. Frühe Zivilisationen wirkten hier. Es war bereits vor 10.000 Jahren gänzlich durch Bantu-Ethnien besiedelt. Sie lebten zunächst als Jäger und Sammler, bald auch als Hirten und Ackerbauern. Niloten-Ethnien wanderten seit etwa 300 v.Chr. nach Uganda ein. Seit dem 14. Jahrhundert bildeten sich gut strukturierte Königreiche. Einflussreich wurden besonders die von Buganda, Bunyoro und Toro. Arabische Händler und Sklavenjäger drangen ab 1840 nach Uganda ein. Die europäische Kolonialzeit begann spät, nach belgischen und deutschen Interventionen wurde Uganda 1894 britisches Protektorat.

Diese Kolonialregierung dauerte 68 Jahre. Seit 1962 ist Uganda unabhängig, die 50-Jahr-Feiern der Unabhängigkeit waren zur Zeit der Gutachterreise gerade abgeschlossen.

Die postkoloniale Epoche wurde neben Fortschritten bezüglich Landnutzung und Infrastruktur von zwei erschütternden Diktaturen überschattet. Von 1971 bis 1979 regierte Idi Amin als unberechenbarer Despot. Er ließ etwa 300.000 Oppositionelle ermorden und vertrieb die indische Händler-Bevölkerung der städtischen Zentren aus Uganda. Er hatte Milton Obote abgesetzt, der 1980 wieder an die Macht kam und sie bis 1986 ausübte. In dieser zweiten Amtszeit ließ Milton Obote ähnlich fundamentale Willkür walten und ganze Volksgruppen verfolgen. Man schätzt 100.000 Opfer. Erst seit 26 Jahren unter Yoweri Museveni entstanden demokratische Strukturen. Hindernisse für eine prosperierende Ökonomie des Landes und soziale Sicherung der Bevölkerung sind die folgenden: Rasanter Anstieg der Bevölkerungszahl, hoher Anteil sehr junger Menschen, fast rein landwirtschaftliche Wirtschaftsstruktur, beschränkte Möglichkeiten für eine ökonomische Diversifizierung, äußerst leicht verletzliche Infrastruktur, Landflucht und schnelles Wachstum von Kampala und anderen Städten, Bedrohung durch HIV und AIDS, Situation als Binnenland zwischen politisch-wirtschaftlich schwachen Staaten, hohe Staatsverschuldung, seit einigen Jahren deutlich verlängerte Trockenperioden im Norden des Landes. Uganda ist weiterhin eines der gefährdeten und armen Länder Afrikas, allerdings wird die gegenwärtige Entwicklungsperspektive generell recht optimistisch eingeschätzt.

2.2 Geographische Charakteristika

Uganda liegt zwischen dem Eastern und Western Rift Valley auf rund 1.000 Meter über dem Meer und ist vom Landschaftlichen her in den tektonisch aktiven Zonen an der Ostgrenze zu Kenia und der Westgrenze zur DR Kongo am vielseitigsten und attraktivsten. Die mittleren jährlichen Niederschläge bleiben nur in kleinen Teilen des Landes unter 750 mm, betragen vielerorts mehr als 1.000 mm und übersteigen in einem Drittel des Landes 1.250 mm. Die Böden sind besonders in den Rift-Systemen fruchtbar. Einschränkungen für ackerbauliche Nutzung gibt es durch Staunässe und Sümpfe, felsigen Untergrund und steile Hänge sowie dichten Wald.

Uganda wurde früh ein Agrarland und ist es noch. Etwa 80% der Bevölkerung lebt in bäuerlichen Strukturen und versorgt in erster Linie sich selbst mit Kochbananen, Maniok, Bohnen und Reis in Subsistenzwirtschaft. Wichtigste agrarische Exportprodukte sind Kaffee, Tee, Baumwolle, Tabak und Tilapia (bekannt als „Victoriasee-Barsch“). Neu ist die Herstellung von Bioprodukten („organic products“) mit hohen Steigerungsraten. Kupfer, Kobalt, Nickel und Steinsalz werden als Bergbauprodukte zunehmend wichtig, durch Wasserkraft gewonnene Elektrizität kann exportfähig werden und 2009 wurden Erdöl- und Gasvorkommen von mindestens 700 Mio. Barrel prospektiert. Weniger als die Hälfte der arbeitsfähigen Bevölkerung ist abgesichert in formalen Arbeitsverhältnissen. Der informelle Beschäftigungssektor, verbunden mit teilweise erbärmlichen Überlebensstrategien, ist besonders in den Städten riesig.

Die Biodiversität von Uganda ist atemberaubend und bezüglich Kleintieren noch weitgehend unbekannt. Schutzgebiete gibt es seit fast 100 Jahren. Die heutigen 10 Nationalparks umfassen 11.200 km² (5% des Landes), die 13 Wildlife Reserves 9.440 km² (4 % des Landes). Sie sind besonders wegen ihrer Vielfalt an Säugetieren weltbekannt. Größere Savannentiere und Popu-

lationen von Schimpansen, Gorillas und anderen Primaten prägen das Image der ugandischen Schutzgebiete. Etwa 1.000 Vogelarten sind im Land zu beobachten.

