



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

INTERSEKTIONEN VON ETHNIZITÄT UND TOURISMUS

Das Weltkulturerbe Lamu im Spannungsfeld von
„Swahiliness“, nationaler ethnischer Marginalisierung
und multiethnischen Migrationsströmen

Verfasserin

Sandra Feichtner

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, im Jänner 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 307

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Kultur- und Sozialanthropologie

Betreuerin:

V.-Prof. Doz. Dr. Marie-France Chevron

Inhaltsverzeichnis

Danksagung	vi
Glossar	vii
1 Einleitung	1
1.1 Einführung in die Fragestellung	1
1.1.1 Thematische Annäherung: Tourismus im Kontext der Globalisierung	1
1.1.2 Die Fragestellung	2
1.1.3 Das Setting der Feldforschung: Die Insel Lamu	3
1.2 Spezifizierung der Fragestellung	4
1.3 Arbeitsmethoden	5
1.4 Ziel und Bedeutung des Forschungsvorhabens	6
2 Theoretische Verortungen - Intersektionen von Ethnizität und Tourismus	7
2.1 Ethnizität aus Sicht der Kultur- und Sozialanthropologie	7
2.1.1 Begriffsbestimmung	7
2.1.2 Weg vom „Cultural Stuff“ hin zu einer Aufwertung der Grenze: Fredrik Barth & Co.	9
2.1.3 Instrumentalisierung und Situationsbezogenheit von Ethnizität . .	9
2.1.4 Verschiedene Formen von Ethnizität	10
2.1.5 Die Frage nach dem „Beyond“: „Beyond Ethnicity and Ethnic Identity“	11
2.2 Tourismus und soziokultureller Wandel in der Anthropologie des Tourismus	12
2.2.1 Jenseits der Wirtschaftsdaten: Tourismusforschung in der Kultur- und Sozialanthropologie	12
2.2.2 Begriffsannäherung: Tourismus und TouristInnen	12
2.2.3 Tourismus und soziokultureller Wandel	13
2.3 Intersektionen von Ethnizität und Tourismus	16
2.3.1 Ethnizität als touristische Beziehungsform	16
2.3.2 Ethnische (Re)strukturierung und Reproduktion im touristischen Kontext: Neue AkteurInnen und Kontexte für die Aushandlung von Ethnizität	17

2.3.3	Ethnische Gruppen als Objekte des „tourist gaze“	18
2.3.3.1	Die Suche nach dem „Anderen“ und „Authentischen“: Exotismus als Reisemotiv	18
2.3.3.2	Ethnischer Tourismus & Co. als Antworten auf touristi- sche Bedürfnisse	19
2.3.3.3	Konstruktion und Verhandlung ethnischer Beziehungen und Identitäten	20
2.3.3.4	Politik, Tourismus und Ethnizität: Staatliche Interessen im Zwiespalt	23
2.3.4	Zwischen Konflikt und Kooperation: Tourismusbedingte Faktoren der Entwicklung spezifischer Formen interethnischer Beziehungen .	24
2.3.5	Der Mehrwert einer Betrachtung von Ethnizität im touristischen Kontext	26
3	Das lokale Setting: Geographische, demographische und historische Eckdaten zur Insel Lamu	28
3.1	Geographische Verortung	28
3.2	Bevölkerung	29
3.2.1	Die Bevölkerung Lamus in Zahlen	29
3.2.2	Sprache	30
3.2.3	Religion	30
3.3	Ein Blick zurück in die Geschichte	31
3.3.1	Eine „Swahili-Gesellschaft“ entsteht	31
3.3.2	Aufschwung und Niedergang der Stadt Lamu	32
3.3.3	Politische Herrschaft nach der Kolonialisierung	33
3.4	Ethnizität und Identität	34
3.4.1	Das ethnische Gefüge auf Lamu	34
3.4.2	Wer sind die Waswahili? - Alte Fragen und „neue“ Erkenntnisse . .	37
3.5	Tourismusentwicklung auf Lamu	40
3.5.1	Die ungeplante Herausbildung des kenianischen Tourismussektors .	40
3.5.2	Tourismus in der Stadt Lamu und in Shela: Hippies, Backpacker und die High Society	42
3.5.2.1	Vom „Kathmandu Ostafrikas“ zum Weltkulturerbe	42
3.5.2.2	Das Dorf Shela und die High Society	43
3.5.2.3	Touristische Attraktionen	44
3.5.2.4	Probleme und Herausforderungen eines Reiseziels	45
4	Forschungsdesign	46
4.1	Die Erhebungsmethoden	46
4.1.1	Die teilnehmende Beobachtung	47

4.1.2	Halb-standardisierte Interviews	47
4.1.3	Schriftliche und mündliche Befragung	48
4.1.4	Text-, Bild- und Medienrecherche	49
4.2	Auswertungsmethoden	49
4.2.1	Computergestützte Analyse der qualitativen Daten	49
4.2.1.1	Die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring	49
4.2.1.2	Computergestützte Analyse mit MAXQDA	50
4.2.1.3	Konkrete Auswertungsschritte	50
4.2.2	Quantitative Auswertung der Fragebögen sowie der mündlichen Befragung	52
5	Migration auf Lamu in der Gegenwart: Erste Forschungsergebnisse im Hinblick auf das lokale Setting	53
5.1	Diverse Abwanderungsbewegungen	53
5.2	Migration nach Lamu: Verschiedene Kategorien und Gruppen von Mi- grantInnen	54
5.2.1	Die „watu wa pwani“	55
5.2.2	Die „watu wa bara“	56
5.2.3	Die „wazungu / expatriates“	57
5.3	Migrantische Wahrnehmungen von Lamu und dessen EinwohnerInnen . . .	58
6	Lokale Intersektionen von Ethnizität und Tourismus auf der Insel Lamu: Er- gebnisse einer Feldforschung	60
6.1	Tourismusbedingte demographische Veränderungen der lokalen ethnischen Zusammensetzung	60
6.1.1	Die TouristInnen	61
6.1.2	Die MigrantInnen	61
6.1.2.1	Tourismus als Pull- und Pushfaktor	61
6.1.2.2	Ausgangspositionen für den Eintritt in den touristischen Arbeitsmarkt	63
6.2	Die Struktur der lokalen Tourismuswirtschaft: Der Stellenwert von ethni- schen und nationalen Aspekten	65
6.2.1	Ein Überblick über die kommerziellen AkteurInnen auf Lamu . . .	65
6.2.2	Spezifische Arbeitsbereiche	67
6.2.2.1	Hotels und Gästehäuser	67
6.2.2.2	Touristische Restaurants und Cafés	71
6.2.2.3	Touristische Boutiquen, Silberschmuckgeschäfte und Tischlerwerkstätten	73
6.2.2.4	„Curio Shops“, Straßenstände und die „Künstler“ vom Mainland	74

6.2.2.5	Stadtführungen	78
6.2.2.6	Dhow-Captains, Crew und Triporganisatoren	78
6.2.2.7	Kalkulierte Beziehungen und Sexarbeit	80
6.2.3	Die ethnische Arbeitsteilung auf dem lokalen touristischen Arbeitsmarkt	81
6.2.4	Lokale Wertungen von ausländischem Unternehmertum und ungleichen Besitzverhältnissen	82
6.3	Touristische Repräsentationen	83
6.3.1	Die Konstruktion eines Weltkulturerbes und die Transformation der Stadt Lamu	83
6.3.1.1	Die Verleihung des Weltkulturerbestatus und die Rolle der UNESCO	83
6.3.1.2	Die Rolle staatlicher AkteurInnen	85
6.3.1.3	Folgewirkungen der Statusverleihung	87
6.3.2	„Die Swahili“, Orientalismus und das Paradies - Touristische Bilder und Vermarktungsstrategien	89
6.3.2.1	Touristische Darstellungen in der offiziellen Tourismuswerbung und in Reiseführern	89
6.3.2.2	Lamu Tamu, Swahili Food und Dhow-Trips: Touristische Darstellungen der lokalen Bevölkerung	92
6.3.3	Unsichtbare „Andere“: Die Marginalisierung von Nicht-Swahili im touristischen Diskurs	94
6.3.4	Die Verselbstständigung touristischer Repräsentation: Die Erzählungen der TouristInnen	96
6.4	Motive der Reisenden: Erholung mit einer Prise Historizität, Kultur und „Swahiliness“	97
6.5	Kontakte und Beziehungen zwischen TouristInnen sowie der lokalen Bevölkerung	100
6.5.1	Intensität und Form der Kontakte und Beziehungen	100
6.5.1.1	Das Verhältnis zwischen KleinunternehmerInnen, Angestellten sowie TouristInnen	101
6.5.1.2	„Hello my friend“: Freundschaften und Intimität	101
6.5.2	Wechselseitige Wahrnehmung und Stereotypisierungen	106
6.5.2.1	Sichtweisen der TouristInnen gegenüber der lokalen Bevölkerung	106
6.5.2.2	Sichtweisen der lokalen Bevölkerung von den TouristInnen	107

6.6	Lokale interethnische Beziehungen im touristischen Kontext Lamus	112
6.6.1	Die nationale ethnische Marginalisierung der Swahili und deren (scheinbare) Umkehrung im lokalen touristischen Kontext	112
6.6.1.1	Stärkung der Swahili durch die Betonung von „Swahili- ness“ im touristischen Diskurs	112
6.6.1.2	Ethnische Ausgeglichenheit am touristischen Arbeitsmarkt	114
6.6.1.3	Die Umverteilung des Besitzes vor dem Hintergrund des Weltkulturerbes	115
6.6.2	„A peaceful town without tribalism“ - Interethnische Beziehungen mit Anspruch auf Harmonie	117
6.6.2.1	Darstellungen der interethnischen Beziehungen von loka- len TourismusakteurInnen	117
6.6.2.2	Gegenseitige Stereotype und Distanz	119
6.6.2.3	Unterschiedliche Bewertungsschemata gegenüber „New- comern“: Wirtschaftliche und ethnische Perspektiven	120
6.6.3	Abseits ethnischer Identitäten: Regionale Herkunft, „Race“, Religi- on und „Rasta“	121
7	Conclusio	124
8	Nachwort	128
	Quellenverzeichnis	129
	Anhang	143
A	Fragebögen	143
A.1	TouristInnen	143
A.2	Hotels	147
B	Auswertung: Verwendete Diagramme	150
B.1	Fragebögen für TouristInnen	150
B.2	Befragung der TourismusunternehmerInnen	155
B.3	Mündliche Befragung von MitarbeiterInnen in touristischen Unter- nehmen	158
C	Bilder, Broschüren, Flugblätter und Screenshots	159
D	Abstract	164
D.1	Deutsche Zusammenfassung	164
D.2	Englische Zusammenfassung	165
	Lebenslauf	167

Danksagung

Zum Gelingen dieser Arbeit haben viele Personen beigetragen, denen ich auf diesem Wege gerne meinen Dank aussprechen möchte. Nachdem diese Diplomarbeit sich auf eine Feldforschung stützt, möchte ich mich zunächst in guter Tradition des Fachs bei der Bevölkerung von Lamu und Shela und den Reisenden, denen ich begegnet bin, bedanken. Mein besonderer Dank gilt dabei vor allem meinen InterviewpartnerInnen sowie den vielen KleinunternehmerInnen, Angestellten und HotelbesitzerInnen im Tourismussektor von Lamu, von denen ich viel lernen und erfahren durfte. Erst durch sie konnte ich einen Einblick in die lokale Gesellschaft und Prozesse bekommen und in der Folge auf Basis von Gesprächen und Beobachtungen, die mitunter auch recht konträr waren, diese Arbeit verfassen. Die wissenschaftliche Betreuung hat dabei Dr. Marie-France Chevron übernommen, der ich vor allem für die kompetente und geduldige Betreuung sowie die konstruktiven Verbesserungsvorschläge danken möchte. Des Weiteren gilt mein Dank noch der Universität Wien, welche durch ein Stipendium für kurzfristiges wissenschaftliches Arbeiten die Feldforschung auf Lamu ermöglicht hat.

Wie für vieles im Leben, so ist auch für den eigenen Bildungsweg der Rückhalt und die Unterstützung von Familie, FreundInnen, Bekannten und KollegInnen unbezahlbar. Daher möchte ich mich an dieser Stelle abschließend bei allen Menschen bedanken, die mich während des Studiums und insbesondere zum Ende hin begleitet und mir mit Freundschaft und Humor, aber auch konstruktiver Kritik zur Seite gestanden sind. Mein besonderer Dank gilt dabei meinem Freund, meinen FreundInnen und vor allem meiner Familie, die mir immer den notwendigen Rückhalt geboten und mich geduldig bei der Verfolgung meiner doch recht zahlreichen Interessen unterstützt hat.

Glossar

Abkürzungen: sw. = Kiswahili; dt. = Deutsch

Bao-Spiele	Bao-Spiele gehören zur Familie der Mancala-Spiele. Die „Spielbretter“ auf Lamu sind aus dunklem Holz geschnitzt, mit kunstvollen Ornamenten verziert und Samen dienen als Spielfiguren.
bara (sw.)	dt. „Festland“
Buibui	ein von muslimischen Frauen in Kenia getragener schwarzer bodenlanger Überwurf
Dhow	ein traditionelles arabisches Segelschiff
hakuna matata (sw.)	dt. „keine Sorgen“
jambo (sw.)	dt.: „Hallo“ für Touristinnen und Touristen
Kanga	bunte Baumwolltücher, die von Frauen zu verschiedensten Zwecken getragen und benützt werden.
Kanzu	eine lange weiße Tunika für Männer
kijoho (Sg.) / zijoho (Pl.) (sw.) ...	Begriff auf Lamu für „waungwana“.
Kikoi	ein buntes Wickeltuch für Männer
Kofia	eine zylindrische Kopfbedeckung für Männer, die häufig mit Stickereien verziert ist
Maulidi	Fest zu Ehren des Propheten Mohammeds
mgeni (Sg.) / wageni (Pl.) (sw.) ..	dt. „Gäste“
Miraa	Miraa ist eine Pflanze, deren Zweigspitzen und jungen Blätter v.a. im Jemen und in Ostafrika als leichtes Rauschmittel konsumiert werden. Sie wird unter anderem auch „Khat“ genannt.
mzungu / wazungu (sw.)	dt. „Europäer / Weiße / Fremde“
pole pole (sw.)	dt. „langsam“
pwani (sw.)	dt. „Küste“
watu wa bara / wabara (sw.)	dt. „Menschen vom Festland“
watu wa pwani (sw.)	dt. „Menschen von der Küste“
waungwana (sw.)	dt. „Patrizier“ bzw. Personen und Familien mit hohem Ansehen und zugeschriebener Zivilisiertheit

1 Einleitung

1.1 Einführung in die Fragestellung

1.1.1 Thematische Annäherung: Tourismus im Kontext der Globalisierung

Tourismus gilt heute als einer der größten Wirtschaftssektoren der Welt, der sich mittlerweile in fast alle Winkel der Erde erstreckt. Er spielt eine signifikante Rolle in der gegenwärtigen Weltwirtschaft und ist insbesondere in den Regionen der Dritten Welt am Expandieren (UNWTO 2006). Aber Tourismus ist nicht nur ein wirtschaftliches, sondern ebenso ein komplexes soziales, kulturelles, ökologisches und politisches Phänomen, das eng mit breiteren Prozessen der Globalisierung und Modernisierung verknüpft ist. Über den Tourismus werden beispielsweise auch sogenannte „*ideoscapes*“ (Appadurai 1996) - global verbreitete Bilder und Vorstellungen von Räumen und Menschen - konstruiert, die unter anderem als „authentisch“ und „typisch“ kommuniziert werden. Die touristisch geformte Welt teilt sich oberflächlich betrachtet in „*hosts*“ und „*guests*“ (Smith 1989a). Jedoch ist eine Reduzierung der AkteurInnen des Tourismus auf diese beiden Pole eindeutig verkürzt. Eine Vielzahl an Menschen, Institutionen, Unternehmen, Interessensvertretungen und noch viele weitere AkteurInnen sind involviert. Darüber hinaus kann man nicht nur entweder *host* oder *guest* sein, sondern auch beides. Viele Menschen, die TouristInnen empfangen, reisen auch selbst.

Mobilität scheint zu einem entscheidenden Merkmal unserer postmodernen Welt geworden zu sein, wobei ein zentrales Ungleichgewicht zwischen „Erster“ und „Dritter Welt“¹ hinsichtlich der Bewegungsfreiheit besteht. Während die Barrieren für Reisen von der Ersten in die Dritte Welt beinahe nicht existent sind, sind umgekehrt die Hürden für Reisen von der „armen“ Dritten in die „wohlhabende“ Erste Welt vergleichsweise enorm.

Die Einflüsse des Tourismus sind sowohl global als auch lokal spürbar. Tourismus sollte dabei nicht nur als externer Faktor gesehen werden, denn Tourismus hat bereits viele

¹Der Begriff „Dritte Welt“ hat sich als Sammelbegriff für jene Staaten etabliert, welche nach dem zweiten Weltkrieg keinen sozialen und wirtschaftlichen Aufschwung erlebten (Fischer/Hödl/Parnreiter 2003: 25), beziehungsweise für die „*Opfer und Ohnmächtigen der Weltwirtschaft*“, wie sich der ehemalige tansanische Präsident Nyerere ausdrückte (Nohlen/Nuscheler 1993: 17 f.). Häufig werden diese Länder auch als „Entwicklungsländer“ bezeichnet. Es sei allerdings darauf hingewiesen, dass sowohl unter dem Begriff der „Dritten Welt“ als auch unter jenem der „Entwicklungsländer“ sehr unterschiedliche Staaten mit unterschiedlichen Interessen subsumiert werden (Fischer/Hödl/Parnreiter 2003; Komlosy 2003; Esteva 1993). Die Begriffe „Erste Welt“ und „Dritte Welt“ werden in dieser Arbeit nicht normativ und wertend gebraucht, sondern sollen auf Ungleichheiten sowie Machtunterschiede zwischen diesen Regionen und Ländern hinweisen.

1 Einleitung

Bereiche des gesellschaftlichen Lebens durchdrungen und ist zu einem integralen Teil globaler und vieler lokaler Kulturen geworden. Auf lokaler Ebene zeigen sich der Tourismus und seine Auswirkungen in vielfältiger Gestalt. Tourismus ist nicht per se etwas, das alles überrollt und letzten Endes zu kultureller Homogenität führt, sondern das Phänomen muss in seinem jeweiligen lokalen Kontext untersucht werden (Wood 1997: 5).

1.1.2 Die Fragestellung

Wie bereits angedeutet, kann Tourismus enorme Auswirkungen auf Reiseziele und Destinationen haben. Den Gegenstand dieser Arbeit bilden dabei die zahlreichen Intersektionen und Querverbindungen von Tourismus und Ethnizität. Es wird anhand der Insel Lamu in Kenia untersucht, inwieweit Tourismus die lokalen interethnischen Beziehungen beeinflussen kann. Damit soll ein Beitrag zur Forschung über die Verbindung zwischen Tourismus und sozialem wie auch kulturellem Wandel, sowie zur weiteren Klärung der Bedingungen, unter welchen sich die Beziehungen zwischen den ethnischen Gruppen verändern, geleistet werden.

Zur Behandlung dieser Fragestellung stützt sich diese Arbeit dabei größtenteils auf die theoretischen Ansätze des norwegischen Anthropologen Fredrik Barth ([1969] 1998b) zur Ethnizität sowie deren Weiterentwicklung beziehungsweise Modifikation. Es kommt dabei eine Definition von Thomas H. Eriksen (2002) zur Anwendung, welche dieses Barth'sche Verständnis widerspiegelt und Ethnizität als Aspekt einer Beziehung zwischen Gruppen sieht, die sich als kulturell anders in Bezug auf andere Ethnien betrachten: „*Ethnicity is an aspect of social relationship between agents who consider themselves as culturally distinctive from members of other groups with whom they have a minimum of regular interaction*“ (ebd.: 12). Bezüglich des Tourismus dient eine weitverbreitete und nützliche Definition von Jafar Jafari (1977) der Orientierung: „*a study of man [sic!] away from his usual habitat, of the industry which responds to his needs, and the impacts that both he and the industry have on the host socio-cultural, economic and physical environments*“ (ebd.: 8). Dieses Konzept von Tourismus ist für meine Arbeit nützlich, da es holistisch ist und sowohl die Seite der Nachfrage, des Angebots und insbesondere auch die Auswirkungen von Tourismus auf den lokalen Kontext mit einbezieht.

In den letzten Jahren haben zahlreiche Arbeiten gezeigt, wie vielfältig die Berührungspunkte dieser beiden Phänomene sein können. Diese begründen sich dadurch, dass soziale Beziehungen im Tourismus insbesondere in einem Dritte-Welt-Kontext häufig interethnische Beziehungen sind (van den Berghe/Keyes 1984a), wobei diese über die Einführung neuer AkteurInnen, sowie neue touristische Kontexte der Aushandlung von Ethnizität modifiziert werden können. Neue AkteurInnen können in der Folge als neue „*relevant others*“ fungieren und zusätzliche Möglichkeiten für die Aushandlung von Identität mit anderen Gruppen und Personen, die vorher nicht präsent waren, schaffen (Wood 1998: 22 ff.). Der neue touristische Kontext kann unter anderem neue Arbeitsplätze und -felder

bieten, wobei verschiedene ethnische Gruppen unterschiedliche Rollen am touristischen Arbeitsmarkt übernehmen können (vgl. Hitchcock 2000; van den Berghe 1992). Des Weiteren kann er durch neue oder veränderte Wertigkeiten, wie zum Beispiel der gesteigerten Bedeutung materieller Werte gekennzeichnet sein, die durch den Tourismus in das lokale Umfeld transportiert werden können. In diesem Zusammenhang ist auch die Notwendigkeit zu sehen, im touristischen Kontext, ein touristisches Produkt zu definieren, um TouristInnen anzuziehen. Nachdem TouristInnen unter anderem auf ihren Reisen auf der Suche nach dem „Anderen“ sind (van den Berghe/Keyes 1984a; MacCannell [1976] 1999), können ethnische Gruppen in der Folge selbst zur touristischen Attraktion im Rahmen von Ethno-, Kultur- und Ökotourismus werden, was besonders zahlreiche Konsequenzen für die Aushandlung von Ethnizität hat (vgl. van den Berghe 1994; Oakes 1997). Spezifische politische und wirtschaftliche Überlegungen, wie zum Beispiel jene nach dem kommerziellen Wert einer bestimmten Identität, können in der Folge eine Rolle in Ethnizitätskonstruktionen spielen, wo sie zuvor unwichtig waren und Handlungsrationitäten verändern (vgl. E. Cohen 1988; Medina 2003; Adams 1997; Bruner 2001). Zudem kann dieser touristische Kontext auch bestimmte Anreize für interethnische Kooperationen bieten, aber ebenso interethnische Konflikte fördern (vgl. Hitchcock 2000; Jamison 1999).

1.1.3 Das Setting der Feldforschung: Die Insel Lamu

Das Thema wird in Bezug auf ein konkretes Reiseziel an der nördlichen Küste Kenias untersucht: die Insel Lamu, wobei vor allem die Stadt Lamu als auch ihre südliche Erweiterung in Form des Dorfes Shela als wichtigste Tourismusdestinationen im Mittelpunkt der Betrachtung stehen. Die Stadt Lamu gilt als eine der ältesten Städte Kenias und ist in den vergangenen Jahrzehnten von einer sich im Niedergang befindlichen Hafengstadt zu einem Tourismuszentrum avanciert. In dieser Küstenstadt ist die ursprüngliche Siedlungsstruktur aus den Zeiten, als Lamu noch ein vibrierendes Handelszentrum des Indischen Ozeans war, größten Teils erhalten. Alte Häuser aus Stein und Korallen mit einer eigenen Architektur und Raumaufteilung, geschnitzte Türen, schmale Gassen und Esel als wichtigstes Transportmittel prägen das Bild der Stadt. Autos gibt es mit wenigen Ausnahmen keine, was durch die enge Bebauung der Stadt, deren Gassen Autos keinen Platz lassen, mitbegründet ist. In den 1970er Jahren wurde Lamu als Kathmandu Afrikas bekannt und viele sogenannte „alternative“ TouristInnen verbrachten hier ihre Zeit. Während aber Kathmandu sich in eine vibrierende Großstadt verwandelt hat, sind die Veränderungen in Lamu weniger deutlich wahrnehmbar. Durch ihre Lage auf einer Insel im Indischen Ozean und einer Mischung aus Sonne, Strand, Meer und Kultur lockt sie heute TouristInnen aus aller Welt an. Gemeinsam mit dem Dorf Shela, welches südlich von Lamu gelegen ist, bildet die Stadt ein Reiseziel, das häufig in Kombination mit einer Safari besucht wird - sowohl von TouristInnen, die das höhere Preissegment bevorzugen, als auch von alternativen Reisenden oder Backpackern. Von massentouristischen Ent-

1 Einleitung

wicklungen, wie man sie an anderen Orten der kenianischen Küste findet, ist man jedoch noch weit entfernt. In Reiseprospekten und Reiseführern wird die Stadt als romantisch, exotisch und mittelalterlich beschrieben, als eine Stadt, in welcher die „Swahili-Kultur“ noch lebt. Die nicht zu übersehende Präsenz bestimmter Charakteristika, welche mit der „Swahili-Kultur“ assoziiert werden, war mitverantwortlich für die Ernennung Lamus zum „Weltkulturerbe“ durch die UNESCO im Jahr 2001. Mit diesem Titel verbunden sind eine enorme Werbewirkung, mit Folgen für die Zahl der TouristInnen sowie den Immobilienmarkt, als auch Bemühungen, die historisch wertvolle Stadt als Weltkulturerbe zu erhalten. Allerdings finden trotz solcher Konservierungsbemühungen dennoch viele Veränderungen statt, denn Kulturen als auch Ethnien wie die „Swahili“² und andere auf der Insel lebende Gruppen sind Teil von vielfältigen Interaktionsprozessen und daher dynamisch. Hinzu kommt, dass komplexe Phänomene wie Tourismus, Globalisierung, Migration sowie regionale politische Entwicklungen ihre Spuren hinterlassen haben. Das ethnische Gefüge der Insel ist davon nicht unberührt geblieben und Lamu hat sich in den letzten Jahren immer stärker zu einem multiethnischen Ort entwickelt.

1.2 Spezifizierung der Fragestellung

Anhand der Insel Lamu werden in dieser Arbeit einige zentrale Fragestellungen mittels qualitativer aber auch quantitativer Forschungsmethoden untersucht. Dabei wird ein interaktiver Ansatz gewählt, welcher nicht entweder nur die gegenwärtige Struktur oder die historischen Entwicklungen als bedeutend betrachtet, sondern beide werden in die Analyse miteinbezogen. Der Prozess steht im Mittelpunkt. Den Ausgangspunkt der Arbeit bildet die Frage nach den vielfältigen Einflüssen des Tourismus auf die Beziehungen zwischen den lokalen ethnischen Gruppen auf der Insel Lamu.

Um diese Frage zu beantworten, müssen zuallererst die im Folgenden dargestellten Teilfragen geklärt werden, welche gleichzeitig auch den Aufbau des empirischen Teils der Arbeit bilden. Nachdem es kaum verlässliche Daten zur aktuellen ethnischen Zusammensetzung der Bevölkerung Lamus und den interethnischen Beziehungen gibt, muss als Erstes diese Frage geklärt werden. Aus diesem Grunde werden zunächst die aktuellen Migrationsbewegungen auf Lamu und ihr Einfluss auf das lokale ethnische Gefüge untersucht. Danach wird analysiert, mit welchen demographischen Veränderungen vor Ort der

²Im allgemeinen Sprachgebrauch wird mit dem Begriff „Swahili“ unter anderem eine Sprache, die Gruppe von „Kiswahili“-sprechenden Menschen und eine ethnische Gruppe der „Swahili“ bezeichnet. In dieser Arbeit wird diesbezüglich differenziert. Die Sprache wird in der Folge allein mit dem Begriff „Kiswahili“ und die Gruppe von Kiswahili-sprechenden Menschen wird als ebensolche bezeichnet. „Swahili“ oder „*Waswahili*“ werden in dieser Arbeit nur die ethnische Gruppe der Swahili und jene Personen, die sich dieser Gruppe zugehörig fühlen, genannt. Insbesondere letztere Differenzierung ist von besonderer Bedeutung, da das Kiswahili als nationale Sprache in Kenia und Tansania fungiert und damit die Zahl der Kiswahili-SprecherInnen natürlich wesentlich höher ist als die Zahl jener, die sich zu einer ethnischen Gruppe der Swahili zugehörig fühlen, und dies in der Folge häufig Verwirrung stiftet in Bezug auf die Frage, wer nun Swahili ist und wer nicht.

Tourismus zusammenhängt und inwieweit er die strukturelle Basis der existierenden Beziehungen zwischen den Ethnien durch die Einführung von neuen AkteurInnen verändert. Dem folgt eine nähere Untersuchung der lokalen wirtschaftlichen Organisation mit Bezug auf die ethnischen Gruppen der Insel. Anschließend werden die touristischen Bilder und Repräsentationen mit Bezug zu Ethnizität und Kultur, welche von diversen AkteurInnen mit bestimmten Interessen produziert werden, näher betrachtet. Diese werden schließlich in Verbindung mit den tatsächlichen Reisemotiven der TouristInnen gebracht. Zu allerletzt folgt schließlich noch eine Analyse der Interaktionen zwischen der lokalen Bevölkerung und den TouristInnen sowie auch zwischen den ethnischen Gruppen innerhalb der vom Tourismus direkt betroffenen Bevölkerungssegmente. Diese können durch Heranziehung des theoretischen Konzepts der „Ethnizität“ genauer analysiert werden.

Die Wahl einer analytischen Perspektive ist allerdings nie ein unschuldiger Akt, wie Eriksen (2002) feststellt: *„If one goes out to look for ethnicity, one will 'find' it and thereby contribute to constructing it“* (ebd.: 177). Bestimmend für die Wahl des Forschungsthemas war die Tatsache, dass bei meinem ersten touristischen Besuch auf der Insel Lamu im Jahr 2005 mir die Menschen dort von Anfang an als Mitglieder einer bestimmten ethnischen Gruppe entgegen traten. Dazu kommt, dass auch anderswo in Kenia sich die Menschen ebenfalls selbst als zu einer bestimmten Ethnie zugehörig betrachteten, sowie die Swahili als eigene Gruppe identifizierten. Selbst- und Fremdzuschreibung und eine Differenzierung von anderen ethnischen Gruppen sind also gegeben (vgl. Chevron 2002).

Insgesamt war die Forschung und ist in der Folge auch diese Arbeit primär eher explorativer Natur. Aufgrund einer Feldforschungszeit von zwei Monaten, der Komplexität von Phänomenen wie Ethnizität und Tourismus und nur spärlich vorhandener aktueller wissenschaftlicher Arbeiten zur Insel Lamu im Zusammenhang mit der Thematik dieser Arbeit, konnten einzelne Aspekte nicht in ihrer vollen Tiefe untersucht werden. Zudem erwies sich eine Einschränkung des Forschungsfeldes als sinnvoll. In der Folge konzentrierte ich mich bei der Forschung nur auf Personen, welche direkt im Tourismus beschäftigt sind. Darüber hinaus stehen die ethnische Gruppe der Swahili, welche auf Lamu die größte Bevölkerungsgruppe darstellt, sowie ihre Beziehungen mit anderen ethnischen Gruppen im touristischen Kontext im Fokus der Betrachtung. Allerdings würde vor allem eine Analyse jener Bevölkerungssegmente, die nicht direkt im Tourismus beschäftigt sind, bezüglich der Thematik noch weitere aufschlussreiche Informationen bieten.

1.3 Arbeitsmethoden

Für den theoretischen Teil dieser Arbeit wurde wissenschaftliche Literatur zum Thema Ethnizität und Tourismus im Allgemeinen als auch in Bezug auf den örtlichen Kontext der Küste Kenias analysiert und aufgearbeitet. Mit dem Ziel die Theorie in einen empirischen Kontext zu stellen, wurde schließlich von Anfang September - Ende Oktober 2007

1 Einleitung

über zwei Monate hinweg eine Feldforschung auf der Insel Lamu in Kenia durchgeführt, wobei primär qualitative Forschungsmethoden zur Anwendung kamen. Quantitative Forschungsmethoden ergänzen das qualitativ gewonnene Material. Konkret wurden im Rahmen der Feldforschung folgende Methoden verwendet: die teilnehmende Beobachtung, halb-strukturierte Interviews, das Führen eines Feldforschungstagebuches, mündliche als auch schriftliche standardisierte Befragungen, sowie eine Text-, Bild- und Medienrecherche. Insgesamt wurden 22 Interviews mit Personen aus der lokalen Bevölkerung, welche direkt in der Tourismusindustrie beschäftigt sind, durchgeführt. Davon wurden 19 Interviews transkribiert und mittels einer angepassten Form der qualitativen Inhaltsanalyse sowie mithilfe der Software MAXQDA 10 ausgewertet. Die Software wurde auch für eine Auswertung der Feldnotizen und der offenen Antworten der Fragebögen herangezogen.

Im Kapitel 4 auf Seite 46 werden das gesamte Forschungsdesign sowie die konkreten Methoden noch näher erläutert und eine kritische Betrachtung der Feldforschung und Bewertung der Ergebnisse werden versucht.

1.4 Ziel und Bedeutung des Forschungsvorhabens

Im Moment gibt es nur wenige Arbeiten, die sich mit dem Einfluss von Tourismus auf das Verhältnis zwischen den ethnischen Gruppen in einer lokalen Aufnahmegesellschaft beschäftigen. Der Großteil der sozial- und kulturanthropologischen Arbeiten zum Thema beschäftigt sich mit dem Verhältnis zwischen den TouristInnen sowie einer einzigen ethnischen Gruppe. Dabei geht es vor allem darum, die Stärkung oder Schwächung der „kulturellen“ und „ethnischen Identität“ durch die Präsenz von Tourismus sowie TouristInnen zu erforschen. Aber auch Fragen der Kommerzialisierung ethnischer Charakteristika und Vorstellungen von Authentizität stehen im Vordergrund. Fragen nach den Auswirkungen von Tourismus auf die interethnischen Beziehungen innerhalb der lokalen Bevölkerung sind eher nachrangig. Diese wissenschaftliche Lücke soll diese Arbeit vor allem in Hinblick auf den Tourismus in Ostafrika ein Stück weit verringern.

Die folgenden Kapitel und Abschnitte sollen nun zunächst den Stand der Forschung, das lokale Setting und das Forschungsdesign präsentieren. Anschließend werden die Forschungsergebnisse dargestellt. Es werden aktuelle Veränderungen des lokalen ethnischen Gefüges durch Migrationsbewegungen analysiert und insbesondere die Intersektionen von Tourismus und Ethnizität auf der Insel Lamu in Kenia anhand der vorgestellten Fragestellungen näher erläutert.

2 Theoretische Verortungen - Intersektionen von Ethnizität und Tourismus

2.1 Ethnizität aus Sicht der Kultur- und Sozialanthropologie

Um zu einem adäquaten Verständnis von Ethnizität im Kontext der Insel Lamu zu gelangen, werden in diesem Abschnitt Begriffsbedeutung, verschiedene grundlegende Aspekte von Ethnizität und die Relevanz dieses wissenschaftlichen Konzeptes in einer globalisierten Welt erläutert. Die spezifischen Eigenschaften und Dynamiken von Ethnizität in einem touristischen Kontext werden hingegen erst nach dem nächsten Abschnitt zum Thema Tourismus diskutiert.

2.1.1 Begriffsbestimmung

Der Begriff „Ethnizität“, die mit ihm verbundenen Termini der „Ethnie“, „ethnischen Gruppe“ und „ethnischen Identität“, aber auch der Name der Disziplin „Ethnologie“ leiten sich vom griechischen Wort „ethnos“ ab. Der Begriff „Ethnos“ hielt mit Shirokogoroff ([1935] 1963) und Mühlmann (1964) Einzug in die sowjetische aber auch deutsche Ethnologie. „Ethnos“ wird im ethnologischen Sprachgebrauch häufig synonym zu „Ethnie“, „ethnische Gruppe“ aber auch „Volk“ verwendet, wobei es keine einheitliche Definition für diesen Begriff gibt. In seiner klassischen Definition nach Shirokogoroff ([1935] 1963) und Mühlmann (1964) beschreibt Ethnos *„Menschengruppen mit gleicher Kultur, gleicher Sprache, Glauben an eine gleiche Abstammung und ausgeprägtem Wir-Bewusstsein“* (Chevron 2004: 379; vgl. Wernhart 1998: 81 ff.). Je nach AutorIn wird die Bedeutung einzelner Merkmale jedoch unterschiedlich betont (Wernhart 1998: 81).

Die Einführung und Verwendung des Begriffs ist auch in Zusammenhang mit der Geschichte der Ethnologie zu sehen. Diese fand mit dem Ethnos einen neutraleren Begriff für ihren Gegenstand des „Fremden“ im Vergleich zu Bezeichnungen wie „schriftlose Kulturen“, „Stammesgesellschaften“ oder „vorindustrielle“ und „traditionelle Gesellschaften“ (vgl. Kohl 2000: 24 ff.; Fischer 2005: 105; Chevron 2004: 379). Unter diesen Begriffen sind nach Karl-Heinz Kohl (2000) im Laufe der Zeit *„die unterschiedlichsten Gemeinschaften von Menschen subsumiert worden, die für sich durchaus heterogen sind und nur*

2 Theoretische Verortungen von Ethnizität und Tourismus

in bezug [sic!] auf unsere eigene Kultur eine homogene Einheit bilden“ (Kohl 2000: 26). Generell ist anzumerken, dass der Gegenstand der Ethnologie als auch der Kultur- und Sozialanthropologie heute nicht mehr regional begrenzt ist. Vielmehr stehen nun auch Städte, Organisationen, Industriegesellschaften und die eigene Kultur im Blickfeld (Fischer 2005: 105).

In Bezug auf ethnische Einheiten wird heute vor allem deren dynamischer aber auch „relationaler Charakter“ (Kohl 2000: 27) betont, welcher sich in der Abgrenzung nach außen hin und in wechselseitigen Prozessen der Selbst- und Fremdzuschreibung zeigt (vgl. Elwert 2005: 99 f.; Barth [1969] 1998b). Einerseits stehen häufig interethnischen Phänomene im Vordergrund, wenn die ethnische Frage in der Praxis thematisiert wird (Chevron 2004: 382), andererseits ist insbesondere in einem Kontext der Globalisierung das kulturelle Identitätsverständnis einer Gruppe im Dialog mit Anderen von Bedeutung und muss betrachtet und bewertet werden (Wernhart 1998: 95). Das was in einem Beziehungsverhältnis die jeweilige Besonderheit nach Eigen- und Fremdzuschreibung ausmacht, nennt man „ethnische Identität“ (Gingrich 1998: 102). Im Rahmen einer solchen Betrachtung von ethnischen Einheiten zeigt sich schließlich auch, dass Ethnien häufig auch eine „Erfindung“ von kolonialen Verwaltern waren und Konstrukte der Wissenschaft sind. Allerdings bauen diese Konstrukte meist in unterschiedlichem Grad auf etwas bereits Vorhandenem auf. Aus diesem Grund werden diese Kategorisierung in Folge oft auch von den kategorisierten Personengruppen selbst angenommen und adaptiert. Sie werden zu Realitäten der lokalen AkteurInnen, die ihren Alltag und ihre Identität mitgestalten (vgl. Amselle 1998 [1990]: 11 ff.; Siehe auch Chevron 2002: 117).

Im Zusammenhang mit diesem relationalen Charakter von Ethnien wurde schließlich auch der Begriff der Ethnizität, der „ein Synonym für ‚interethnische Beziehungen, Praktiken und Vorstellungen‘“ (Gingrich 1998: 102) ist, eingeführt. Dabei orientiert sich diese Arbeit konkret an einer Definition von Eriksen, welche in der Tradition von Fredrik Barth ([1969] 1998b) steht: „*Ethnicity is an aspect of social relationship between agents who consider themselves as culturally distinctive from members of other groups with whom they have a minimum of regular interaction*“ (Eriksen 2002: 13). Ethnizität kann dabei nationale und staatliche Grenzen überschreiten. Der Begriff der Ethnizität ist heute aber nicht mehr allein in der Welt der Wissenschaft, sondern auch im Alltagsdiskurs weit verbreitet - unter anderem auch in der Welt des Tourismus, welche von „neuen Exotismen“ und der damit verbundenen Neugier am Fremden geprägt ist. Dieses Einfließen in den Alltagsdiskurs geht meist mit einer Entkontextualisierung, Begriffserweiterung und -veränderung (Hybridisierung) des Terminus einher (Gingrich 1998: 99 ff.).

2.1.2 Weg vom „Cultural Stuff“ hin zu einer Aufwertung der Grenze: Fredrik Barth & Co.

Ab den 1970er Jahren rückte das bereits zuvor erwähnte dynamischere und relationale Verständnis von Ethnien in den Vordergrund der wissenschaftlichen Debatte und das Konzept der Ethnizität begann sich zu entwickeln. Besonders einflussreich war diesbezüglich der von dem Norweger Fredrik Barth herausgegebene Sammelband „*Ethnic Groups and Boundaries*“ ([1969] 1998a). Allerdings war diese Entwicklung zum Teil auch bereits davor ins Rollen gebracht worden (vgl. Weber [1978] 1996; Leach 1954; Gluckman [1940] 1958; Mitchell 1956; Mayer 1961).

Ethnische Gruppen sind nach Barth ([1969] 1998b: 13) eine Form der sozialen Organisation von kultureller Differenz. Er kritisierte die damalige Sichtweise, welche die kulturellen Eigenschaften einer ethnischen Gruppe zu sehr in den Mittelpunkt der Betrachtung rückte. Nach ihm sind ethnische Gruppen soziale Konstruktionen, deren kultureller und personaler Inhalt nicht a priori vorgegeben und stabil ist. Aus diesem Grund sollte der Betrachtungsfokus nach Barth auch nicht auf dem „*cultural stuff*“ - also den kulturellen Charakteristika - der ethnischen Gruppe, sondern auf der Grenze und den Prozessen, die sich dort zur Gruppenformierung und Grenzerhaltung vollziehen, liegen. Demnach definiert sich die ethnische Gruppe erst durch ihre Beziehung zu anderen (ebd.: 10 ff.).

Das Faszinierende dieser Betrachtungsweise ist, dass sie zeigt, wie diese Grenzen weiterhin bestehen, obwohl Menschen und Gruppen miteinander in Kontakt stehen und es einen Fluss von Informationen und Menschen über Grenzen hinweg gibt. Hierfür sind Prozesse der Grenzerhaltung verantwortlich, wozu die Aktivierung von bestimmten kulturellen Differenzen im Kontakt mit anderen Gruppen zählt. Um sozial wirksam zu sein, ist es wichtig, dass sich eine Gruppe selbst als solche sieht, sich gewisse Eigenschaften zuschreibt und auch von anderen als ethnische Gruppe wahrgenommen wird. Kategorische Selbst- und Fremdzuschreibungen sind somit elementarer Teil von Ethnizität (ebd.: 14 f.). Diesbezüglich können Prozesse der Stereotypisierung, Dichtomisierung und Komplementarisierung am Werk sein (Eriksen 2002: 23 ff.). Die Überschreitung von Grenzen und ein damit einhergehender Wechsel der ethnischen Zugehörigkeit können in ökonomischen Beweggründen wurzeln (Barth [1969] 1998b: 22 f.). Allerdings stellten WissenschaftlerInnen später fest, dass ein Wechsel der ethnischen Zugehörigkeit und damit auch ein Identitätswechsel nicht immer möglich ist, vor allem nicht zwischen Gruppen, welche eine unterschiedliche Hautfarbe als Grenzmarker betonen, wie zum Beispiel zwischen „Weißen“ und „Schwarzen“ in den USA (Eriksen 2002: 40).

2.1.3 Instrumentalisierung und Situationsbezogenheit von Ethnizität

Das Barth'sche Verständnis von Ethnizität hat sich in der Folge in der Kultur- und Sozialanthropologie durchgesetzt, wobei es im Laufe der Zeit noch um eine Vielzahl

an Aspekten ergänzt wurde. Abner Cohen (1974) hat beispielsweise darauf hingewiesen, dass Ethnizität vor allem auch einen politischen Aspekt hat. Ethnien sind nach dieser Sichtweise Interessensgruppen, welche sich auf der Basis bestimmter kultureller Ziele formieren und im Ressourcen- oder Machtwettstreit aktiviert werden. Damit vertritt Cohen einen klassischen instrumentellen Ansatz¹. Darüber hinaus spielt strategisches Handeln auch oft eine Rolle, wenn es um die Wahl und Aktivierung von ethnischen Identitäten geht. Wie situationale Ethnizitätstheorien zeigen, besteht je nach Situation die Möglichkeit zu wählen, wie und ob ethnische Identität kommuniziert wird (Okamura 1981). Die vollständige Freiheit der Wahl wird von vielen hingegen angefochten (Eriksen 2002: 56; vgl. Giddens 1979). Zudem hat Ethnizität auch einen symbolischen Aspekt, wobei aber kulturelle und symbolische Inhalte oft selektiv angewandt und manipuliert werden können. Diese Manipulationsmöglichkeiten sind zum Teil aber Einschränkungen unterworfen (Eriksen 2002: 73 ff.).

2.1.4 Verschiedene Formen von Ethnizität

Generell gibt es diverse Formen von Ethnizität mit unterschiedlicher Intensität und Bedeutung. Don Handelman hat diesbezüglich verschiedene Grade an ethnischer Inkorporation unterschieden. Er differenziert dabei zwischen ethnischen Kategorien, Netzwerken, Assoziationen und Gemeinschaften. Die ethnische Kategorie ist eine eher lose Einheit, welche standardisierte ethnische Zuschreibungen impliziert, aber nur auf Haushalts- und Verwandtschaftsebene von Relevanz ist. Dagegen erhöht sich bei den anderen Einheiten schrittweise der Integrationsgrad bis hin zur ethnischen Gemeinschaft, welche bereits eine territoriale Basis hat (Handelman 1977). Darüber hinaus kann Ethnizität je nach Kontext sowohl horizontal als auch vertikal auftreten. Auf horizontaler Basis können Grenzmechanismen und der Wettstreit um Ressourcen im Vordergrund stehen. In Bezug auf die vertikale Dimension von Ethnizität sind Machtbeziehungen, welche einen systematisch ungleichen Zugang zu Ressourcen bedingen können, in den Mittelpunkt zu rücken (Eriksen 2002: 49). Wenn Machtasymmetrien zwischen ethnischen Gruppen innerhalb eines multiethnischen Staates bestehen, wird Identitätspolitik wahrscheinlich. Diese bedient sich häufig vereinfachender Darstellungen und essentialisierender Rhetoriken in Bezug auf die Identität der eigenen als auch der anderen Gruppe und vernachlässigt interne Differenzen (vgl. ebd.: 159 f.). Um gesellschaftliche Machtbeziehungen und Hierarchien sowie ihre Verbindung zur Ethnizität besser herausarbeiten zu können, hat Leo Despres festgestellt, dass man auch den institutionellen Rahmen einer Gesellschaft auf der Makroebene, welcher Ethnizität strukturiert, näher unter die Lupe nehmen sollte (Despres 1975). Insbesondere in einem touristischen Kontext scheint mir dies bei einer

¹Die theoretischen Ansätze im Bereich der Ethnizitätsstudien werden häufig auf der Basis ihrer theoretischen Ausrichtung trotz existierender fließender Übergänge und Mischformen vereinfachend als Gegensatzpaare dargestellt: primordiale versus instrumentelle, objektivistische versus subjektivistische Theorien.

Betrachtung von Ethnizität besonders wichtig zu sein, da der Tourismus von der Makro- bis zur Mikroebene aktiv ist und wirkt.

2.1.5 Die Frage nach dem „Beyond“: „Beyond Ethnicity and Ethnic Identity“

Die Frage, ob es nicht wichtigere, bessere Konzepte als „Kultur“ und „Ethnizität“ zur Analyse von komplexen Gesellschaften gibt, beschäftigt heute viele WissenschaftlerInnen (vgl. Gupta/Ferguson 1992; Eriksen 2002; Banks 1996). Die Vorstellung von relativ stabilen sozialen Beziehungen, sind in einem dynamischen und globalen System wie jenem der Gegenwart zu hinterfragen. Identitäten und Gruppenzugehörigkeiten werden nicht nur nach ethnischen Kriterien gebildet (vgl. Hannerz 1992; Hannerz 1996; Appadurai 1996). Dies war zwar bereits immer der Fall, aber wird durch die vereinfachte Überwindung der räumlichen Dimension heute noch sichtbarer (vgl. Gupta/Ferguson 1992).

Die Bedeutung der verschiedenen Formen von Identitäten und sozialen Differenzierungen kann je nach Situation unterschiedlich sein und sie können situationsabhängig aktiviert werden. Darüber hinaus gibt es graduelle Unterschiede der Zugehörigkeit und Identifikation. Eine Betrachtungsweise, die unterschiedliche Grade von Ähnlichkeit und Differenz sowie Exklusion und Inklusion mit einbezieht, wäre demnach aufschlussreicher als eine, welche nur Gegensätze aufzeigt (Eriksen 2002: 167 ff.).

Um nicht Gefahr zu laufen aufgrund der Forschungsfrage und der dabei stattfindenden Fokussierung auf Ethnizität andere eventuell sogar bedeutendere Identifikations- und Interaktionsmuster zwischen Gruppen zu übersehen, sollen in dieser Arbeit auch andere nicht-ethnische Gruppenzugehörigkeiten, zum Beispiel zu einer Religion, Region oder Subkultur, berücksichtigt werden.

2.2 Tourismus und soziokultureller Wandel in der Anthropologie des Tourismus

2.2.1 Jenseits der Wirtschaftsdaten: Tourismusforschung in der Kultur- und Sozialanthropologie

Die primäre Charakterisierung des Tourismus über Wirtschaftsdaten, die häufig Teil der Einleitungstexte vieler Arbeiten zum Thema ist, verdeckt desöfteren den Blick auf die äußerst bedeutsamen soziokulturellen, politischen aber auch ökologischen Aspekte eines touristischen Systems. Im Mittelpunkt vieler kultur- und sozialanthropologischer Arbeiten stehen hingegen naturgemäß eher die soziokulturellen Aspekte des Tourismus, was auch für die vorliegende Arbeit gilt. Eine Anthropologie des Tourismus hat sich erst vergleichsweise spät herausgebildet. Richtungsweisend waren einige Werke, die in der zweiten Hälfte der 1970er Jahre entstanden: unter anderem der Sammelband *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*, der von Valene L. Smith (1989a) herausgegeben wurde, sowie Arbeiten von Dean MacCannell ([1976] 1999), Turner und Ash (1975) und Emanuel de Kadt (1979), sowie die von Jafar Jafari gegründete Zeitschrift „*Annals of Tourism Research*“².

In den kultur- und sozialanthropologischen Arbeiten reichen die Themen von der Betrachtung von Tourismus in Verbindung mit Religion und Ritual als moderner Form des Pilgertums, Untersuchungen der symbolischen und mythologischen Seite des Tourismus inklusive Paradiesvorstellungen zu der Betrachtung des Tourismus aus einer politökonomischen Perspektive unter besonderer Berücksichtigung dessen transnationalen Dimension sowie der darin wirksamen Machtverhältnisse. Wichtig sind auch der Einfluss des Tourismus auf „Entwicklung“, Fragen der Auswirkungen von Tourismus auf soziokulturellen Wandel sowie von Authentizität (Burns 1999: 95 ff.; vgl. Crick 1989), wobei die beiden letztgenannten Themen für diese Arbeit von besonderer Bedeutung sind.

2.2.2 Begriffsannäherung: Tourismus und TouristInnen

Wie für viele andere Konzepte gibt es auch für den Tourismus eine Vielzahl an Untersuchungsansätzen und Definitionen. Meine Arbeit wird sich an folgender gängigen Definition von Jafar Jafari (1977) orientieren: „*a study of man [sic!] away from his usual habitat, of the industry which responds to his needs, and the impacts that both he and the industry have on the host socio-cultural, economic and physical environments*“ (ebd.: 8). Diese Auffassung von Tourismus ist hier nützlich, da sie holistisch ist und sowohl die

²Nicht alle genannten Personen sind Kultur- und SozialanthropologInnen. Dean MacCannell beispielsweise ist Soziologe, genauso wie Emanuel de Kadt. Deren Einfluss innerhalb der Kultur- und Sozialanthropologie war trotzdem groß, was auf die problembehaftete Grenzziehung zwischen den Disziplinen in diesem Bereich hinweist.

2.2 *Tourismus und soziokultureller Wandel in der Anthropologie des Tourismus*

Seite der Nachfrage, des Angebots als auch die Auswirkungen von Tourismus auf den lokalen Kontext miteinbezieht.

Hinsichtlich der reisenden Subjekte der TouristInnen gibt es eine ebensolche Vielzahl von Definitionen und zahlreiche Typologien wie für den Tourismus als Phänomen. Erik Cohen (1972) beispielsweise unterscheidet zwischen den MassentouristInnen, den individuellen MassentouristInnen, den EntdeckerInnen und Driftern. TouristInnen werden bisweilen in ihrer Gesamtheit als eine quasi-ethnische Kategorie in der Tourismusdestination betrachtet, obwohl sie unterschiedlichen Nationalitäten und ethnischen Gruppen angehören: „*tourists become a transient super-ethny, merging into a temporary melting pot, only to resume their separate ethnic identities when they return home*“ (van den Berghe 1994: 16). Van den Berghe meint, dass dies auf die Gemeinsamkeiten des touristischen Verhaltens und der Interessen von TouristInnen vor Ort zurückzuführen sei. Damit zeigt sich, dass die TouristInnen genauso wie ethnische Gruppen Prozessen der Selbst- und Fremdzuschreibung sowie der Stereotypisierung ausgeliefert sind. Diese Sichtweise von van den Berghe ist teilweise auch mit einem Barth'schen Verständnis von ethnischen Gruppen vereinbar, denn die TouristInnen bilden eine Art subkultureller Gruppe, die zwar für die Reisenden selbst nur flüchtig, aber für die lokale Bevölkerung in den Reisezielen von Dauer ist (vgl. van den Berghe 1994: 8 ff.; Barth [1969] 1998b; Barth 1994). Jafari (1984) vertritt auch diese Meinung mit der Feststellung, dass die lokale Bevölkerung TouristInnen häufig als relativ undifferenzierte Masse wahrnimmt. Aufgrund der wahrgenommenen Dauerhaftigkeit der Beziehung aus der Sicht der lokalen Bevölkerung ist die Betrachtung von TouristInnen als quasi-ethnische Kategorie meiner Meinung nach insbesondere sinn- und wertvoll, wenn ethnische Konzepte der lokalen Bevölkerung in Bezug auf TouristInnen untersucht werden. Nachdem sich TouristInnen selbst jedoch differenzierter wahrnehmen in Bezug auf beispielsweise ihre eigene nationale Zugehörigkeit und nicht als Mitglieder einer quasi-ethnischen Gruppe, sowie sich nur temporär als TouristIn bezeichnen, sind für ein Verständnis der Fremd- und Selbstzuschreibungen von Seiten einer kollektiven Gruppe von TouristInnen jedoch andere Analysekonzepte passender.

2.2.3 **Tourismus und soziokultureller Wandel**

Die Auswirkungen von Tourismus müssen innerhalb eines komplexen Netzes an politischen, ökonomischen, ökologischen und historischen Faktoren, welche zum Teil auch bereits vor der Einführung des Tourismus als Auslöser von Wandel aktiv waren, betrachtet werden. Westliche Religion, Kolonialismus, Bildung, Fernsehen, Video und andere Faktoren sowie „Modernisierungsprozesse“ im Allgemeinen können hierbei eine große Rolle spielen (vgl. Crick 1989: 335; Douglas/Douglas [1996] 2007). Berücksichtigt man diese Faktoren nicht in der Analyse, können Fehlinterpretationen in Zusammenhang mit Tourismus und soziokulturellem Wandel die Folge sein. Ein klassisches und viel zitiertes Beispiel in Form der Studie von Greenwood über das baskische Fest Alarde, sowie

die Folgestudie von Wilson illustriert diese Problematik. Greenwood interpretierte den Bedeutungsverlust dieses Festes als Folge des Tourismus und der damit einhergehenden Kommerzialisierung des Ereignisses. Später wurde diese Interpretation reevaluiert. So stellte man fest, dass vielmehr lokale politische Dispute zu einem kurzfristigen Bedeutungsverlust des Festes geführt hatten. Später wurde es aber als Fest der baskischen Identität wiederbelebt (Greenwood 1989; Wilson 1993).

Trotz dieser Schwierigkeiten bei der Identifikation von Tourismus als Ursache spezifischer Veränderungsprozesse kann festgestellt werden, dass Tourismus zweifelsohne ein wichtiger Faktor soziokulturellen Wandels ist. Bedeutend sind hierfür unter anderem auch die interkulturellen Kontakte zwischen TouristInnen und lokaler Bevölkerung. Allerdings kann Tourismus auch ohne diese direkten Kontakte, die beispielsweise im Ressorttourismus fehlen, große Wirkung haben (Crick 1989: 334). Tourismus kann unter anderem Werte, Einstellungen und Verhalten verändern, indem TouristInnen stereotyp als wohlhabend wahrgenommen werden und ein Minderwertigkeitskomplex beziehungsweise Eifersucht von Seiten der Gastgeber entstehen, wodurch ein Imitationsprozess - auch „Demonstrationseffekt“ genannt - in Gang gesetzt wird (Burns 1999: 102; Mathieson/Wall 1982). Des Weiteren kann Tourismus auch zur Einführung neuer sozialer Praktiken in das lokale Umfeld führen oder bestimmte Praktiken intensivieren. Hierzu zählen neben der lokalen Einführung bestimmter Standards der Gastfreundschaft unter anderem auch die Prostitution oder der Drogenmissbrauch (Chambers 2000: 54 ff.). In engem Zusammenhang mit Tourismus steht auch die Migration, denn Tourismus kann Migration bewirken beziehungsweise mit ihr in Verbindung stehen. Einerseits können Menschen primär aufgrund der wirtschaftlichen Möglichkeiten des Tourismus migrieren, was in der Folge als „*production-led migration*“ bezeichnet wird. Andererseits können touristisch konstruierte Räume und deren Konsummöglichkeiten auf Menschen anziehend wirken, was wiederum als „*consumption-led migration*“ kategorisiert wird (Hall/Williams 2002). Darüber hinaus hat der Tourismus das Potential über die Arbeitsmöglichkeiten, die er bietet, auch Autoritätsstrukturen in der lokalen Gesellschaft zu verändern, indem zum Beispiel manche Gruppen dabei marginalisiert, andere hingegen gestärkt werden (Chambers 2000: 54 ff.). Andere Studien weisen wiederum daraufhin, dass Tourismus auch zu einer gleichmäßigeren Verteilung von Geld in der Gesellschaft beitragen kann (Crick 1989: 337). Zu guter Letzt kann der Tourismus zu Veränderungen von interethnischen Beziehungen führen. Diese können durch einen Wandel der demographischen ethnischen Verhältnisse aufgrund der Einführung neuer AkteurInnen, die Kommerzialisierung von Kultur und Ethnizität, die Bestärkung oder Revitalisierung von lokalen ethnischen Identitäten und Traditionen sowie deren lokalen Bedeutungsverlust ausgelöst werden (Siehe Abschnitt 2.3, S. 16).

Die aufgezählten Möglichkeiten zeigen, dass Wandlungsprozesse als Folge von Tourismus sehr unterschiedlich und von verschiedenen Variablen abhängig sein können. Unter anderem können dabei die Qualität und das Ausmaß der sozialen, wirtschaftlichen und

2.2 *Tourismus und soziokultureller Wandel in der Anthropologie des Tourismus*

kulturellen Differenzen zwischen Hosts und Guests, deren prozentuales Verhältnis, die Verteilung, Sichtbarkeit, Geschwindigkeit und Intensität touristischer Entwicklungen und zu guter Letzt die Bedeutung des ausländischen Eigentums aber auch der Arbeit eine Rolle spielen (Douglas/Douglas [1996] 2007: 253 f.).

Generell sind detaillierte ethnographische Feldforschungen mit einem ausschließlichen Fokus auf den Tourismus von Nöten, um Fehlinterpretationen in Bezug auf Tourismus und soziokulturellen Wandel zu vermeiden, aber auch um den tendenziell eher vernachlässigten Stimmen und Meinungen der lokalen Bevölkerung zum Tourismus Ausdruck zu verleihen. Häufig dominieren die Stimmen aus dem Westen und der AnthropologInnen den Diskurs und die Bewertungen des Wandels im Kontext des Tourismus, wobei die Auswirkungen des Tourismus häufig negativ beurteilt werden (vgl. Crick 1989: 335 ff.). Zurückzuführen sind diese Wertungen vor allem auf Ethnozentrismus, Romantizismus und essentialistische Kulturkonzepte, welche den Veränderungen der Kultur der „Anderen“ kritisch gegenüber stehen (Crick 1989: 334 ff.; Burns 1999: 33 f.; Wood 1997: 3 ff.; vgl. Turner/Ash 1975). Aber die lokale Bevölkerung darf in Bezug auf diese Wandlungsprozesse nicht automatisch als passives Opfer des Tourismus wahrgenommen werden, denn sie ist auch selbst aktiv an Wandlungsprozessen im Kontext von Tourismus beteiligt und kann deren Richtung und Ausmaß beeinflussen (Douglas/Douglas [1996] 2007: 252 ff.; vgl. Boissevain 1996). Insbesondere in einem Dritte-Welt-Kontext müssen aber auch Machtdifferenzen und ökonomische Ungleichheiten zwischen lokaler Bevölkerung und anderen TourismusakteurInnen, welche Handlungs- und Wahlmöglichkeiten einschränken können, mitgedacht werden. Gegenwärtig ist bereits eine Abwendung von vereinfachenden normativen Fragestellungen zu gut und böse, sowie eine Anerkennung der Handlungsfähigkeit und Perspektiven der lokalen AkteurInnen der Aufnahmegesellschaft festzustellen (Wood 1997: 3). Das kommt der realen Situation entgegen, da diese weit komplexer ist als vereinfachende Konzepte und Bewertungsschemen nahelegen.

2.3 Intersektionen von Ethnizität und Tourismus

Wie in der Einleitung bereits angedeutet, haben in den letzten Jahren zahlreiche Arbeiten gezeigt, wie vielfältig die Berührungspunkte zwischen Ethnizität und Tourismus sein können. Allerdings konzentrieren sich viele Arbeiten nur auf die Untersuchung von interethnischen Beziehungen, wenn ethnische Gruppen als Attraktionen fungieren (vgl. van den Berghe 1994; Adams 1997; Oakes 1997). In diesen Arbeiten wird meist dargestellt, inwieweit Ethnizität bereits eine touristische Attraktion darstellt oder angestrebt wird Ethnizität als Attraktion zu vermarkten und für diesen Zweck auch zu konstruieren oder zu verändern. Allerdings bringt dieser Fokus auch gewisse Einschränkungen mit sich und kann den Blick einengen, indem nur jene interethnischen Beziehungen in den Blick rücken, die direkt mit der ethnischen Gruppe, die als „touristisches Produkt“ fungiert, und mit deren „Produktfunktion“ in Verbindung stehen. Durch diesen Fokus können andere interethnische Prozesse, die zwar mit Tourismus aber nicht zwingend mit der Thematik des ethnisch Anderen als Produkt in Zusammenhang stehen, übersehen werden. Hierzu zählen unter anderem die Herausbildung einer ethnischen Arbeitsteilung durch Migration aufgrund der neuen durch den Tourismus entstehenden Arbeitsmöglichkeiten, aber auch die Entstehung von interethnischen Kooperationen am touristischen Arbeitsmarkt aufgrund der wirtschaftliche Abhängigkeit von Tourismuseinnahmen. Aufgrund der Fragestellung, welche nach den Einflüssen von Tourismus auf Ethnizität im Allgemeinen fragt, findet in dieser Arbeit hingegen eine breitere Perspektive Anwendung. Im Mittelpunkt der Analyse stehen die lokalen interethnische Beziehungen im touristischen System an sich, die durch den Tourismus verändert oder rekonstruiert werden - unabhängig davon, ob ethnische Gruppen eine touristische Attraktion darstellen oder nicht. Der Fokus auf die gesamten interethnischen Beziehungen bezieht im Falle dessen, dass Ethnizität auch als touristisches Produkt fungiert, die hiermit in Zusammenhang stehenden Aspekte aber in die Analyse mit ein. Durch diese Perspektive zeigt sich, über welche Prozesse sich Ethnizität in einer Gesellschaft reorganisieren kann, wenn diese in den touristischen Produktionszyklus eintritt.

