

Wo Sonne ist, ist auch Schatten Tourismus in Jamaika

Eine Internationale Koproduktionen aus der Serie: Herausforderung Tourismus

Werbe-Trailer für Jamaika

Sprecher 1:

Einladung auf Karibisch: Die schwarzhäutige Schönheit trägt Sonnenbrille und knappen Bikini, liegt wie hingegossen auf einer schwimmenden, weißen Luftmatratze. Das Strahlen ihrer Zähne blitzt aus dem lächelnden Mund. Die Botschaft auf der Frontseite des Reiseführers: „Willkommen in Jamaika!“

Musik

Sprecher 1:

Hellgrüne Teppiche aus Viehweiden und Zuckerrohrplantagen breiten sich entlang der Nordküste der Insel aus, mal schmaler, dann wieder breiter. Vereinzelt recken sich Kokospalmen in den Himmel. Hier hat sich die Bucht mit tiefblauem Meer gefüllt. Der blütenweiße Strand formt ein riesiges, nur zur See hin offenes „O“. Auf der Landzunge ragen zwei steinerne Giganten auf, einer ist das „Renaissance Grand Hotel“ von Ocho Rios.

planschende Kinder

Sprecher 1:

Zwei, vielleicht auch drei Fußballfelder misst die Anlage mit ihren busch- und palmenbestandenen Gärten, verspielten Springbrunnen, Bars und unzähligen Swimming-pools. Auf jedem der knallgelben Sonnenschirme prangt das Logo des Hotels – die Sonne über einem stilisierten Strand. Was noch im Werbetrailer klang wie das Abziehbild eines karibischen Traums unter Sonne und Palmen - hier, hinter mannshohem Stacheldrahtverhau, streng bewacht von livrierten und schwer bewaffneten Sicherheitsleuten, wird es greifbar:

Vox Pop Touristen:

„Wir sind hier, weil es schön ist und man nicht ständig sein Geld mit sich herumtragen muss.“

„Wenn Du Dich selbst versorgst, kann das ziemlich teuer werden. Deshalb haben wir beschlossen, All-Inclusive zu buchen.“

„...weil Du kriegen kannst, was immer und wann immer Du es willst!“

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

Sprecher 1:

Touristen vor allem aus Kanada, Großbritannien und den USA zieht es in die sich ausbreitenden All-Inclusive-Hotels an der Nordküste Jamaikas. Für Unterhaltung ist jederzeit gesorgt. In einer der Restaurant-Terrassen spielen sie Bingo.

Bingo unter freiem Himmel:

Sprecher 2:

Jamaika – was für ein Versprechen! Allein der Name, Musik, Sonne, Strand, schöne, schwarzhäutige Menschen. Ich werde mit Conrad, meinem Kollegen von Radio Jamaika, das Land erkunden. Bin gespannt, wie sehr alles nur Klischee war. Conrad hat mich im Firmenjeep abgeholt. Erstes Beschnuppern beim Bier an der Hotelbar. Conrad nennt mich im Scherz „G-7“ – soll das heißen: Reich?"

Sprecher 1:

In seinem Büro im Erdgeschoss des 20-Stöckers treffen wir Marc Redt, den Manager des 720-Zimmer-Hotels. „All Inclusive“ heißt für ihn das Zauberwort und steht für die Zukunft des Tourismus in Jamaika. All Inclusive, das bedeutet: Der Tourist kauft sich pauschal sein komplettes Urlaubspaket und bekommt dafür alles – den Flug, den Zutritt zum Pool ebenso wie den Drink an der Bar oder das Essen in einem der vielen Restaurants und natürlich das reichhaltige Sportangebot. Den Animator gibt's ebenfalls "gratis" dazu.

