

**TO DO! 2005**  
**Wettbewerb Sozialverantwortlicher Tourismus**

**TO DO! Special Award für**  
**FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA**  
**(FTTSA)**

vertreten durch:

**Frau Jennifer Seif, Executive Director**  
**Hatfield, Pretoria**

**Südafrika**

**Begründung für den Special Award**

von

**Klaus Betz**

*„We have set out on a quest for true humanity, and somewhere on the distant horizon we can see the glittering prize.“*

*Steve Biko*

## **1. EINLEITUNG**

Der Verfasser war vom 16. bis 29. November 2005 im Auftrag des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. in Südafrika unterwegs, um die Bewerbung der Zertifizierungsorganisation FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA (FTTSA) an Ort und Stelle zu prüfen.

Wegen der vielfach deckungsgleichen Zielsetzung mit den Kriterien des TO DO!-Wettbewerbs (siehe Punkt 4) hatte die TO DO!-Jury im Falle einer befürwortenden Begutachtung in Erwägung gezogen, die Arbeit von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA mit einem erstmalig zu vergebenden *TO DO!-Special Award* zu würdigen. Dies deshalb, weil - abweichend von den bisherigen TO DO!-Preisträgern - eine Organisation wie FTTSA nicht im wirtschaftlichen Sinne wie ein touristischer Betrieb oder ein kommunales bzw. regionales Tourismusprojekt arbeitet, sondern im tourismuspolitischen Vorfeld tätig ist.

Außer der Überprüfung der Arbeitsweisen von FTTSA gehörte es zur erweiterten Aufgabenstellung, Anspruch und Wirklichkeit in den von FTTSA zertifizierten Projekten zu hinterfragen. In Anbetracht der großen geographischen Entfernungen in Südafrika und der limitierten Zeit konnten nicht alle mit dem FTTSA-Siegel ausgezeichneten Unternehmen besucht werden. Stellvertretend dafür wurden – verteilt auf die nördlichen und südlichen Landesteile von Südafrika – sechs touristische Unternehmen ausgewählt und überprüft.

Ergebnis: Der Gutachter befürwortet, FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA (FTTSA) in Würdigung der Ziele, des Konzepts und seiner Umsetzung, während der ITB 2006 mit einem TO DO!-Special Award auszuzeichnen.

## **2. RAHMENBEDINGUNGEN**

Wer im heutigen Südafrika unterwegs ist und sich auf seinen Alltag einlässt, wird Schritt für Schritt ein Land entdecken, das sich nach wie vor im Transitraum seiner neueren Geschichte befindet. Auch zwölf Jahre nach Abschaffung der Apartheid gibt es unterschwellig noch genügend alte Denkstrukturen, die den Wandel im neuen Südafrika bremsen. Besonders im Bereich der Wirtschaft. Daneben aber gibt es viele innovative und kreative Impulse, die deutlich machen, dass und wie in Südafrika eine gerechtere Gesellschaft entstehen kann.

An erster Stelle sei hier der 2003 verabschiedete „BEE Act“ genannt; gemeint ist das „Black Economic Empowerment“-Programm<sup>1</sup>. Dieses gesetzesähnliche Vorhaben will in nahezu allen Branchen einen sozio-ökonomischen Prozess anstoßen, der über mehrere Etappen bis 2014 dafür sorgen soll, dass die farbige Bevölkerung<sup>2</sup> an der ökonomischen Entwicklung beteiligt wird, sie mitbestimmt, mitkontrolliert und, dass die Ungleichheiten beim Einkommen von Beschäftigten allmählich egalisiert werden. Der BEE-Act als solches ist nicht „enforced“, wird

---

<sup>1</sup> Black economic empowerment is defined in the BEE Act as:

„... An integrated and coherent socio-economic process that directly contributes to the economic transformation of South Africa and brings out significant increases in the number of black people that manage, own and control the country's economy “(...) „as well as significant decreases in income inequalities“.

<sup>2</sup> The term „black people“ refers to African, Indian and Coloured South African citizens.

den Unternehmen also nicht aufgezwungen, doch wer sich abseits stellt, riskiert staatliche Fördermittel oder Subventionen.

Begonnen wurde mit dem BEE-Prozess in Branchen wie Finanzdienstleistungen, Medien, Forst- und Papierindustrie, Öl- und Energiewirtschaft sowie Landwirtschaft und Fischerei. Seit Mai 2005 gibt es auch für den arbeitsplatzintensiven Tourismus eine eigene „Tourism BEE Charter and Scorecard“ (eine Charta und Wertungsliste). Darin wird klar beschrieben, wie die touristischen Betriebe bis zum Jahr 2014 strukturiert sein sollten – in Bezug auf Eigentümerfragen und Beteiligungsmöglichkeiten, auf die strategische Zusammensetzung des Managements, auf die Aus- und Weiterbildungschancen für Beschäftigte und nicht zuletzt auch auf die Frage der Gleichberechtigung am Arbeitsplatz (Anteil Männer und Frauen, „Schwarze“ und „Weiße“)<sup>3</sup>.

Der „BEE-Act“ ist deshalb eine treibende Kraft für Veränderungen in der südafrikanischen Gesellschaft (siehe auch: [www.southafrica.info/doing\\_business/trends/empowerment/bee.htm](http://www.southafrica.info/doing_business/trends/empowerment/bee.htm)). Ohne dieses Programm wäre es vermutlich schwierig gewesen, eine Organisation wie FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA zu gründen und als noch junge Einrichtung für eine faire und damit sozialverantwortliche Tourismusentwicklung in Südafrika zu etablieren.