2.3.1 Ethnizität als touristische Beziehungsform

Wie bereits erwähnt, sind soziale Beziehungen im Tourismus und insbesondere in einem Dritte-Welt-Kontext häufig interethnische Beziehungen (van den Berghe/Keyes 1984b; Wood 1998). Einerseits sind die Lokalitäten, in welchen der Tourismus gesellschaftlich eingeführt wird, bereits oft multiethnisch strukturiert. Andererseits können auch neue AkteurInnen in Form von Individuen unterschiedlicher ethnischer aber auch nationaler Zugehörigkeit, wozu auch die TouristInnen zählen, aber auch Unternehmen, Konzerne, staatliche VertreterInnen, Nichtregierungsorganisationen und internationale Institutionen und Organisationen mit spezifischen Interessen in das lokale Umfeld durch den Tou-

rismus eingeführt werden. Gerade ethnische Differenzen zwischen TouristInnen und der lokalen Bevölkerung sind diesbezüglich von besonderer Bedeutung, denn TouristInnen sind häufig auf der Suche nach dem „Anderen“, was sich nicht nur auf den Ort, sondern auch auf die Menschen bezieht. Das ethnische „Andere“ beziehungsweise eine ethnische Gruppe werden in der Folge selbst zur Attraktion (vgl. van den Berghe/Keyes 1984b).

Dass jedoch nicht immer interethnische Beziehungen im Tourismus im Spiel sind, wird bei einer näheren Betrachtung der touristischen Variante des Inlandstourismus offensichtlich, wo auch Menschen gleicher ethnischer Zugehörigkeit aufeinander treffen können (Hitchock 1999: 17). Allerdings werden heute auch nicht mehr nur die „Anderen“, sondern auch die eigene ethnische Identität wird auf touristische Art und Weise konstruiert und konsumiert. So sind häufig Eltern auf touristische Orte und Veranstaltungen angewiesen, um ihren Kindern ethnische Identifikation zu demonstrieren und zu ermöglichen (Wood 1998: 231).

2.3.2 Ethnische (Re)strukturierung und Reproduktion im touristischen Kontext: Neue AkteurInnen und Kontexte für die Aushandlung von Ethnizität

Im Zuge der Einführung von Tourismus in eine Gesellschaft kommt es in der Folge zu einer Überlagerung einer bereits vorher existierenden Struktur von Ethnizität, das heißt einer bestehenden Beziehung zwischen ethnischen Gruppen (van den Berghe 1994: 15 ff.). Dieses Struktur kann reproduziert oder aber auch restrukturiert und umgestaltet werden. Dabei tendiert der Tourismus dazu, zunächst bestehende Muster von ethnischer Stratifizierung zu reflektieren, zu bestärken und damit zu reproduzieren. Gleichzeitig wohnt dem Tourismus aber auch ein großes Veränderungspotential inne und ethnische Beziehungen können sich wiederholt verändern, sowie Machtdifferenzen innerhalb als auch außerhalb der Gruppen verschieben (Wood 1998: 220 ff.).

Eine wichtige Rolle spielen hierfür die bereits genannten neuen AkteurInnen, die durch den Tourismus Teil der Lokalität wurden sowie neue durch den Tourismus geschaffene Kontexte und Rahmenbedingungen. Zu den neuen AkteurInnen, welche über den Tourismus in die Lokalität eingespeist werden oder auch durch ihn eine verstärkte Präsenz zeigen, zählen Unternehmen, Konzerne, staatliche VertreterInnen, Nichtregierungsorganisationen, internationale Institutionen und Organisationen sowie notwendigerweise die TouristInnen, aber auch MigrantInnen. All diese AkteurInnen, aber insbesondere die MigrantInnen sowie TouristInnen, die unterschiedlicher ethnischer aber auch nationaler Zugehörigkeit sein können, können in der Folge als neue „*relevant others*“ fungieren und zusätzliche Möglichkeiten für die Aushandlung von Identität mit anderen Gruppen und Personen, die vorher nicht präsent waren, schaffen (ebd.: 22).

Aber auch die Präsenz eines neuen touristischen Kontexts kann Ethnizität modifizieren. So kann es durch die Schaffung von neuen Arbeitsplätzen und -feldern dazu kommen, dass

verschiedene ethnische Gruppen unterschiedliche Rollen am touristischen Arbeitsmarkt übernehmen (vgl. Hitchcock 2000; van den Berghe 1992). Des Weiteren können sich in einem touristischen Kontext Wertigkeiten verändern oder neu entstehen. Als Beispiel kann die gesteigerte Bedeutung materieller Werte im Zusammenhang mit Kapitalismus, Modernisierung und Globalisierung, die durch den Tourismus in das lokale Umfeld transportiert werden können, angeführt werden. Diesbezüglich ist auch die Definition eines touristischen Produkts, um TouristInnen anzuziehen, zu erwähnen. Dabei können ethnische Gruppen in der Folge selbst zur touristischen Attraktion im Rahmen von Ethno-, Kultur- und Ökotourismus werden, was zahlreiche Konsequenzen für die Aushandlung von Ethnizität hat. Spezifische politische und wirtschaftliche Überlegungen, wie zum Beispiel jene nach dem kommerziellen Wert einer bestimmten Identität, können in der Folge eine Rolle in Ethnizitätskonstruktionen spielen, wo sie zuvor unwichtig waren. Dadurch können Handlungsrationitäten verändert werden (vgl. E. Cohen 1988; Medina 2003; Adams 1997; Bruner 2001). Darüber hinaus kann der touristische Kontext auch bestimmte Anreize für interethnische Kooperationen bieten, aber ebenso interethnische Konflikte fördern (vgl. Hitchcock 2000; Jamison 1999).

2.3.3 Ethnische Gruppen als Objekte des „tourist gaze“

2.3.3.1 Die Suche nach dem „Anderen“ und „Authentischen“: Exotismus als Reisemotiv

Das touristische Interesse äußert sich in einem spezifischen „*tourist gaze*“ (Urry 2002). Darunter versteht Urry einen touristischen Wahrnehmungs- und Erfahrungsmodus. Der „touristische Blick“ konzentriert sich generell auf alles, was sich von der alltäglichen Lebenswelt der Reisenden in deren Wahrnehmung abhebt und somit wird das Nicht-Alltägliche ins Zentrum des touristischen Erlebnisses gerückt: „*the gaze in any historical period is constructed in relationship to its opposite, to non-tourist forms of social experience and consciousness*“ (ebd.: 1 f.). Diese Erkenntnis geht konform mit anderen Feststellungen, welche betonen, dass sich viele TouristInnen vor allem von „Exotik“, dem „Anderen“ und „Authentischen“ angezogen fühlen (van den Berghe/Keyes 1984a; vgl. MacCannell [1976] 1999). Touristische Vorstellungen von Authentizität hängen dabei eng mit einer bestimmten Vorstellung von Tradition zusammen. Bei beiden wird in gewisser Weise davon ausgegangen, dass man es mit etwas Vergangenen zu tun hat, das sich in relativ kultureller Isolation herausgebildet hat (Chambers 2000: 98). Authentizität ist aber nicht etwas objektiv Gegebenes. Interessant ist vor allem die Frage, über welche Prozesse etwas oder jemand überhaupt erst als „authentisch“ eingestuft wird (Hanson 1989: 888). Im Zuge dieses beschriebenen touristischen Interesses, welches der Erfahrung einer bestimmten kulturell geprägten Andersheit gilt, die andere ethnische Gruppen verkörpern, werden ethnische Gruppen und die „Kultur der Anderen“ oder kulturelle Elemente,

die mit diesen Gruppen assoziiert werden, zu Objekten des „tourist gaze“ und häufig auch zu touristischen Produkten. Allerdings kann der „tourist gaze“ nicht mehr nur im Rahmen von Reisen, sondern zunehmend auch „zu Hause“ bei Restaurantbesuchen beim „Italiener“ oder „Chinesen“, in Einkaufszentren und ethnischen Themenparks Anwendung finden (Urry 2002). Es vollzieht sich gegenwärtig ein breiter Dedifferenzierungsprozess, der die Grenzen zwischen Tourismus und anderen sozialen und kulturellen Aktivitäten zunehmend auflöst (Wood 1998: 234).

2.3.3.2 Ethnischer Tourismus & Co. als Antworten auf touristische Bedürfnisse

Tourismusformen wie ethnischer, kultureller und Ökotourismus bauen auf den Wünschen und Bedürfnissen der Reisenden sowie auf den Charakteristiken des „tourist gaze“ auf. Nach Wood zeichnet sich ethnischer Tourismus im Unterschied zum kulturellen Tourismus durch einen direkten Fokus des touristischen Interesses auf Menschen und Gruppen aus, welche eine bestimmte ethnische Identität leben. Diese wird im Zuge des Tourismus vermarktet. Die konkreten kulturellen Praktiken, welche eine ethnische Gruppe im Auge der BetrachterInnen charakterisieren, stehen im Vordergrund. Ethnischer Tourismus führt die Reisenden meist in abgelegene und schwer erreichbare Regionen zu Bevölkerungsgruppen, welche im Allgemeinen nicht zur Mehrheitsgesellschaft zählen (Trupp/Trupp 2009: 9)³. Trekking- und Bustouren zu indigenen Gruppen in Mexiko, den Andenstaaten, zu den sogenannten Hilltribes in Südostasien oder Besuche in Maasai-Dörfern im Rahmen einer Safari in Ostafrika sind Beispiele für ethnischen Tourismus. Dabei sind sich die meisten Menschen im Zielland heutzutage auch immer bewusster, dass sie von anderen „angestarrt“ werden: *„the world is not only increasingly full of 'beentos'; [...] we can add that the world is also increasingly full of 'beenseens', people self-conscious about the fact that they are gazed upon by others“* (Wood 1998: 235).

Kulturtourismus differenziert sich vom ethnischen Tourismus, indem es keinen speziellen Fokus auf die Einzigartigkeit einer spezifischen kulturellen Identität gibt. Vielmehr steht Kultur im Allgemeinen und insbesondere materielle Kultur wie zum Beispiel Artefakte, Gebäude, Fahrzeuge, Essensstände und Kleidung, aber auch das bestimmte Flair eines Ortes im Zentrum im Vordergrund (Wood 1984: 361).

Wie die vorherigen Ausführungen bereits erahnen lassen, ist eine Differenzierung zwischen ethnischem und kulturellem Tourismus nicht immer von analytischer Notwendigkeit, denn diese beiden Tourismusformen sind einander sehr ähnlich und verschmelzen in der Praxis häufig miteinander (Trupp/Trupp 2009: 11). Manche WissenschaftlerInnen wie zum Beispiel Robert E. Wood differenzieren je nach Kontext zwischen diesen beiden Formen (Wood 1984; vgl. Smith 1989b: 2) oder wählen eine umfassende Definition wie die Folgende: *„characterized by the tourist's interest in being exposed to and experiencing*

³Das Attribut „ethnisch“ richtet sich also nach einem populäres Verständnis von Ethnien, wonach vor allem Minderheiten als ethnische Gruppen betrachtet werden (vgl. Eriksen 2002: 4).

some form of cultural otherness“ (Wood 1997: 1). Nachdem es sich auch auf Lamu um eine Mischform von ethnischem und kulturellen Tourismus handelt, wird in dieser Arbeit die zuvor angeführte umfassende Definition Anwendung finden.

Zu aller Letzt soll an dieser Stelle auch noch der Ökotourismus erwähnt werden, der heute in aller Munde ist und von Abenteuerurlauben bis hin zu Nationalparkbesuchen reichen kann. Gemeinsam ist den meisten Definitionen des Ökotourismus, dass sie die „natürliche“ Umwelt in den Mittelpunkt stellen, aber auch ein soziokulturelles Element inkludieren. ÖkotouristInnen möchten Menschen, deren Gebräuche und Erscheinen exotisch und attraktiv anmuten, sehen und mit ihnen interagieren. Für den Ökotourismus ist es von Bedeutung, dass diese Form des Tourismus möglichst wenig negative Auswirkungen auf die Natur hat und für die lokale Bevölkerung Vorteile bringt (Carrier/West 2004: 483). Allerdings sind viele ökotouristische Unternehmungen zunehmend auch einer neoliberalen Marktlogik ausgesetzt, welche den Gewinn in den Vordergrund rückt (ebd.: 491).

2.3.3.3 Konstruktion und Verhandlung ethnischer Beziehungen und Identitäten

Für die Vermarktung von Attraktionen und Aktivitäten in Zusammenhang mit Ethnizität und Kultur ist es notwendig, ein Produkt mit bestimmten Eigenschaften zu definieren: *„The making and consuming of tourism takes place within a complex social milieu, with competing actors drawing into the 'product' peoples' history, culture and lifestyles. Culture and people thus become part of the tourism product“* (Burns/Novelli 2006: 7). Verschiedenste AkteurInnen - die Objekte des „tourist gaze“ selbst aber auch andere wie TourismusunternehmerInnen, Staaten, Gemeinden, Medien, multinationale Konzerne und Institutionen, einzelne Ethnien, Nichtregierungsorganisationen, sowie Individuen - können einen materiellen aber auch einen politischen Nutzen in der Betonung einer bestimmten ethnischen Gruppe sowie den damit von innen oder von außen assoziierten kulturellen Eigenschaften im Kontext des Tourismus sehen. So wird ein „touristisches Produkt“ beziehungsweise eine Tourismusattraktion konstruiert, wobei diese wiederum mit bestimmten Aktivitäten wie beispielsweise dem Besuch von „traditionellen“ Dörfern, von Tanzvorführungen oder von historisch und kulturell bedeutenden Orten verbunden sein können (vgl. Hitchcock 1999: 19).

Diese Produkte sind nicht automatisch ein Abbild von einer objektiven Realität, sondern vielmehr das Ergebnis einer bewussten Definition und Auswahl bestimmter „Marker“, die für das touristische Marketing als geeignet betrachtet werden (Wood 1998: 222 ff.; Grünewald 2006: 3). Das Wissen über das Potential gewisser Marker bei der touristischen Vermarktung ist allerdings ungleich verteilt und ermöglicht manchen Gruppen und Individuen wie zum Beispiel sogenannten „cultural brokers“⁴ mehr Vorteile aus dem

⁴Als „cultural brokers“ werden jene Personen bezeichnet, die als VermittlerInnen zwischen verschiedenen Kulturen und Personengruppen agieren.

2.3 Intersektionen von Ethnizität und Tourismus

Tourismus als andere zu ziehen (Wood 1998: 222; van den Berghe/Keyes 1984b). Diese Bilder, die von verschiedenen AkteurInnen konstruiert werden, zeichnen sich häufig durch eine Darstellung von Menschen als isoliert, exotisch, unberührt und authentisch aus (E. Cohen 1993: 37). Koloniale Stereotype bilden hierfür häufig wichtige Schablonen (Bruner/Kirshenblatt-Gimblett 1994: 435). In diesem Zusammenhang sind auch Begriffe wie „Heritage“, „Kulturerbe“ und „Weltkulturerbe“ von Bedeutung, welche in der Tourismuswerbung, aber auch bei der Schaffung eines touristischen Angebots häufig Anwendung finden. Hierbei wird auf kulturelle Merkmale, die von der Vergangenheit bis in die Gegenwart weitergereicht werden, hingewiesen (Allcock 1995: 101). Tradition und Vergangenheit bekommen in der Gegenwart einen kommerziellen Wert zugeschrieben. Sie werden so zu Ressourcen, die es zu erhalten gilt (Lanfant 1995: 37 f.). Titel wie beispielsweise jener des „Weltkulturerbes“⁵ von Seiten der UNESCO können den Tourismus und damit auch die Wirtschaft ankurbeln (Bandarin 2005: v). Die wahrgenommenen Wünsche der Tourismusindustrie spielen bei der Konstruktion der Vergangenheit als „Heritage“ eine ausschlaggebende Rolle, wobei die damit verbundenen und kommunizierten Vorstellungen nur eine Version der Vergangenheit sind, die mit anderen im Wettbewerb steht. Dennoch erweckt sie den Anschein, allgemein anerkannt zu sein (Allcock 1995: 101). Politik spielt in all diesen Prozessen eine Rolle: *„The discourse of heritage is an inherently political discourse, which by ordering the past orders also the present“* (ebd.: 101). Soziale und speziell ethnische Identitäten, die sich häufig auf die Vergangenheit beziehen, sowie auch Ethnizität sind in der Folge von diesen Prozessen stark betroffen und können modifiziert werden.

Angehörige der lokalen Bevölkerung können sich im Zuge der beschriebenen Vorgänge in „Tourees“ verwandeln - in Personen, die bewusst ihr Verhalten verändern, um den wahrgenommenen touristischen Bedürfnissen gerecht zu werden. Dieser Vorgang ist paradox, denn im Auge der/des Reisenden sind die Einheimischen nur solange „authentisch“, solange sie selbst nicht bewusst ihr Verhalten modifizieren. Die TouristInnen wünschen sich „unverdorbenes Natives“ und keine bilingualen KellnerInnen oder „Beach Boys“. Die Anwesenheit der Reisenden kann demnach zur Zerstörung dessen, was eigentlich gesucht und herbeigesehnt wird, führen (van den Berghe 1994: 9; van den Berghe/Keyes 1984a: 345 f.). Im Allgemeinen sind sich in vielen Fällen die AkteurInnen über den „cultural stuff“, der ihrer eigenen ethnischen Identität innewohnt, sehr viel stärker bewusst: *„the very act of objectifying and externalizing ethnic culture makes it more visible and subject to reflection, debate, and conscious choice“* (Wood 1998: 225). So stellt der Sozialanthropologe Jean Michaud zum Beispiel fest, dass Tourismus bei der ethnischen Gruppe der Hmong in Südostasien zu einem bewussteren Nachdenken über eigene kulturelle Elemente

⁵Die Vorstellung eines Weltkulturerbes bezweckt den Erhalt von kulturellen Errungenschaften aller Weltkulturen für die Zukunft und wurzelt in einem Kulturverständnis, welches Kultur als etwas Gewordenes und als ein *„Reservoir an Wissen und Tradition“*, als Teil eines Kollektivbewusstseins, welches sich die/der Einzelne aneignen kann, versteht (Chevron 2004: 413 f.).

geführt hat. Gleichzeitig resultierte dies auch in einer Reflexion darüber, welche Elemente der lokalen Gesellschaft im Kontext von diversen Wandlungsprozessen geschützt werden sollen. Die Mehrheit der Hmong hat sich in der Folge aufgrund der wahrgenommenen Bedrohung von touristischen Aktivitäten abgewandt und nur marginalisierte Haushalte, die durch ihr Verhalten und ihre gesellschaftliche Position bereits als keine wirklichen Hmong mehr betrachtet werden, sind im Tourismus aufgrund der Verdienstmöglichkeiten tätig (Michaud 1997: 147 ff.). Der letzte Aspekt zeigt, dass es sehr wohl auch Gruppen gibt, welche sich bewusst gegen eine kommerzielle Nutzung ihrer Identität wenden. Diesbezüglich zeigt sich, dass die lokale Bevölkerung in touristischen Zielgebieten keineswegs nur ein passives Opfer und der Übermacht der „Weißen Kultur“ ausgeliefert ist (vgl. MacCannell 1992). Sie partizipiert auch aktiv an der Konstruktion von Ethnizität und verfolgt ihre eigenen Zwecke, wobei diesbezüglich sehr wohl Machtgefälle zwischen den Objekten des „*tourist gaze*“ und den verschiedensten AkteurInnen im Tourismus, sowie externe Einschränkungen und Sachzwänge berücksichtigt werden müssen. Denn die Konstruktion von Ethnizität wird dadurch sehr stark beeinflusst oder kann in eine bestimmte Richtung gelenkt werden (vgl. MacCannell 1992; van den Berghe 1994).

Die Partizipation ethnischer Gruppen bei der Vermarktung von sich selbst als touristischem Produkt erklärt sich dadurch, dass diese Tourismusformen auch wirtschaftliche Vorteile für marginalisierte Bevölkerungsgruppen, die häufig aufgrund von Diskriminierung oder peripherer Lage von der wirtschaftlichen Entwicklung eines Staates ausgeschlossen sind, bringen können. Andererseits streifen nicht selten externe AkteurInnen einen Großteil der Profite ein. Machtunterschiede und ungleiches ökonomisches Kapital zwischen der Bevölkerungsgruppe, die Ziel des Tourismus ist, und den anderen AkteurInnen spielen diesbezüglich eine große Rolle (van den Berghe 1994). Des Weiteren können die ethnischen Subjekte auch auf eine symbolische Stärkung der eigenen Gruppe zielen. Durch die gesteigerte Aufmerksamkeit für eine bestimmte ethnische Gruppe beziehungsweise die wirtschaftliche Aufwertung von Ethnizität kann eine Stärkung der eigenen ethnischen Identität und der damit verbundenen Traditionen sowie Fertigkeiten, welche an Bedeutung verloren hatten oder häufig jahrzehntelang durch Nationalstaaten marginalisiert worden waren, erreicht werden (vgl. van den Berghe 1994; Pitchford 1995; Esman 1984; Graburn 1984). Dies zeigt auch, dass im Rahmen des Tourismus der wirtschaftliche Wert von Ethnizität in Zusammenhang mit dem symbolischen Wert von Ethnizität stehen kann und sie sich gegenseitig beeinflussen können.

Allerdings kann die Entwicklung eines touristischen Angebots durch die touristischen AkteurInnen auch unerwünschte Folgen abhängig von der Zahl der BesucherInnen und der Tiefe des Eindringens in die private Sphäre im Alltag der ethnischen Gruppe haben. In der Folge kann dies dazu führen, dass die Mitglieder der ethnischen Gruppe sowie auch andere VertreterInnen der Interessen dieser Gruppen Bewältigungs- oder Verteidigungsstrategien entwickeln, um deren Privatsphäre zu schützen. Nach Valene L. Smith

stellen „Modellkulturen“ - das sind Rekonstruktionen der historischen Vergangenheit, wie zum Beispiel Volkskundemuseen in Europa - ein geeignetes Mittel, um dieses Ziel zu erreichen, dar. Sie haben den Vorteil, dass sie das alltägliche Leben der Menschen nicht tangieren, weil die touristische Aktivität an speziellen Orten stattfindet (Smith 1989b: 10 f.). Neben Modellkulturen kann auch eine sogenannte „*staged authenticity*“ (MacCannell [1976] 1999) ein Mittel zum Schutz bestimmter Sphären der lokalen Gesellschaft sein. Authentizität wird auf die Bühne gebracht und als authentisch ausgegeben, womit die touristischen Bedürfnisse befriedigt sind und die private Sphäre der betroffenen Gruppen geschützt wird.

2.3.3.4 Politik, Tourismus und Ethnizität: Staatliche Interessen im Zwiespalt

Der Staat hat im Allgemeinen nicht nur ein politisches, sondern auch ein wirtschaftliches Interesse an ethnischem und kulturellem Tourismus. Staaten und nationale Tourismusagenturen beteiligen sich aktiv an der Gestaltung des Produkts zum Zwecke der Einkommensgenerierung, wobei das dabei entstehende Bild einer Ethnie, mit der nationalen Ideologie konform gehen sollte (vgl. Oakes 1997; Leong 1997; Adams 1997). Allerdings ist das nationalstaatliche Verhalten in diesem Bereich ambivalent. Dies wird besonders in multiethnisch strukturierten postkolonialen Staaten deutlich, die erst Mitte des 20. Jahrhunderts gebildet wurden. Benedict Andersons Konzept der „*imagined communities*“ (2006) ist für diese Staaten noch sehr viel aktueller als für bereits lange etablierte Nationen. Während in diesen Staaten früher die primäre Loyalität häufig der lokalen ethnischen Gruppe, dem Klan oder der erweiterten Familie galt, wird nun versucht die nationale Zugehörigkeit als primäres Identifikationsmuster zu etablieren.

Für manche Staaten setzt die Schaffung einer nationalen Identität und Ideologie, die Zurückdrängung partikulärer Identitäten voraus. In diesen Fällen steht die Förderung von Tourismusformen, welche eine bestimmte ethnische Gruppe in den Mittelpunkt rücken und diese dadurch in ihrer Identität, ihrem Selbstbewusstsein als auch in ihrem Machtpotential stärken könnten, diesen Interessen entgegen. Gleichzeitig sind aber besonders Staaten in der Dritten Welt häufig am wirtschaftlichen Potential von Tourismus interessiert und aus dieser Perspektive ist ethnischer Tourismus aufgrund seiner touristischen und damit auch wirtschaftlichen Attraktivität etwas, was durch eine entsprechende Förderung auch Gewinne bringen könnte. Im Rahmen des Tourismus agiert der Staat in der Folge in einem Spannungsfeld von wirtschaftlichen und politischen Interessen, die er zu verbinden sucht, wobei dies zu unterschiedlichen Ergebnissen führen kann (vgl. Wood 1997; Grünewald 2006; Hitchcock 1999). Einerseits kann Tourismus Staaten bei der Kontrolle von ethnische Minderheiten unterstützen, indem dieser Gelegenheiten schafft kulturelle Repräsentationen von Minderheiten zu kreieren, die mit den nationalen Ideologien kompatibel sind (Picard/Wood 1997). Andererseits wurde auch in diversen Studien gezeigt, dass ethnische Minderheiten Tourismus nützen, um ihre eigene Identität und

Interessen gegenüber dem Staat durchzusetzen und sich von den nationalen Bildern zu distanzieren. Über Tourismus können Gruppen mehr Einkommen, ein verbessertes Selbstbewusstsein und verstärkte internationale Aufmerksamkeit erhalten. Dadurch verbessert sich ihre Verhandlungsposition, was häufig nicht im Sinne des Staates ist. Allerdings kann das touristische Interesse, welches bestimmten ethnischen Gruppen gilt, auch eine Neubewertung derselben von Seiten des Staates als auch von Seiten dominanter ethnischer Gruppen herbei führen (van den Berghe 1994).

Aber nicht alle Staaten versuchen partikuläre Identitäten zurückzudrängen, sondern insbesondere Staaten mit einer großen ethnischen Diversität entscheiden sich auch für eine kontrollierte Einbindung dieser Diversität in die nationale Ideologie. In Singapur beispielsweise wird die Bevölkerung in ChinesInnen, MalayInnen, InderInnen sowie Andere geteilt, obwohl die ethnische Diversität sehr viel größer ist. Entlang dieser Linien orientieren sich auch staatliche Vermarktungsstrategien für den Tourismus (Leong 1997). Der indonesische Staat zelebriert ebenfalls durch verschiedene Aktionen und Kampagnen die kulturelle Diversität der Bevölkerung. Unter anderem über den Tourismus propagiert und formt er auf staatlich kontrollierte Art und Weise die ethnische Diversität als eine positive Eigenschaft der Nation. Über den Inlandstourismus sollen die Verbindungen zwischen den einzelnen Regionen und Ethnien gestärkt werden und Gefühl der nationalen Solidarität und gegenseitigen Anerkennung geweckt werden. Dies kann durchaus zutreffen, allerdings können dadurch auch ethnische und religiöse Antipathien bestärkt werden (Adams 1997).

2.3.4 Zwischen Konflikt und Kooperation: Tourismusbedingte Faktoren der Entwicklung spezifischer Formen interethnischer Beziehungen

In diesem Abschnitt werden zwei unterschiedliche interethnische Beziehungsdynamiken - Konflikte und Kooperation - im Rahmen des Tourismus präsentiert. Es wird analysiert, inwieweit tourismusbedingte Faktoren zur Entwicklung spezifischer Formen interethnischer Beziehungen beitragen können. Für die Entstehung oder Verstärkung von interethnischen Konflikten und Spannungen im touristischen Kontext werden unter anderem wirtschaftlicher oder symbolischer Wettbewerb verantwortlich gemacht. Dies trifft insbesondere zu, wenn der Tourismus und seine wirtschaftlichen Möglichkeiten positiv gesehen werden. In der Folge können ein verstärkter Wettbewerb um Ressourcen, Arbeitsplätze oder touristischen Einfluss sowie gegenseitiges Misstrauen daraus resultieren (vgl. Jamison 1999: 948 f.; Adams 1997: 174). Interethnische Kooperation kann aber auch entstehen, wenn bestimmte Interessen als gemeinsam wahrgenommen werden oder eine gegenseitige Abhängigkeit besteht (vgl. Barth [1969] 1998a: 18 ff.). Im touristischen Kontext kann die multiethnische lokale Bevölkerung beispielsweise ein Interesse an harmonischen Beziehungen mit anderen ethnischen Gruppen haben, wenn diese zu dem Bild einer paradiesischen und friedlichen Tourismusdestination beitragen und dadurch eine wirtschaftliche Zusam-

2.3 Intersektionen von *Ethnizität* und *Tourismus*

menarbeit ermöglicht wird (vgl. Jamison 1999). Im Falle von divergierenden Interessen zwischen der lokalen Bevölkerung und den TouristInnen beziehungsweise der Tourismusindustrie kann auch die interethnische Kooperation das Ergebnis der Bildung eines etwaigen gemeinsamen Feindbildes entstehen (vgl. Aziz 1995)⁶. In der Folge werden im Zuge der Kooperation Differenzen häufig bewusst oder unbewusst in den Hintergrund gerückt.

In Bezug auf interethnische Konflikte zeigt die Sozialanthropologin Kathleen Adams, wie die verstärkte touristische Vermarktung der ethnischen Gruppe der Toraja in Tana Toraja in Süd-Sulawesi - unter anderem mit Unterstützung des Staates - aufgrund alter ethnischer Rivalitäten mit den Buginese zu einem Wettbewerb auf der symbolischen, politischen und wirtschaftlichen Ebene und in der Folge zu intraregionalen und interethnischen Spannungen führte (Adams 1997; vgl. Pitchford 1995; Brown 1984). Die Hervorhebung einer bestimmten ethnischen Gruppe im Rahmen der Tourismuswerbung oder die stärkere Förderung der Tourismusaktivitäten einer Ethnie kann demnach bei einer anderen Gruppe Widerstand gegen die diskursiven Inhalte der Tourismuswerbung, aber auch gegen die betroffene Gruppe hervorrufen. Dies gilt vor allem, wenn sich die Machtverhältnisse und wirtschaftlichen Profite im Zuge dessen möglicherweise zuungunsten der im Tourismus unterrepräsentierten Ethnie verändert haben.

Wie interethnische Kooperation in einem multiethnischen touristischen Kontext in Kenia aussehen kann, illustriert dagegen ein Beispiel von der Küstenregion Kenias. Der amerikanische Anthropologe David Jamison (1999) beschreibt am Beispiel eines Kunsthandwerkdorfes in der Küstenstadt Malindi in Kenia, wie unterschiedliche ethnische Gruppen in einer Stadt, in der keine der Ethnien eine signifikante Mehrheit stellt, trotz ethnischer Animositäten aufgrund gegenseitiger wirtschaftlicher Abhängigkeit im Tourismus miteinander kooperieren. Die KunsthandwerkerInnen des Dorfes gehören unterschiedlichen Ethnien an, welche zum Teil durch traditionell und historisch bedingte spannungsgeladene Verhältnisse miteinander verbunden sind. Die HandwerkerInnen sind je nach ethnischer Zugehörigkeit auf unterschiedliche Handwerkskünste aber auch Verkaufstätigkeiten spezialisiert. Nachdem TouristInnen eine breite Produktauswahl bevorzugen, können die einzelnen Marktstände und ihre EigentümerInnen nur durch Kooperation und gegenseitigen Austausch eine umfassende Produktauswahl und eine optimale Vermarktung garantieren. Zwar zeigt sich bisweilen, dass individuelle Auseinandersetzungen sehr bald kollektive ethnische Züge annehmen können, aber gleichzeitig legen sich diese Auseinandersetzungen im Normalfall schnell wieder, da die Befriedigung touristischer Bedürfnisse, von welchen die lokalen HandwerkerInnen abhängig sind, durch Spannungen gefährdet werden könnten. Denn die wahrgenommene Sicherheit eines Tourismusortes ist von großer Bedeutung für die Auswahl des Reiseziels. Dieser Tatsache ist sich die lokale Bevölkerung in Kenia bewusst, da die Tourismusströme bereits mehrmals aufgrund

⁶Zugang zu Land und lokalen Ressourcen spielen diesbezüglich besonders in Dritte-Welt-Regionen eine Rolle (Jamison 1999: 947 f.)

von politischen ethnischen Konflikten, aber auch durch terroristische Angriffe abgerissen sind. Ausschlaggebend für die Kooperation und die Konfliktbeilegung ist in diesem Beispiel ein gemeinsames Interesse an der Zufriedenstellung der BesucherInnen und eine Befriedigung ihrer Bedürfnisse. Andernfalls könnte ein Verlust der zentralen und lebenserhaltenden Einnahmequelle in einem Dritte-Welt-Kontext folgen. Ein Weiterleben von latenten Spannungen kann jedoch in diesem Fall angenommen werden. Aber sie werden nicht nach außen getragen, nicht aktiv ausgelebt, während gemeinsame Interessen in den Vordergrund gerückt werden (Jamison 1999: 954 ff.; 963). In Zusammenhang mit einer Diskussion um die politische Dimension von Ethnizität zeigt besonders das letzte Beispiel, dass Tourismus in einem multiethnischen Kontext für den nationalen Zusammenhalt und den Staat nützlich sein kann.

Ein weiteres Beispiel für interethnische Kooperation auf einer wirtschaftlichen Ebene führt Michael Hitchcock (2000: 220 ff.) an. Er zeigt am Beispiel von Java und Bali, dass im Kontext touristischer unternehmerischer Tätigkeit unter unsicheren wirtschaftlichen Bedingungen ethnischen Netzwerken eine große Bedeutung zukommen kann. Die ethnische Zugehörigkeit kann seiner Meinung nach als Ressource betrachtet werden, welche UnternehmerInnen zu ihren Gunsten nützen können. Diese Netzwerke beruhen auf gegenseitigem Vertrauen aufgrund der Zugehörigkeit zu einer gemeinsamen ethnischen Gruppe und reduzieren das touristische Geschäftsrisiko. Über diese ethnischen Netzwerke werden zudem nicht nur Waren, sondern auch Fertigkeiten und Wissen weitergegeben. Wenn allerdings die Notwendigkeit besteht, können auch Außenstehende darin eingebunden und damit „Grenzen“ manipuliert werden. In beiden Beispielen wird deutlich, dass Ethnizität situationsabhängig aktiviert und deaktiviert werden kann.

2.3.5 Der Mehrwert einer Betrachtung von Ethnizität im touristischen Kontext

Am Ende der Ausführungen zu den verschiedenen Intersektionen von Tourismus und Ethnizität, stellt sich nun die Frage, was eine Betrachtung von Ethnizität im touristischen Kontext - von Wood (1997: 2) als „touristische Ethnizität“ bezeichnet - für ein vertieftes Verständnis von Ethnizität im Allgemeinen leisten kann. Bezüglich der ersten Teilfrage nach dem Mehrwert für ein besseres Verständnis von Ethnizität können empirische und theoretische Argumente geltend gemacht werden. Empirisch gesehen ist Tourismus zu einem weltweit verbreiteten mächtigen Phänomen geworden, das viele Teile der Gesellschaft durchdringt und - wie zuvor illustriert - auf verschiedenen Ebenen Einfluss auf Ethnizität nehmen kann. Der theoretische Wert einer gemeinsamen Betrachtung von Tourismus und Ethnizität liegt hingegen vor allem darin, dass die Prozesse der Konstruktion von Identität und von gegenseitigen Beziehungen besonders transparent und häufig auch bewusst vor sich gehen können (Wood 1998: 219 ff.). Dem möchte ich noch hinzufügen, dass in diesem Zusammenhang interessante Einsichten in die Prozesse sozialen Wandels,

2.3 *Intersektionen von Ethnizität und Tourismus*

die im Zusammenhang mit dem global wirksamen Faktor Tourismus stehen, gewonnen werden können. Allerdings kann man Tourismus jedoch nicht als einziger externer oder endogener Faktor für sozialen Wandel in Bezug auf Ethnizität verantwortlich machen. Andere Globalisierungsprozesse und Faktoren müssen mitberücksichtigt werden (Siehe auch Abschnitt 2.2.3, S. 13).

3 Das lokale Setting: Geographische, demographische und historische Eckdaten zur Insel Lamu

3.1 Geographische Verortung

Die Insel Lamu liegt im Indischen Ozean an der nördlichen Küste Kenias und ist Teil des Lamu Archipels, das unter anderem noch die Inseln Manda, Pate und Kiwayu umfasst (Siehe Abb. 1, S. 28 und 2, S. 29). Das Lamu-Archipel ist Teil der ostafrikanischen Swahili-Küste, welche von Somalia bis ins nördliche Mosambik reicht. Auf der Insel befinden sich auch die beiden Orte der Feldforschung: die Stadt Lamu¹ im Nordosten der Insel und das südöstlich angrenzende Dorf Shela, welches sich durch einen langen Sandstrand und ausgeprägte Sanddünen im Hinterland auszeichnet. Zudem finden sich auf der Insel auch noch die zwei abgelegenen und sehr kleinen Ortschaften Kipungani im Südwesten und Matondoni im Nordwesten. In dem sowohl die Stadt Lamu, die Insel Lamu, das Lamu Archipel und zusätzlich auch noch der Verwaltungsdistrikt Lamu den gleichen Namen besitzen, muss hier sprachlich differenziert werden: Wenn nur von Lamu gesprochen wird und der Kontext bzw. die grammatikalische Verwendung („auf [der Insel] Lamu“, „in [der Stadt] Lamu“) nicht auf die konkrete Bedeutung hinweisen, ist die Insel Lamu gemeint, ansonsten werden die Begriffe „Stadt“, „Archipel“ oder „Distrikt“ zur Präzisierung beigelegt.



Abb. 1: Die beforschte Region an der Swahili-Küste (Middleton 1992: 4, modif. v. Verf.)

¹Die Stadt wird auch Amu genannt und von diesem Namen leitet sich auch die Bezeichnung des Kiswahili-Dialekts „Kiamu“, der hier gesprochen wird, ab (Ghaidan 1975: 11).

In der Stadt Lamu befindet sich das Zentrum des gleichnamigen Verwaltungsdistrikts in Form des Lamu County Council. Von der landschaftlichen Beschaffenheit ist der Distrikt eher flach. Eine Ausnahme bilden dabei die Sanddünen, die vor allem auf den Inseln Lamu und Manda zu finden sind. Entlang der Küste finden sich auch viele Mangrovenwälder, besonders entlang der Kanäle zwischen den Inseln und im Norden und Westen der Insel Lamu. Aufgrund der Bodenbeschaffenheit der Insel, die äußerst sandig ist, kann Landwirtschaft nur sehr eingeschränkt betrieben werden. Vor allem Kokospalmen, Mango- und Zitrusbäume werden auf den Feldern, westlich der Stadt, gepflanzt (Ghaidan 1975: 15). Zu den wichtigsten Wirtschaftssektoren des Distrikts zählen der Tourismus, die Landwirtschaft und die Fischerei (Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006: 4). Die Inseln Lamu, Manda und Faza liegen eng beieinander und sind - wie schon erwähnt - durch Kanäle getrennt. Lamu verfügt über eine Art natürlichen Hafen, denn die Insel Manda, die der Insel Lamu vorgelagert ist, schützt Lamu vor dem offenen Meer. Das Klima ist tropisch und die Monsunwinde prägten die Entwicklung der Insel in hohem Maße, denn unterschiedliche saisonale Windrichtungen am Indischen Ozean ermöglichten schon sehr früh Seglern und Händlern die Überwindung großer Distanzen. So war eine sichere Hin- und Rückfahrt zwischen Indien oder dem arabischen Raum und der ostafrikanischen Küste möglich.

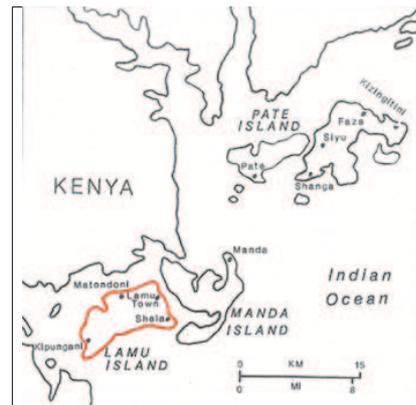


Abb. 2: Das Lamu Archipel (Middleton 1992: 6, modif. v. Verf.)

3.2 Bevölkerung

3.2.1 Die Bevölkerung Lamus in Zahlen

Der gesamte Distrikt hatte dem Zensus von 1999 zufolge 72.686 EinwohnerInnen, wobei 17.076 Personen auf die gesamte Stadtgemeinde Lamu entfielen (Republic of Kenya 2002). Bezüglich der ethnischen Zusammensetzung der Bevölkerung in der Stadt Lamu gibt es keine aktuellen Daten. Wie jedoch die Bekanntheit der Stadt als ein Ort, an dem die „Swahili-Kultur“ noch erhalten ist, nahe legt, waren die sogenannten „Waswahili“ über viele Jahre hinweg eindeutig in der Mehrzahl. Allerdings gab es in den vergangenen Jahren diverse Migrationsströme an der gesamten kenianischen Küste und daraus folgten einige Verschiebungen hinsichtlich der Zusammensetzung der Bevölkerung (Wakajumah 2000). Zu berücksichtigen ist diesbezüglich auch die Anwesenheit vieler TouristInnen und von ausgewanderten EuropäerInnen und NordamerikanerInnen in der Stadt. Im Jahr 1999 beispielsweise besuchten 15.280 TouristInnen Lamu, wobei davon 5.005

3 Das lokale Setting

aus Kenia selbst, und der Rest aus Großbritannien, den USA, Frankreich, Deutschland, Italien und anderen Ländern Europas kamen (UNESCO 2001: 46). Die Besucherzahlen variieren je nach Jahreszeit und Saison stark. Besonders viele Gäste sind während zweier wichtiger Feste - dem „Maulidi“ und dem „Lamu Cultural Festival“ - in der Stadt und im naheliegenden Dorf Shela. Der Tourismus und diverse Migrationsbewegungen haben in den letzten Jahren zu Veränderungen der gesellschaftlichen Zusammensetzung auf der Insel Lamu geführt. Insbesondere die Stadt Lamu entwickelt sich diesbezüglich immer mehr zu einem multiethnischen und transnationalen Ort (Siehe Abschnitt 3.4 für eine detailliertere Auseinandersetzung mit der ethnischen Zusammensetzung auf Lamu).

3.2.2 Sprache

Sprachlich dominiert in der Stadt sowie an der gesamten Küste das Kiswahili - eine Bantu-Sprache, die stark vom Arabischen geprägt wurde. Kiswahili wurde zur Verkehrssprache in Ostafrika. Allerdings existieren unterschiedliche Variationen dieser Sprache. Der Dialekt von Sansibar - „Kiunguja“ genannt -, der sich von jenem auf Lamu unterscheidet, wurde in den 1930er Jahren zum „offiziellen Kiswahili“ und zur Standardform, welche in den Schulen unterrichtet wird, erklärt (Mazrui/Mazrui 1995: 45). In der Folge wurde das Standard-Kiswahili neben dem Englischen zur offiziellen Sprache in Kenia. Das nationale Kiswahili unterscheidet sich somit von dem Kiswahili, das auf Lamu gesprochen wird. Das Kiswahili in Kenia war vom Staat allerdings lediglich zur Verbesserung der nationalen Kommunikation vorgesehen. Darum hat die Sprache heute auch einen relativ ambivalenten Status und wird als zweitklassig betrachtet. Es wird häufig angenommen, dass nur jene, die sich nicht auf Englisch verständigen können, Kiswahili für die interregionale Kommunikation im Inland verwenden. Kulturell wurde die Sprache vollkommen dekontextualisiert (Parkin 1994: 6). Heute ist das nationale Kiswahili sehr stark vom Englischen und anderen Sprachen wie Kikuyu, Luo und Luhya beeinflusst. Das Küstenschwahili wird dagegen als weniger urban und „cool“ betrachtet (Eastman 1994: 93 ff.). Die weiteren Sprachen, die auf Lamu gesprochen werden, sind - abgesehen von Englisch im Kontakt mit TouristInnen - die jeweiligen Muttersprachen der einzelnen ethnischen Gruppen.

3.2.3 Religion

Im Laufe der Geschichte war die Insel verschiedenen arabischen Einflüssen ausgesetzt und in diesem Zusammenhang ist auch die Islamisierung der Bevölkerung zu sehen. Ein Großteil der lokalen Bevölkerung und insbesondere die Waswahili sind seit Jahrhunderten muslimisch. Innerhalb des Islams zählen die meisten zu den Sunniten und hierin wieder-

um zu den Shafiiiten². Welchen Stellenwert Religion auf Lamu hat, zeigt sich auch darin, dass Lamu seit dem 19. Jahrhundert als religiöses Zentrum etabliert ist (Romero 1997: 45). Dieser Ruf hat die Stadt durch die Migration vieler Sharifen³ aus dem Hadramaut erreicht. Erwähnenswert in diesem Zusammenhang ist Habib Saleh, der Ende des 19. Jahrhunderts das bekannte „Mosque College“ und die „Riyadha Moschee“ in Lamu gründete und sufistische Einflüsse in den vor Ort gültigen Islam einführte. In seiner Madrasa unterrichtete er vor allem Menschen, die ursprünglich vom Hadramaut, den Komoren oder aus der Sklavengemeinschaft⁴ stammten. Von den alten Familien auf Lamu wurden seine Aktivitäten lange zum Teil eher skeptisch betrachtet (ebd.: 94 ff., 171). Der Grund dafür liegt in der Einführung mancher sufistischer Elemente wie Gesang und Tanz in die Moscheen. Er war auch jener der den Maulidi - ein jährliches Fest zu Ehren des Geburtstags des Propheten Mohammeds - nach Lamu brachte. Dieses Fest hat einen besonderen Stellenwert auf Lamu und zieht viele Gläubige aus der Region in die Stadt Lamu (Ghaidan 1975: 33). Neben den MuslimInnen gibt es auf Lamu aber auch ChristInnen, sowie AnhängerInnen von traditionellen Religionen. Unter den MigrantInnen vom Inland dominiert vor allem das Christentum.

3.3 Ein Blick zurück in die Geschichte

3.3.1 Eine „Swahili-Gesellschaft“ entsteht

Nach Meinung von Horton und Middleton (2000: 11) kann man bereits ab dem ersten Jahrtausend von einer sogenannten „Swahili-Gesellschaft“ an der ostafrikanischen Küste sprechen. Ab diesem Zeitpunkt sind Interaktionen mit anderen Teilen der Welt feststellbar und diese Interaktionen, in welchen die lokale Bevölkerung der Küste als Vermittler, Händler oder „cultural brokers“ auftraten, prägten die Gesellschaft (ebd.: 5 f.). Händler aus dem Yemen, Oman, Persien, Indien, von den Komoren, aber auch vom afrikanischen Festland kamen im Laufe der Zeit an die ostafrikanische Küste und auch auf die Insel Lamu. Viele ließen sich in der Folge hier nieder und gingen zum Teil Mischehen mit einheimischen Frauen ein. So entwickelte sich langsam an der ostafrikanischen Küste eine eigene Gruppe von Menschen - die Waswahili - sowie eine eigene Sprache - das Kiswahili (Romero 1997: 3 f.). Für die Swahili war der Handel von großer Bedeutung und sie kontrollierten auch ein großes Maß des interkontinentalen Handels zwischen Ost- und Südafrika bzw. Asien. Siedlungsmuster, Gesellschaftsorganisation und Religion wurden von diesen

²Die schafitische Schule ist nach der hanafitischen die zweitgrößte Schule des Islams. Sie gilt als strenger als die Rechtsschule der Hanafiten und geht auf den Rechtsgelehrten Muhammad ibn Idris al-Shafi'i (767-820) zurück (Khoury 2001: 1257).

³Sharifen führen ihre Abstammung direkt auf den Propheten Mohammed zurück und nehmen in der islamischen Gemeinschaft oft eine besondere Position ein (Encyclopædia Britannica 2010).

⁴Der Handel mit Sklaven als auch deren Haltung war vor allem im 19. Jahrhundert ein integraler Teil der lokalen Wirtschaft Lamus. SklavInnen wurden sowohl auf den Plantagen als auch in den Häusern der Swahili als Arbeitskräfte eingesetzt (Romero 1997: 109 ff.).

3 Das lokale Setting

wirtschaftlichen Aktivitäten stark beeinflusst (Horton/Middleton 2000: 12). Es entwickelten sich komplexe soziale Strukturen und eine Stratifizierung der Gesellschaft, wobei viele Swahili auch lesen und schreiben konnten. Des Weiteren unterschieden sie sich von den Nachbargesellschaften durch die Annahme von anderen Religionen und Werten (ebd.: 5 f.). Zentral für diese Gesellschaft waren die urbanen Zentren und Städte, in welchen sich die kulturellen, sozialen, politischen und wirtschaftlichen Aktivitäten konzentrierten. Es gab unterschiedliche Formen von Städten und jede Stadt bildete ihre eigenen Handelsnetzwerke mit dem Hinterland, mit Fischern, Pastoralisten, Bauern und benötigten Arbeitskräften (ebd.: 12).

3.3.2 Aufschwung und Niedergang der Stadt Lamu

Die Swahili-Gesellschaft bildete zwar eine kulturelle und soziale, jedoch nie eine politische Einheit und hatte somit auch keine klaren politischen Grenzen und kein politisches Machtzentrum (ebd.: 5). Allerdings begannen die Portugiesen ab dem Jahr 1498 in Mombasa einen Stützpunkt aufzubauen und der ostafrikanische Küstenraum wurde ab dem Ende des 15. Jahrhundert sukzessive unterschiedlichen Kolonialmächten unterworfen. Im nördlichen Bereich des Swahili-Raumes hatte die Herrschaft der Portugiesen eher indirekten Einfluss und endete in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts wieder. Hieran war der im Gebiet des heutigen Oman herrschende Sultan von Muscat beteiligt und etablierte danach langsam seine Herrschaft in der Region. Ab dem 18. Jahrhundert wurde die Region schließlich vom omanischen Sultanat dominiert, welches in der Folge seinen Hauptsitz nach Sansibar verlegte.

Die Stadt Lamu, die Teil dieser Swahili-Gesellschaft ist, war bis Ende des 18. Jahrhunderts nicht besonders bedeutsam. Andere Städte wie Mogadishu und Kilwa, sowie Pate im Lamu Archipel dominierten die Region während der Besetzung durch die Portugiesen (Romero 1997: 17). Ihren wirtschaftlichen Höhepunkt erreichte Lamu erst mit Hilfe der Omanis im 19. Jahrhundert. Die Händler in Lamu agierten wie auch in anderen Stadtstaaten der Swahili als Mittelsmänner. Zu den Gütern, die gehandelt und exportiert wurden, zählten unter anderem Elfenbein, Stoßzähne, Mangrovenhölzer, Rinder und Felle. Importiert wurden Baumwolle, Perlen, Waffen und Opium (ebd.: 36). Vom wirtschaftlichen Wohlstand der Stadt angezogen, fanden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts immer mehr MigrantInnen aus unterschiedlichen Teilen des Indischen Ozeans ihren Weg in die Stadt (Ghaidan 1975: 39; Romero 1997: 36). Auch der Sklavenhandel war ein integraler Teil der lokalen Wirtschaft dieser Zeit und trug zum Aufstieg der Stadt bei. Plantagen auf dem Festland, die den alten Familien auf den Inseln gehörten und von SklavInnen bestellt wurden, sicherten die Nahrungsmittelversorgung auf den Inseln. SklavInnen wurden zudem auch für die Hausarbeit in den Stadthäusern auf Lamu benötigt (Romero 1997: 109 ff.)⁵.

⁵Diese HaussklavInnen waren zum Teil eng in die Familien ihrer EigentümerInnen eingebunden. Sklav-

Dieser Phase des Aufschwungs folgte jedoch schon Ende des 19. Jahrhunderts mit dem zunehmenden Vordringen der britischen Kolonialmacht und dem Zurückdrängen der omanischen Herrschaft ein Abschwung. Die Briten hatten sich im Rahmen des „Scramble for Africa“ den ostafrikanischen Raum gesichert. Sie übernahmen in der Folge die Kontrolle über einen Großteil der Swahili-Küste. 1895 wurde die ostafrikanische Küste zum britischen Protektorat erklärt. Anfangs wurden die Swahili bevorzugt behandelt und in der Verwaltung eingesetzt. Das Interesse der Briten verlagerte sich aber schon bald nach Mombasa im Zuge des Baus der Eisenbahn nach Uganda, sowie anschließend ins Landesinnere (Horton/Middleton 2000: 14). Weitere Faktoren für den Abschwung waren die Abschaffung des Sklavenhandels und in der Folge auch der Sklavenehaltung, welche zu wirtschaftlichen Verlusten führte, sowie zahlreiche Plünderungen der Plantagen durch ehemalige Sklaven und andere Personen. Lamu konnte sich auch im 20. Jahrhundert nicht wirklich davon erholen (Romero 1997: 113; Ghaidan 1975: 41).

3.3.3 Politische Herrschaft nach der Kolonialisierung

Nachdem Kenia im Jahr 1963 unabhängig geworden war, wurden die Swahili politisch und wirtschaftlich marginalisiert. Dennoch hat sich ihre Sprache zur Verkehrssprache Ostafrikas entwickelt (Horton/Middleton 2000: 14). Heute gehört der größte Teil der Swahili-Küste zu zwei Nationalstaaten - Kenia und Tansania. Diese beiden Staaten haben zwar geographisch und historisch gesehen viele Gemeinsamkeiten, dennoch erlebten sie seit den 1960er Jahren äußerst unterschiedliche Entwicklungen. In der Folge kam es auch zur Entstehung von großen Differenzen innerhalb der Swahili-Gesellschaft (Caplan 2004: 4).

Kenia wurde lange Zeit von einem de-facto Einparteiensystem regiert. Erst im Jahr 1992 wurde ein Mehrparteiensystem eingeführt, wobei im Jahr 2002 zum ersten Mal eine neue Partei gewählt wurde. In die sogenannte Regenbogenkoalition des neuen Präsidenten Mwai Kibaki, welcher der ethnischen Gruppe der Kikuyu angehört, wurden damals viele Hoffnungen gesetzt. Diese erfüllten sich jedoch nur bedingt. Die Unzufriedenheit der Bevölkerung wegen der nach wie vor klientelistischen Politik und die Politisierung von ethnischer Zugehörigkeit innerhalb der kenianischen Parteienlandschaft führten schließlich zu gewaltsamen Auseinandersetzungen nach den Wahlen im Jahr 2007.

Generell misstrauten die Küstenbevölkerung und insbesondere die Swahili lange Zeit wegen der vielen negativen Erfahrungen dem kenianischen Staat. Ein Gefühl der Marginalisierung beherrscht die Einstellung der Einheimischen zum Staat. Die staatlichen Verantwortlichen werden meist mit Ethnien vom Inland und deren eigenen Interessen

innen wurden mitunter auch zu Konkubinen. Mischehen zwischen Arabern und Sklavinnen wurden geschlossen. Diese Frauen wurden mit der Heirat zu einer „suria“ und damit frei. Nach einiger Zeit wurden manche HaussklavInnen auch zur erweiterten Verwandtschaft der Sklaveneigentümer gezählt. Nichts desto trotz machten viele SklavInnen grausame Erfahrungen, waren verschiedenen Zwängen ausgesetzt und wurden in den meisten Fällen sehr schlecht behandelt (Romero 1997: 109 ff.).

3 Das lokale Setting

assoziiert. Dies hängt auch mit der jahrzehntelangen Praxis zusammen, dass lokale Verwaltungsposten der oberen Ebene meist tatsächlich an Personen vergeben wurden, die vom Inland stammen (vgl. Eastman 1994: 85; Parkin 1994: 7). Des Weiteren wurden unterschiedliche politische und wirtschaftliche Maßnahmen umgesetzt, die fatale Auswirkungen auf die Wirtschaft Lamus hatten⁶. Zudem wurde die wirtschaftliche Entwicklung der Küste lange Zeit vernachlässigt und nur wenig Investitionen in diesem Gebiet getätigt. Bildungsinstitutionen aber auch die Infrastruktur wurden nicht entsprechend ausgebaut. So gibt es keine guten Verkehrsverbindungen zwischen vielen Städten der Küste, insbesondere im nördlichen Küstenabschnitt. Ein Interviewpartner, der zwar Kikuyu ist, sich aber kritisch zu seiner „angeborenen“ Kikuyu-Identität äußert, und am Festland im unmittelbaren Umfeld von Lamu geboren und aufgewachsen ist, äußert sich hierzu folgendermaßen: *„we are not in Kenya actually, we are not in Kenya, we just assume to be in Kenya, but in Lamu we are not in Kenya. We just watch how Kenya is going on“* (Int. 18: 257; vgl. Int. 2: 8; Int. 7: 331). Diese Marginalisierung spiegelt sich auch im Bericht von der Minority Rights Group International und CEMIRIDE (Makoolo 2005) wieder. Dieser legt allerdings nahe, dass sich die gegenwärtige Marginalisierung nicht konkret auf bestimmte Regionen und Ethnien, sondern viel mehr auf die religiöse Gruppe der MuslimInnen bezieht (vgl. ebd.: 18 f.). Nachdem Religion hingegen einen wichtigen Marker der Swahili-Identität darstellt und der Islam auch von außen mit bestimmten ethnischen Gruppen in Kenia assoziiert wird, ist nicht auszuschließen, dass diese Marginalisierung auch ethnischen Linien folgt. In den letzten Jahren scheint die Region um Lamu allerdings staatliche Aufmerksamkeit auf sich gezogen zu haben, denn eine Ö raffinerie und ein großer Hafen sollen in der Nähe gebaut werden. Eine Bahnlinie soll diese mit Juba im Sudan verbinden (vgl. Oluoch 2009). Dies lässt für die nächsten Jahre massive gesellschaftliche Veränderungen auf Lamu erwarten.

3.4 Ethnizität und Identität

3.4.1 Das ethnische Gefüge auf Lamu

Bezüglich der gegenwärtigen ethnischen Zusammensetzung der Bevölkerung der Stadt Lamu gibt es keine aktuellen statistischen Daten, da bei der Zensuserhebung im Jahr 1999 zwar Daten zur ethnischen Zugehörigkeit erhoben, diese allerdings unter Verschluss gehalten wurden. Die Daten aus dem Jahr 2009 wurden zwar im Herbst 2010 veröffentlicht - allerdings fehlen Angaben zu den einzelnen Städten⁷. Aus diesem Grund sollen an

⁶Im Jahr 1978 wurde der Mangrovenabbau verboten, womit man der Bevölkerung von Lamu eine wichtige wirtschaftliche Einnahmequelle nahm (Taylor/Ravilious/Green 2003: 22; Ringa 2006).

⁷Die Angaben betreffend der ethnischen Zusammensetzung auf nationaler Ebene ergeben, dass die größten Ethnien die Kikuyu (6.622.576), die Luhya (5.338.666), die Kalenjin (4.967.328) und die Luo (4.044.440) sind. Die Mijikenda rangieren an achter Stelle (1.960.574) und die Swahili an 21. Stelle mit 110.614 Personen (Kenya National Bureau of Statistics 2010: 34 f.).

dieser Stelle Daten aus dem Jahr 1962 als Grundlage für die Darstellung der weiteren Entwicklungen verwendet werden. Im Jahr 1962 hat sich die große Mehrheit der Bevölkerung - 3.763 Personen - als AraberInnen deklariert. Im Vergleich dazu zählten die nächstgrößten Gruppen sehr viel weniger Mitglieder. Es gab 446 Bajuni, 321 Swahili-Shirazi, 318 Pokomo Riverine, 233 AsiatInnen, 209 Mijikenda und nur 147 Kikuyu (Martin 1973: 174). Wenn man AraberInnen, Bajuni und Swahili-Shirazi zur Kategorie der Swahili zusammenfasst, wie dies im Allgemeinen heute vielfach gemacht wird, ergab sich damals eine Gesamtzahl von 4.530 Swahili bei einer Stadtbevölkerung von 5.828 Personen⁸.

Was an dieser Liste auffällt ist, dass die größten ethnischen Gruppen Kenias, wie die Kikuyu, Luhya, Luo und Kamba, deren ursprüngliches Siedlungsgebiet im kenianischen Inland liegt, zu dieser Zeit nur in sehr geringer Zahl in Lamu vertreten waren. Diese vier Ethnien sind im Gegensatz zu den Swahili und einem großen Teil der Küstenbevölkerung überwiegend christlich. Auch die Ethnien der Mijikenda waren damals nur in vergleichsweise geringer Zahl auf Lamu zu finden. „Mijikenda“ ist ein Sammelbegriff für neun ethnische Gruppen und bezieht sich auf die Menschen, die im unmittelbaren Hinterland der Küste leben. Zu ihnen zählen die Giriama, Digo, Duruma, Jibana, Ribe, Kauma, Chonyi, Kambe und die Rabai (Willis 1993). Manche Mijikenda wurden während der Zeit des Sklavenhandels als SklavInnen gehalten oder verkauft, die Mehrheit der SklavInnen stammte jedoch aus der Region um den Lake Nyasa (Ghaidan 1975: 40). Ein weiterer wichtiger Bestandteil der lokalen Gesellschaft während der Kolonialzeit waren die AsiatInnen. Diese waren jedoch zum Zeitpunkt der Zensuserhebung bereits in hohem Maße abgewandert. Es sind nur einige wenige dieser „Bohra“-Familien, die im Gegensatz zu den sunnitischen Swahili Schiiten sind, in Lamu geblieben. Diese Gruppe bleibt gerne für sich und unterscheidet sich neben anderen Eigenschaften äußerlich vor allem hinsichtlich der Kleidung von den Swahili (Dossa 1997: 507 ff.).

Allerdings gab es in den vergangenen Jahrzehnten diverse Migrationsströme an der gesamten kenianischen Küste und daraus folgten einige Verschiebungen hinsichtlich der Zusammensetzung der Bevölkerung (Wakajumah 2000). Bezüglich der rezenteren Migrationsbewegungen in den letzten Jahrzehnten gibt es noch keine detaillierten Analysen. Dies gilt insbesondere für die Motive der MigrantInnen, den Einfluss auf das lokale ethnische Gefüge, die Reaktionen der lokalen Bevölkerung auf die MigrantInnen und umgekehrt sowie die gegenseitigen Kategorisierungen und Sichtweisen. Eine Klärung der gegenwärtigen lokalen interethnischen Verhältnisse, welche insbesondere auch durch Migration beeinflusst werden, bildet jedoch eine Voraussetzung für die Untersuchung der

⁸Die hohe Zahl an AraberInnen und die geringen Zahl an Swahili-Shirazi und insbesondere an Bajuni ist mit dem damaligen politischen Kontext zu erklären als Kenia noch eine britische Kolonie war. Eine Deklaration als AraberIn brachte viele Vorteile, da man vom Staat als „*non-native*“ angesehen (Mazrui/Shariff 1994: 39) und auch in der lokalen sozialen Hierarchie weiter oben positioniert wurde (Caplan 2007: 307; vgl. Romero 1997: 212). Es besteht also die Möglichkeit, dass sich demnach wesentlich mehr Menschen als AraberInnen deklariert haben, als dies in einem nicht-kolonialen Kontext oder bei einer Kategorisierung von außen möglicherweise der Fall gewesen wäre.

3 *Das lokale Setting*

eigentlichen Fragestellung dieser Arbeit nach den Einflüssen von Tourismus auf Ethnizität. Daher wurden diese Fragen während der Feldforschung näher analysiert und werden im Rahmen der Vorstellung der Feldforschungsergebnisse im Kapitel 5 auf Seite 53 ausführlicher dargestellt. Anschließend an diese Erläuterung folgt nun ein kurzer Überblick über frühere als auch aktuelle bereits in der Literatur beschriebene Migrationsbewegungen.

Neben der bereits erwähnten Abwanderung der AsiatInnen wanderten seit den 1930er Jahren vor allem viele Mitglieder der alten Familien auf Lamu, deren Geschichte auf der Insel lange zurück reicht und die sich zu den Swahili oder AraberInnen zählen, in andere Regionen ab. Die Ziele der Waswahili waren andere kenianische Städte sowie Sansibar. Vor allem der Niedergang der lokalen Wirtschaft in dieser Zeit war für diese beiden Abwanderungswellen verantwortlich (Romero 1997: 203 ff.). Gleichzeitig migrierten auch viele Menschen nach Lamu. Nach dem 2. Weltkrieg kamen besonders viele Menschen aus dem Hadramaut im Jemen auf die Insel (ebd.: 216). Wie bereits ihre VorgängerInnen, die bereits im 19. Jahrhundert nach Lamu migriert sind, assimilierten sie sich relativ schnell an die lokale Swahili-Bevölkerung und beeinflussten die lokale Kultur. Um sich vor Ort zu etablieren, machten sie unter anderem Gebrauch von den Hadrami-Netzwerken, die ihre VorgängerInnen aufgebaut hatten. Die Einführung der Maulidi-Festivitäten und der Konsum von „Miraa“ bzw. „Khat“ zählen zu ihren kulturellen Hinterlassenschaften. Während sie sich selbst nicht unbedingt als Swahili bezeichnen würden, werden sie von außen jedoch häufig als solche klassifiziert (Beckerleg 2009: 289 ff.). Zur gleichen Zeit migrierten aber auch viele Gruppen aus der unmittelbaren Umgebung (Küstenhinterland, Lamu Archipel, Nordküste) nach Lamu. Besonders die Zahl der Bajuni hat sich in der Nachkriegszeit und in den 1970er Jahren stark erhöht. Die Bajuni sind als gute Fischer und Segler bekannt und zählen sich selbst zu den Waswahili beziehungsweise werden auch von außen dieser Gruppe zugeordnet (Horton/Middleton 2000: 23). Die Gründe für die Migration lagen hauptsächlich darin, dass es in ihrer Herkunftsregion im äußersten Norden Kenias sowie auf den Inseln vermehrt zu Überfällen gekommen und die Region zunehmend verarmt ist (Romero 1997: xx, 216 ff.). In den 1980er Jahren wurde schließlich bereits ein Drittel der Stadtbevölkerung als Bajun identifiziert (Siravo/Pulver 1986: 60). Zusätzlich migrierten in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhundert zunehmend Menschen von anderen Teilen der kenianischen Küste, aber auch aus den Regionen im Inland nach Lamu. Diese gehören zu anderen ethnischen Gruppen, die sich zum Teil stark von den Waswahili unterscheiden. Relativ rezent ist auch die Anwesenheit vieler TouristInnen beziehungsweise von primär europäischen und nordamerikanischen Ausgewanderten in der Stadt. Die Stadt Lamu entwickelt sich dabei zwar immer mehr zu einem multiethnischen und transnationalen Ort, aber die Swahili sind sowohl wirtschaftlich wie auch kulturell im Zusammenhang mit dem wachsenden Tourismus nach wie vor eine besondere Gruppe,

da Lamu noch immer als Inbegriff für die Swahili-Kultur steht (Siehe auch Kapitel 5, S. 53).

