

fen. Jedoch gibt er zu, dass es viel Zeit, Anstrengung und Ressourcen benötigt, um die betreffenden Einrichtungen zu durchsuchen und zu bestrafen. Diese Prozedur sei »irgendwie mühsam«.

Sacriz rät den Eigentümern einer Marke, jede Schutzverletzungen

zu melden. »Es gibt innerhalb der Regierungsbürokratie Mechanismen, die ihnen helfen werden.«

Währenddessen weist Avenida darauf hin, dass Markenpiraterie nachteilig auf die philippinische Wirtschaft wirkt. »Die Investoren könnten das Vertrauen verlieren ihr Geld hier

zu investieren. Es gibt die Tendenz, dass Produkte gefälscht werden und der Profit so negativ beeinflusst wird.«

Der Artikel wurde von Philipp Bück aus dem Englischen übersetzt.

Schmuck vom »Stroller« oder aus der »Black Box«

Eine Unterhaltung mit einem Borlolo-Macher in Davao

von Glorypearl A. Dy

Accessoires wie Arm- und Halsbänder, Ketten, Finger- und Ohrringe werden üblicherweise Borloloys genannt. Diese Bezeichnung bedeutet soviel wie Ausschmückung oder Ornament.

In Davao liegen *Borloloys* heute absolut im Modetrend. Sie lehnen sich an verschiedene Modegenres, vom Punk zum jugendlich-artigen Preppy, vom Rasta zum Hiphop, je nachdem, was gut zum persönlichen Auftreten passt. *Borloloys* werden in jedem kleinen Laden im Ort verkauft. Doch für einige von ihnen, vor allem für den Edeltahlschmuck, sollte man die Seitenstraßen von Davao-Ilustre aufsuchen. Diese *Accessoires* aus Edeltahl sind kennzeichnend für Davao, sie wirken hinreißend und groovy und kosten doch nur eine Handvoll Münzen. Aber haben Sie sich je gefragt, wer diese lohnenswerten Schnäppchen hergestellt hat?

Kreative Copycats

In den Straßen zwischen Quirino und Ilustre hatte ich die Gelegenheit, mit einem der ersten *Borlolo*-Macher von Davao zu reden, mit Umyong (der seinen Nachnamen hier aber nicht abgedruckt sehen wollte). Wenn ich einen Tag früher gekom-

men wäre, sagte Umyong, hätte ich noch den Rest der Gang von San Pedro treffen können. Aber heute hätten sie aus einem besonderen Anlass früher geschlossen. Es sei der Geburtstag von Nanding Banal, einem der »erfolgreichsten« *Borlolo*-Macher aus der Stroller-Gang von Davao.

Obwohl er auch gerade zu dem Besäufnis gehen wollte, war Umyong so nett, mir einige Minuten vom kleinen *Borlolo*-Handwerk zu erzählen. Er berichtete, dass es in Davao zwei Klassen von *Borlolo*-Machern gäbe: Die erste, die der »Strollers«, hätte früher begonnen als die zweite, die sogenannte »Black Box«.

Edlere Kopien

Die Strollers starteten in Uyanguren, als *Accessoires* aus koreanischer und chinesischer Fertigung modern wurden. Nanding Banal war dafür der erste Franchise-Nehmer. Zu Beginn beschränkte sich

sein Interesse an dieser Art Schmuck auf das Einkaufen und Verkaufen dieser Importware. Doch als die ersten Kunden das Abstumpfen des Silbers reklamierten, überzeugte ihn das von der Notwendigkeit für Verbesserungen. Zusammen mit wenigen interessierten Freunden setzte er eine Fertigung für Modeaccessoires aus Edeltahl auf. Zunächst benutzten sie Drähte aus dem Anglerbedarf. Nachdem Nanding nun Schmuck aus selbstgewählten Materialien und nach eigenem Design herstellen konnte, versammelte er eine Gruppe hart arbeitender und innovativer Leute, die durch die City streunten, um die Ware zu verkaufen.

Drei Jahre, nachdem die Gruppe der Strollers gegründet wurde, entwickelte sich eine zweite Gruppe, die sich die Black Box nannte. Die neue Gang stellten ihre *Accessoires* in einer großen schwarzen Kiste zur Schau, daher der Name.

Die Autorin ist Journalistin. Der Artikel erschien am 16. Oktober 2005 bei MindaNews.

Einer der Pioniere der Black Box ist Umyong, ein Student der Erziehungswissenschaften an der Universität von Mindanao. Die meisten der Black-Box-Mitglieder waren ursprünglich aus Straßensängern aus Sandawa. Nachdem sie die Wirkung des Warenangebots auf die Kundschaft bemerkt hatten, kamen sie und beschäftigten sich mit diesem Schmuckhandwerk.