Marc Redt:

„Früher, da hieß All Inclusive ein Restaurant. Heute bekommen Sie für das gleiche Geld fünf Restaurants, acht Bars, so dass der Gast, der für ein oder zwei Wochen bleibt, alles Mögliche anstellen kann. Dass er sich nicht langweilt, immer am gleichen Ort zu sein. Und das funktioniert!“

Musik (Harry Belafonte: „My Island in the Sun“)

Sprecher 1:

Harry Belafonte wusste, wovon er sang: Die Sonne liebt dieses Jamaika. Sommers wie winters küsst sie das Eiland am 18. Breitengrad. Was Wunder, wenn der Tourismus heute das wirtschaftliche Rückgrat Jamaikas abgibt, allein 2001 rund 1,3 Milliarden Euro erwirtschaftete und damit gut 13 Prozent des Brutto-Sozialprodukts. Mehr als 70.000 Menschen leben vom Tourismus, noch einmal 90.000 hängen indirekt vom Geschäft mit den ausländischen Gästen ab. Das ist beachtlich, gemessen an der kleinen Bevölkerung von zweieinhalb Millionen Jamaikanern. Leo Lambert, PR-Chef der größten All-Inclusive-Hotelkette der Karibik, „Sandals“, rechnet vor, welche Impulse allein von seinem Unternehmen an die lokale Wirtschaft ausgehen:

Leo Lambert:

„Sandals Einkäufe zum Beispiel umfassen rund 600 Millionen Dollar an Essen und

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

Getränken – von örtlichen Anbietern. Und das jedes Jahr. Schauen Sie sich's doch an was die All-Inclusive-Hotels zur Makro-Ökonomie beisteuern, zum Beispiel auf dem Arbeitsmarkt mit 6000 Beschäftigten. Unsere Einkäufe an Essen und Getränken – das Geschäft, das wir dem örtlichen Transportgewerbe bringen –das alles, wenn man es sich vor Augen hält, ist das doch ein signifikanter Beitrag zu den verschiedensten Wirtschaftssektoren.“

Auf dem Markt von Ocho Rios

Sprecher 1:

Trommelnde Rastafaris hocken auf dem Grasflecken vor dem Eingang zum Kunsthandwerkermarkt von Ocho Rios. Kleine Rauchwölkchen steigen auf, der würzige Duft verbrannter Marihuana-Blätter liegt in der Luft. Die typischen Mähnen aus verfilzten Haarsträhnen, die „Dreadlocks“ fallen auf die Schultern der Männer. Die Wiege der Rastafari-Kultur liegt in Äthiopien, ihr Gott ist Jah. Rastafari - Ausdruck der Suche nach schwarzer Identität? Gegründet auf afrikanischen Wurzeln?

Trommel-Musik

Sprecher 1:

Wie Perlen an einer Kette reihen sich die Stände der gut 200 "craft vendors", der Verkäufer von Handwerkskunst, aneinander. Unter den mit Korallenschmuck und Nippes reichbehängten, winzigen Holzverschlagen türmen sich afrikanisch anmutende, hölzerne Masken, Strohhüte, Rasta-Püppchen, stapelweise bunt bedruckte T-Shirts. Fabrikware zumeist, die aus Manufakturen in der Nähe stammt. Jo Samuel hat heute kaum was verkauft:

Jo Samuel:

„Früher, vor 14, 15 Jahren, da lief das Geschäft besser, aber in letzter Zeit, seit es all diese All-Inclusives gibt und diese Inbound- Einkaufszentren... Seither machen die das Geschäft. Wir kriegen kaum noch was ab vom Kuchen. Vielen von uns geht es ziemlich schlecht.“

Musik

Sprecher 2:

„Wieder das Gefühl, in einer anderen Welt zu sein. Conrad hat das Abitur, ist zum Lehrer ausgebildet worden und gehört als Radio-Reporter schon zur gesellschaftlichen Crème de la Crème. Mit Frau und Kind lebt er in einer Vorstadt von Kingston, in einem richtigen Haus – das ist viel verglichen mit den wellblechgedeckten, wasser- und stromlosen Hütten der Slums.“

Sprecher 1:

Die Craft Vendors, die kleinen Händler auf dem Marktplatz von Ocho Rios, haben

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

sich inzwischen in einer Gewerkschaft zusammengeschlossen. Doch mit ihrem Kummer stehen sie nicht allein.