3.4.2 Wer sind die Waswahili? - Alte Fragen und „neue“ Erkenntnisse

Der Begriff Swahili stammt von dem arabischen Terminus „sawahil“, was so viel bedeutet wie Küste und Bezug auf die geographische Lage nimmt (Horton/Middleton 2000: 16). Gemeinhin werden die Waswahili als ethnische Gruppe mit arabischen Einflüssen betrachtet. Laut den zwei Experten für Kiswahili-Linguistik und Literatur - Alamin Mazrui und Ibrahim Shariff (1994) - sind sie „a living expression of an African-Arab process of intermarriage“ (ebd.: 18 f.).

Die Frage wer die Swahili eigentlich sind, hat im Laufe der Zeit viele beschäftigt. Die wissenschaftliche Debatte dreht sich dabei vielfach um die Frage, ob die Waswahili überhaupt eine eigene Ethnie bilden, da die interne Heterogenität der Gruppe sehr groß ist (Caplan 2007: 315). Generell wird angenommen, dass die BewohnerInnen der ostafrikanischen Küste den Begriff Waswahili lange Zeit eher selten für eine Selbstbeschreibung genutzt haben. Sie präferierten hierfür andere Termini und Identifikationsebenen, was zum Teil auch noch auf die Gegenwart zutrifft. Erwähnenswert ist diesbezüglich die Identifikation mit Orten oder die Verwendung von Bezeichnungen, die auf den vermeintlichen Herkunftsort hinweisen. Die Identifikation als AraberIn war und ist besonders populär, da dies einen höheren sozialen Status in der lokalen Gesellschaft impliziert (ebd.: 307).

Als Fremdbezeichnung während der Kolonialzeit diente der Begriff „Waswahili“ dagegen vor allem zur Benennung von jenen Personen, die keinen speziellen Herkunftsort für sich beanspruchten, wie zum Beispiel ehemalige SklavInnen. Der Begriff implizierte also eine Zugehörigkeit zur unteren sozialen Schicht (ebd.: 307). Die Praxis der britischen Kolonialmacht trug dazu bei, das Bild der Swahili als der unteren gesellschaftlichen Ebene zugehörig zu verfestigen. Die koloniale Gesellschaft wurde dabei in eine Hierarchie von EuropäerInnen an der Spitze, gefolgt von AsiatInnen, AraberInnen und schließlich von AfrikanerInnen auf der untersten sozialen Ebene geteilt. Nur jene KüstenbewohnerInnen die ihre arabische Abstammung den Briten gegenüber nachweisen konnten, wurden in der Folge auch als AraberInnen und damit als „non-native“ betrachtet. Ihnen wurden gewisse Vorteile zugestanden. Der Rest wurde in die native Kategorie der AfrikanerInnen gezwängt, wobei es im Lauf der Zeit sich immer wieder änderte, wer als „native“ oder als „non-native“ galt. Gruppen wie die Bajuni wurden jedoch immer als „native“ qualifiziert (Mazrui/Shariff 1994: 40). So gilt im Allgemeinen, dass die Swahili als eine Art „Kreuzung“ und damit als minderwertig betrachtet wurden, da sie nicht in das fixe ethnische Schema, welches durch die Kolonialmächte konstruiert wurde, passten (ebd.: 40). Die Hybridität der Swahili stellte in den Augen der Kolonialmächte eine Degeneration dar, die nicht mit der imperialistischen Ideologie im Einklang stand (Mazrui 2007: 1).

Erst in den Jahrzehnten nach der Unabhängigkeit hat sich schließlich die Bezeichnung

3 Das lokale Setting

Swahili als Selbstbezeichnung durchgesetzt. Die amerikanische Anthropologin Carol Eastman (1994) stellt hierzu fest: „*Coastal Swahili-speaking people in Kenya are calling upon language, expressive culture, religion, economics, kinship and education to identify themselves ethnically as Swahili rather than nationally as Kenyans*“ (ebd.: 85). Diese Veränderung steht im Zusammenhang mit der Bedeutung von Identitätspolitik in einem Staat, dessen Politik massiv auf der Teilung des Landes in Ethnien aufbaut. Nur indem man sich auch einer größeren Ethnie und nicht nur verschiedenen kleinen Lokalitäten zugehörig fühlt, besteht in diesem Kontext auch die Möglichkeit der Durchsetzung von Interessen. Wie Mazrui und Shariff (1994: 44) feststellen, war der unabhängige Staat Kenia allerdings lange Zeit zurückhaltend bei der Anerkennung der Swahili als kohärente Gruppe. Möglicherweise wurden ethnonationalistische und regionalistische Bewegungen befürchtet, da an der Küste bereits vor der Unabhängigkeit eine Vereinigung mit Sansibar oder ein föderalistisches Staatenmodell angestrebt worden war. Der Staat versuchte schließlich im dominanten Diskurs im Einklang mit manchen wissenschaftlichen Positionen die Swahili als AraberInnen darzustellen, hiermit den „non-native“-Faktor zu betonen und sie in dem neuen unabhängigen Staatenkonstrukt, in welchem das „Afrikanische“ zu einem wichtigen Wert wurde, zu marginalisieren (ebd.: 44). Diese Politik hat offensichtlich in der Gesellschaft durchaus ihre Spuren hinterlassen, denn ansonsten wäre eine kleine Facebook-Gruppe⁹ namens „*Isn't Swahili a language?*“, die sich genau diesem Thema widmet und fordert, dass Swahili als ethnische Gruppe anerkannt werden, nicht notwendig (Siehe Abb. 44, S. 162 im Anhang). Allerdings hat auch der Staat mittlerweile zumindest in der staatlichen Tourismuswerbung eine neue Richtung eingeschlagen und betont die „alte Swahili-Kultur“ (Caplan 2007: 309). Diese ambivalente Politik von Seiten des kenianischen Staates ist wohl durch wirtschaftliche Interessen zu erklären. Die Swahili, die in anderen Kontexten als eigene Gruppe eher als störend betrachtet werden, sind in einem touristischen Kontext zu einer Ressource geworden, mit welcher die Handelsbilanz ausgeglichen und Devisen erwirtschaftet werden können.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass sich eine Swahili-Identität nicht aus dem nichts herausgebildet hat, sondern das Ergebnis von vielfältigen Prozessen ist. Sowohl unter afrikanischen als auch westlichen WissenschaftlerInnen ist die Swahili-Identität heute kein großer Streitpunkt mehr (vgl. Mazrui/Shariff 1994; Allen 1993; Horton/Middleton 2000; Eastman 1994; Mazrui/Mazrui 1995). Allerdings sind die erbrachten Argumente unterschiedlich. Horton und Middleton (2000) sehen in den Swahili eher eine Gesellschaft sui generis, die bereits seit Jahrhunderten eine eigene heterogene kulturelle Einheit darstellt. Andere WissenschaftlerInnen, insbesondere jene, die selbst Swahili sind, betrachten hingegen die Waswahili als eine eigene Ethnie ähnlich den restlichen Ethni-

⁹Facebook ist ein soziales Online-Netzwerk in Form einer Webseite, auf welcher die BenutzerInnen ein persönliches Profil anlegen und für andere BenutzerInnen freischalten können. Über diese Profile kann man sich mit anderen BenutzerInnen vernetzen, Nachrichten und Informationen austauschen, Gruppen bilden, „Fan“ von etwas oder jemandem werden und vieles mehr.

en in den neuen unabhängigen Staaten (vgl. Mazrui/Shariff 1994; Mazrui/Mazrui 1995). Des Weiteren wird von Seiten der afrikanischen WissenschaftlerInnen in Reaktion auf die Überbetonung der arabischen Einflüsse durch EuropäerInnen die afrikanische Seite der Waswahili verstärkt in den Mittelpunkt gerückt (Caplan 2007: 309).

Heute hat sich das defintitorische Spielfeld sogar auf die globale Ebene ausgeweitet, denn während die Swahili-Identität ursprünglich nur an der Küste verhandelt wurde, wird sie heute auch in der Diaspora diskutiert bzw. haben sich heute immer mehr Menschen diesen Begriff angeeignet (Topan 2006: 64). Eine Fixierung von Identität ist demnach auf keinen Fall sinnvoll, denn es gibt meist mehrere Identitäten und je nach Kontext können unterschiedliche Identitäten aktiviert werden. Bei den Swahili wird dies besonders deutlich. Intern differenzieren sie unter anderem nach Wohnort (Waamu, Wapate, Wamvita etc.), Abstammung (Araber, Shirazi¹⁰), Lineage-Zugehörigkeit (Al Bakari, Al Husseini etc.) oder anderen Klassifizierungskriterien wie auf Lamu (Wafamao, Wakinante, Wayumbe, Bajuni, Watikuu etc.). Der britische Sozialanthropologe David Parkin (1994: 3) sieht demzufolge ein segmentäres Prinzip bei der Organisation der Swahili am Werk, wobei auf verschiedenen Ebenen und je nach Kontext nach innen hin, aber zum Teil auch nach außen hin, unterschiedliche soziale Identitäten aktiv werden. Zudem stellt Eastman fest, dass es Insider - die Kernswahili - und Outsider gibt. Ihr zufolge existiert ein Statuswettbewerb und viele Outsider versuchen zum Kernswahili zu werden. Nicht der Aufstieg innerhalb der kenianischen Gesellschaft und Nation ist das unmittelbare Ziel, sondern der Aufstieg innerhalb des Mikrokosmos der Swahili. Kernswahili sind dabei im klassischen Sinne jene, die auf Kiswahili „waungwana“¹¹ genannt werden. Sie beanspruchen für sich arabische und nicht-sklavische Herkunft, sowie religiös und gebildet zu sein. Allerdings ist diese Position weniger fix und unveränderlich als es scheint. So können beispielsweise durch Heirat bei Frauen oder Bildung interne Stati verändert werden (Eastman 1994: 85 ff.).

Die gesamte Diskussion um die Swahili wurde von manchen Autoren stark hinterfragt, da allein die Fragestellung zur Legitimierung bestimmter Ideologien beitragen kann (vgl. Mazrui/Shariff 1994). Ich denke, dass es auf die Art und Weise ankommt, wie eine derartige Diskussion geführt wird. Einer Gruppe, die sich selbst als solche sieht und identifiziert, dieses Recht zur Selbstidentifikation abzusprechen und zu verneinen, dass sie existieren, ist in jedem Fall problematisch. Bei einer Gruppe jedoch darauf hinzuweisen, dass sie sehr heterogen ist, ist in einer wissenschaftlichen Diskussion meiner Meinung nach sehr wohl berechtigt. Aufgrund der Gefahr von politischen Implikationen sollten derartige Feststellungen jedoch mit großer Vorsicht formuliert werden. Denn es gilt zu vermeiden, dass auf

¹⁰Der Begriff „washirazi“ weist auf Persien als Herkunftsort der Ahnen, der Familie oder der eigenen Person hin (vgl. Allen 1993: 4 f.).

¹¹Auf Lamu werden „waungwana“ als „kijoho (Singular) / zijoho (Plural)“ bezeichnet (Ghaidan 1975).

3 Das lokale Setting

dieser Grundlage, einer Gruppe ihre Existenz und damit auch bestimmte Rechte oder ein Platz im politischen System abgesprochen wird.

In dieser Arbeit werden die Swahili generell nicht als irgendeine soziale, sondern als eigene ethnische Gruppe betrachtet, denn die gegenwärtigen Entwicklungen in Kenia sprechen dafür, dass sich nach außen hin eine Selbstdefinition als Swahili durchsetzt. Diese wird von dem Glauben an eine gemeinsame Geschichte, gemeinsame Traditionen, eine bestimmte Religion und Sprache getragen, wobei eine Abgrenzung von den Nachbarn und insbesondere den ethnischen Gruppen im Inland stattfindet.

3.5 Tourismusentwicklung auf Lamu

Kenia zählt zu den am meisten entwickelten touristischen Destinationen in ganz Afrika. Zu dieser Entwicklung trugen die vielseitige Landschaft, die Artenvielfalt sowie der Bekanntheitsgrad von Gruppen wie den Maasai oder aber auch der Swahili bei. Alle dies sind Dinge, welche TouristInnen als „exotisch“ erscheinen und damit ihr Interesse wecken. Im Rahmen von Nationalparks und Reservaten hat man bereits früh versucht, die genannten natürlichen Attraktionen zu erhalten und für TouristInnen zugänglich zu machen - auch wenn dies anfangs bis Mitte des 20. Jahrhunderts primär zum Zwecke des Arten- und Umweltschutzes geschah. An der Küste waren es hingegen die Strände und historischen Stätten, die für den stetigen Zustrom an Besucherinnen und Besuchern verantwortlich waren, was insbesondere auch für die Insel Lamu gilt. Der folgende Abschnitt wird zuerst ein Überblick über die historische Entwicklung der Tourismusindustrie in Kenia geben und anschließend die Entwicklungen auf der Insel Lamu kurz skizzieren.

3.5.1 Von der kolonialen Großwildjagd bis hin zum modernen Ökotourismus: Die ungeplante Herausbildung des kenianischen Tourismussektors

Die Wurzeln des Tourismus in Kenia gehen bis zum Beginn der Kolonialzeit zurück. Zum Zeitpunkt der Unabhängigkeit dominierten noch europäische Siedler und Hotels im Familienbesitz die Tourismuslandschaft. Großwildjagden und Safaris für die Wohlhabenden bildeten einen wichtigen Teil des damaligen touristischen Angebots. Ab den 1960er Jahren stiegen multinationale Konzerne in das kenianische Tourismusgeschäft ein und ab den 1970er Jahren dominierten schließlich Joint Ventures mit ausländischem und lokalem Kapital den Tourismus. In ausländischer Hand sind vor allem Hotels und Reiseveranstalter, wobei häufig eine vertikale Integration dieser Unternehmen zu beobachten ist. Das bedeutet, dass Reiseveranstalter oft gleichzeitig auch Charterflugzeuge, Hotels oder Souvenirshops besitzen können und durch diese strukturellen Arrangements die meisten Tourismuseinnahmen häufig wieder ins Ausland abfließen oder zum Teil auch gar nicht erst in Kenia ankommen, denn die Preise werden im Westen ausgehandelt und

bezahlt (Sindiga 1999: 100). Im Allgemeinen wird die kenianische Tourismuswirtschaft heute vom Privatsektor dominiert, wobei die Tourismusentwicklung mit Unterstützung der Regierung und ihrer diversen Agenturen weitgehend ohne Planung, wie im Großteil Afrikas, stattfand. Ökologische und soziokulturelle Probleme resultierten zum Teil aus dieser ungeplanten Entwicklung.

Die Tourismusindustrie gehört heute zu den bedeutendsten Wirtschaftssektoren Kenias. Sie trägt jährlich ca. 10 % zum Bruttoinlandsprodukt bei und ist damit nach dem Landwirtschafts- und Industriesektor der drittgrößte Wirtschaftszweig Kenias. Weiters ist die Tourismusindustrie der größte Devisenbringer des Landes (Kenyan Ministry of Tourism 2008: 8). Bis in die 1990er Jahren wuchs der Sektor stetig an. Danach offenbarte die ungeplante Tourismusentwicklung jedoch ihre Kehrseite. Wegen des Vormarschs des Massentourismus, welcher die lokalen Einnahmen minimiert, waren bereits in den Jahren davor die durchschnittlichen Einnahmen pro TouristIn stetig gesunken. Ab den 1990er Jahren stagnierte der Sektor. Probleme, die hiermit in Verbindung stehen, sind der Zusammenbruch der Infrastruktur, Umweltzerstörungen, Konflikte um Landnutzungsrechte in den Nationalparks, soziokulturelle Probleme, eine verschlechterte Sicherheitslage im Zuge politischer Umwälzungen, ungleiche Verteilung der Gewinne, ein geringer Anteil des Inlandstourismus, Dominanz des ausländischen Kapitals und eine nicht mehr vorhandene Wettbewerbsfähigkeit (Sindiga 1999: 102). Zu diesen Problemen gesellten sich noch negative weltpolitische Entwicklungen wie der Golfkrieg, sowie die zunehmende Zahl an islamistischen Terroranschlägen. In Kenia gab es unter anderem einen Anschlag auf die US-amerikanische Botschaft in Nairobi im Jahr 1998 und einen weiteren auf ein israelisches Hotel sowie auf ein israelisches Flugzeug an der Küste im Norden Mombasas im Jahr 2002.

Gegenwärtig scheint sich der Tourismus jedoch wieder erholt zu haben. Die Zahl der Arbeitsplätze wuchs zwischen den Jahren 2003 und 2007 um durchschnittlich 3 % jährlich, wobei gleichzeitig auch die Löhne um 18 % anstiegen. Im Jahr 2007 besuchten insgesamt 1.8 Millionen TouristInnen Kenia. Dieser Aufschwung war zum Teil einer öffentlich-privaten Initiative - dem „Tourism Recovery Program“ - zu verdanken, welches im Jahr 2003 seine Aktivitäten startete (Kenyan Ministry of Tourism 2008: 8). Allerdings gingen aufgrund der Gewaltausbrüche nach den Wahlen im Dezember 2007 die Besucherzahlen massiv zurück und die positive Entwicklung wurde für kurze Zeit gebremst. Mittlerweile hat sich der Tourismussektor bereits wieder erholt und die kenianische Regierung versucht mit aggressiven Marketingstrategien, die unter anderem auf eine Diversifizierung des Sektors und insbesondere auf die Förderung des Ökotourismus setzen, diesen Trend weiterhin aufrecht zu erhalten (vgl. Daily Nation 2009; Kenyan Ministry of Tourism 2009).

3.5.2 **Tourismus in der Stadt Lamu und in Shela: Hippies, Backpacker und die High Society**

Während an Küstenorten wie Malindi, sowie in den Orten nördlich von Mombasa massentouristische Entwicklungen dominieren, blieb Lamu bisher vom Massentourismus verschont. Hierfür mit verantwortlich ist jedoch nicht die fehlende Attraktivität, sondern die relative Isoliertheit der Insel im Norden Kenias. Lamu kann zwar über den Landweg mit dem Bus erreicht werden, allerdings werden Busse aufgrund der langen Fahrtzeiten, der schlecht ausgebauten Straßen, sowie Sicherheitswarnungen für diese Strecke, eigentlich fast ausschließlich nur von den Einheimischen und Backpackern benützt. Die Mehrheit der TouristInnen erreicht die Insel mit dem Flugzeug, welches höhere Kosten verursacht und nicht für jeden erschwinglich ist. Die Landebahn befindet sich auf der gegenüber liegenden Insel Manda, von welcher Lamu schließlich mit dem Motorboot oder einer „Dhow“ - einem traditionellen Segelschiff - erreicht werden kann. Das touristische Angebot wendet sich eher dem gehobeneren touristischen Preissegment und Individualreisenden aller Preisklassen zu. Der Reiz Lamus besteht in der scheinbaren Unberührtheit und Abgeschiedenheit der Insel, den dort herrschenden natürlichen Gegebenheiten wie den einsamen Stränden und dem angenehmen Klima, sowie ihrer allgemeinen kulturellen und ästhetischen Qualitäten, die orientalistische und exotistische Vorstellungen bedienen können. Der durchschnittliche Massentourist bevorzugt hingegen die Hotelburgen und Ressorts an der Nord- und Südküste von Mombasa, da diese einfach zu erreichen sind und vieles, was sich diese TouristInnen wünschen, ohne großen Aufwand bieten. Hierzu zählen vor allem die vier „S“: Sun, Sea, Sand, Sex.

3.5.2.1 **Vom „Kathmandu Ostafrikas“ zum Weltkulturerbe**

Lamu erzielte ab den 1970er Jahren den Ruf eines „Kathmandu von Ostafrika“. Viele „Hippies“ oder „Drifter“ - nach Cohen's Terminologie (1972) - besuchten trotz der fehlenden touristischen Infrastruktur die Insel und ließen sich zum Teil auch hier nieder. Allerdings hielten sich ihre Zahlen in Grenzen. Der Tourismussektor war zu dieser Zeit nicht sehr entwickelt, denn die größten Einnahmen ließen sich noch immer über den traditionellen Mangrovenabbau und -export erzielen. Erst mit der sinkenden Nachfrage nach Mangrovenhölzern im Mittleren Osten, den staatlichen Maßnahmen zur Einschränkung des Mangrovenabbaus und -exports in den 1980er Jahren und der daraufhin einbrechenden lokalen Wirtschaft wurde schließlich in den Tourismus investiert und Häuser in Hotels und Unterkünfte umgewandelt. Bereits im Jahr 1990 konnte die Stadt jährlich in etwa 3000 BesucherInnen anziehen. 2004 waren es bereits 9.570 und im Jahr 2005 11.280 BesucherInnen (Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006: 9).

Trotz seiner mittlerweile doch stark angewachsenen Bekanntheit gilt die Insel noch immer als eine Art Geheimtipp. Dieser Tipp wird nach wie vor gerne auch als mündliche

Empfehlung unter Freunden oder Reisenden weitergegeben. Allerdings finden sich zunehmend auch viele Reiseberichte im Internet, in Zeitungen, Magazinen oder im Fernsehen. Des Weiteren ist Lamu mittlerweile auch ein Standardeintrag in den meisten Reiseführern geworden. Die Kombination von Entspannung, Meer und Strand mit der sichtbaren „materiellen Kultur“ der Stadt sowie einem Gefühl der Zeitlosigkeit und orientalistischer Exotik verschafft Lamu im Vergleich mit anderen „Inselparadiesen“ einen enormen Wettbewerbsvorteil. Orientalistische Vorstellungen werden vor allem durch die zahlreichen Moscheen, verschleierte Frauen, der Architektur und den Ruf als Zentrum des Sklavenhandels in der Vergangenheit bedient. Besonders förderlich für die Vermarktung der Insel und eine Steigerung deren Bekanntheitsgrades war die Deklaration Lamus zum Weltkulturerbe im Jahr 2001 (Siehe Abschnitt 6.3.1, S. 83).

Trotz des steigenden Bekanntheitsgrades der Insel durch den Ruf der Stadt Lamu als Weltkulturerbe litt die Insel genauso wie andere kenianische Reiseziele nach bestimmten weltpolitischen Ereignissen und insbesondere nach den Terroranschlägen islamistischer Fundamentalisten. Die Besucherzahlen gingen zurück, konnten sich jedoch größten Teils wieder erholen. Im Statusbericht des Lamu World Heritage Site and Conservation Office (ebd.: 9) wird Lamus Status als Weltkulturerbe als ein Grund für die schnelle Erholung betrachtet .

3.5.2.2 Das Dorf Shela und die High Society

Das kleine Dorf Shela, das einige Kilometer südlich von Lamu liegt, ist ebenfalls ein wichtiger Teil der Tourismusdestination „Lamu“. Sehr viel ruhiger als die Stadt Lamu, mit einem langen Sandstrand und Sanddünen an seinen Ausläufern, sowie vielen alten Häusern im Stil der Swahili, zieht das Dorf zahlreiche BesucherInnen an. Viele schlagen hier ihr Hauptquartier während der Reise auf und besuchen die Altstadt nur gelegentlich. Besonders das obere Tourismussegment und die High Society beehren das Dorf häufig mit ihrer Anwesenheit. Die Abgeschiedenheit, die Nähe zum Sandstrand, die Stille und die Tatsache, das Shela genauso wie Lamu noch nicht vom Massentourismus heimgesucht wurden, ziehen diese Reisenden an. Aber auch „Backpacker“ und sogenannte Alternativtouristinnen und -touristen schätzen Shela.

Die Ursprünge des Tourismus in Shela gehen zurück bis zu Henri Bernier, einem Erben des Nestle Konzerns (Romero 1997: 209). Dieser lies sich hier in einem Haus nieder, das nach dessen Verkauf später zum beliebten Upper Class - Hotel Peponi werden sollte (ebd.: 209). Mit den Jahren entwickelte sich das Hotel zu einer der Luxusherbergen in der Region und gilt in Shela bereits als eine Art Institution, als fixer und anerkannter Bestandteil des Dorfes. Auch die BesitzerInnen werden von der lokalen Bevölkerung sehr geschätzt. Die Angestellten würden hier laut einem Interviewpartner unter anderem bessere Löhne als anderswo bezahlt bekommen (Int. 13: 140). Das gute Verhältnis zur lokalen Bevölkerung zeigt sich auch insofern, als die Dhow-Kapitäne und andere EinwohnerInnen Shelas

3 Das lokale Setting

sich ihre Post und diverse Fotos von TouristInnen an das Hotel schicken lassen. Auch die TouristInnen sowie besonders die Expatriate-Community in Shela schätzen das Hotel und besonders dessen Bar, da dies der einzige Ort in Shela ist, an welchem Alkohol ausgeschenkt wird. Diese Expatriate-Community ist in Shela nicht gerade vernachlässigbar, denn nach einer Erhebung aus dem Jahr 1999 waren fast 75 % der Hotels und Gästehäuser dort in ausländischem Besitz (Sansone 2001: 36). Des Weiteren berichteten mir meine GesprächspartnerInnen, dass im Jahr 2007 fast ganz Shela in ausländischen Hand sei - Hotels, Gäste- sowie auch Privathäuser. Ein deutscher Hauseigentümer und regelmäßiger Besucher von Shela hat das Dorf besonders geprägt und vor allem in Deutschland bekannt gemacht. Im Jahr 2000 hat es eine Auseinandersetzung zwischen dem Hauseigentümer - einem deutschen Prinzen - und einem Diskobetreiber auf der gegenüberliegenden Insel, der laute Musik spielte und Lasershows veranstaltete, in die Medien geschafft. Der Prinz ist aus dieser Auseinandersetzung um die Wahrung der Ruhe in Shela als eine Art Lokalheld hervorgegangen, da sich auch die Einheimischen von dem Lärm und dem Licht gestört fühlten. Diese Geschichte wird seither all jenen TouristInnen, die sie noch nicht kennen, erzählt.

3.5.2.3 Touristische Attraktionen

Die touristische Hochsaison in Lamu dauert von August bis April an und insbesondere zwei Ereignisse ziehen in der Gegenwart hohe Besucherzahlen an. Hierzu zählen einerseits das Lamu Cultural Festival und andererseits das religiöse Fest des Maulidi zu Ehren des Geburtstages von Mohammed. Während dieser Feste sind meist alle Betten in Lamu belegt und viele Einheimische vermieten zum Teil auch die Dachterrassen ihrer Privathäuser. Das Lamu Cultural Festival fand zum ersten Mal im Jahr 2001 statt und wurde als Reaktion auf schwindenden Besucherzahlen von der Gemeinde und den lokalen Unternehmen ins Leben gerufen. Es wird jährlich von der Lamu Cultural Promotion Group organisiert. Das Fest zelebriert die Kunst und Kultur der Region mit verschiedenen Veranstaltungen wie Dhow- und Eselrennen, Kalligraphie-, Bao-Spiel¹²- und Henna-Malwettbewerbe, Tanzvorstellungen, Konzerten, Handwerksausstellungen, gespielten Hochzeitszeremonien, einem Essensbazar und Theatervorstellungen. Mittlerweile ist das Fest zu einem fixen Bestandteil des jährlichen Rhythmus und der lokalen Kultur geworden, und wird jedes Jahr größer. Des Weiteren hat es dazu beigetragen, den Stolz der lokalen Gemeinschaft auf ihre Kultur sowie deren Zusammenhalt zu stärken (Lamu Chonjo 2006: 16). Der Maulidi zieht hingegen nicht nur TouristInnen aus Europa und den USA, sondern auch zahlreiche Muslime aus ganz Afrika an. Unter anderem werden traditionelle Tänze aus den umliegenden Städten aufgeführt um die Pilger zu unterhalten. Des Weiteren organisiert das

¹²Bao-Spiele gehören zu der Familie der Mancala-Spiele, welche auf der ganzen Welt gespielt werden. Als Spielfiguren dienen auf Lamu Samen. Die „Spielbretter“ auf Lamu sind aus dunklem Holz geschnitzt und mit kunstvollen Ornamenten verziert.

Lamu Museum auch diverse kulturelle Veranstaltungen wie Dhow- und Eselrennen und Wettbewerbe im Henna-Malen oder in der islamischen Kalligraphie - ähnlich wie beim Lamu Cultural Festival (Lamu Museum 2009a).

3.5.2.4 Probleme und Herausforderungen eines Reiseziels

Der Tourismus bringt Lamu Vor- und Nachteile. Einerseits schafft er ein Einkommen und stimuliert andere Wirtschaftssektoren wie die Bauindustrie, die Fischerei und die Landwirtschaft (Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006: 9). Andererseits wird das Weltkulturerbe Lamu heute zunehmend Teil von Pauschalreisen, die meist auch noch andere Reiseziele wie die Nationalparks oder einen anderen Küstenort inkludieren. Individualreisende werden weniger, was von manchen Einheimischen bedauert wird, da nun weniger Einkommen in die lokale Wirtschaft einfließt (vgl. Int. 13: 164). Ein Interviewpartner, der Kikuyu ist, sich aber als „African“ bezeichnet und Rasta trägt, merkt zudem an, dass er „Traveller“ und „Backpacker“ bevorzugt, da diese im Gegensatz zu Pauschaltouristen mehr mit den Einheimischen interagieren und ein anderes Reiseverhalten an den Tag legen (Int. 17: 140).

Auch die Besitzverhältnisse blieben wie bereits erwähnt trotz der Abwesenheit des Massentourismus und den Interessen großer Reisekonzerne nicht unangetastet. Viele Privatpersonen aus dem Ausland, aber auch einige Investoren kaufen Häuser im Weltkulturerbe auf, wobei dieser Trend seit dem Bekanntwerden von Plänen der kenianischen Regierung zum Bau eines zweiten großen Hafens in der Region um Lamu besonders stark wurde. Ein weiteres Problem für Lamu ist die zunehmende Anzahl an MigrantInnen, die nach Lamu kommen, da sie sich aufgrund des Tourismus hier Arbeit erhoffen. Es bilden sich immer mehr informelle Siedlungen, welche die Kapazitäten der Stadt bereits überschreiten.

4 Forschungsdesign

Die Grundlage für die Entwicklung des Forschungsdesigns bildeten zum einen eine ausführliche und systematische Literaturrecherche und -analyse zu den Themen Ethnizität, Tourismus sowie ihren Zusammenhängen insbesondere in Bezug auf den ostafrikanischen Küstenraum und zum anderen die gesammelten Erfahrungen von einem der Feldforschung um zwei Jahre vorhergehenden touristischen Aufenthalt auf Lamu im Februar 2005¹. Dem Gegenstand und der Fragestellung angemessen wurden sowohl qualitative als auch quantitative Methoden herangezogen. Allerdings überwogen die qualitativen Forschungsschritte, denn der Mangel an aktuellen Informationen und wissenschaftlichen Arbeiten über das Thema und die Region sprachen deutlich für eine offene, explorative Vorgangsweise. Die qualitative Erhebung beinhaltete neben der teilnehmenden Beobachtung hauptsächlich halb-standardisierte Interviews. Die quantitativen Methoden wurden ergänzend ausgewählt, da sie sich für manche Erhebungen im Forschungsfeld besser eigneten. Hierbei wurden schriftliche Befragungen mittels Fragebögen und mündliche Befragungen mit als auch ohne Fragebögen durchgeführt. In der Folge sollen nun die einzelnen Erhebungs- und Auswertungsmethoden und die konkrete Praxis im Feld bei der Erhebung dargestellt, sowie Erfahrungen und Schwierigkeiten reflektiert werden.

4.1 Die Erhebungsmethoden

Während der Literaturrecherche wurde bald ersichtlich, dass es zum Forschungsfeld Lamu keine rezenten Arbeiten hinsichtlich Ethnizität und Tourismus gibt. Daher zeigte sich auch, dass es notwendig war, eine Feldforschung durchzuführen, um den Gegenstand angemessen analysieren zu können. Ziel der Feldforschung war vor allem die Erkundung von emischen Sichtweisen und Einstellungen der lokalen Bevölkerung in Bezug auf ethnische Zugehörigkeiten, den Tourismus sowie die TouristInnen. Um die zentrale Fragestellung beantworten zu können, sollte zudem festgestellt werden, welche Formen von Tourismus auf der Insel Lamu gegenwärtig dominieren und wie der Tourismus und die BesucherInnen die Stadt sowie die lokale Bevölkerung beeinflussen und prägen. Um das Forschungsfeld einzugrenzen und vor allem der verfügbaren Zeit anzupassen, lag der Fokus der teilnehmenden Beobachtung und der Interviews auf jenem Teil der lokalen Bevölkerung, welcher in der

¹Diese Reise fand im Rahmen eines halbjährigen Aufenthalts in Kenia von September 2004 bis Februar 2005 statt, der größtenteils mit ehrenamtlicher Arbeit im Hochland Kenias, aber auch mit Reisen verbracht wurde. Eine dieser Reisen führte mich dabei für zwei Wochen auf die Insel Lamu.

formellen oder informellen Tourismusbranche tätig ist. In diesem Zusammenhang ging es darum, die darin stattfindenden Interaktionen zu dokumentieren. Nachdem im Rahmen einer Diplomarbeit keine Analyse sämtlicher interethnischer Konstellationen möglich ist, konzentrierte sich die Forschung auf die zahlenmäßig größte ethnische Gruppe auf Lamu - die Swahili. Im Fokus standen dabei die interethnischen Beziehungen, in welche sie involviert sind, beziehungsweise die Sichtweisen, welche andere Ethnien von den Swahili haben.

Die Feldforschung selbst fand schließlich von 29. August bis 27. Oktober 2007 in der Stadt Lamu und im Dorf Shela auf der Insel Lamu an der nordöstlichen Küste Kenias statt. Da vom 13. September bis zum 12. Oktober 2007 der Ramadhan - der Fastenmonat des Islam - in der Stadt Lamu sehr präsent war, war die Zahl der TouristInnen kleiner als sonst, was sich allerdings auf die Feldforschung positiv auswirkte, denn die lokale Bevölkerung hatte so mehr Zeit für Gespräche. Fortgeschrittene Kenntnisse der dominanten lokalen Sprache - Kiswahili - waren dabei im Alltag und bei der teilnehmenden Beobachtung von großer Hilfe. Dennoch wurden die Interviews auf Englisch durchgeführt, da meine Kiswahilischkenntnisse mir zwar das Verständnis in Alltagssituationen massiv erleichterten, gleichzeitig jedoch für die Interviews nicht ausreichend waren. Dies bringt natürlich gewisse Einschränkungen wie zum Beispiel eine geringere Komplexität der Erzählungen der InterviewpartnerIn und ein erschwerte Analyse der lokalen Begrifflichkeiten mit sich. Aufgrund der guten englischen Sprachkenntnisse jener Personen, welche im Tourismus beschäftigt sind, entschied ich mich jedoch für auf Englisch geführte Interviews und gegen einen/eine DolmetscherIn, was wiederum andere methodologische Probleme und Einschränkungen mit sich gebracht hätte.

4.1.1 Die teilnehmende Beobachtung

Während der Zeit auf der Insel Lamu partizipierte ich zum einen am Leben der TouristInnen, indem ich Plätze und Restaurants frequentierte, die vor allem von Reisenden besucht werden, und auch an touristischen Ausflugsfahrten mit einer „Dhow“ - einem traditionellen Segelschiff - teilnahm. Aber zum anderen partizipierte ich auch am Leben der lokalen Bevölkerung: zum Beispiel durch die Annahme von Essenseinladungen von Freunden und Bekannten, durch das Essen in lokalen Restaurants und an Straßenständen, oder während der Zeit des Ramadhans durch allabendliches Teetrinken an der Ufermauer und die Teilnahme an den „Eid“-Feierlichkeiten. Der gesamte Aufenthalt wurde in einem Feldforschungstagebuch dokumentiert.

4.1.2 Halb-standardisierte Interviews

Durch die Verwendung von halb-standardisierten Interviews sollten emische Sichtweisen und Haltungen gegenüber den anderen ethnischen Gruppen in der Stadt sowie dem Tou-

rismus und den TouristInnen gegenüber erkundet werden. Die Interviews konzentrierten sich auf die Mitglieder der Aufnahmegesellschaft, die direkt im Tourismus tätig sind. Interviewt wurden Personen unterschiedlichster ethnischer Zugehörigkeit.

Die Interviews orientierten sich an einem Leitfaden, welcher größten Teils aus offenen Fragen bestand und dazu diente die Richtung der behandelten Themen im Interview zu lenken. Soweit möglich wurde der Redefluss der InterviewpartnerInnen nicht allzu häufig unterbrochen. Die Interviews wurden alle auf Englisch durchgeführt, was wie bereits erwähnt gewisse Einschränkungen mit sich bringt. Insgesamt wurden 22 Interviews mit Personen unterschiedlichster ethnischer Zugehörigkeit, aus verschiedenen Berufssparten und mit als auch ohne Migrationshintergrund durchgeführt. Alle Interviews wurden mit dem Einverständnis der InterviewpartnerInnen mit einem MiniDisc-Recorder akustisch aufgezeichnet. 19 Interviews wurden in der Folge wörtlich und vollständig transkribiert. Aufgrund der zum Teil schlechteren Aufnahmequalität sowie der geringeren inhaltlichen Relevanz für die Fragestellung, erschien eine Transkription der restlichen drei Interviews nicht notwendig. Aufgrund der verwendeten Software MAXQDA 10 werden die Interviews nicht nach der Zeilennummer, sondern der Absatznummer zitiert.

4.1.3 Schriftliche und mündliche Befragung

Für die Erhebung bezüglich der TouristInnen, ihrer Herkunft, sowie insbesondere ihrer Reisemotive und Vorstellungen von Lamu und den Ethnien vor Ort wurden Fragebögen an Hotels verteilt, die diese wiederum in den Zimmer hinterlegten. Diese Erhebung war deswegen notwendig, da bis dato keine Daten hierzu verfügbar waren. Zudem sollte vor allem auch herausgefunden werden, inwieweit der touristische Diskurs auf die verschiedenen Ethnien tatsächlich wirkt.

Einer der Gründe für die Wahl von Fragebögen anstatt von Interviews lag an den potentiellen Schwierigkeiten Interviews mit TouristInnen durchführen zu können, da diese möglicherweise im Rahmen ihres Urlaubs zu Interviews nicht bereit gewesen wären. Außerdem sollten verschiedene Kategorien von TouristInnen befragt werden. Über die Fragebögen, welche von den Hotels selbst verteilt wurden, konnten sowohl High-Class-TouristInnen in 5-Sterne-Hotels, sowie Backpacker auf einfache Art und Weise erreicht werden. Nachdem die TouristInnen nicht den Hauptfokus meiner Arbeit bilden, waren die Fragebögen für die genannten Zwecke ausreichend. Die Anzahl der ausgefüllten Fragebögen war allerdings leider relativ klein, was an der touristischen Nebensaison und an manchen Hotelangestellten, die vergaßen die Fragebögen auszuteilen, lag. Insgesamt wurden 39 Fragebögen ausgefüllt und ausgewertet. Die Auswertung und Interpretation dieser Fragebögen erhebt daher keinen Anspruch auf Repräsentativität, zeigt jedoch Tendenzen auf.

Nachdem außerdem vieles darauf hinwies, dass es eine Art ethnische Arbeitsteilung im Tourismussektor auf Lamu gibt, wurde dem im Rahmen der Forschung noch weiter

nachgegangen. Daher wurden alle Unternehmen, die in direktem Kontakt mit TouristInnen stehen nach ihren MitarbeiterInnen sowie deren ethnischen Zugehörigkeit befragt. An Hotels wurden diesbezüglich wiederum schriftliche Fragebögen verteilt, während die kleineren Boutiquen, Restaurants und Souvenirshops mündlich befragt wurden.

4.1.4 Text-, Bild- und Medienrecherche

Um mehr über Reisemotive und touristische Repräsentationen in Erfahrung zu bringen, wurden zudem Text- und Bilddokumente wie Broschüren, Flyer oder Postkarten gesammelt und inhaltlich analysiert sowie Medien wie Reiseblogs von TouristInnen und Webseiten von TourismuswerberInnen einer näheren Betrachtung unterzogen.

4.2 Auswertungsmethoden

4.2.1 Computergestützte Analyse der qualitativen Daten

Um bei der Analyse und Interpretation zu korrekten Ergebnissen zu kommen und eine Überprüfbarkeit der Ergebnisse zu gewährleisten, wurde für die Auswertung der qualitativen Daten eine systematische regelgeleitete Vorgehensweise ausgewählt. Die Auswertung der halb-standardisierten Interviews orientiert sich in der Folge stark an der Qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring (Mayring 2002). Als zusätzliches Hilfsmittel für die Auswertung der Interviews, als auch der offenen Fragen in den Fragebögen, sowie des Feldtagebuches diente das Computerprogramm MAXQDA 10, das die Kodierung von umfangreichem Material vereinfacht und übersichtlicher gestaltet.

4.2.1.1 Die Qualitative Inhaltsanalyse nach Mayring

Die Inhaltsanalyse ist eine Methode, die ursprünglich aus den Kommunikationswissenschaften kommt und für die systematische Auswertung von Massenmedien entwickelt wurde. Zu dieser Zeit überwogen noch eindeutig die quantitativen Elemente bei der Inhaltsanalyse (ebd.: 114). Die Schwächen des quantitativen Ansatzes wurden in den 1970er Jahren von Ritsert zusammengefasst: Es mangelt, wie er feststellte, der Methode an Rücksicht für den Textkontext, die latenten Sinnstrukturen, spezielle Einzelfälle und das, was im Text NICHT erwähnt wird (Ritsert 1972). Ab den 1980er Jahren gab es daher ein vermehrtes Interesse für qualitative Inhaltsanalysen. Die entwickelten methodischen Ansätze wurden von Mayring in drei Formen der qualitativen Inhaltsanalyse geteilt und systematisiert. Die verschriftlichte Kommunikation wird dabei systematisch und methodisch kontrolliert schrittweise und Zeile für Zeile analysiert. Diese Analyse wird mit einem theoriegeleitet am Material entwickelten Kategoriensystem bewerkstelligt, welches die wichtigen Elemente und Aspekte aus dem Text herausfiltert (Mayring 2002: 114).

Zu den drei Teilen der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring zählen zum ersten die Zusammenfassung, zweitens die Explikation und drittens die Strukturierung:

- Die Zusammenfassung dient einerseits einer Reduktion des Materials auf die wesentlichsten Inhalte und der schrittweisen Anhebung des Abstraktionsniveaus, andererseits der Entwicklung eines Kategoriensystems.
- Mittels der Explikation sollen einzelne unklare Textstellen über die Zuhilfenahme von zusätzlichem Material erläutert und gedeutet werden.
- Die Strukturierung als Form der Analyse möchte aus dem Material bestimmten Gesichtspunkten und Strukturen herausfiltern, beziehungsweise das Material skalieren oder nach bestimmten Dimensionen einschätzen. Kategoriensysteme dienen als Basis (Mayring 2002: 115 ff.).

Diese Auswertungsmethode ermöglicht es, einen Forschungsgegenstand, über welchen es noch wenig nützliches Material und Ergebnisse gibt, besser zu erfassen. Da die qualitative Inhaltsanalyse sehr nahe am Material bleibt und aus diesem heraus sich die Ergebnisse erarbeitet, war diese Auswertungsmethode in einer dem Gegenstand angepassten Form für die Analyse am besten geeignet. Im Speziellen wurde mit der „Zusammenfassende Inhaltsanalyse“ sowie mit der „Strukturierende Inhaltsanalyse“ gearbeitet.

4.2.1.2 Computergestützte Analyse mit MAXQDA

Das Computerprogramm MAXQDA, das die Kodierung von umfangreichem Material vereinfacht und übersichtlicher gestaltet, diente als zusätzliches Hilfsmittel für die Auswertung der Interviews und der offenen Fragen aus den Fragebögen. Wie die Abbildung 3 auf der Folgeseite zeigt können damit Textstellen beliebig kodiert werden. Diese sind mit ein paar einfachen Mausklicks wieder auffindbar und können jederzeit in ihrem Textkontext angezeigt werden, was sonst nur mittels einer zeitaufwendigen Durchsicht der Interviews möglich wäre. Memos können auf unterschiedlichen Ebenen angeheftet werden. Zudem können mit derartigen Computerprogrammen sehr einfach sowohl qualitative als auch quantitative Analyseschritte gesetzt werden. Wegen der Fülle des gesammelten Materials erwies sich dieses Programm als sehr effektives Hilfsmittel und als methodische Erweiterung. Nachdem ein Computerprogramm neben all den Vorteilen auch einige Einschränkungen mit sich bringt, musste die Vorgehensweise bei der Inhaltsanalyse nach Mayring leicht angepasst werden.

4.2.1.3 Konkrete Auswertungsschritte

Zunächst wurde mittels der Zusammenfassung aus dem Material heraus induktiv ein Kategoriensystem gebildet, wobei aufgrund des umfangreichen Materials, die einzelnen Reduktionsschritte nur gedanklich ausgeführt und die Textstellen gleich einer Kategorie

zugeordnet wurden. Eine induktive Kategorienbildung eignete sich für den Forschungsgegenstand und die Fragestellung besser als eine deduktive Herangehensweise, nachdem die Äußerungen der InterviewpartnerInnen, ihre Repräsentationen und ihre emischen Konzepte im Vordergrund stehen sollten, anstatt jene der WissenschaftlerInnen, die sich bereits mit diesem Thema befasst haben. Vorab erfolgte hierzu die Bestimmung der Kategorien im Hinblick auf die Forschungsfrage und die Theorie, um nicht jegliche Textelemente, sondern nur jene, die von Interesse sind, zu kategorisieren. Dieses Thema wird als Selektionskriterium bezeichnet (Mayring 1997: 76). Als Basis für die Selektion dienten jegliche Äußerungen interviewter Personen über Menschen, die der gleichen als auch anderen Gruppen angehören, über ihre Beziehungen zueinander, sowie über Tourismus als auch TouristInnen generell.

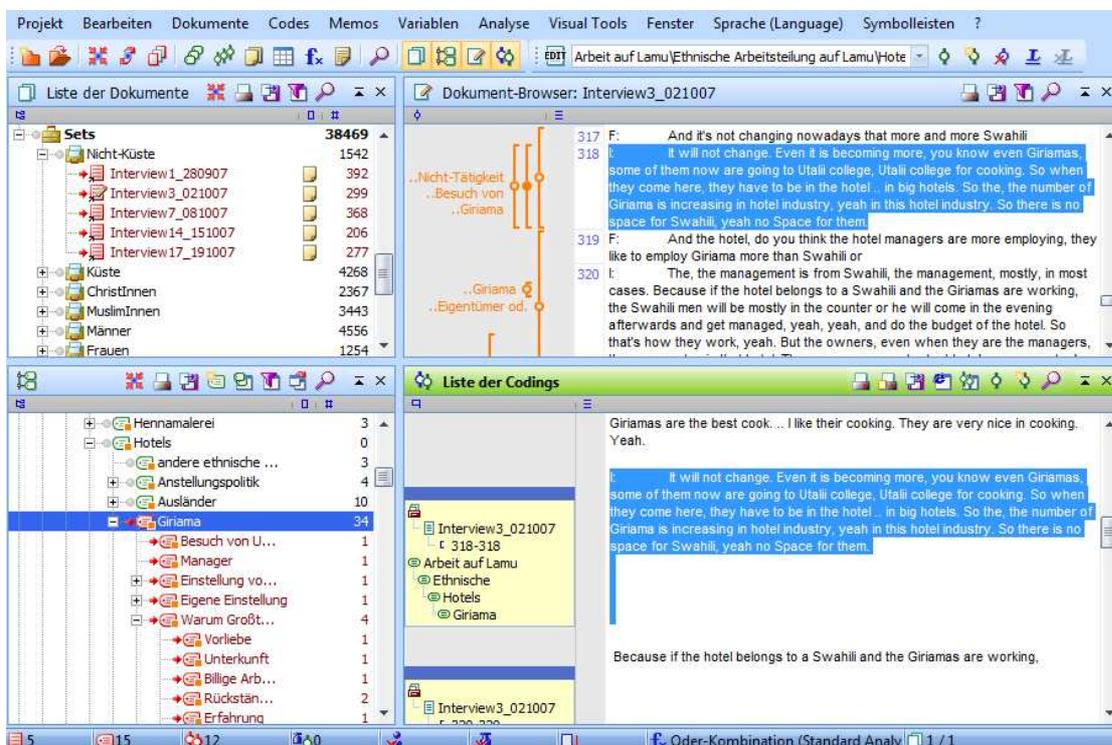


Abb. 3: Analyse mit MAXQDA 10

In mehreren Durchgängen wurde schließlich ein Kategoriensystem ausgearbeitet, wobei die Kategorien zum Abschluss thematisch verschiedenen Hauptkategorien zugeordnet wurden um die Übersichtlichkeit zu wahren. Mit diesem Kategoriensystem wurden schließlich die restlichen Interviews, aber auch die offenen Fragen bearbeitet und in der Folge inhaltlich strukturiert. Durch die computergestützte Aktivierung von bestimmten Kategorien beziehungsweise Codes sowie gegebenenfalls von „Textsets“ (z.B. alle Interviews von MigrantInnen oder von Swahili) konnten alle Aussagen zu den relevanten Themen mit einem Klick abgerufen werden. In Abbildung 3 ist beispielsweise gerade der Code

„Giriama“ aktiviert und im rechten unteren Fenster werden nun alle dementsprechend kodierten Aussagen aufgelistet, während im rechten oberen Fenster, die markierte Aussage im Original-Textkontext angezeigt wird. All diese thematischen inhaltlichen Zusammenstellungen wurden schließlich interpretiert, wobei der Bezug zum Gesamtkontext der Aussage durch das Computerprogramm ständig gegeben war.

4.2.2 Quantitative Auswertung der Fragebögen sowie der mündlichen Befragung

Zusätzlich fand eine quantitative Auswertung der Fragebögen mit Ausnahme der offenen Fragen mit Hilfe des Kalkulationsprogramms Open Office Calc statt. Für die Auswertung wurde eine Codeplan erstellt, in welchem den Antworten Zahlen zugeordnet wurden. Anhand dieses Codeplans wurden schließlich die jeweiligen Antwortcodes in eine sogenannte Urliste eingetragen, mittels welcher anschließend die Häufigkeiten und prozentualen Anteile über Funktionen berechnet werden konnten. Zur Visualisierung der Ergebnisse wurden Diagramme erstellt, wobei jene die im Rahmen dieser Arbeit Verwendung fanden, im Anhang auf Seite 150 dargestellt sind. Die mündliche Befragung der verschiedenen touristischen Unternehmen nach der ethnischen Zugehörigkeit der MitarbeiterInnen und EigentümerInnen wurde ebenfalls quantitativ ausgewertet. Nachdem es sich allerdings nur um eine Frage und eine überschaubare Menge an Befragten gehandelt hat, wurde die Anzahl der jeweiligen MitarbeiterInnen in einer Tabelle eingetragen und nach Kategorien von Unternehmen, wie zum Beispiel Restaurants und Cafés oder Souvenirgeschäfte, Galerien und Straßenstände gruppiert. In der Folge wurden wiederum Diagramme zur Visualisierung erstellt, welche im Anhang B.3 auf Seite 158 zu finden sind.

Obwohl die Swahili in dieser Arbeit als eine ethnische Gruppe betrachtet werden, wurden auch Kategorien der internen Differenzierung wie zum Beispiel „Araber“ oder „Bajun“ in manche Fragen als Antwortoptionen, sowie in jedem Fall eine Kategorie namens „Anderer“, die Platz für die Eintragung anderer ethnischer Gruppen lies, angeboten. Der Zweck dessen lag darin, den Befragten Raum zu geben ihre eigenen Kategorien anzuwenden und wenn eine Person jemanden primär als „Araber“ definiert, dies auch abbilden zu können. Aus diesem Grund wurden diese Kategorien auch in der Auswertung nicht zu einer zusammengefügt, um der Komplexität, welche die ethnische Gruppe der Swahili impliziert, nicht zu ignorieren. Bei der Interpretation wurden jedoch je nach Kontext alle Subgruppen der Swahili zu einer zusammengefasst, da der Fokus der Arbeit nicht auf der internen Differenzierung der Swahili sondern auf Ethnizität liegt.

5 Migration auf Lamu in der Gegenwart: Erste Forschungsergebnisse im Hinblick auf das lokale Setting

Während früher die guten Handelsmöglichkeiten für einen Ortswechsel diverser Gruppen unterschiedlichster Herkunft ausschlaggebend waren, so ist Migration nach Lamu heute eng mit dem Tourismussektor und dessen Bedarf an Arbeitskräften verbunden. Im Folgenden sollen die Ergebnisse der Feldforschung mit Bezug zu den wichtigsten gegenwärtigen Migrationsbewegungen, zu der ethnischen Zugehörigkeit und den Motiven der MigrantInnen sowie zu den gegenseitigen Kategorisierungen und Sichtweisen zusammengefasst werden.

5.1 Diverse Abwanderungsbewegungen

In jüngster Zeit verleiten die steigenden Immobilienpreise zum Verkauf von alten und zumeist renovierungsbedürftigen Stadthäusern an AusländerInnen und in der Folge zur Abwanderung der Swahili. Der Bericht des Lamu World Heritage Site and Conservation Office (2006: 12) spricht gar von 30% der Häuser, die bereits in ausländischer Hand sind. Manche der VerkäuferInnen bleiben in Lamu, entweder weil sie noch ein zweites Haus besitzen oder weil sie am Stadtrand ein neues billigeres Haus bauen, welches ihnen gleichzeitig noch Geld zum Leben übrig lässt (vgl. Int. 17: 340; Int. 20: 358; Int. 22: 75). Andere ziehen nach Mombasa oder Malindi, wo aufgrund des niedrigeren Preislevels mit den Verkaufseinnahmen ein neues Haus oder die Gründung eines Unternehmens finanziert werden kann und zugleich das Leben aufgrund niedriger Nahrungsmittelpreise billiger ist: *„You can get to Mombasa, and Mombasa sometimes life is better than Lamu. Cheap, things are cheap, like especially food“* (Int. 22: 77).

Während Mombasa und Malindi die bevorzugten Ziele von Swahili-Familien sind, die ihre Häuser verkauft haben, so ist das europäische oder amerikanische Ausland das präferierte Ziel von jungen Menschen, sowohl von jungen Männern wie auch Frauen. Ursache für die Abwanderung sind meist romantische Beziehungen mit jungen aber auch älteren AusländerInnen aus der Ersten Welt. Aber nicht nur Swahili wandern ab, sondern unterschiedliche Ethnien finden oder suchen auf Lamu ausländische PartnerInnen und migrieren in der Folge nach Europa oder Nordamerika (Siehe Abschnitt 6.5.1.2, S. 101).

Die Hoffnung auf Arbeit und Ausbildung wird ebenfalls von einem Interviewpartner als Grund für die Migration ins Ausland angeführt (Int. 4: 223).

5.2 Migration nach Lamu: Verschiedene Kategorien und Gruppen von MigrantInnen

Für eine detaillierte Analyse der gegenwärtigen Migrationsmotive sowie der lokalen Akzeptanz der Zugewanderten muss zwischen fünf unterschiedlichen Gruppen, die sich wiederum drei Kategorien zuordnen lassen, differenziert werden (Siehe Abb. 4, S. 54). Diese Gruppierung hat sich im Laufe der Untersuchung herauskristallisiert, basiert auf den Interviews sowie den Feldnotizen und beruht primär auf zwei Kriterien - einerseits der Herkunftsregion und andererseits der ethnischen Zugehörigkeit. Diese Gruppen werden zudem auch durch spezifische Eigenschaften - unter anderem Religion, Migrationsmotive, Beschäftigung sowie die Einstellung der lokalen Bevölkerung ihnen gegenüber - charakterisiert. Allerdings soll an dieser Stelle auch darauf hingewiesen werden, dass diese Gruppen und Kategorien sowie die ihnen zugeordneten Eigenschaften Vereinfachungen darstellen. Diese beruhen auf den Wahrnehmungen meiner InformantInnen und sollen keineswegs als starre Konstrukte betrachtet werden.

Die Menschen, die zur zweiten, dritten und vierten Gruppe gezählt werden, werden von der lokalen Swahili-Bevölkerung unter anderem auch mit „waafrika“ bezeichnet, was auf die nach wie vor bestehende Distanzierung vom Festland sowie auf das Naheverhältnis der Swahili zum arabischen Raum hinweist. Unabhängig von dem tatsächlichen persönlichen genealogischen Hintergrund und der Hautfarbe behaupten viele Swahili auf Lamu, unter anderem auch Swahili-MigrantInnen der Gruppe 1, arabischer Herkunft zu sein und

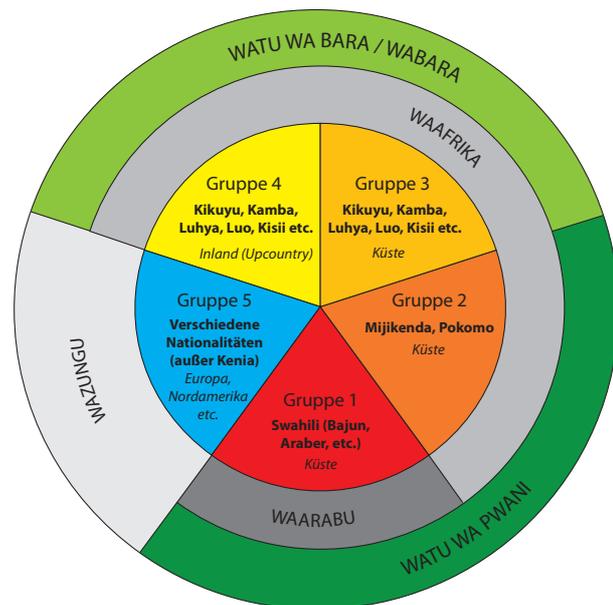


Abb. 4: MigrantInnen auf Lamu (Quelle: Eigene Darstellung d. Verf.)

nennen sich in der Folge „waarabu“. Neben diesen Bezeichnungen gibt es auch noch die drei Kategorien „watu wa pwani“ (dt. Menschen von der Küste), „watu wa bara“ / „wabara“ (dt. Menschen vom Festland) und „wazungu“ (dt. Europäer / Weiße / Fremde) oder „expats“, welche auf die regionale Herkunft hinweisen (Siehe Abb. 4, S. 54).

5.2.1 Die „watu wa pwani“

Die „watu wa pwani“ stammen aus der Küstenregion. Zu ihnen zählen einerseits die Gruppe 1 der Swahili sowie andererseits die Gruppe 2 der Mijikenda und Pokomo. Diese Kategorisierung dient dazu die „ursprüngliche Bevölkerung“ der Küste - also die „watu wa pwani“ von jenen Gruppen zu unterscheiden, deren „Heimatregion“ in anderen Regionen Kenias liegt. Diese Kategorisierung wird in unterschiedlichen Kontexten aktiviert, wobei diese insbesondere im Bereich der Politik und zur Durchsetzung von wirtschaftlichen Ansprüchen gegenüber den dominanten ethnischen Gruppen aus dem Inland zur Anwendung kommt.

Die Gruppe 1 der Swahili locken neben der Arbeitssuche auch familiäre Bande sowie die schlechte Sicherheitslage an der Küste nördlich von Lamu in die Stadt. Diese Gruppe lebt sich aufgrund von zahlreichen kulturellen und religiösen Gemeinsamkeiten mit der lokalen Swahili-Bevölkerung und familiären Beziehungen häufig besonders schnell ein. Trotz innerethnischer Differenzierungen - die meisten dieser MigrantInnen sind Swahili-Bajun - fühlen sich die Zugewanderten als Teil der Swahili und auf Lamu wie zu Hause. Umgekehrt ist aufgrund dieses Gefühls der gemeinsamen Zugehörigkeit zur selben Gruppe der Akzeptanzlevel von Seiten der lokalen Swahili sehr hoch.

Obwohl die zweite Gruppe der Mijikenda und Pokomo zu den *watu wa pwani* gezählt werden und einige davon sogar Muslime sind, ist die Akzeptanz dieser Gruppe von Seiten der lokalen Swahili zwar eindeutig vorhanden, jedoch in geringerem Ausmaß als bei der ersten Gruppe der zugewanderten Swahili. Verbindend wirkt dabei vor allem die örtliche Nähe und die gemeinsame Geschichte. Des Weiteren werden die Mijikenda und Pokomo auf Lamu von den Swahili als Arbeitskräfte in jenen Bereichen geschätzt, welche von ihnen selbst vermieden werden. Hierzu zählen schlecht bezahlte oder mit „Scham“ verbundene Tätigkeiten wie Putzen und Hausarbeit in den Privathäusern sowie Hotels. Laut einiger meiner Informanten zeigt sich bei manchen Swahili aufgrund dieser Tätigkeiten ein gewisses Überlegenheitsgefühl gegenüber diesen Zugewanderten, welches sich zum Beispiel in Witzen äußern kann. Die allgemeine lokale Akzeptanz ist jedoch in jedem Fall gegeben, denn in unterschiedlichen Kontexten wird die gemeinsame Herkunft von der Küste betont: „*But sometime if you're coast [...] you usually like coast to coast [...] coast to coast, and bara to bara*“ (Int. 20: 360 ff.).

Generell wird von vielen *watu wa pwani* kritisch angemerkt, dass die kenianische Regierung sie benachteiligt. Dies betrifft insbesondere die Arbeitsplatzvergabe in der Verwaltung und anderen staatlichen Einrichtungen, denn diese Stellen werden zumeist an die *watu wa bara* vergeben. Ein Giriama hebt des Weiteren hervor, dass diese Politik im Speziellen die kleineren Ethnien von der Küste wie die Giriama, die zur Gruppe der Mijikenda zählen, trifft. Diese Feststellung stimmt auch mit einigen wissenschaftlichen Studien überein. Diese konstatieren, dass zwar auch die Swahili innerhalb des kenianischen Staates marginalisiert sind, aber der Marginalisierungsgrad der Mijikenda

aufgrund verschiedener Faktoren wie der Geschichte und Landverteilungspolitik sehr viel höher liegt (vgl. Benjamin 2006). Damit ist auch die von vielen Nicht-Giriama erwähnte „Rückständigkeit“ sowie der niedrige Lebensstandard und die Armut der Giriama zu erklären. Diese marginale Position der Giriama und generell der Mijikenda, aber auch der Pokomo in Lamu trägt dazu bei, dass die Swahili in den Mijikenda und Pokomo meist keine Konkurrenz am Arbeitsmarkt sehen.

5.2.2 Die „watu wa bara“

Die dritte und vierte Gruppe der Zugewanderten setzt sich aus Ethnien wie den Kikuyu, Kamba, Luhya, Luo und Kisii zusammen, die im allgemeinen Verständnis dem Inland zugerechnet werden. Während die vierte Gruppe aus dem Inland kommt, so stammt die dritte Gruppe jedoch eigentlich von der Küste¹. Die meisten dieser Menschen sind Christen und haben im Vergleich mit den Mijikenda und Swahili häufig eine höhere Bildung genossen. Zumindest wird dies so von Seiten der InterviewpartnerInnen, die der dritten oder vierten Gruppe zugeordnet werden, dargestellt.

Ein zentrales Migrationsmotiv dieser Gruppe ist ebenso wie bei allen anderen Gruppen die Arbeitssuche. Zusätzlich scheint jedoch besonders bei der vierten Gruppe, die keinen örtlichen und familiären Bezug zu Lamu hat, die Suche und Sehnsucht nach einem ruhigen und friedlichen Ort eine Rolle bei der Migration zu spielen. Dies wird unter anderem von „Künstlern“ oder ehemaligen „Künstlern“ als Faktor genannt. Auch die lokale Swahili-Bevölkerung greift diesen Punkt häufig auf und wird nicht müde zu betonen, dass Lamu ein friedlicher, paradiesischer und ruhiger Ort ohne „tribalism“ sei und dass deswegen viele Personen hier her ziehen. Ein weiterer Faktor, der von manchen InformantInnen als ebenfalls ausschlaggebend für die Migration dieser Gruppen assoziiert wird, war insbesondere die Hoffnung junger Frauen auf eine Beziehung mit einem Ausländer „mzungu“, der ihnen ein Visum verschaffen kann²

Generell zeigt die lokale Swahili-Bevölkerung gegenüber diesen MigrantInnen die größte Skepsis und eine gewisse Distanz wird aufrecht erhalten. Die „watu wa bara“ werden zum Teil mit der Regierung Kenias assoziiert, da diese lange Zeit fast ausschließlich aus diesen Inlandsethnien zusammengestellt wurde. Während meine Swahili-Interviewpartner sowohl bei Gruppe 1 als auch bei Gruppe 2 betonten, dass diese generell akzeptiert werden, so war die Reaktion auf die Frage nach der Akzeptanz der Ethnien aus Gruppe 3 und 4 sehr unterschiedlich. Wiederholt wurde von verschiedenen InterviewpartnerInnen in diesem Zusammenhang auf die Bedeutung des Charakters hingewiesen. Gleichzeitig

¹Ihre Eltern waren entweder Teil der Siedlungsschemen aus den 1970er Jahren, in welchen regierungsnahe Ethnien wie die Kikuyu, aber auch die Kamba, beispielsweise im nahegelegenen Mpektoni angesiedelt wurden oder selbstständig an die Küste migriert waren.

