

## **Livelihood Development of Camolinas Fishermen in Cordova**

18. Juli 2008

### **Ein erster Bericht**

Die Bewohner der Camolinas Community sitzen auf brüchigen Holzklappstühlen, die wohl in früheren Zeiten von Studenten der USC genutzt wurde. Im Community Center haben sich etwa 50 Bewohner des Cordova Siedlungsprojekts zusammengefunden um auf das JPIC-IDC Team zu warten. Heute findet ein Seminar zur ordentlichen Buchführung statt.

Wir kommen mit dem Team per Bus. Die Straße führt durch ein sehr armes Viertel. Die Menschen sitzen auf dem Boden und essen, Kinder rennen unbedeutend vor den Autos her.

Von „Community Based Tourism“ kann hier beileibe nicht gesprochen werden.

Nachdem wir uns im Community Center vorgestellt haben, das bislang noch ein Zelt pavillon ist, und einem Rundgang durch die Siedlung, wird immer offensichtlicher, dass es in unserer Arbeit nicht darauf ankommen wird, wie man anfängliche Tourismusprojekte auswerten kann oder auf Mikrokreditförderung vorbereiten kann. Die Menschen in Camolinas brauchen vielmehr eine Perspektive, Organisation und Training. Ein Tourist würde keinen Fuß in diese Siedlung setzen können, ohne ein schlechtes Gefühl dabei zu haben.

Ein Gespräch mit dem JPIC-Direktor Tony Salas sorgt für weitere Klarheit; eingebettet in einen Projektplan liegt das Housing Projekt nach seiner erfolgreichen Umsetzung auf der Zeitachse an einem Punkt, an dem es darauf ankommt, einfaches betriebswirtschaftliches Wissen aufzubauen und die Community auf die Etablierung einer Cooperative vorzubereiten.

Wir beschließen, die Studie an die aktuellen Entwicklungen anzupassen und konzentrierten uns auf folgende Schwerpunkte:

#### ***1. Die demographische Situation und Bildungsniveau***

Die Auswertung unseres Fragebogens hat eine demographische Struktur der Bevölkerung gegeben. Demnach ist die Geschlechterverteilung sehr ausgeglichen. 80% der Mitglieder sind verheiratet und in jedem Haushalt leben ca. 5 Kinder.

Es ist auffällig, dass jedes Mitglied der Community zumindest die Schule besucht hat. Interessant ist ebenfalls, dass Männer gegenüber den Frauen die Elementary School oder Highschool nur besuchen, jedoch nicht abschließen. Etwa 5% der Bevölkerung war auf dem College, 2% schlossen dieses auch ab.

#### ***2. Economic Survey***

Die Economic Survey diente zum einen der Veranschaulichung der wirtschaftlichen Aktivitäten der Camolinas Community sowie deren Kaufkraft und Einkommenssituation. Weitere Faktoren waren Savings und Loans sowie eine Befragung zur Einschätzung der unternehmerischen Motivation.

Alle Haushalte der Community besitzen eine gemeinsame Kaufkraft von etwa 9000 PHP pro Tag. Nahezu 90% der Ausgaben gehen laut Angaben der Bevölkerung auf Kosten der Nahrung, also Reis und Fisch. Aufgrund des Preisunterschieds kaufen fast alle Bewohner auf dem nahe gelegenen Markt ein, anstatt den Service des Sari Sari Stores zu nutzen.

Ersparnisse besitzt so gut wie niemand, einige nehmen jedoch Kredite mit völlig überhöhten Zinsen von sogenannten Bombays – auch bekannt als Loan Sharks – in Anspruch.

Fischfang (17,5%) und Fischhandel (33,5%) sind die hauptsächlichen Erwerbszweige der Bevölkerung, gefolgt von Trizikad Fahrern (13,5%). Die Händler kaufen Fisch von der benachbarten Insel Olango und verkaufen ihn an Land an die Zwischenhändler. Bei diesen Zwischenhändlern, die meistens auch zur Community gehören, landet der meiste Fisch, bevor er auf den Märkten und an weitere Zwischenhändler verkauft wird. Weitere Aktivitäten der Community sind zwei Sari-Sari Stores (kleine Einzelhändler), die Produktion von Lappen und Fußmatten, sowie die Unterstützung bei der Be- und Entladung von Güterschiffen aus Bohol.