Vor diesem Hintergrund jedenfalls ist einzuordnen, dass und warum touristische Unternehmen in Südafrika, wollen sie bis 2014 dem BEE-Act entsprechen, etwas tun müssen. (Unabhängig davon gibt es aber Betriebe wie z.B. den TO DO!-Preisträger Kuvona Cultural Tours bzw. die Shiluvuri-Lodge, die lange vor dem BEE-Act in dieser Richtung aktiv und damit auch die ersten Ansprechpartner für FTTSA waren). Den bislang mit dem FTTSA-Siegel zertifizierten Unternehmen kommt dabei eine Vorreiterrolle zu. Denn jene Betriebe, die bereit waren, den anspruchsvollen Zertifizierungsprozess von FTTSA zu durchlaufen – so zeigt es sich in der Zwischenzeit –, erfüllen fast automatisch auch die Anforderungen des BEE-Programms. Allerdings ist der jeweilige Betrieb am Ende des Zertifizierungsprozesses ein anderer als zuvor.

Zwar sucht FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA in der Zusammenarbeit mit interessierten Tourismusunternehmen immer eine kooperative Lösung, aber in der Sache selbst bleibt man „hart am Ball“. Deshalb entspricht auch jedes der vom Gutachter besuchten Unternehmen vielen, wenn nicht allen Kriterien des TO DO!-Wettbewerbs. Unabhängig davon, ob es sich nun um luxuriöse und hochpreisige Lodges in Privatbesitz handelt oder um Projekte in kommunalem Eigentum.

Allerdings hebt dieser ganze Prozess die scharfen Gegensätze in der südafrikanischen Gesellschaft vorerst noch nicht auf. Er kennzeichnet erst den Anfang. Immerhin ist es ein Unterschied, ob man in den (reichen) südlichen Landesteilen wie etwa der Kap-Region unterwegs ist oder in den wirtschaftlich weniger starken nördlichen oder nordöstlichen Provinzen; wie zum Beispiel Limpopo (im Grenzbereich zu Botswana und Zimbabwe) oder Mpumalanga (an der Grenze zu Mozambique). Denn auch im neuen Südafrika gibt es nach wie vor ein enormes Wohlstandsgefälle. Man reist durch zwei Welten in einem Land.

In den Großstädten des Südens und dort insbesondere in den gepflegten Stadtrandbezirken und Vororten wird dies am besten sichtbar durch die an vielen Häusern angebrachten Warnschilder mit der Aufschrift „Armed Response“ (wörtlich: „Bewaffnete Antwort“, gemeint ist: Wir schießen zurück). Nur wenige Menschen sind dort zu Fuß unterwegs, es gibt Überwachungskameras und an Alarmanlagen gekoppelte Infrarot-Melder. Das Geschäft der Sicherheitsfirmen boomt und Südafrika wirkt in solchen Momenten - auf Besucher aus einer unbewaffneten Zivilgesellschaft - wenig einladend. Dem gegenüber stehen nach wie vor die

---

<sup>3</sup> Immerhin gelang es der Tourismusbranche 2003 mehr Devisen nach Südafrika zu bringen als der Goldhandel (der einstige Kern des Außenhandels) und beschäftigte direkt und indirekt über 1,1 Mio. Menschen. Mit jedem achten Touristen im Jahr entsteht ein neuer Arbeitsplatz. Südafrika ist mit 6,5 Mio. internationalen Touristen (2003: 4,6 Mio. aus Afrika und 1,9 Mio. aus Übersee) afrikanischer Spitzenreiter; noch vor Tunesien (5 Mio.) und Ägypten (4,9 Mio.). Quelle: Auswärtiges Amt.

ärmlichen Lebensumstände jener Bevölkerungsgruppen, die unverändert in riesigen, slumartigen Baracken-Siedlungen leben müssen, den so genannten „Townships“.

Im Norden des Landes sind solche Eindrücke weniger auszumachen. Es gibt keinen vergleichbaren Reichtum, den man mittels einer angekündigten „Armed Response“ verteidigen müsste. Im Gegenteil. Zwar sind diese Landesteile von ihrer Infrastruktur her durchaus entwickelt (gemessen am Straßennetz), dennoch leiden sie unter einer hohen Arbeitslosigkeit (bis zu 40 Prozent und darüber). Die Versorgung mit Schulen ist mäßig, ein öffentliches Transportsystem kaum vorhanden. Moderne Kommunikationstechnik und Elektrizität gibt es eher im Bereich der Mittelpunkt-Städte oder sie konzentriert sich - sobald Tourismus ins Spiel kommt - auf „Magnete“ wie etwa den Krüger-Nationalpark und die dort angesiedelten Lodges oder die privaten Game Reserves (private Tier- und Naturreservate).

FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA bewegt sich daher in einem Rahmen, der den Versöhnungsprozess im neuen Südafrika begleiten und mitgestalten will - als ein wichtiger Baustein von vielen. Ziel ist es, die alten Strukturen im Tourismus, ohne sie zu verurteilen, so umzuformen, dass daraus eine Dynamik entsteht, die für eine faire und sozialverantwortlich gestaltete Gesellschaft gebraucht wird. Deshalb darf es auch nicht verwundern, dass zu den Förderern und Begleitern auf diesem Weg u.a. die südafrikanische Regierung zählt („Department of Environmental Affairs and Tourism“) sowie das „Tourism Business Council of South Africa“.

### **3. DIE ORGANISATION: FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA**

#### **3.1 Entstehungsgeschichte**

Die heute existierende Non-Profit-Organisation FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA (FTTSA) ist 2001 durch das südafrikanische Landesbüro der weltweit tätigen Umweltschutzorganisation IUCN initiiert worden. Die International Union for Conservation of Nature and Natural Resources wird heute meist nur als World Conservation Union bezeichnet. Dieser IUCN-Initiative vorausgegangen war eine gut zweijährigen Pilotphase (1999 - 2001), begleitet von intensiven Gesprächen mit allen touristischen Anspruchsgruppen (Stakeholdern). 2004 wurde FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA vom IUCN-Büro aus gegründet und ist seitdem eine selbstständige, unabhängig arbeitende Organisation

Im Vergleich zu vielen touristischen Zertifizierungs-Organisationen unterscheiden sich Ziele und Arbeitsweisen von FTTSA von Beginn an. Das FTTSA-Siegel (im Rang einer „Trademark“) ist kein Öko-Label. FTTSA ist auf die sozialen, kulturellen und ökonomischen Aspekte der Tourismusentwicklung fokussiert. Wie beim TO DO!-Wettbewerb steht auch hier die Überlegung im Vordergrund, wie man durch eine partizipative Tourismusentwicklung Armut überwinden, die kulturelle Identität fördern, stärken und bewahren kann und möglichst viele soziale Aspekte integrieren kann (die Schlüssel-Fragen in der Post-Apartheid-Ära von Südafrika). Erst dann steht zur Debatte, dass alle Aktivitäten auch „mit den Prinzipien der Umweltverträglichkeit vereinbar sein“ müssen.

