

Der schlafende Riese

Das touristische Potenzial Indonesiens wird noch nicht genutzt

Bettina David | Bislang ist vor allem Bali als indonesisches Touristenzentrum bekannt – dabei bietet das Inselreich so viel mehr. Große Investitionen werden in die Infrastruktur getätigt, um die Zahl der Besucher zu steigern, die, so hofft man, qualitativ hochwertigen Urlaub verbringen wollen. Doch insgesamt kann der Wirtschaftsfaktor Tourismus noch deutlich zulegen.

Über 17 500 tropische Inseln mit endlosen Sandstränden, eine Vielzahl von ganz unterschiedlichen Ethnien mit faszinierenden kulturellen und religiösen Traditionen, aufstrebende asiatische Millionenstädte neben noch archaisch lebenden Volkstämmen, unberührte Dschungel, kunstvolle Reisterrassen, teils noch aktive Vulkane, Gewässer mit einer der höchsten maritimen Biodiversität der Welt – kaum ein Land Südostasiens verfügt über eine derartige Vielfalt wie Indonesien. Eigentlich traumhafte Voraussetzungen für eine boomende Tourismusindustrie. In der Tat verzeichnete Indonesien in den vergangenen Jahren einen Anstieg der Besucherzahlen. Kamen 2006 noch 4,8 Millionen ausländische Touristen, waren es 2011 bereits 7,65 Millionen Besucher, ein Zuwachs von 9,24 Prozent gegenüber dem Vorjahr.¹ Für 2012 werden an die acht Millionen ausländische Reisende erwartet. 2011 trug die Fremdenverkehrsindustrie rund 9 Prozent zum Bruttoinlandsprodukt bei. Der Sektor stellt mit über acht Millionen Beschäftigten 7,7 Prozent aller Arbeitsplätze.²

Doch der Verweis auf steigende Wachstums- und Besucherzahlen kann nicht darüber hinwegtäuschen, dass das mit über 240 Millionen Einwohnern viertgrößte Land der Welt und Südostasiens größte Volkswirtschaft im Vergleich mit seinen Nachbarn touristisch gesehen noch einen deutlichen Nachholbedarf hat. So konnte Thailand 2011 über 19 Millionen Besucher verzeichnen – ein dickes Plus von 20,7 Prozent zum Vorjahr. Malaysia, Indonesiens direkter Nachbar, empfing im letzten Jahr 24,7 Millionen ausländische Gäste.

Selbst Indonesiens Tourismusmagnet Bali, seit den 1930er Jahren als mythisch-verklärte „Insel der Götter“ weltberühmt für seine einzigartige, im Hin-

¹ www.budpar.go.id/userfiles/file/perkembanganwisman2007-2011.pdf

² www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/indonesia2012.pdf

duismus wurzelnde Kultur, zieht mit 2,7 Millionen Besuchern (2011) deutlich weniger Touristen an als das thailändische Phuket, das sechs Millionen Gäste verzeichnen kann.

Woran liegt es also, dass das Inselreich auch als Ferienziel noch an den sprichwörtlichen „schlafenden Riesen“ erinnert? Einige Gründe liegen auf der Hand und sind schnell genannt: In den internationalen Medien ist Indonesien vor allem vertreten als Land von verheerenden Naturkatastrophen und islamistischen Terroranschlägen. Nachrichtenberichte über Gewalt gegen religiöse Minderheiten, Scharia in Aceh, interreligiöse und interethnische Konflikte sind dem so wichtigen Image von einem sicheren Urlaubsland nicht gerade zuträglich.