Uganda wurde 1909 von Winston Churchill mit der liebevollen Bezeichnung „The Pearl of Africa“ bedacht für die Kombination von fruchtbaren Tälern, gleißenden Seeflächen, hohen Bergen, ausgeglichenem warmen Klima. Die freundlichen und ethnisch vielfältigen Menschen hatte er dabei allerdings weniger im Blick. Tourismus begann früh und in den 1960er Jahren war Uganda eines der wichtigsten Reiseländer in Afrika, 1970 mit 85.000 ausländischen Besuchern. Mit der Machtübernahme von Idi Amin brach der Tourismus zusammen und erholte sich erst ab Mitte der 1980er Jahre. Dieser Vorgang ist äußerst langsam. Rückschläge gab es mehrmals wegen innenpolitischen Turbulenzen, Fernwirkungen desaströser Konflikte im Kongo und Rwanda und dem Massaker an Touristen im Bwindi Impenetrable National Park 1999. Immerhin wurde Uganda 2009 von Lonely Planet und 2012 von National Geographic als besonders sehenswert herausgehoben.

Es sind knapp eine Million Ausländer, die jährlich nach Uganda einreisen. Die Uganda Wildlife Authority (UWA) schätzt für 2012, dass 250.000 ausländischen Touristen die Nationalparks und Wildreservate besuchen, davon mehr als die Hälfte aus Europa und den USA. Jagdtourismus gibt es trotz des hohen Potentials in Uganda kaum. Die meisten für Uganda attraktiven Touristen – intensive Devisenbringer – interessieren sich für die Schutzgebiete des Landes und dabei für Beobachtungen von Tieren, Genuss landschaftlicher Szenerien, Trekking und Bergsteigen. Das Interesse an Dorf- und Stadtleben, landwirtschaftlicher Nutzung, Alltagskultur und ethnischer Vielfalt ist dagegen gering – bisher!

3 UCOTA UND PEARLS

UCOTA ist die einzige landesweit agierende ugandische Organisation, mit dem Ziel der Förderung von gemeindebasiertem Tourismus. „Pearls“ wird seit Anfang 2011 als Marketing-Programm von UCOTA aufgebaut, um das touristische Angebot von Uganda über traditionelle Safaris hinaus zu erweitern, auf Alltagskultur ausgerichtete Reiseerfahrungen zu vermitteln und ländlichen Gemeinden direkte Einkommen aus internationalem Tourismus zu vermitteln.

3.1 UCOTA

UCOTA wurde 1998 gegründet. Eine Stärkung nachhaltiger Entwicklung von ländlichen Gemeinden in Uganda ist ihr Ziel. Sie strebt es durch Aufbau von Community Based Tourism an, der Planung, Entscheidungsfindung und Realisierung der Regie der Dorfgemeinschaften überlässt und deren Fähigkeiten dafür stärkt. Kleine Aktionsfelder, Einbeziehung vieler Mitglieder, Angebote kultureller und handwerklicher Art sind typisch für einen solchen Tourismus. Ein möglichst großer Teil der Einnahmen soll unmittelbar den Dörfern zu Gute kommen. UCOTA ist langsam gewachsen, hat mehr und mehr Unterkünfte und Restaurants einbezogen. Daneben gibt es für Führungen im Dorf und der Umgebung, Kauf und sogar Herstellung von Kunsthandwerk, Musik- und Tanzdarbietungen, Einblicke in die Geschichte der Gemeinde und die tägliche landwirtschaftliche Arbeit. Die UCOTA-Mitglieder sind derzeit etwa 60 und über ganz Uganda gestreut. Mehr als zwei Drittel sind im Südwesten von Uganda beheimatet.

Es ist die Vision von UCOTA, dass die Menschen von Uganda viel stärker als heute zur Attraktion für ausländische Besucher werden und ländliche Gemeinden direkt vom touristischen Interesse ökonomisch profitieren. Die Vision von UCOTA im Wortlaut (Anm.: eigene Übersetzung): Nachhaltigen, gemeindebasierten Tourismus voranzubringen, durch den Auf- und Ausbau von Kapazitäten, Marketing, Netzwerk- und Lobbyarbeit, Unternehmensentwicklung in Zusammenarbeit mit Interessengruppen, mit dem Ziel, den Nutzen für die Gemeinschaft zu erhöhen und Qualitätsstandards, Eigenverantwortung sowie den Schutz natürlicher und kultureller Ressourcen für bessere Lebensgrundlagen zu fördern.

Um Mitglied von UCOTA zu werden, muss ein Antrag gestellt werden. Für Annahme der Bewerbung sind sechs Bedingungen zu erfüllen:

1. Die bereits entwickelten und für die Zukunft geplanten touristischen Angebote müssen gemeindegestützt sein und auf die Verbesserung der Lebenssituation der Gemeinde ausgerichtet sein.
2. Alle Aktivitäten sind umweltverträglich zu gestalten.
3. Der Profit darf nicht nur an einige einzelne Organisatoren oder Mitwirkende gehen, sondern muss der ganzen Gemeinde vermittelt werden und dies soll transparent geschehen.
4. Lediglich, wenn die Gemeinde bezüglich ihrer Lage am Rand eines Schutzgebietes die Chance hat, dass Touristen sie aufsuchen, wird die Mitgliedschaft verliehen.
5. Die Bereitschaft für Fortbildungskurse im Community Tourism muss vorhanden sein.
6. Eine gleichzeitige Einschreibung im betreffenden County wird gefordert.