FTTSA ist so gesehen wesentlich näher an der „traditionellen“ FairTrade-Bewegung ( für den Handel von Kaffee, Bananen, Zucker, Reis) orientiert als alle anderen existierenden touristischen „Labels“. Und es wird sich möglicherweise noch zeigen, dass die Vorgehensweise von FTTSA „exportfähig“ ist. Falls man die Arbeitsweisen individuell an die jeweiligen Länder und Kulturen anpassen kann und in anderen Ländern der politische Wille vorhanden ist - ähnlich dem o.g. „BEE-Act“ -, ein ordnungspolitisches Instrumentarium zuzulassen.

### 3.2 Die Struktur

Außerdem ist es entscheidend - und dazu bedarf es des Aufbrechens verkrusteter Denkstrukturen -, dass Sponsoren oder Förderer, die in langfristigen gesamtgesellschaftlichen Kategorien denken, solchen Organisationen zu ihrem operativen Start verhelfen. So nämlich kommt es, dass FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA in Südafrika zwar noch nicht von den Nutzungsgebühren für die Vergabe des Siegels existieren kann (bei erst 17 sorgfältigst(!) zertifizierten Betrieben in zwei Jahren), aber trotzdem genügend Unterstützung findet, um ein so wichtiges, tourismus- und arbeitsmarktpolitisches Projekt professionell verwirklichen zu können.

Zu den Unterstützern in Form von finanziellen Zuwendungen, Material, logistischen Leistungen, touristischem Know how und Beratungsservices etc. zählen zum Beispiel das britische „Department for International Development“ und der „Business Linkages Challenge Fund“. Außerdem die niederländische „Green Development Foundation“, das „Human Institute for Co-operation with Developing Countries“ und die neuseeländische Entwicklungsorganisation „NZ-Aid“. Unterstützung gibt es durch die „Swiss Agency for Development Cooperation“ (SDC) sowie von „Brot für alle“ (Schweiz). Daneben aber engagieren sich auch südafrikanische Consulting-Firmen, namhafte Anwaltssozietäten, Spezialisten für touristisches Risiko-Management einerseits und Experten des Mikrofinanzwesens für kleine Unternehmen andererseits, und nicht zuletzt auch der südafrikanische Ableger von DHL (lies: die Deutsche Post).

Das Büro von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA ist sowohl multikulturell und multinational besetzt, wie auch in klare Aufgabengebiete gegliedert. Die Bereiche Marketing, Entwicklung, Forschung, Öffentlichkeitsarbeit und Administration teilt sich gegenwärtig ein acht Mitarbeiterinnen zählender Stab von Fachkräften aus den USA, Kenia, Schweden, Neuseeland, den Niederlanden und Südafrika. Daneben existieren ein regelmäßig tagender übergeordneter Vorstand und Aufsichtsrat. Mit dem jeweiligen Zertifizierungs-Procedere werden speziell trainierte, externe, aber heimische Gutachter beauftragt.

### 3.3 Die Prinzipien und Methoden

Da FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA neben einer deutlich wahrnehmbaren internationalen Öffentlichkeitsarbeit auch eine sehr erfolgreiche „Binnen-PR“ betreibt (Serien von Radiosendungen, Veröffentlichungen über FTTSA in namhaften südafrikanischen Publikationen), kommt „der Berg“ in gewisser Weise „zum Propheten“. Zum einen ist mit dem Ende der Apartheid vielen Tourismusmachern klar geworden, wie lange Südafrika eine isolierte Tourismusentwicklung betrieben hat<sup>4</sup>, zum andern bietet der BEE-Act bzw. die Arbeit von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA die Chance, das „Gap“, die Lücke, mit einem mutigen Sprung nach vorne zu überwinden<sup>5</sup>.

Im Mittelpunkt dieser Vorwärtsstrategie stehen die Prinzipien von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA. Ohne deren Anerkennung gibt es weder ein FTTSA-Siegel noch eine (was im Endeffekt wesentlich bedeutender ist) sozialverantwortliche Veränderung im Sinne der BEE-Tourismus-Charta. Die FTTSA-Prinzipien lauten daher:

- Gerechtes Teilen (Fair Share),
- betriebliche Demokratie (Democracy)
- Respektieren der Menschenrechte, der Kulturen und der Umwelt

<sup>4</sup>Ohne die außerhalb ablaufenden tourismuskritischen Öko-, Sozial- und Kultur-Debatten, ohne die vielen Dorf- und Regionalentwicklungskonzepte in anderen Ländern zu kennen.

<sup>5</sup>Unabhängig davon gibt es für interessierte Tourismusverantwortliche ein große Zahl fundierter Informationsbroschüren wie das "Responsible Tourism Handbook" und eine mehrteilige Broschürensreihe mit Titeln wie z.B. "Boosting procurement from local business" oder "Building local partnerships"

(Respect for human rights, culture and environment)

- Glaubwürdigkeit (Reliability),
- Transparenz (Transparency) und
- Nachhaltigkeit (Sustainability)

Das heißt gleichzeitig: So sehr FTTSA gemäß dieser Prinzipien selbst Ausschau nach potenziellen Bewerbern (in Frage kommen sowohl Neugründungen und Kleinbetriebe wie auch große, etablierte Unternehmen) hält, kommen neuerdings fast häufiger touristische Betriebe auf FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA zu und finden dort von Anfang an ein strikt vertrauliches Umfeld. Über mögliche Anwärter und über (vorläufig) gescheiterte Kandidaten dringt nichts an die Öffentlichkeit. Erst im Erfolgsfall werden Namen genannt.