²Nicht nur junge Nicht-Swahili-Frauen sind auf der Suche nach ausländischen Partnern, sondern insbesondere auch Swahili-Männer, was auf Lamu nicht zu übersehen ist. Jedoch stellt diese Suche bei den Swahili-Männern kein Migrationsmotiv dar (Siehe Abschnitt 6.5.1.2, S. 101).

5.2 Migration nach Lamu: Verschiedene Kategorien und Gruppen von MigrantInnen

wurden aber erhöhte Kriminalität und Unehrllichkeit mit manchen Ethnien assoziiert. Dies weist darauf hin, dass diese ethnischen Gruppen aufgrund bestimmter Stereotype generell nicht besonders geschätzt werden, dass jedoch ein guter Charakter die ethnische Zugehörigkeit für sie irrelevant machen kann. Der Charakter der Zugewanderten steht jedoch im Populärdiskurs über diese MigrantInnen abseits der persönlichen Ebene weniger im Mittelpunkt. Vielmehr dominieren ethnische Kategorien oder die regionale Herkunft der Personen die Diskussion. Ein Swahili-Interviewpartner stellt beispielsweise fest, dass zwar heute jeder und jede KenianerIn im Staat Kenia leben kann, wo er oder sie möchte, egal ob Küste oder „bara“, aber das gleichzeitig der Zusammenhalt innerhalb der „watu wa pwani“ als auch der „watu wa bara“ größer bleibt als zwischen diesen Gruppen (Int. 20: 368).

5.2.3 Die „wazungu / expatriates“

Neben diesen Gruppen von MigrantInnen, die primär aufgrund der Suche nach einem Einkommen zur Sicherung des Lebensunterhaltes migriert sind und damit zur „production-led migration“ zählen, existiert jedoch auch noch eine fünfte Gruppe von ZuwanderInnen. Bei dieser Gruppe bedingen vor allem deren Konsumwünsche die Migration („consumption-led migration“) und prägen Lamu nachhaltig. Wie bereits in den vorherigen Abschnitten erwähnt, haben zahlreiche TouristInnen so viel Gefallen an der Insel gefunden, dass sie sich hier niederlassen, Häuser kaufen, eventuell auch ein kleines Unternehmen aufbauen und Teil der Expatriate-Community werden. Andere, die nicht als MigrantInnen gelten können, kaufen „nur“ Ferienhäuser und besuchen Lamu regelmäßig - jedoch als TouristInnen.

Die sogenannte Expatriate-Community auf Lamu unterscheidet sich in den meisten Bereichen stark von den anderen Migrantengruppen. Sie stammen aus dem Ausland, vorwiegend aus den sogenannten „westlichen“ Industrieländern, und sind auf der Suche nach einem ruhigeren und friedlicheren Ort oder einem anderen Lebensstil, Beziehungen oder günstigen Geschäftschancen und Jobangeboten in einer anderen und „exotischen“ Umgebung nach Lamu migriert. Häufig gehen diesen Migrationen eine oder mehrere positive Erfahrungen im Rahmen touristischer Aufenthalte voraus. Eine radikale Abschottung der expatriate-Community in Enklaven, wie sie andernorts beobachtbar ist, findet in Lamu nicht statt. In Shela sind jedoch Ansätze einer Enklavenbildung beobachtbar. Diese zeigt sich in den Besitzverhältnissen, denn immer mehr Immobilien befinden sich im Eigentum von AusländerInnen.

Je nach Migrationsmotiv sind die Interaktionen mit der lokalen Bevölkerung mehr oder weniger intensiv. War eine Beziehung der ausschlaggebende Migrationsgrund, so sind die Interaktionen aufgrund von familiären Verbindungen sehr viel häufiger und intensiver. Bei anderen Migrationsmotiven kann die Interaktionstiefe und -häufigkeit je nach individuellem Charakter variieren. Genauso wie die TouristInnen werden diese MigrantInnen

generell nicht als störend betrachtet, sondern willkommen geheißen, da sie nach Meinung der lokalen Bevölkerung viel Geld in die lokale Wirtschaft pumpen. Trotz des Aufkaufs der lokalen Immobilien, den enormen Preissteigerungen und den negativ wahrgenommenen Auswirkungen auf die lokale Kultur und Gesellschaft, die sehr wohl von der lokalen Bevölkerung auch kritisiert werden, werden die positiven Auswirkungen als größer erachtet.

5.3 Migrantische Wahrnehmungen von Lamu und dessen EinwohnerInnen

Die Einstellung der Zugewanderten gegenüber Lamu und den Swahili ist zum Teil ambivalent. Was von beinahe allen interviewten kenianischen MigrantInnen als äußerst positiv hervorgehoben wurde, ist die Friedlichkeit und Sicherheit auf Lamu, die im Kontrast zum restlichen Kenia zu stehen scheint:

„yeah, I do like Lamu because it's a, it's a peaceful town. And ah, as I've told you before, there is no crime and in Lamu, you can, we live as brothers and sisters. When I do have a problem I come to you and you listen to my problems. So I do love Lamu because, it's a peaceful town and there's no crime“ (Int. 2: 130).

Diese Friedlichkeit wird von jeder Seite und insbesondere auch von den Nicht-MigrantInnen sehr geschätzt (vgl. Int. 3: 26; Int. 15: 41; Int. 17: 38; Int. 2: 78-84,130; Int. 13: 173). Sie wird zum Teil auf die verbale, gewaltfreie Lösung von Konflikten durch die Swahili zurückgeführt:

„well I admire their tolerance, it's one thing. It's a very good aspect they have. Tolerance in terms that it's very difficult for them to quarrel physically. They solve everything with words, they talk. Where there are many cultures I know on the mainland they, they don't have the culture of talking, they are more or less going to tribal clashes“ (Int. 1: 38).

Zu den von den kenianischen MigrantInnen negativ wahrgenommenen Eigenheiten der Insel und ihrer BewohnerInnen zählen hingegen die scheinbare Isolierung der Swahili, ihre scheinbare Faulheit, Langsamkeit und Abgeschlossenheit gegenüber äußeren Entwicklungen. Ein Kikuyu-Migrant und Künstler stellt beispielsweise fest:

„Most of them, in this people whom I admire this cultures, some of them I would think that they would tend to be so slow in catching up with the world. And so I would not like to use the word lazy. But ah the culture has set them back because of so much believes so that they are quite slow in catching up with the rest of the world. And so the tendencies of not working too hard is for best seen in this society“ (Int. 1: 40; vgl. Int. 1: 66; Int. 7: 42 ff.).

5.3 Migrantische Wahrnehmungen von Lamu und dessen EinwohnerInnen

Zudem fühlen sich manche kenianische ZuwandererInnen, die sich ethnisch und religiös von den Swahili unterscheiden und nicht an der Küste im Umfeld oder in unmittelbarer Nachbarschaft der Swahili aufgewachsen sind, von Seiten der Swahili gesellschaftlich ausgegrenzt (vgl. Int. 1: 18 ff.; Int. 14: 45 ff.). Allerdings scheint sich die lokale Akzeptanz von Nicht-Swahili-MigrantInnen vor allem bei der jüngeren Generation zu verbessern. Ein Kikuyu-Interviewpartner führt dies auf gemeinsamen Schulbesuch aber auch auf die Zunahme von Mischehen zwischen unterschiedlichen ethnischen Gruppen zurück (Int. 1: 22 ff.; vgl. Int. 3: 50; Int. 2: 8).

Nichtsdestotrotz scheint die Religion jedoch nach wie vor ein fester Grenzmarker zwischen Swahili und Nicht-Swahili zu sein. Dadurch werden insbesondere Mischehen zwischen Swahili, die Muslime sind, und anderen Ethnien nicht-muslimischer Religionszugehörigkeit erheblich reduziert, da diese Ehen meist eine Konvertierung zum Islam voraussetzen und dies für viele kenianische Nicht-MuslimInnen keine leichte Option darstellt (vgl. Int. 22: 26; Int. 8: 519 ff.; Int. 15: 171 ff.; Int. 17: 17; Int. 19: 387 ff.; Int. 13: 364; Int. 4: 224). Ein interessantes Phänomen stellt hingegen die Tatsache dar, dass Mischehen zwischen Swahili und AusländerInnen anderer Religion, kein so großes Problem darstellen und immer häufiger werden (vgl. Int. 3: 50 und Abschnitt 6.5.1.2).

Das Ausmaß der Ausgrenzung von Swahili-Seite wird oft unterschiedlich von verschiedenen Gruppen wahrgenommen und einige fühlen sich auch akzeptiert und integriert, was mit der Offenheit und Freundlichkeit der Swahili erklärt wird (Int. 15: 203; Int. 17: 28, 66). So herrscht die Meinung vor, man werde von den Swahili aufgrund des persönlichen Charakters und Verhaltens beurteilt. Dabei würden vor allem Handlungen gegen den Islam negative Gefühle bei den Swahili hervorrufen. Handelt man jedoch sensibel, werde man auch akzeptiert (Int. 7: 28 ff.; vgl. Int. 3: 110 ff.; Int. 20: 96).

6 Lokale Intersektionen von Ethnizität und Tourismus auf der Insel Lamu: Ergebnisse einer Feldforschung

In diesem Kapitel sollen die Ergebnisse der Feldforschung zu den diversen Intersektionen von Ethnizität und Tourismus auf der Insel Lamu vorgestellt werden. Der erste Abschnitt gibt einen Überblick über die tourismusbedingten demographischen Veränderungen des ethnischen Gefüges, die neuen AkteurInnen und somit auch neuen „relevant others“ bei der Aushandlung von Ethnizität, sowie deren Position im touristischen Feld. Dem folgt eine Analyse der kommerziellen Struktur der Tourismuswirtschaft, der ethnischen Zugehörigkeit und der Rolle einzelner AkteurInnen. Es wird zudem untersucht, inwieweit man von einer ethnischen Arbeitsteilung im lokalen Tourismussektor sprechen kann. Danach werden die von diversen AkteurInnen geformten touristischen Repräsentationen beschrieben und es wird gezeigt, wie diese zur Konstruktion Lamus als Weltkulturerbe und der Swahili-Kultur als Tourismusattraktion beigetragen haben. Im vierten Abschnitt folgt schließlich eine Untersuchung der Beziehung zwischen diesen touristischen Repräsentationen und den tatsächlichen Reisemotiven der Reisenden. Der Fokus liegt wiederum auf der Rolle von Kultur und Ethnizität in Bezug auf die Reisemotive. Im fünften Abschnitt dieses Kapitels werden die Beziehungen zwischen lokaler Bevölkerung und TouristInnen und abschließend die lokalen interethnischen Beziehungen im touristischen Kontext Lamus näher aufgeschlüsselt.

6.1 Tourismusbedingte demographische Veränderungen der lokalen ethnischen Zusammensetzung

Wie bereits Fredrik Barth ([1969] 1998b: 20 ff.) festgestellt hat, kann sich Ethnizität verändern, wenn sich die demographische Zusammensetzung in einem Ort und insbesondere das prozentuale Verhältnis zwischen ethnischen Gruppen wandeln. Daher konzentriert sich dieser Abschnitt auf die Frage, welche Personengruppen und AkteurInnen durch den Tourismus Teil der lokalen Bevölkerung geworden sind. Zudem wird untersucht wie diese Gruppen zueinander im Verhältnis stehen, welche Rollen sie übernehmen und inwieweit sich ihre Positionen in der lokalen ethnischen Struktur verändert haben.

6.1.1 Die TouristInnen

Seit den 1970er Jahren sind TouristInnen und damit eine neue Gruppe von Menschen unterschiedlicher ethnischer und nationaler Zugehörigkeit auf Lamu präsent, wobei deren Zahl sich seit den 1990er Jahren stark erhöht hat. Der Großteil der BesucherInnen der Insel Lamu stammt aus Kenia, Großbritannien, den USA, Frankreich, Deutschland und Italien (UNESCO 2001: 46). Manche davon haben sich in der Folge auch permanent auf Lamu niedergelassen (Siehe Abschnitt 6.1.2, S. 61). Einige der internationalen TouristInnen sind Studierende aus Europa und den USA, die für einen Studienaufenthalt nach Lamu kommen - häufig im Rahmen eines Programms des „Research Institute for Swahili Studies of Eastern Africa“ (RISSEA). Dieses Institut hat seinen Hauptsitz in Mombasa und einen Campus in Lamu (vgl. Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006: 9). Die Reisemotive der TouristInnen reichen vom Interesse an der Kultur, der Natur, dem Meer bis hin zum Interesse an der lokalen Bevölkerung (Siehe Abschnitt 6.4, S. 97). Das Verhalten der TouristInnen, die größten Teils aus einem anderen nationalen und kulturellen Umfeld stammen, unterscheidet sich stark von jenem der Einheimischen. Allerdings muss diesbezüglich zwischen jenen TouristInnen unterschieden werden, die regelmäßig nach Lamu auf Urlaub fahren und vielleicht sogar ein Ferienhaus hier besitzen, sowie jenen, die nur selten nach Lamu kommen oder gar nur einen einmaligen Urlaub hier verbringen. Durch regelmäßige Aufenthalte auf Lamu, die zum Teil auch länger als nur einige Wochen andauern, können dauerhafte Beziehungen und Kontakte zur lokalen Bevölkerung entstehen. Diese wiederum erhöhen die Wahrscheinlichkeit, dass Beziehungen zwischen Angehörigen unterschiedlicher ethnischer Gruppen entstehen oder auch verstärkt werden.

Trotz der Vielfältigkeit der ethnischen und nationalen Zugehörigkeit der TouristInnen werden diese von der lokalen kenianischen Bevölkerung, die im Tourismussektor tätig ist, in erster Linie als eine homogene Gruppe betrachtet. Erst in einem zweiten Schritt wird diese Gruppe häufig weiter differenziert - unter anderem auch nach Nationalität. Die Zuordnungen von bestimmten Eigenschaften und Verhaltensweisen nach nationaler Zugehörigkeit durch die lokale Bevölkerung erfolgt zumeist relativ einheitlich, also unabhängig von deren eigenen ethnischen Zugehörigkeit (Siehe Abschnitt 6.5.2.2, S. 107).

6.1.2 Die MigrantInnen

6.1.2.1 Tourismus als Pull- und Pushfaktor

Migration kann auf Lamu eindeutig als Folge von Tourismus identifiziert werden. Der Tourismus wirkt als Pullfaktor, indem er zahlreiche Arbeitsplätze generiert. Allerdings kommen die Menschen nicht, weil sie unbedingt im Tourismussektor arbeiten möchten, sondern weil es auf Lamu generell Arbeitsmöglichkeiten gibt. Wenn beispielsweise in den Interviews nach den Migrationsmotiven gefragt wurde, waren die dominanten Themen

bei den interviewten ArbeitsmigrantInnen die Arbeitssuche sowie Jobangebote an sich. Auf die Tourismusindustrie als Arbeit generierende Branche und Arbeitgeberin, sowie die Art der Arbeit wird meist nicht näher eingegangen, wenn es konkret um die Motive für die Migration geht (vgl. Int. 15; Int. 14; Int. 2; Int. 3; Int. 10). Der Tourismus wirkt hier also als Ursache, da durch ihn ein verstärktes Angebot an Arbeitsplätzen vorhanden ist. Aber es sind nicht nur die Arbeitsplätze, sondern auch die TouristInnen selbst, die insofern einen Pullfaktor darstellen, da viele kenianische MigrantInnen unter anderem auch in der Hoffnung auf eine Beziehung mit reichen TouristInnen nach Lamu migrieren (vgl. Int. 15: 117 ff.; Int. 19: 84 ff.). Dies trifft vor allem auf Nicht-Swahili-MigrantInnen zu, wobei dieses Motiv wesentlich seltener vorzufinden ist als die Suche nach Arbeit. Paradoxerweise kann sich dieser Beweggrund von einem Pullfaktor in einen Pushfaktor verwandeln, wenn die MigrantInnen oder aber auch die einheimischen jungen Swahili-Männer erfolgreich sind (Siehe Abschnitt 5.1 und 6.5.1.2).

Die bisher angeführte Pullfaktoren gelten generell nicht für alle Gruppen von MigrantInnen. Während KenianerInnen überwiegend aufgrund der Hoffnung auf Arbeit oder Wohlstand migrieren, so dominieren bei Personen aus dem europäischen oder nordamerikanischen Ausland ganz andere Beweggründe. Diese Gruppe lernt Lamu häufig über einen touristischen Aufenthalt als paradiesischen, friedlichen und „traditionellen“ Ort, an welchem die Uhren langsamer ticken, kennen. Die positiven Erfahrungen während eines touristischen Aufenthalts und die Suche nach einem Paradies, nach Exotik und Erholung vom hektischen Dasein in der westlichen Welt scheinen zentral für die Migration dieser Gruppe zu sein. Die Geschäftsmöglichkeiten und Jobs, welche der Tourismus bietet, ermöglichen diesen Personen wiederum das Leben hier auf Lamu.

Ein besonderer Pushfaktor, welcher mit dem Tourismus in Zusammenhang steht, ist die bereits erwähnte Ernennung Lamus zum Weltkulturerbe. Denn durch den stetigen Zustrom vieler AusländerInnen in die lokale Gesellschaft und deren Wunsch nach einem eigenen Haus, sind die Immobilienpreise massiv gestiegen. Diese hohen Preise verleiten jene Personen und Familien, welche bereits seit Jahrzehnten oder gar Jahrhunderten auf Lamu leben und hier ihren Besitz haben, zum Verkauf ihrer alten Häuser und zur Abwanderung. Vor allem Swahili sind von dieser Entwicklung betroffen, beziehungsweise tragen aktiv durch den Verkauf ihrer Häuser zu dieser Entwicklung bei.

Indem Tourismus ein Pull- und Pushfaktor für die Migration vieler unterschiedlicher ethnischer Gruppen nach Lamu ist, trägt er einerseits zur verstärkten Präsenz diverser ethnischer Gruppen wie Giriama, Kikuyu oder Kamba auf Lamu bei und verringert andererseits den relativen Anteil jener Personen, die Teil von alten Swahili-Familien auf Lamu sind und keinen Migrationshintergrund haben.

6.1.2.2 Ausgangspositionen für den Eintritt in den touristischen Arbeitsmarkt

Neben den zahlenmäßigen Veränderungen im Verhältnis von neuen und alten AkteurInnen auf Lamu ist zudem festzustellen, dass diese abhängig von regionaler Herkunft und ethnischer Zugehörigkeit durch unterschiedliche Eigentums- und Einkommensverhältnisse als auch Arbeitsmöglichkeiten im touristischen System charakterisiert sind.

MigrantInnen aus dem Ausland und die lokale Swahili-Bevölkerung ohne Migrationshintergrund verfügen auf Lamu generell über mehr Eigentum als MigrantInnen aus Kenia und insbesondere Nicht-Swahili. Damit stehen ihnen andere Geschäftsmöglichkeiten offen, sowohl im Hinblick auf die Wahl der Arbeit wie auch auf die Bezahlung.

Im Kontrast zu den Swahili ohne Migrationshintergrund beschreibt ein junger Kikuyu-Interviewpartner, der als Koch beziehungsweise als Kellner in einem Gästehaus arbeitet, seine Situation als besonders drastisch:

here you know, I have no parents here, I have nothing like a house, I have nothing which belongs to me. I have to seek for a job very seriously. Because for me to survive it's between god and my energy. I depend on nothing else. That's why you see I have no advantage but disadvantage because whether I'm sick or not, it's must for me to have a job (Int. 18: 82).

Diese Gruppe von Menschen ohne Besitz und ohne entsprechende soziale Netzwerke hat keine Wahl. Subsistenzwirtschaft ist ohne ein eigenes Stück Land oder ein Boot keine Option, genauso wenig wie Hilfe von Verwandten zur Verfügung steht. Der Tourismus mit seinen vielen Arbeitsplätzen, die jedoch nicht immer fair bezahlt werden, bietet diesen Menschen dennoch die Möglichkeit ein regelmäßiges Einkommen zu verdienen.

Dagegen sieht die Situation vieler alter Swahili-Familien und insbesondere der „zijoho“ meist ganz anders aus. Sie konnten im Verlauf der Zeit Besitz in Form von Häusern und Land ansammeln, was ihre Ausgangsposition für die Bestreitung des Lebensunterhaltes auf Lamu massiv verbessert (vgl. Int. 21: 197). Erklärt werden diese Einkommensdifferenzen von zwei Interviewpartnern folgendermaßen:

„Swahilis they have properties. Yeah it's their homeland. They have the land, buildings and big businesses, they have. You know, most of us we have come to work, we don't have properties. So if you say in terms of money, they have money, much more ahead of us“ (Int. 14: 163).

„they [Swahili] have family, they have people, [...] they have their own houses. So they are, there is the ones who they come from Afr- ah other places [MigrantInnen vom Festland, Anm. d. Verf.], they don't have, they can't rent a house [...] they are very poor and [...] they are not educated“ (Int. 22: 157)¹.

¹Dieser Interviewpartner bezeichnet sich selbst als Araber und nicht als Swahili, verwendet jedoch im Interview häufig „wir“, wenn er über die Swahili spricht und kann keine Differenzen zwischen Swahili und Arabern auf Lamu benennen. Es ist aus dem Interviewkontext dieser Aussage anzunehmen,

Die Swahili sind also in der Wahrnehmung vieler Nicht-Swahili die EigentümerInnen der Stadt (vgl. Int. 17: 366; Int. 3: 290). Sie können ihren Besitz für sich arbeiten lassen. Ein Kikuyu-Migrant sieht die Tätigkeiten der Swahili folgendermaßen:

„You find them in the kibaraza seated, yeah, playing bao, because they know their job is still going on, yeah. And there is some money, yeah. Or maybe his boat is out fishing and money is coming, or he’s taking people, passengers, is coming. So he’s no hurry“ (Int. 3: 324).

Ähnliches stellt auch ein Giriama-Interviewpartner fest, wobei dieser, den allgemeinen in Kenia verbreiteten Swahili-Stereotypen folgend, die Swahili als faul beschreibt:

„these people they just depend on the rents. Rents, house rents, like the place we are staying [Anm. d. Verf.: das Interview wurde in einem Gästehaus niedriger Preiskategorie durchgeführt]. This guy is never work, he’s just to employ the local people, pay small wage, he gets all the money, so he has a family, which does not work. It’s just looking TV, eating money, it’s, it’s inheritance money [...] these families they don’t work. They just wait for the rents, and there are boats, so it’s just sitting, waiting for money“ (Int. 2: 58).

Diese Aussage zeigt, dass der Interviewpartner die Führung von Unternehmen durch die Swahili nicht als „Arbeit“ betrachtet. Häufig aktivieren Nicht-Swahili-MigrantInnen aus Kenia Stereotype im Hinblick auf die Swahili, wenn das eigene Dasein als Migrant auf Lamu und die Arbeit hier gerechtfertigt wird. Die Swahili werden dann als arbeitsfaul und langsam beschrieben. Die Swahili selbst sehen sich naturgemäß anders. Tatsächlich sind die Swahili ohne Migrationshintergrund im Tourismussektor vor allem als Eigentümer, aber auch als Manager oder Handwerker tätig.

Eine Differenzierung in Bezug auf die Eigentumsverhältnisse ist jedoch an dieser Stelle wichtig, denn es gibt auch Swahili - insbesondere Bajun - die über keinen beziehungsweise nur geringen Besitz auf Lamu verfügen. Diese weisen häufig einen rezenten Migrationshintergrund auf und sind zum Teil gezwungen, ihr Geld anders zu verdienen. Ihr Besitz arbeitet nicht für sie, sondern sie müssen selbst aktiv tätig werden - unter anderem auch im Tourismussektor. Indem sie sich jedoch als Teil der Swahili-Gesellschaft betrachten, spielen für diese Gruppen bestimmte Tabus und kulturelle sowie religiöse Gebote, welche für die alten Familien ebenfalls Gültigkeit haben, eine große Rolle. Aus diesen Gründen arbeiten Swahili mit Migrationshintergrund auch häufig direkt mit TouristInnen, jedoch

dass dieser Interviewpartner primär von den MigrantInnen aus dem unmittelbaren Küstenhinterland, welche auf Lamu zum Großteil Giriama aber auch Pokomo sind, spricht. Diese Gruppen sowie die Swahili werden meist mit Ungebildetheit assoziiert, während viele MigrantInnen aus dem kenianischen Inland abseits der Küste eine bessere und höhergradige Schulbildung besitzen. Dies ist unter anderem auch ein Grund dafür, dass besonders Personen aus dem kenianischen Inland wie zum Beispiel Kikuyus bessere Anstellungen mit mehr Verantwortung bekommen oder in den Regionalbehörden unterkommen.

nicht als Hotel-, Haus- oder Restaurantangestellte, sondern vielmehr selbstständig als Kapitäne, Mitarbeiter auf den Dhows, Dhow-Triporganisatoren, Henna-Künstlerinnen oder auch als Guides. Die anderen Tätigkeiten werden den „Anderen“ - den Nicht-Swahili-MigrantInnen - überlassen.

Noch sehr viel vermögender als die lokalen Swahili ohne Migrationshintergrund sind hingegen auf Lamu in den meisten Fällen die MigrantInnen aus dem Ausland. Wie bereits zuvor erwähnt, kaufen sie Häuser auf Lamu auf, wandeln sie in Hotels und Gästehäuser um, oder vermieten sie als Ferienhäuser. Ähnlich wie die lokalen Swahili sind auch sie primär als EigentümerInnen und ManagerInnen im Tourismussektor tätig und sie bauen ihren Besitz stetig weiter aus (Siehe Abschnitt 6.2.3, S. 81).

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass auf Lamu häufig die regionale Herkunft bestimmend für die Eigentumsverhältnisse wie auch für die Wahlfreiheit bei der Entscheidung für ein Arbeitsfeld ist. Von der lokalen Bevölkerung werden die Verteilung von Besitz und Arbeitsmöglichkeiten auf Lamu meist auch mit der ethnischen Zugehörigkeit in Verbindung gebracht. Demnach zählen aus der Sicht der Nicht-Swahili die Swahili im Allgemeinen zum wohlhabenderen Teil der lokalen Bevölkerung. Aus der Sicht der Swahili-MigrantInnen gestaltet sich die Situation, was die Arbeitstätigkeit der Swahili betrifft, jedoch differenzierter. Die Nicht-Swahili auf Lamu werden dagegen sowohl von Nicht-Swahili als auch Swahili als weniger wohlhabend betrachtet. Darüber hinaus werden Personen anderer nationaler Zugehörigkeit von allen Seiten als reich beschrieben.

6.2 Die Struktur der lokalen Tourismuswirtschaft: Der Stellenwert von ethnischen und nationalen Aspekten

Durch den Tourismus wurden auf Lamu viele Möglichkeiten für kommerzielle AkteurInnen geöffnet und Arbeitsplätze geschaffen, unter anderem auch Arbeit in Bereichen, die vorher noch nicht in dieser Form auf Lamu existierten. Inwieweit der touristische Arbeitsmarkt auf Lamu ethnisch strukturiert ist, ob die ethnische Identität eine Rolle bei der Jobwahl und bezüglich der Präferenz von bestimmten Tätigkeiten spielt und die ethnische Zugehörigkeit ein Entscheidungskriterium für die Besetzung bestimmter Stellen darstellt, wird der folgende Abschnitt klären.

6.2.1 Ein Überblick über die kommerziellen AkteurInnen auf Lamu

Unternehmen sowie kommerzielle AkteurInnen im lokalen informellen als auch formellen Tourismussektor sind auf Lamu in verschiedenen Bereichen tätig. Es werden Unterkünfte in Hotels, Gäste- und Privathäusern angeboten, oder Häuser und Grundstücke an TouristInnen, welche auf Lamu gerne ein Ferienhaus hätten oder ein Hotel aufbauen möchten, verkauft. Diese Hotels und Häuser müssen wiederum häufig zuerst renoviert werden und

benötigen danach Personal, welches sie betreut. Darüber hinaus gibt es Boutiquen, die „Kikois“², Taschen aus „Kikois“ oder „Kangas“³, Hosen und Röcke primär für TouristInnen anbieten. Silberschmiede stellen Schmuck aus Silber und Gold sowohl für Einheimische als auch BesucherInnen her. Werkstätten fertigen Möbel, Schatullen, Bao-Spiele oder Türschilder aus Holz an und schmücken diese mit Schnitzereien. Straßenstände aber auch kleine Geschäfte verkaufen Schmuck, Malereien, Postkarten, geschnitzte Holzfiguren oder Artikel aus Kokosnüssen. Restaurants und Cafés, sowie einige wenige Bars bieten den BesucherInnen Essen, frische Fruchtsäfte und Unterhaltung an. Zur Unterhaltung von TouristInnen sowie der lokalen Bevölkerung werden auch Feste wie das Lamu Cultural Festival oder das Rahmenprogramm rund um die religiösen Maulidi-Festivitäten organisiert. Guides zeigen den Gästen die Altstadt Lamus oder aber auch die Dörfer Shela, Matondoni oder Kipungani, die ebenfalls auf der Insel liegen. Manche Personen agieren primär als VermittlerInnen von Unterkünften und Ausflügen oder auch als OrganisatorInnen für diverse Aktivitäten, andere bieten Eselsritte oder Hennamalereien an. Kapitäne, Fischer und andere Bootsmitarbeiter nehmen TouristInnen auf sogenannte „Dhow-Trips“ - Bootsausflüge mit traditionellen arabischen Segelschiffen - mit. Zunehmend kann im Umfeld der Insel Lamu auch gegen eine Gebühr getaucht oder geschnorchelt werden. Windsurfing ist ebenfalls Teil des eher spärlichen sportlichen Angebots auf der Insel. Darüber hinaus ermöglichen Cyber Cafés Reisenden auch während des Urlaubs mit der Heimat in Kontakt zu bleiben. Für Studierende - meist auch aus dem Ausland - gibt es zudem ein umfangreiches Bildungsangebot. Der Lehrgang in Swahili Studies von RISSEA bringt gegen eine Studiengebühr jährlich eine relativ große Zahl an ausländischen Studierenden nach Lamu. Diese absolvieren dort einen Sprachkurs, führen kleine Feldforschungen durch, während sie zugleich meist auch touristischen Aktivitäten nachgehen.

Dies sind alles Bereiche des Tourismussektors, in welchen es auf unterschiedlichen Ebenen zu einem direkten Kontakt zwischen TouristInnen sowie der lokalen Bevölkerung auf der Insel Lamu kommt. Allerdings sind auch Bereiche, in welchen es nur zu einem indirekten Kontakt kommt oder wo der Kontakt außerhalb Lamus stattfindet, Teil der Tourismusindustrie. Zu diesen zählen exemplarisch die Zulieferung von Nahrungsmitteln an Hotels oder Restaurants, die Fischerei, die Bewirtschaftung von Feldern im Inselinneren oder aber auch der Transportsektor und Reiseagenturen in den Herkunftsländern der Reisenden. Für die Diplomarbeit stehen allerdings die lokale Ebene, also die kommerziellen Aktivitäten und AkteurInnen auf der Insel Lamu im Vordergrund. So divers wie die lokale Bevölkerung ist, so vielfältig ist auch die ethnische und nationale Zugehörigkeit der kommerziellen AkteurInnen auf Lamu, die zum Teil eine ethnische Arbeitsteilung erkennen lassen.

²Ein „Kikoi“ ist ein buntes Wickeltuch, welches von Männern getragen wird.

³„Kangas“ sind bunte Baumwolltücher, die für verschiedenste Zwecke von Frauen getragen und benützt werden.

6.2.2 Spezifische Arbeitsbereiche

6.2.2.1 Hotels und Gästehäuser

6.2.2.1.1 Lokale Wahrnehmungen der ethnischen und nationalen Struktur des Hotelsektors und ihre Übereinstimmung mit den Fakten

Die Vorstellungen der InterviewpartnerInnen von der ethnischen Struktur des lokalen Hotelsektors waren relativ eindeutig. Aus der Sicht der InterviewpartnerInnen finden sich als Angestellte in der Hotelindustrie auf Lamu überwiegend Nicht-Swahili. Am häufigsten werden Giriama dieser Branche als Angestellte zugeordnet: *„in most cases you'll find people like Giriama. Everywhere in the hotel there are Giriamas, everywhere“* (Int. 14: 63; vgl. u.a. Int. 2: 170; Int. 3: 246; Int. 8: 38; Int. 10: 64; Int. 16: 198; Int. 19: 426). Aber auch Ethnien aus dem kenianischen Inland und vor allem Kikuyu werden genannt, wobei angenommen wird, dass diese in geringerer Zahl im Sektor vertreten seien als die Giriama (vgl. Int. 11: 176; Int. 21: 215; Int. 2: 170; Int. 18: 177). Swahili seien nach Ansicht der InterviewpartnerInnen in der Hotelbranche neben Personen anderer Nationalität generell fast ausschließlich als EigentümerInnen oder ManagerInnen, tätig (vgl. Int. 3: 320; Int. 8: 75 ff.; Int. 14: 155; Int. 15: 251), wobei die AusländerInnen im Vergleich mit den Swahili ihren Besitz stetig ausbauen würden: *„Because even as we, right now, whites are buying plots and building big hotels. Everyday. So maybe sometimes to come this one, maybe Swahilis, maybe will have sold all the hotels and given them to whites“* (Int. 14: 155; vgl. Int. 7: 148 ff.; Int. 8: 222; Int. 20: 352).

Diese Zuordnungen bestimmter ethnischer Gruppen zu einem spezifischen Sektor beziehungsweise zu einer bestimmten Position wurden in der Folge mittels einer Befragung von rund 2/3 der Hotels und Gästehäuser auf Lamu, teilnehmender Beobachtung und einer Webseitenanalyse von auf Lamu tätigen Unternehmen überprüft. Die Ergebnisse zeigen, dass die lokalen Vorstellungen mit Ausnahme von einigen spezifischen Arbeitsbereichen im Hotelsektor relativ gut mit der Wirklichkeit zusammenpassen (Siehe Abb. 23 bis 32, ab S. 155). Giriama stellen tatsächlich eindeutig die Mehrzahl der Angestellten dar, während die Swahili bei den Hotelangestellten weit nach den Giriama die zweitgrößte Gruppe in den Hotels sind, gefolgt von den Kikuyu, Kamba und Luhya. Die im Vergleich mit den Angaben der InterviewpartnerInnen relativ hohe Zahl an Swahili bei der Gesamtsumme der Angestellten ist darauf zurückzuführen, dass in der Hotelbefragung auch die Kapitäne der Segelschiffe, welche von den jeweiligen Hotels und Gästehäusern vermittelt werden und touristische Ausflüge mit der Dhow anbieten, miteinbezogen wurden. Diese sind in den meisten Fällen streng genommen keine wirklichen Angestellten des Hotels, sondern fungieren eher als Geschäftspartner der Hotels und sind mehrheitlich Swahili (Siehe Abb. 30, S. 156). Ohne Berücksichtigung der Kapitäne ergibt sich ein etwas anderes Bild und Swahili sowie Kikuyu sind relativ gleich gewichtet im Hotelsektor vertreten. Die Swahili

arbeiten als Angestellte vor allem an der Rezeption oder als Manager. Als KellnerInnen und vor allem Reinigungskräfte sind sie jedoch so gut wie nicht vertreten.

Als EigentümerInnen von Hotels und Gästehäusern auf Lamu überwiegen dagegen nach wie vor KenianerInnen und insbesondere Swahili, was im Kontrast mit den Entwicklungen in anderen Küstenregionen Kenias zu sehen ist. Danach folgen Deutsche und AmerikanerInnen in der Eigentumspyramide (Siehe Abb. 32, S. 157). Die Hotels und Gästehäuser der Swahili befinden sich großteils im mittleren bis unteren Preissegment und werden meist von Backpackern, Individualreisenden der Mittelklasse oder von Einheimischen frequentiert. Die lukrativsten Unternehmen, die vor allem das obere Preissegment der TouristInnen als Zielgruppe ansprechen, sind jedoch meist in ausländischem Besitz⁴. Darüber hinaus gibt es auch Gästehäuser und Hotels, die von binationalen Pärchen betrieben werden. Diese finden sich ebenfalls meist im oberen Preissegment wieder.

Neben den Hotels und Gästehäusern müssen auch die zahlreichen Privathäuser erwähnt werden, welche den TouristInnen als Unterkünfte dienen. Eine große Zahl an Personen aus dem Ausland hat seit Lamus Deklaration als Weltkulturerbe zunehmend Immobilien und Grundstücke auf Lamu angekauft - zuerst in Shela und jetzt in der Stadt selbst (Int. 8: 222-236; Int. 13: 115; Int. 16: 305). Diese Häuser werden häufig als Ferienhäuser genützt und während der Abwesenheit der EigentümerInnen an TouristInnen vermietet. Die Mieteinnahmen und Vermittlungsgebühren fließen ebenfalls häufig in die Taschen von AusländerInnen (vgl. Lamu Retreats 2006; Shela House Management Ltd. o. J.).

6.2.2.1.2 Ursachen der ethnischen und nationalen Struktur im Hotelsektor

Auffallend ist in jedem Fall, dass die ethnische Gruppe der Giriama so zahlreich in diesem Sektor beschäftigt ist, obwohl Lamu keine Heimatregion der Giriama ist. Gleichzeitig glänzt die heimische Swahili-Bevölkerung - außer als EigentümerInnen - mit relativer Abwesenheit in dieser Branche. Dieser Umstand hat aus emischer Sicht verschiedene Ursachen.

Bestimmte Arbeitsplätze in Hotels seien nur schwer mit Swahili zu besetzen, da diese nach Meinung von vielen Nicht-Swahili zu „faul“ als auch zu langsam und zudem nicht ausreichend qualifiziert für bestimmte Arbeitsbereiche seien (vgl. Int. 3: 324-326; Int. 2: 86; Int. 14: 55 ff.; Int. 8: 42)⁵. Die Swahili selbst geben unter anderem an, dass ihre

⁴Zu den Hotels in ausländischem Besitz zählen unter anderem der *Petley's Inn*, das *New Lamu Palace Hotel*, der *Sultan Palace* und die *Palm Park Villas Apartment*, welche alle einem großen deutschen Bau- und Reiseunternehmen gehören (Lamu Paradise Holidays o. J.; Kenya Paradise Collection 2010; Diani Homes o. J.). Die meisten anderen ausländischen Unternehmen besitzen jedoch in den meisten Fällen nur ein Hotel auf Lamu. Große Reisekonzerne haben sich bis dato von Lamu noch eher fern gehalten.

⁵Diese Hervorhebung der fehlenden Qualifikation auf Seiten der Nicht-Swahili steht in Zusammenhang mit einem weitverbreiteten Stereotyp von den Swahili. Ihnen wird nachgesagt, dass nur wenige über eine sekundäre oder tertiäre Bildung verfügen, viele die Grundschule abbrechen und manche überhaupt nur die lokalen Islamschulen besuchen (vgl. Int. 3: 350; Int. 1: 22; Int. 2: 176; Int. 7: 106).

Arbeitskraft zu teuer sie und sie sich nicht „benutzen“ lassen würden (vgl. Int. 22: 151; Int. 20: 294 ff.). Parallel hierzu merkt ein weiterer Swahili an, dass seine Ethnie generell die Selbstständigkeit gegenüber einer Anstellung vorziehen würde: *„My tribe, we don't want somebody else to using me. I want to using myself“* (Int. 20: 294; vgl. Int. 16: 254). Die wichtigste Ursache für die Abwesenheit der Swahili als Angestellte im Hotelsektor ist jedoch für die Swahili primär in der Verbindung des Großteils der Arbeitsbereiche im Hotelsektor mit Scham und Schande zu sehen (vgl. Int. 11: 162; Int. 21: 213; Int. 2: 190). Die beruflichen Tätigkeiten in diesem Sektor würden der Religion und Kultur der Swahili entgegen stehen, während die Kultur der Giriama für eine Tätigkeit in diesem Sektor sprechen würde (vgl. Int. 19: 444). Teil der Kultur der Swahili sei die Arbeit auf dem Meer, als Fischer oder auf den Dhows, die Arbeit mit Eseln, die Tischlerei oder in Geschäften, nicht jedoch die Arbeit in Hotels (vgl. Int. 21: 215; Int. 3: 314; Int. 11: 188). Eine strenggläubige Swahili-Bajun bringt sowohl Kultur als auch Religion, welche auch Teil der Swahili-Kultur ist, als Begründung für die Abwesenheit von Swahili im Hotelsektor zusammen: *„I think maybe they feel shame when they go to work to a hotel to wash clothes, wash things like, or to serve, some hotels you know, they give the alcohol. And our religion don't allow“* (Int. 10: 70). Für sie ist vor allem die Religion ein Hindernis. Würde kein Alkohol ausgeschenkt werden, könnte sie sich sehr wohl vorstellen, in einem Hotel zu arbeiten, wobei sie auch dann andere Tätigkeiten, wie zum Beispiel ihre eigene Arbeit in einer Boutique, bevorzugen würde (Int. 10: 76 ff.). Besonders für Frauen stellt aber nicht nur der Alkoholausschank, sondern die Pflicht in manchen Hotels eine Uniform tragen zu müssen und den „Buibui“⁶ abzulegen, ein großes Hindernis dar (vgl. Int. 11: 184; Int. 8: 64 ff.).

Diese Einstellungen der Swahili wirken sich auch auf die Achtung der wenigen lokalen Swahili, welche in Hotels arbeiten, und innerhalb dieser Gruppe besonders auf die Frauen aus. Diese werden zum Teil mit Prostitution in Verbindung gebracht - unter anderem aufgrund des Kontakts mit vielen weißen Männern im Rahmen ihrer Arbeit als auch wegen der Abnahme des Buibuis (Int. 8: 64 ff.; vgl. Int. 11: 162). Eine junge Frau, die sich aufgrund der gemischten ethnischen Zugehörigkeit ihrer Eltern sowohl als Swahili als auch als Boran⁷ betrachtet, rechtfertigt ihre Arbeit an einer Rezeption hingegen selbstbewusst mit der Notwendigkeit Geld für die Familie zu verdienen, wobei sie gleichzeitig eine Vergleich mit den sogenannten „Beach Boys“⁸ zieht, deren Aktivitäten ebenfalls häufig Ziel von Kritik sind (Int. 8: 192).

Interessanterweise werden jedoch von Seiten eines Swahili-Arabers Bildungsmängel primär vor allem mit den Giriama assoziiert, obwohl sich deren Situation in den letzten Jahren doch verbessert habe (Int. 22: 147).

⁶Der Buibui ist ein schwarzer bodenlanger Überwurf, der von muslimischen Frauen auf Lamu getragen wird.

⁷Die Borana-Oromo, die auch Boran genannt werden, sind eine ethnische Gruppe, die im Norden Kenias, im südlichen Äthiopien sowie in Somalia lebt.

⁸Der Begriff „Beach Boy“ dient auf Lamu meist als Fremdbezeichnung für „Dhow-Captains“, deren Crew oder die Triporganisatoren. Allerdings wird der Begriff nicht einheitlich verwendet. Meist impliziert

Kulturelle Verhaltensgebote und -verbote sowie Ideale werden also in der Realität nicht uneingeschränkt befolgt. Viel mehr werden sie je nach Situation und betroffenem Individuum auch gebrochen und als Grenzmarker der eigenen ethnischen Identität temporär oder auch permanent für die betroffene Person irrelevant. Der Tourismus und die zahlreichen Möglichkeiten damit Geld zu verdienen und den eigenen sowie den Lebensunterhalt der Familie zu sichern, sind also für eine individuelle Deaktivierung eines Grenzmarkers der eigenen ethnischen Identität mitunter ausschlaggebend. Die eigene ethnische Identität löst sich dadurch jedoch nicht auf, wie die zuvor zitierte Interviewpartnerin zeigt, die sehr vehement eine Swahili-Identität für sich beansprucht. Die Grenzen zu anderen ethnischen Gruppen werden dann jedoch anderswo gezogen.

Betrachtet man nun die von den InterviewpartnerInnen angeführten Gründe für die große Häufigkeit der Giriama im Hotelsektor, so lassen sich ebenfalls gewisse Schwerpunkte feststellen. Ein Swahili assoziiert Giriama mit „Dienern“ und begründet deren Dominanz in der Branche mit der „Rückständigkeit“ ihrer Herkunftsregion, welche sie zu billigen Arbeitskräften für „niedere“ Arbeiten macht (Int. 22: 143; vgl. Int. 13: 392 ff.; Int. 16: 220). Drei der interviewten Swahili sind zudem der Meinung, dass die ethnische Gruppe der Giriama im Hotelsektor so stark vertreten ist, weil sie eine Vorliebe für diese Art von Arbeit hegen, beziehungsweise sie Teil ihrer Kultur ist (Int. 19: 428 ff.; Int. 20: 288 ff.; Int. 4: 189). Ein Giriama-Interviewpartner, der selbst als Barkeeper und Kellner in einem Hotel arbeitet, begründet die Präsenz der Giriama in diesem Sektor in positiver Art und Weise mit ihrer Spezialisierung und Erfahrung im Tourismussektor: *„it's like the Giriamas, we are aware of the restaurants, the hotels, the community of the Swahili they are aware of the sea“* (Int. 2: 198).

Neben den Giriama werden auch die Kikuyu mit der Hotelbranche in Verbindung gebracht, wobei gleichzeitig auch festgestellt wird, dass diese meist nur für eine gewisse Zeit in Hotels arbeiten. Verantwortlich macht ein Interviewpartner hierfür das Streben der Kikuyus nach Selbstständigkeit, das einer Langzeitanstellung entgegen steht (Int. 2: 170).

Auffallend ist im Allgemeinen, dass die Mehrheit der InterviewpartnerInnen für die Erklärung der Dominanz der Giriama und die Abwesenheit der Swahili im Hotelsektor in erster Linie kulturelle Argumente heranzieht, während Sachzwänge wie Armut und die im Vergleich mit den Swahili größere Marginalisierung der Giriama eher im Hintergrund stehen.

der Begriff eine „intensive“ Befassung mit TouristInnen sowie eine Suche nach neuen Aufträgen am Strand oder an der Uferpromenade (Siehe Abschnitt 6.2.2.6, S. 78).

6.2.2.1.3 Der Stellenwert von ethnischen Kriterien für die Anstellungspolitik von Hotels und Gästehäusern

Wie der vorherige Abschnitt gezeigt hat, werden bestimmte Tätigkeiten und berufliche Kompetenzen mit bestimmten ethnischen Gruppen assoziiert. Zudem sprechen auch die gesammelten Erfahrungswerte von HoteleigentümerInnen eine klare Sprache. Die Hotelbefragung hat beispielsweise gezeigt, dass mit bestimmten ethnischen Gruppen im Hotelsektor verstärkt negative oder positive Erfahrungen assoziiert werden. Schlechte Erfahrungen wurden in erster Linie mit Kikuyu (60 %), und an zweiter Stelle erst mit Swahili (20 %) und Kamba (20 %) gemacht. Inhaltlich beziehen sich die Hotels bezüglich der schlechten Erfahrungen mit Kikuyus auf Falschheit und betrügerische Aktivitäten, wobei die damit verbundene fehlende Vertrauenswürdigkeit auch erwähnt wird. Bei den Kamba wird letzteres ebenfalls bemängelt. Dagegen wird bei den Swahili deren angebliche Faulheit, die Abneigung von niedrigeren Arbeiten und ihre bessere Eignung als Geschäftsinhaber betont. In Bezug auf die positiven Erfahrungen beziehen sich 78 % auf die Giriama. Sie werden von den Befragten als harte, fleissige und zum Teil vertrauenswürdige ArbeiterInnen beschrieben (Siehe Abb. 33 und 34, S. 157; Fragebogen-Hotels: Frage15c, 16c).

Ob die beschriebenen Erfahrungen der Hotels mit einzelnen Ethnien letzten Endes auch deren Anstellungspolitik beeinflussen, konnte anhand der Aussagen der HoteleigentümerInnen nicht festgestellt, aber auch nicht ausgeschlossen werden. Allerdings zeigte sich, dass zwei Hotels diesem Thema sensibel gegenüber stehen. Beispielsweise hält ein Eigentümer eines Gästehauses es für wichtig, dass auf Lamu alle ethnischen Gruppen vom Tourismus profitieren können: *„I feel it's fair and health for all the ethnic groups in the locality to benefit from tourism industry* (Fragebogen-Hotels: Frage14b). Ein Hotel in Shela, das aufgrund seiner kultursensiblen Vorgangsweise einen relativ guten Ruf in der lokalen Bevölkerung genießt, betont, dass sie versuchen, wo es die Religion erlaubt, auch lokale Swahili anzustellen. Aufgrund der Religion sind jedoch fast alle KellnerInnen und Barkeeper Giriama oder Kikuyu: *„We have always endeavored to employ local Swahili staff in departments which their religious beliefs allow. [Nevertheless] Many if not almost all waiting / bar staff are Giriama and Kikuyu“* (Fragebogen-Hotels: Frage14b).

6.2.2.2 Touristische Restaurants und Cafés

Die Hotelbranche ist nur schwer von den Gaststätten abzugrenzen, denn touristische Restaurants und Cafés sind des Öfteren auch Teile von Hotels. Die Hotels „Lamu Palace“ sowie „Petley's Inn“ sind Beispiele für Hotels, in welchen touristische Bars, Restaurants und sogar Pubs integriert sind. Darum werden an dieser Stelle auch in Hotels integrierte Restaurants und Cafés zusammen mit den touristischen Gaststätten, die unabhängig von einem Hotel existieren, betrachtet. Vergleicht man die beiden Restaurant- und Cafés-

tings, so fällt auf, dass die ethnische Verteilung sich zwar ähnelt, aber unterschiedlich gewichtet ist. Während in den touristischen Restaurants, die zu Hotels dazugehören, die Giriama sehr eindeutig in der Mehrzahl sind, gefolgt von den Kikuyu, Kamba und bei den KöchInnen den Swahili, so ist dies bei den touristischen Restaurants und Cafés, die unabhängig von einem Hotel bestehen, etwas anders. Im Gegensatz zu den Hotelrestaurants und -cafés sind in den Restaurants und Cafés außerhalb von Hotels fast gleich viele Giriama wie Kikuyu beschäftigt. An dritter Stelle stehen mit einigem Abstand die Swahili (Siehe Abb. 25, 26, 35, ab S. 155). Zurückzuführen könnte dieser Umstand darauf sein, dass die Kikuyu nach Meinung vieler InterviewpartnerInnen die Selbstständigkeit bevorzugen. Auf Lamu ist es wesentlich leichter sich mit touristischen Restaurants und Cafés selbstständig zu machen als mit Hotels, da letztere mehr Kapital oder Immobilienbesitz voraussetzen. Wie Alltagsgespräche und Restaurantbesuche aufzeigten, stehen einige Restaurants und Cafés auch tatsächlich in Besitz von Kikuyus bzw. werden von diesen gepachtet. Die zuvor genannte Interpretation bezüglich der vergleichsweise hohen Anzahl von Kikuyus erscheint daher wahrscheinlich. Leider kann sie hier jedoch nicht weiter belegt werden, da in der mündlichen Befragung nur die Gesamtzahl der MitarbeiterInnen und EigentümerInnen erfasst wurde.

Im Bezug auf die geringe Repräsentation der Swahili sowie die Präsenz der Giriama in diesem Bereich sind die Begründungen der InterviewpartnerInnen ähnlich gelagert wie jene für den Hotelsektor. Swahili würden aus Sicht eines Swahili-Bajun-Interviewpartners generell nicht in einem Restaurant arbeiten: *„IF we work in the restaurants, it means [...] you don't know how to work in the sea, and you don't know how to carpenter - another job with the building the house, and like that yeah, and most of the our tribe, don't work in the restaurant“* (Int. 21: 215). Dieser Meinung nach arbeiten die Swahili also nur in diesem Bereich, wenn sie der kulturell tradierten Tätigkeiten der Swahili wie der Arbeit auf dem Meer und der Tischlerei nicht fähig sind. Auch das ungeliebte Anstellungsverhältnis wird als Hindernis angesprochen: *„But Swahili usually he don't want that work. He want to using himself. Aha. Like myself we don't want to, myself to go to work in restaurant. If I'm going there, we don't want to waiter, I want to stay with cachier“* (Int. 20: 396). Ein Giriama begründet die Dominanz der eigenen Ethnie in diesem Sektor wiederum mit deren Spezialisierung in diesem als auch im Hotelbereich (Int. 2: 198).

Bezüglich der Führung der Restaurants und Cafés, welche in kein Hotel integriert sind, fällt auf, dass sie unabhängig von der ethnischen Zugehörigkeit ihrer EigentümerInnen und PächterInnen fast alle keinen Alkohol ausschenken und während des Fastenmonats Ramadhan nur am Abend geöffnet sind. Ausnahmen können Restaurants und Cafés bilden, die in Häusern situiert sind, die keinen Swahili gehören, wobei auch in diesen Fällen häufig Rücksicht auf die Befindnisse der lokalen Swahili beziehungsweise deren Religion genommen wird. Ein Kikuyu-Cafébesitzer erklärte mir beispielsweise, dass er sein Café während des Ramadhans nur geöffnet halten kann, da der Hauseigentümer kein

Swahili, sondern ebenfalls Kikuyu sei. Außerdem würde er das Café nur geöffnet halten, da es im 1. Stock eines Hauses liegt, nicht von draußen einsehbar ist und daher die lokalen Swahili nicht verärgern oder ihnen das Fasten erschweren kann. Restaurants und Cafés, die fast ausschließlich von TouristInnen oder Expatriates frequentiert werden, und in den meisten Fällen in ein Hotel integriert sind, bieten jedoch sehr wohl ganztägig Essen während des Ramadhans an, was von der lokalen Swahili-Bevölkerung auch akzeptiert zu werden scheint. Der Islam der auf Lamu dominant ist und gleichzeitig auch als wichtiger ethnischer Grenzmarker für viele Swahili fungiert, hat demnach einen wichtigen Einfluss auf die Tätigkeiten von Restaurants und Cafés sowie auf ihre MitarbeiterInnen. Aber obwohl in den meisten Restaurants und Cafés, die an kein Hotel angeschlossen sind, kein Alkohol ausgeschenkt wird und man keine Uniform tragen muss, sind trotzdem nur relativ wenige Swahili-Frauen und Männer darin beschäftigt. Für die vergleichsweise geringe Zahl an Swahili in diesem Bereich sind offensichtlich neben der Religion in erster Linie auch deren kulturellen Vorstellungen und Ideale ausschlaggebend.

6.2.2.3 Touristische Boutiquen, Silberschmuckgeschäfte und Tischlerwerkstätten

Unter touristischen Boutiquen werden in dieser Arbeit jene kleinen Geschäfte auf der Haupt- und Uferstraße verstanden, die sich mit ihrem Produktangebot an TouristInnen wenden und unter anderem Kikois, Taschen sowie Hosen aus Kikois, Kangas, Röcke aus bunten afrikanisch anmutenden Stoffen, Bao-Spiele, Ansichtskarten und Holzschatullen anbieten. Diese kleinen Geschäfte werden in dieser Arbeit als „Boutiquen“ bezeichnet, nachdem sie auf Englisch in Lamu ebenfalls „boutiques“ genannt werden. Die lokale Bevölkerung ist sich hinsichtlich der ethnischen Zugehörigkeit der MitarbeiterInnen und EigentümerInnen dieser Geschäfte nicht einig. Während manche eine Mehrzahl von Swahili in diesen Boutiquen verorten, glauben andere, dass vor allem Personen von „upcountry“, wie die Kikuyu, oder die Giriama von der Küste in diesem Bereich tätig sind (vgl. Int. 11: 140-142; Int. 15: 221; Int. 19: 424). Wiederum andere betrachten Boutiquen wiederum als eher multiethnischen Arbeitsbereich, in welchem unterschiedliche Ethnien vertreten sind. Ein Swahili-Bajun begründet dies damit, dass Boutiquen so kleine Geschäfte sind, sodass sie jeder eröffnen und besitzen kann. Allerdings sieht er nach wie vor die Swahili-Bajun in der Mehrzahl (Int. 16: 244; vgl. Int. 17). Die Ergebnisse der mündlichen Befragung von drei Viertel aller derartigen Boutiquen auf Lamu bestätigen diese Einschätzung. Die Swahili - sowohl Männer als auch Frauen - sind demnach am häufigsten in diesen Geschäften vertreten, gefolgt von Giriama und Kikuyu (Siehe Abb. 36, S. 158).

Neben den Boutiquen gibt es auf Lamu auch drei Silberschmiede, in deren Geschäften man Silber- und Goldschmuck erwerben kann. Diese Geschäfte werden genau wie die Boutiquen häufig von Reisenden frequentiert, da besonders der Silberschmuck bei TouristInnen sehr beliebt ist. Diese Geschäfte befinden sich alle drei im Eigentum von Swahili, wobei zwei davon im Besitz zweier Brüder, die sich als Araber bezeichnen, sind.

Die beiden haben ihr Handwerk wiederum beim Vater des dritten Silberschmieds gelernt. Angeschlossen an die Silberschmuckgeschäfte sind meist auch Werkstätten, in denen noch weitere Personen arbeiten. Diese sind unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit. Neben den Swahili als Eigentümern sind sowohl Giriama als auch Pokomo als Angestellte in diesem Arbeitsfeld tätig (Siehe Abb. 37, S. 158).

Des Weiteren gibt es auf Lamu einige Tischlerwerkstätten mit angeschlossenen Verkaufsräumen, welche in erster Linie selbst produzierte und geschnitzte Artikel aus meist dunklem Holz verkaufen. Die Produkte werden dabei aus lokalem Material und mit traditionellen Swahili-Techniken hergestellt. Zu den beliebtesten Objekten bei TouristInnen zählen mit Ornamenten verzierte Türschilder, kunstvolle Bao-Spiele und kleine Schatullen. Die Tischlerwerkstätten produzieren allerdings primär für den lokalen Markt und verkaufen unter anderem auch Möbel und Türen. Hinsichtlich der ethnischen Zugehörigkeit hat die Befragung kommerzieller AkteurInnen in Lamu gezeigt, dass in den Tischlerwerkstätten überwiegend Swahili (inklusive jener Personen, die sich als Araber oder Bajun bezeichnen) aktiv sind, gefolgt von Kikuyu und erst mit einigem Abstand Giriama (Siehe Abb. 39, S. 159). Dies ist kaum überraschend, nachdem die Holzbearbeitung wie schon erwähnt zu den traditionellen Tätigkeiten der Swahili zählt. Diese Form der Handwerkskunst und vor allem die elaborierten Schnitzereien und Ornamente sind mit einer Identität als Swahili eng verbunden (vgl. Int. 21: 215). Der Großteil der Kikuyu und Giriama in dieser Branche ist nicht selbstständig tätig, sondern bei Swahili angestellt.

6.2.2.4 „Curio Shops“, Straßenstände und die „Künstler“ vom Mainland

Neben Boutiquen, Schmuckgeschäften und Tischlerwerkstätten existieren auf Lamu noch weitere Orte, an welchen Souvenirs und sonstige Kuriositäten an TouristInnen verkauft werden. Es gibt unter anderem mehrere kleine „Curio Shops“ - so nennen sich auf Lamu Souvenir- und Kunsthandwerksläden - und zahlreiche Straßenstände. Jene Personen, die für ihre eigenen Läden und Straßenstände aber auch für Boutiquen und Curio Shops von Anderen, Kunsthandwerk herstellen, bezeichnen sich selbst häufig als „Artists“ beziehungsweise werden auch von anderen als solche identifiziert. Sie bilden mittlerweile einen integralen Teil des touristischen Stadtbildes. Die Straßenstände befinden sich dabei an der Hauptstraße oder am Stadtende auf dem Weg nach Shela. Die kleinen Geschäfte und Workshops, wie zum Beispiel das Culture Studio, sind häufig im Straßenwirrwarr der Stadt verborgen, wobei Wegweiser aus Holz helfen sie zu lokalisieren. Viele der „Künstler“ tragen Dreadlocks und sehen sich als Rasta beziehungsweise werden von anderen häufig als solche bezeichnet.

Wie die Befragung touristischer Unternehmen auf Lamu zeigt, sind in den Curio-Shops die Swahili im Allgemeinen in der Unterzahl⁹. In allen Souvenirläden und bei den Straßenständen sind die Kikuyu eindeutig in der Mehrheit, mit einigem Abstand gefolgt von

⁹Nur in einem einzigen Curio-Shop, der sich als Galerie bezeichnet, waren mehrheitlich Swahili tätig.

den Kamba und Giriama (Siehe Abb. 38, S. 158). Dieses Ergebnis stimmt auch mit der Einschätzung der ethnischen Verteilung in diesem Bereich durch die lokale Bevölkerung überein (vgl. u.a. Int. 20: 308; Int. 1: 118; Int. 16: 262; Int. 13: 171). Die Ursache für die große Zahl an Kikuyu in diesem Sektor wird darin gesehen, dass sie bei ihrer Ankunft keine besseren Einkommensmöglichkeiten auf Lamu haben. Nachdem sie nicht segeln können und die Arbeit in Hotels, Gäste- oder Privathäusern tendenziell eher ablehnen, da sie gerne unabhängig sein wollen, ist die Kunst und das Handwerk eine gute Option, sich in einer Tourismusregion ein Einkommen zu sichern (vgl. Int. 16: 254).

Bestimmte Produkte werden dabei häufig von Angehörigen einer bestimmten Ethnie produziert, wie ein Kikuyu-Künstler feststellt. Kikuyus arbeiten am häufigsten mit Kokosnüssen, Kamba und Swahili mit Holz und Maasai mit Perlen: *„with wood, wood carving, ah of the doors, windows, dhows, those are Swahilis. About ah the, the coconut, those are mainly Kikuyus [...] yeah about necklaces and ah bangles [...] those are Maasai, they use beads, yes [...] The Kambas, there's just carving“* (Int. 3: 264-268)¹⁰.

Besonders interessant ist, dass sich Kikuyus auf die Bearbeitung von Kokosnüssen spezialisiert haben, obwohl in ihren Herkunftsregionen im kenianischen Inland keine Kokospalmen heimisch sind. Sie stellen aus diesem Material diverse Gegenstände her: vom Armreifen bis zur Teekanne. Diese Techniken werden auch an „Lehrlinge“ weitergegeben, die meist ebenfalls Kikuyu sind, manchmal aber auch anderen ethnischen Gruppen angehören (vgl. Int. 17: 42; Int. 3: 24 ff.).

Neben der Herstellung genannter Produkte aus Kokosnüssen malen die Kikuyu-Künstler unter anderem auch Postkarten und Bilder mit Swahili-Motiven wie Dhows oder Frauen im Buibui (Siehe Abb. 41, S. 159). Sie preisen ihre Produkte aber im Allgemeinen nicht als „Original Swahili-Art“ an, obwohl dies aufgrund der Betonung der Swahili-Kultur vor Ort und im touristischen Diskurs naheliegend wäre. Ebenso verkaufen sie die Kunsthandwerksprodukte aus Kokosnuss nicht als „Kunst der Kikuyu“. Sie verkaufen ihre Werke generell ohne Hinweis auf ihre eigene ethnische Herkunft oder derjenigen ihrer Produkte. Nur bei manchen spezifischen Gegenständen wie Perlarmbändern wird manchmal darauf verwiesen, dass dies „Maasai-Kunst“ sei.

Generell arbeiten besonders die Kikuyu-Artists häufig in Gruppen (Int. 19: 460 ff.; Int. 1: 114). Manchmal gesellen sich auch Kamba oder Giriama zu den verschiedenen Gruppierungen. Ihre Straßenstände liegen meist nah beieinander, um sich gegenseitig zu unterstützen und die Geschäfte anzukurbeln. Ein etwas älterer Kikuyu-Künstler, der bereits in den 1990er Jahren als Künstler nach Lamu kam, und in erster Linie Bilder malt, stellt fest, dass die meisten Künstler, die nach Lamu kommen, in ihrer jeweiligen

Dieser Laden zählt zur höheren Preisklasse und die Produkte werden nicht selbst hergestellt. Ansonsten ist nur noch ein weiterer Swahili in dieser Branche aktiv.

¹⁰Die Swahili-Tischler werden aus dieser Perspektive ebenfalls als Künstler betrachtet, obwohl sie im allgemeinen englischen Sprachgebrauch vor Ort nicht „artist“, sondern „carpenter“ genannt werden.

Gesellschaft Außenseiter waren und sich auf Lamu dann zusammenschließen, um besser überleben zu können:

„Most they are people who did not fit in their society and are a little bit rebellious. So when they meet in the streets, they are like coming from the same background and I would say they survive together [...] like the punks in Europe. And so they survive together in these groups. And they make art for survival“ (Int. 1: 104).