Die Zahl der aktiven Dorfbewohner der 60 Mitglieder von UCOTA machten Ende 2012 knapp 4.500 aus. Etwa zwei Drittel davon sind Frauen. Die UCOTA-Mitglieder finanzieren in der Regel Projekte innerhalb der eigenen Gemeinde und konzentrieren sich auf soziale Bereiche, Bildung und Infrastruktur, z.B. Krankenstationen, Gemeindezentren, Schulen, Alphabetisierung Erwachsener, Waisenhäuser, Anlagen zur Bewältigung anfallenden Mülls, Fassung von Quellen für die Versorgung mit Trinkwasser, Verbesserung des Wegenetzes.

UCOTA wird in Kampala koordiniert. Im Büro am Ostrand der Innenstadt wirken die Direktorin Helen Lubowa sowie eine Buchhalterin, zwei field officers und zeitweise Praktikanten oder Austauschmitarbeiter der Federation for Community Based Tourism of Kenya, dem Kenya Community Based Tourism Network und der Tanzania Association of Cultural Tourism Organization. Diese drei Organisationen weisen eine ähnliche Struktur wie UCOTA auf. Alle vier informieren einander bezüglich Methoden, Training und internationaler Vernetzung. Eine Grundfinanzierung für das Büro von UCOTA in Kampala ist nicht vorhanden. Die Gehälter der Mitarbeiter in Kampala werden über Projekte akquiriert.

UCOTA wird logistisch und finanziell unterstützt von United States Agency for International Development (USAID) und Sustainable Tourism in the Albertine Rift (STAR), wobei letztere Organisation durch Solimar International und United States Forest Service implementiert wird. Für alle bisherigen Infrastrukturverbesserungen und Trainingskurse wurde genügend Geld bereitgestellt. USAID und STAR sind verlässliche Partner von UCOTA.

3.2 Pearls

Mitglied von UCOTA können Institutionen auf eigenen Antrag hin werden. Sie müssen lediglich die sechs genannten Bedingungen erfüllen. Ganz anders ist es mit den „Pearls“. Sie stellen die „höheren Weihen“ von UCOTA dar, bilden einen inneren Kreis, eine qualitativ herausgehobene Kategorie. Neben der ausdrücklichen Erklärung, (Natur-)Schutz und Entwicklung der Gemeinde verwirklichen zu wollen, muss ein qualitativ hochwertiges touristisches Produkt angeboten werden, das den Besuchern eine einzigartige Erfahrung ermöglicht. Der erstrebenswerte Status von „Pearls“ setzt überdies Bereitschaft zu gemeinschaftlichem Engagement und Fortbildung voraus. Erst nach erfolgreicher Teilnahme an mehreren Trainings-Kursen wird diese Auszeichnung vergeben. Selbst anderweitig bereits mehrfach ausgezeichnete Unterkünfte wie das Crater Valley Kibale Resort von Pelusi Ruyooka werden nicht einfach in die Familie der „Pearls“ aufgenommen, sondern müssen in mindestens drei Stufen das von UCOTA angebotene Training absolvieren.

UCOTA drosselt die Geschwindigkeit der Verlängerung der „Pearls“-Liste und drängt auf hohe Intensität von Vernetzung und Fortbildung, Austausch und Breitenwirkung, um den Titel „Pearls“ erstrebenswert zu halten und zu einem schillernden Gütesiegel zu entwickeln. Mit Finanzierung von USAID wird die Zeitung „Pearls of Uganda Post“ erstellt, die über Fortschritte berichtet, auf Events hinweist, potentielle zukünftige „Pearls“ nennt und beschreibt, den Unterstützern dankt und ein Gefühl von „corporate identity“ vermittelt. Die erste Ausgabe erschien 2011, die zweite 2012.

Alle „Pearls“ sind in Zusammenhang mit ugandischen Schutzgebieten zu sehen. Sie liegen an ihrem Rand, die Siedlung Katwe sogar als eine ugandische Einzigartigkeit inmitten des Queen Elizabeth National Parks. Der internationale Tourismus steuert seit jeher diese außergewöhnlichen Gebirgs-, Savannen-, Wald- und Sumpfgebiete an, konzentriert sich dort auf Tierbeobachtung, Safari-Romantik, Trekking und Bergsteigen. Die ländliche Bevölkerung wird in der Regel ohne Entschädigung von den Schutzgebieten abgedrängt und hat zu Tourismus keine Verbindung, außer als Personal in Safari-Lodges. An einigen Stellen gibt es gefährliche Übergriffe durch Wildtiere. Alle Dörfer am Rand von Schutzgebieten erleiden Ernteverluste durch Elefanten und Paviane oder andere Tiere, deren Eindringen in die dörfliche Ackerflur nicht einzudämmen ist – stabile Umzäunung der Nationalparks gibt es nicht und die Bewachung der Maisfelder ist aufwändig und lückenhaft. Kompensationen für Nutzungsverzicht oder -einschränkung gibt es nicht. Die Akzeptanz von Naturschutz ist in Uganda seitens der Anrainerbevölkerung von Nationalparks deshalb meist minimal und Touristen werden lediglich als vorbeifahrende Exoten wahrgenommen. In den „Pearls“ werden Touristen zu „Einkommensquellen“.