Die Besucherzahlen von Bali zeigen aber, dass die Ursachen für Indonesiens Schwierigkeiten im Tourismussektor tiefer liegen. Denn trotz des Terroranschlags von 2002, der Balis Touristenzentrum Kuta traf, konnte die Insel bereits 2004 mit 1,45 Millionen Besuchern wieder an Wachstumswerten aus den Jahren vor dem Anschlag anknüpfen. Dieses Jahr wird mit drei Millionen internationalen Gästen gerechnet, für 2015 geht Balis Gouverneur I Made Mangku Pastika gar von bis zu fünf Millionen Besuchern aus. Und hier beginnen die Probleme. Denn Balis unzureichende Infrastruktur ist bereits mit den jetzigen Besucherzahlen überfordert. Besonders im touristisch erschlossenen Süden der Insel sind die negativen Auswirkungen des Massentourismus schon seit einigen Jahren nicht mehr zu übersehen: zum Teil endlos lange Schlangen am überlasteten Einreiseschalter des Flughafens, zuvor in Bali unbekannte Verkehrsstaus sogar im dörflichen Künstlerort Ubud, Stromausfälle, Wasserknappheit, vermüllte Strände und Flüsse, Berge von Abfall an Straßenrändern. Das stellt man sich nicht unter einer paradisiatischen Trauminsel vor.

Obwohl lokale Infrastruktur, Abfallentsorgung, Strom- und Wasserversorgung längst an ihre Grenzen gestoßen sind, wird in großem Stil weiter investiert. In den nächsten zwei Jahren sind Eröffnungen von Resorts der High-End-Hotelketten Banyan Tree, InterContinental Hotel Group, Ritz Carlton und Kempinski geplant. Aber auch jenseits von Bali wird verstärkt investiert: So hat die französische Accor-Gruppe angekündigt, zusätzlich zu ihren 13 bereits im Bau befindlichen Hotels in Indonesien 21 weitere Häuser zu eröffnen.

Damit soll auch ein Gegengewicht zum billigen Massentourismus geschaffen werden. Denn obwohl die Besucherzahlen steigen, zeigte sich in den vergangenen Jahren ein bedenklicher Trend: Verbrachten die Besucher im Jahr 2007 noch durchschnittlich 9,2 Tage in Indonesien, so waren es 2011 nur noch 7,84 Tage. Auch die Ausgaben pro Tag liegen deutlich unter denen anderer Länder in der Region: im Schnitt bei 142 Dollar pro Tag.³ Wie die Ministerin für Tourismus und Kreativwirtschaft, Mari Elka Pangestu, in einem Interview mit dem indonesischen Nachrichtenmagazin *Tempo* betonte, sollen daher verstärkt „Qualitätstouristen“ angezogen werden – denn diese verbringen tendenziell

Verheerende Naturkatastrophen und islamistische Terroranschläge bestimmen das Bild in den Medien

Verheerende Naturkatastrophen und islamistische Terroranschläge bestimmen das Bild in den Medien

Verheerende Naturkatastrophen und islamistische Terroranschläge bestimmen das Bild in den Medien

³ www.budpar.go.id/userfiles/file/perkembanganwisman2007-2011.pdf

Tourismus: Anteil am Bruttoinlandsprodukt & Gesamtumsatz

IP | 11/12 | 12

[Anteil am BIP in %]



Bild nur in Printausgabe verfügbar

mehr Tage in Indonesien, geben mehr aus und interessieren sich für die lokale Kultur und Natur. Auch der Ökotourismus soll verstärkt gefördert werden.

Ministerin mit Masterplan

Für 2014 will Pangestu eine Besucherzahl von 9,5 Millionen erreichen. Die Ministerin hat sich viel vorgenommen, und es ist durchaus davon auszugehen, dass Indonesiens Tourismusindustrie unter ihrer Amtsführung endlich den lange erwarteten Sprung nach vorne schafft. Mari Elka Pangestu gilt als eine der fähigsten Politikerinnen Indonesiens. Als Handelsministerin war es ihr bereits gelungen, Indonesien gekonnt durch die globale Wirtschaftskrise der vergangenen Jahre zu führen. Seit Ende 2011 steht Pangestu nun dem neu gebildeten Ministerium für Tourismus und Kreativwirtschaft vor, das das Ministerium für Tourismus und Kultur ablöst. Mit der Zusammenführung von Tourismus und Kreativwirtschaft soll den engen Beziehungen zwischen den beiden Sektoren Rechnung getragen und vor allem das Potenzial der gegenseitigen Förderung verstärkt genutzt werden.