An- und abfahrende Busse, Touristenstimmen

Sprecher 1:

Ein Steinwurf nur vom Orts-Zentrum entfernt liegt der Hafen. Ein mannshoher Zaun mit Stacheldrahtkrone umgibt die Landungsbrücke. Am Schlagbaum kontrollieren Polizisten. Der rot-weiße Balken schwenkt für ein- und ausfahrende Busse auf- und nieder. Soeben hat ein kanadisches Kreuzfahrtschiff am Pier festgemacht und seine menschliche Fracht zum zweistündigen Landgang ausgespuckt. Ein erwartungsvoller Ruck geht durch die Gruppe der Taxifahrer.

Am Taxistand

Taxifahrer

„Die großen Firmen nehmen 50 Dollar für eine Tour zu den Wasserfällen, in die Berge und zum Einkaufen. Sie nennen das Highlight-Tour. Während wir, die kleinen Taxifahrer, gerade mal zwei Dollar kassieren können für die Fahrt zum Taj-Mahal und drei Dollar zu den Wasserfällen oder drei Dollar zum Sony-Center – Und das ist eine Rundfahrt! So wie es läuft, können wir nicht überleben.“

Busgeräusche

Sprecher 1:

Noch spricht der Mann, da zwängen sich bereits vollbesetzte Touristenbusse durch das Hafentor und verlieren sich im Straßenbild. Dr. Leith Dunn ist Tourismusforscherin und Sozialwissenschaftlerin an der Universität der West Indies in Kingston. Hinter den Nöten von Händlern wie Taxifahrern erkennt sie ein Verteilungsproblem der Tourismusbranche.

Dr. Dunn

„Die Leute haben Recht, wenn sie eine ungleiche Verteilung der Ressourcen anprangern. Eine unserer Untersuchungen hat ergeben: dass die All-Inclusive Hotels den größten Anteil am Tourismusgeschäft haben. Das ist das Hauptproblem. Freilich profitieren davon auch viele Menschen, zum Beispiel, was Beschäftigung angeht.“

Sprecher 1:

Unweit von Ocho Rios versteckt sich eine weitläufige Hotelanlage hinter einem niedrigen Wäldchen. Ein Flüsschen schlängelt sich durch abfallendes Gelände. Der tropische Urwaldbewuchs spendet Schatten. Eine Handvoll Touristen verliert sich zwischen den freistehenden Appartement-Häuschen. Meeresrauschen dringt herauf. Ein leichter Seewind spielt um die Nase.

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

Meeresgeräusche

Sprecher 1:

John Simpson und seine Frau Mary sind aus Kanada herübergeflogen. Zwei Wochen haben sie sich genehmigt im Land ihrer Träume – ohne es zu kennen....

John Simpson:

„Wir haben hier eine schlechte Erfahrung gemacht. In einem Restaurant in Ocho Rios. Man brachte uns die Rechnung. Mary holt also das Geld raus, um zu bezahlen. Einer bittet um einen Fünfziger, zum Wechseln. Meine Frau ist so vertrauensselig und gibt ihm das Geld. Da macht der sich aus dem Staub....! (lacht).“

Musik („I shot the sherrif“)

Sprecher 1:

Doch Übergriffe auf Touristen sind eher selten auf Jamaika, sagt die Sozialwissenschaftlerin Dunn. Was nicht heißt, dass die Kriminalitätsrate auf der Insel nicht zu den höchsten der Welt zählte. Allein im Jahr 2001 wurden hier mehr als tausend Menschen ermordet. In den abendlichen Fernseh- und Radionachrichten rangieren Morde und Gewaltdelikte gewöhnlich an erster Stelle. Die Zeitungen sind voll von Debatten über Auswege aus der Krise. Innenminister Peter Phillips sah sich mehr als einmal zu einer Offensive gegen Gewalt genötigt.