Von den 60 Mitgliedern von UCOTA sind in Staffelung seit 2011 bisher 25 zu „Pearls“ geworden:

Queen Elizabeth National Park: Katwe salt lake, Katwe village walk, Kikorongo craft workshop, Kikorongo cultural performance, Kokirongo drumming workshop

Rwenzori Mountains National Park: Ruboni community camp, Ruboni forest walk, Ruboni village walk, Ruboni hill walk to see margarita, Turaco view nature walk, Turaco view campsite, Turaco view village walk

Bwindi Impenetrable National Park: Buhoma community camp, Buhoma community walk, Nkuringo cultural centre, Nkuringo community experience, Rubuguri village walk, Nyundo community bandas, Nyundo traditional skills trail, Nyundo water falls trail

Mgahinga Gorilla National Park: Batwa trail

Murchison Falls National Park and Budongo Forest Reserve:
Mubako cultural performance, Ziwa rhino ranch, Boomu womens campsite

Kibale Forest National Park: Kibale association for rural and environmental development

Touristen finden die Informationen zu den „Pearls“ im Internet. Auch 62 „tour operators“ in Uganda, sogenannte „pearls supporters“, weisen auf die „Pearls“ hin. Flyer liegen in größeren Hotels in Kampala aus. Im Hilton Hotel und Speke Hotel beispielsweise erfolgt dies in ansprechender Weise an herausgehobener Position in der Lobby. Tourismus-Messen und internationale Reiseagenturen konnten bisher nur wenig dafür genutzt werden.

Die „Pearls“ stehen am Anfang ihrer Entwicklung. Es sind noch immer nur wenige und alle möchten ihre Angebote professionalisieren. Nicht jede „Pearl“ konnte sich bisher bewähren. Bei einigen ist der finanzielle Erfolg noch klein, obwohl das Konzept gut durchdacht ist. Es fehlt teilweise an kontinuierlicher touristischer Nachfrage. Doch der methodische Ansatz ist gut, auch ist die intensive Steuerung und Betreuung durch UCOTA verlässlich, ebenso die entschlossene Ausrichtung auf ressourcenschonende und umweltverträgliche Gemeindeentwicklung durch lokal organisierten Tourismus als Ergänzung zur landwirtschaftlichen Nutzung.

4. EINSCHÄTZUNG ANHAND DER TO DO! - WETTEBEWERBSKRITERIEN

Vorbemerkung:

Ein paar Unsicherheiten bleiben bei der Einschätzung der „Pearls“: Nicht alle konnten aufgesucht werden, die Besuche waren kurz, an mehreren Orten fehlten während der Gutachterreise 12/2012 besuchende Touristen und nicht alle Interviewpartner sprachen gut Englisch. Außerdem ist es zu viel erwartet, bei Kurzbesuchen eines europäischen Gutachters in afrikanischen Dörfern unvermittelt vertrauensvolle kritische Diskussionen verwirklichen zu können.

Allerdings war die Reise gut organisiert und es wurde reichlich Hintergrundinformation geliefert. Felex Kamalha war unermüdlich, was Dauer und Intensität von Diskussionen betraf. Spontan geäußerte Wünsche zur Gestaltung der Besuche bei den „Pearls“ wurden in jedem Fall aufgegriffen. Sehr offen wurden seitens der besuchten „Pearls“ kleine Unzulänglichkeiten, Infrastrukturmängel, geringe Besucherzahlen, personelle Rückschläge und finanzielle Engpässe ausführlich beschrieben und alle positiven Aspekte wortgewaltig und detailreich erläutert. Wo Felex Kamalha auftauchte, trat man ihm mit Freude, Respekt und Vertrautheit gegenüber. Die Betreuung von UCOTA in Kampala und deren erfolgreiche Zusammenarbeit mit ugandischen Safari-Unternehmen wird als ideal dargestellt.

Der Vergleich der Aktivitäten von „The Pearls of Uganda“ mit den **TODO! Wettbewerbskriterien** führt zu folgender Einschätzung:

4.1 Einbeziehung unterschiedlicher Interessen und Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung

Es sind vor allem Volunteers des US-amerikanischen Peace Corps, die Ansätze von Community Tourism initiierten. Sie berichteten über Möglichkeiten der Teilhabe am Tourismus, ohne abwandern zu müssen und sich in Lodges oder Camp sites als Arbeitskräfte anzubieten. Sie ermutigten Ideen, in den Dörfern Unterkünfte zu errichten, Essen und Trinken anzubieten, die Zubereitung der Speisen zu zeigen, Medizinalpflanzungen nicht nur zur Nutzung sondern auch als Schaugärten anzulegen, Kunsthandwerk zu fertigen und die Herstellung von Textilien, Körben, Töpfen und Schnitzereien den Touristen in kleinen Workshops zu vermitteln, Mythen und Geschichten der Dörfer als Dramen zu inszenieren, traditionelle Musik zu intensivieren und zu vermitteln und die Touristen durch Tanzdarbietungen zu faszinieren. UCOTA ist hilfreich in der Vermittlung solcher Ideen untereinander, der Beeinflussung durch Erfahrungen aus Kenia und Tansania und des Marketings der dörflichen Angebote.