Andere, die sich auf anderen Verkaufsfeldern betätigt hatten, entschieden sich für einen Wechsel zur *Borlolo*-Industrie wegen der zu erwartenden größeren Absätze. »Obwohl einige der Mitglieder nicht erfolgreich waren, haben die meisten doch genug eingenommen, um ihre eigene Schulbildung zu finanzieren«, sagte Umyong und fügte hinzu, dass »einige ihre Verkaufsberechtigungs-scheine sogar einsetzen, um billiger mit Jeeps und Bussen zu fahren. So können sie auch zu einer Reihe von Dörfern und Städten im Umkreis von Davao City reisen, um ihre Kreationen zu verkaufen.«

Inzwischen teilen sich mehr als 50 Verkäufer die zugewiesenen Verkaufsabschnitte in den Straßen von Davao, einschließlich San Pedro, Holy Cross, University of Mindanao und Uyanguren. Doch Umyong kontrolliert illustre.

Seine Gruppe begann mit der Herstellung von Edelstahlringen und wandte sich bald auch Halsbändern und anderen Accessoires zu. Die seien im Begriff, die koreanischen und chinesischen Accessoires zu verdrängen, indem sie Innovationen einführen, die originell und haltbarer aussähen.

Wegen ihres einzigartigen Auslage konnten die Leute von der Black Box schnell verkaufen. Sie sind in der Lage, alles herzustellen, was die Strollers herstellen; nach Umyongs Einschätzung ist das ein Vorzug.

Picturanay

Die Strollers waren sich dessen bewusst und suchten nach Wegen, mit dem Rivalen Schritt zu halten. Und so betrieben beide Gruppen bei Materialien und Designs eine Weile lang Produktpiraterie. Das nannten sie dann *Picturanay*.

Heute tritt *Picturanay* immer noch auf, aber hat keine große Be-



Quelle: www.kriyayoga.com

Nicht so modisch wie Borlolo: Verkaufsstand für Touristen in Boracay

deutung mehr. Das liegt auch daran, dass beide Herstellergruppen mehr und mehr verschmelzen. Nach einer kurzen Rivalität werden sie allmählich zu Freunden und bezeichnen sich als »ka-tropa«. Die meisten Verkäufer wendeten ohnehin schon die Techniken der Strollers und der Black Box gleichzeitig an.

Umyong bescheinigte beiden Gruppen heutzutage gegenseitigen Respekt. »So wie die Black Box die Strollers dafür respektieren, dass sie dem neuen Gewerbe zum Durchbruch verhelfen, respektieren die Strollers die Black Box wegen ihres einzigartigen Ansatzes des »pitching«, also des Verkaufsgesprächs«, sagte er. Die Verkäufer warten nicht mehr, dass die Kunden an sie herantreten. Wenn die Chancen gut stehen, sprechen sie selber die Passanten an und präsentieren ihre *Borlolo*s. Zusätzlich sind sie ihre eigenen Modelle, indem sie den Schmuck selber auch tragen.

Verschiedene Designs anzubieten, ist nach wie vor unerlässlich. Umyong stellte fest: »Weil so viele verschiedene Leute unsere Ware kaufen, sind wir verpflichtet, die Massenproduktion neuer *Borlolo*-Modelle voranzutreiben.«

Derzeit suchen sie nach neuen Designkonzepten im Internet und in anderen Quellen wie Modemagazinen. Üblicherweise würden sie immer noch verraten, wer sie inspiriert hätte, wenn jemand fragt, woher sie die Ideen für ihr Produktdesign hätten.

Viele *Borlolo*s würden bereits im Franchising in der Einkaufspassage verkauft, auch beim bekannten Andenkenladen Bomo.

Obwohl Umyong diese Expansionspläne gerne weiter verfolgen würde, ist er doch wegen der nötigen finanziellen Ressourcen besorgt. Er sagte, dass er sich neuen Vertriebskanälen und konkurrenzlosen Designs wohl erst zuwenden könne, wenn seine Ersparnisse etwas Investitionskapital hergäben.

Bislang haben sich die *Borlolo*-Macher von Davao aber auch einigen anderen Unternehmungen jenseits der Edelstahlverarbeitung zugewendet. Sie versuchen sich bei Piercings und Spezialanfertigungen. Für die kommende Feriensaison versuchen sie einen unvergleichlichen Modeakzent zu setzen. Es lohnt sich, ihren bescheidenen Beitrag zur faszinierenden Tradition der *Borlolo*s aus Davao im Blick zu behalten.

Der Artikel wurde von Reinhold Schlimm aus dem Englischen übersetzt.