Musik

Prostituierte:

„Guten Abend ...Möchtest Du was machen? Wo? In Deinem Hotel oder was? Ich mache alles – gib mir zweihundert-fünfzig!“

Sprecher 1:

Der Verkauf körperlicher Liebe, der schnelle Fick am Straßenrand oder – auf Wunsch - auch im Hotelzimmer, für eine Handvoll Touristen-Dollar ist er zu haben. Nachts und bald an jedem Ort der Insel. Freilich: In den Polizeistatistiken taucht dieses Geschehen nicht auf. Offiziell gibt es keine Prostitution auf Jamaika. Ebenso wenig ein Aids-Problem.

Sprecher 2 :

Mein erster Sonntag auf Jamaika. Ruhe hat sich ausgebreitet. Ein paar Hunde bellen. Der Verkehrslärm scheint verstummt. Im Radio laufen Gospels. Auf den Straßen treffe ich Familienväter im weißen Oberhemd, die Bibel unterm Arm, Kinder an der Hand. Kirchgang ist Pflicht. Die Jamaikaner haben sich ins Familiäre zurückgezogen. Alle Geschäftigkeit: wie weggeblasen!

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

Musik („96 degrees in the shade“)

Sprecher 1:

Aufbruch an die Südküste der Insel. Unsere Autofahrt führt von Kingston über Land entlang der Küste. Vorbei an den Slums am Rande der Hauptstadt. Über den wasser- und stromlosen Wellblech- oder Strohhütten steigt Rauch auf. Wir passieren Frauen, die am staubigen Straßenrand Früchte zu kleinen Pyramiden gestapelt haben. In der Hoffnung, einer der schwerbeladenen Trucks oder der in halbsbrecherischer Fahrt vorbeijagenden Autos möge anhalten. Allmählich ändert die Landschaft ihr Gesicht und beginnt sich zu wellen. Unser Kleinwagen klettert über ansteigende Berge, kämpft sich über Pässe, umschiff badewannengroße Löcher im Asphalt. Wie im Handumdrehen wird alles grün. Die Straßen wirken mit einem Mal besser erhalten, die Häuser und Anlagen entlang der Piste gepflegter und weniger abgeschottet. Eine Fahrt in eine andere Welt.

Singende Mädchen im Astra Hotel

Sprecher 1:

Helle Kinderstimmen preisen den Herrn an diesem Morgen im Astra Hotel in Mandleville. Die Jungen und Mädchen tragen Schuluniform - dunkelblaues Kleid, blaue lange Hose, die nackten Füße stecken in Schlappen. Viele der Kinder sind von weit hergekommen, aus den entlegensten Winkeln West- und Zentral-Jamaikas, eigens für die Hotel-Schulung im Astra.

Sprecher 2 :

Conrads Art, mit den Leuten zu sprechen, beeindruckt mich. Es ist wohl diese Mischung aus Direktheit und wissender Zurückhaltung, vor allem, wenn es um mentale Eigenheiten seiner Landsleute geht, die uns meist sehr offene Antworten einträgt. Er dagegen schwärmt von handwerklichen Raffinessen, die er bei mir ausmacht. Die gegenseitige Sympathie ist spürbar. Der kulturelle Zaun zwischen uns ist beiden bewusst, wird aber immer unwichtiger. Mit Conrad lerne ich sein Land verstehen.

Sprecher 1:

Dianna McKintyre Pike, die Eigentümerin des Astra, gilt als Tourismus-Pionierin in ihrem Land, als Wegbereiterin des neuen Jamaika-Tourismus. Mit Kursen wie diesen, zu denen sie immer wieder Kinder auf eigene Rechnung einlädt, möchte sie das Kapital ihrer Heimat entwickeln helfen – die Menschen.