In der Regel werden potenzielle Bewerber für das FTTSA-Siegel zuerst um ein Self-Assessment (eine Selbsteinschätzung) gebeten. Wenn daraus erkennbar ist, dass es an der Ernsthaftigkeit keine Zweifel gibt, setzt sich ein Expertengremium mit der Bewerbung auseinander, gibt ein erstes Feedback und prüft auch, wie ein Bewerber, zum Beispiel in Zusammenarbeit mit der FTTSA-Abteilung Entwicklung, „fit“ gemacht werden könnte, um im dann folgenden zeitaufwändigen und kostenpflichtigen ersten Teil des Zertifizierungsprozess (rund 180.- Euro pro Tag pro Gutachter) zu bestehen.

Dabei kommen die zuvor genannten, speziell trainierten externen Gutachter zum Einsatz. Sie checken in dieser ersten Phase den zu zertifizierenden Betrieb mit Hilfe eines komplex aufgebauten Fragenkatalogs. Daraus entsteht dann ein umfassender Grundlagenreport. Auf Basis dieser Unterlagen erst setzt sich dann das eigentliche Zertifizierungs-Panel zusammen (bestehend aus der FTTSA-Geschäftsführung und externen Vertretern von Consulting-Firmen) und arbeitet ein Scoring aus, eine Bewertung. Aus dieser Bewertung entsteht allmählich eine Stärken- und Schwächen-Analyse, die dem Bewerber präsentiert und erläutert wird.

Die wichtigsten Bewertungskriterien sind:

- gesetzliche Verankerung des Unternehmens,
- Lohn- und Arbeitsbedingungen<sup>6</sup>,
- Umgang mit Mitarbeitern,
- Weiterbildungsmöglichkeiten,
- Gleichberechtigung/Antidiskriminierung,
- Eigentumsverhältnisse,
- Effekte für die lokale Wirtschaft,
- soziales/kommunales Engagement,
- Umwelt, Bewahrung,
- Gesundheit, Sicherheit,
- Qualität und Glaubwürdigkeit,
- Arbeitsklima
- Thematisierung HIV/ Aids-Politik

---

<sup>6</sup> Von Großstädten abgesehen sind die Löhne und Gehälter in Südafrika zum Teil sehr niedrig. Der Mindestlohn für einen Arbeiter auf dem Land beträgt etwa 750 Rand (knapp unter 100 Euro). Ein Lehrer verdient etwa 3.900 Rand (untere Gehaltsgruppe); ein durchschnittlicher Mitarbeiter in der Tourismusbranche kommt, soll er oder sie fair bezahlt werden, auf zwischen 1500 und 2500 Rand plus so genannte Benefits (z.B. Unterkunft und Verpflegung) plus evtl. Incentives (Prämien).

Grundlage des weiteren Vorgehens ist, dass ein Bewerber nach Möglichkeit etwa 70 Prozent der Anforderungen erfüllt. Das heißt, ein oder zwei der 13 abgefragten Bewertungskriterien können/dürfen vorläufig noch Schwächen zeigen. In den meisten Fällen zieht dies einen noch monatelang stattfindenden Feedback- und Beratungsprozess nach sich. Gelingt es in dieser Zeit nicht, den Bewerber in absehbarer Zeit zu einer Verbesserung seiner „Schwächen“ zu bewegen, gibt es keine Zertifizierung. Gelingt es jedoch den Zertifizierungs-Prozess erfolgreich abzuschließen, wird dem Bewerber für zwölf Monate das FTTSA-Siegel verliehen. Danach gibt es jährlich wechselnde Überprüfungen; im einen Jahr nach Aktenlage, im andern durch eine neuerliche Evaluierung an Ort und Stelle. Die Mindestgebühr für die Nutzung des Siegels beträgt bei sehr kleinen Betrieben lediglich 75.- Euro pro Jahr, „mainstream businesses“ (massentouristische Betriebe) zahlen bis zu 3000.- Euro pro Jahr.

Würde man nicht so konsequent vorgehen - um tatsächliche Veränderungen für mehr FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA zu erreichen -, hätte man längst schon weit mehr als hundert zertifizierte Betrieben vorweisen können. So aber sind gerade mal erst 17 touristische Unternehmen mit dem FTTSA-Siegel ausgezeichnet worden (Stand: Februar 2006).

Die in der Praxis ablaufenden Details der Prinzipien von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA lassen sich im Vergleich zu den nachfolgend aufgeführten TO DO!-Kriterien am besten auch durch Beispiele aus den vom Gutachter besuchten Betrieben darstellen. Zur Verdeutlichung der Zusammenhänge haben wir außerdem die 3.3 genannten FTTSA-Prinzipien unterhalb der TO DO!-Kriterien wiederholt.

#### 4. EINSCHÄTZUNG

Beim folgenden Vergleich von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA mit den acht TO DO! - Wettbewerbskriterien für sozialverantwortlichen Tourismus führt die Beurteilung von Anspruch und Wirklichkeit hinsichtlich dieser Prinzipien zu folgender Einschätzung:

<b>Einbeziehung der unterschiedlichen Interessen und Bedürfnisse der ortsansässigen Bevölkerung durch Partizipation</b>
---

korrespondiert mit dem FTTSA-Kriterium:

- Gerechtes Teilen (Fair Share) und Demokratie (Democracy)

**Anspruch:** Die Vorgeschichte bis zur Gründung von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA zeigt, dass durch den Beratungs- und Diskussionsprozess mit den jeweiligen Anspruchsgruppen (Stakeholdern) das o.g. Kriterium schon während der Pilotphase berücksichtigt worden ist. Insbesondere auch durch eine gezielt geförderte Netzwerk-Arbeit in ländlichen Kommunen. Sehr hilfreich war außerdem, dass sich FTTSA dabei auch auf „weiße“ Unternehmer stützen konnte, die schon zu Apartheid-Zeiten keine Freunde der Rassentrennung waren und damals bereits den Dialog suchten. Etwa über die aktive Mitarbeit im berühmten „Market-Theater“ von Soweto oder auch durch die seinerzeit lebensgefährliche Entscheidung, als (weißer) „Afrikaans“ Parteimitglied beim ANC (Nelson Mandelas African National Congress) zu werden. Das war praktisch Hochverrat. Mit dem Effekt, dass manche dieser „weißen“ Apartheidsgegner nur überlebt haben, weil sie von „schwarzen“ Südafrikanern im Busch versteckt und beschützt wurden.