Im Rahmen des im Mai 2011 vorgelegten „Master Plan for the Acceleration and Expansion of Indonesia’s Economic Development 2011–2025“ (MP3EI) sind die Provinzen Bali sowie West- und Ost-Nusa Tenggara als „Fünfter Wirtschaftskorridor“ explizit für den gezielten Ausbau der Tourismusindustrie vorgesehen.⁴ Der „Master Plan of National Tourism Development“ sieht bis 2025 die Entwicklung von 50 nationalen Tourismuszielen vor und benennt als seine vier Hauptsäulen die Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus, Verbesserung der Strategien des Tourismusmarketing, Verbesserung der Wettbewerbs-

⁴ www.ekon.go.id/media/filemanager/2011/05/27/p/d/pdf_mp3ei.pdf

fähigkeit des touristischen Sektors sowie die Etablierung einer nachhaltigen, tourismusbezogenen Infrastruktur.⁵

Alle genannten Punkte weisen einen großen und längst überfälligen Nachholbedarf auf. Indonesiens frühere Tourismuswerbung konnte im Vergleich mit dem gelungenen Branding der Nachbarländer – man denke an das geradezu geniale „Malaysia – Truly Asia“ – nicht mithalten. Schlimmer noch, sie hinterließ oft einen ausgesprochen unprofessionellen Eindruck. Webseiten und Broschüren zeichneten sich durch fehlerhaftes Englisch und oft nur halb fertige „Übersetzungen“ in andere Sprachen aus, bei denen allem Anschein nach das Budget nicht in die Arbeit von kompetenten muttersprachlichen Übersetzern investiert, sondern lieber anderweitig verwendet worden war.

Ob die noch unter dem vorherigen Tourismusminister Jero Wacik Anfang 2011 gestartete neue „Wonderful Indonesia“-Werbekampagne sich einreihen wird in die international erfolgreichen Programme von Malaysia, Thailand oder auch Indien mit seinem einprägsamen Slogan „Incredible India“, bleibt abzuwarten. Auffällig ist, dass im Promotion-Video mit Bildern von Indonesien geworben wird, in denen der Islam vollkommen ausgeblendet bleibt – und das, obwohl Indonesien das größte muslimische Land der Erde ist. Wurde hier eine Chance verpasst, sich mutig von vermeintlichen Asien-Klischees zu verabschieden und in der Selbstrepräsentation kreativ etwas Neues zu wagen? Denn auf weitverbreitete westliche Phantasien und Träume von einem buddhistischen Asien kann Indonesien – im Gegensatz zu den Ländern Festlandsüdostasiens – in seinen Werbekampagnen nicht bauen. Mehr Selbstvertrauen gerade auch in die asiatisch-islamisch geprägte kulturelle Vielfalt Indonesiens könnte aber in der Außendarstellung langfristig viel zur Etablierung einer ganz eigenen, unverwechselbar „indonesischen“ Identität in der internationalen Tourismuslandschaft beitragen.

Mehr Selbstvertrauen in die islamisch geprägte Kultur könnte eine unverwechselbare Identität schaffen

Inzwischen ist auch unter der indonesischen Bevölkerung das Bewusstsein für das eigene kulturelle Erbe und dessen Potenzial für eine professionellere Vermarktung ihres Landes gestiegen. Mehrfach kam es in den letzten Jahren zu großer Empörung, weil Malaysia sich unter Berufung auf die gemeinsame kulturhistorische Vergangenheit immer wieder indonesischer Kulturgüter bedient hatte, um damit für Malaysia zu werben, so mit dem balinesischen Pendet-Tanz.