Diese Gruppen bilden ihr eigenes Sicherheitsnetz und kommen sich bei Konflikten gegenseitig zu Hilfe (vgl. Int. 3: 42). Dies konnte ich im Rahmen meiner Feldforschung einmal beobachten, als es zu einer Auseinandersetzung zwischen einem betrunkenen Kikuyu-Künstler und einem Swahili gekommen ist. Andere Kikuyu-Künstler eilten sofort herbei, um sich im Konflikt auf die Seite des Kikuyu zu schlagen.

Die Kikuyu-Artists fühlen sich von der lokalen Swahili-Bevölkerung aber auch von der Lokalregierung diskriminiert, wie die folgende Aussage eines Interviewpartners illustriert:

„You go to the town centre where business is high and then the town council move you from the street. You come this side again, you are removed. We have been moving from the new jetty, we have been coming, coming, coming, coming like now we are here. Maybe tomorrow we will be in the sea there“ (Int. 3: 152).

Durch die Vertreibung mancher Künstler an den Stadtrand würden ihre Geschäfte gefährdet, da hier nur wenige TouristInnen vorbei kommen. Diese Maßnahme scheint sich allerdings nicht gegen eine bestimmte ethnische Gruppe zu richten, sondern könnte mit dem Alkoholkonsum mancher Künstler im Zusammenhang stehen, der vielen Swahili ein Dorn im Auge ist. Der Kikuyu-Künstler nennt als Begründung für das Vorgehen der lokalen Swahili als auch der Stadtregierung den größeren Respekt der Swahili gegenüber der eigenen Gruppe als gegenüber jenen, die nach Lamu migrieren. Wenn sich die Künstler dagegen auflehnen, reagieren die Swahili jedoch nicht, da sie den (physischen) Kampf meiden würden: *„But when, we become courageous and then nothing happens, they [Swahili] don't fight. Yeah, they don't fight“ (Int. 3: 60).* Aufgrund dieser gefühlten ethnischen Diskriminierung wollten einige Kikuyu-Künstler bereits eine eigene „Kikuyu Association“ gründen, wie ein Kikuyu, der jetzt als Kellner in einem Restaurant arbeitet und selbst in seiner Anfangszeit auf Lamu als Künstler gearbeitet hat, erzählt:

„One day this is someone coming from the other side [...] there is some guys, I think some of them are still here around, selling postcards and stuff, that crew. And they were like, coming to me quite a while ago, and they were like oh you know Rasta, this Swahilis they are discriminating against us so we need to form a Kikuyu Association and this and that. I was like guys, listen, you walk around drunk at 10 in the morning, even back home where you come from you will not get any respect. You don't shower, you hustle everybody around, back home you would not get any respect. In the meantime you are living in a house which is rented by a Swahili. You draw a postcard, a picture of a mosque and a Swahili woman, you sell that to make

6.2 Die Struktur der lokalen Tourismuswirtschaft

a living. You are living from the Swahili culture. On top of that you walk around like drunk in a Muslim town. Yeah of course you won't get respect, of course not. And on top of that, instead of thinking about forming a Kikuyu association you should think about bigger African association, educate each other about how to become bigger and not smaller“ (Int. 17: 388).

Dieser Interviewpartner führt als Kikuyu die Ablehnung dieser Gruppe von Künstlern durch die Swahili nicht auf deren ethnische Zugehörigkeit zurück, sondern auf ihr unangepasstes Verhalten und spricht sich für eine breitere Identität als „Afrikaner“ aus, die er im Übrigen auch für sich selbst beansprucht.

Trotz des Diskriminierungsgefühls von Seiten der Kikuyu-Künstler, scheinen die lokalen Swahili, die befragt wurden, diese Gruppe im Allgemeinen zu akzeptieren, auch wenn eine gewisse Ambivalenz zu beobachten ist und manche sie für eigenartig, ihr Verhalten für unangebracht halten und sie sich keine Freundschaft mit ihnen vorstellen könnten (vgl. Int. 10: 296 ff.; Int. 16: 314). Auch das Vertrauen und die Akzeptanz gegenüber den Kikuyu-Künstlern ist geringer als gegenüber Künstlern anderer ethnischer Zugehörigkeit. Kritik wird vor allem am Alkoholkonsum der Kikuyu-Künstler geübt (vgl. Int. 19: 454). Dass viele der Künstler sogenannte „Rasta“ sind, Dreadlocks haben und Reggae-Musik hören, ist für die lokale Bevölkerung kein Problem, da mittlerweile auch die Swahili-Jugendlichen das Rasta-Sein für sich entdeckt haben¹¹: *„nowadays even their sons are having Rastas. Even the beach boys they are having Rastas now. So, every house, every home has a Rasta. So now at least we have peace. But before it was bad“ (Int. 3: 334).* Trotz der ambivalenten Einstellung mancher Swahili gegenüber dieser Gruppe kommt es dennoch manchmal zu Kooperationen. Manche Swahili bieten beispielsweise Produkte der Kikuyu-Künstler in ihren Geschäften an oder verwenden ihre Produkte als Accessoires für ihre eigenen Artikel.

Die lokale Bevölkerung scheint sich zudem sehr wohl dessen bewusst zu sein, dass diese Kikuyu-Künstler, die sich schlecht benehmen, in ihren jeweiligen Gesellschaften ebenfalls Randgruppen darstellen. Daher wissen sie, dass ihre Verhaltensweisen nicht auf die gesamte ethnische Gruppe übertragbar sind. Vermutlich wird diese Differenzierung durch ihr Aussehen als Rastafari, wodurch sie sich von der Mehrheit der Kikuyus stark unterscheiden, erleichtert. Dies bedeutet jedoch nicht, dass in Konflikten und in den gegenseitigen Beziehungen Ethnizität nicht aktiviert wird. Von Seiten der Swahili als auch der Kikuyu-Künstler wird Ethnizität sehr wohl aktiviert. Wie die Aussagen der Interviewpartner zeigen, wird eine als ungerecht wahrgenommene Behandlung häufig zunächst einmal insbesondere nach außen hin mit ethnischer Diskriminierung erklärt. Diese Überlegung führte offensichtlich auch zur Idee, dieser Diskriminierung durch die Gründung einer Kikuyu Association zu begegnen.

¹¹Es hat sich jedoch keine gemeinsame Rasta-Subkultur zwischen den Swahili-Rasta und den Kikuyu-Rasta auf Lamu herausgebildet, sondern vielmehr bleiben die Künstler und die jungen Swahili für sich.

6.2.2.5 Stadtführungen

Als Stadtführer auf Lamu arbeiten in erster Linie Swahili (Int. 16: 236; Int. 2: 222; Int. 14: 145). Nach Meinung zweier Kikuyu-Interviewpartner werden als offizielle Guides, welche mit einer Lizenz und einem Schild ausgestattet sind, auch nur Swahili zugelassen:

„And in that context THEY are quite aggressive in that business, especially tourist business, because I have found them putting of all the other who don't come from that place. It is very difficult if you don't come from here to become a tour guide [...] You could be very well educated, you could have learned all the histories of Lamu, but when you go to their committee, they see they don't need somebody who is not from here“ (Int. 1: 122; vgl. Int. 3: 282 ff.).

Die Swahili beanspruchen also durch ihre historische Verbundenheit mit dem Ort Lamu ein Monopol auf Stadtführungen. Informell bieten aber auch andere Personen, die keine Swahili sind, wie zum Beispiel Giriama, Stadtführungen an (vgl. Int. 2: 222). In gewisser Weise wird dieses Monopol von den befragten Personen anderer ethnischer Zugehörigkeit auch akzeptiert, da sie Lamu als Stadt der Swahili sehen, wo diese das Sagen haben: *„It's their land [...] They cannot allow [...] Furthermore, furthermore they are the owner of the town, so they know the town. So they know how to guide, they know the history“ (Int. 3: 284-290; vgl. Int. 2: 232).*

6.2.2.6 Dhow-Captains, Crew und Triporganisatoren

Kapitäne, ihre „Crew“ sowie die „Trip“-Organisatoren zählen zu jenen Personen, mit welchen man auf Lamu häufig zusammentrifft und bei einem mehrtägigen Segel-Turn auch mehrere Tage miteinander verbringt. Die Triporganisatoren fahren unter anderem meist auch als Köche oder Crew auf den Segelturns mit und bekommen Kommission (vgl. Int. 16: 232).

Dhow-Captains als auch Crew sind generell mehrheitlich Swahili, wobei vor allem Swahili-Bajun dieser Art von Arbeit nachgehen: *„the local they go offering trips, excursions by dhows. That's how they do when they get the travellers [...] because that's what they are very much into. Most of them they are Swahilis“ (Int. 13: 167; vgl. Int. 17: 308; Int. 13: 167; Int. 16: 42 ff.; Int. 1: 90).* Aber auch andere Ethnien wie die Kikuyu oder Giriama finden vor allem als Crew-Mitglieder, nicht jedoch als Dhow-Kapitäne, nach und nach Einzug in diese Branche (vgl. Int. 21: 25-27; Int. 19: 412 ff.; Int. 4: 156).

Die Dominanz der Swahili in diesem Sektor wird mit deren Spezialisierung und Know-How in diesem Bereich erklärt:

„it's like the Giriama, we are aware of the restaurants, the hotels, the community of the Swahili they are aware of the sea, that's why you see there are many boats in Lamu and all these captains are Swahili, because they know if this channel is flooded of water, they can use this channel. So they are aware of the sea“ (Int. 2: 198).

Laut einem Swahili-Bajun kann man zudem auch nur Kapitän werden, wenn man in der Region geboren wurde, denn die Arbeit auf See setzt eine ganze Menge an Expertise voraus, welche in erster Linie die Swahili besitzen (Int. 16: 228 ff.).

In Bezug auf die Triporganisatoren, die in manchen Fällen gleichzeitig auch „Kapitäne“ sein können, ist festzustellen, dass hier eine größere ethnische Heterogenität herrscht, was damit zu tun hat, dass dieser Arbeitsbereich weniger spezifische Kenntnisse erfordert wie die Arbeit auf einer Dhow.

Dhow-Captains und Dhow-Crew sind im Grunde genommen größtenteils Fischer. Für den Tourismus und dessen Zielgruppe haben sie sich jedoch zum prestigeträchtigeren „Captain“ ernannt. Auch die Mitglieder der Crew tragen häufig einen Kapitänsnamen. Die jungen Swahili-Kapitäne bezeichnen sich dabei selbst unter anderem als „Captain Banana“, „Captain Smile“, „Captain Fish Brain“, „Captain Rasta Baby“, „Captain Aloe Vera“ oder „Captain Happy“. Wenn einer der Kapitäne nach Europa ausgewandert ist, eignet sich meist schon bald ein anderer junger Mann, der noch ohne Spitzname ist, den Namen an. Aber nicht nur Kapitän und Crew sondern auch die Triporganisatoren verwenden des Öfteren einen Kapitänstitel, um bessere Geschäfte zu machen: *„I mean this people come from the mainland and they, they are not captain, they just pretend to be a captain. We are the captain [...] and then they give, they give the business to us, then I give them commission“* (Int. 21: 21). Die wahren Kapitäne seien also sie selbst - die Swahili. Als Fremdbezeichnung wird in Bezug auf die jungen Männer häufig das Wort „Beach Boys“ verwendet, wobei dieser Begriff zum Teil auch unterschiedlich verwendet wird. Die einen verwenden den Begriff nur für die Triporganisatoren, die keine Segler sind, während die anderen ihn für die gesamte hier beschriebene Gruppe anwenden. Meist impliziert der Begriff jedoch nicht nur eine berufliche Tätigkeit, sondern vor allem auch eine „intensive“ Befassung mit TouristInnen sowie eine Suche nach neuen Aufträgen am Strand oder an der Uferpromenade, wo Reisende gefragt werden, ob sie einen Dhow-Trip unternehmen möchten. Für manche der befragten Personen hat das Wort aber auch eine neutrale Bedeutung. Beispielsweise stört sich ein junger Dhow-Captain nicht daran, dass er selbst als „Beach Boy“ bezeichnet wird (Int. 4: 150).

Gegenüber den aus anderen Ethnien stammenden Neulingen in dem Sektor scheint es von Seiten der Swahili, für welche die Fischerei und das Segeln zu den traditionellen Arbeitsbereichen zählen, prinzipiell keine negativen Gefühle zu geben. Die meisten Swahili äußerten sich relativ neutral hierzu, wobei ein Swahili-Kapitän die drängende und aggressivere Arbeitsweise mancher Personen vom Festland, mit welchen Nicht-Swahili gemeint sind, kritisierte (vgl. Int. 21: 19-21). Außerdem konnte während der Feldforschung beobachtet werden, dass die Swahili-Segler anderen ethnischen Gruppen auf dem Schiff weniger als ihresgleichen zuzutrauen scheinen und diese auch anders behandeln. Das Konfliktpotential auf den Schiffen ist jedoch äußerst gering, da die anderen Ethnien von den Swahili momentan noch nicht als wirkliche Konkurrenz wahrgenommen werden.

Ihr Wissen über das Meer sichert ihnen gegenwärtig die absolute Vormachtstellung. Am ehesten sind kleinere Unstimmigkeiten innerhalb des Sektors zwischen Triporganisatoren unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit beobachtbar.

6.2.2.7 Kalkulierte Beziehungen und Sexarbeit

Um ein anderes Phänomen handelt es sich hingegen bei jungen Frauen, die nach Lamu migrieren, in der Hoffnung auf eine Beziehung mit einem Ausländer („mzungu“), der ihnen ein Visum oder Wohlstand verschaffen kann. Diese Frauen sollen nicht als Sexarbeiterinnen betrachtet werden, da sie sich selbst auch nicht als solche sehen. Nichtsdestotrotz assoziieren manche Personen aus der lokalen Bevölkerung diese Frauen auch mit Prostituierten. Zwischen den Versuchen junger Frauen, einen „mzungu“-Freund, der sie finanziell, aber auch auf andere Weise unterstützt, zu finden, und dem Verkauf des eigenen Körpers für Geld oder Geschenke, existiert häufig nur ein schmaler Grad.

Ein Swahili-Araber stellt fest, dass es sich bei diesen Frauen auf Lamu primär um Mitglieder von Upcountry-Ethnien handelt. Er verwendet zudem das Wort „work“ für die Bezeichnung der Suche nach einem Partner durch diese Frauen, was darauf schließen lässt, dass dieser Interviewpartner die Aktivitäten dieser Frauen zum Teil auch als Arbeit betrachtet:

„Like this Kikuyus or another ladies [...] the girls after they finished school, maybe Secondary School, they don't have jobs, so they want to come here to find some boyfriends, foreigner boyfriends, because they see some friends maybe they get the Americans or British or this and this, so they went there to Germany. So they come to advertise themselves [...] Looking for the mzungu to have a visa [...] Mainly it's upcountry tribes. You can see the Swahili, if the Swahilis they want to do like that, they are not doing openly [...] If you go around to the street at night, you'll see that in here in Petley's Inn, in another maybe disco, you can see which ladies yourself that are doing that work“ (Int. 19: 84-90).

Allerdings stellt der Interviewpartner nach Rückfrage klar, dass auch Männer auf der Suche nach ausländischen Partnerinnen sind. Sowohl die Partnersuche der Frauen als auch der Männer werden als problematisch betrachtet. Das Wort „work“ wird jedoch bei den Männern nicht verwendet. Die intime Involvierung von lokalen Swahili mit Ausländerinnen wird ganz im Gegenteil als Flucht vor der Arbeit betrachtet (vgl. Int. 19: 92).

Manche Frauen werden von den InterviewpartnerInnen eindeutig als Prostituierte identifiziert. Eine junge Kikuyu-Frau, ordnet diese Gruppe auf Lamu in erster Linie wiederum den Kikuyu, aber auch den Giriama zu. Zudem stellt sie fest, dass die Sexarbeiterinnen zum Teil noch relativ junge Mädchen seien (Int. 15: 111-125). Als Ursache für die vielen Kikuyus, die als Prostituierte arbeiten, betrachtet sie jedoch nicht die Armut, sondern das Bedürfnis nach mehr Besitz: *„They are not poor. Maybe you know, when they follow the, I mean, like me, if I see oh my friend is having a big house, so even me I would*

like to have that big house. So they are doing just like that“ (Int. 15: 127). Eine junge Swahili-Frau assoziiert Prostitution ebenfalls mit den Kikuyu und betrachtet sie sogar als zerstörerisch für die Stadt: *„For if you go night there you will see many Kikuyus are there. So they destroy Lamu once“* (Int. 8: 551).

6.2.3 Die ethnische Arbeitsteilung auf dem lokalen touristischen Arbeitsmarkt

Wie die vorhergehenden Ausführungen illustrieren, werden die verschiedenen touristischen Arbeitsbereiche auf Lamu von bestimmten ethnischen Gruppen besetzt. Die Durchführung von Segeltouren, die Herstellung von Produkten aus Holz oder Führungen durch die Stadt werden auf Lamu weitgehend von den lokalen Swahili abgedeckt. Die Gründe hierfür liegen unter anderem in der engen Verbindung der erstgenannten Tätigkeiten mit der Identität als Swahili, wobei die Arbeitsbereiche und Aktivitäten an die Bedürfnisse der TouristInnen angepasst wurden. Segeltouren werden beispielsweise im Rahmen des Tourismus nicht durchgeführt, um - wie früher - mit weiter entfernten Orten Handel zu treiben, sondern des Genusses wegen. Touristische Arbeitsfelder, wie die Arbeit als Reinigungskraft, Kellner/in, Chef de Cuisine oder Küchenhilfe in Hotels, Gastehäusern oder Restaurants, sind jedoch bei den lokalen Swahili aufgrund kultureller und religiöser Vorbehalte und der Präferenz für die Selbstständigkeit alles andere als beliebt und zählen daher traditionell nicht zu ihren Tätigkeitsbereichen. Sie fungieren ebenso wie Personen anderer Nationalität primär als Eigentümer oder Manager von Hotels und Gastehäusern.

Aufgrund dieser Abneigung der Swahili gegenüber den genannten Tätigkeiten und deren vergleichsweise größeren Wahlmöglichkeiten aufgrund besserer Besitzverhältnisse bieten diese Bereiche optimale Möglichkeiten für die Nicht-Swahili, die nach Lamu migrieren. Aus diesem Grund dominieren ethnische Gruppen wie die Giriama, Kikuyu oder Kamba in Hotels und Restaurants. Eine eindeutige Mehrheit bilden dabei die Giriama, was von Seiten der lokalen Bevölkerung zum Teil mit kulturellen Ursachen, von den Giriama selbst vor allem mit ihrer Spezialisierung erklärt wird. Diese Nicht-Swahili schlossen somit in der Hotel- und Restaurantbranche eine Lücke bei den Arbeitskräften. Parallel dazu findet man auch im Bereich der Souvenir- und Handwerkskunst eine ähnliche Entwicklung. Außer im Tischlergewerbe, das von den Swahili dominiert wird, gab es hier ebenfalls Domänen, die von den Swahili nicht abgedeckt wurden. In der Folge haben sich einige Nicht-Swahili-Migranten zu Künstlern entwickelt, die diverse Artikel aus unterschiedlichen Materialien für den touristischen Markt produzieren. Kikuyu sind dabei eindeutig in der Mehrzahl und haben sich vor Ort auf Basis der ethnischen Zugehörigkeit zusammengeschlossen, wobei diese Gruppen, was ihre Mitglieder sowie deren ethnische Zugehörigkeit betrifft, nicht rigide sind.

Die lokale Akzeptanz gegenüber den Nicht-Swahili-Arbeitskräften im Tourismussektor, die größtenteils aufgrund der vom Tourismus geschaffenen Arbeitsplätze und Möglichkei-

ten nach Lamu migrieren, ist generell vorhanden. Insbesondere die Präsenz der Giriama wird begrüßt. Diese neuen Arbeitskräfte werden von vielen - Swahili und Nicht-Swahili - als komplementäre Bestandteile des lokalen touristischen Arbeitsmarkts wahrgenommen und willkommen geheißen. Für den Bereich der Sexarbeit und Prostitution gilt dies jedoch nicht, da der gesamte Arbeitsbereich von der lokalen Swahili-Bevölkerung aber auch von anderen abgelehnt wird - unabhängig von der ethnischen Zugehörigkeit der SexarbeiterInnen. Einige Swahili erheben allerdings für sich den Anspruch, als einheimische Bevölkerung die ersten zu sein, welche vom Tourismus profitieren sollten (vgl. Int. 1: 122; Int. 3: 60 ff.). Zur Rechtfertigung der eigenen Präsenz auf Lamu ziehen Nicht-Swahili Argumente der nationalen Zugehörigkeit heran. Als KenianerInnen argumentieren sie, überall wo sie möchten, sein zu dürfen. Dabei werden auch die wirtschaftlichen Vorteile für den Ort angeführt, da die Swahili gewisse Tätigkeiten nicht übernehmen möchten beziehungsweise zu wenig qualifiziert dafür seien (vgl. Int. 14: 55, 71). Gleichzeitig bezeichnen sie an anderer Stelle in den Interviews Lamu sehr wohl als „Ort der Swahili“ (vgl. Int. 3: 282 f.; Int. 1: 122). Dies illustriert, dass viele KenianerInnen Orte einerseits noch mit einer bestimmten ethnischen Gruppe verbunden sehen, andererseits aber die wirtschaftlichen Erfordernisse eines modernen Nationalstaates diese kognitive Verbindung auf einer wirtschaftlichen Ebene durchbricht. Generell kann man jedoch feststellen, dass während anderswo der Wettbewerb auf dem lokalen Arbeitsmarkt sich aufgrund der billigen Arbeitskraft vieler MigrantInnen erhöht und sich häufig entlang nationaler oder ethnischer Grenzen Konflikte entwickeln, dies in Lamu im Tourismussektor nur in geringem Ausmaß zu beobachten ist. Der Wettbewerb scheint sich auf bestimmte abgesteckte Bereiche wie zum Beispiel bei den Boutiquen oder beim Tour Guiding und nicht auf den gesamten touristischen Arbeitsmarkt zu beziehen. Bei den Boutiquen, die in der Hand unterschiedlicher Ethnien sind, ist zwar eine gewisse Konkurrenz vorhanden, allerdings konnte ich während meiner Feldforschung diesbezüglich keine Aggressivität beobachten. Die lokalen Swahili-Boutiquenbesitzer akzeptieren im Allgemeinen die Tätigkeit von Personen anderer ethnischer Zugehörigkeit in diesem Bereich.

In der Gegenwart hat Ethnizität noch eine wichtige Funktion bei der Ordnung des lokalen touristischen Arbeitsmarktes. Die Swahili bleiben generell bei ihren gewohnten beruflichen Tätigkeiten, die zum Teil an die neuen Gegebenheiten im touristischen Kontext angepasst werden, während andere ethnische Gruppen die Lücken und Nischen am lokalen touristischen Arbeitsmarkt füllen.

6.2.4 Lokale Wertungen von ausländischem Unternehmertum und ungleichen Besitzverhältnissen

Personen anderer nationaler Zugehörigkeit sind auf Lamu vor allem auf der oberen Ebene des lokalen Arbeitsmarktes als EigentümerInnen und ManagerInnen von touristischen Unternehmen, insbesondere von Hotels aktiv. Die lokale kenianische Bevölkerung sieht

die wirtschaftlichen Aktivitäten von Personen anderer nationaler Zugehörigkeit auf unterschiedliche Art und Weise. Einerseits wird die Arbeitsplatzgenerierung als positiv hervorgehoben, andererseits werden Preissteigerungen, Geldrückflüsse sowie der Kauf von Lamu durch AusländerInnen kritisiert (vgl. u.a. Int. 15: 255; Int. 21: 123; Int. 7: 150; Int. 13: 123; Int. 8: 228; Int. 22: 77).

Auf Seite der Swahili ist Akzeptanz vor allem dann vorhanden, wenn die ausländischen Unternehmen kultur- und religionssensibel vorgehen und sich auch sozial engagieren. Andere Unternehmen, die durch den Betrieb einer lauten Disko, oder das Vorhaben ein Casino zu eröffnen, bekannt geworden sind, sind dagegen bei den lokalen Swahili alles andere als beliebt, da diese ihre Werte durch derartige Einrichtungen gefährdet sehen.

Indem sich Nicht-Swahili-MigrantInnen aufgrund unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit nicht mit der lokalen Kultur identifizieren, spielt eine kultursensible Vorgangsweise für sie naturgemäß eine geringere Rolle bei der Bewertung ausländischer UnternehmerInnen. Sie betrachten ausländische UnternehmerInnen aus einem anderen Blickwinkel. Da die Arbeitsplatz- und Einkommensschaffung durch diese Geschäftsleute in diesem Fall in den Vordergrund rückt, wird ihre Anwesenheit auf der Insel positiv bewertet.

6.3 Touristische Repräsentationen

„Neue“, aber auch „alte“ AkteurInnen aus der lokalen Tourismuswirtschaft tragen bewusst oder unbewusst dazu bei, zusammen mit Institutionen wie dem kenianischen Staat, der Lokalregierung, der UNESCO, aber auch den ehemaligen TouristInnen touristische Bilder und Repräsentationen entstehen zu lassen, wie dieser Abschnitt zeigen wird.

6.3.1 Die Konstruktion eines Weltkulturerbes und die Transformation der Stadt Lamu

In vielen Werbeprospekten und touristischen Darstellungen der Stadt Lamu wird häufig dessen Status als „Weltkulturerbe“ erwähnt. Folgende Ausführungen illustrieren, dass dieses Weltkulturerbe allerdings nicht „natürlich“ vorgegeben ist, sondern unter Beteiligung verschiedenster Institutionen mit unterschiedlichen Interessen konstruiert wurde.

6.3.1.1 Die Verleihung des Weltkulturerbestatus und die Rolle der UNESCO

Konservierungsbemühungen begannen in Lamu bereits in den 1970er Jahren. Damals war die Bevölkerungszahl im Steigen, wobei dies für die Altstadt mit ihren begrenzten Kapazitäten zu Problemen führte. In der Folge wurden viele Gebäude ausgebaut oder aufgestockt. Nachdem die traditionellen Baumaterialien sehr kostenaufwendig sind, verwendeten viele moderne Materialien. Der kenianische Staat wurde auf diese Aktivitäten aufmerksam und kommissionierte eine von der UNESCO gesponserte Studie im Jahr

1974. Lamu wurde schließlich im Jahr 1983 als nationales Monument anerkannt (UNESCO 2001: 25). Seither wurden alle baulichen Maßnahmen in der Altstadt gewissen Einschränkungen unterworfen. Diesen frühen Schutzbemühungen ist wohl auch der gute Erhalt der Stadt in der Gegenwart zu verdanken.

Den Höhepunkt dieser Schutzbemühungen bildete im Jahr 2001 die Verleihung des Weltkulturerbestatus an die Stadt Lamu durch die „United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization“ (UNESCO). Die Statusverleihung folgte einem formellen Antrag von Seiten des staatlichen Unternehmens der „National Museums of Kenya“ (NMK). Der Antrag wurde anschließend durch den Internationalen Rat für Denkmalpflege (ICOMOS) begutachtet, dieser sprach eine Empfehlung aus, welcher von der UNESCO Folge geleistet wurde (ebd.: 1, 137). Ausschlaggebend für die Eintragung als Weltkulturerbe waren folgende drei Kriterien:

- *„The architecture and urban structure of Lamu graphically demonstrate the cultural influences that have come together there over several hundred years from Europe, Arabia, and India, utilizing traditional Swahili techniques to produce a distinct culture.*
- *The growth and decline of the seaports on the East African coast and interaction between the Bantu, Arabs, Persians, Indians, and Europeans represents a significant cultural and economic phase in the history of the region which finds its most outstanding expression in Lamu Old Town.*
- *Its paramount trading role and its attraction for scholars and teachers gave Lamu an important religious function in the region. It continues to be a significant centre for education in Islamic and Swahili culture“* (ebd.: 1).

Demnach gilt Lamu als eine der ältesten und am besten erhaltenen Swahili-Städte, da hier die Tradition und Kultur noch immer einen großen Stellenwert hat. Damit steht die Stadt unter internationalem Schutz vor allem, das die Stadt zerstören oder ihren Status als Weltkulturerbe gefährden könnte. Generell hat Lamu als Weltkulturerbe einen Ansatz gewählt, der Konservierung mit Entwicklung vereinen soll. Den Menschen ist es somit erlaubt ihre Häuser minimal zu verändern oder zusätzliche Teile hinzuzufügen, wenn gewisse Voraussetzungen erfüllt werden (Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006: 6).

Die UNESCO ist aufgrund der Anerkennung Lamus als Weltkulturerbe zu einer der wichtigsten und einflussreichsten Organisationen in Lamu geworden. Sie ist bereits seit den 1970er Jahren auf Lamu präsent und hat seither zahlreiche Studien und Projekte zum Schutz der materiellen Struktur der Stadt mitfinanziert und mitgestaltet (UNESCO 2001: 25,40 f.). Die Entscheidung zur Einschreibung Lamus als Weltkulturerbe von Seiten einer internationalen Institution wie der UNESCO, welche als eine der obersten weltpolitischen Instanzen im Bereich der Kultur gilt, legitimierte Lamu erst als Ort mit

historischem und kulturellem Wert in den Augen der Weltöffentlichkeit, des Tourismus und der InvestorInnen. Dieser Status muss jährlich erneut bestätigt werden. Darüber hinaus gibt das „World Heritage Committee“ der UNESCO auch jährlich Empfehlungen an die involvierten Parteien ab, äußert gleichzeitig jedoch auch nachdrückliche Warnungen vor bestimmten Entwicklungen. Die UNESCO und der Titel des Weltkulturerbes bieten einerseits viele Chancen für die AkteurInnen des Tourismus, andererseits schränken sie diese in gewisser Hinsicht auch in ihrem Handlungsspielraum ein, da sie mit Verpflichtungen verbunden sind.

6.3.1.2 Die Rolle staatlicher AkteurInnen

Wie bereits angedeutet spielten staatliche AkteurInnen und insbesondere die National Museums of Kenya eine wichtige Rolle bei der Eintragung von Lamu als Weltkulturerbe. Leider geht aus den mir zur Verfügung stehenden Dokumenten nicht hervor, inwieweit die lokale und regionale politische Ebene, aber auch die lokale Bevölkerung und Zivilgesellschaft an der Entscheidung zur Antragstellung beziehungsweise der Formulierung des Antrags beteiligt waren. Da die National Museums of Kenya vor der Antragstellung an die UNESCO bereits mit dem Lamu County Council hinsichtlich des Managements und Erhalts der Altstadt von Lamu im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung zusammen arbeiteten, ist anzunehmen, dass das Lamu County Council auf lokaler politischer Ebene teilweise involviert war. Hinsichtlich einer Konsultierung der lokalen Bevölkerung finden sich jedoch keine Hinweise. Vielmehr scheint die Bevölkerung meist erst im Nachhinein über Infokampagnen hinsichtlich des Themas sensibilisiert und informiert worden zu sein (vgl. ebd.). So sind nicht alle Teile der lokalen Bevölkerung mit der aus der Deklaration resultierenden staatlichen Politik, die „Kultur“ beziehungsweise historische Artefakte präferenziell behandelt, und vor allem nicht mit der Ausweitung der Schutzzone einverstanden. Allerdings sind dies vor allem jene wohlhabenden Teile der lokalen Bevölkerung, welche zum Teil illegal Land zu Spekulationszwecken angekauft haben. Besonders die Dünengrundstücke in Shela sind hiervon betroffen (Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006).

Abgesehen von der Antragstellung übernehmen staatliche AkteurInnen eine gewichtige Rolle bei der Verwaltung und Erhaltung des Weltkulturerbes. Die Hauptverantwortung für Lamu als Weltkulturerbe befindet sich auf der oberen zentralstaatlichen Ebene beim „Ministry of State for National Heritage and Culture“. Allerdings obliegt die Managementverantwortung der lokalen Instanz des staatlichen Unternehmens der National Museums of Kenya - dem Lamu Museum - gemeinsam mit dem Lamu County Council. Die lokale Vertretung der NMK, in welcher auch viele Swahili vertreten sind, ist für das Tagesgeschäft des Weltkulturerbes, wozu beispielsweise die Projektimplementierung oder die Buchhaltung zählen, zuständig. Das Lamu County Council kontrolliert die Einhaltung der Gesetzgebung auf Lamu - einschließlich jener Gesetze, die Lamus Schutz als Welt-

kulturerbe wahren. Hierzu zählen insbesondere die Vergabe von Baugenehmigungen und die Überwachung der Einhaltung der Bauvorschriften (Lamu Museum 2009c). Allerdings scheinen die Zuständigkeiten noch nicht für alle Handelnden festgelegt und auch noch keine klaren Strukturen geschaffen worden zu sein. Ein Managementplan wurde bereits seit langem von der UNESCO für notwendig erklärt und angefragt, und war Mitte 2009 scheinbar kurz vor der Fertigstellung (UNESCO 2009b: 119 f.). Auf der lokalpolitischen Ebene finden sich im Bezug auf den Weltkulturerbestatus verschiedenen Stimmen. Manche sind beispielsweise für eine Ausweitung des Schutzgebietes im Rahmen der Welterbekonvention, manche sehen den Status als Weltkulturerbe zum Teil auch als restriktives Korsett, das Geschäftsinteressen sowie Entwicklung gefährdet und stehen einer Ausweitung des Schutzgebietes entgegen (Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006). Im Rahmen von Diskussionen bezüglich des Schutzgebietes nehmen manche LokalpolitikerInnen eine Schwächung der kulturellen Position Lamus sowie der Swahili zum Zwecke einer Stärkung und Vervielfältigung der wirtschaftlichen Möglichkeiten vor Ort in Kauf. Andere Swahili-LokalpolitikerInnen setzen wiederum stark auf Identitätspolitik und betonen den Faktor „Swahili“ - zum Teil auch mit dem Gedanken im Hinterkopf, dass damit Einkommen generiert werden kann.

In Bezug auf die Erhaltung des Weltkulturerbes scheint der Zentralstaat generell eher nachlässig zu agieren und zu wenig Budgetmittel freizumachen, was aus der Empfehlung der UNESCO aus dem Jahr 2009 hervorgeht. Diesbezüglich haben sich die National Museums bereits mit der Bitte um mehr Geld an den Staat gewandt (UNESCO 2009b: 119). Diese finanzielle Vernachlässigung kann in Zusammenhang mit einer allgemeinen politischen Vernachlässigung der Region in Zusammenhang gebracht werden (Siehe Abschnitt 3.3.3 S. 33). Der geplante Bau eines großen Hafens in der Region wird allerdings von vielen als ein Ende dieser Politik der Marginalisierung betrachtet, auch wenn der Bau des Hafens die gewachsene Kultur auf Lamu beziehungsweise auch den Weltkulturerbestatus gefährden oder verändern könnte (vgl. Oluoch 2009). Mit Hinblick auf den Status als Weltkulturerbe haben die National Museums einen Antrag an den Zentralstaat auf Involvierung in dem gesamten Planungsprozess für den neuen Hafen gestellt (UNESCO 2009b: 118 ff.). Dieser Antrag demonstriert divergierende Positionen zwischen dem Staat und den lokalen VertreterInnen der staatlichen National Museums of Kenya. Generell sind die Positionen des Staates und des Lamu County Councils eher ambivalent sind und zwischen wirtschaftlich und kulturell dominierten Überlegungen schwanken.

Darüber hinaus spielten auch noch diverse staatliche und nicht-staatliche Entwicklungsagenturen wie die EU, Norwegian Aid Agency (NORAD), Swedish International Development Agency (SIDA), Ford Foundation und die Regierung der Niederlande eine Rolle für die Transformation Lamus in ein Weltkulturerbe. Diese haben mit Projekten vor und nach der Deklaration als Weltkulturerbe zur Finanzierung und auch zur Unterstützung der Konservierungsbemühungen beigetragen. Ihre Rolle und der Einfluss,

den die jeweilige Organisationspolitik auf die Prozesse ausgeübt hat, sind jedoch nicht klar ersichtlich und bedürften einer genaueren Analyse. Aber die Art der Projekte, in welche die hier aufgezählten Staaten involviert sind, lassen eine Übereinstimmung der Entwicklungsinteressen mit jenen der UNESCO und der National Museums of Kenya erkennen: der Erhalt Lamus als kulturell einzigartigen Ort wird von allen angestrebt. Das oberste Ziel dieser Maßnahmen muss jedoch Seiten der staatlichen und nicht-staatlichen Entwicklungsagenturen nicht unbedingt der „Kulturerhalt“ per se sein, sondern könnte möglicherweise auch in der Stimulierung des Kulturtourismus und der wirtschaftlichen Entwicklung liegen.

6.3.1.3 Folgewirkungen der Statusverleihung

Über den Weltkulturerbestatus wird die Stadt Lamu als eine der ältesten und besterhaltenen Swahili-Städte dargestellt. Damit werden Lamu sowie die lokalen Swahili in der Hierarchie der Swahili-Städte und Swahili-Kultur ganz oben positioniert. Anderen Orten und Städten der Swahili-Welten wird damit in gewisser Weise ihre Authentizität und Swahiliness ein Stück weit abgesprochen. Sie werden als kontaminiert von diversen Einflüssen - des Westens oder des kenianischen Inlands - betrachtet. Darüber hinaus verschafft dieser Titel Lamu einen großen Wettbewerbsvorteil gegenüber den anderen Küstenstädten im Zusammenhang mit dem Tourismus. Die diversen Vermarktungsmöglichkeiten vervielfachen sich und die touristische Zielgruppe kann über diesen Status ausgeweitet werden. Auf regionaler Ebene wäre es vorstellbar, dass unter bestimmten Bedingungen aufgrund von beispielsweise Neid, kulturellen Minderwertigkeitsgefühlen oder einem Gefühl der wirtschaftlichen Benachteiligung auch Spannungen zwischen verschiedenen Städten entstehen. Ein Swahili-Bajun-Interviewpartner, der eine eigene Boutique besitzt, stellt beispielsweise fest, dass von den Leuten in Mombasa sehr wohl manchmal mit Neid von Lamus Beliebtheit bei TouristInnen gesprochen wird:

„So sometime people in Mombasa, you're feeling some little wrong in the heart [...] Why he [„mzungu“ / Weiße], he like so much than Mombasa? I say there we don't have robbery, there is polite, there is, there is ah some cultures, so more mzungu he like in the island. And people is friendly“ (Int. 20: 242).

Allerdings steht diese Äußerung nicht in direktem Zusammenhang mit dem Status Lamus als Weltkulturerbe. Abgesehen von dieser Äußerung gab es keine Anzeichen für eine mögliche Eifersucht von Seiten anderer „Swahili-Städte“. Erkennbar war im Allgemeinen nur der Stolz, den die lokalen Swahili hinsichtlich ihrer Stadt und deren Kultur zeigen, was wiederum sehr wohl mit dem international anerkannten Status Lamus als Weltkulturerbe zusammenhängt.

Im Grunde liegt dem Konzept des Weltkulturerbes im Kern ein Verständnis von Kultur zugrunde, welches statisch ist. Materielle Kultur wird künstlich fixiert und „geschützt“.

Kultur bedeutet jedoch auch Wandel wie zahlreiche Studien zeigen. Ein besonderes Paradox stellt der Fakt dar, dass die Swahili wegen ihrer Verortung am Indischen Ozean und ihrer vergangenen Bedeutung als Händler als Menschen bekannt sind, deren Kultur und Lebensweise erst durch die zahlreichen kulturellen Einflüsse von diversen anderen Orten, über Jahrhunderte hinweg entstanden ist. Wandel und unterschiedlichste Einflüsse sind Teil ihres Lebens und auch ihrer Identität. Auf Lamu jedoch scheint durch die Schutzbestrebungen zumindest was die materielle Kultur und insbesondere die Architektur betrifft, ein künstlicher Endpunkt erreicht worden zu sein. Es ist allerdings anzunehmen, dass die lokale Bevölkerung Schlupflöcher zur stückweisen Veränderung - auch an der Architektur - finden wird. Des Weiteren zeigt die Politik der NMK auch auf, dass sie nicht allzu kleinkariert und streng agiert:

„In trying to win the support of the local people, the Lamu World Heritage Site & Conservation Office has been applying the policy of „Conservation for development“ in exercising its conservation practices. This policy tends to allow developers to restore their houses at the same time permitted to minimally alter or add certain areas without endangering the structure and original outlook of the building“ (Lamu World Heritage Site and Conservation Office 2006: 6).

All diese Beobachtungen zeigen, dass die Erklärung einer Stätte zum Weltkulturerbe keine neutrale Angelegenheit ist. Vielmehr stehen unterschiedliche Interessen und Perspektiven dahinter. Die Stadt in ihrer jetzigen Form ist nicht „natürlich“ gewachsen, sondern vielmehr künstlich in dieser Form erhalten worden, wobei die antreibende Kraft lange Zeit nicht unbedingt von innen - also der lokalen Bevölkerung -, sondern von außen - dem Staat und den National Museums of Kenya gekommen ist, wobei die Interessen des Zentralstaats und der Ministerien nicht unbedingt dieselben sind wie jene der National Museums of Kenya. Der Bericht der 33. Session des World Heritage Committees von 2009 unterstreicht dies¹². Ähnliche Hinweise gibt es auch in Bezug auf die Interessen der NMK und des Lamu County Council (UNESCO 2009b: 118).

Trotz aller Kritik an dem Konzept des Weltkulturerbes gilt, dass der Status als Weltkulturerbe den Ort langfristig vor bestimmten Entwicklungen schützt. Denn wegen der unmittelbaren wirtschaftlichen Bedürfnisse und der Armut der lokalen Bevölkerung ist zu befürchten, dass ansonsten Entscheidungen getroffen und Handlungen gesetzt würden, die kurzfristig gewinnbringend sind, langfristig gesehen jedoch die Lebensqualität in der Stadt gefährden, sowie zur kulturellen Entwurzelung führen können. Besucht man andere Städte an der Küste Kenias, so wird offensichtlich, was hiermit gemeint ist. Aufgrund des touristischen Potentials der Küste und der Dominanz des Tourismussektors damit

¹²Beispielsweise ist zwar in Bezug auf die geplante Errichtung eines zweiten großen Hafens in Lamu von der Republik Kenia vorgesehen, dass das Ministerium für das nationale Kulturerbe und die National Museums of Kenya auf allen Ebenen konsultiert werden, aber die NMK möchten im gesamten Planungsprozess involviert sein, was auch von der UNESCO unterstützt wird. Man hat diesbezüglich bereits einen Antrag an den Staat gestellt (UNESCO 2009a: 118).

auch von ausländischen Konzernen oder Joint Ventures, könnten mit wenig Gespür oder Rücksichtnahme für die lokale Kultur moderne große Hotels, ganze Ressorts, Einkaufszentren und andere Gebäude gebaut werden. Kulturelle Charakteristika der Region, welche zum Wohlbefinden der lokalen Bevölkerung beitragen können, gingen dadurch verloren. Die MassentouristInnen, welche von Sonne, Strand und Meer angezogen werden, jedoch wenig Gewinne für die lokale Bevölkerung bringen, würden damit vermutlich immer zahlreicher werden. Gleichzeitig wären der kulturelle und ethnische Tourismus aufgrund der fehlenden Attraktionen in diesem Bereich keine nachhaltigen Optionen mehr. Der Status des Weltkulturerbes setzt den Investoren aber auch der lokalen Bevölkerung jedoch Grenzen - zumindest was die Bebauung und Bauweise betrifft. Des Weiteren wird ein Stück der Vergangenheit für die Zukunft bewusst bewahrt - als Erinnerung, als Lehrstück, zur Orientierung in der Gegenwart oder für den ästhetischen Genuss. Kultur als etwas Gewordenem werden damit in ihrem Werden Grenzen gesetzt. Eine Rolle in diese Prozessen spielt dabei vor allem auch die Frage, wer bestimmt, was bewahrt wird. Diese kann jedoch hier nicht beantwortet werden.

6.3.2 „Die Swahili“, Orientalismus und das Paradies - Touristische Bilder und Vermarktungsstrategien

6.3.2.1 Touristische Darstellungen in der offiziellen Tourismuswerbung und in Reiseführern

Seit der Eintragung als UNESCO-Weltkulturerbe wird naturgemäß auch mit diesem Titel Werbung für die Stadt gemacht und ein Hinweis hierauf fehlt in keinem Reiseführer (vgl. Lonely Planet 2006: 215; Eiletz-Kaube/Jorke/Kordy 2008: 233; Grosse 2003: 47). Neben diesem „Gütesiegel“ wird aber in erster Linie mit dem Begriff „Swahili“ für die Stadt geworben. Dieses Attribut der „Swahiliness“ wird als spezielle Besonderheit von Lamu angepriesen, womit man sich an die Begründung für die Verleihung des Weltkulturerbestatus, in welcher ebenfalls der Begriff „Swahili“ häufig Verwendung findet, anlehnt. Dieses Muster findet sich besonders in der Tourismuswerbung und Reiseführerindustrie für die gesamte ostafrikanische Küste, aber im Speziellen für die Insel Lamu. Der Begriff Swahili wird an allen Ecken und Enden als Attribut für die Menschen, die Kultur, das Essen, die Architektur oder verschiedene Aktivitäten eingestreut. Der Reiseführer „Lonely Planet“ schreibt zum Beispiel: *„Lamu town is the core of everything the archipelago stands for in the hearts and minds of inhabitants alike, a living throwback to the Swahili culture that once dominated the entire Indian Ocean coast“* (Lonely Planet 2006: 213). Dieser Trend mit der Swahili-Kultur und den Swahili zu werben beziehungsweise Lamu mit Hilfe dieses Begriffes zu beschreiben, ist momentan am Zunehmen. Auch das Lamu Museum, welches die Webseite der Stadt Lamu betreut, bedient sich einem ähnlichen Vokabular (vgl. Lamu Museum 2009a). Überraschenderweise haben auch die staatlichen

Tourismuswerber in Kenia diese Rhetorik heute verinnerlicht, obwohl der Staat noch vor ein paar Jahrzehnten behauptete es gäbe keine Ethnie oder „Tribe“ der Swahili:

„Thus while the governments of both Kenya and Tanzania might prefer to consider their coastal regions to be just another area of their respective countries, through their encouragement of particular kinds of tourism, they themselves collude to some extent with the notion of the coast as special, different, an redolent of a particular kind of exoticism“ (Caplan 2007: 309 f.).

Auf der offiziellen Reiseinformations-Webseite des Kenya Tourist Boards finden sich beispielsweise unter dem Eintrag „Lamu“ zahlreiche Referenzen zu den Swahili als Gruppe sowie als eigene Kultur, wie zum Beispiel „*Swahili town*“, „*Swahili architecture*“, „*the Swahili*“, „*Swahili cultural tradition*“ oder „*Swahili meal*“ (Kenya Tourist Board o. J. a).

Der Begriff „Swahili“ ist zum Markenzeichen geworden, das zugleich orientalistische¹³ und exotistische Fantasien und Vorstellungen von internationalen TouristInnen zu befriedigen vermag. Der Lonely Planet beschreibt im Kapitel „*Tribes of Kenya*“ das „Volk der Swahili“ („*Swahili People*“) folgendermaßen: „*The cultural origins of the Swahili come from intermarriage between the Arabs and Persians with African slaves from the 7th century onwards. The Swahili were to become one of the principal slaving forces in Africa*“ (Lonely Planet 2006: 50; vgl. Grosse 2003: 11,47). In dieser Beschreibung wird die Vergangenheit der Swahili als Sklavenhalter und -händler betont. Zudem wird behauptet, dass die Swahili aus Partnerschaften zwischen Arabern und Persern mit den afrikanischen Sklavinnen hervorgegangen sind. Diese Verbindungen sind sehr wohl auch existent gewesen, aber ebenso gab es Partnerschaften mit „freien“ Afrikanerinnen, welche in dieser Beschreibung unterschlagen werden - möglicherweise aufgrund einer historisch nicht akkuraten anderen Quelle, welche bereits die arabische Seite der Swahili betonte und in welcher AfrikanerInnen vor allem als Sklavinnen und Sklaven Erwähnung finden. Generell werden orientalistische Vorstellungen in Lamu vor allem durch die in den Köpfen der Menschen mit Arabien und dem Orient verbundenen Charakteristika der Stadt bedient. Es sind dies der Islam, die zahlreichen Moscheen, die verschleierte Frauen, die Männer in Kanzus und mit Kofia, die Architektur, die Segelschiffe und der Ruf als ehemaliges Zentrum des Sklavenhandels (vgl. Lonely Planet 2006: 213; Grosse 2003: 47; Eiletz-Kaube/Jorke/Kordy 2008: 59,23), welche Gefühle der Romantik, Exotik, Überlegenheit oder auch der Bedrohung insbesondere durch die Assoziation mit dem Islam bei den europäischen und nordamerikanischen Gästen hervorrufen können. Des Weiteren finden auch exotistische Fantasien Nahrung aufgrund der Lage auf dem afrikanischen Kontinent, der im Vergleich mit dem Orient dunkleren Hautfarbe vieler Menschen auf Lamu, den bunten „afrikanischen“ Tüchern vieler Frauen und anderer Merkmale.

¹³Das Thema „Orientalismus“ und die mit diesem Konzept verbundene Kritik an stereotypen und eurozentrischen Darstellungen des Orients sind eng mit der Person und den Werken von Edward Said verbunden (vgl. Said [1978] 2003)

Auch bei der Bewerbung und Darstellung des Lamu Cultural Festivals, welches im Jahr 2001 geschaffen wurde, setzen sich diese Muster fort. Die Webseite der staatlichen Tourismuswerbung schreibt beispielsweise: „*Since its inscription as a World Heritage Site in 2001, the annual Lamu Cultural Festival has been a celebration of the unique Swahili heritage of the Lamu Archipelago*“ (Kenya Tourist Board o. J. b). Auch die Plakate und das Logo, mit denen das Fest beworben wird, arbeiten mit Bildern von traditionellen Segelschiffen, Männern in Kofia und Kanzu, Frauen in Buibuis und mit Henna



Abb. 5: Logo des Lamu Cultural Festivals (Quelle: Lamu Cultural Promotion Group)

bemalten Hände, welche in den Augen der Organisatoren, Tourismuswerber und vieler anderer „die Swahili-Kultur“ repräsentieren (Siehe Abb. 5, S. 91 und Abb. 42, S. 160). Bezüglich des Festes des Maulidi ist die Lage ähnlich. Die Betonung der Swahili-Kultur beziehungsweise des Islams im Rahmen des Festes des Maulidi ist durch die religiöse Natur und den historischen Ursprung des Fests erklärbar. In Bezug auf das Lamu Cultural Festival ist dieser Fokus der Tourismuswerbung durch dessen selbstpropagiertes Ziel zu begründen, das Swahili-Kulturerbe zu fördern und zu erhalten: „*to promote and preserve the unique Swahili heritage of the Lamu Archipelago*“ (Lamu Museum 2009b; vgl. Lamu Chonjo 2006: 16). Beim Festival selbst sind allerdings auch in geringerem Ausmaß andere ethnische Gruppen beteiligt. So werden nicht nur Tänze der Swahili, sondern auch der Giriama, Orma und Pokomo vorgestellt (Kenya Tourist Board o. J. b). Diese Einbindung anderer ethnischer Gruppen beschränkt sich allerdings in diesem Rahmen auf die „ursprünglichen“ Ethnien der Küste, die „*watu wa pwani*“, welche auf Lamu leben. Die Kikuyu oder andere ethnische Gruppen, die mit dem Inland Kenias assoziiert werden, aber mittlerweile bereits seit einigen Jahrzehnten in größerer Zahl im Lamu Distrikt leben, sind bei diesem Fest im Rahmen der offiziellen Vorstellungen als eigene ethnische Gruppe nicht sichtbar.

Neben dieser inflationären Verwendung des Begriffs „Swahili“ und von orientalistischen Bildern dominiert noch ein weiterer Diskursstrang die Tourismuswerbung und -bilder. Lamu ist heute vor allem auch als paradiesische Insel im Indischen Ozean, auf welcher der Lebensrhythmus noch „*pole pole*“ (dt. langsam) ist, bekannt (vgl. Ardell et al. 2007: 220; Grosse 2003: 47; Eiletz-Kaube/Jorke/Kordy 2008: 233). Die in früheren Jahren häufiger verwendete Phrase „Kathmandu Ostafrikas“ hat hingegen in den Beschreibungen des gegenwärtigen Lamus ausgedient, vermutlich auch deshalb, weil Kathmandu sich in eine andere Richtung als Lamu entwickelt hat.

6.3.2.2 Lamu Tamu, Swahili Food und Dhow-Trips: Touristische Darstellungen der lokalen Bevölkerung

Auch die lokale Bevölkerung hat sich eine bestimmte Art der touristischen Rhetorik und verschiedene Begriffe aus der Tourismuswerbung zur Bewerbung ihrer eigenen kommerziellen Aktivitäten angeeignet. „Lamu paradise“ und „Lamu tamu“ sind zwei Phrasen, die man auf der Insel häufig hört, wobei das Bild von Lamu als Paradies im Gegensatz zur Phrase „Lamu tamu“ in der offiziellen Tourismuswerbung sehr präsent ist. „Lamu tamu“ bedeutet übersetzt „leckeres Lamu“ und wird meist nur von den Einheimischen verwendet, wobei diese die Phrase den TouristInnen beibringen, damit jene bei ihrer Rückkehr mit ihrem Kiswahili prahlen können. „Hakuna matata“ (dt. keine Sorgen), „jambo“ (dt. „Hallo“ gegenüber TouristInnen) und „pole pole“ (dt. langsam) gehören ebenfalls zum Standardrepertoire an Kiswahili der TouristInnen nach ihrem Aufenthalt.

Darüber hinaus wird an allen Ecken und Enden „traditional Swahili food“ angepriesen - nicht nur in Hotels und Restaurants, sondern manche Einwohner Lamus laden auch zu einem Dinner bei sich zuhause. Ali Hippie war einer der Pioniere in diesem Geschäft und arbeitet bereits seit über 30 Jahren mit TouristInnen. Seine informellen touristischen Angebote sind bereits fixer Teil der touristischen Struktur auf der Insel geworden. Sein Name taucht sogar in Reiseführern und auf zahlreichen Reiseblogs auf. Er spricht Reisende häufig auf der Straße an und lädt sie zu sich nach Hause zu einem traditionellen Swahili Dinner ein. In Ali Hippies Haus werden die Gäste von Alis Großfamilie bewirtet, das Essen wird am Boden gegessen und nach dem Essen wird Musik gemacht und Swahili-Lieder gesungen. Zum Teil werden Swahili-Dinner in Privathäusern auch von Hotels und Gästehäusern angeboten. Aber auch der eine oder andere Dhow-Captain, „Beach Boy“ oder Tour Guide lädt TouristInnen gerne zu seiner Familie nach Hause in ein traditionelles Swahili-Heim ein. Dabei kann es auch die eine oder andere Überraschung für die BesucherInnen geben. Denn das mit großen Worten angepriesene „Swahili dinner in a traditional Swahili home“ lässt erwarten, in einem der „alten“ Häuser aus Koralle, Kalkstein und mit geschnitzten Türen zu dinieren. Stattdessen kann es auch vorkommen, dass man in einer der einfachen Hütten in Langoni oder den anderen informellen Siedlungen landet und hier in einfachen Verhältnissen sein Essen zu sich nimmt. Auch das ist ein Aspekt des Lebens der Swahili und insbesondere der einfachen Bajun-Fischer, das jedoch nicht in den Reiseführern erwähnt wird.

Ein weiteres Angebot, welches einen Einblick in das Privatleben der Swahili geben soll, ist die Möglichkeit eine Swahili-Hochzeit zu besuchen, falls gerade eine stattfindet. Diese können allerdings nur nach Geschlechtern getrennt besucht werden. Mit diesem Angebot kann die Neugier von Kultur- und EthnotouristInnen hinsichtlich des „echten“ Lebens der Swahili gestillt werden und verschafft den jeweiligen Familien ein Einkommen. Das wirkliche Privatleben wird jedoch häufig weiterhin geschützt.



Abb. 6: Werbefläche an Hausmauer (Quelle: Foto von Verf.)

Weitere integrale Teile der Swahili-Kultur, die im touristischen Diskurs der lokalen Bevölkerung präsent sind, sind Hennamalereien, Bao-Spiele sowie die sogenannten Dhows - die traditionellen Segelboote - und die Schifffahrtskunst, die mit den Swahili und den Arabern assoziiert werden. Aber auch Bilder von Frauen in Buibuis oder weißen Moscheen sind häufige Elemente (Siehe Abb. 6, S. 93 und Abb. 41, ab S. 159). Bao-Spiele sind in den verschiedenen Restaurants präsent, in den touristischen Lokalen bieten die Kellner den TouristInnen meist an, ihnen das Spiel beizubringen. Da in diesen Lokalen die Spiele auch zum Teil zum Verkauf angeboten werden, gehen sehr viele Reisende mit einem Bao-Spiel nach Hause. Die Dhow-Trips durch die Kanäle, welche die diversen Inseln des Archipels miteinander verbinden, gehören zu den beliebtesten touristischen Attraktionen der Insel und werden in unterschiedlichen Formen angepriesen. Es gibt Sunset-Trips, Full-Day Trips (meist nach Manda) und Moonlight-Trips - optional mit einem „Swahili meal“ und meist auch mit Musik und Liedern, gesungen vom Captain und der Crew. Neben traditionellen Swahili-Liedern und Reggae Songs wird auf das bei TouristInnen bekannte und auch für sie geschriebene Lied „Jambo Bwana“ von den „Them Mushrooms“ (1980) meist nicht vergessen - häufig in einer umgedichteten Version inkl. einer Strophe, die „Lamu paradise“ inkludiert. Die Boote sind mit blau weiß roten traditionellen Bemalungen auf dunklem Holz verziert und tragen häufig eine Vielzahl an Fahnen unterschiedlicher Nationalität und Designs - meist mit Bob Marley, den Rasta-Farben, aber auch Piratenfahnen wurden schon gesichtet, was wiederum einen Kontrast zu den dominanten touristisch vermittelten Bildern darstellt. Jüngere TouristInnen werden häufig auch im Rahmen dieser Dhow-Trips zusätzlich noch zu diversen Beach- oder Moonlight-Parties mit Lagerfeuer und Musik eingeladen - manchmal gratis, manchmal gegen eine Gebühr.

Im Allgemeinen ist auch zu beobachten, dass sich immer mehr Swahili nun auch selbst gegenüber Außenstehenden als Swahili vorstellen, obwohl dies in der Vergangenheit eher selten der Fall war, da sich die Menschen primär auf einer anderen Ebene identifiziert haben (z.B. auf lokaler Ebene als Waamu, oder nach der Klanzugehörigkeit als Maawiya, El-Busaidy etc. (Eastman 1994). Dies könnte in Lamu eventuell neben der von Eastman angeführten in ganz Kenia dominanten Identitätspolitik auch mit dem Aufschwung des Tourismus und dessen Diskursdominanz zusammenhängen.

6.3.3 Unsichtbare „Anderer“: Die Marginalisierung von Nicht-Swahili im touristischen Diskurs

Wie in den vorangegangenen Abschnitten bereits aufgezeigt, dominiert in der Tourismuswerbung und der Reiseinformationsindustrie die ethnische Gruppe der Swahili beziehungsweise „ihre Kultur“. Diversität wird meist nur im Zusammenhang mit der Entstehung der Swahili durch afrikanische, arabische und asiatische Einflüsse erwähnt. In der Gegenwart erscheint die lokale Bevölkerung auf Lamu homogen. Ebenso wird die Ethnie der Swahili als einheitliche Gruppe präsentiert, womit ein essentialistischer Ansatz, der die Ethnizitätstheorien vor den 1960er Jahren und heute vor allem den Populärdiskurs prägt, präsent ist (vgl. Barth [1969] 1998b: 10 f.; Gingrich 1998). Die Wahl dieser Darstellungsweise von Lamu und den Swahili für die Tourismuswerbung lässt sich unter anderem damit begründen, da sie für TouristInnen aufgrund der klaren Abgrenzungen der Gruppe einfacher zu verstehen ist und mit klaren Statements besser geworben werden kann.

In den touristischen Darstellungen und Repräsentationen sind Nicht-Swahili demnach also weitgehend unsichtbar. Dies spiegelt sich auch in den Ergebnissen der BesucherInnenbefragung wieder. Obwohl die TouristInnen auf Lamu generell großteils alle an Interaktionen mit der lokalen Bevölkerung und der lokalen Kultur interessiert sind, die überwiegende Mehrzahl der Befragten bereits Einheimische kennengelernt hat und die Interaktion mit der lokalen Bevölkerung bei 59 % zu den touristischen Aktivitäten gezählt wird, so sind sich doch verhältnismäßig wenig Personen dessen bewusst, dass es auf Lamu neben „Swahili“ und „Arabern“ noch andere ethnische Gruppen gibt. Genau ein Drittel der befragten TouristInnen ist der Meinung, dass nur Swahili und Araber oder ein Gruppe von beiden permanent auf Lamu leben. In geringerem Maße werden auch Kikuyu (18 %), AsiatInnen (18 %), Maasai (13 %) und Giriama (13 %) auf Lamu vermutet (Siehe Abb. 7, 9, 12 und 18, ab S. 150). Die Befragungsergebnisse zeigen aber, dass sich einige TouristInnen der Existenz anderer ethnischer Gruppen bewusst sind.

Es ist nicht unbedingt überraschend, dass Kikuyu und andere Ethnien des Inlandes im touristischen Diskurs der Werber und Reiseführer unterrepräsentiert sind. Hierdurch wird ein Bild von Lamu als ethnisch homogenen Ort nach außen vermittelt, obwohl doch die ethnische und kulturelle Vielfalt sehr viel größer ist. Die genannten repräsentativen Strategien könnten neben dem eigentlichen touristischen und kulturellen Anliegen dem

Zweck dienen, die Swahili im nationalen Kontext symbolisch aber auch politisch - durch die Förderung der Kultur und die Erregung von nationaler und internationaler medialer Aufmerksamkeit zu stärken. Dadurch, dass die anderen Küstenethnien wie die Mijikenda oder die Pokomo in der offiziellen Tourismuswerbung zu Lamu und in den Reiseführern nicht erwähnt werden, verstärkt sich ihre Marginalisierung auf der diskursiven Ebene im Vergleich zu ihren Swahili-Nachbarn sowie zu den national dominanten Ethnien noch weiter. Allein auf lokaler Ebene und im Rahmen touristischer Vorführungen sind auch die *watu wa pwani* präsent - allerdings bei weitem weniger als die Swahili. Beispiele hierfür sind zum einen das bereits erwähnte Lamu Cultural Festival und zum anderen wöchentliche Giriama-Tanzvorstellungen in der Bar im Dachgeschoss des Petley's Inn. Diese Tanzvorstellungen wurden im Jahr 2007 allerdings nur im kleinen Rahmen über Handzettel mit der Aufschrift „*Celebrate Africa: Lamu Giriama Dance*“ direkt auf der Insel beworben (Siehe Abb. 43, S. 161).

Aufgrund der Dominanz der Swahili in der Tourismuswerbung könnte man erwarten, dass die „Anderen“ sich im Rahmen ihrer touristischen Aktivitäten und Geschäfte als Swahili ausgeben und so verhalten, um damit Profit zu schöpfen. Ähnliche Fälle gibt es beispielsweise an der Küste um Mombasa, wo sich Nicht-Maasai als Maasai ausgeben. Meinen Forschungsergebnissen nach täuschen jedoch Nicht-Swahili auf Lamu keine andere ethnische Identität vor. Ein Kikuyu-„Artist“, den ich zu diesem Thema befragte, fand besonders eindeutige Worte zu dem Thema. Auf die Frage, ob er bei seiner Arbeit manchmal vorgibt Swahili zu sein, um den Verkauf anzukurbeln, antwortete er folgendermaßen: „*No, no, no, no, me, I never work like that. Never. Me, even now they are fasting, if a tourist come here and I have a cigarette, I light. Yeah, me, why, your identity is your identity [...] I would, I would never and I will never dare*“ (Int. 3: 232-234). Ein Grund für die starke Widerstandshaltung mag hier die scharfe ethnische Grenze zwischen den beiden Gruppen sein, für welche vor allem auch die Religion verantwortlich ist. Dies wurde zwar in den Interviews nicht explizit so geäußert, allerdings zeigen die Antworten auf Fragen, die in Zusammenhang mit Heiratsbeziehungen standen und bei welchen gefragt wurde, ob eine Konvertierung im Falle einer Beziehung mit einem/einer MuslimIn vorstellbar wäre, hier große Widerstände auf. Dies deutet auf eine relativ rigide ethnische Grenze hin (Siehe Abschnitt 6.5.1.2, S. 101). Vortäuschung ist für den Großteil der Nicht-Swahili also eine Option, die nicht gern gewählt wird, um Geschäfte mit TouristInnen zu machen. Allerdings nehmen die Menschen den dominanten Diskurs nicht einfach nur hin, sondern versuchen über verschiedene Strategien ihre touristischen Produkte und Angebote zu bewerben und zu vermarkten (Siehe Abschnitt 6.2.3, S. 81 und Abschnitt 6.5.1.1, S. 101).