**Wirklichkeit:** Dies war zum Beispiel bei Jurie Moolmann der Fall. Der Gründer und geschäftsführende Gesellschafter des FTTSA zertifizierten „Djuma Privat Game Reserve“ bezeichnet das „Brücken bauen“ als Teil seiner „Lifestyle-Position“. Djuma bedeutet „das Brüllen des Löwen“ und ist ein privates, rund 9000 Hektar großes Natur- und Wildreservat in der Sabi-Sand-Region, Provinz Mpumalanga, in unmittelbarer Nachbarschaft zum Krüger-Nationalpark.

Angeboten werden klassische Wildbeobachtungs-Safaris (sehr gut und sehr rücksichtsvoll gemacht) und die Gäste können dabei in unterschiedlichen Lodges übernachten (vom Selbstversorger-Standard bis zu besonders luxuriösen Bungalows mit Preisen bis zu 3500.- Rand pro Nacht, knapp unter 500.- Euro). Von den 65 Mitarbeitern kommen 56 aus den unmittelbaren Nachbardörfern (sie heißen „Utah“ und „Dixie“), in denen sich Moolmann und seine Mitgesellschafter besonders engagiert haben: Mit der Gründung bzw. dem Aufbau einer Schule und eines Kindergartens. (Moolmann: „Bildungseinrichtungen sind so vital, wir können hier nicht auf den Staat warten“). Derzeit versucht er zu erwirken, dass die umliegenden Dörfer endlich einen Elektrizitätsanschluss erhalten.

Der Bezug von elektrischer Energie aber kann nur von Menschen bezahlt werden, die auch ein Einkommen haben. Eine Reihe von Djuma-Angestellten ist schon über acht Jahre dabei, die meisten Mitarbeiter erzielen ein monatliches Einkommen von zwischen 1500.- und 2500.- Rand, plus Benefits, plus Prämien und Trinkgelder. Djuma erlaubt es seinen Mitarbeitern außerdem, interessierten Gästen Touren in ihre Heimatdörfer anzubieten, die sie dann auf eigene Rechnung durchführen können (150.- bis 180.- Rand). Der in anderen Lodges noch vielfach praktizierte Kolonialstil findet hier nicht statt. Alle Mitarbeiter haben die Rolle des sorgfältigen und freundlichen Gastgebers verinnerlicht, ohne deshalb der Unterwürfigkeit anheim zu fallen.

<p style="text-align: center;"><b>Förderung eines Bewusstseins bei der ortsansässigen Bevölkerung über Chancen und Risiken touristischer Entwicklung für ihren wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Alltag</b></p>
--

korrespondiert mit dem FTSA-Kriterium:

- Transparenz (Transparency)

Im früher praktizierten Tourismus in Südafrika wurde dieses Kriterium eher ad absurdum geführt, geschweige denn - gemessen am Umgang mit der schwarzen Bevölkerungsmehrheit -, dass es zur Kenntnis genommen worden wäre. Das hat sich bekanntlich geändert.

Dennoch ist der Tourismus über weite Strecken hin ein „weißes“ Business geblieben und bewegt sich über bestimmte Kanäle oder auf „Inseln“, die vorwiegend um Attraktionen und weniger um die Kommunen herum aufgebaut oder dort integriert worden sind. Dies ändert sich vermutlich erst, wenn das BEE-Programm greift (Mitbestimmung) und noch mehr Betriebe mit dem FTSA - Siegel ausgezeichnet werden.

Andererseits ist die gegenwärtige Struktur des Tourismus in Südafrika - angesichts der schieren Größe des Landes - nicht vergleichbar mit mediterranen oder alpinen Top-Destinationen oder Reisezielen, die wegen ihrer kulturellen Exotik gefährdet sind/wären.

**Anspruch:** Doch unabhängig davon hat FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA seit 2004 über 26 Trainings und Workshops in unterschiedlichen Kommunen durchgeführt und rund 300 Teilnehmer mit diesem Thema (Awareness Raising) vertraut gemacht. Teilnehmer waren kommunale Vertreter, Studenten, Tourismus-Beschäftigte und Inhaber von Unternehmen. Außerdem gelang es FTSA in Kooperation mit der Universität von Südafrika (Unisa), Kurse in „sustainable tourism“ zu etablieren. Und nicht zuletzt sind die Binnen-PR-Aktivitäten von FTSA geeignet, über Chancen und Risiken touristischer Entwicklung zu informieren.

**Wirklichkeit:** Orientiert man sich am Beispiel des TO DO!-Preisträgers KUVONA CULTURAL TOURS (dessen Kern die FTSA-zertifizierte Shiluvu-Lodge bildet), zeigt es sich, dass man in Partnerschaft mit der lokalen/regionalen Bevölkerung sehr wohl aktiv werden kann. Die von dortigen Einheimischen gegründete „Ribolla Tourism Association“ agiert selbstbestimmt, statt von einer fremdbestimmten Entwicklung überrollt zu werden, auf die man nur reagieren könnte. „Ribolla Tourism Association“ fokussiert das Interesse von Besuchern auf die von ihr ausgewählten Themen bzw. Angebote (wie Trommel- und Tanzgruppen oder Kunsthandwerk) und schafft so die Balance, Chancen wahrzunehmen und Risiken zu vermeiden.



