

Bodenständig, folkloristisch – nicht immer ganz perfekt

Entwicklungsgelder fördern Tourismus in Zentralamerika

Die Brise vom See spielt mit den Blättern eines riesigen Mango-Baums. Ihre Schatten huschen über das runde milchkaffeebraune Gesicht von Don Chester. Er sitzt allein auf der Terrasse seines Restaurants, keine Gäste heute. Trotz tropischer Mittagshitze ist es hier angenehm. Und Chester hat viel mehr zu bieten als Guapote, den Süßwasserfisch aus dem Nicaragua-See.

Gleich hinter seinem Restaurant „El Ancla“ beginnt das historische Zentrum von Granada. „Die älteste koloniale Stadt auf dem amerikanischen Festland“, erklärt der Gastwirt. Doch kaum ein Fremder weiß das. „Der Tourismus liegt bei uns noch in den Windeln.“

Das nicht einmal zwei Autostunden südlich liegende Costa Rica verdient im Jahr mehr als eine Milliarde US-Dollar mit dem Fremdenverkehr. Guatemala im Norden vermarktet weltweit seine Maya-Kultur. Doch für das dazwischen liegende Nicaragua bleiben kaum Gäste übrig. Und das, obwohl die zentralamerikanischen Präsidenten bei ihren Gipfeltreffen immer wieder die Einheit beschwören und sogar ein gemeinsames „Sekretariat für Tourismus“ eingerichtet haben.

Die deutsche „Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit“ (GTZ) will beidem auf die Sprünge helfen: dem Tourismus und der Einheit. Mit 4,7 Millionen Mark unterstützt die bundeseigene Entwicklungsorganisation ein Projekt zur „Förderung der nachhaltigen Entwicklung durch Tourismus in Zentralamerika“ mit dem spanischen Kürzel Fodesur.

„Eigentlich wird Tourismus von der GTZ gar nicht unterstützt“, sagt Karola Tippmann, die das Projekt in Managua leitet. Es

gehe um viel mehr als nur um Ferien. In einer Region, in der die Arbeitslosigkeit bei rund 50 Prozent liegt, sollen neue Jobs geschaffen werden. Und es gehe darum, die zentralamerikanische Integration voranzubringen – dazu soll Tourismus der Hebel sein.

„Wir denken nicht an Hotelburgen, wie sie in der Karibik entstanden sind“, sagt Tippmann. „Wir setzen auf Besucher mit hohem Bildungsniveau. Leute, die schon einige Länder Lateinamerikas kennen, etwas Neues suchen und erfahren möchten.“ Von solchen Touristen profitierten vor allem kleine Betriebe. Das schaffe Arbeitsplätze und keine Umweltprobleme.

Ein Netzwerk solcher Betriebe hat das Projekt schon geschaffen. Rund 100 Hotels, Restaurants und lokale Reiseveranstalter haben sich zur „Ruta del Maíz“, zur „Maisroute“ zusammengeschlossen. Sie empfehlen sich gegenseitig weiter und garantieren einen gemeinsamen Standard. Das Konzept fasst Tippmann zusammen: „Bodenständig, folkloristisch, nicht immer ganz perfekt“ – eben typisch zentralamerikanisch.

Das Projekt will auch daran mitwirken, das Bild Zentralamerikas in Europa zu verbessern. Dem Vorurteil, es gebe dort vor allem politisch unruhige Bananen-Republiken, soll entgegen gewirkt werden. Bei Tourismus-Messen treten die sieben Länder zwischen Guatemala und Panama inzwischen gemeinsam auf. Eine Werbeagentur entwirft derzeit einen Schriftzug, der Zentralamerika als Reiseziel so bekannt machen soll wie Mexiko oder Kuba. Dann, hofft Don Chester, werden Touristen aus Europa auch sein Restaurant in Granada finden.

TONI KEPPELER, epd