Es werden drei Ziele in Kombination angestrebt: Erstens Schaffung von Einkommen durch Tourismus. Zweitens Aufwertung der Gemeinden und Verringerung von Abwanderung. Drittens Erfolg zu erringen aus der Lage am Rande von Nationalparks, wo zwar Ernteverluste gängig sind – aber Touristen eine Chance darstellen. In allen „Pearls“ mag es besonders aktive Planer und charismatische Überzeuger geben, jedoch erlaubt die Sozialstruktur Mitsprache und Mitwirkung der Dorfbewohner, wenn auch in unterschiedlicher Intensität. Kooperation von Gemeindegliedern ist trotz hierarchischer Strukturen und auch trotz unterschiedlicher Fähigkeiten möglich und wird angestrebt. Die Gemeinschaft und die Verbesserung der Lebensbedingungen der ganzen Gruppe werden in Gesprächen betont. Partizipation bezüglich Zukunftsvisionen,

erster Planung, Aufbau touristischer Infrastruktur, Verfeinerung des Community Tourism, Auswahl von lokalen Führern und Personal in Restaurants, Unterkünften und Informationszentren scheint gegeben zu sein. Eine Dominanz von UCOTA wird nirgends bemängelt. Eher begründet man überzeugend ein Lob auf Informationsversorgung und Vernetzungsarbeit von UCOTA. Zusammenarbeit beim Bau von Unterkünften, Verbesserung lokaler Straßen und Pisten, Einüben von Tänzen, Aufbau handwerklicher Kurse wirkt nicht von außen eingepresst, sondern dem Selbstverständnis der Dorfgemeinschaften entsprechend. Anscheinend wird individuelle Entlohnung dabei nicht erwartet, sofern die Profite der ganzen Gemeinde zugute kommen. Erstaunlich ist, wie ähnlich die Vorbereitungen von Aktivitäten des Community Tourism in den unterschiedlichen „Pearls“ beschrieben werden und wie Machen und Planen, Anweisen und Ausführen, Beobachten und Teilhaben miteinander verwoben erscheinen. Frauen sind besonders aktiv involviert, doch überall sind auch Männer an Planung und Realisierung beteiligt. Es gibt sowohl recht junge als auch hochbetagte Unterstützer der neuen Entwicklung der Gemeinden.

4.2 Förderung eines Bewusstseins bei der ortsansässigen Bevölkerung über Chancen und Risiken touristischer Entwicklung für ihren wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Alltag

Bei den Treffen mit den Organisatoren der „Pearls“ werden die Chancen für eine wirtschaftliche Verbesserung der Gemeinden ohne Zögern genannt und ausführlich beschrieben. Die Schilderungen scheinen angesichts relativ kleiner Besucherzahlen und großen zeitlichen Lücken touristischer Präsenz etwas zu optimistisch. Da jedoch zuvor Geld kaum erwirtschaftet werden konnte, also nur manchmal agrarische Überschüsse verkauft wurden oder einzelne abgewanderte Gemeindemitglieder Geld nach Hause brachten, sind selbst kleine vor Ort gewonnene Summen neu, erfreulich und motivierend. Dabei werden bisher fast alle Einnahmen reinvestiert. Die „Pearls“ sind im Auf- und Ausbau begriffen. Typische „juvenile Merkmale“ dieser Organisationsform sind Kraft, Flexibilität, Vertrauen, Bescheidenheit, Kreativität, Begeisterung, Zähigkeit, Gemeinschaftsgefühl.

Die Abhängigkeit von Tourismus als Gefahr wird für die nahe Zukunft nicht empfunden. Allerdings weisen Diskussionen während der Trainingskurse (Kapitel 4.4) ausführlich auf dieses Thema hin. Bei Nachfragen werden Sequenzen aus den Fortbildungen erwähnt, die potentielle Abhängigkeit von der Monokultur Tourismus beschreiben. Bisher sind die Chancen für Verbesserung des sozialen Alltags offensichtlich, z.B. durch Kauf von Saatgut, Aufwertung von Schulgebäuden, bessere Ausstattung von Krankenstationen, Ausbesserung von Zugangswegen. Die Gefahren der Veränderung sind noch kein Thema, mindestens nicht als von den Dorfbewohnern geäußerte Beunruhigung.