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

korrespondiert mit dem FTSA-Kriterium:

- Gerechtes Teilen (Fair Share) und betriebliche Demokratie (Democracy)

**Anspruch:** Die südafrikanische Regierung sieht im Tourismus einen prioritären Sektor für wirtschaftliches Wachstum. FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA teilt diese Auffassung. Deshalb bilden die Themen Eigentumsverhältnisse (Ownership and Control), Effekte für die lokale Ökonomie (Procurement) und soziales bzw. kommunales Engagement (Social/Community Investment) entscheidende Schwerpunkte für die Zertifizierung. Sind sie doch zugleich die Schlüssel für einen möglichst breit wirkenden Nutzen.

**Wirklichkeit:** Im Idealfall ist die Teilhabe möglichst breiter Bevölkerungsschichten im neuen Südafrika durch ein Projekt im kommunalen Besitz gewährleistet oder in Form eines Trust bzw. einer treuhänderischen Stiftung. Dies ist der Fall bei der von FTSA zertifizierten Phumulani-Lodge in Hazyview, Mpumalanga (ebenfalls unmittelbar vor den Toren des Krüger-Nationalparks gelegen). Die Vier-Sterne-Unterkunft ist 2001 eröffnet worden – „in honour of the Mdluli Tribe“ oder wie Geschäftsführer Amos Mdluli sagt: „Phumulani ist der Stolz der Gemeinde“. In der Tat gehört Phumulani mit seinen 17 Chalets zu einem der ersten von „schwarzen“ Einwohnern aufgebauten und sehr erfolgreich geleiteten Übernachtungsbetriebe. Während des Aufbaus seien 95 Prozent der Beschäftigten aus der Kommune gekommen, berichtet Amos Mdluli, im gegenwärtig laufenden Betrieb beschäftige man 22 lokale Mitarbeiter und, so fügt er hinzu: „One Employee is feeding up to 5, 6 or 10 people within the family“.

Mit dem Bau von Phumulani wurde ein Traum des früheren Chiefs (Stammesführer) verwirklicht. Der hatte nämlich 1998 erwirkt, dass der Stamm der Mdlulis einen Grant/einen Zuschuss über sechs Millionen Rand erhalten hat - weil ein Teil des Stammes früher im heutigen Krüger-Nationalpark gelebt hat (auf einem etwa 1600 Hektar großen Areal), von dort aber, in den sechziger Jahren allmählich vertrieben wurde (... „slowly pushed out“).

Doch muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass selbst ganz große Konzerne wie Spier Wine Estate im berühmten Stellenbosch (Wein, Freizeitpark, Hotel, Golfplatz und jährlich 400 000 Besucher) im Sinne von „teilhaben lassen“ aktiv geworden sind - unabhängig von der Tatsache, dass allein das von FTSA zertifizierte Spier Village Hotel mit 300 Beschäftigten eh schon zu den großen Arbeitgebern gehört. Denn Spier Village hat sich im Rahmen der Aktion „Pro-Poor Tourism Pilots“ bereit erklärt, so genannte „Enterprise Linkages“ (etwa: Unternehmens-Verbindungen) zu schaffen. Ziel ist es, bei der Beschaffung von Materialien und beim Einkauf über Dienstleistungen auf „lokale, kleine und früher benachteiligte, individuelle Unternehmen“ zurückzugreifen. So konnten sich beispielsweise auch ehemalige Angestellte selbstständig machen: mit einer Wäscherei, mit der Lieferung von Feuerholz und Petroleum, dem Verkauf von Kunsthandwerk, von Souvenirartikeln oder handwerklichen Leistungen und der Gartenpflege, – und das im ehemaligen Kernland des Apartheid-Denkens.

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

korrespondiert mit dem FTSA-Kriterium:

- Glaubwürdigkeit (Reliability)

**Anspruch:** FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA sorgt mit seinem Siegel nicht nur nach außen für ein entsprechendes Signal, mindestens genau so wichtig ist die „Trademark“ auch für die Beschäftigten. Das Fair Trade-Siegel garantiert Gehälter, mit denen man sein Auskommen

bestreiten kann, signalisiert sichere und den Gesetzen entsprechende Arbeitsbedingungen und sorgt dafür, dass die Arbeitnehmer einen Vertrag bekommen und über ihre Rechte informiert werden. Arbeitgeber müssen offenlegen wie sie ihre Mitarbeiter bezahlen und behandeln, wollen sie den Zertifizierungsprozess erfolgreich abschließen. Das Prinzip der betrieblichen Demokratie erfordert es außerdem, dass die Beschäftigten in betriebliche Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden. Wichtig zu wissen: Man muss diese Anforderungen vor dem Hintergrund der „institutionalisierten Ausbeutung“ von Arbeitnehmern und schwarzen Gemeinden während der Zeit der Apartheid einordnen (...„based on the institutionalized exploitation of labour and black communities that occurred under the apartheid regime).

**Wirklichkeit:** Gleich zwei Betriebe, beide mit dem FTTSA-Siegel ausgezeichnet, beide in Privatbesitz, beides ehemalige Herren- bzw. Gutshäuser und beide in bzw. bei Swellendam angesiedelt, sind für die Gewährleistung der Attraktivität touristischer Arbeitsplätze für Einheimische ein Musterbeispiel. Swellendam liegt knapp 200 Kilometer östlich von Kapstadt, am Fuß der Overberge.

Sowohl im wunderbar gepflegten Fünf-Sterne-Country House „Klippe Rivier“ wie auch im gleichrangigen und liebevoll restaurierten Country House „Jan Harmsgat“ hat man diesbezüglich Maßstäbe gesetzt. Für beide Häuser kann man zusammenfassend sagen: Rund zwei Drittel der Mitarbeiter stammen aus einer bei Swellendam angesiedelten Township. Kaum ein Mitarbeiter sprach zu Beginn Englisch. Alle haben intensive Trainings durchlaufen (von der Hauswirtschaft angefangen, über eine Küchenausbildung bis hin zum Empfang von Gästen) und heute begegnet man dort geschulten und motivierten Mitarbeitern, denen man ihren langen Weg – vom jungen Mädchen ohne Perspektive zur exzellenten, selbstbewussten Küchenchefin – kaum je anmerken würde.