Erschließung neuer Tourismusziele

Im Bereich der unzulänglichen Infrastruktur sind neue Entwicklungen dringend erforderlich, da unter den bestehenden Bedingungen die lokalen Kapazitäten den steigenden Touristenzahlen längst nicht mehr gewachsen sind. Als Inselreich ist Indonesien auf Flug- und Seeverbindungen angewiesen. Die Etablierung von Billigfluggesellschaften hat seit dem Millenium erheblich dazu beigetragen, dem innerindonesischen Verkehr zwischen den Inseln einen gewaltigen Zuwachs zu beschern und auch schwer erreichbare Gebiete stärker

⁵ www.depdagri.go.id/media/documents/2012/02/08/p/p/pp_no.50-2011.pdf

in das nationale Verkehrsnetz einzubinden. Damit erleben diese bisher vergleichsweise isolierten Regionen einen deutlichen wirtschaftlichen Aufschwung, der auch eng mit der touristischen Erschließung verbunden ist.

War der Tourismus bisher vor allem auf die Zentren Bali, Yogyakarta und Jakarta begrenzt, ist nun dank günstiger neuer Direktverbindungen mit einem deutlichen Besucherzuwachs für Gebiete zu rechnen, die vor allem Kulturinteressierte und Tauchliebhaber anziehen: das Land der Batak um den Toba-See in Nordsumatra, Westsumatra mit seiner islamisch-matrilinaren Kultur, die

Derzeit ist die gezielte Förderung von 16 sogenannten „priority destinations“ geplant

Dörfer der Toraja auf Sulawesi, die Unterwasserwelt von Bunaken in Nord-Sulawesi. Derzeit ist die gezielte Förderung von 16 sogenannten „priority destinations“ geplant.⁶ Noch in den Anfängen hingegen steckt die touristische Erschließung ganz neuer Gebiete in Ostindonesien, so der Raja-Ampat-Inselgruppe in West-Papua, die eine Südsee-

Traumlandschaft wie aus dem Bilderbuch bietet. Die langen und zum Teil sehr mühsamen Anreisewege werden jedoch dafür sorgen, dass viele dieser neuen Ziele vorerst weiterhin „Geheimtipps“ bleiben für Reisende, die viel Zeit mitbringen und vor Ort auf den Luxus von Fünf-Sterne-Hotels verzichten können.

Als problematisch erweist sich bei der Erschließung neuer Regionen die drohende Zerstörung des sensiblen Ökosystems. Indonesiens Restbestand an tropischen Regenwäldern und die vor allem im Osten gelegenen Korallenriffe gehören zu den gefährdetsten Naturräumen der Welt. Im Meeresnationalpark Bunaken können Taucher inzwischen nicht nur eine reiche Artenvielfalt von Fischen und Korallenriffen bewundern, sondern müssen auch deren Erosion durch Plastikabfall und anderen im Meer entsorgten Müll zur Kenntnis nehmen. Aber nicht nur diese Umweltprobleme lassen Schlimmes ahnen, auch die häufige Missachtung der traditionellen Landrechte der lokalen Bevölkerung wirft dunkle Schatten auf viele neue Entwicklungsprojekte in entlegenen Regionen.

Inzwischen werden der balinesische Flughafen Ngurah Rai und Jakartas Soekarno-Hatta-Flughafen erweitert, um für die steigenden Passagierzahlen gerüstet zu sein. Zudem ist der Bau eines zweiten Flughafens in Balis bisher touristisch kaum erschlossenem Norden geplant. Auf Balis Nachbarinsel Lombok hat 2011 ein neuer internationaler Flughafen den Betrieb aufgenommen. Internationale Direktflüge von Billigfluglinien – wie die seit Herbst 2012 dreimal wöchentlich zwischen Lombok und Kuala Lumpur verkehrende Air Asia – sollen helfen, Balis „kleine Schwester“ und von ihr ausgehend auch die östlichen Nachbarinseln als neue Urlaubsziele zu fördern.