Dianna McKintyre Pike:

„Viele unserer Besucher wollen ein Verhältnis zu unseren Kommunen aufbauen. So können sie Freunde gewinnen. Und wer Freunde gewinnt, der kann auch ins Geschäft kommen. Diese Leute wollen uns bei unseren Produkten unterstützen. Wir nennen das „Community-Tourismus“, das ist allumfassend. Dazu gehört Ökotourismus ebenso wie Denkmal-Tourismus oder auch Kulturtourismus – all die

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

verschiedenen Varianten des Tourismus, um die es uns geht.“

Sprecher 1:

Der Erfolg gibt ihr Recht: Jahr für Jahr kommen mehr Menschen auf die Insel, die Land und Leute kennen lernen wollen, abseits der überlaufenen Touristenzentren. Doch eins erwarten sie freilich auch: saubere Flüsse, reine Luft, Tier- und Pflanzenattraktionen, kurzum: eine intakte Umwelt.

Vogelgezwitscher

Sprecher 1:

Als Land der Wälder und des Wassers, der grünen Berge, der schönen Landschaften, der unberührten Korallenriffe und einer unglaublichen biologischen Vielfalt - dafür war Jamaika einst berühmt. Doch der Ruf schwindet, längst läuten die Alarmglocken: Die amerikanische Umweltschutzorganisation „Global Watch“ bescheinigt der Karibik-Insel exorbitanten Raubbau an ihren Ressourcen. Die Ursachen – Ausbeutung von Bodenschätzen, Landwirtschaft und Tourismus – sind schnell ausgemacht. Die Folgen: Wassermangel, Luft- und Wasserverschmutzung sowie Artensterben.

Motorbootfahrt auf dem Fluss

Sprecher 1:

Früher hat er Krokodile gejagt. Und auch heute verdient Charles Swaby sein Geld noch immer mit den meterlangen, grünen Reptilien, die sich in den undurchdringlichen Fluten des „Black River“ suhlen. Gemächlich gleitet das Motorboot über die verzweigte Wasseroberfläche, in die mächtige Mangroven-Bäume ihre lianenenartigen Äste hängen lassen. Die Fotoapparate sind gezückt. Einladung zur Wasser-Safari:

Bootsführer ruft ein Krokodil:

„Komm her, komm und sag Hallo! Komm, komm, komm schon.....Das ist das so genannte amerikanische Krokodil. Die sind nicht so aggressiv wie das afrikanische Krokodil oder das australische Salzwasserkrokodil. Wenn Du zu dem sagst: Lass mich in Ruhe, dann lassen sie Dich in Ruhe. Anders ausgedrückt: Die haben kein Problem. Eben typisch jamaikanisch!“

Sprecher 1:

Der Bootsführer wirft kleine Hähnchenstücke ins Wasser. Klappt ein Tier sein Maul auf, geht ein Raunen durch die Touristenbesatzung. Fotoapparate klicken.

Charles Swaby:

„Die Südküste war ein Stiefkind des Tourismus, besonders der Ökotourismus hier auf Jamaika. Und ich glaube, dass die Besucher es als sehr bereichernd empfinden. Sie stellen fest, dass es noch eine andere Seite von Jamaika gibt,

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

abseits von Sonne und Meer und wieder Sonne. Diese Touristen kommen und freuen sich über ein anderes Gesicht von Jamaika.“

Musik

Feldarbeit

Sprecher 1:

Ein schwarzhäutiger Landarbeiter hackt den Boden eines kleinen Ackers. Vom Astra-Hotel sind wir gut 20 Kilometer in den Süden gefahren. Sattgrünes, hügeliges Gelände überragt hier die wenigen Häuser von Mile Gully. Zu der kleinen Gemeinde gehört auch das Anwesen von Derrk O'Connor, eine Oase der Stille. Bald 15 Jahre, erzählt der Mittvierziger, ist er als Rucksack-Tourist durch die Welt gezogen. Hat lange in Großbritannien gelebt, sich als Industriearbeiter durchgeschlagen, bevor er schließlich auf den Hof seines Vaters in Jamaika zurückkehrte. O'Connor versteht sich als Natur-Unternehmer. Relaxen in diesem fast unberührten, allenfalls sorgsam gepflegten Landstrich - das ist sein Angebot an erholungssuchende Gäste.