Die kulturellen Werte der ländlichen Gemeinden werden nicht als durch den Tourismus marginalisiert beschrieben, sondern im Gegenteil durch die Besucher als hervorgehoben und wertgeschätzt. Dass touristisches Interesse für Kunsthandwerk, Medizinalpflanzen, Kochen, Musik, Tänze, Mythen vorhanden ist, wird als Potenzial für die wirtschaftliche Entwicklung erkannt. Dabei sind die Formulierungen dazu realistisch, nur selten euphorisch übertrieben. Community Based Tourism wird vielerorts dankbar als beinahe überraschende und äußerst erfreuliche Vision gesehen!

Es wird thematisiert, dass innerhalb der Dorfgemeinschaften kaum Möglichkeiten bestehen, die Besucherzahlen der Touristen zu steigern. Die Abhängigkeit von Kampala und dem Marketing von UCOTA kommt bei Zusammenkünften zur Sprache und es wird innerhalb der „Pearls“ diskutiert, dass Touristen sensibel reagieren, falls Uganda politisch in größere Turbulenzen als in den letzten Jahren gerät. Besonders in der Nähe der Grenze zum Kongo ist dies den Akteuren bewusst.

4.3 Teilhabe möglichst breiter ortsansässiger Bevölkerungsschichten an positiven ökonomischen, sozialen und kulturellen Wirkungen des Tourismus

In allen „Pearls“ gibt es liebevoll gestaltete Gästebücher und akribisch geführte Besucherlisten. Dabei wird deutlich, dass Touristen unregelmäßig kommen, es sich um sehr kleine Gruppen handelt und zwischen den Besuchen mehrtägige Flaute herrschen. Dies wird zwar kommentiert, nicht aber als gravierendes Problem benannt. Die neuen Quellen ökonomischer Verbesserung der Gemeinden sind durchwegs eine positive Nachricht. Die „Pearls“ sind Pioniere im Community Tourism von Uganda und noch gar nicht „verwöhnt“. Preise von 35.- US \$ für die Übernachtung eines Paares mit Frühstück im Ruboni community camp, eine Tour durchs Dorf der Boomu womens campsite für 10.- US \$ pro Person, ein Kurs im Korbflechten für 100.- US \$ für eine größere Gruppe in der Rubona basket weavers association und eine „abseiling action“ bei Robs rolling rock für 50.- US \$ sind für die Organisatoren derzeit beinahe utopisch hohe Einkünfte. Da die Einnahmen wieder den Ausbau der „Pearls“ einfließen, wird der Gewinn unmittelbar sichtbar. So sind die „Pearls“ trotz geringer Umsätze eine ökonomische Erfolgsgeschichte.

In sozialer Hinsicht ergibt sich ein zunehmend unverkrampftes Verhältnis gegenüber ausländischen Besuchern. Immer mehr Jugendliche und Erwachsene trauen sich, mit den Fremden in Kontakt zu treten. Die Gespräche mit Touristen werden mit Selbstbewusstsein geführt, das Kulturelle des Dorfes und die landschaftlichen Reize mit Stolz gezeigt. Dass der Kontakt so erfreulich läuft, liegt sicher auch an den Touristen. Es sind meist reiseerfahrene Menschen, die Uganda aufsuchen. Und wenn sie Angebote des Community Tourism wahrnehmen, dann ist dies eine bewusste Entscheidung, kein Zufall oder gar eine Notlösung. Die Besucher kommen mit Neugierde, Respekt, Vorfreude und sind im direkten Kontakt und beim Fotografieren in der Regel zeitlich gelassen und respektvoll. In einigen „Pearls“ gibt es buntgeplasterte Wände mit Fotos und Postkarten, die Touristen nach den Besuchen geschickt haben. Häufig entstehen persönliche Verbindungen. Manche „Pearls“ werden wiederholt von denselben Touristen aufgesucht. Bisher wird die Alltagskultur der Dörfer dadurch gefestigt, nicht in Frage gestellt.

4.4 Gewährleistung der Attraktivität touristischer Arbeitsplätze für Einheimische durch Verbesserung der Arbeitsbedingungen in Bezug auf Entlohnung, soziale Sicherung, Arbeitszeiten sowie Aus- und Weiterbildung

Abwandern nach Kampala und andere urbane Zentren oder die begrenzten landwirtschaftlichen Möglichkeiten nutzen – das sind in der Regel die einzigen Optionen im ländlichen Raum von Uganda. Bei allen Mitgliedern von UCOTA kommt die Tourismus-Vision dazu und bei den

„Pearls“ ist dies eine Realität. Für die Führung „village walks“ eignen sich nur wenige der Dorfbewohner, denn sie müssen gut Englisch können, Freude am Erklären haben, klar sprechen, auf Fragen eingehen, Wünsche und Vorlieben der Besucher ahnen. Auch bei Attraktionen wie dem vogel- und primatenreichen Bigodi Wetland oder dem „forest walk“ am Rand des Rwenzori National Park beim Ruboni community camp oder Geschichtenerzählen in der Kikorongo Community sind Spezialisten gefragt. Doch beim Kochen, Tanzen, Musizieren, Korbflechten, Gärtnern und so weiter ist die Mitwirkung vieler Menschen möglich. Das wird auch so gehandhabt. Die zugewonnene Diversität der Arbeitsmöglichkeiten wird als Verbesserung der Gemeindesituation empfunden. Bisher sind individuelle Entlohnung, Beschränkung von Arbeitszeiten, Verbesserung sozialer Absicherung keine Themata für interne Diskussionen in den betroffenen Gemeinden oder den UCOTA-Vertretern aus Kampala.