6.3.4 Die Verselbstständigung touristischer Repräsentation: Die Erzählungen der TouristInnen

Viele potentielle BesucherInnen eines bestimmten Ortes informieren sich im Vorhinein nicht mehr nur in Reiseführern und -magazinen, sondern auch auf diversen Webseiten, Blogs und in Reiseforen über potentielle Reiseziele. Diese Berichte, Tipps und Empfehlungen sind subjektive, meist nicht-manipulierte oder von den Reisewerbern polierte Darstellungen von Ferienorten, und präsentieren häufig auch andere oder zusätzliche Gesichter und Aspekte eines Ortes. Über Lamu finden sich beispielsweise im Internet hunderte derartiger Berichte.

Auffällig ist, dass gewisse Themen und Reize des Ortes, die das Interesse von TouristInnen geweckt haben, in der offiziellen Tourismuswerbung als auch in den von den Einheimischen forcierten Darstellungen, entweder nicht vorhanden oder nur am Rande erwähnt werden. Hierzu zählen naturgemäß auch kritische Darstellungen oder Themen, die umstritten oder ambivalent betrachtet werden könnten, und in der Folge keine TouristInnen nach Lamu locken, was den Interessen dieser Stakeholder natürlich entgegensteht.

Neben den bereits im vorherigen Kapitel angeführten Themen kehren hier folgende Erzählungen häufig wieder. Besonders unter den IndividualtouristInnen ist Lamu auch für die Jugendkultur der jungen Männer bekannt, welche auf den Dhows arbeiten und sich als „Rasta“ bezeichnen, Dreadlocks tragen, sich diese manchmal noch zusätzlich mit Kokosnussöl bleichen, Reggae-Musik hören und gerne Marihuana rauchen. In den Reiseführern kommen diese Personen meist nur am Rande als „Beach Boys“ vor, spielen jedoch in manchen Berichten der Reisenden eine sehr viel lebhaftere Rolle. Die Artists finden, wenn, dann meist auch als Rasta Erwähnung. Der Grund für die häufige Erwähnung von Menschen, die in diese Kategorien eingeordnet werden können, liegt vermutlich vor allem darin, dass dies jene Personen aus der lokalen Bevölkerung sind, auf die TouristInnen am ehesten außerhalb ihrer Unterkunft treffen und mit welchen sie viel Kontakt im Rahmen diverser touristischer Aktivitäten haben.

Neben diesen Erzählungen drehen sich viele weitere Berichte häufig auch um die leckeren Fruchtshakes, das beste Swahili-Seafood, die schönsten Herbergen, Strände und Ausflugsziele, die Dhow-Trips und deren Kapitäne, Bao-Spiele, Hennamalereien und um die wenigen Bars, wo Alkohol ausgeschenkt wird und man am Abend abhängen kann. Auch Geschichten über internationale und lokale Berühmtheiten oder besonders markante Persönlichkeiten auf Lamu wiederholen sich häufig. Wenn ethnische Gruppen Erwähnung finden, dann sind dies fast ausschließlich die Swahili, die anderen Ethnien sind in der Wahrnehmung der TouristInnen nicht wirklich präsent (vgl. Cpricci 2006; Bevhunt 2007; Four Explore 2007).

Durch die unkontrollierte und unzensurierte Natur dieser Diskurse verselbstständigen sich diese mit der Zeit und prägen das touristische Bild eines Ortes mit. Es ist allerdings

6.4 Motive der Reisenden: Erholung mit einer Prise Historizität, Kultur und „Swahiliness“

anzunehmen, dass sowohl bei den Berichten im Internet als auch bei den Gesprächsthemen zwischen TouristInnen Unterschiede zwischen der gehobeneren Kategorie, Pauschal-touristinnen und -touristen, Individualreisenden und Backpackern existieren. Dies konnte jedoch im Rahmen dieser Arbeit nicht näher analysiert werden.

6.4 Motive der Reisenden: Erholung mit einer Prise Historizität, Kultur und „Swahiliness“

In diesem Abschnitt wird der Frage nachgegangen, welche Rolle Ethnizität und Tourismus für die Reisemotive der TouristInnen spielen und analysiert, inwieweit die von den diversen Stakeholdern produzierten touristischen Bilder mit diesen Motiven übereinstimmen und somit die Strategien diverser Tourismuswerbender Wirkung zeigen.

Wie der vorhergehende Abschnitt verdeutlichte, bilden die Swahili und ihre Kultur, aber auch Vorstellungen von Lamu als tropischem Inselparadies den zentralen Fokus der nach außen getragenen Repräsentationen von der Insel Lamu. Die Resultate einer während der Feldforschung gemachten Befragung über die Reisemotive von TouristInnen legen nahe, dass die Tourismuswerbung wohl wirksam waren. Von 38 Personen, welche die Frage nach den Reisemotiven beantwortet haben, gaben 26 Personen an, dass Kultur von hoher oder mittlerer Bedeutung für die Auswahl des Reiseziels war. 23 Personen beziehungsweise 21 Personen wählten jeweils Natur beziehungsweise das Meer als ein Entscheidungskriterium, gefolgt von der lokalen Bevölkerung, die von 18 Personen als bedeutsam für die Reisewahl angegeben wurde. Gute Preise, Freunde und Bekannte, sowie die Unterkunftsauswahl spielten nur für sehr wenige TouristInnen eine Rolle bei der Auswahl des Reiseziels (Siehe Abb. 7, S. 150). Interessant ist, dass Kultur im Vergleich zur Antwortkategorie lokale Bevölkerung acht mal öfters gewählt wurde. Dies hängt möglicherweise damit zusammen, dass nicht für alle Menschen Kultur in ihrer Verbindung zum Menschen, der diese lebt, sondern vielmehr als historischer Artefakt und visuelles Erlebnis von Bedeutung ist. Insbesondere mit Lamus Status als Weltkulturerbe könnte dies ausschlaggebend sein. Nachdem jedoch das Kulturverständnis der Befragten nicht untersucht worden ist, können an dieser Stelle diesbezüglich nur Vermutungen geäußert werden. Die Antwortoption „lokale Bevölkerung“ (engl. „local people“) bezieht sich eindeutig auf die Menschen, die vor Ort leben, und impliziert als Reisemotiv, dass der direkte Kontakt mit der lokalen Gesellschaft angestrebt wird¹⁴. Jene Personen, die an bestimmten ethnischen Gruppen wie zum Beispiel den Swahili Interesse haben, sind in dieser Menge an Personen inkludiert. Das Interesse der TouristInnen an der lokalen Bevölkerung wird auch durch eine zweite Frage bestätigt, welcher zufolge 94 % der Be-

¹⁴Die Antwortkategorie der „lokalen Bevölkerung“ wurde bewusst so breit formuliert, um auch jene Personen zu erfassen, welche unabhängig von der ethnischen Zugehörigkeit Interesse für die lokale Bevölkerung zeigen, als auch jene zu einer Antwort bewegen zu können, die mit dem Begriff „ethnische Gruppe“ oder „Ethnie“ weniger anfangen können.

fragten interessiert daran sind, Personen aus der lokalen Bevölkerung kennenzulernen. Nachdem zudem 17 Personen angeben, dass sie den Großteil der Zeit mit „Locals“ verbringen und 23 Personen die Interaktion und das Kennenlernen der lokalen Bevölkerung als Aktivitäten vor Ort anführen, scheinen diese TouristInnen dieses Interesse nicht nur zu bekunden, sondern auch zu verwirklichen (Siehe Abb. 9, 12 und 16, ab S. 151).

Inwieweit das Interesse an einer bestimmten ethnischen Gruppe für die Reiseentscheidung eine Rolle spielt, zeigt sich in den Antworten auf die Frage, ob den TouristInnen eine bestimmte ethnische Gruppe als anziehender oder interessanter erscheint. Ganze 60 % antworteten auf diese Frage mit „Nein“. Diesem „Nein“ stehen jedoch noch immer 40 % gegenüber, welche mit „Ja“ geantwortet haben und primär Maasai (7 Personen), gefolgt von den Swahili (4 Personen) als besonders interessant empfinden (Siehe Abb. 21 und Abb. 22 S. 154). Eine Person begründet dieses Interesse mit der Traditionsverbundenheit der genannten Gruppen: *„Swahili & Maasai & Turkana coz they are very traditional“* (Fragebogen-TouristInnen: Frage34b). Nachdem aber immerhin auch 60 % mit „Nein“ geantwortet haben, gleichzeitig jedoch 94 % daran interessiert sind die lokale Bevölkerung kennen zu lernen, lässt sich mutmaßen, dass häufig vielmehr ein generelles Interesse an Afrika und dem „Anderen“ bedeutsam ist. Anscheinend sind sehr unterschiedliche Motive von Seiten der Reisenden vorhanden. Ein Teil davon nimmt ethnische Gruppen sehr wohl als solche wahr und ein anderer Teil kommt entweder in erster Linie wegen der Erholung oder Kultur im Allgemeinen nach Lamu oder wegen „dem Fremden und Exotischen“ an sich, unabhängig von ethnischer Zugehörigkeit. Kultureller, ethnischer, historischer, aber auch reiner Erholungstourismus scheinen demzufolge allesamt auf Lamu präsent zu sein.

Die hier geschilderten Reisemotive der TouristInnen wurden von der lokale Bevölkerung auf Lamu unabhängig der ethnischen Zugehörigkeit größtenteils richtig eingeschätzt. Sie sehen Kultur und die Historizität der Stadt, sowie vor allem aber auch die Erholungskapazitäten der Insel inklusive Strand, Meer sowie die entspannende und friedliche Atmosphäre als ausschlaggebende Faktoren für die Wahl Lamus als Reiseziel (Int. 20: 84-91; Int. 11: 120; Int. 14: 129 ff.; Int. 17: 110; Int. 10: 211; Int. 4: 241). Besonders die Sicherheit Lamus wird auffällig oft hervorgehoben, was in Zusammenhang mit der allgemeinen kenianischen Realität zu sehen ist, wo Kriminalität vielerorts schon zum Alltag gehört. Diese wird auch abseits des Gesprächs über Tourismus häufig in Zusammenhang mit der Friedlichkeit Lamus erwähnt und zeigt damit die generelle Bedeutsamkeit dieses Themas für die lokale Bevölkerung auf. In Bezug auf Kultur als Motivator der Reisenden stellt ein Kikuyu-Künstler recht treffend fest:

„Yeah some [TouristInnen] come because of culture. Yeah, to see the old culture. Yeah, they, most come for culture [...] And when they are enjoying the culture, they want to eat prawns or crabs, they go to the hotel, they eat. So they love the food. When they are not busy they take the dhow and go fishing and when they want to

sunbathe, they go to the beach. You see, it offers everything the tourists need“ (Int. 3: 228).

Kultur wird hier im Sinne von gelebter Kultur mit Bezug zum Essen und verschiedensten Aktivitäten wie Segeln und Fischen verstanden, und nicht so sehr auf die historische Geschichte der Stadt und ihre Artefakte zurück geführt. Andere InterviewpartnerInnen stellen wiederum letzteren Aspekt stärker in den Vordergrund, wie ein Swahili-Bajun-Dhow-Captain: *“and there is a many cultural here, to look. And there is things of 16th, 17th century, which kind of people they like to see, like old things, like the house, you see“* (Int. 4: 271). Einige erwähnen auch Lamus Status als Weltkulturerbe, welcher mehr und mehr TouristInnen anzieht (vgl. Int. 19: 520; Int. 13: 340-346; Int. 2: 211). Allgemein kann festgestellt werden, dass Kultur als Reisemotiv von Seiten der lokalen InterviewpartnerInnen meist im Zusammenhang mit der Swahili-Kultur gesehen wird. Allerdings bedeutet dies wie bereits erwähnt nicht, dass den TouristInnen der Unterschied zwischen den verschiedenen Ethnien zwangsläufig bekannt ist und sie speziell wegen dieser ethnischen Gruppen nach Lamu kommen. Ein Interviewpartner stellt diesbezüglich fest, dass vielmehr ein generelles Interesse an Afrika und dem „Anderen“ bedeutsam sei, was auch durch die Befragung der TouristInnen zum Teil bestätigt wird:

„I would not say that a tourist is coming specifically [wegen einer bestimmten Kultur oder Ethnie], unless they are educated to a certain point that they are researchers to go to a particular area. But most of them, they just come, generally admiring the architecture, admiring the way of life, simplicity of life, how people can live in the dirt [sic], or people can survive by the sea side, or wanting to put of the big cities there and coming to a small place like this one“ (Int. 1: 204; vgl. Int. 8: 667).

Die von den TouristInnen angeführten Reisemotive, sowie die diesbezüglichen Mutmaßungen der lokalen Bevölkerung können allerdings nicht allein auf diverse Werbestrategien und Repräsentationen zurückgeführt werden. Ohne eine entsprechende Umgebung und Atmosphäre, welche diese Bilder bestätigen, würden sich diese Bilder auf Dauer nicht verbreiten lassen. Die sichtbaren historischen Überreste glorreicher vergangener Zeiten der Swahili, gelebte Kultur, die autofreie Insel, Friedlichkeit und Abgeschiedenheit des Ortes tragen auf Lamu zur Durchsetzung und Bestätigung der konstruierten touristischen Bilder und Vorstellungen bei. Bei genauerem Hinsehen beziehungsweise bei einem längeren Aufenthalt müssten diese Vorstellungen möglicherweise ein Stück weit revidiert werden, da in diesem Fall vermutlich auch Armut, Konflikte, Disharmonie und Probleme wie Drogenmissbrauch und verstärkt Prostitution sichtbar werden würden. Nachdem die meisten TouristInnen jedoch nicht länger als ein paar Wochen auf Lamu verweilen, sich in diesem Zeitraum meist in einem geschützten Raum bewegen, der Hotels, touristische Restaurants, Strand und Segelturns mit den Dhows umfasst, tauchen sie meist nicht all zu tief in die lokale Gesellschaft ein, um dieser Diskrepanzen gewahr zu werden. Dies soll jedoch nicht bedeuten, dass Reisemotive und -vorstellungen von TouristInnen vor

Ort keinen Wandel und keine Anpassung an die Realität erfahren. Der Wandel und Anpassung der eigenen Sichtweisen erfolgen sehr wohl, aber häufig nur in eingeschränkten Maße, wie der Abschnitt 6.5.2.1 auf Seite 106 illustriert.

6.5 Kontakte und Beziehungen zwischen TouristInnen sowie der lokalen Bevölkerung

Kontakte und Beziehungen zwischen TouristInnen sowie der lokalen Bevölkerung sind von unterschiedlicher Intensität und Qualität, was unter anderem auch mit der Form von Tourismus, welcher die Reisenden nachgehen, mit der Aufenthaltsdauer und ob Lamu zum ersten Mal oder bereits wiederholt besucht wird, zusammenhängt. Inwieweit Ethnizität und Kultur diesbezüglich eine Rolle spielen und inwieweit sich beispielsweise die touristischen Kontakte und Beziehungen hinsichtlich der ethnischen Zugehörigkeit bestimmter lokaler Bevölkerungsgruppen unterscheiden, wird im folgenden Abschnitt näher analysiert.

6.5.1 Intensität und Form der Kontakte und Beziehungen

Die Mehrheit der TouristInnen pflegt intensivere Kontakte mit der lokalen Bevölkerung einzugehen, worauf die zuvor analysierten Reisemotive der TouristInnen bereits hinweisen. Zudem ist Lamu kein Ort für RessorttouristInnen, die sich nur am Hotelareal aufhalten, sondern 89 % der Befragten verlassen das Areal sehr bis eher häufig, was wiederum die Chancen auf Kontaktaufnahme mit der lokalen Bevölkerung erhöht (Siehe Abb. 8, S. 150). Der Großteil der Befragten ist also daran interessiert, Locals kennenzulernen. Eine Touristin stellt beispielsweise fest: „*A country to me is first the people. I'm not here to see elephants, lions and zebras, but to get to know Africa sociologically*“ (Fragebogen-TouristInnen: Frage 25). Immerhin 79 % der Befragten geben an, häufig in Kontakt mit Einheimischen in und außerhalb ihrer Unterkunft zu treten. Wenn man den Kontakt im Rahmen der Unterkünfte ausschließt, ist der Prozentsatz geringfügig vermindert. Der meiste Kontakt besteht mit Swahili (28 Personen), Kikuyu (12 Personen), Giriama (10 Personen), AraberInnen (9 Personen) und Maasai (7 Personen), wobei bei diesem Ergebnis mitbedacht werden muss, dass die TouristInnen die ethnische Zugehörigkeit ihrer Kontakte nicht zwangsläufig richtig eingeschätzt haben könnten (Siehe Abb. 13 und Abb. 15, S. 152). Diese Frage lässt jedoch offen von welcher Form und Intensität der Kontakt ist, ob es sich dabei um oberflächlichen Kontakt, in Anspruch genommene Dienstleistungen, touristische Angebote, Freundschaften oder vielleicht sogar Beziehungen handelt. Die teilnehmende Beobachtung hat gezeigt, dass vor allem jüngere TouristInnen bis Mitte 30 regen Kontakt zur lokalen Bevölkerung pflegen - sowohl zu den Swahili als auch zu den anderen Ethnien.

6.5.1.1 Das Verhältnis zwischen KleinunternehmerInnen, Angestellten sowie TouristInnen

Die häufigste Form von Kontakten zwischen TouristInnen sowie der lokalen Bevölkerung sind jene im Rahmen von Dienstleistungen, die für die Reisenden erbracht werden, oder im Zuge von Versuchen, mit den BesucherInnen ins Geschäft zu kommen. Nachdem meist Personen mit rezentem Migrationshintergrund und unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit in der Tourismuswirtschaft tätig sind (Siehe Abschnitt 6.1.2.2, S. 63), finden die meisten Kontakte auch mit dieser Gruppe statt. Nicht-MigrantInnen, die großteils Swahili sind, bleiben im Tourismus eher im Hintergrund, verdienen jedoch sehr wohl am Tourismus. Direkte Kontakte sind zwar auch vorhanden, vor allem bei jenen, welche ein Gästehaus oder ein eigenes Geschäft besitzen, aber generell sind sie im Vergleich mit den Kontakten zwischen MigrantInnen unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit sowie TouristInnen wesentlich weniger häufig und intensiv. Swahili-Frauen ohne Migrationshintergrund kommen im Vergleich mit den Männern noch viel weniger mit Reisenden in Kontakt. Sie verbringen viel Zeit zu Hause, betreuen die Kinder und halten die Häuser in Ordnung. Nur wenige Frauen gehen arbeiten, wobei von dieser Gruppe wiederum nur wenige im Tourismussektor beschäftigt sind. Swahili-Frauen arbeiten im Tourismussektor in erster Linie als Verkäuferinnen in Boutiquen, wobei hier wiederum Frauen mit Migrationshintergrund überwiegen. Allerdings scheint sich hier einiges zu bewegen und die Zahl der Swahili-Frauen mit und ohne Migrationshintergrund, die arbeiten gehen, nimmt zu (vgl. Int. 8; Int. 10).

Diese KleinunternehmerInnen und Angestellten sind meist unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit, wobei eine Art ethnischer Arbeitsteilung sichtbar wird. Je nach Arbeitsbereich können sich die Kontakte dementsprechend unterscheiden, da sie in einem unterschiedlichen Kontext geschehen (Siehe Abschnitt 6.2.2, S. 67). Im Rahmen der Feldforschung schien die ethnische Zugehörigkeit der Geschäftsleute in den direkten Kontakten zwischen Geschäftsleuten und TouristInnen nur eine Rolle zu spielen, wenn spezifische Produkte, die mit einer Ethnie verbunden sind, vermarktet werden sollten (Siehe Abschnitt 6.3.2.2, S. 92). Des Weiteren konnte beobachtet werden, dass sich Personen, der gleichen ethnischen Zugehörigkeit des Öfteren den TouristInnen gegenseitig empfehlen.

6.5.1.2 „Hello my friend“: Freundschaften und Intimität

6.5.1.2.1 Freundschaften auf Lamu

Durch die Größe Lamus und die Sichtbarkeit der TouristInnen ist Anonymität hier fast nicht möglich. Besonders jüngere Reisende und vor allem junge Frauen haben bereits nach einem Tag eine ganze Menge (oberflächlicher) Freundschaften geschlossen. Auf Lamu wird man relativ schnell zum „Friend“, wie die Begrüßung „Hello my friend“ für TouristInnen, deren Namen man nicht weiß, andeutet. Diese Kontakte erfolgen nicht nur

im Rahmen von bezahlten Dienstleistungen oder Geschäften, sondern besonders auch am Abend in der eigentlichen Freizeit der Locals. Allerdings ist es schwierig Freizeit und Arbeit von Seiten der lokalen Bevölkerung zu trennen, da Übergänge zwischen diesen Bereichen sehr unscharf sind. Einige leisten TouristInnen auch bewusst in ihrer Freizeit als „Freunde“ Gesellschaft, in der Hoffnung auf Geschenke, zusätzliche Geschäfte oder gar eine Beziehung und ein Flugticket nach Europa (vgl. Int. 8: 142). Viele Personen sind aber auch ganz einfach interessiert an den TouristInnen - unabhängig von dem materiellen Nutzen, den diese Kontakte bringen mögen. Dies trifft gerade auch auf viele junge Swahili zu, die doch in einer religiös-orientierten Gesellschaft mit gewissen Regeln leben, und darum von den „Fremden“ und ihrer scheinbar gelebten Freiheit angezogen werden. Andere - Swahili und Nicht-Swahili - hingegen fühlen sich wiederum von dem Verhalten der TouristInnen abgestoßen (vgl. Int. 7). Auf Seite der TouristInnen können die Motive einer Freundschaft in einer generellen Neugier an der lokalen Bevölkerung, an dem Fremden liegen. Das Interesse an dem konkreten Menschen ist nicht unbedingt ausschlaggebend. Allerdings gestalten sich diese Freundschaften von Fall zu Fall unterschiedlich. Sie können sehr oberflächlich und nutzenorientiert bleiben, oder sich aber genauso zu tiefen Freundschaften entwickeln.

Generell bahnen sich Freundschaften, aber auch Verhältnisse und Beziehungen auf Lamu am häufigsten und einfachsten in den touristischen Restaurants, den Nachtlokalen im Hotel Petley's oder in der Disko am Stadtrand an. Nachdem der Großteil der lokalen Swahili mit Ausnahme der sogenannten „Beach Boys“ Bars wie jene im Petley's, aber auch die Disko, aufgrund des Alkoholausschanks und -konsums nicht frequentieren, treffen TouristInnen dort vor allem Nicht-Swahili-MigrantInnen, sowie einige der Swahili-„Beach Boys“ an. Allerdings meiden auch einige aus der letztgenannten Gruppe diese Orte.

Andere Gelegenheiten Freundschaften zu knüpfen finden sich neben den langen und oft auch mehrtägigen Dhow-Trips zudem bei den relativ häufig veranstalteten Moon Light und Beach Parties mit Musik, Tanz, Marihuana und Alkohol, zu welchen TouristInnen häufig eingeladen werden - zum Teil gegen einen Unkostenbeitrag, manchmal aber auch gratis. Bei den lokalen Teilnehmern und Organisatoren handelt es sich meist fast ausschließlich um Swahili mit Ausnahme einiger weniger anderer ethnischen Gruppen, die meist eng mit der Küste assoziiert sind. Nur äußerst selten trifft man bei diesen Gelegenheiten auch Kamba oder Kikuyu an - unter anderem auch weil diese in anderen Bereichen arbeiten und auf andere Art und Weise Geschäfte mit den TouristInnen machen. Während die genannten Lokale multiethnische Treffpunkte sind, so sind Dhow-Trips und Strände eher Treffpunkte, wo vor allem Swahili mit TouristInnen zusammentreffen.

6.5.1.2.2 Romantische, intime Verhältnisse und Beziehungen: Playboys und die große Liebe

Neben Freundschaften gehen gerade junge Touristinnen auch romantische und intime Verhältnisse mit lokalen Männern ein, wobei die Gruppe der Dhow-Captains, ihre Crew und die Triporganisatoren, die zumeist Swahili-Bajun, aber häufig auch Giriama sind, besonders prominent vertreten ist. Von Beziehungen kann dabei nicht immer gesprochen werden. Laut einem in der Stadt Lamu aufgewachsenem Kikuyu-Interviewpartner kann für junge Swahili-Männer die Möglichkeit auf vorehelichen Sex im Vordergrund stehen. Diese ist im Kontext einer muslimischen Gesellschaft, welche für Swahili-Frauen sexuelle Enthaltbarkeit vor der Ehe vorsieht, häufig nicht gegeben (Int. 13: 215). Die Hoffnung auf mehr Wohlstand und ein besseres Leben motivieren aber auch viele dazu, den Kontakt mit Touristinnen vertiefen zu wollen. Dies bringt auch Probleme mit sich, denn wegen des Rufes, den sich diese jungen Männer als Beach Boys durch Verhältnisse mit Touristinnen aber auch durch andere Verhaltensweisen aneignen, werden sie von lokalen Swahili-Mädchen nicht mehr als potentielle Beziehungspartner gesehen. Alle interviewten Swahili-Frauen sowie eine Kikuyu-Interviewpartnerin lehnen einen Beach Boy als Partner ab (vgl. Int. 8: 214; Int. 10: 188; Int. 11: 212; Int. 15: 358). Aber nicht nur „Beach Boys“, also junge Dhow-Captains, ihre Crew und Triporganisatoren, gehen mit jungen Touristinnen aus, sondern auch Restaurant- und Hotelangestellte, sowie auch Künstler versuchen ihr Glück. Trotzdem ist feststellbar, dass vor allem Dhow-Captains und ihre Crew, aber auch Triporganisatoren, die alle größtenteils Swahili sind, diesbezüglich erfolgreicher sind. Erklärbar ist dies möglicherweise damit, dass ihre Arbeit als „Kapitän“ oder als „Crew“, ihr Kleidungs- und Haarstil mit Shorts und mit Kokosnussöl gebleichten Dreadlocks, ein vom Segeln und Fischen geformter muskulöser Körper und ihr Musikgeschmack bei jungen Touristinnen exotistische und romantische Vorstellungen bedient. Zudem fördert möglicherweise auch die Art der Zusammenkünfte mit Touristinnen im Rahmen von romantischen Dhow-Trips beim Sonnenuntergang oder mehrtägigen Segelausflügen auf „einsame Inseln“ die Anbahnung dieser Verhältnisse. Die ethnische Zugehörigkeit scheint allerdings für die Touristinnen bei ihrer Wahl von potentiellen Urlaubsaffären keine Rolle zu spielen, sondern vielmehr dürfte die spezifische Jugendkultur verbunden mit der Art der Zusammenkunft von Bedeutung sein.

Aber nicht nur lokale Männer sondern auch Frauen suchen den Kontakt zu männlichen Touristen. Während jedoch bei den lokalen Männern alle ethnischen Gruppen mehr oder weniger vertreten sind, so sind bei den Frauen primär Nicht-Swahili jene, die ein Verhältnis mit einem Touristen eingehen - häufig auch mit der Hoffnung auf eine dauerhafte Beziehung und ein Ticket nach Europa. Häufig wird das Verhalten dieser Frauen mit Prostitution und Arbeit gleichgesetzt, wie im Abschnitt 6.2.2 auf Seite 67 aufgezeigt wurde. Bei Männern hingegen werden diese Aktivitäten eher als Freizeitbeschäftigung

betrachtet. Aber in Wirklichkeit unterscheidet sich das Verhalten mancher dieser Frauen nicht von jenem mancher lokaler Männer. Viele erhoffen sich eine Beziehung mit einem Ausländer, der ihnen ein Visum verschaffen kann und nicht alle nehmen Geld oder Geschenke. Eine junge Kikuyu-Frau wünscht sich beispielsweise einen „mzungu“ zu heiraten, da diese Männer dann ihrer Meinung nach sehr viel für einen tun:

„Ah really I think wazungu are, if you get someone who loves you, they know how to love someone, I think so. Because like my sister her boyfriend is very supportive. So I think wazungu are, some are good, if he really loves you, he will help you in any way“ (Int. 15: 271).

Neben den erwähnten heterosexuellen Kontakten, nehmen homosexuelle Beziehungen eine nicht unwesentliche Rolle auf Lamu ein. Homosexualität wird von den Nicht-Swahili primär mit den Swahili assoziiert und wird von den meisten der interviewten Personen – Nicht-Swahili und Swahili – abgelehnt (vgl. Int. 15: 51,61; Int. 2: 189; Int. 3: 72; Int. 13: 416; Int. 14: 85-89; Int. 7: 220 f.; Int. 18: 20). Nicht-Swahili legen dabei meist eine wesentlich radikalere Einstellung gegenüber Homosexualität an den Tag. Während kenianische Nicht-Swahili Homosexualität primär mit den Swahili auf Lamu assoziieren, so verbinden die Swahili Homosexualität vor allem mit Touristen, wie zum Beispiel folgender Swahili-Araber: *„gays people, they are coming in this place. And they are finding the, this, the young boys to do that work [sex work]“ (Int. 19: 250).* Ein weiterer Swahili-Araber stellt fest:

„there’s a time we get some, homosexualities, they came in town here, they got problems, but the government they say you guys pack and go [...] they wanted to form something like a party or anything. They wanna make something you know, but, there’s people they just work with the government in Nairobi, so they were told, you guys pack and leave“ (Int. 22: 100).

Homosexuelle Verhältnisse zwischen Touristen und jungen Männern, aber leider auch mit Jungen existieren scheinbar, wenn man den Aussagen der Interviewpartner (vgl. Int. 19: 250; Int. 7: 220 f.; Int. 21: 157; Int. 14: 119), aber auch dem UNICEF-Bericht aus dem Jahr 2005 Glauben schenkt (Jones 2006), wobei in letzterem Fall in Bezug auf Minderjährige aber von Ausbeutung und nicht von einem Verhältnis gesprochen werden muss¹⁵.

Neben romantischen Verwicklungen und intimen Verhältnissen können jedoch tatsächlich auch wirkliche Beziehungen entstehen, die zum Teil auch zur Auswanderung nach Übersee oder zur Migration eines „mzungu“ nach Lamu führen (Int. 4: 221; Int. 8: 128 ff.; Int. 3: 344 ff.). Auch Beach Boys wagen häufig den Schritt in eine andere Welt, aber relativ viele kehren wieder nach Lamu zurück, was von manchen mit deren Ungebildetheit¹⁶

¹⁵Nicht nur Jungen sind auf Lamu von Kindersextourismus betroffen, sondern auch Mädchen, wobei es sich bei letzteren nicht um Swahili, sondern laut meinen Gesprächspartnerinnen vor allem um Kikuyu und Giriama-Mädchen handelt (Int. 15: 107 f.).

¹⁶Die meisten Beach Boys sind Schulabbrecher und haben häufig auch nur Madrasas besucht. Fremdsprachen wie Englisch oder Italienisch haben sie meist erst im Kontakt mit TouristInnen gelernt.

6.5 Kontakte und Beziehungen zwischen TouristInnen und der lokalen Bevölkerung

begründet wird. Dies würde erklären, dass sie in Europa oder Amerika keinen Arbeitsplatz bekommen. Trotz unterschiedlicher religiöser Zugehörigkeit stellt eine Ehe zwischen einem muslimischen Swahili und einer christlichen Europäerin in den meisten Fällen kein Problem für die lokale Swahili-Bevölkerung dar:

„You know there is, let’s say mzungu, there is two marriage here, some they are going to the government, district cancellor, they get marriage there. But myself, I can’t do like that. You have to be Muslim, then I can marry you“ (Int. 19: 396).

Eine Konvertierung zum Islam wird jedoch häufig vorausgesetzt, wobei die Religion danach nicht immer praktiziert wird (Int. 10: 140). Aber während eine Ehe mit einem „mzungu“ kein Problem für die lokale Swahili-Gesellschaft und die betroffenen EhepartnerInnen darzustellen scheint, so werden Ehen mit kenianischen ChristInnen sehr wohl als Problem gesehen. Denn erst im Fall von der letztgenannte Heiratsvariante wird die Religion als unüberwindliches Hindernis wahrgenommen. Ein Kikuyu-Interviewpartner stellt beispielsweise fest, dass Differenzen und Konflikte zwischen den verschiedenen lokalen ethnischen Gruppen sehr viel schneller überwunden werden hätten können, wenn Mischehen möglich wären. Aber nachdem die lokalen Muslime keine Nicht-Muslime ehelichen dürfen, schließe sich der Graben zwischen den verschiedenen ethnischen Gruppen wesentlich langsamer

„But then the problem is, the intermarriaging can not happen, because a Muslim is not allowed to marry somebody who is not a Muslim, you see. So the gap is, is very slow, it’s coming very slow. But if the, it was, the religion had allowed, to intermarry, there would be no gap“ (Int. 3: 50).

Im Falle einer Ehe mit einem/einer „mzungu“ verschwimmen diese strengen Regeln jedoch und lokale Swahili sind zur Heirat mit einem Nicht-Muslim bereit: *„But then funny enough, they, they say no marriaging. But then when a mzungu comes, he or she is around (lacht) I don’t understand, that’s the biggest question I have“ (Int. 3: 50).* Eine Erklärung, welche sich der Interviewpartner selbst gibt ist folgende:

„Tourists are not treated bad. They are bringing money. But to people from upcountry, they are taking money from here, because they are working here to earn a living. So they are taking money, they are not bringing. Yeah but a tourist, he brings in money. That’s why he is also allowed to marry“ (Int. 3: 76).

Eine andere Swahili-Interviewpartnerin begründet diese Tatsache ganz einfach damit, dass die wazungu von den Swahili lieber gemocht werden (Int. 8: 521). Die Religion ist also für die Swahili ein äußerst wichtiger Grenzmarker von Ethnizität, der in diversen Situationen und je nach dem ob Kontakt mit wazungu oder anderen kenianischen ethnischen Gruppen involviert ist, unterschiedlich aktiviert wird.

In den Beziehungen zwischen TouristInnen und der lokalen Bevölkerung generell besteht ein gleitender Übergang zwischen Ausbeutung, Täuschung, ehrlichem Interesse und

Liebe. Einerseits lassen sich viele Personen aufgrund von Armut und der Hoffnung auf ein besseres Leben von TouristInnen ausbeuten und andererseits können TouristInnen durch die fremde Umgebung und Kultur sich einfacher in bestimmten Menschen täuschen. Die Atmosphäre der paradiesischen Insel verleitet zudem zu Idealisierungen. Ein Swahili-Araber beschreibt diese Probleme folgendermaßen:

„another problem it's ah, we have, I'm sorry, because ah, the people like you, if you are coming in place like this one, you don't know, my name is Rashid, you don't know I'm good habit, or I'm not good habit. If you see me, I have Rasta or things, or that, you are automatically you are fall in love with me. But me, I have big problem. I am a drug dealer, I have ah, like ah [...] so we, we are trying to, we are trying to, to advise the people like you also. If you want to, you have to find a proper someone [...] This is the challenges that we have. But we have the T-Shirt, they are saying 'Nyumba mzuri si' ah 'nyumba mzuri si mlango'. The good house is not a door. You have to, to open the door and go inside to see“ (Int. 19: 92-98, Herv. d. Verf.).

Nicht nur bei TouristInnen, sondern vor allem auch bei den lokalen jungen Männern wird für diese Probleme versucht, ein Bewusstsein zu schaffen, um Enttäuschungen wie eine frühzeitige Rückkehr aus Europa oder eine in die Brüche gegangene Beziehung zu vermeiden:

„We are trying to advise them, first to, first to know the religion. Second thing to be faith. And third thing they have to work. If you love me I have to work, because of you. Not waiting for you to give me money, to take me to the hotel buying soda, this and this and this. My work is only to go and sleep with you. Just that. That, that, we don't like these things“ (Int. 19: 110).

6.5.2 Wechselseitige Wahrnehmung und Stereotypisierungen

Wenn unterschiedliche Gruppen häufig aufeinander treffen, werden meist auf beiden Seiten stereotype Vorstellungen gebildet, welche dabei helfen, sich von der anderen Gruppe abzugrenzen, beziehungsweise der komplexen menschlichen Umwelt eine gewisse Struktur und Ordnung zu geben. Dies gilt auch für die Beziehungen zwischen TouristInnen und der lokalen Bevölkerung.

6.5.2.1 Sichtweisen der TouristInnen gegenüber der lokalen Bevölkerung

Wie zuvor gezeigt, stehen jene Elemente, die von der Tourismuswerbung betont werden, auch bei den Reisemotiven im Vordergrund. Reisemotive und -vorstellungen von TouristInnen unterlaufen jedoch vor Ort häufig auch einen Wandel und Vorstellungen werden ein Stück weit an die Realität angepasst. Inwieweit sich diese Sichtweisen in Bezug auf die lokale Bevölkerung verändern, wird im Folgenden analysiert.

Negativ wird von manchen Personen die Tatsache erlebt, dass sie häufig von „Beach Boys“ oder andere Personen, die ein Geschäft mit ihnen machen möchten, angesprochen

6.5 Kontakte und Beziehungen zwischen TouristInnen und der lokalen Bevölkerung

werden. Dies wird als Störung und Belästigung wahrgenommen. Zusammen mit dem Problem der Abfallentsorgung wird dieser Punkt von den Befragten am häufigsten negativ angemerkt. Damit rückt die „paradiesische“ Insel ein Stück weit wieder an die Realität heran. Mit beiden Bereichen kommen Reisende in direkten Kontakt, denn sie sind nicht übersehbar, auch wenn TouristInnen häufig dazu neigen, ihre Umgebung zu idealisieren.

Nichtsdestotrotz überwiegen die positiven Eindrücke von Lamu. Vor allem die lokale Bevölkerung, ihre Freundlichkeit, die Authentizität der Swahili-Kultur, die materielle Kultur und die entspannte Atmosphäre des Ortes werden oft erwähnt. Eine befragte Person nennt beispielsweise „*culture, like time stood still*“ als positives Feature der Insel. Andererseits kann dies auch negativ gesehen werden, wie im Fall eines anderen Touristen, der von „*the deep rooted cultural practices*“ in einem negativen Sinn sprach. Aber positive Wertungen der wahrgenommenen kulturellen Verwurzelung der lokalen Bevölkerung überwiegen. Die Freundlichkeit der lokalen Bevölkerung wird zudem fast geschlossen von allen Befragten als positiv hervorgehoben (Fragebogen-TouristInnen: Frage 17,18). Wie die offene Frage nach den positiven Eindrücken der TouristInnen zeigt, stehen nicht nur für die Tourismuswerbenden sondern auch für die Reisenden die Swahili und die mit ihnen verbundene Kultur ein Stück weit im Vordergrund. Die Swahili als ethnische Gruppe sind spätestens während des touristischen Aufenthaltes für TouristInnen eindeutig sichtbar. Dies wird auch durch die Antworten auf die Frage nach den ethnischen Gruppen, die am aktuellen Aufenthaltsort leben, bestätigt (Siehe Abb. 18, S. 153 und Abschnitt 6.3.3, S. 94). 76 % der Befragten sind zudem der Meinung, dass die „Kultur“ bestimmter ethnischer Gruppen am Aufenthaltsort stärker betont wird, wobei wiederum 15 Personen hier die Swahili im Vordergrund sehen, gefolgt von 4 Personen, welche AraberInnen und 1 Person, welche die Bajun an vorderster Stelle verorten. 9 Personen haben anstatt der ethnischen Gruppe den Islam als betontes Element genannt (Siehe Abb. 19 und Abb. 20, S. 154). Diese offen gestellte Frage zeigt ganz deutlich auf, dass die meisten TouristInnen die Swahili als ethnische Gruppe wahrnehmen, während nur einige wenige nach AraberInnen und Bajun differenzieren. Ebenso wird die Religion des Islam eng mit der ethnischen Zugehörigkeit verknüpft und als Differenzierungsmerkmal innerhalb der lokalen Bevölkerung wahrgenommen¹⁷.

6.5.2.2 Sichtweisen der lokalen Bevölkerung von den TouristInnen

6.5.2.2.1 Die Klassifizierung von TouristInnen

Ausländische TouristInnen auf Lamu werden von der lokalen kenianischen Bevölkerung in erster Linie als eine geschlossene Gruppe mit bestimmten Verhaltens- und Sichtweisen wahrgenommen und klassifiziert. Bezeichnet werden TouristInnen häufig mit Begriffen

¹⁷Besonders interessant ist, dass bei dieser Frage eigentlich nach „ethnischen Gruppen“ gefragt wurde, während manche mit der Religion antworteten, was auf ein in der Öffentlichkeit und im Populärdiskurs eher schwammiges Verständnis von „ethnischen Gruppen“ hinweist.

wie „wazungu“ (dt. Weiße/Europäer), „wagani“ (dt. Gäste), „tourist“, „guest“ oder „foreigners“. Begriffe wie „tourist“, „wagani“ und „guest“ werden meist nur für temporäre BesucherInnen verwendet, während „wazungu“ und „foreigners“ meist auch für jene AusländerInnen benützt wird, welche permanent auf Lamu leben. Bei allgemeinen und generellen Fragen nach Verhalten, Beliebtheit und Akzeptanz von TouristInnen verwendeten meine InterviewpartnerInnen primär diese Begriffe oder den englischen Begriff „tourist“. Des Weiteren wurden TouristInnen häufig auch mit dem Attribut „white“ bedacht. Zwar wurden zahlreiche Generalisierungen getroffen, gleichzeitig wurde jedoch von vielen auch auf die unterschiedlichen Charaktere von Reisenden hingewiesen: „*I do serve different people, which they have different moods. Some are good, some are, some are not good, some are friendly, some are not friendly. Some have good speeches, some have not*“ (Int. 18: 92).

6.5.2.2.2 Die Bedeutung von nationaler Zugehörigkeit und Charakter

Werden von der lokalen Bevölkerung konkrete Erlebnisse und Erfahrungen mit bestimmten Personen erzählt, ist meist auch deren nationale Zugehörigkeit Gegenstand der Erzählung. Zum Beispiel erzählt ein Interviewpartner von homosexuellen Touristen sowie von alleinreisenden älteren Sextouristinnen und assoziiert ohne spezifische Nachfrage die erste Gruppe primär mit Italienern und die zweite Kategorie mit deutschen und italienischen Frauen (vgl. Int. 7: 220 ff.). Generell ist der Großteil der InterviewpartnerInnen der Meinung, dass es nationenspezifische Unterschiede zwischen den TouristInnen gibt. Diese werden jedoch häufig nur auf Nachfrage und zögerlich geäußert. Nur wenige geben so eindeutige Antworten wie folgender Interviewpartner: „*Americans are not good. I like Swiss, Swedish, Spains, they are good [...] They are honest, first they are honest. Then they are polite, not harassing*“ (Int. 8: 350-354). Manche geben an, dass sie keinen allzu engen Kontakt mit TouristInnen haben, und aufgrund der oberflächlichen und kurzen Begegnungen kaum zwischen einzelnen Nationalitäten unterscheiden können. Zudem seien diese Unterschiede für ihre berufliche Tätigkeit nicht relevant, da sie sich sowieso allen TouristInnen gegenüber gleich verhalten müssen, um Geld verdienen zu können (Int. 18: 127). ItalienerInnen werden generell am ehesten mit bestimmten Verhaltensmustern, wie zum Beispiel dem Tragen knapper Kleidung in der Altstadt, assoziiert und rangieren in der lokalen Beliebtheitsskala auf der untersten Position. ItalienerInnen sind bereits seit vielen Jahren an der ostafrikanischen Küste und insbesondere in Malindi südlich von Lamu präsent. Sie machen häufig von Malindi ausgehend Kurzausflüge nach Lamu. Auf Lamu gelten sie bei der lokalen Bevölkerung generell als arrogant, unverschämt, leicht bekleidet, geizig und als SextouristInnen (vgl. Int. 22: 119; Int. 4: 122; Int. 19: 228; Int. 17: 192). Warum gerade diese nationale Gruppe so negativ gesehen wird, hängt vermutlich damit zusammen, dass es sich in Malindi schon eher um Massentourismus handelt

6.5 Kontakte und Beziehungen zwischen TouristInnen und der lokalen Bevölkerung

und dementsprechend auch die TouristInnen andere sind als auf Lamu. Das Verhalten dieser Tagesausflügler mag demnach auch anders und weniger kultursensibel sein. Die mangelnde Kultursensibilität mag auch ein Grund dafür sein, dass besonders die lokale Swahili-Bevölkerung sich negativ über ItalienerInnen äußert. Andere ethnische Gruppen bewerten diese Gruppe ebenso positiv und negativ wie andere Nationalitäten. Weitere nationale Stereotype, die sporadisch aktiviert werden, sind jene von den Deutschen als trinkfreudig und rassistisch sowie von den Israelis als geizig (vgl. Int. 3: 206 ff.; Int. 17: 174 ff.).

Einige verneinen jedoch diese Unterschiede: „*Some time I meet, I meet people, someone from Israel, not good, I meet someone from Israel and you are free. I meet different people, very different*“ (Int. 21: 85). Besonders auffällig ist diesbezüglich, dass zwei Swahili-Interviewpartnerinnen, welche beide in Boutiquen arbeiten, auf diese Frage sehr ähnlich reagiert und geantwortet haben. Bei beiden war ein gewisses Desinteresse an TouristInnen hörbar. Sie sehen Reisende insgesamt eher als homogene Gruppe, die „recht okay“ ist. Eine der beiden meinte auch, dass wenn die Insel Lamu und deren BewohnerInnen nicht auf die Einnahmen über den Tourismus angewiesen wären, ihr eine Insel ohne Tourismus wesentlich lieber wäre, da Tourismus die Religionsausübung bei den jungen Männern sehr stark beeinträchtigt (Int. 10: 99-110). Begründbar ist diese undifferenzierte Einstellung von den Swahili-Frauen unter anderem mit der unterschiedlichen Rolle, welche diese generell im touristischen System Lamus einnehmen. Beide Frauen verbringen abgesehen von den kurzen Verkaufsgesprächen in den Boutiquen nicht viel Zeit mit TouristInnen. Während Swahili-Männer auch in ihrer Freizeit viel Zeit mit TouristInnen verbringen, beschränkt sich der Kontakt zwischen den meisten Swahili-Frauen, die im Tourismussektor arbeiten, und den TouristInnen auf ein Minimum. Generell ist darüber hinaus auch der Kontakt von Swahili-Männern mit TouristInnen gesellschaftlich anerkannter als jener von Swahili-Frauen mit Reisenden, denn dieser wird als potentiell schädlich betrachtet (vgl. Int. 8: 64).

6.5.2.2.3 TouristInnen als Einkommensquelle mit Akzeptanzgrenzen

Insgesamt betrachtet sind TouristInnen jeder Nationalität als zentrale Einkommensquelle der im Tourismussektor Arbeitenden erwünscht. Daher rücken Differenzen sowie negative Verhaltensweisen und Charakterzüge zum Teil in den Hintergrund¹⁸. In vielen Fällen ist dies auch mit Abhängigkeit vom Tourismus und den TouristInnen verbunden (Int. 20: 78; Int. 22: 65,104; Int. 4: 134). Aufgrund dessen ist die lokale Bevölkerung gezwungen, die Kontakte positiv zu gestalten. Ein Interviewpartner stellte beispielsweise fest: „*They don't annoy me because [...] according to my job, they are my heroes*“ (Int. 18: 127).

¹⁸Diese Aussage bezieht sich wie die gesamte Arbeit nur auf jenen Teil der lokalen Bevölkerung, welcher im Tourismus beschäftigt ist. Sie trifft laut einem Interviewpartner definitiv nicht auf religiöse Fundamentalisten zu, die sich auf Lamu jedoch in der Minderzahl befinden (Int. 3: 86).

Die generelle Akzeptanz von TouristInnen begründet sich für einige InterviewpartnerInnen also nur durch den monetären Vorteil, den TouristInnen Lamu verschaffen. Für andere InterviewpartnerInnen sind jedoch TouristInnen zusätzlich zu den ökonomischen Vorteilen, die sie mit sich bringen, eine wertvolle Ergänzung der Lokalität. Für diese Menschen bieten TouristInnen unter anderem Möglichkeiten der Wissenserweiterung und des Gedankenaustauschs oder erhöhen die Reflexivität gegenüber dem eigenen kulturellen Hintergrund, aber auch die Wertschätzung der eigenen Produkte. Ein Kikuyu-Interviewpartner äußerte sich hierzu folgendermaßen:

„I love dealing with the tourists, even discussing with tourists. I like it even mostly more than locals, because they have the mentality, the, the mind is white. Yeah, you can share ideas about outside here, experiences, also about some craft, some will talk about what they bought in Botswana, how people do there, so I get educated you know“ (Int. 3: 192).

Diese nicht-ökonomische Sichtweise ist vor allem bei Künstlern, aber auch bei sogenannten „Beach Boys“ und Leuten, die auf Dhows arbeiten, stark vertreten.

Diese positive Einstellung gegenüber dem Tourismus soll jedoch nicht bedeuten, dass alles erlaubt und erwünscht ist, denn es gibt sehr wohl auch Akzeptanzgrenzen. Beispielsweise sind sowohl vielen Swahili- als auch Nicht-Swahili-InterviewpartnerInnen homosexuelle TouristInnen oder auch BesucherInnen, welche mit Drogen zu tun haben, ein Dorn im Auge. Auch bei der Kleidung gibt es Grenzen. Bikinis, die von vielen Swahili als „Unterwäsche“ bezeichnet werden, und knappe Kleidung generell werden in der Stadt massiv abgelehnt: *„if you see them in town, you see in, just Kikoi, with, with no underwear inside, no. And ah T-Shirts, maybe it's up naked. Yeah, going round the town. And that is not good“ (Int. 8: 382).* Insbesondere die Swahili aber auch Personen anderer ethnischer Zugehörigkeit fordern mehr Sensibilität und Rücksichtnahme gegenüber der lokalen Bevölkerung, was eine Swahili-Frau mit folgendem Sprichwort illustriert: *„If you go to Rome, do what Romans do. So if they come here, they have to, to do what Swahilis do“ (Int. 8: 396).* Manchmal werden TouristInnen mit knapper Kleidung bei einem Spaziergang durch die Stadt von den lokalen Swahili darauf hingewiesen, dass diese Art von Kleidung hier nicht erwünscht ist. Zwei junge Swahili-Frauen meinen hingegen, dass sie Gäste nicht auf die unpassende Kleidung aufmerksam machen würden, da sie einerseits nicht ihre Brüder oder Schwestern sind und andererseits diese Hinweise TouristInnen verunsichern würden. Eine der beiden Frauen ist auch der Meinung, dass es ganz selbstverständlich ist, solche Fehler zu begehen, wenn man an einem fremden Ort ist, an dem man die lokale Kultur nicht kennt (Int. 11: 126-136; Int. 8: 380-392). Um derartigem Verhalten und Missverständnissen Einhalt zu gebieten, hat das *Lamu County Council* ein Schild an einem für TouristInnen gut sichtbaren Ort aufstellen lassen, welches zur Rücksicht auf die lokale Kultur mahnt. Auch das Lamu Museum hat eine ähnliche Mitteilung im Museum hängen. Die InterviewpartnerInnen anderer ethnischer Zugehörigkeit fanden die knappe Beklei-

6.5 Kontakte und Beziehungen zwischen TouristInnen und der lokalen Bevölkerung

dung zwar nicht anstößlich, waren jedoch größten Teils ebenfalls der Meinung, dass auf Lamu kultursensibles Verhalten angebracht wäre (Int. 17: 142; Int. 13: 352).

Generell kann aber festgestellt werden, dass viele TouristInnen auf Lamu sich nicht allein für Sonne, Strand, Meer und Vergnügen, sondern auch für Kultur und die lokale Bevölkerung interessieren und sich viele auch rücksichtsvoll gegenüber der lokalen Kultur und Bevölkerung verhalten (vgl. Int. 1: 224; Int. 21: 150-155). Sogar 64 % der befragten TouristInnen geben an, dass sie versuchen, sich an die lokalen Gegebenheiten anzupassen (Siehe Abb. 17, S. 153).

6.5.2.2.4 Ambivalente Einstellung zum Tourismus und den TouristInnen

Primär werden TouristInnen von den lokalen InterviewpartnerInnen, die alle im Tourismus beschäftigt sind, als eigene Personengruppe wahrgenommen. Wenn negative Auswirkungen des Tourismus auf die lokale Bevölkerung und die Integrität der lokalen Kultur erwähnt werden, ist immer vor allem vom Tourismus an sich und nicht von den TouristInnen die Rede. Die lokale Bevölkerung scheint also Tourismus sehr wohl als ein komplexes System wahrzunehmen.

Die lokale Bevölkerung, die mit dem Tourismus ihr Geld verdient, hat ein Interesse daran, den Tourismus auf Lamu zu fördern¹⁹. Dass der Tourismus nicht nur positive Auswirkungen hat, ist ihnen bewusst, wobei bestimmte negative Auswirkungen zum Teil als notwendiges Übel zwar beklagt aber auf gewisse Art und Weise akzeptiert werden, während andere negative Konsequenzen sehr viel kritischer gesehen werden. Eine gewisse ambivalente Einstellung gegenüber dem Tourismus ist bei fast allen lokalen Interviewpartnerinnen und -partnern hör- und spürbar. Aber die Abhängigkeit vom Tourismus als zentrale Einkommensquelle lässt viele gar nicht erst lange darüber nachdenken, ob man sich vom Tourismus wieder abwenden sollte: „*Ah if, even if it's good, it's bad, it's money. You can say nothing, you would have nothing. Why you're going to say. You have nothing. You just let them go because they are human*“ (Int. 4: 134). Als positiv werden vor allem die Arbeitsplätze, die dadurch geschaffen werden, das generierte Einkommen, aber auch die Wissenserweiterung und die Entstehung von Beziehungen betrachtet (Int. 19: 202,508; Int. 8: 128; Int. 18: 165; Int. 7: 150; Int. 20: 224). Als negativ werden der schlechte Einfluss auf die junge Generation in Bezug auf Drogenkonsum, Religionsausübung und Freizügigkeit genannt (Int. 22: 101; Int. 13: 215; Int. 8: 439; Int. 10: 108). Der Verfall der Kultur sowie die Abwanderung der Swahili aufgrund des zunehmenden

¹⁹Innerhalb der lokalen Bevölkerung scheint es auch Fraktionen, wie die islamischen Fundamentalisten, zu geben, welche Tourismus radikal ablehnen, da sie die Kultur durch sie zerstört sehen: „*there are those, there are two groups you know, there are the extremists, the, the extremists. Those one they see the culture is being destroyed. But the majority are poor, they don't have a lot, so they need it, they need the money. So that's it. So the extremists cannot have power to hate the mzungu or to feel bad, because they are a few. They are only in mosques*“ (Int. 3: 85,86). Diese sind jedoch in der Minderheit. Darüber hinaus sind diese Personen nicht im Tourismus beschäftigt und zählen damit auch nicht zur Fokusgruppe dieser Arbeit.

Aufkaufs der Häuser wird ebenfalls kritisch von Swahili als auch Nicht-Swahili angemerkt (Int. 21: 135; Int. 19: 80; Int. 2: 94; Int. 13: 215).

Interessanterweise sind gerade Nicht-Swahili auch relativ kritisch gegenüber den Konsequenzen, welche der zunehmende Aufkauf der Häuser, sowie die damit zusammenhängende Abwanderung der Swahili in andere Küstenstädte, möglicherweise haben kann. Der Kulturerhalt wird also von allen Seiten als bedeutsam und wünschenswert erachtet, aber es gibt unterschiedliche Prioritäten bei der Argumentation. Einerseits werden primär von Nicht-Swahili, aber auch von den Swahili die durch den Tourismus geschaffenen Arbeitsplätze und das Einkommen erwähnt. Der kommerzielle Wert der Kultur dient damit als Argumentation für den Kulturerhalt. In den Aussagen vieler Nicht-Swahili wird zudem häufig von der Wichtigkeit der materiellen Kultur wie zum Beispiel der Architektur der Häuser gesprochen, während die gelebte Kultur nur wenig Beachtung findet. Andererseits treten Swahili für den Erhalt ihrer eigenen Kultur als integrales Ganzes ein, da sie ihre Kultur und die damit verbundenen Werte an sich positiv bewerten, ohne dabei ihren kommerziellen Wert zu berücksichtigen. Dieser erscheint von sekundärer Bedeutung für die Swahili. Interessant ist, dass Swahili in Zusammenhang mit dem Kulturerhalt vor allem von bestimmten Werten, Verhaltensweisen oder von der Religionsausübung sprechen, während die materielle Kultur in ihren Aussagen eher sekundär ist.

6.6 Lokale interethnische Beziehungen im touristischen Kontext Lamus

In diesem letzten Abschnitt sollen die jeweiligen Schlüsse der vorhergehenden Abschnitte, welche sich auf einzelne Intersektionen von Tourismus konzentrierten, in Beziehung zueinander gesetzt und neue Aspekte in Bezug auf die Frage nach den konkreten Auswirkungen von Tourismus auf die lokalen interethnischen Beziehungen herausgearbeitet werden.

6.6.1 Die nationale ethnische Marginalisierung der Swahili und deren (scheinbare) Umkehrung im lokalen touristischen Kontext

6.6.1.1 Stärkung der Swahili durch die Betonung von „Swahiliness“ im touristischen Diskurs

Im Kontext des Tourismus haben sich die Interessen und Rationalitäten von „neuen“ und „alten“ AkteurInnen verschoben. Der Staat beispielsweise hat seine Position zur Ethnie der Swahili zum Teil verändert. Während die Politik des Staates gegenüber den Swahili generell als eine Politik der Marginalisierung wahrgenommen wird, werden im Rahmen des touristischen Diskurses die Swahili auch von der staatlichen Tourismuswerbung als besondere Ethnie hervorgehoben. Dies gilt vor allem auch in Bezug auf die Tourismus-

6.6 Lokale interethnische Beziehungen im touristischen Kontext Lamus

werbung für Lamu. Andere Ethnien, die heute in immer größerer Zahl auf Lamu präsent sind, werden überhaupt nicht erwähnt. Insbesondere betrifft dies Küstenethnien wie die Mijikenda oder Pokomo, aber die Ethnien der Kikuyu oder Kamba, welche mit dem Inland assoziiert werden.

Allerdings bleiben die Handlungen des Staates in Bezug auf die Gruppe der Swahili und die mit ihr verbundene Region der Küste ambivalent. Viele Entwicklungen zeigen, dass von staatlicher Seite das touristische und wirtschaftliche Potential der Insel sowie auch der Swahili-Kultur erkannt worden ist und kleine Schritte gesetzt wurden, dieses Potential zu nutzen. Die Swahili werden im Rahmen der Repräsentationen in der staatlichen Tourismuswerbung hervorgehoben. Des Weiteren wurde auch die Ernennung Lamus zum Weltkulturerbe von nationaler Seite unterstützt und damit eine Voraussetzung für die erfolgreiche Vermarktung Lamus sowie der Swahili-Kultur als Tourismusattraktion geschaffen. Andererseits wurden jedoch dringendst notwendige Infrastrukturmaßnahmen in der Region, die sowohl dem Tourismus als auch der lokalen Bevölkerung zugute kommen würden, nur in geringem Ausmaß durchgeführt. Zudem wurden die Swahili auf politischer Ebene weiterhin marginalisiert, besonders im Hinblick auf die Besetzung von Posten in der lokalen Verwaltung. Aber das symbolische und politische Kapital, welches die Swahili durch die staatliche Anerkennung und Hervorhebung auf der repräsentativen Ebene gewinnen, darf nicht unterschätzt werden. Durch die Bemühungen Lamu als Weltkulturerbe deklarieren zu lassen, hat man vor allem auch internationale Institutionen wie die UNESCO auf das touristische und politische Spielfeld geholt, die seither die Funktion des Staates bezüglich des Erhalts des Kulturerbes überwachen. Allerdings kann die UNESCO nur Empfehlungen an den Staat abgeben, aber keine Sanktionen aussprechen. Es zeigt sich hierdurch aber doch, dass die Möglichkeiten für die Ethnie der Swahili, ihre Interessen national beispielsweise gegenüber anderen Ethnien aber auch international einzufordern, durch den Tourismus und die damit verbundene öffentliche Aufmerksamkeit erweitert wurden.

Die lokalen Swahili auf Lamu wurden aber nicht nur von staatlichen AkteurInnen sondern ebenso durch die übrige lokale Bevölkerung im Zuge des Tourismus ermächtigt. Lokale AkteurInnen aus der Bevölkerung haben beispielsweise mit dem Lamu Cultural Festival eine ideale Plattform gegründet, über welche sie die Swahili und am Rande auch andere Küstenethnien der breiteren Öffentlichkeit präsentieren können. Die Swahili-Kultur und die Swahili als ethnische Gruppe stehen eindeutig im Mittelpunkt lokaler touristischer Repräsentationen und Angebote. Dabei bedienen sich nicht nur die Swahili selbst, überethnische AkteurInnen wie die UNESCO oder in gewisser Weise auch der Staat der Swahili-Kultur, sondern insbesondere auch die anderen Ethnien, um ihre Produkte zu verkaufen und Geld zu verdienen. Beispielsweise malen und verkaufen sie Postkarten und Bilder mit Motiven, die auf Lamu mit der Swahili-Kultur verknüpft sind. Restaurants, die im Besitz von Kikuyus sind, verkaufen anstatt des mit ihrer Ethnie

assoziierten Essens „Swahili Meals“, welche wiederum an den touristischen Geschmack angepasst wurden. Aber insbesondere Personen, die den ethnischen Gruppen der Kikuyu und Kamba angehören, täuschen für gewöhnlich nicht vor, Swahili zu sein. Sie bedienen sich nur bestimmter Motive und Produkte.

Die Swahili stehen in der Folge auch im Mittelpunkt der touristischen Wahrnehmung, was angesichts der touristischen Repräsentationen in der Tourismuswerbung nicht überraschend ist. Die Swahili-Kultur kann als ein zentrales Reisemotiv betrachtet werden, allerdings scheinen hier gemischte Motive von Seiten der Reisenden vorzuliegen. Ein Teil nimmt ethnische Gruppen sehr wohl als solche wahr und zeigt Interesse an den Swahili. Ein anderer Teil kommt entweder in erster Linie wegen der Erholung oder Kultur im Allgemeinen nach Lamu, oder betrachtet „das Fremde und Exotische“ an sich, unabhängig von ethnischer Zugehörigkeit, als interessant. Hieraus lässt sich schließen, dass sowohl kultureller, ethnischer, historischer, aber auch reiner Erholungstourismus allesamt auf Lamu präsent sind, wobei diese Tourismusarten häufig kombiniert werden.

Diese Ausführungen zeigen, dass die Swahili sowohl lokal, regional als auch national zu den am prominentesten vertretenen Ethnien im touristischen Diskurs zählen. Mit diesen Entwicklungen ist tatsächlich eine teilweise Umkehrung beziehungsweise Aufhebung der nationalen ethnischen Marginalisierung der Swahili durch die Stärkung der Swahili im Rahmen des Tourismus erreicht.

6.6.1.2 Ethnische Ausgeglichenheit am touristischen Arbeitsmarkt

Personen, die nicht Swahili sind, betrachten die Dominanz der Swahili im touristischen Diskurs als natürlich und selbstverständlich, da sie selbst Lamu als Ort der Swahili sehen. Andererseits nehmen sie aber auch für sich in Anspruch, als KenianerInnen auf Lamu leben und arbeiten zu dürfen. Damit werden auf der symbolischen Ebene ethnische Argumentationen aktiv, indem ein Ort mit einer bestimmten Ethnie assoziiert wird, während auf der wirtschaftlichen Ebene die gemeinsame nationale Zugehörigkeit in den Vordergrund gestellt wird. Durch die Aktivierung der nationalen Identität rechtfertigen sie ihre Anwesenheit und Arbeitstätigkeit auf Lamu. Es wird von Nicht-Swahili aber auch immer wieder thematisiert, dass viele lokale Swahili gar nicht in bestimmten Positionen im Tourismus arbeiten möchten oder auch nicht dafür qualifiziert genug seien. Diese Wahrnehmung der Nicht-Swahili stimmt zudem auch insofern mit der Position der Swahili überein, da diese ebenfalls feststellen, dass sie eine Abneigung gegenüber gewissen touristischen Tätigkeiten hegen und andere Arbeiten vorziehen. Dies würde erklären, dass bestimmte Positionen verstärkt mit MigrantInnen aus dem kenianischen Inland besetzt werden. Trotz der zunehmenden Anzahl von Nicht-Swahili, die in diesem Sektor auf Lamu Arbeit finden, ist jedoch auf Seiten der Swahili kein Gefühl der wirtschaftlichen Margina-

lisierung in Bezug auf die anderen Ethnien in Kenia entstanden²⁰. Vielmehr schätzen sie sogar die Arbeitskraft vieler Nicht-Swahili in bestimmten Bereichen des Tourismussektors aber auch anderswo, da diese jene Arbeiten abdecken, die sie als Swahili aber auch als MuslimInnen nicht übernehmen möchten.

Damit herrscht tendenziell im touristischen Sektor ein eher ausgeglichenes und harmonisches interethnisches Verhältnis vor, welches vor allem mit ethnischer Arbeitsteilung erklärt werden kann. Die ethnische Arbeitsteilung weist dabei keine rigiden Strukturen auf. Damit steht der nationalen ethnischen Marginalisierung der Swahili und ihrer Stärkung durch die Betonung von „Swahiliness“ im touristischen Diskurs noch eine andere Entwicklung auf der wirtschaftlichen Ebene des touristischen Arbeitsmarktes gegenüber. Die Chancen und Möglichkeiten, die der lokale Arbeitsmarkt sowohl den Swahili als auch den anderen zum Teil zugewanderten Ethnien bietet, werden von den Swahili weitgehend akzeptiert und sind für spezifische Arbeitsbereiche sogar sehr erwünscht.