Hinzu kommt, dass sowohl in „Klippe Rivier“ wie auch „Jan Harmsgat“ wirklich gute Gehälter gezahlt werden, die je nach Verantwortung, bis zu 3000.- Rand und darüber betragen können - inklusive aller Benefits wie etwa freies Wohnen in ansehnlichen Häusern, kostenlose Stromversorgung etc. Daneben gibt es in Einzelfällen auch zinslose Darlehen, damit sich Mitarbeiter ein Auto kaufen können. Außerdem hat zum Beispiel die Geschäftsführerin von „Jan Harmsgat“, Judi Rebstein, zusammen mit ehemaligen Mitarbeiterinnen in Swellendam das vielbesuchte Cafe „The Old Gaol Complex“ gegründet, das diese jungen Frauen völlig selbstständig managen und an dem sie in der Zwischenzeit auch beteiligt sind.

<p style="text-align: center;"><b>Stärkung der einheimischen Kultur sowie der kulturellen Identität der in touristischen Zielgebieten lebenden Menschen</b></p>
---

korrespondiert mit dem FTTSA-Kriterium:

- Respektieren der Menschenrechte, der Kulturen und der Umwelt  
(Respect for human rights, culture and environment)

Berücksichtigt man die Geschichte des früheren Südafrikas geht es wohl erst einmal darum, kulturelle Identität und kulturelle Vielfalt überhaupt wieder zu fördern - über das formale Maß hinaus (Veränderungen von Städtenamen, Nennung von Stammesnamen oder Ethnien etc.). Besonders wichtig ist dies in ländlichen Regionen. Dort muss es vorwiegend darum gehen, die durch die Apartheid verschüttete lokale Geschichte der schwarzen Bevölkerung und ihre lokale Kultur freizulegen - als etwas, auf das man stolz sein kann. Trotz der vielleicht ärmlichen Umstände, in denen man in manchen Dörfern lebt. Anfänge sind gemacht, doch sie bewegen sich gegenwärtig eher noch auf der Ebene der Alltagskultur. Etwa nach dem Motto: Wer sich dafür interessiert, dem zeigen wir gerne, wie wir leben und wie wir gelebt haben - aber eben auch: Was wir können.

**Anspruch:** FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA erhebt im Zusammenhang mit der Zertifizierung von touristischen Betrieben den Anspruch, dass die jeweiligen Kommunen in die

Planungen und Entscheidungsprozesse mit einbezogen werden sollten. Außerdem will man touristische Leistungsträger ermutigen, auf die soziale und kulturelle Vielfalt einzugehen und gegenüber den gastgebenden Kulturen Sensibilität zu zeigen. Solche Formulierungen zeigen, wie „weich“ das Thema noch ist, wie unsicher das Terrain, auf dem man sich bewegt oder auch aufeinander zu bewegt.

**Wirklichkeit:** Wenn man Kultur nicht als exotische Showeinlage im Rahmen eines Tagesausflugs begreift oder als Souvenir-Shopping am Straßenrand, gibt es unter den 17 FT TSA-zertifizierten Unternehmen eigentlich erst fünf, die auf das Thema „Stärkung der einheimischen Kultur“ in der Praxis eingehen: Der zuvor erwähnte TO DO!-Preisträger KUVONA CULTURAL TOURS (in Zusammenarbeit mit Ribolla Tourism Association), das o.g. Djuma Private Game Reserve (das seinen Mitarbeitern erlaubt, selbständig Gäste durch ihre Heimatdörfer zu führen) und - was nicht an Ort und Stelle geprüft werden konnte - „Calabash Tours“ bei Port Elizabeth, das „Masakala Traditional Guest House“ im südlichen Teil der Drakensberge und, nahe des Krüger Parks, die „Singita Lodges“. Calabash ist vorwiegend auf Township-Touren spezialisiert, und während Masakala authentische Einblicke in die Sotho und Xhosa-Kultur gewährt, offeriert Singita ebenfalls Dorftouren mit dem Thema „Wie funktioniert eine Shangaan-Kommune?“

#### **Vermeidung/Minimierung tourismusbedingter sozialer und kultureller Schäden in touristischen Zielgebieten**

korrespondiert mit dem FT TSA-Kriterium:

- Nachhaltigkeit (Sustainability)

**Anspruch:** Zu den unabdingbaren Prinzipien von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA gehört das Thema Nachhaltigkeit (Sustainability). Da im Grunde alle von FT TSA zertifizierten Betriebe auch unter diesem Gesichtspunkt geprüft werden, kann bei allen Beteiligten ein hohes Maß an Bewusstsein zur Vermeidung bzw. Minimierung tourismusbedingter sozialer und kultureller Schäden in touristischen Zielgebieten vorausgesetzt werden.

**Wirklichkeit:** Entscheidend ist dabei, dass in fast allen Fällen mit Beschäftigten aus der unmittelbaren Umgebung gearbeitet wird und die Betriebe nicht wie unerreichbare Enklaven dastehen, in die wohlhabende Fremde ein- oder ausfliegen, ohne sie je zu Gesicht zu bekommen. Jedes der Unternehmen ist heute, im Unterschied zu Zeiten der Apartheid, in die Kommunen eingebunden oder an sie angebunden. Häufig tragen sie sowohl durch ihre Mitarbeiter wie auch durch direkte Aktivitäten zur Bewusstseinsbildung bei (Workshops, Erwachsenen-Bildung, Arbeit in den Schulen). Beide Seiten sind im Endeffekt aufeinander angewiesen. In dem Wissen, dass Tourismus Arbeitsplätze schafft und damit die Existenz von vielen Familien sichert, agieren alle Beteiligten eher Miteinander denn Gegeneinander. Das zeigen die beschriebenen Beispiele in den vorangegangenen Kriterien/Rubriken.