Das Training von UCOTA, das als Voraussetzung für die Erreichung des „Pearl“-Status gilt, erfolgt in drei Phasen. In der ersten Stufe des Trainings werden alle Dorfbewohner eingeladen und an einem öffentlichen Platz in der Gemeinde über UCOTA und „Pearls“ informiert, es werden Ansprüche der Organisatoren und Möglichkeit der Mitarbeit für einzelne Aktive gezeigt. Die zweite Stufe erfolgt individuell. Es geht darum, die Trainingsunterlagen durchzuarbeiten, alle darin gestellten Fragen zu beantworten, eigene Aussagen zur Gestaltung der „Pearls“ zu formulieren. Die dritte Stufe ist die intensivste, wird aber nur von maximal zwei Personen von jeder potentiellen Pearl wahrgenommen, so dass die Gesamtzahl solcher Kurse 50 Personen nicht übersteigen kann und meist bei etwa 30 liegt. Da werden in zwei bis fünf Tagen einzelne Themen vertieft, diskutiert, gefestigt. Besonders diese dritte Stufe motiviert sehr. Felex Kamalha ist dabei der hauptsächliche Vermittler, ergänzt durch mehrere Dozenten zu speziellen Aspekten. Zu Aufbau und Ablauf des Trainings wird ausschließlich Lobendes erwähnt. Die Unterlagen liegen dem Studienkreis Tourismus und Entwicklung vor. Die wichtigsten Module sind die folgenden:

community tourism - general outlines	tourism industry in Uganda
enterprise development	concerns of foreign tourists
community needs	responsible tourism policy
conservation threats	interpretation skills: story telling
management of protected areas	tourism development - stages, chances
buffer zone management	and challenges
conservation strategies and tourism	guiding tips
primary tourist markets of Uganda	

4.5 Stärkung der einheimischen Kultur sowie der kulturellen Identität der in den touristischen Zielgebieten lebenden Menschen

Ganz eindeutig: Community Based Tourism stärkt die einheimische Kultur, offeriert das Gewöhnliche des Alltags – der aber für Touristen ungewöhnlich ist! Nationalpark- und Trekkingtourismus ist der ugandischen Alltagswelt viel fremder und wirkt aus der Sicht der einheimischen Bewohner exotisch.

4.6 Vermeidung/Minimierung tourismusbedingter sozialer und kultureller Schäden in touristischen Zielgebieten

Tourismusbedingte Schädigung ist in Uganda kein großes Thema und sollte, wenn überhaupt, zunächst für Tourismus in Nationalparks, z.B. an Wasserstellen der Wildtiere oder auf Trekking-Routen diskutiert werden. Die „Pearls“ sehen bisher keine Schädigung durch Tourismus, sondern bemühen sich um höhere Intensität touristischer Besuche.

Die mit Elan und Können vorgenommene Vermarktung der Alltagskultur trägt derzeit zur Stärkung kultureller Werte und traditioneller Abläufe bei, wertet die gewöhnlichen und vertrauten Tätigkeiten auf.

4.7 Vereinbarkeit mit den Prinzipien der Umweltverträglichkeit

Gute Gestaltung der Regionalentwicklung um Schutzgebiete herum („buffer zone management“) besteht, wenn die lokal betroffene und dort wirtschaftende Bevölkerung das Schutzgebiet akzeptiert, die Grenze achtet, auf Nutzung innerhalb des Nationalparks oder Wildschutzgebiete verzichtet, sich dadurch aber wenig eingeschränkt fühlt. Ein brillantes buffer zone management besteht, wenn die Anrainer-Gemeinden das Schutzgebiet begrüßen und von ihm profitieren und die Ökosysteme darunter nicht leiden. Dies ist bei allen „Pearls“ der Fall, zumindest bei den während der Gutachterreise aufgesuchten! Die „Pearls“ haben Chancen, Touristen anzuziehen, weil sie quasi in Sichtweite von Schutzgebieten liegen und können teilweise den auf diese gerichteten Besucherstrom zu sich umlenken. Abseits gelegene Gemeinden haben zwar zum Teil ein ähnliches Potential für Community Tourism, können es aber nicht nutzen, mangels Masse der interessierten Besucher. Umweltverträglichkeit haben ugandische ländliche Gemeinden über Jahrhunderte bewiesen. Bis vor kurzer Zeit wurde Landwirtschaft innerhalb der Tragfähigkeitsgrenzen betrieben. Dorfgemeinschaften mit tradierter Wirtschaftsweise konnten fort-dauern. Erst durch Reduktion der Ackerflur durch Ausweisung von Schutzgebieten, jüngste Anstiege der Zahl der Bewohner in den Siedlungen und aufkommende Begehrlichkeiten, Agrarprodukte zu verkaufen, tritt Degradation ein und wird umweltgefährdende Landnutzung praktiziert. Die „Pearls“ reduzieren den agrarischen Nutzungsdruck dank der durch Tourismus möglichen wirtschaftlichen Diversifizierung.