6.6.1.3 Die Umverteilung des Besitzes vor dem Hintergrund des Weltkulturerbes

Während die Swahili zwar im interethnischen Vergleich auf wirtschaftlicher Ebene nicht marginalisiert werden, werden auf Lamu zunehmend Immobilien durch AusländerInnen erworben. Dadurch kommt es zu einer Umverteilung des Eigentums. Während in früheren Jahren vor allem die Swahili als EigentümerInnen in der Stadt fungierten, so verkaufen diese nun zunehmend ihre Häuser. Der Grund hierfür ist, dass hohe Preise für derartige Immobilien erzielt werden und die Swahili selbst nicht das Geld besitzen ihre Häuser zu erhalten. Von Seiten der Swahili werden diese Veränderungen der Besitzverhältnisse und die damit zusammenhängende Abwanderung zum Teil als bedrohlich erlebt:

„most of Lamu then it [will] be taken by wazungus, not for Swahilis anymore, because they first from Shela coming now to Lamu [...] all houses in Shela now is occupied by wazungus, and Lamu now most of houses are in most Swahili, but now I see the old houses are taken with wazungus and that [...] Lamu will be taken by wazungu most of time [...] We'll have to go to another country, Mombasa or Malindi. So Lamu is for wazungus not for Swahili anymore“ (Int. 8: 228).

Andererseits wird der Verkauf von alten Häusern als notwendig und von Vorteil für die Swahili und die lokale Wirtschaft erachtet, da die TouristInnen dadurch in der Stadt bleiben und die alten Häuser renoviert werden: *„It's not good but ah, it's not good but ah, now we, they can't leave their house to come down, or?“ (Int. 19: 184).* Im Gespräch werden im Allgemeinen auch die Vorteile für den/die VerkäuferIn in Form des hohen Gewinns und dessen Verwendungsmöglichkeiten hervorgehoben. Die Abwanderung und die beinahe Verunmöglichung des Kaufs von Immobilien durch die lokale Bevölkerung rücken

²⁰Gefühle der wirtschaftlichen und politischen Marginalisierung sind vor allem außerhalb des Tourismus bei den Swahili vorherrschend - insbesondere wenn es um die Vergabe von Posten in der Verwaltung geht.

dabei in den Hintergrund (vgl. Int. 16: 298; Int. 19: 174; Int. 22: 75). Der relativ geringe Widerstand der Swahili gegenüber dem zunehmenden Hauskauf kann jedoch abseits des finanziellen Faktors auch damit erklärt werden, dass diese Teile der materiellen Kultur nicht mehr im selben Maße identitätsstiftend sind wie früher. In Anbetracht dessen, dass nicht mehr alle Swahili Häuser besitzen, könnten sich hier zwangsweise Veränderungen bei den ethnischen Grenzmarkern ergeben haben, die jedoch noch einer näheren Analyse bedürfen würden. Nichtsdestotrotz ist die Ambivalenz der Swahili bezüglich des zunehmenden Aufkaufs der alten Häuser nicht übersehbar (vgl. Int. 21: 123 ff.; Int. 8: 222 ff.; Int. 4: 134).

Auf Seiten der Nicht-Swahili wird der zunehmend Ankauf von Immobilien und die damit zusammenhängende Schaffung von Arbeitsplätzen durch AusländerInnen zum Teil ebenfalls ambivalent, aber überwiegend positiv beurteilt. Für die Nicht-Swahili kommt der Erhalt der Gebäude durch die AusländerInnen einem Erhalt der lokalen Kultur gleich und damit ist aus ihrer Sicht der Status Lamus als Tourismusattraktion gesichert (Int. 13: 137 ff.; Int. 2: 106). Der Kulturerhalt manifestiert sich für diese Interviewpartner in der Restauration und Renovierung der Häuser und wird vom Großteil der Nicht-Swahili zweckgebunden betrachtet. Im Allgemeinen steht die materielle Kultur in Form der Stadtarchitektur im Vordergrund, die gelebte Kultur ist nachrangig. In diesem Sinne wird das Weltkulturerbe als Ware und Produkt betrachtet. Nicht Kultur für sich, sondern materielle Kultur zum Zweck des Profites im Rahmen des Tourismus soll erhalten werden. Der Erhalt gelebter Kultur wird dagegen problematischer gesehen und Veränderungen werden mit dem Lauf des Lebens assoziiert. Die Aufrechterhaltung der materiellen „Swahili-Kultur“ durch AusländerInnen und die Abwanderung der ursprünglichen „EigentümerInnen“ werden dabei nicht als Widerspruch gesehen.

Generell kann man davon ausgehen, dass sich der Charakter der Stadt zusehends verändern wird, indem die materielle Kultur immer mehr von den Ethnien, die diese Kultur leben beziehungsweise gelebt haben, losgelöst wird. Die Swahili erzielen zwar durch die Hausverkäufe gute Gewinne, wandern jedoch zum Teil ab, beziehungsweise bauen neue Häuser an den Stadträndern. In den alten Häusern leben nun EuropäerInnen und NordamerikanerInnen beziehungsweise während deren Abwesenheit werden sie häufig durch Giriama bewirtschaftet. Nicht-kenianische MigrantInnen aber auch TouristInnen, die ein Ferienhaus auf Lamu besitzen, werden somit zu einem immer wichtigeren und mächtigeren Bestandteil im ethnischen und nationalen Gefüge Lamus. Die Beziehungen mit dieser neuen Gruppe innerhalb der lokalen Bevölkerung, die über den Tourismus nach Lamu gekommen sind, gestalten sich aus Sicht der Befragten durchaus positiv. Zwar wird durchwegs auch Kritik an dem zum Teil negativen kulturellen Einfluss durch diese Gruppe als auch durch die TouristInnen, sowie an den Immobilienverkäufen geübt, gleichzeitig überwiegen vor allem hinsichtlich des letzteren Aspektes die positiven Seiten. Paradox bleibt hingegen die Tatsache, dass auf Lamu scheinbar nur durch die kaufkräftigen Aus-

länderInnen der mit der Ethnie der Swahili assoziierte Bestand an materieller Kultur in Form der alten Häuser erhalten werden kann. Der kenianische Staat würde die Mittel besitzen, diese Entwicklung in andere Wege zu leiten. Über eine großzügige finanzielle Unterstützung für Renovierungen oder durch eine gesetzliche Regelung in Bezug auf die Besitzaneignung durch AusländerInnen könnten die Swahili überzeugt werden, „ihre“ Häuser zu behalten, sie zu renovieren und gleichzeitig auch deren hohes wirtschaftliches Potential im Tourismus auszuschöpfen. Aber der Staat bleibt diesbezüglich weitgehend untätig, überlässt die touristischen Gewinne AusländerInnen und konzentriert sich stattdessen auf den Bau eines großen Hafens im unmittelbaren Umfeld von Lamu, der hohe Gewinne für manche Gruppierungen verspricht.

6.6.2 „A peaceful town without tribalism“ - Interethnische Beziehungen mit Anspruch auf Harmonie

Lokale touristische AkteurInnen kommen auf Lamu im Rahmen des Tourismus häufig mit unterschiedlichen ethnischen Gruppen in Kontakt, beziehungsweise müssen miteinander kooperieren, um gute Geschäfte zu machen. Darüber hinaus kommen sie mit einer weiteren Kategorie von „Fremden“ in Berührung: den TouristInnen selbst. Inwieweit sich diese lokalen interethnischen Beziehungen für die befragten AkteurInnen positiv gestalten und inwieweit es unterschiedliche Wahrnehmungsweisen, Beurteilungslogiken und Handlungsrationitäten in Bezug auf unterschiedliche Kategorien von „Fremden“ und „Newcomern“ gibt, wird im Folgenden näher ausgeführt.

6.6.2.1 Darstellungen der interethnischen Beziehungen von lokalen TourismusakteurInnen

Die Beziehungen zwischen den einzelnen Bevölkerungsgruppen, Neuankömmlingen und Alteingesessenen oder zwischen den unterschiedlichen ethnischen Gruppen werden auf Lamu von den befragten Personen überwiegend positiv dargestellt. Während anderswo Probleme zwischen bestimmten ethnischen Gruppen bestehen und Konflikte geschürt werden, die zum Teil ganz konkrete Auswirkungen auf den Alltag der betroffenen Personen haben, so sind diese Probleme auf Lamu in der Wahrnehmung vieler - von Personen mit und ohne Migrationshintergrund oder unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit - kaum existent:

„so what I can say about this island in Kenya or in East Africa in general as far as regions are concerned is that people here are quite humble [...] particularly this island I think people here are good and are very welcoming, be they Kambas, be they Kikuyu, the Gunya, the Luos who have settled in these areas. I've never heard of any hostility to each other“ (Int. 1: 74).

Ein weiterer Interviewpartner stellt zwischen der Abwesenheit von Ausgrenzung auf Lamu und der Geschichte der Swahili einen Zusammenhang her. Argumentiert wird, dass bereits vor Jahrhunderten Interaktionen mit Fremden von Bedeutung waren: *„the Swahili is [a] very accepting people. They’ve been interacting with foreigners for ages. So they know, they are not like xenophobic“* (Int. 17: 66). Die lokale Bevölkerung und im Speziellen die Swahili werden generell als freundlich beschrieben. Solange jemand nicht gegen „ihre“ Religion - den Islam - handeln würde, solange würde diese Person auch akzeptiert werden (Int. 7: 28 ff.). Die Wahrnehmung von Seiten der Swahili ähnelt diesen Beschreibungen in vielerlei Hinsicht: *„We are just ah, brothers and sisters“* (Int. 19: 544). Auch aus ihrer Perspektive werden interethnische Beziehungen als harmonisch und friedlich beschrieben (vgl. u.a. Int. 19: 540; Int. 16: 88; Int. 19: 546; Int. 21: 279 ff.). Die „Friedlichkeit“ Lamus wird von fast allen befragten touristischen AkteurInnen erwähnt und verdeutlicht den Wert den die Friedlichkeit hier hat - insbesondere auch für MigrantInnen.

Das Recht auf Lamu zu leben und zu arbeiten, wird scheinbar keinen bestimmten ethnischen Gruppen abgesprochen. Diesbezüglich bezieht sich ein Swahili-Bajun-Interviewpartner auf die gemeinsame nationale Zugehörigkeit, welche Akzeptanz notwendig macht: *„all we are from Kenya so we don’t have choice. To say oh no we hate this guys, we hate these guys because also they are from Kenya. So we have to stay with them like a friendly. No choice“* (Int. 4: 21). Auch Nicht-Swahili verteidigen mitunter ihre Anwesenheit auf Lamu mit ihrer kenianischen Staatsbürgerschaft (vgl. Int. 14: 71; Int. 3: 122).

Aber es bestehen sehr wohl auch kleinere Konflikte, die jedoch für TouristInnen nicht sichtbar sind: *„they [tourists] don’t see them [the ethnic groups on the island] fighting or quarreling or anything. They cannot, you cannot tell. This is very internal, you cannot note, yeah. It’s too hard to note“* (Int. 3: 230). Einige Konflikte, die für TouristInnen wahrnehmbar sind, haben häufig banale Ursachen. Während meiner Feldforschung sind solche Konflikte häufiger zwischen Angehörigen unterschiedlicher ethnischer Gruppen entstanden und wurden schließlich auch entlang ethnischer Grenzen ausgetragen. Die Swahili tragen dabei ihre Konflikte primär mit Worten und nicht physisch aus, wie ein Kikuyu bestätigt: *„It’s very difficult for them to quarrel physically. They solve everything with words, they talk. Where there are many cultures I know on the mainland, they, they don’t have the culture of talking, they are more or less going to tribal clashes“* (Int. 1: 38). Häufig kommen den Konfliktparteien Personen derselben ethnischen Zugehörigkeit zu Hilfe beziehungsweise bemühen sich manchmal auch um Schlichtung. Während der Feldforschung konnten drei derartige Konflikte beobachtet werden, die alle zwischen Personen unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit stattfanden und mit Wortgefechten ausgetragen wurden. In zwei der drei Fälle eilten Personen der gleichen ethnischen Zugehörigkeit unabhängig von der Schuldfrage den jeweiligen Konfliktparteien der gleichen ethnischen Zugehörigkeit zur Hilfe. Beim dritten Konflikt wurde der Streit nur zwischen den beiden

betroffenen Personen ausgetragen. Die eigene ethnische Zugehörigkeit übernimmt damit in gewisser Weise die Funktion einer Versicherung, auf die man sich in Konfliktfällen verlassen kann. Insgesamt sind die interethnischen Beziehungen aber tatsächlich im großen und ganzen relativ harmonisch.

Im Rahmen des Tourismus kommen sich die einzelnen ethnischen Gruppen häufig näher. Um ein qualitativ hochwertiges touristisches Angebot anbieten und mit anderen Küstendestinationen mithalten zu können, müssen Menschen unterschiedlichster ethnischer Zugehörigkeit aufgrund der ethnischen Arbeitsteilung und beruflichen Spezialisierung miteinander kooperieren. Die ethnische Arbeitsteilung am touristischen Arbeitsmarkt ist damit auf jeden Fall ein Faktor der die harmonischen interethnischen Beziehungen ermöglicht. Des Weiteren setzt der Tourismus Sicherheit und Friedlichkeit voraus. Die Friedlichkeit ohne „Tribalismus“ bildet gleichzeitig auch einen zentralen Pfeiler des touristischen Bildes über Lamu. Die Beliebtheit des Tourismusorts Lamu hängt daher auch mit der Aufrechterhaltung dieser Friedlichkeit zusammen. Diese Tatsache scheint auch ausschlaggebend dafür zu sein, dass sich andere Ethnien, die nicht aus Lamu stammen und mit stärkeren ethnischen Konflikten in ihrer Heimat konfrontiert sind, auf Lamu der Art der Konfliktaustragung der Swahili anpassen. Sie wissen, dass TouristInnen - ihre zentrale Einnahmequelle - sonst verschreckt werden könnten. Die Studie von Jamison (1999) stellte einen ähnlichen Sachverhalt in Bezug auf Malindi, das südlich von Lamu gelegen ist, fest.

6.6.2.2 Gegenseitige Stereotype und Distanz

Im Allgemeinen stellen viele der Befragten auf die Frage nach der Akzeptanz anderer ethnischer Gruppen den Charakter einer Person in den Vordergrund (vgl. Int. 17: 106,260,406; Int. 20: 234; Int. 16: 96; Int. 22: 10). Aber während der Interviews werden hin und wieder sowohl von Swahili als auch von Nicht-Swahili stereotype Beschreibungen anderer Ethnien geäußert (vgl. Int. 16: 138,142; Int. 22: 8). Allerdings kann diesbezüglich zwischen jenen Personen unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit, die mit den Swahili oder auf Lamu aufgewachsen sind beziehungsweise schon lange hier leben und jenen, auf die dies nicht zutrifft, unterschieden werden. Erstere identifizieren sich meist nicht so stark mit ihrer eigenen Ethnie, aber sie sehen sich auch nicht als Swahili (vgl. Int. 18; Int. 13). Manche der befragten Kikuyu definieren sich beispielsweise als „Afrikaner“ und sind in der Folge auch in Bezug auf die Bewertung anderer ethnischer Gruppen vorsichtiger und generalisieren weniger. Dadurch kommen auch in interethnischen Kontaktsituationen ethnische Argumentationen und Stereotypisierungen weniger stark bis gar nicht zur Anwendung²¹. Religion fungiert jedoch meist weiterhin als wichtigster Grenzmarker zwi-

²¹Dies könnte in Zusammenhang damit stehen, dass für Nicht-Swahili auf Lamu die eigene ethnische Zugehörigkeit aufgrund von Vorurteilen des Öfteren hinderlich für das Leben vor Ort sein kann, oder aber auch die Arbeit im Tourismus die Kooperation mit vielen unterschiedlichen ethnischen Gruppen

schen den Ethnien (vgl. Int. 15: 267; Int. 18: 233; Int. 3: 50,64). Jene, die nicht in Kontakt mit den Swahili aufgewachsen sind und insbesondere jene, die noch nicht so lange auf Lamu leben, weichen dagegen häufiger auf ethnische Stereotype aus und generalisieren viel stärker (vgl. Int. 7; Int. 14).

6.6.2.3 Unterschiedliche Bewertungsschemata gegenüber „Newcomern“: Wirtschaftliche und ethnische Perspektiven

Auf Lamu haben mit dem Tourismus zwei neue Kategorien von „Anderen“ das lokale gesellschaftliche Parkett betreten, die im Folgenden auch als „Newcomer“ bezeichnet werden. Diese Newcomer sind dabei nicht gleichbedeutend mit der gesamten Menge an MigrantInnen auf Lamu, sondern bilden eine Teilmenge davon. Nur jene Ethnien und Nationalitäten die in der Vergangenheit nicht auf Lamu präsent und erst seit dem Einzug des Tourismus in nennenswerter Zahl vertreten sind, zählen zu den Newcomern. Der Begriff wird auch im lokalen Englisch verwendet - allerdings vor allem für die kenianischen Neuankömmlinge.

Eine dieser Gruppen subsumiert zwei Migrantengruppen (Gruppe 3 und 4 in Abb. 4, S. 54), die im Allgemeinen auch als „watu wa bara“ bzw. „wabara“ bezeichnet und deren ethnischen Zugehörigkeiten traditionell mit dem kenianischen Inland assoziiert werden. Zumeist gehören sie einer anderen Religion an und aufgrund ihrer Macht in der nationalen Politik sowie auf der Verwaltungsebene werden sie von den Swahili zum Teil eher negativ betrachtet. Die andere Gruppe von „Anderen“ besteht aus kaufkräftigen ausländischen MigrantInnen aus Europa oder Nordamerika (Migrantengruppe 5) sowie auch aus TouristInnen. Diese werden auch „wazungu“ genannt. Es fällt auf, dass gegenüber diesen verschiedenen Kategorien von Newcomern unterschiedliche Wahrnehmungs- und Bewertungsschemata als auch Handlungsrationitäten von den Swahili Anwendung finden. Die Gruppe der „wazungu“ wird dabei überwiegend positiv bewertet, auf Lamu willkommen geheißen und akzeptiert, obwohl die Swahili ihr Verhalten sowie die kulturellen Einflüsse zum Teil negativ beschreiben. Letzteres gilt auch für die kenianischen Newcomer, wobei deren Akzeptanz wesentlich geringer ist und ihr Verhalten negativ bewertet wird. Dieser Umstand scheint ökonomisch begründet zu sein, denn die AusländerInnen bringen Geld nach Lamu, während die „wabara“ die lokale Wirtschaft aus Sicht der Swahili tendenziell eher aussaugen. Dabei überschneiden sich häufig Einstellungen der Swahili gegenüber kenianischen Newcomern als auch den „wafrika“ generell, welche auch die Giriama inkludieren. Allerdings sind diesbezüglich die Einstellungen häufig etwas gemäßigter, da die Giriama wie auch die Swahili „watu wa pwani“ sind und damit ein größeres Näheverhältnis der Swahili zu ihnen besteht. Eine junge Swahili-Boran, die als Rezeptionistin in einem Hotel arbeitet, äußert sich folgendermaßen: *“wazungus should stay because they*

notwendig macht und dabei Differenzen und Misstrauen überwunden und aus dem Weg geräumt werden können.

6.6 Lokale interethnische Beziehungen im touristischen Kontext Lamus

earn us money, yeah if they come to tours then they, we get money, we get ah better life, then this Kikuyu Giriama they give us nothing,, (Int. 8: 262). Ein Kikuyu-Künstler stellt ähnliches fest:

„Tourists are not treated bad. They are bringing money. But to people from upcountry, they are taking money from here, because they are working here to earn a living. So they are taking money, they are not bringing. Yeah, but a tourist, he brings in money. That’s why he is also allowed to marry“ (Int. 3: 76).

Diese Aussage sowie der Abschnitt zum Thema Freundschaften und Intimitäten zwischen TouristInnen und lokaler Bevölkerung auf Seite 101 zeigen, dass auch bei interethnischen und binationalen intimen Beziehungen und Heiraten unterschiedliche Kriterien zur Bewertung von potentiellen Partnerinnen und Partnern herangezogen werden. Die Religion wird von Seiten der Swahili sehr viel stärker gegenüber anderen kenianischen ethnischen Gruppen als gegenüber den ausländischen Newcomern aktiviert. Aber im Allgemeinen gilt auch hier, dass die „wabara“ verstärkt in Bezug auf ihre ethnische Zugehörigkeit beurteilt werden, während bei den AusländerInnen Geld sowie die Schaffung von Arbeitsplätzen die entscheidenden Kriterien für eine Beurteilung sind und die lokale Akzeptanz damit größer ist.

6.6.3 Abseits ethnischer Identitäten: Regionale Herkunft, „Race“, Religion und „Rasta“

Um zu vermeiden, dass die Fragestellung andere Identitäten aus dem Blick gleiten lässt, obwohl sie in der lokalen Realität möglicherweise sogar bisweilen bedeutender sind als ethnische Identitäten, soll an dieser Stelle kurz auf diese „anderen“ Identitäten eingegangen werden.

Im Rahmen dieser Arbeit sind verschiedene Identitäten zum Teil bereits explizit, zum Teil aber auch nur implizit am Rande erwähnt worden. Zu jenen Identitäten, die bereits explizit erwähnt wurden, zählen jene der regionalen Herkunft. Besonders die Küstenethnien sehen sich selbst häufig als „watu wa pwani“ oder „coastal people“, während sich die „Anderen“ vom Inland seltener als „watu wa bara“ oder von „upcountry“ definieren. Besonders in einem politischen Kontext scheint diese regionale Identität von den Küstenethnien aktiviert zu werden, da die Küstenregion jahrzehntelang vom Staat wirtschaftlich und politisch marginalisiert wurde. Auch im Rahmen touristischer Repräsentationen und Attraktionen sind neben den Swahili noch am ehesten andere „watu wa pwani“ vertreten, wie zum Beispiel die Giriama mit ihren Tanzaufführungen im Hotel Petley’s oder beim Lamu Cultural Festival. Neben der Differenzierung in „watu wa pwani“ und „watu wa bara“ findet sich noch eine weitere soziale Identität, welche zum Teil mit Vorstellungen von „race“ im englischen Sprachraum aber auch mit der Herkunft in Verbindung stehen. Die Unterteilung der lokalen Bevölkerung in „waarabu“ und „waafrika“ (Siehe Abb. 4, S. 54

wird in erster Linie von ersteren vollzogen. „Waarabu“ weist dabei auf die arabische Herkunft und eine hellere Hautfarbe hin, während „waafrika“ Personen dunklerer Hautfarbe und afrikanischer Herkunft vom Festland umfasst.

Dem gegenüber steht die religiöse Identität, welche mehrere Ethnien verbinden kann. Häufig werden dabei vor allem Küstenethnien miteinander verbunden und die interethnische Akzeptanz erhöht sich. Allerdings differenziert sich die Gruppe der MuslimInnen an der Küste auch in unterschiedliche Fraktionen. Ein Giriama-Muslim äußert sich beispielsweise relativ kritisch gegenüber den Swahili - trotz derselben religiösen Zugehörigkeit (vgl. Int. 2). Auf Lamu werden im Allgemeinen in erster Linie Swahili mit dem Islam assoziiert, wobei manche Swahili sich stärker über ihre religiöse als über die ethnische Zugehörigkeit definieren (vgl. Int. 22). Die religiöse Identität ist jedoch nicht bei allen MuslimInnen so stark ausgeprägt, beziehungsweise werden nicht alle Verhaltensgebote, die von lokaler Seite mit dem Islam verbunden werden, uneingeschränkt befolgt. Obwohl beispielsweise der gewerbliche Alkoholausschank für die MuslimInnen von Lamu als Tabu gilt, arbeitet ein Giriama-Muslim in einer Bar (Int. 2: vgl.). Ebenso ist ein Swahili-Mädchen als Rezeptionistin tätig und legt dafür ihren Buibui ab (Int. 8: vgl.). Gerade bei einkommensschwachen Schichten, zu welchen die beiden zuvor genannten Personen zählen, können religiöse Verhaltensnormen überschritten werden, um damit den eigenen Lebensunterhalt beziehungsweise jenen der Familie zu sichern.

Zu allerletzt sollen an dieser Stelle noch die „Rasta“ Erwähnung finden, welche sich - wie schon beschrieben - zum Teil durch Dreadlocks, einen Hang zur Reggae-Musik, das Rauchen von Marihuana, das Propagieren von „Peace“ und Schmuck in Rastafarben charakterisieren lassen. Auf Lamu existieren zwei Kategorien von Rasta, die beide aktiv im Tourismus sind. Einerseits gibt es die Swahili-Rasta, welche meist Dhow-Kapitäne, Crew oder Triporganisatoren sind und andererseits die Künstler-Rasta, die zumeist Kikuyu sind und häufig über eigene Straßenstände oder Workshops verfügen. Die letztere Gruppe ist auf Lamu auch für ihren Palmweinkonsum bekannt, warum sie auch von den lokalen MuslimInnen tendenziell eher abgelehnt wird. Die beiden Rasta-Kategorien verfügen über kein gemeinsames Identitätsgefühl. Die Swahili-Rasta als auch die Künstler-Rasta bleiben für sich und definieren sich unter anderem auch über ihre ethnische Identität. Beide zeichnen sich jedoch durch ihre regen Kontakte mit TouristInnen aus. Allerdings dürfte das „Rasta-Sein“ bei beiden Gruppen zum Teil ein jugendkulturelles Phänomen sein, denn ältere Dhow-Kapitäne oder Künstler sehen sich selbst nicht mehr als Rasta und entsprechen auch nicht mehr dem Bild. Mit dem wirklichen Rastafari als Religion hat die Praxis vor Ort jedoch kaum etwas zu tun, wie ein Giriama-Interviewpartner feststellt:

„Rastafari is a religion and in Ethiopia. Rasta is not hair no, it's a belief I think, and in Lamu people they misunderstand [...] you see the history of Bob Marley, Bob Marley was smoking, but he never fought with anybody. I don't know much about Haile Selassie but you see the Rastas of Lamu, they keep on fighting, if maybe they

6.6 Lokale interethnische Beziehungen im touristischen Kontext Lamu

see tourists. So this is not what the religion says, you should love, you should love each other .“ (Int. 2: 248).

Gerade junge TouristInnen sind häufig von den Rasta und der mit ihnen assoziierten Entspantheit begeistert, und sind mit ihnen oft auf den Straßen von Lamu zu sehen.

Abschließend kann festgestellt werden, dass nicht-ethnische soziale Identitäten auf Lamu vorhanden sind, jedoch in unterschiedlicher Ausprägung. Häufig stehen auch ethnische Identitäten mit ihnen in Verbindung. Die Abhängigkeit vom Tourismus ist unterschiedlich, wobei vielleicht die Identität als Rasta noch die größten Querverbindungen zum Tourismus aufweist. Ethnizität scheint jedoch im Vergleich zu den anderen Formen von Identifikation am wichtigsten für die lokale Identitätskonstruktion im Kontext des Tourismus zu sein. Vor allem „Swahiliness“ wird von den touristischen Subjekten selbst, sowie von den diversen Stakeholdern aktiv gegenüber TouristInnen kommuniziert.

7 Conclusio

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die Einflüsse des Tourismus auf die interethnischen Beziehungen in Lamu sehr vielseitig sind. Die Resultate zeigen, dass Ethnizität - also die Art der Beziehungen zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen, deren Verständnis, Auslegung und Instrumentalisierung - aufgrund von vier zentralen Faktoren durch den Tourismus verändert und restrukturiert wird. Dabei stehen Bewegungen und Wechselwirkungen zwischen Personen unterschiedlichster ethnischer und nationaler Zugehörigkeit im Vordergrund, wobei diese sowohl multiethnische wie auch zugleich transnationale Lokalitäten und Tourismusdestinationen wie die Stadt Lamu und das Dorf Shela in Kenia betreffen. Wenn hier von Restrukturierung die Rede ist, bedeutet dies, dass neue strukturelle Voraussetzungen für Ethnizität geschaffen werden, indem sich die lokale gesellschaftliche Zusammensetzung, die Möglichkeiten und Einschränkungen sowie die Handlungsrationitäten der lokalen AkteurInnen durch den Tourismus verändern. Allerdings soll an dieser Stelle auch darauf hingewiesen werden, dass sehr viele Faktoren auf Ethnizität Einfluss nehmen - nicht nur Tourismus. Die im Folgenden angeführten Veränderungen durch den Tourismus schließen daher nicht aus, dass auch andere Phänomene zu diesen Entwicklungen zusätzlich beigetragen haben.

Der erste tourismusbedingte Faktor von Ethnizität¹ ist die Einführung neuer AkteurInnen unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit in die lokale Gesellschaft. Zum einen treten TouristInnen, die bereits per se mobil sind, über Werbe- und Marketingmaßnahmen auf das lokale touristische Spielfeld, zum anderen bewirkt die Präsenz der TouristInnen sowie der Tourismusindustrie weitere Migrationen nach Lamu, aber auch Abwanderung aus Lamu wegen der hohen Immobilienpreise. Ergebnis dieser Bewegungen, die sich aus Personen unterschiedlichster ethnischer und nationaler Zugehörigkeit zusammensetzen, können - wie schon erwähnt - multiethnische, aber gleichzeitig auch transnationale Lokalitäten und Tourismusdestinationen wie die Stadt Lamu und das Dorf Shela sein. Das demographische Verhältnis der diversen Ethnien wurde hier modifiziert und Ethnizität wird mit neuen „relevant others“ ausgehandelt. Zwar war die Bevölkerungsstruktur dieser Orte bereits früher aufgrund von Handel und Migration nicht homogen, aber durch den Tourismus hat die lokale ethnische und nationale Heterogenität zugenommen. Diese gesellschaftliche Zusammensetzung soll jedoch keineswegs als eine fixe Struktur verstan-

¹Die Reihenfolge der angeführten Faktoren richtet sich nicht nach deren Wertigkeit, sondern nach dem Aufbau des empirischen Teils der vorliegenden Arbeit.

den werden. Viel eher handelt es sich um einen kontinuierlichen Prozess der Selbst- und Fremdzuschreibung von ethnischer Zugehörigkeit und die beanspruchten ethnischen und nationalen Zugehörigkeiten der Mitglieder einer Gesellschaft können sich mit der Zeit und je nach Situation wieder verändern.

Als zweiter Faktor von Ethnizität auf Lamu kann die Schaffung neuer Erwerbsmöglichkeiten und Arbeitsplätze im Rahmen des Tourismus betrachtet werden. Zusätzlich zur Anziehung zahlreicher MigrantInnen hat sich am lokalen touristischen Arbeitsmarkt eine ethnische Arbeitsteilung herausgebildet. Diese ist generell jedoch wenig rigide und je nach Arbeitsbereich unterschiedlich ausgeprägt. Die ethnische Arbeitsteilung ist bedingt durch Besitzverhältnisse, Religionszugehörigkeiten sowie Arbeitspräferenzen auf Lamu, welche unter anderem mit der ethnischen Zugehörigkeit in Zusammenhang stehen. Viele Swahili lehnen beispielsweise bestimmte touristische Tätigkeiten ab, und diese Lücken und Nischen - insbesondere im Hotelsektor - werden schließlich meist von Nicht-Swahili übernommen. Zwar werden zunehmend auch Nicht-Swahili in traditionell den Swahili zugeordneten Erwerbszweigen tätig, aber trotzdem hat in der Gegenwart Ethnizität noch eine wichtige Funktion bei der Ordnung des lokalen touristischen Arbeitsmarktes. Diese spezifische ethnische Arbeitsteilung auf Lamu scheint unter anderem auch eine Ursache für die relativ harmonischen interethnischen Beziehungen auf Lamu zu sein. Sie bietet Arbeitsmöglichkeiten für Personen unterschiedlichster ethnischer Zugehörigkeit, wird von der lokalen Swahili-Bevölkerung sowie von den anderen Ethnien akzeptiert und verringert den interethnischen Wettbewerb um touristische Arbeitsplätze - insbesondere zwischen der alteingesessenen Swahili-Bevölkerung und den MigrantInnen anderer ethnischer Zugehörigkeit.

Als dritter tourismusbedingter Faktor, der auf Ethnizität Einfluss nimmt, erweist sich die Formung eines touristischen Produkts der „Swahili-Kultur“ und dessen Vermarktung von Seiten verschiedenster AkteurInnen mit spezifischen Interessen. Dabei werden Bilder von Lamu geformt und über den touristischen Diskurs verbreitet, die unter anderem die „Swahiliness“ des Ortes und seiner BewohnerInnen stark betonen. Das Swahili-Sein wird dem touristischen Publikum dabei auf vereinfachte und essentialisierende Weise präsentiert. Die interne Heterogenität der Swahili wird dabei genauso wenig wie die Präsenz anderer ethnischer Gruppen auf Lamu kommuniziert. Identität, das ethnisch „Anderer“ und Kultur werden in diesem Prozess zu ökonomischen Ressourcen, und das touristische Potential Lamus wird durch die Konstruktion eines touristischen Produkts ausgeweitet. Gleichzeitig können wirtschaftliche Interessen und die Nutzung von „Swahiliness“ als ökonomischer Ressource auch zu einer politischen und symbolischen Stärkung der Swahili als ethnischer Gruppe führen. In diesem Zusammenhang sind die Bemühungen verschiedener AkteurInnen in Bezug auf die Ernennung Lamus zum Weltkulturerbe, welches die „Swahili-Kultur“ in den Mittelpunkt stellt, zu erwähnen. Dieser Status, der quasi als offizielles Gütesiegel für die Authentizität des Ortes dient, ist gleichzeitig eine ökonomische

als auch eine ethnische Ressource. Einerseits verdienen verschiedenste AkteurInnen Geld durch die Attraktion von TouristInnen und andererseits werden die Swahili als ethnische Gruppe durch die internationale Anerkennung „ihres Kulturguts“ in ihrem Selbstbewusstsein gestärkt. Generell kann analog zu Topan (2006: 64) festgestellt werden, dass sich das definitorische Spielfeld in Bezug auf die Definition dessen, wer und was Swahili ist, im touristischen Diskurs global erweitert hat. Immer mehr verschiedenste AkteurInnen, die sowohl internationale Institutionen wie die UNESCO bis hin zu lokalen Nicht-Swahili umfassen, sind an der Formung des touristischen Produktes beteiligt. Nachdem es sich im Rahmen des Tourismus häufig um bewusste Konstruktionen von „Swahiliness“ für einen bestimmten Zweck handelt, sind diese Vorgänge relativ transparent. Durch die Ermächtigung und Stärkung der Swahili über den touristischen Diskurs kann die wahrgenommene nationale ethnische Marginalisierung der Swahili auf wirtschaftlicher, politischer und administrativer Ebene im touristischen Kontext von Lamu teilweise umgekehrt werden. Hieraus können die Swahili politischen aber auch wirtschaftlichen Nutzen ziehen. Dem entgegen steht wiederum aufgrund des Tourismus und Weltkulturerbestatus eine Veränderung der Besitzverhältnisse auf Lamu zuungunsten der Swahili. Diese verkaufen ihre alten renovierungsbedürftigen Häuser zusehends an kaufkräftige AusländerInnen, da diese hohe Preise bieten und die Swahili selbst die Häuser nicht erhalten können. Die ausländischen KäuferInnen renovieren die Häuser, vermieten diese meist an TouristInnen und erzielen damit überdurchschnittlich hohe Gewinne im lokalen Vergleich. In Zusammenhang mit der Formung eines touristischen Produkts der Swahili-Kultur stehen auch die im Landesvergleich relativ harmonischen interethnischen Beziehungen. Diese können unter anderem damit erklärt werden, dass trotz der starken Betonung von „Swahiliness“ keine ethnische Gruppe auf Lamu den lokalen Kontext vollkommen dominiert. Die Swahili sind unter anderem aufgrund des Tourismus auf der repräsentativen Ebene vorherrschend. Aber die Dominanz der Swahili als „Objekte“ des „tourist gaze“, also einem touristischen Wahrnehmungs- und Erfahrungsmodus, der sich auf das Nicht-Alltägliche aus Sicht der Reisenden konzentriert, wird im Allgemeinen aufgrund deren örtlichen Verbundenheit von anderen ethnischen Gruppen als selbstverständlich betrachtet und für diesen Bereich akzeptiert. Dagegen bietet Lamu auf wirtschaftlicher Ebene aufgrund der Struktur des lokalen touristischen Arbeitsmarktes sowohl den Swahili als auch anderen Ethnien, Chancen und Möglichkeiten ihren Lebensunterhalt zu bestreiten.

Ein vierter tourismusbedingter Veränderungsfaktor von Ethnizität kann in dem Wunsch der lokalen Bevölkerung nach einem Weiterbestehen des Tourismus und der Präsenz von TouristInnen gesehen werden. Entstanden ist dieser Wunsch insbesondere aufgrund der Abhängigkeit vom Einkommen durch den Tourismus. Aber ebenfalls ausschlaggebend war der Wunsch nach einem besseren Leben, welcher in den Augen vieler über die Arbeit im Tourismussektor, aber auch über Beziehungen mit TouristInnen erfüllt werden kann. Des Weiteren werden TouristInnen von manchen geschätzt, da sie der lokalen

Bevölkerung Möglichkeiten des interkulturellen Austauschs und der Wissenserweiterung bieten. Die Bedeutung der weiteren Präsenz von TouristInnen für die Lokalität wird unter anderem durch die spezifischen Bewertungs- und Handlungsrationitäten von Seiten der lokalen Swahili-Bevölkerung gegenüber den internationalen TouristInnen und AusländerInnen aus Europa und Nordamerika illustriert, die sich permanent oder temporär auf Lamu niederlassen. Diese Gruppe wird auch „wazungu“ genannt und kann auf Lamu als eine von zwei Gruppen von „Newcomern“ gesehen werden. Die Newcomer konstituieren sich aus jenen ethnischen und nationalen Gruppen, welche auf Lamu relativ neu sind, vor dem Tourismus in nur sehr geringer Zahl oder gar nicht präsent waren und erst mit dem Tourismus eine nennenswerte Anzahl erreicht haben. Die zweite Gruppe von Newcomern setzt sich aus jenen Ethnien zusammen, die aus dem kenianischen Inland stammen, unter dem Begriff „wabara“ bekannt sind, meist einer anderen Religion als die Swahili angehören und aufgrund der nationalen Politik von den Swahili negativ konnotiert sein können. Gegenüber den „wabara“ werden von Seiten der Swahili häufig verschiedene ethnische Stereotype aktiviert. Dagegen steht bei der Einschätzung der „wazungu“ primär das Geld und die geschaffenen Arbeitsplätze für deren meist positive Bewertung und Akzeptanz im Vordergrund. Die zum Teil auch negative Charakterisierung der TouristInnen und AusländerInnen nach deren nationaler Zugehörigkeit ist nur von sekundärer Bedeutung und nicht handlungsbestimmend. Ein weiteres Beispiel in Zusammenhang mit diesem Faktor sind die Bemühungen, das Image von Lamu als friedlichem Ort ohne „tribalism“ aufrechtzuerhalten. Eine friedliche Umgebung ist eine wichtige Voraussetzung für den Tourismus und dessen Weiterbestehen. Diese Tatsache ist unter anderem ein Grund für die Vermeidung offener interethnischer Konflikte. Zudem setzt die kontinuierliche Anziehung von TouristInnen auch ein attraktives touristisches Angebot voraus, welches auf Lamu aufgrund der ethnischen Arbeitsteilung durch die vorhandenen interethnischen Kooperationen gewährleistet werden kann.

Die hier ausgeführten vier tourismusbedingten Faktoren der Veränderung von Ethnizität, welche sich im Rahmen der Feldforschung auf Lamu herauskristallisiert haben, illustrieren abschließend noch einmal die vielfältige Bedeutung des Tourismus für die lokalen Identitäten und das lokale Zusammenleben, sowie die Komplexität der involvierten Prozesse. Globale Phänomene wie der Tourismus können einen beachtlichen Einfluss auf lokale Gesellschaften sowie im Speziellen auf Ethnizität haben, und Sidney L. Kasfir stellt richtig fest: „[...] Lamu (as well as Mombasa and its beaches) are more than UNESCO-designated historic landmarks. They are in the global flow, for better or worse“ (Kasfir 2004: 340). Das Weltkulturerbe Lamu sowie das angrenzende Dorf Shela befinden sich heute in einem interethnischen Spannungsfeld der Betonung von *Swahiliness* im touristischen Diskurs, einer wahrgenommenen nationalen ethnischen Marginalisierung, welcher der touristische Diskurs zum Teil entgegen wirkt, sowie von tourismusbedingten multiethnischen Migrationsströmen.

8 Nachwort

Eine Feldforschung mit einer Dauer von nur zwei Monaten hat naturgemäß ihre Einschränkungen, da sie sich meist auf ein bestimmtes Forschungsfeld und eine Personengruppe konzentriert, um zu konkreteren Ergebnissen kommen zu können. Im Rahmen dieser Arbeit standen jene Personen im Vordergrund, welche direkt im Tourismus beschäftigt sind, und die hier vorgestellten Feldforschungsergebnisse beziehen sich in hohem Maße auf diese Gruppe. Allerdings soll nicht ausgeschlossen werden, dass ähnliche Feststellungen auch für die gesamte lokale Gesellschaft gemacht werden könnten. Ohne eine Feldforschung, die sich jedoch auch auf den Rest der lokalen Bevölkerung konzentriert, können diese Aussagen aber seriöserweise nicht für die gesamte Lokalität geltend gemacht werden.

Darüber hinaus ist anzumerken, dass sich die im Herbst 2007 gemachten Beobachtungen und Feststellungen mit Hinblick auf nachfolgende Ereignisse wie den ethnisch geprägten gewaltsamen Auseinandersetzungen nach den umstrittenen kenianischen Präsidentschaftswahlen im Dezember 2007 mittlerweile wieder verändert haben könnten. Der anstehende Bau eines großen Hafens im unmittelbaren Umfeld Lamus sowie die damit verbundenen Infrastrukturentwicklungen, welche höchstwahrscheinlich mit enormen Migrationsströmen in die Region verbunden sein werden, werden vermutlich hinsichtlich der Intersektionen von Ethnizität und Tourismus ebenfalls Veränderungen mit sich bringen.

Ethnizität und Tourismus sind soziale Prozesse und einem ständigen Wandel unterworfen, welcher auch mit strukturellen Eingriffen wie dem oben angeführten Bau eines Hafens zusammenhängen kann. Darum ist es nur klar, dass Feldforschungsergebnisse keine immer währende Gültigkeit haben werden. Gerade in unserer Zeit, wo sich durch Prozesse, die mit dem Schlagwort „Globalisierung“ verbunden sind, viele Vorgänge beschleunigen, können diese Ergebnisse bereits nach kurzer Zeit wieder veraltet sein. Nichtsdestotrotz können sie nach wie vor interessante Einblicke in soziale Zusammenhänge und besonders die Querverbindungen von Tourismus und Ethnizität liefern, wobei hier vor allem ein Vergleich mit anderen Orten mit ähnlichen Ausgangspositionen wie Lamu zum Zeitpunkt der Feldforschung, von großem Interesse wäre.

Quellenverzeichnis

Literaturverzeichnis

- Adams, Kathleen (1997): Touting Tourist 'Primadonas': Tourism, Ethnicity, and National Integration in Sulawesi. In: Picard, Michel / Wood, Robert E. (Hg.): *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawaii Press, 155–180.
- Allcock, John B. (1995): International Tourism and the Appropriation of History in the Balkans. In: Lanfant, Marie-Francoise / Allcock, John B. / Bruner, Edward M. (Hg.): *International Tourism: Identity and Change*. London/Thousand Oaks, CA/New Delhi: Sage Publications, 100–112.
- Allen, J. de Vere (1993): *Swahili Origins: Swahili Culture and the Shungwaya Phenomenon*. London: James Currey und Nairobi: East African Educational Press.
- Amselle, Jean-Loup (1998 [1990]): *Mestizo Logics: Anthropology of Identity in Africa and Elsewhere*. Stanford: Stanford University Press.
- Anderson, Benedict (2006): *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London, New York: Verso.
- Appadurai, Arjun (1996): *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Ardell, Margarete / Borowski, Birgit / Frahm, Marion / Reincke, Madeleine (2007): *Kenia, Kilimanjaro, Serengeti*. Baedeker Allianz Reiseführer. Ostfildern: Baedeker.
- Aziz, Heba (1995): Understanding Attacks on Tourists in Egypt. In: *Tourism Management*, 16 (2), 91–95.
- Bandarin, Francesco (2005): Foreword. In: Harrison, David / Hitchcock, Michael (Hg.): *The Politics of World Heritage: Negotiating Tourism and Conservation*. Clevedon: Channel View Publications, v–vi.
- Banks, Markus (1996): *Ethnicity. Anthropological Constructions*. London/New York: Routledge.

Quellenverzeichnis

- Barth, Fredrik (Hg.) ([1969] 1998a): *Ethnic Groups and Boundaries. The Social Organization of Cultural Difference*. Long Grove, IL: Waveland Press.
- ([1969] 1998b): Introduction. In: Barth, Fredrik (Hg.): *Ethnic Groups and Boundaries. The Social Organization of Cultural Difference*. Long Grove, IL: Waveland Press, 9–38.
- (1994): Enduring and Emerging Issues in the Analysis of Ethnicity. In: Vermeulen, Hans / Govers, Cora (Hg.): *The Anthropology of Ethnicity: Beyond 'Ethnic Groups and Boundaries'*. Amsterdam: Het Spinhuis, 11–32.
- Beckerleg, Susan (2009): From Ocean to Lakes: Cultural Transformations of Yemenis in Kenya and Uganda. In: *African and Asian Studies*, 8, 288–308.
- Benjamin, Jesse (2006): Squatters, Resistance to "Development", and Magic as a Tool of Subaltern Power: A Case from Coastal Kenya. In: *Studies in Witchcraft, Magic, War and Peace in Africa: Nineteenth and Twentieth Centuries*. Lewiston/Queenston/Lampeter: The Edwin Mellen Press, 239–262.
- Boissevain, Jeremy (Hg.) (1996): *Coping with Tourists: European Reactions to Mass Tourism*. Providence, RI: Berghahn Books.
- Brown, C. H. (1984): Tourism and Ethnic Competition in a Ritual Form. The Firewalkers of Fiji. In: *Oceania*, 54, 223–244.
- Bruner, E. M. / Kirshenblatt-Gimblett, B. (1994): Maasai on the Lawn: Tourist Realism in East Africa. In: *Cultural Anthropology*, 9 (4), 435–470.
- Bruner, Edward M. (2001): The Maasai and the Lion King: Authenticity, Nationalism, and Globalization in African Tourism. In: *American Ethnologist*, 28, 881–908.
- Burns, Peter M. (1999): *An Introduction to Tourism and Anthropology*. London/New York: Routledge.
- Burns, Peter M. / Novelli, Marina (2006): *Tourism and Social Identities: Introduction*. In: Burns, Peter M. / Novelli, Marina (Hg.): *Tourism and Social Identities. Global Frameworks and Local Realities*. Oxford/Amsterdam: Elsevier, 1–11.
- Caplan, Pat (2004): Introduction. In: Caplan, Pat / Topan, Farouk (Hg.): *Swahili Modernities. Culture, Politics, and Identity on the East Coast of Africa*. Asmara: Africa World Press, Inc., 1–18.
- (2007): 'But the coast, of course, is quite different': Academic and Local Ideas about the East African Littoral. In: *Journal of Eastern African Studies*, 1 (2), 305–320.
- Carrier, James G. / West, Paige (2004): Ecotourism and Authenticity. Getting Away from It All? In: *Current Anthropology*, 45 (4), 483–498.

- Chambers, Erve (2000): *Native Tours. The Anthropology of Travel and Tourism*. Long Grove: Waveland Press.
- Chevron, Marie-France (2002): *Ethnische Zugehörigkeit, Lebensweise und Umweltverhalten in den Städten von Mali*. In: Chevron, Marie-France / Reinprecht, Christoph / Traoré, Gaoussou (Hg.): *Umwelt und Urbanität in Westafrika. Beiträge zur Müllverwertung und Abfallproblematik*. Wien: Brandes & Apsel / Südwind, 114–127.
- (2004): *Anpassung und Entwicklung in Evolution und Kulturwandel*. Wien: LIT Verlag.
- Cohen, Abner (1974): *Two-Dimensional Man*. London: Tavistock.
- Cohen, Erik (1972): *Toward a Sociology of International Tourism*. In: *Social Research*, 39 (1), 164–182.
- (1988): *Authenticity and Commoditization in Tourism*. In: *Annals of Tourism Research*, 15 (3), 371–386.
- (1993): *The Study of Touristic Images of Native People: Mitigating the Stereotype of a Stereotype*. In: Butler / Pearce (Hg.): *Tourism Research: Critiques and Challenges*. London/New York: Routledge, 36–69.
- Crick, Malcolm (1989): *Representations of International Tourism in the Social Sciences: Sun, Sex, Sights and Servility*. In: *Annual Review of Anthropology*, 18, 307–344.
- De Kadt, Emanuel (Hg.) (1979): *Tourism: Passport to Development?* New York: Oxford University Press.
- Despres, Leo (1975): *Ethnicity and Resource Competition in Guyanese Society*. In: Despres, Leo (Hg.): *Ethnicity and Resource Competition in Plural Societies*. The Hague: Mouton.
- Dossa, P. A. (1997): *Reconstruction of the Ethnographic Field Sites: Mediating Identities: Case Study of a Bohra Muslim Woman in Lamu (Kenya)*. In: *Women's Studies International Forum*, 20 (4), 505–515.
- Douglas, Ngairie / Douglas, Norman ([1996] 2007): *Social and Cultural Impact of Tourism in the South Pacific*. In: Page, Stephen / Connell, Joanne (Hg.): *Sustainable Tourism. Critical Concepts in the Social Sciences*. London/New York: Routledge, 251–265.
- Eastman, Carol M. (1994): *Swahili Ethnicity: A Myth Becomes Reality in Kenya*. In: Parkin, David (Hg.): *Continuity and Autonomy in Swahili Communities*. Wien: Afro-Pub, 83–97.
- Eiletz-Kaube, Daniela / Jorke, Sabine / Kordy, Steffi (2008): *Kenia, Tansania, Sansibar. Ostfildern: DuMont Reiseverlag*.

Quellenverzeichnis

- Elwert, Georg (2005): Ethnie. In: Hirschberg, Walter (Begr.) (Hg.): Wörterbuch der Völkerkunde. Berlin: Reimer, 99–100.
- Eriksen, Thomas Hylland (2002): *Ethnicity and Nationalism*. 2. Aufl. London/Sterling, VA: Pluto Press.
- Esman, Marjorie R. (1984): *Tourism as Ethnic Preservation: The Cajuns of Louisiana*. In: *Annals of Tourism Research*, 11, 451–467.
- Esteve, Gustavo (1993): Entwicklung. In: *Wie im Westen so auf Erden. Ein polemischer Handbuch zur Entwicklungspolitik*. Reinbek: Rowohlt, 89–121.
- Fischer, Hans (2005): Ethnologie. In: Hirschberg, Walter (Begr.) (Hg.): Wörterbuch der Völkerkunde. Berlin: Reimer, 105–106.
- Fischer, Karin / Hödl, Gerald / Parnreiter, Christof (2003): 50 Jahre "Entwicklung": Ein uneingelöstes Versprechen. In: Fischer, Karin / Hanak, Irmtraut / Parnreiter, Christof (Hg.): *Internationale Entwicklung: Eine Einführung in Probleme, Mechanismen und Theorien*. Wien: Brandes & Apsel / Südwind, 16–41.
- Ghaidan, Usam (1975): *Lamu: A Study of the Swahili Town*. Nairobi: East African Literature Bureau.
- Giddens, Anthony (1979): *Central Problems in Social Theory*. London: Macmillan Press.
- Gingrich, Andre (1998): Ethnizität für die Praxis. In: Wernhart, Karl R. / Zips, Werner (Hg.): *Ethnohistorie. Rekonstruktion und Kulturkritik. Eine Einführung*. Wien: Pro-media, 99–112.
- Gluckman, Max ([1940] 1958): *Analysis of a Social Situation in Modern Zululand*. Rhodes-Livingston Papers Nr. 28. Manchester: Manchester University Press.
- Graburn, Nelson H. H. (1984): The Evolution of Tourist Arts. In: *Annals of Tourism Research*, 11, 393–419.
- Greenwood, Davydd J. (1989): Epilogue to: Culture by the Pound: An Anthropological Perspective Tourism as Cultural Commoditization. In: Smith, Valene L. (Hg.): *Hosts and Guests: The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 171–186.
- Grünwald, Rodrigo de Azeredo (2006): *Tourism and Ethnicity*. Translated by Alberto Sanchez Allred. In: *Horizontes Antropológicos*, 1.
- Grosse, Helmut (2003): *Marco Polo Reiseführer Kenia: Reisen mit Insider Tipps*. Ostfildern: Mairdumont.

- Gupta, Akhil / Ferguson, James (1992): Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Difference. In: *Cultural Anthropology*, 7 (1), 6–23.
- Hall, Colin Michael / Williams, Allan M. (Hg.) (2002): *Tourism and Migration: New Relationships between Production and Consumption*. Heidelberg: Springer Verlag.
- Handelman, Don (1977): The Organization of Ethnicity. In: *Ethnic Groups*, 1, 187–200.
- Hannerz, Ulf (1992): *Cultural Complexity: Studies in the Social Organization of Meaning*. New York: Columbia University Press.
- (1996): *Transnational Connections*. London: Routledge.
- Hanson, Allan (1989): The Making of the Maori: Culture Invention and Its Logic. In: *American Anthropologist*, 91, 890–902.
- Hitchcock, Michael (1999): Tourism and Ethnicity: Situational Perspectives. In: *International Journal of Tourism Research*, 1, 17–32.
- (2000): Ethnicity and Tourism Entrepreneurship in Java and Bali. In: *Current Issues in Tourism*, 3 (3), 204–225.
- Horton, Mark / Middleton, John (2000): *The Swahili. The Social Landscape of a Mercantile Society*. Oxford: Blackwell Publishers.
- Jafari, Jafar (1977): Editor's Page. In: *Annals of Tourism Research*, 5, 6–11.
- (1984): Unbound Ethnicity. In: *Tourist Review*, 39, 4–21.
- Jamison, David (1999): Tourism and Ethnicity. The Brotherhood of Coconuts. In: *Annals of Tourism Research*, 26 (4), 944–967.
- Kasfir, Sidney L. (2004): Tourist Aesthetics in the Global Flow: Orientalism and "Warrior Theatre" on the Swahili Coast. In: *Visual Anthropology*, 17 (3), 319–343.
- Khoury, Adel Theodor (2001): Shafi'iten. In: Khoury, Adel Theodor / Hagemann, Ludwig / Heine, Peter (Hg.): *Lexikon des Islams*. Berlin: Directmedia, 1257.
- Kohl, Karl-Heinz (2000): *Ethnologie - die Wissenschaft vom kulturell Fremden. Eine Einführung*. München: Beck.
- Komlosy, Andreas (2003): Das Werden der "Dritten Welt": Geschichte der Nord-Süd-Beziehungen. In: *Internationale Entwicklung: Eine Einführung in Probleme, Mechanismen und Theorien*. Wien: Brandes & Apsel / Südwind, 42–55.
- Lamu Chonjo (2006): Lamu Cultural Festival. In: *Lamu Chonjo*, 1, 16–17.
- Lamu World Heritage Site and Conservation Office (2006): *2005 Status Report for Lamu World Heritage Site*. Lamu: National Museums of Kenya.

- Lanfant, Marie-Francoise (1995): International Tourism, Internationalization and the Challenge to Identity. In: Lanfant, Marie-Francoise / Allcock, John B. / Bruner, Edward M. (Hg.): International Tourism: Identity and Change. London/Thousand Oaks, CA/New Delhi: Sage Publications, 24–43.
- Leach, Edmund R. (1954): Political Systems of Highland Burma. London: Athlone.
- Leong, Laurence Wai-Teng (1997): Commodifying Ethnicity: State and Ethnic Tourism in Singapore. In: Picard, Michel E. / Wood, Robert E. (Hg.): Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies. Honolulu: University of Hawai'i Press, 71–98.
- Lonely Planet (2006): Kenya. Victoria/Oakland/London: Lonely Planet Publications.
- MacCannell, Dean ([1976] 1999): The Tourist. A New Theory of the Leisure Class. Berkeley/Los Angeles, CA: University of California Press.
- (1992): Empty Meeting Grounds: The Tourist Papers. London/New York: Routledge.
- Martin, Esmond Bradley (1973): The History of Malindi. A Geographical Analysis of an East African Coastal Town from the Portuguese Period to the Present. Nairobi/Kampala/Dar es Salaam: East African Literature Bureau.
- Mathieson, Alister / Wall, Geoffrey (1982): Tourism: Economic, Physical and Social Impacts. New York: Longman.
- Mayer, Philip (1961): Tribesmen or Townsmen: Conservatism and the Process of Urbanization in a South African City. Cape Town: Oxford University Press.
- Mayring, Philipp (1997): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken. Weinheim: Deutscher Studien Verlag.
- (2002): Einführung in die Qualitative Sozialforschung. Weinheim/Basel: Beltz Verlag.
- Mazrui, Alamin (2007): Swahili Beyond the Boundaries. Africa Series No. 85. Athens: Ohio University Press.
- Mazrui, Alamin M. / Shariff, Ibrahim Noor (1994): The Swahili: Idiom and Identity of an African People. Trenton: Africa World Press, Inc.
- Mazrui, Ali A. / Mazrui, Alamin M. (1995): Swahili State and Society. The Political Economy of an African Language. Nairobi: East African Educational Publishers.
- Medina, Laurie Kroshus (2003): Commoditizing Culture: Tourism and Maya Identity. In: Annals of Tourism Research, 30, 353–368.
- Mühlmann, Wilhelm E. (1964): Rassen, Ethnien, Kulturen. Moderne Ethnologie. Soziologische Texte, Bd. 24. Neuwied/Berlin: Luchterhand.

- Michaud, Jean (1997): A Portrait of Cultural Resistance: The Confinement of Tourism in a Hmong Village in Thailand. In: Picard, Michel / Wood, Robert E. (Hg.): *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press, 128–154.
- Mitchell, Clyde (1956): *The Kalela Dance*. Rhodes-Livingston Papers Nr. 27. Manchester: Manchester University Press.
- Nohlen, Dieter / Nuscheler, Franz (1993): Ende der Dritten Welt? In: *Handbuch der Dritten Welt*. Band 1: Grundprobleme, Theorien, Strategien. Bonn: Dietz, 14–30.
- Oakes, Timothy S. (1997): Ethnic Tourism in Rural Guizhou: Sense of Place and the Commerce of Authenticity. In: Picard, Michel / Wood, Robert E. (Hg.): *Tourism, Ethnicity, and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press, 35–70.
- Okamura, Jonathan (1981): Situational Ethnicity. In: *Ethnic and Racial Studies*, 4, 452–465.
- Parkin, David (1994): Introduction. In: Parkin, David (Hg.): *Continuity and Autonomy in Swahili Communities. Inland Influences and Strategies of Self-Determination*. Wien: Afro-Pub, 1–12.
- Picard, Michel / Wood, Robert E. (1997): Preface. In: Picard, Michel / Wood, Robert E. (Hg.): *Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies*. Honolulu: University of Hawai'i Press, vii–xi.
- Pitchford, Susan R. (1995): Ethnic Tourism and Nationalism in Wales. In: *Annals of Tourism Research*, 22, 35–52.
- Republic of Kenya (2002): *Kenya 1999 Population and Housing Census: The Population Report*. Nairobi: Central Bureau of Statistics.
- Ritsert, Jürgen (1972): *Inhaltsanalyse und Ideologiekritik. Ein Versuch über kritische Sozialforschung*. Frankfurt: Athenäum.
- Romero, Patricia W. (1997): *Lamu. History, Society, and Family in an East African Port City*. Princeton: Markus Wiener Publishers.
- Said, Edward W. ([1978] 2003): *Orientalism*. London u.a.: Penguin Books.
- Sansone, Anja (2001): *Shella on Lamu Island - Acculturation and Transformation Processes in a Swahili Village*. Diplomarbeit. Universität Innsbruck.
- Shirokogoroff, Sergei M. ([1935] 1963): Die Grundzüge der Theorie vom Ethnos. In: Schmitz, Carl A. (Hg.): *Kultur*. Frankfurt a. M., 254–286.

Quellenverzeichnis

- Sindiga, Isaac (1999): *Tourism and African Development: Change and Challenge of Tourism in Kenya*. Aldershot: Ashgate.
- Siravo, Francesco / Pulver, Ann (1986): *Planning Lamu - Conservation of an East African Seaport*. Nairobi: National Museums of Kenya.
- Smith, Valene L. (Hg.) (1989a): *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. 2. Ausgabe. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- (1989b): Introduction. In: Smith, Valene L. (Hg.): *Hosts and Guests. The Anthropology of Tourism*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press, 1–17.
- Topan, Farouk (2006): From Coastal to Global: The Erosion of the Swahili "Paradox". In: Loimeier, Roman / Seesemann, Rüdiger (Hg.): *The Global Worlds of the Swahili. Interfaces of Islam, Identity and Space in 19th and 20th-Century East Africa*. Berlin: LIT Verlag, 55–66.
- Trupp, Alexander / Trupp, Claudia (2009): Zur Einführung: Ethnotourismus und die Konstruktion von Authentizität. In: Trupp, Claudia / Trupp, Alexander (Hg.): *Ethnotourismus: Interkulturelle Begegnung auf Augenhöhe?* Wien: Mandelbaum Verlag, 7–20.
- Turner, L. / Ash, J. (1975): *The Golden Hordes. International Tourism and the Pleasure Periphery*. London: Constable.
- UNESCO (2009a): Report of Decisions of the 33rd Session of the World Heritage Committee. WHC-09/33.COM/20. Seville.
- (2009b): State of Conservation of World Heritage Properties Inscribed on the World Heritage List. WHC-09/33.COM/7B. Seville.
- UNWTO (2006): *Tourism Market Trends 2005 Edition: World Overview and Tourism Topics*. Madrid: UNWTO.
- Urry, John (2002): *The Tourist Gaze. Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.
- Van den Berghe, Pierre L. (1992): Tourism and the Ethnic Division of Labor. In: *Annals of Tourism Research*, 19 (2), 234–249.
- (1994): *The Quest for the Other: Ethnic Tourism in San Cristobal, Mexico*. Seattle/London: University of Washinton Press.
- Van den Berghe, Pierre L. / Keyes, Charles F. (1984a): Introduction: Tourism and Re-Created Ethnicity. In: *Annals of Tourism Research*, 11 (3), 343–51.
- (1984b): Tourism and Ethnicity. In: *Annals of Tourism Research*, 11 (3).

- Wakajumma, John Obwa (2000): Population Dynamics. In: Hoorweg, Jan / Foeken, Dick / Obudho, Robert A. (Hg.): Kenya Coast Handbook: Culture, Resources and Development in the East African Littoral. Hamburg: LIT Verlag, 73–84.
- Weber, Max ([1978] 1996): The Origins of Ethnic Groups. In: Hutchinson, John / Smith, Anthony D. (Hg.): Ethnicity. Oxford/New York: Oxford University Press, 35–40.
- Wernhart, Karl R. (1998): Ethnos, Identität, Globalisierung. In: Wernhart, Karl R. / Zips, Werner (Hg.): Ethnohistorie. Rekonstruktion und Kulturkritik. Eine Einführung. Wien: Promedia, 81–98.
- Willis, Justin (1993): Mombasa, The Swahili, and The Making of Mijikenda. Oxford: Clarendon Press.
- Wilson, David (1993): Time and Tides in the Anthropology of Tourism, in: Hitchcock, Michael / King, Victor T. / Parnwell, Mike J. G. (Hg.): Tourism in South-East Asia. London/New York: Routledge, 32–47.
- Wood, Robert E. (1984): Ethnic Tourism, the State, and Cultural Change in Southeast Asia. In: Annals of Tourism Research, 11 (3), 353–374.
- (1997): Tourism and the State: Ethnic Options and Constructions of Otherness. In: Picard, Michel / Wood, Robert E. (Hg.): Tourism, Ethnicity and the State in Asian and Pacific Societies. Honolulu: University of Hawaii Press, 1–34.
- (1998): Touristic Ethnicity: A Brief Initiary. In: Ethnic and Racial Studies, 21 (2), 218–241.