#### **Die zum Wettbewerb angemeldeten Projekte/Maßnahmen müssen mit den Prinzipien der Umweltverträglichkeit vereinbar sein**

korrespondiert mit dem FT TSA-Kriterium:

- Nachhaltigkeit (Sustainability), Respekt für die Umwelt (Environment)

**Anspruch:** Da FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA aus den Aktivitäten des südafrikanischen Landesbüros der Umweltschutzorganisation IUCN hervorgegangen ist (siehe S. 5, Punkt 3.1), gehören die Prinzipien der Umweltverträglichkeit (environmental compatibility) zur zentralen Verpflichtung. Sie sind selbstverständlicher Bestandteil des Zertifizierungsprozesses.

Darüber hinaus vertritt FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA die Auffassung, dass eine touristische Destination nicht sustainable sein kann, wenn sie nicht gleichzeitig Wert darauf legt, Natur bzw. Umwelt zu schützen und zu bewahren. Für FTTSA ist klar, dass sich Umweltschutz-Themen immer auch mit sozialen Aspekten und wirtschaftlichen Überlegungen treffen müssen („...„environmental justice must coincide with social and economic justice“...“).

**Wirklichkeit:** Dass man und wie man diese Überlegungen miteinander verbinden kann, zeigt ein weiteres FTTSA-zertifiziertes Unternehmen in der Praxis. Es wendet sich in erster Linie an das südafrikanische Publikum, begrüßt aber sehr gerne auch ausländische Besucher. Die am Stadtrand von Kapstadt (Cape Flats) angesiedelten „Imvubu Nature Tours“ wurden von einer lokalen Gruppe schwarzer Einwohner gegründet, die das vor ihrer Haustüre liegende Naturreservat „Rondevlei“ zu Zeiten der Apartheid nicht betreten durften. „Rondevlei“ ist ein rund 260 Hektar großes Feuchtgebiet, das von Kapstadt-Besuchern (wegen der Attraktion „Tafelberg“) regelmäßig übersehen wird. 231 Vogelarten, botanische Raritäten, kleinere Tiere, Stachelschweine und Otter sind dort zuhause, aber auch kapitale Größen wie Steenbok und sogar Nilpferde(!). Imvubu Nature Tours verfolgt nun das Ziel, Natur-Erlebnisse, Umwelt-Wissen und Ausflugs-Tourismus miteinander zu verbinden. Geboten werden geführte Wanderungen, Boots-Touren, Fischen und Aufenthalte im „Bush-Camp“. Im eigenen Konferenz-Center können aber auch Schulklassen empfangen und betreut oder auch Fachtagungen durchgeführt werden.

Und was das Besondere ist: Diese Form des Tourismus können sich auch Südafrikaner mit sehr niedrigem Einkommen leisten. Der reine Eintritt zu diesem Kleinod (ohne Führungen) kostet nur 5 Rand (etwa 70 Cent). Weil Südafrika kein billiges Reiseland ist, können sich viele südafrikanische Familien, im Gegensatz zu den meisten ausländischen Gästen, die touristischen Angebote nicht oder nicht so häufig leisten.

<p style="text-align: center;"><b>Durch welche Maßnahmen/Mechanismen ist die wirtschaftliche und institutionelle Nachhaltigkeit des Projektes gewährleistet?</b></p>
--

korrespondiert mit dem FTTSA-Kriterium:

- Nachhaltigkeit (Sustainability)

FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA ist gegenwärtig noch nicht in der Lage, aus sich selbst heraus seine wirtschaftliche Nachhaltigkeit zu gewährleisten. Derzeit beträgt das Einkommen aus den Nutzungsgebühren gerade einmal fünf Prozent der Einnahmen. FTTSA rechnet gemäß seines Business-Plans erst im Verlauf der nächsten vier bis fünf Jahre mit einer spürbaren Steigerung, weil bis dahin auch wesentlich mehr touristische Betriebe zertifiziert sein werden. FTTSA wird also noch eine längere Zeit auf nationale und internationale Unterstützung angewiesen sein. Vorausgesetzt man erkennt und anerkennt die enorm wichtige Arbeit von FTTSA und fördert sie weiterhin, dürfte die institutionelle Nachhaltigkeit des Projekts gewährleistet sein. Denn die administrative Struktur und die methodischen Vorgehensweisen von FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA sind überlegt und ausgefeilt angelegt.

## **5. EMPFEHLUNGEN UND FAZIT**

FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA pflegt eine hohe internationale Präsenz und hat sich im Ausland, aufgrund der bisher geleisteten, überzeugenden Arbeit reichlich Reputation erworben. Möglicherweise wäre es jetzt sinnvoll, um die vorhandene Dynamik erneut zu verstärken, politische und touristische Entscheider in Südafrika mit einem internationalen besetzten Gremium zusammen zu führen, um über die Wege zu einem fairen, sozialverantwortlichen Tourismus zu diskutieren – mit unterschiedlichen Praxisbeispielen aus aller Welt.

Der Gutachter befürwortet die Auszeichnung mit einem TO DO!-Special Award, weil FAIR TRADE IN TOURISM SOUTH AFRICA (FTTSA) professionell arbeitet, sehr in die Tiefe geht, die tourismus- und arbeitsmarktpolitischen Ziele im neuen Südafrika sinnvoll begleitet und eine sozialverantwortliche Entwicklung des Tourismus in Südafrika anstößt. In dieser Form ist das - auf den weltweit praktizierten Tourismus bezogen – bislang einmalig und damit auch: vorbildlich.

Südafrika ist mit seinen faszinierenden Landschaften, seinem beeindruckenden Tierleben und seinen Chancen für einen gesellschaftspolitisch neuen Weg ein kaum vergleichbares touristisches Ziel. Gelänge es dem Land, die ungeheuerlichen Folgen der Apartheid und seiner daraus abzuleitenden sozialen und ökonomischen Gegensätze zu überwinden, zählte es sicher zu den gefragtesten Destinationen dieser Erde.