Derrk O'Connor:

„Wir haben Pferde. Sie können hier reiten. Hier durch: Dieser Pfad ist vor rund 20 Jahren angelegt worden. Dafür haben sie Natursteine genommen und so haben wir jetzt diesen schönen Fußweg....Hier haben wir heute saubergemacht. Wir haben hier viele Kokospalmen. Schauen sie, da unten ist das, was wir Erholungsplatz nennen. Das ist ein echter Volksplatz, wo sich Leute hinsetzen können, tun und lassen können, was sie wollen. Es gibt viele solcher Plätze hier. Wo Du Dich einfach hinsetzen kannst und eins sein kannst mit Dir und der Natur.“

Musik

Sprecher 1:

Längst hat Jamaikas Regierung die Bedeutung des Tourismus erkannt. Ein so genannter Masterplan der staatlichen Tourismusbehörde in Kingston schreibt die Entwicklung des Wirtschaftszweiges fest. Doch wie ein roter Faden durchzieht ein Stichwort nahezu jede Planung: „All Inclusive“. Trotz der bekannten Risiken gibt Tourismus-Direktor Roy Miller unumwunden zu:

Roy Miller:

„Wir haben nicht erklärtermaßen eine Umkehr beschlossen. Aber wir haben Anstrengungen unternommen, ganz besonders den Sektor des Community-Tourismus zu entwickeln. Viele der Veranstaltungen, die wir fördern, etwa das Garnelen-Festival, das Drachen-Festival oder auch das Jerk-Festival – all das sind Veranstaltungen, die helfen sollen, die jamaikanische Bevölkerung in den Tourismus zu integrieren.“

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

Sprecher 1:

Was nicht ausreicht, wie die Pikes und Swabys, die Tourismus-Pioniere von der Südküste, meinen. Sie fühlen sich alleingelassen von Kingston, Experten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft vermissen eine wohlmeinende Steuerung ihrer zahllosen Einzelprojekte und natürlich so manchen Dollar aus der Hauptstadt. Andernfalls, so Dianna McEntire Pike, zerreißt der Tourismus das Land, zerstört Wertesystem und Wirtschaftsstrukturen der Menschen. Neben „All Inclusive“ keimt ein Pflänzchen namens „community tourism“, also im Deutschen etwa so viel wie Ferien bei Dorfbewohnern zu Hause. Wird es nicht gegossen, verkümmert es. Zum Schaden der Menschen, wie die Sozialwissenschaftlerin Leith Dunn sagt:

Dr. Dunn:

„Ein Teil der Lösung liegt sicherlich im Community-Tourismus, der die Einheimischen mehr einbezieht und teilhaben lässt an seinen Vorzügen. Wo die Menschen Kontakt mit den Touristen haben, was sie letztlich besser und offener stimmt.“

Werbetrailer

Sprecher 2:

Letzter Tag meines Jamaika-Aufenthalts. Zum ersten und einzigen Mal hat mich mein Koproduzent Conrad zu sich nach Hause eingeladen. In dem kleinen Haus am Rande von Kingston bewirtet uns seine junge Frau mit einem landestypischen Frühstück – „Akkee and Salfisch“. Die ladentypische Frucht und mit eingesalzenem Fisch. Eine große Ehre, die mich anrhrt. Jamaika ist mir nahegekommen, wie es ist, mit seinen Problemen, seinen Hoffnungen und seinen wunderbaren Menschen, über deren Zukunft auch wir, im reichen Teil der Welt, mitentscheiden.

Wo Sonne ist, ist auch Schatten - Tourismus in Jamaika

Eine Koproduktion von Radio Jamaica und Deutsche Welle Radio

Aus der Serie: Herausforderung Tourismus

Autoren: Stefan Dege und Conrad Hamilton

Technik: Uwe Ross

Regie: Bernhard Sanders