4.8 Gleichberechtigung von Frauen und Männern

Männer und Frauen sehen sich in den Dorfgemeinschaften der „Pearls“ als Partner, so ist der Eindruck. Genderspezifische Arbeitsteilung gibt es durchaus, die traditionell ist für fast alle Arbeiten im Dorf und der Feldflur, wie man in Gesprächen erfährt. Kein Verständnis entsteht jedoch bei Fragen, die auf Dominanz der Männer ausgerichtet sind und auf Überlastung der Frauen. Die Situation der Frauen in den „Pearls“ ist vermutlich ein bisschen komfortabler als in Gemeinden ohne Community Based Tourism, weil bei Kunsthandwerk, Kochen und Tanz die Frauen im Vordergrund stehen und die meiste Arbeit leisten. Dies betrifft die Aktivitäten, nicht die Einkommen, denn letztere kommen der ganzen Gemeinde zugute.

4.9 Maßnahmen zur Gewährleistung der wirtschaftlichen und institutionellen Nachhaltigkeit des Projektes

Wirtschaftliche Nachhaltigkeit ist fraglich, falls der Besucherstrom der Touristen versiegt. Das kann am ehesten durch politische Krisen geschehen. Touristen wenden sich dann verstärkt anderen ost-afrikanischen Ländern zu. Ökonomisch werden die „Pearls“ nur dann zu Erfolgen, wenn deren Zahl überschaubar bleibt und nicht ruinöse Konkurrenz entsteht. Die „Pearls“ sind Punktlösungen in Uganda, können aber kein flächendeckender Segen für Uganda werden.

Ökologische Nachhaltigkeit hält Steigerungen der Besucherzahlen noch gut aus. Soziale Nachhaltigkeit ist anfälliger, dies ist jedoch mehr ein zeitlicher Prozess als allein von der Quantität der Besucher her gesteuert.

Institutionelle Nachhaltigkeit kann in Community Based Tourism nicht garantiert werden, die Konstellation bleibt mit einer gewissen Unsicherheit behaftet. Die derzeitige Zusammenarbeit zwischen den Mitarbeitern von UCOTA in Kampala und den „Pearls“ wird als mustergültig eingeschätzt. Für jede der bisherigen „Pearls“ bietet Community Based Tourism eine neue und hoffnungsfrohe Chance.

5. FAZIT

Der Gutachter befürwortet, das Projekt „Pearls of Uganda“ mit dem TODO! 2012 auszuzeichnen.

Die Begutachtung begann mit Skepsis. Die vorgefundene Situation hat die Bedenken aufgelöst. Der Preis TO DO! 2012 für die „Pearls of Uganda“ geht an eine sozialverträgliche touristische Initiative, die bisher sehr verantwortungsvoll arbeitet und gute, wenn auch noch recht überschaubare Resultate erzielt.

6. EMPFEHLUNGEN

Fortführung der Arbeit von UCOTA wird empfohlen. Eine Sicherung der Finanzierung des Büros in Kampala sollte zum Nahziel werden. Erhöhung der Zahl der „Pearls“ soll mit Vorsicht erfolgen, um die Qualität des begeisternden Anfangs zu erhalten.

Mitglieder der Jury TO DO! 2012

Dr. Christian Adler

Verhaltensforscher

Anke Biedenkapp

Freie Gutachterin

Klaus Betz

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung, freier Journalist

Prof. Dr. Ludwig Ellenberg

Freier Gutachter

Rika Jean-François

Messe Berlin/ ITB Corporate Social Responsibility

Wolfgang Köster

Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (BMZ)

Peter-Mario Kubsch

Studiosus Reisen München GmbH

Andreas Müseler

REWE Touristik Gesellschaft mbH

Elena Obreschkow

Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus

Sally Rahusen

Forum anders reisen

Armin Vielhaber

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.

Prof. Dr. Harald Zeiss

TUI Deutschland – Umweltmanagement

Kontakt Preisträger:

Helen Lubowa, Felex Kamalha
Palm Courts, Plot 7 A
Lugogo Bypass
P.O.Box 27159
Kampala
UGANDA

www.pearlsofuganda.org

info@pearlsofuganda.org

Veranstalter des TO DO! 2012 – Wettbewerb Sozialverantwortlicher Tourismus:

STUDIENKREIS FÜR TOURISMUS  UND ENTWICKLUNG e.V.

Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V.
Bahnhofstraße 8, 82229 Seefeld
Tel. +49-(0)8152-999010, Fax: +49-(0)8152-9990166
E-Mail: info@studienkreis.org
www.studienkreis.org
www.to-do-contest.org

In Zusammenarbeit mit:

BMZ  Bundesministerium für
wirtschaftliche Zusammenarbeit
und Entwicklung

Studiosus

Brot
für die Welt

Brot für die Welt –
Evangelischer
Entwicklungsdienst



SST
Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus
Swiss Foundation for Solidarity in Tourism

TOURISM WATCH

forumandersreisen

Preisgelder von:

SST
Schweizerische Stiftung für Solidarität im Tourismus
Swiss Foundation for Solidarity in Tourism