### **3. Marktstudien**

Zur Analyse der Absatzmärkte wurden zwei Marktstudien durchgeführt. Zum einen wurde die Value Chain des getrockneten Fisches (Danggit) ermittelt und auch der boomende Tourismus wurde als potentieller Absatzmarkt analysiert. Zusammen mit der Economic Survey sollen Marktlücken und Marktchancen zur Erweiterung der wirtschaftlichen Tätigkeiten der Community identifiziert werden. Die Marktstudien waren sehr aufschlussreich und lieferten Ideen für weitere Projekte.

Die bisherigen Ergebnisse der Studie sind im folgenden kurz skizziert:

Die Idee eines schwimmenden Restaurants ist nicht neu und gemäß den Blaupausen schon seit Beginn des Projektes als fester Bestandteil der Community geplant.

Es ist jedoch fraglich, ob ein solches Restaurant

1. von der Tourismusindustrie gewünscht ist,
2. am geplanten Standort, nämlich direkt vor den Häusern im Hafengebiet der Community, günstig positioniert ist, und
3. ob die Community fachlich für die Führung eines Restaurants fähig ist.

Erste Gespräche mit dem Management der anliegenden Beach Resorts und Hotels haben gezeigt, dass es bisher kein schwimmendes Restaurant, wohl aber Restaurants auf den anliegenden Inseln gibt. Erkenntnisse der Marktstudie „Tourismus“ sind im folgenden:

1. Interesse der Resorts an Ausweitung des Angebots an Touristen ist da und die Idee eines schwimmenden Restaurants wird als sehr gut empfunden.
2. Aufgrund der Konkurrenz auf den Inseln, ist „Floating Center“ mit Museum, Fishery Tours und Events sinnvoller als weiteres Restaurant.
3. Es herrscht ein hoher Betrieb von Booten, die die Inseln Hilutungan und Sulpa anfahren auf deren Weg ein solches Restaurant rentabel erscheint.

In Zusammenarbeit mit einem Verbund interessierter Hotelresorts könnte dieses Vorhaben als größeres Projekt der Kooperative durchgeführt werden.

Weitere Möglichkeiten finden sich in folgenden Gebieten:

*a) Product Development of Rags*

Das bestehende Business einiger Communitymitglieder kann ausgeweitet werden. Hierzu bedarf es auch einer Marktstudie der USC.

*b) Cooperative owned Transportation Services*

Die Etablierung einer „Monatskarte“ für Community members und die Sicherung eines fixen Einkommens der Trizikad Drivers.

*c) Processing Danggit to „boneless dried danggit“*

Die Value Chain des getrockneten Danggit gestaltet sich sehr zu Ungunsten der Fischer. Mit eigenen Materialien und Methoden könnte die Veredelung vor Ort stattfinden und eine höhere Wertschöpfung erreicht werden.

*d) Pier*

Die vorteilhafte Lage der Community an der Küste von Cordova sorgt dafür, dass täglich Boote aus Bohol landen, um Waren auf den Markt zu bringen. Maßnahmen, die den Händlern diese Tätigkeit erleichtern könnten würden ihnen ermöglichen, dafür eine Hafengebühr zu verlangen.

## **4. Empfehlungen**

Etablierung einer Multi-Purpose Cooperative zu folgenden Zwecken:

- Nutzen von Verbund- und Mengenvorteilen, um Community Basisgüter zu Marktpreisen anbieten zu können und Fisch zu kaufen.
- Sukzessiver Aufbau von Kapital, um unabhängig wirtschaftlich tätig werden zu können.
- Festigung der Organisation der Community.
- Dachorganisation für Folgeprojekte, um gesamte Community am Ertrag teilhaben zu lassen und zu verhindern, dass Einzelinteressen durchgesetzt werden.

Die o.g. Projekte können als Livelihood Projekte unter dem Dach der Cooperative durchgeführt werden. Eine Consumer Cooperative wurde am letzten Tag unseres Besuchs gegründet. Auf Team- Capacity/ und Capability Building wurde bisher verzichtet. Die Gründung dieser Kooperative ist noch nicht als richtig ernst gemeinter Versuch anzusehen, eine langfristige und nachhaltige Wirtschaftsunion zu etablieren.

Im Weiteren Verlauf der Studie soll die Durchführbarkeit der einzelnen Maßnahmen und Projekte geprüft werden. Mit der USC wurde eine Zusammenarbeit in Sachen „Continuous capability building“ vereinbart.