Elektronische Quellen

- Bevhunt (2007): Pole Pole. Blog, 09.-14.10.2007. URL: [http : //www.travelpod.com/travel - blog - entries/bevhunt/kenya2007/1191965400/tpod.html](http://www.travelpod.com/travel-blog-entries/bevhunt/kenya2007/1191965400/tpod.html) (Letzter Zugriff: 16.02.2010).
- Cpricci (2006): Coconuts, Donkeys, Cats, Ninjas, and Dreads. Blog, 24.04.2006. URL: [http : //www.travelpod.com/travel - blog - entries/cpricci/return_to_nubia/1145870400/tpod.html#_](http://www.travelpod.com/travel-blog-entries/cpricci/return_to_nubia/1145870400/tpod.html#_) (Letzter Zugriff: 03.01.2010).
- Daily Nation (2009): Tourism in 82 Percent Recovery. URL: <http://www.nation.co.ke/business/news/-/1006/640616/-/ih6j4xz/-/index.html> (Letzter Zugriff: 16.08.2009).
- Diani Homes (o. J.): Über uns. URL: <http://www.dianihomes.de/de/ueber-uns.html> (Letzter Zugriff: 16.01.2010).

Quellenverzeichnis

- Encyclopædia Britannica (2010): sharif. URL: <http://www.britannica.com/EBchecked/topic/538829/sharif> (Letzter Zugriff: 09.11.2010).
- Facebook (o. J.): Isn't Swahili a Language? Facebook-Gruppe. URL: <http://mk-mk.facebook.com/group.php?gid=2209186546> (Letzter Zugriff: 03.03.2010).
- Four Explore (2007): A Lamu Christmas. Blog, 21.12.2007. URL: http://realtravel.com/e-212206-lamu_entry-a_lamu_christmas (Letzter Zugriff: 16.02.2010).
- Jones, Sarah (2006): The Extent and Effect of Sex Tourism and Sexual Exploitation of Children on the Kenyan Coast. Pre-Publication Edition. UNICEF und Government of Kenya. URL: http://www.unicef.es/contenidos/582/Kenia_Tourism_exploitation.pdf (Letzter Zugriff: 12.01.2010).
- Kenya National Bureau of Statistics (2010): 2009 Population & Housing Census Results. Presentation by Minister Hon. Wycliffe Ambetsa Oparanya. Nairobi. URL: <http://www.knbs.or.ke/Census%20Results/Presentation%20by%20Minister%20for%20Planning%20revised.pdf> (Letzter Zugriff: 22.12.2010).
- Kenya Paradise Collection (2010): About Us. Diani Homes Development Ltd. URL: http://kenyaparadisecollection.com/about_us.html (Letzter Zugriff: 16.01.2010).
- Kenya Tourist Board (o. J. a): Lamu - A Long and Colourful History. URL: http://www.magicalkenya.com/index.php?option=com_content&task=view&id=372&Itemid=285 (Letzter Zugriff: 12.12.2009).
- (o. J. b): Lamu Cultural Festival. URL: http://www.magicalkenya.com/index.php?option=com_content&task=view&id=176&Itemid=193 (Letzter Zugriff: 12.12.2009).
- Kenyan Ministry of Tourism (2008): Strategic Plan 2008-2012. Nairobi. URL: [http://www.tourism.go.ke/ministry.nsf/doc/STRATEGIC_PLAN_2008%20-%202012.pdf/\\$file/STRATEGIC_PLAN_2008%20-%202012.pdf](http://www.tourism.go.ke/ministry.nsf/doc/STRATEGIC_PLAN_2008%20-%202012.pdf/$file/STRATEGIC_PLAN_2008%20-%202012.pdf) (Letzter Zugriff: 01.02.2010).
- (2009): Website of the Kenyan Ministry of Tourism. URL: <http://www.tourism.go.ke/> (Letzter Zugriff: 12.12.2009).
- Lamu Museum (2009a): Lamu World Heritage Website. URL: <http://lamuheritage.org/> (Letzter Zugriff: 12.12.2009).
- (2009b): Lamu Cultural Festival. URL: <http://lamuheritage.org/Cultural%20Activities-festivals.htm> (Letzter Zugriff: 12.12.2009).
- (2009c): World Heritage Site. National Museums of Kenya. URL: <http://lamuheritage.org/world%20heritage%20site.htm> (Letzter Zugriff: 12.12.2009).

- Lamu Paradise Holidays (o. J.): Lamu Paradise Holidays. Don't Live Your Live, But Live Your Dream. Romantic Hotels (K) Ltd. URL: <http://www.lamuparadiseholidays.com/> (Letzter Zugriff: 15. 01. 2010).
- Lamu Retreats (2006): Website von Lamu Retreats - Luxury House Rentals, Lamu, Kenya. URL: <http://www.lamuretreats.com/> (Letzter Zugriff: 24. 01. 2010).
- Makoloo, Maurice Odhiambo (2005): Kenya: Minorities, Indigenous Peoples and Ethnic Diversity. Minority Rights Group International / CEMIRIDE. URL: <http://www.minorityrights.org/download.php?id=147> (Letzter Zugriff: 22. 12. 2010).
- Oluoch, Fred (2009): Paradox of Progress? In: The East African. URL: <http://www.theeastafrican.co.ke/magazine/-/434746/629640/-/15mctv6z/-/index.html> (Letzter Zugriff: 19. 02. 2010).
- Ringa, Mathias (2006): Kenya: State Urged to Save World Heritage Site. In: The Standard. 23. Januar 2006. URL: <http://allafrica.com/stories/200601230886.html> (Letzter Zugriff: 21. 02. 2010).
- Shela House Management Ltd. (o. J.): Website von Shela House Management Ltd. URL: <http://www.shelahouse.com/> (Letzter Zugriff: 24. 01. 2010).
- Taylor, Michelle / Ravilious, Corinna / Green, Edmund P. (2003): Mangroves of East Africa. Cambridge: UNEP-WCMC. URL: <http://www.ourplanet.com/wcmc/pdfs/mangroves.pdf> (Letzter Zugriff: 21. 02. 2010).
- UNESCO (2001): WHC Nomination Documentation and Lamu Old Town Application for Nomination to World Heritage List. URL: http://whc.unesco.org/p_dynamic/sites/passfile.cfm?filename=1055&filetype=pdf&category=nominations (Letzter Zugriff: 22. 10. 2009).

Feldforschungsdaten

Verwendete Interviews

- Interview Nr. 1 (2007). Lamu, Oktober 2007, 127 min: männlich, Kikuyu, Künstler mit kleinem Geschäft: v.a. Malerei, Migrant (Küste), 30-40 Jahre.
- Interview Nr. 2 (2007). Lamu, Oktober 2007, 137 min: männlich, Giriama, Muslim, Barkeeper & Kellner, Migrant (Küste), 30-40 Jahre.
- Interview Nr. 3 (2007). Lamu, Oktober 2007, 66 min: männlich, Kikuyu, Christ, Künstler: v.a. Gegenstände aus Kokosnüssen, Migrant (Central Province), 30-40 Jahre.

Quellenverzeichnis

- Interview Nr. 4 (2007). Lamu, Oktober 2007, 37 min: männlich, Swahili (Bajun), Muslim, Dhow Captain & Fischer, Nicht-Migrant, 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 7 (2007). Lamu, Oktober 2007, 96 min: männlich, Luo, Christ, Angestellter in einem Privat-/Gästehaus, Migrant (Nyanza), 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 8 (2007). Lamu, Oktober 2007, 76 min: weiblich, Swahili (Boran-Bajun), Muslimin, Rezeptionistin, Nicht-Migrantin, 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 10 (2007). Lamu, Oktober 2007, 32 min: weiblich, Swahili (Bajun), Muslimin, Boutiquemitarbeiterin, Migrantin (Küste) mit Familie auf Lamu, 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 11 (2007). Lamu, Oktober 2007, 30 min: weiblich, Swahili (Arab), Muslimin, Boutiquemitarbeiterin, Nicht-Migrantin, 15-20 Jahre.
- Interview Nr. 13 (2007). Lamu, Oktober 2007, 62 min: männlich, Kikuyu (Kikuyu-Kamba), Restaurant-/Cafébesitzer, Migrant (Küste, Migration als Kind), 30-40 Jahre.
- Interview Nr. 14 (2007). Lamu, Oktober 2007, 40 min: männlich, Kamba, Hotelverwalter und -buchhalter, Computerservices, Migrant (Eastern Province), 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 15 (2007). Lamu, Oktober 2007, 38 min: weiblich, Kikuyu, Christin, Straßenstand: Schmuck & Dienstleistungen (Hennamalerei, Zöpfe, etc.), Migrantin (Küste), 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 16 (2007). Lamu, Oktober 2007, 57 min: männlich, Swahili (Bajun), Muslim, Trip-Organisator & Aushilfe in Café, Migrant (Küste) mit Familie auf Lamu, 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 17 (2007). Lamu, Oktober 2007, 57 min: männlich, Kikuyu („African“), Restaurantangestellter, Migrant (Nairobi), 30-40 Jahre.
- Interview Nr. 18 (2007). Lamu, Oktober 2007, 47 min: männlich, Kikuyu, Frühstücksservice in Gästehaus & Verkauf von Obst und Gemüse am Markt, Migrant (Küste), 20-30 Jahre.
- Interview Nr. 19 (2007). Lamu, Oktober 2007, 71 min: männlich, Swahili (Arab), Muslim, Museumsmitarbeiter, Migrant (Küste) mit Familie auf Lamu, 40-60 Jahre.
- Interview Nr. 20 (2007). Lamu, Oktober 2007, 72 min: männlich, Swahili (Bajun), Muslim, Boutiquebesitzer, Nicht-Migrant, 30-40 Jahre.
- Interview Nr. 21 (2007). Lamu, Oktober 2007, 42 min: männlich, Swahili (Bajun-Somali), Muslim, Dhow-Captain & Fischer, Nicht-Migrant, 30-40 Jahre.
- Interview Nr. 22 (2007). Lamu, Oktober 2007, 53 min: männlich, Swahili (Araber), Muslim, Silberschmied, Migrant (Küste) mit Familie auf Lamu, 30-40 Jahre.

Andere Datenmaterialien

Feldnotizen August - Oktober 2007 (2007). Lamu.

Fragebogen für Hotels (2007). Lamu, September - Oktober 2007.

Fragebogen für Touristinnen und Touristen (2007). September - Oktober 2007, Lamu.

Anhang

A Fragebögen

A.1 TouristInnen

TOURISM AND ETHNICITY ON THE COAST OF KENYA

Fb. Nr.: _____
Location: _____
Please don't fill out!

This questionnaire is part of a research for my thesis at the Department of Social- and Cultural Anthropology at the University of Vienna. It takes about 15 min to answer all questions and you would help me very much with filling out this questionnaire. If you have any questions, critics or remarks of if you want to receive the results per email, please contact me under the following email address: diplomarbeitkenya2007@hotmail.com.

Location and Date: _____

Sex: female male
Age: _____
Country of origin: _____
Nationality: _____
Occupation: _____

1) With whom do you normally travel?
 Family Partner Friends Work colleagues Acquaintances Alone
 Other _____

2) Who organizes usually your journey?
 Myself Travelling Companions Travel Agency Other _____

3) In which type of accommodation do you normally stay in?
 Hotel: 1 Stern 2 Stern 3 Stern 4 Stern 5 Stern
 All-Inclusive Club Apartment Guest House Hostel
 Youth Hostel Friends Acquaintances Co-workers
 Camping Other _____

4) Which activities do you usually pursue in your holidays?
 Bathing Sports Sight Seeing Adventure
 Relaxation Trekking Wildlife Watching / Safari Enjoy Nature
 Visiting certain ethnic groups Interaction with / Getting to know the local people
 Other _____

5) Are you here privately or on business? Private Business

6) How long are you going to stay here at this destination? _____

7) How long are you going to stay in Kenya? _____

8) Will you visit or have you already visited other places in Kenya apart from this one? Yes No

If the answer is "Yes":

Which places are you planning to visit or have you already visited?
I will visit: _____
I have visited: _____

9) With whom are you travelling here?
 Family Partner Friends Work colleagues Acquaintances Alone
 Other _____

10) What were your reasons for coming to this place? Please arrange according to the importance (1 – most important).

- Nature Beach Sea Local People Culture Good Price
 Accommodation Friends / Acquaintances Other _____

11) In which kind of accommodation are you currently staying?

- Hotel: 1 Stern 2 Stern 3 Stern 4 Stern 5 Stern
 All-Inclusive Club Apartment Guest House Hostel Youth Hostel
 Friends Acquaintances Co-workers Camping Other _____

12) How often are you leaving your accommodation's compound?

- Often 1 2 3 4 5 Never

13) How many meals are served at your accommodation?

- Breakfast Halfboard (Breakfast & 1 Meal) Fullboard (Breakfast & 2 Meals) All Inclusive
 Other _____ None

14) Have you already visited an ethnic group in their village here? Yes No

If the answer is „Yes“: Which ethnic group did you visit? _____

What impression did you get of this visit?

If the answer is „No“: Are you planning to make a visit in future? Yes No

Why are you planning / not planning to visit an ethnic group?

15) Have you already seen a traditional dance performance? Yes No

If the answer is „Yes“:

Which ethnic group performed this dance? _____

What impression did you get of this performance?

How authentic was the performance in your opinion?

- Authentic 1 2 3 4 5 not authentic

If the answer is „No“:

Are you planning to see a traditional dance performance in future? Yes No

Why are you planning / not planning to see a traditional dance performance?

16) Which activities do you pursue here?

- Bathing Sports Sight Seeing Adventure
 Relaxation Trekking Wildlife Watching / Safari Enjoy Nature
 Visiting certain ethnic groups Interaction with / Getting to know the local people
 Other _____

17) What do you like about your current destination?

18) What do you not like about your current destination?

19) Did you inform yourself before your journey about your destination?

Yes No

Why did you inform / not inform yourself?

Where did you inform yourself?

TV Internet Radio Guidebook Travel Agency
 Travel Magazines Newspaper Friends / Acquaintances Other _____

Which impression did you get through this information of the people who live here in this region?

Does this impression, which you got through these informations, match your own experiences here?

Yes 1 2 3 4 5 No

20) With whom do you spend the most time here?

Travelling Companions Other Tourists Local People Expatriates Alone

If your answer is 'Local People':

To which ethnic group do they belong? _____

21) How often do you get in touch with local people here?

Often 1 2 3 4 5 Never

22) And apart from the local people working at your accommodation: How often do you get in touch with local people here?

Often 1 2 3 4 5 Never

To which ethnic group do they belong to?

Kikuyu Luo Luhya Akamba Kalenjin Meru
 Embu Gisi Maasai Samburu Turkana Mijikenda
 Swahili Digo Giriama Asians Arabs
 Other _____ I don't know

23) Have you known Kenyans already before your journey?

Yes No

If the answer is 'Yes':

Do they live here at your current destination? Yes No

To which ethnic group do they belong to?

Kikuyu Luo Luhya Akamba Kalenjin Meru
 Embu Gisi Maasai Samburu Turkana Mijikenda
 Swahili Digo Giriama Asians Arabs
 Other _____ I don't know

24) Are you interested in getting to know local people? Yes No

25) Why are you / are you not interested in getting to know local people?

26) Have you already gotten to know Kenyans at your current stay? Yes No

If the answer is 'Yes':

Do they live here at your current destination? Yes No

To which ethnic group do they belong to?

- | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kikuyu | <input type="checkbox"/> Luo | <input type="checkbox"/> Luhya | <input type="checkbox"/> Akamba | <input type="checkbox"/> Kalenjin | <input type="checkbox"/> Meru |
| <input type="checkbox"/> Embu | <input type="checkbox"/> Gisii | <input type="checkbox"/> Maasai | <input type="checkbox"/> Samburu | <input type="checkbox"/> Turkana | <input type="checkbox"/> Mijikenda |
| <input type="checkbox"/> Swahili | <input type="checkbox"/> Digo | <input type="checkbox"/> Giriama | <input type="checkbox"/> Asians | <input type="checkbox"/> Arabs | |
| <input type="checkbox"/> Other _____ | | <input type="checkbox"/> I don't know | | | |

27) Are you trying to adapt to the local way of life here or are you living like you do in your home and retaining completely your own way of life here?

I'm trying to adapt 1 2 3 4 5 I'm living like I do in my home

28) Of which ethnic groups have you already heard of or read about?

- | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kikuyu | <input type="checkbox"/> Luo | <input type="checkbox"/> Luhya | <input type="checkbox"/> Akamba | <input type="checkbox"/> Kalenjin | <input type="checkbox"/> Meru |
| <input type="checkbox"/> Embu | <input type="checkbox"/> Gisii | <input type="checkbox"/> Maasai | <input type="checkbox"/> Samburu | <input type="checkbox"/> Turkana | <input type="checkbox"/> Mijikenda |
| <input type="checkbox"/> Swahili | <input type="checkbox"/> Digo | <input type="checkbox"/> Giriama | <input type="checkbox"/> Asians | <input type="checkbox"/> Arabs | |
| <input type="checkbox"/> Other _____ | | <input type="checkbox"/> None | | | |

29) What do you know about the groups you've heard or read of?

30) What do you think: Which ethnic groups live at your current place of stay?

- | | | | | | |
|--------------------------------------|--------------------------------|---------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Kikuyu | <input type="checkbox"/> Luo | <input type="checkbox"/> Luhya | <input type="checkbox"/> Akamba | <input type="checkbox"/> Kalenjin | <input type="checkbox"/> Meru |
| <input type="checkbox"/> Embu | <input type="checkbox"/> Gisii | <input type="checkbox"/> Maasai | <input type="checkbox"/> Samburu | <input type="checkbox"/> Turkana | <input type="checkbox"/> Mijikenda |
| <input type="checkbox"/> Swahili | <input type="checkbox"/> Digo | <input type="checkbox"/> Giriama | <input type="checkbox"/> Asians | <input type="checkbox"/> Arabs | |
| <input type="checkbox"/> Other _____ | | <input type="checkbox"/> I don't know | | | |

31) Do you think that belonging to an ethnic groups is important or not important for the place, where you're currently staying?

Important 1 2 3 4 5 not important

32) Do you think that the presence of ethnic groups is important or not important for the attractiveness of your current place of stay as a tourist destination?

Important 1 2 3 4 5 not important

33) Do you think that there is more emphasis placed on the culture of one or several ethnic groups at the place where you're staying compared to other ethnic groups? Yes No

If the answer is 'Yes':

On the culture of which ethnic group this special emphasis is placed and what elements are emphasized?

34) Are there any ethnic groups which are more attractive or interesting to you than others? Yes No

If the answer is „Yes“:

Which groups are more attractive or interesting to you and why?

Thank you very much for participating in this survey!
Please hand the questionnaire over to someone at the reception desk.

A.2 Hotels

TOURISM AND ETHNICITY ON THE COAST OF KENYA

This questionnaire is part of a research for my thesis at the Department of Social- and Cultural Anthropology at the University of Vienna. It is distributed among all the hotels, guest houses and hostels in Lamu and you would help me very much with filling out this questionnaire (until the 20/10/2007).

If you have any questions, critics or remarks, please contact me under the following email address: diplomarbeitkenya2007@hotmail.com.

If you want to receive the results of this survey, please fill in your contact details underneath (Email or Postal Address):

Date: _____

BASIC DATA

Name of the hotel / guest house / hostel: _____

Owner: _____

Type of accommodation:

- Hotel: 1 Star 2 Star 3 Star 4 Star 5 Star
 Apartment House Guest House Hostel Other _____

Number of beds: _____

How do you want your information to be treated?

- confidential: *The given information will only be used for statistics together with the data from the other hotels. The name of your hotel will not be mentioned. The questionnaire will be seen only by the researcher.*
 public: *The given information can be freely used and made public*

1) How many guests did you have in the year 2006? _____
How many guests did you have in the year 2005? _____

2) How many people are you currently employing in your hotel / guest house / hostel? _____

2.1) To which ethnic group / „tribe“ do they belong to?

(Please fill in the number of people belonging to that group, e.g. 4 Giriama)

- Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other _____
..... Other _____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____
..... I don't know

2.2) Please split up the answers from question 2.1) according to the occupation / profession of these persons.

Cleaning staff:

- Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other _____
..... Other _____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____
..... I don't know

Waiters / Waitresses:

- Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other _____
..... Other _____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____
..... I don't know

Chefs:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Receptionists:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Maintenance Workers:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Askaris / Watchmen:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Boat Captains:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Manager:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Owner:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Other:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

Other:

..... Swahili Giriama Kikuyu Luo Akamba Asians
..... Kalenjin Meru Embu Kisii Maasai Samburu
..... Turkana Digo Luhya Arab Other	_____
..... Other	_____ Other Nationality/Ethnicity than Kenyan: _____			
..... I don't know					

- 3) Do you think that generally the ethnic composition of your staff has changed within the last 5-10 years?
 Yes No

What do you think: How and why did it change?

The following questions should be filled out by the person who is responsible for the job recruitment. If this person is not available until the 20th of October 2007, please leave the fields empty.

- 4) Is there any ethnic group / „tribe“ with which you had more bad experiences than with others concerning employment? Yes No

If the answer was „Yes“:

With which groups did you have more bad experiences?

Can you describe these experiences?

- 5) Is there any ethnic group / „tribe“ with which you had more good experiences than with others concerning employment? Yes No

If the answer was „Yes“:

With which groups did you have more good experiences?

Can you describe these experiences?

- 6) Any further comments?

Thank you very much for participating in this survey!

B Auswertung: Verwendete Diagramme

B.1 Fragebögen für TouristInnen

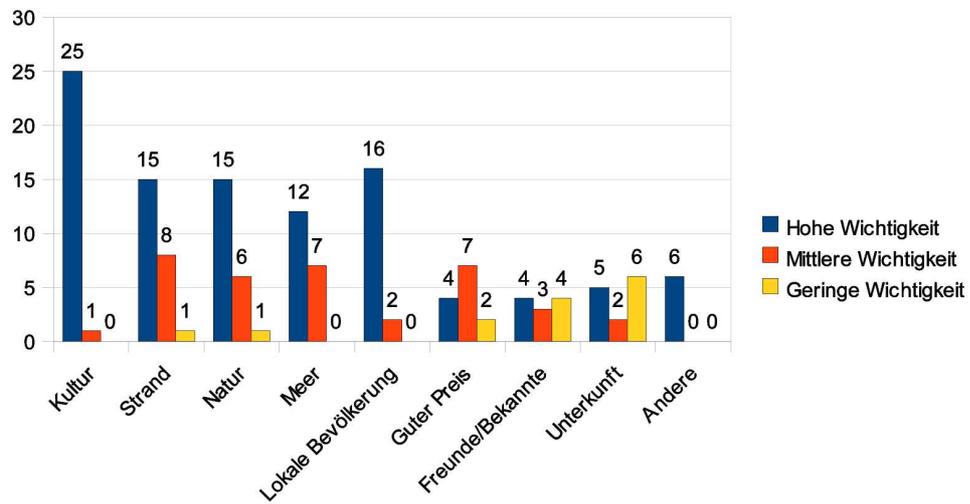


Abb. 7: Frage 10 - Reisemotive - Lamu

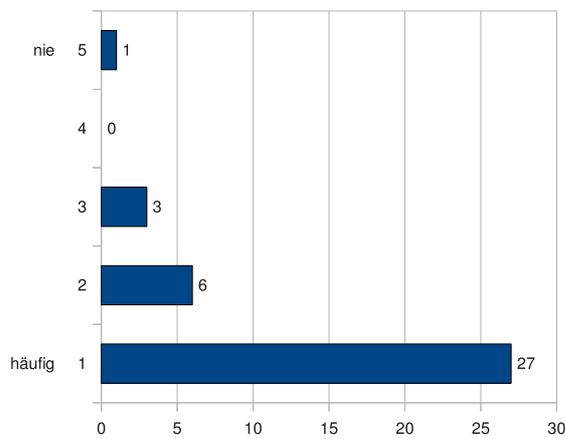


Abb. 8: Frage 12 - Wie oft verlassen Sie das Hotelareal / das zur Unterkunft gehörende Grundstück?

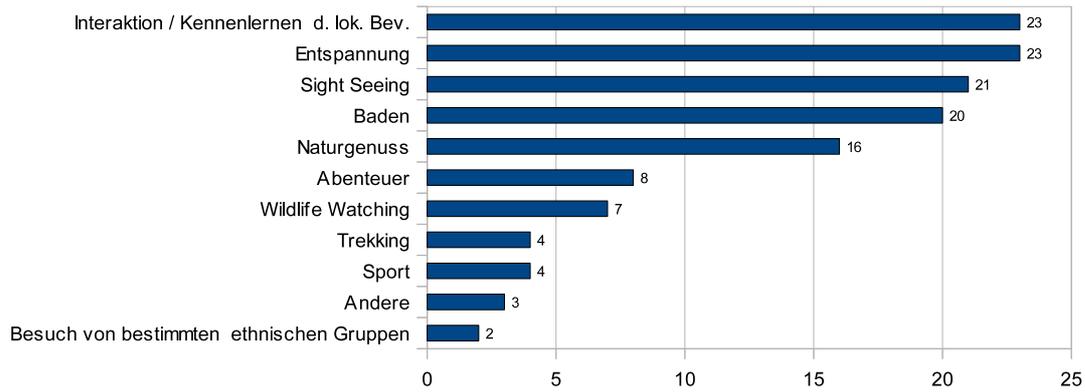


Abb. 9: Frage 16 - Welchen Aktivitäten gehen Sie hier nach?

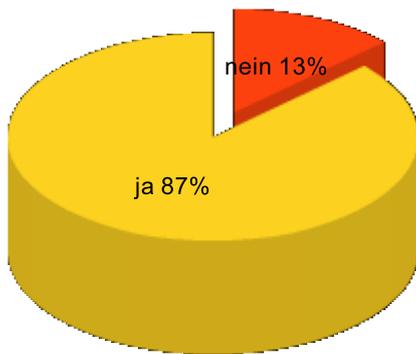


Abb. 10: Frage 19a - Haben Sie sich vor Ihrer Reise über Ihr aktuelles Reiseziel informiert?

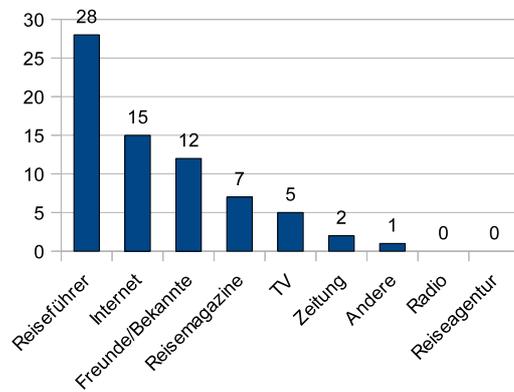


Abb. 11: Frage 19c - Wo haben Sie sich informiert?

Anhang

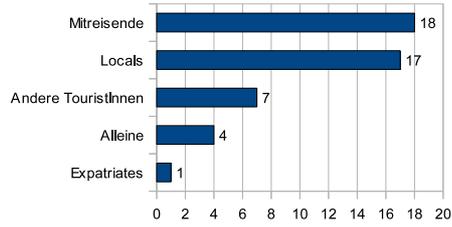


Abb. 12: Frage 20a - Mit wem verbringen Sie die meiste Zeit hier?

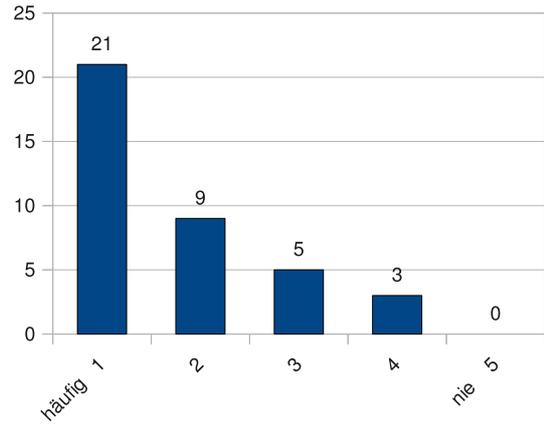


Abb. 13: Frage 21 - Wie oft kommen Sie in Kontakt mit Einheimischen hier?

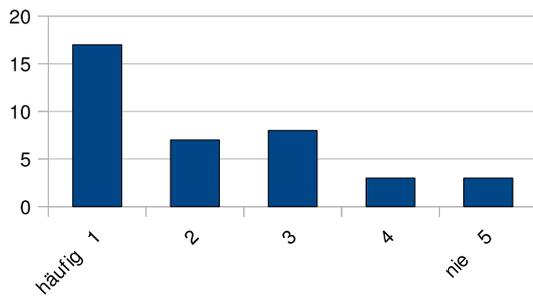


Abb. 14: Frage 22a - Und abgesehen von den Einheimischen, die in Ihrer Unterkunft arbeiten: Wie oft kommen Sie in Kontakt mit Einheimischen?

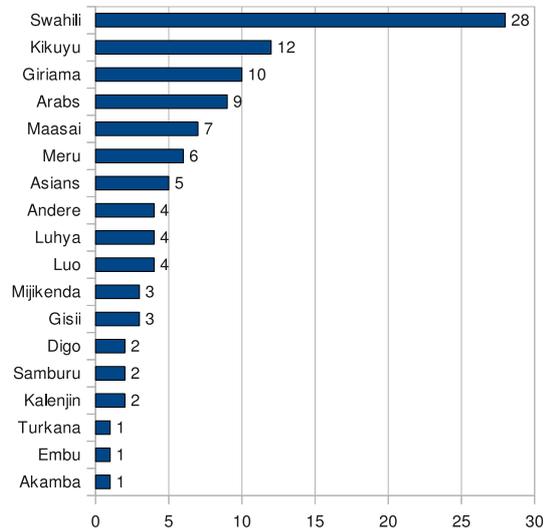


Abb. 15: Frage 22b - Welchen ethnischen Gruppen gehören diese an?



Abb. 16: Frage 24 - Sind Sie daran interessiert Einheimische kennenzulernen?

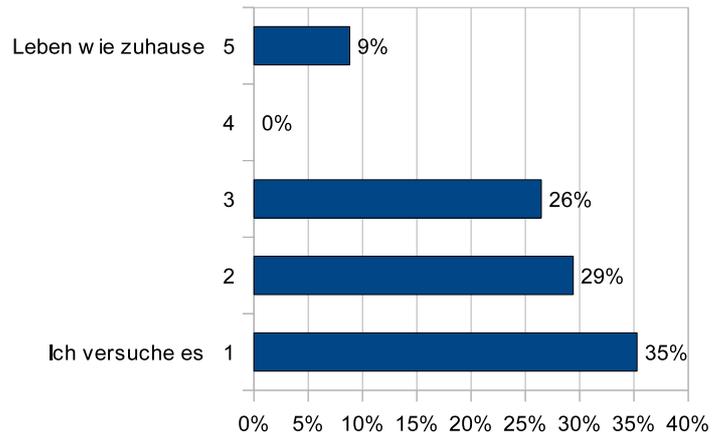


Abb. 17: Frage 27 - Versuchen Sie sich an die lokalen Gegebenheiten anzupassen oder verhalten Sie sich hier wie zuhause?

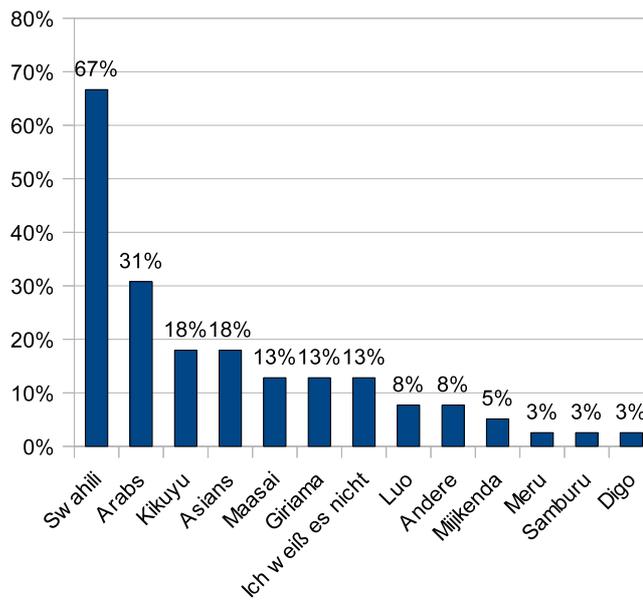


Abb. 18: Frage 30 - Was glauben Sie: Welche ethnischen Gruppen leben an Ihrem aktuellen Aufenthaltsort?

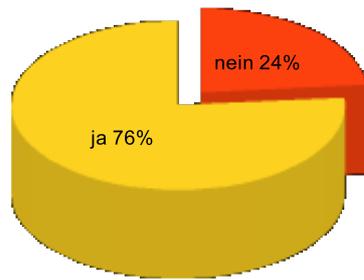


Abb. 19: Frage 33a - Wird Ihrer Meinung nach die Kultur von einer oder mehreren ethnischen Gruppen an Ihrem aktuellen Aufenthaltsort stärker betont als die von anderen Gruppen?

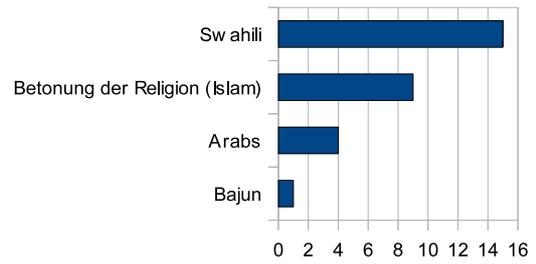


Abb. 20: Frage 33b - Die Kultur welcher ethnischen Gruppe und welche Elemente dieser Kultur werden dabei stärker betont?

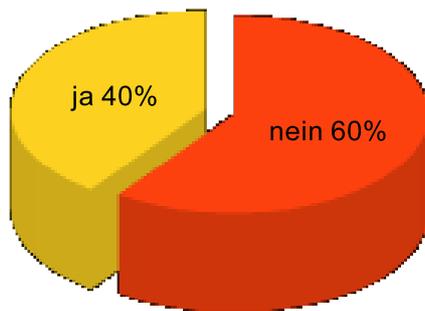


Abb. 21: Frage 34a - Gibt es bestimmte ethnische Gruppen, die Sie anziehender oder interessanter finden als andere?

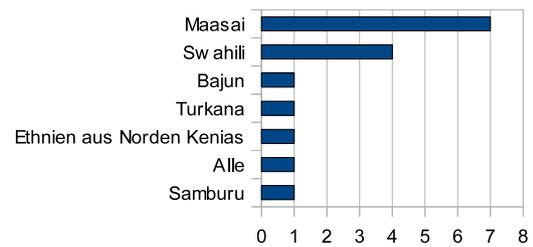


Abb. 22: Frage 34b - Welche Gruppen finden Sie anziehender oder interessanter als andere?

B.2 Befragung der TourismusunternehmerInnen

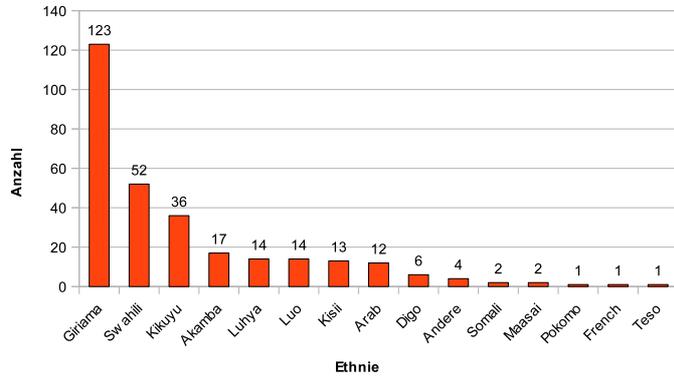


Abb. 23: Frage 2 - Ethnische Zugehörigkeit von Hotelangestellten

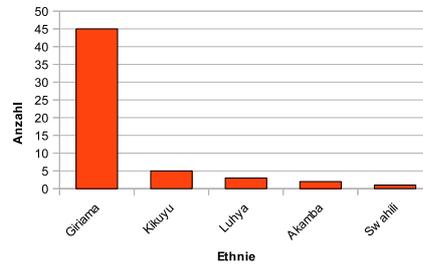


Abb. 24: Frage 3 - Ethnische Zugehörigkeit des Reinigungspersonals

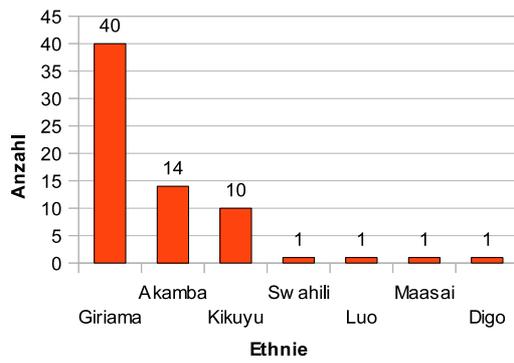


Abb. 25: Frage 4 - Ethnische Zugehörigkeit der Kellner/innen

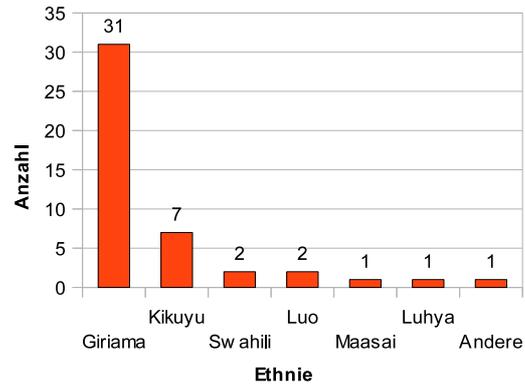


Abb. 26: Frage 5 - Ethnische Zugehörigkeit von Köchinnen und Köchen

Anhang

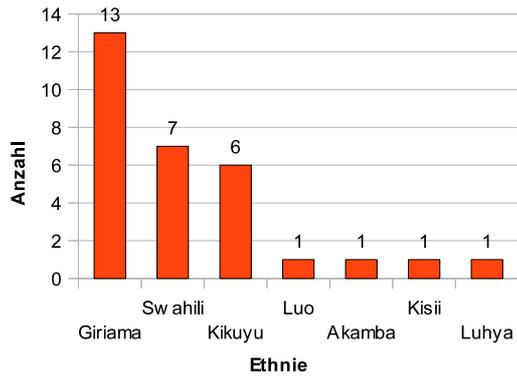


Abb. 27: Frage 6 - Ethnische Zugehörigkeit der Rezeptionistinnen und Rezeptionisten

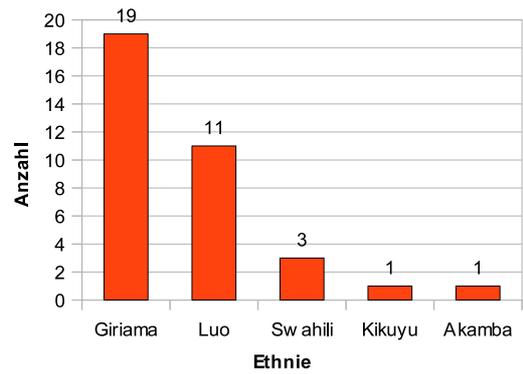


Abb. 28: Frage 7 - Ethnische Zugehörigkeit der Hausmeister

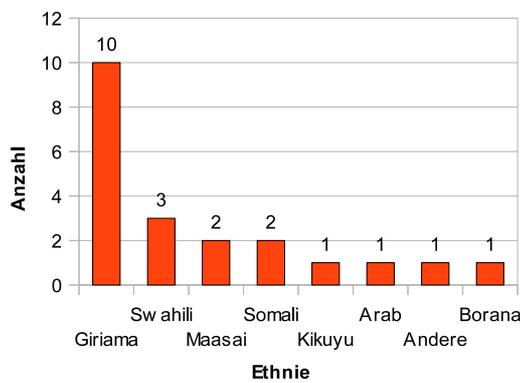


Abb. 29: Frage 8 - Ethnische Zugehörigkeit der Askaris (Wachmänner)

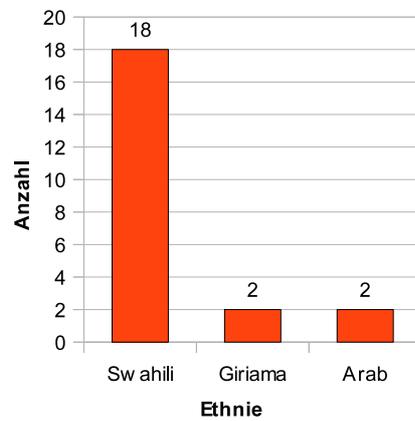


Abb. 30: Frage 9 - Ethnische Zugehörigkeit von Bootskapitänen

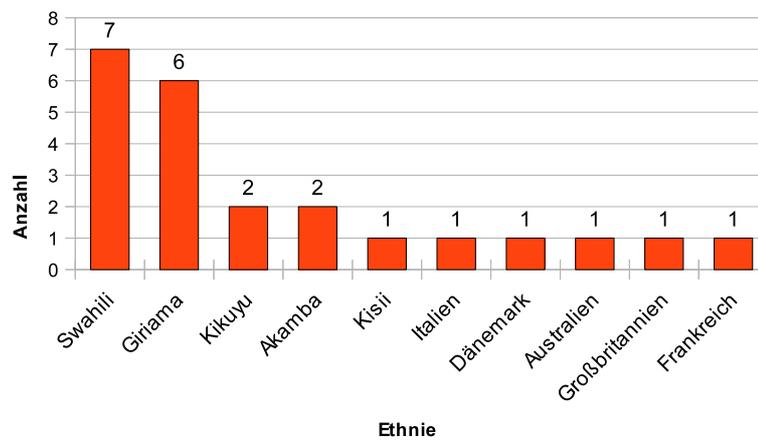


Abb. 31: Frage 10 - Ethnische Zugehörigkeit von Hotelmanagerinnen und -managern

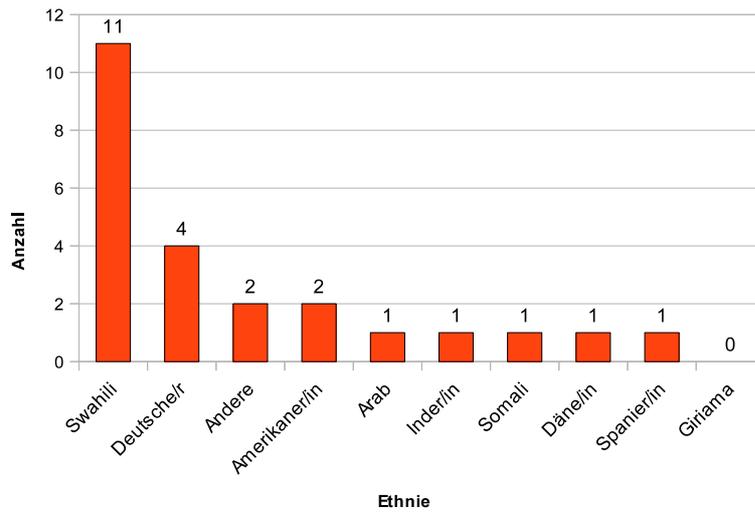


Abb. 32: Frage 11 - Ethnische Zugehörigkeit von Hotelerntümerinnen und -eigntümern

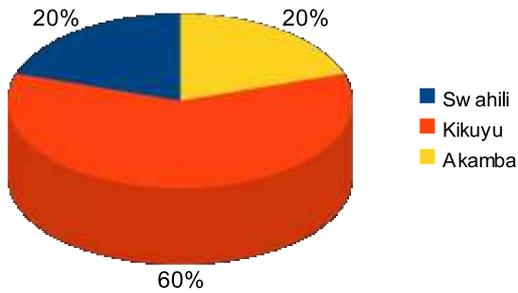


Abb. 33: Frage 15b - Schlechte Erfahrungen bei Anstellung in Hotel

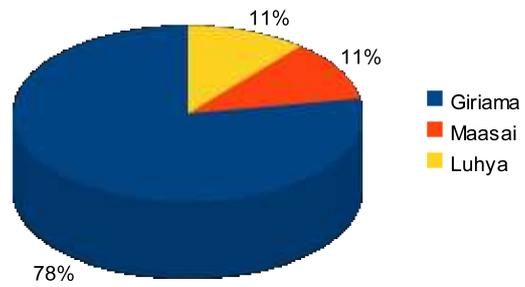


Abb. 34: Frage 16b - Gute Erfahrungen bei Anstellung in Hotel

B.3 Mündliche Befragung zur ethnischen Zugehörigkeit der MitarbeiterInnen von touristischen Geschäften, Restaurants und Straßenständen

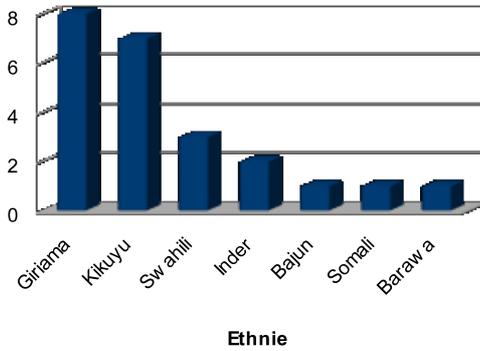


Abb. 35: Ethnische Zugehörigkeit von Angestellten und Eigentümern: Restaurants und Cafés

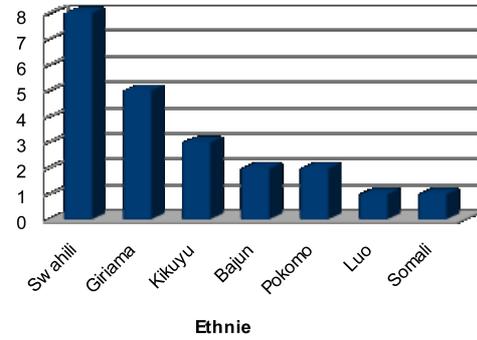


Abb. 36: Ethnische Zugehörigkeit von Angestellten und Eigentümern: Boutiquen

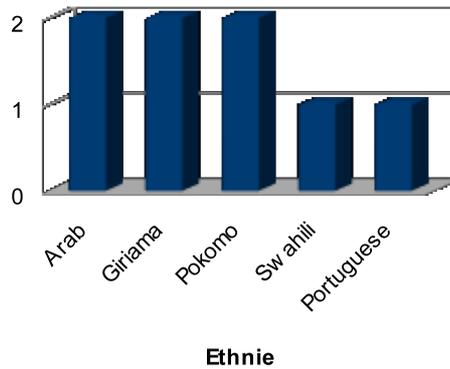


Abb. 37: Ethnische Zugehörigkeit von Angestellten und Eigentümern: Silberschmiede

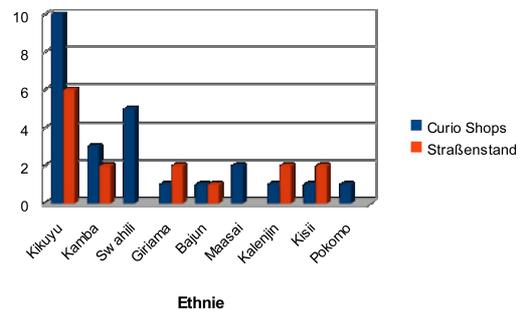


Abb. 38: Ethnische Zugehörigkeit von Angestellten und Eigentümern: Curio Shops (Souvenirgeschäfte)

C Bilder, Broschüren, Flugblätter und Screenshots

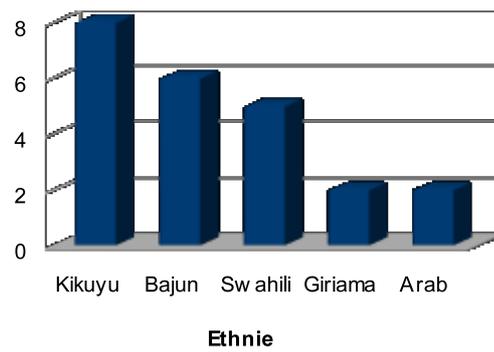


Abb. 39: Ethnische Zugehörigkeit von Angestellten und Eigentümern: Tischler (z.B. traditionelle Holzschneidereien etc.)

C Bilder, Broschüren, Flugblätter und Screenshots



Abb. 40: Gemalte Postkarte mit Swahili-Motiven, Lamu (Unbekannter Künstler, 2007)



Abb. 41: Gemalte Postkarte mit Swahili-Motiven, Lamu (Unbekannter Künstler, 2007)

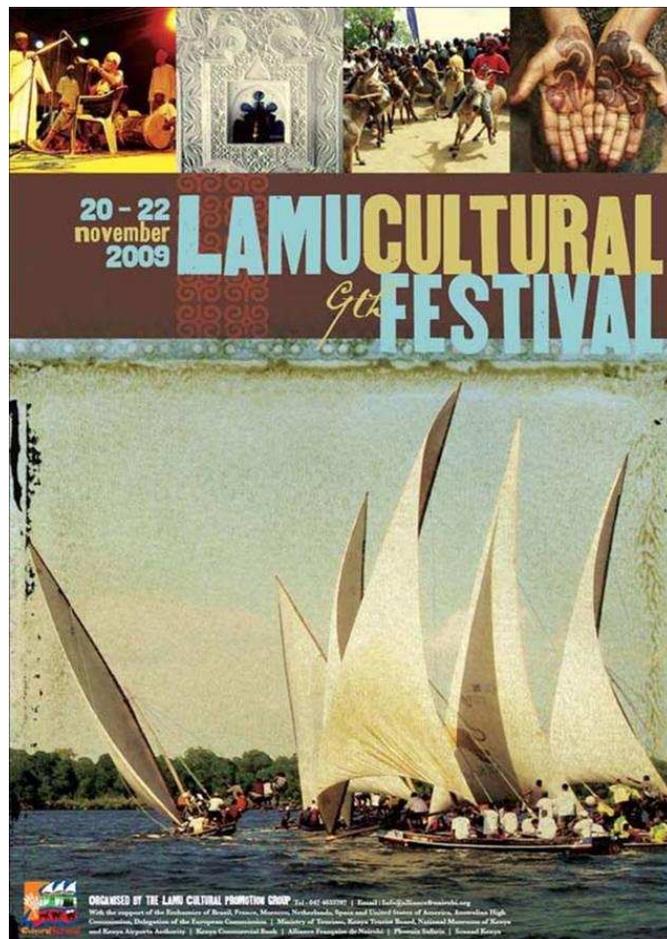


Abb. 42: Plakat des Lamu Cultural Festivals (Quelle: Lamu Cultural Promotion Group)

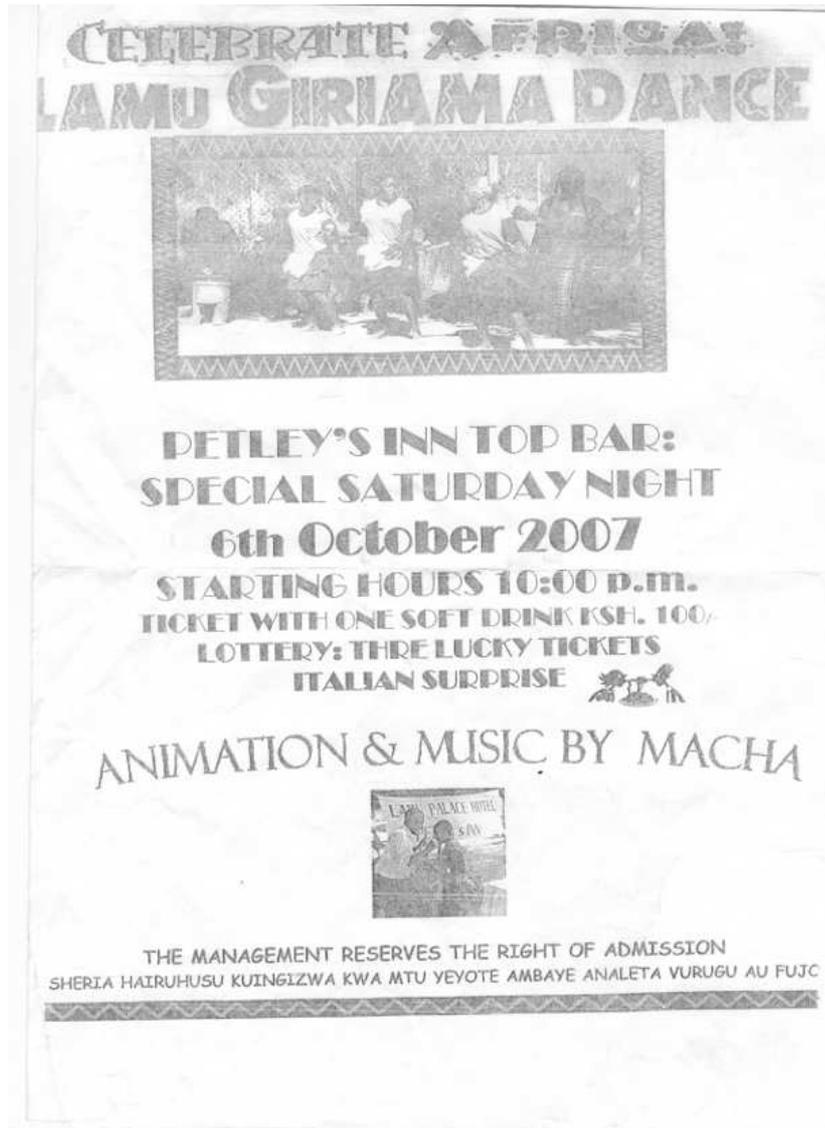


Abb. 43: Flugblatt zur Bewerbung einer Giriama-Tanz-Vorstellung im Hotel Petley's (Quelle: Petley's Inn)

Isn't Swahili a Language? | Facebook - Mozilla Firefox

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

http://mk-mk.facebook.com/group.php?gid=2209186546

Meistbesuchte Seiten Erste Schritte Aktuelle Nachrichten LEO Deutsch-Englisch... Linguee - Das Web al...

Isn't Swahili a Language? | Facebook

facebook

Keep me logged in Forgot your password

Sign Up Isn't Swahili a Language? is on Facebook
Sign up for Facebook to connect with Isn't Swahili a Language?

Isn't Swahili a Language? [Join](#)

Wall Info Photos Discussions

Basic Info

Name: Isn't Swahili a Language?
 Category: Common Interest - Languages
 Description: Aren't you tired of hearing that Swahili is not a group of people but only a regional language?

Information

Category: Common Interest - Languages
 Description: Aren't you tired of hearing that Swahili is not a group of people but only a regional language?

Next time tell them hellooooooooooooo...French is a language too, as is German, English, Italian etc. So this group is for all those REAL/ETHNIC/AUTHENTIC Swahili people that are sick and tired of not being recognized as a group of people (Friends and those curious can also join).

Next time tell them hellooooooooooooo...French is a language too, as is German, English, Italian etc. So this group is for all those REAL/ETHNIC/AUTHENTIC Swahili people that are sick and tired of not being recognized as a group of people (Friends and those curious can also join).

And to all those sceptics who say Swahili is not a "real" culture as it mixed with too many cultures, I invite you to some chapati from India, kahawa from Arabia and our authentic mahamri at my majlis someday to enjoy this beautiful amalgamation of cultures...

Je umechoka kusikia kwamba Uswahili sio jamii ya watu au mila bali ni lugha peke yake?

Siku nyingine waambie mutajiju!...Kifaransa pia ni lugha, na Ujerumani, na Kingereza, Italiani n.k. Kwahivyo hapa ni mahala pa wale Waswahili ASILI ambao wamechoka na kutojulikana kama jamii ya watu (marafiki na wale wanao taka kujua zaidi wako karibu pia).

Fertig

■ Nasra
■ Samia (creator)

Officers

Samia
Bajun Majnoon (female criteria 1,5,7 ∓ 9)

Omar
K-Squared (Kandian-Kizungu)

Rumi
Bajunimzungu by nature (male criteria 5)

Munisa
Barawajuni (female criteria 5,7 & 9)

Khairiya
MSwahizle kwa hakizle (female criteria 1, 2 & 7)

Fatma
Queen of Barawaland (female criteria 1, 2, 6 & 7)

Nasra
Princess of Bajuni Land (female criteria 1, 2, 5, 8, 7)

Recent News

News: Taken from FAKENEWS.COM

A Kenyan Scientist known as Dr. Daktari Muongo has recently established criteria that has proven successful in identifying Swahili individuals through symptomatology. The listed criteria from his research at Fina University are as follows:

MALE & FEMALE SYMPTOMS

1. All can claim to have atleast one member of their family who is their cousin, aunt/uncle and grandparent at the same time.
2. Constantly tells time by adding six hours to the stated time e.g. 9 O'clock Vs stating 3 O'clock.
3. Emphasize more on their Arab than African roots although the most Arabic they use is when reading the Quran.
4. Some subjects insist on portuguese roots but fail to utter a word of it or know where Portugal is.
5. Cannot remain more than a day without coffee/tea, hot peppers, fish or rice
6. Spend \$100,000 for a 7 day wedding with 1000 people invited
7. Went to Madrasa since they were 1 year old
8. Considers it a random chance what skin tone their babies will turn out to be when they are expecting one(ranges from ebony to ivory)
9. Use coconut for making appetizers, entrees and desserts plus as hair oil and medicine
10. Have had atleast one family member possessed by a good/bad Jinn

FEMALE CRITERIA

1. Learns to dance chakacha (Bottom shaking dance) before she can walk
2. Can dress very decently on normal days but suprisingly rock a sleeveless, mini, see-through dress and dances like a hoochie during women-only functions
3. Insists she wants to get married to the lightest man in the village although she is pitch dark
4. Has very coarse hair although brothers are blessed with horse-like manes
5. Has had atleast one cousin propose to her
6. Steals, forges or begs for an invitation card to a wedding she wasn't invited to and if she fails to get a card she crashes the wedding and fakes knowing the organizers
7. Sings all Indian and Arabic songs although she may as well be insulting someone
8. Proceeds to translate bollywood movies and English soap operas although she speaks neither languages.
9. Has been spat on by older women folk who pray for her to have a husband soon
10. Spends \$10,000 on gold that she wears only for a one day wedding but cannot afford to buy fish from the market.

MALE SYMPTOMS:

1. Spends \$10,000 on dowry although he has no job
2. Spends another \$10,000 on a second, third and fourth wife behind the first wife's back although he STILL has no job.
3. Consistently scratches his crotch on the streets (Especially applies to older males)
4. Continously woos women in full niqab while ignoring half-naked ones
5. Lives near the ocean and is a great swimmer, while portraying significant skills in fishing and balancing on a dhow fitted with 40 passengers.
6. Marries a month before ramadhan after which his stomach grows twice its original size
7. Has proposed to ALL his female cousins secretly since he was 15
8. Knew how to climb a palm tree before he could walk
9. Utters the word "kum***na" (The equivalent of f***) atleast once in each sentence
10. Sings "I miss the dragon" to Sisco's Unleash the Dragon and proceeds to massacre all No. 1 Hit songs

NB: If you choose to copy content from this page please make sure to give credit and include the following group URL as the source:

<http://mcmaster.facebook.com/group.php?gid=2209186546>

Members

6 of 259 members See All


 Aisha


 Haitham


 Tifa


 Sayyida


 Husna


 Ifah

Photos

4 of 21 photos See All




Photos

4 of 21 photos See All







Links

3 links See All

- AKON MAMA AFRICA NEW REMIX!!!! (AFRICAN EDITION)
1:27pm Jan 13
- Cafe drama
9:12am Sep 12
- Abdallah Moi-Kitambulisho

Fertig

Abb. 44: Facebook-Gruppe: Isn't Swahili a language? Quelle: Facebook o. J.

163

D Abstract

D.1 Deutsche Zusammenfassung

Die vorliegende Diplomarbeit befasst sich mit den vielfältigen Intersektionen von Ethnizität und Tourismus. Ethnizität bezieht sich dabei auf die Art der Beziehungen zwischen verschiedenen ethnischen Gruppen, deren Verständnis, Auslegung und Instrumentalisierung. Im Speziellen wird dabei der Frage nach den Einflüssen von Tourismus auf die Beziehungen zwischen den lokalen ethnischen Gruppen in der Stadt Lamu und im benachbarten Dorf Shela in Kenia nachgegangen. Die Stadt Lamu auf der gleichnamigen Insel gilt als eine der ältesten Städte Kenias und wurde von der UNESCO zum Weltkulturerbe ernannt. Zusammen mit dem Dorf Shela ist die Stadt in den vergangenen Jahrzehnten von einer sich im Niedergang befindlichen Hafenstadt zu einem Tourismuszentrum avanciert, in welchem vor allem auch die „Swahili-Kultur“ im Vordergrund steht. Mit Bezug zu diesem lokalen Kontext werden im Rahmen dieser Arbeit folgende Teilaspekte der Fragestellung untersucht und vorgestellt: Es werden die demographischen Veränderung vor Ort, die lokale wirtschaftliche Organisation, die touristischen Bilder und Repräsentationen von Lamu, die Reisemotive der TouristInnen und schließlich die Interaktionen zwischen der lokalen Bevölkerung und den TouristInnen sowie auch zwischen den ethnischen Gruppen innerhalb der vom Tourismus direkt betroffenen Bevölkerungssegmente analysiert.

Die Resultate zeigen, dass Ethnizität auf Lamu aufgrund von vier zentralen Faktoren durch den Tourismus verändert und restrukturiert wird. Zu diesen vier Faktoren zählen die Einführung neuer AkteurInnen unterschiedlicher ethnischer Zugehörigkeit in die lokale Gesellschaft, die Schaffung neuer Erwerbsmöglichkeiten und Arbeitsplätze, die Formung eines touristischen Produkts der „Swahili-Kultur“ und dessen Vermarktung, sowie der Wunsch der lokalen Bevölkerung nach dem Weiterbestehen des Tourismus. Diese Faktoren führen in weiterer Folge zu spezifischen Veränderungen mit Bezug zu Ethnizität, welche in dieser Arbeit vorgestellt werden. Zusammenfassend kann fest gestellt werden, dass sich das Weltkulturerbe Lamu und das Dorf Shela heute in einem interethnischen Spannungsfeld der Betonung von „Swahiliness“ im touristischen Diskurs, einer wahrgenommenen nationalen ethnischen Marginalisierung, welcher der touristische Diskurs zum Teil entgegen wirkt, sowie von tourismusbedingten multiethnischen Migrationsströmen, befindet.

D.2 Englische Zusammenfassung

This thesis deals with the various intersections between tourism and ethnicity, whereby ethnicity refers to the relations between different ethnic groups, their mutual conceptualization, interpretation as well as their instrumentalisation. The main focus lies on the influences of tourism on the inter-ethnic relations in the town of Lamu and the neighboring village of Shela in Kenya. The town of Lamu on the island of the same name is known as one of the oldest towns in Kenya and is recognized as a „world heritage site“ by the UNESCO. Together with the village of Shela the town has turned from a declining port city to a tourist destination, in which the „Swahili culture“ plays an important role. With regards to this local context the following aspects of the research question are presented within this paper: The local demographic changes, the economic structure, the touristic images and representations of Lamu, the travel motives of tourists, and finally the interactions between the local population and the tourists as well as between the ethnic groups are analyzed.

The results illustrate that tourism modifies and restructures ethnicity through four related factors. These factors are the local introduction of new actors of different ethnic affiliation, the creation of new employment opportunities and additional jobs, the shaping of a touristic product of „Swahili culture“ and its marketing, as well as the local population’s desire for the continued presence of tourism and tourists on Lamu. These factors are related to specific changes with regards to ethnicity, which are presented in more detail in this thesis. It can be summarized that the world heritage site of Lamu and the village of Shela are currently wedged between the focus on „Swahiliness“ in the tourist discourse, the perceived national ethnic marginalization, which the tourist discourse partially reverses as well as the tourism-related multi-ethnic migration movements.

Lebenslauf

Sandra Feichtner

✉ sandra.feichtner@gmail.com

Geboren 01.03.1983 in Saalfelden

Ausbildung

- 1993–2001 **Bundesrealgymnasium Zell am See, Matura mit ausgezeichnetem Erfolg.**
seit 2002 **Studium der Kultur- und Sozialanthropologie, Universität Wien.**
seit 2003 **Studium der Internationalen Entwicklung, Universität Wien.**
- Thematische Schwerpunkte **Migration, Flucht, Ethnizität, Internationale Entwicklung, Anthropologie der Kindheit und Jugend.**
- Regionale Schwerpunkte **Afrika, Lateinamerika.**

Arbeitserfahrung mit Bezug zum Fach

- 01-06/2002 **Europäischer Freiwilligendienst in einem Hostel für Obdachlose und Flüchtlinge, Lime Grove Hostel, London.**
- 09/2005 **Praktikum in einem Heim für unbegleitete minderjährige Flüchtlinge, SOS Kinderdorf, Salzburg.**
- 09/2004–02/2005 **Mitarbeit in einem Heim für körperbehinderte Kinder, Kyale, Kenia.**
- seit 2007 **Organisation der ETHNOCINECA, Ethnographic and Documentary Filmfest Vienna, Wien.**
- seit 2008 **Projektassistentin Afrika im Bereich der Entwicklungszusammenarbeit, Dreikönigsaktion der Katholischen Jungschar, Wien.**

Auslandsaufenthalte

- 08/2001–06/2002 **Europäischer Freiwilligendienst, London, England.**
- 08/2003 **1-monatige Lernreise mit der Organisation Empezamos, Quito, Ecuador.**
Besuche von ehemaligen Projekten der ÖEZA
- 09/2004–02/2005 **Mitarbeit in einem Heim für körperbehinderte Kinder, Kyale, Kenia.**
- 11–12/2006 **1-monatiges Feldpraktikum mit einer Forschung zum Thema Jugendkultur, Petén, Guatemala.**
- 09–10/2007 **Feldforschung im Rahmen der Diplomarbeit, Lamu, Kenia.**

Sprachkenntnisse

- Englisch **fließend in Wort und Schrift**
- Spanisch **gut**
- Kiswahili **gut**
- Französisch **Passivkenntnisse**