Das indonesische Archipel liegt zwischen dem südlichen Festlandasien und Australien – eigentlich sollte das ein perfektes Ziel für Kreuzfahrten sein. Doch auch dieses vielversprechende Potenzial wurde bisher kaum genutzt. Ein Großteil der indonesischen Häfen entspricht noch nicht internationalen Standards, größere Kreuzfahrtschiffe können nicht anlegen. Die dringend erforderliche Modernisierung der wichtigsten Häfen wird inzwischen in Angriff genommen.

⁶ www.eturbonews.com/30306/Indonesia-develops-16-priority-destinations

Auch auf anderen Gebieten gibt es viel zu tun: Der Qualitätsstandard im Hotel- und Gastgewerbe entspricht außerhalb der Geschäfts- und Tourismuszentren Jakarta, Yogyakarta und Bali meist noch nicht internationalen Anforderungen. Für die Etablierung wettbewerbsfähiger neuer Tourismusziele ist es jedoch unabdingbar, auf professionell geschultes Personal zurückgreifen zu können. Das erweist sich aber gerade in den ländlichen, noch stark von traditionellen Weltansichten geprägten Regionen Ostindonesiens als eine nicht zu unterschätzende Herausforderung. Die Provinzen West- und Ost-Nusa Tenggara, Papua und die Molukken bilden in den nationalen Statistiken regelmäßig das Schlusslicht und gelten als das „Armenhaus“ Indonesiens. Infrastruktur, Bildungsstand und Einkommen liegen weit unter dem nationalen Durchschnitt. Auch die nötige Zusammenarbeit und Koordination mit den Lokalregierungen gestalten sich oft schwierig. Andererseits erlaubt diese bisher erst in Ansätzen erreichte touristisch-marktwirtschaftliche Durchdringung der Region dem Reisenden persönliche Begegnungen mit Menschen und fremden Welten, die man so im vergleichsweise touristisch „durchprofessionalisierten“ Thailand oder Malaysia kaum noch erleben kann.

Die Aussichten sind gut: Vor allem aus dem asiatischen Raum steigen die Besucherzahlen

Ein weiteres Tourismussegment mit großem Wachstumspotenzial ist die Tagungsindustrie (MICE), deren Ausbau verstärkt gefördert werden soll. Bislang können größere internationale Konferenzen nur in Jakarta oder auf Bali stattfinden. Die Errichtung neuer Konferenzzentren mit internationalem Standard in anderen Großstädten soll auch dazu dienen, gezielt für den Tourismus in diesen Regionen zu werben. Allerdings geht Ministerin Pangestu davon aus, dass Indonesien erst in fünf Jahren wirklich wettbewerbsfähig sein wird.⁷

Angesichts des großen Potenzials steckt Indonesiens Fremdenverkehrsindustrie noch in den Kinderschuhen, viele lang aufgeschobene Aufgaben werden gerade erst angegangen. Doch die Aussichten sind gut. Für die nächsten Jahre ist mit einem weiteren Wachstum zu rechnen, denn vor allem aus dem asiatischen Raum steigen die Besucherzahlen: 20 Prozent mehr Chinesen und Australier kamen 2011 im Vergleich zum Vorjahr, 15 Prozent mehr Inder und Russen.⁸ Deshalb wird sich Indonesien auch auf dem Tourismussektor auf diese neuen Wachstumsregionen konzentrieren.

2013 bieten sich große Chancen für den indonesischen Tourismus: Das Inselreich wird sich im Frühjahr als Partnerland auf der ITB in Berlin vorstellen, im September die Miss-World-Wahlen auf Bali ausrichten und im November Gastgeber für den APEC-Gipfel auf Bali sein.



BETTINA DAVID arbeitet als freie Journalistin und ist Autorin mehrerer Bücher zu Indonesien. Das jüngste: „Kulturschock Indonesien“ (2010).

⁷ www.thejakartapost.com/news/2012/07/23/discourse-mice-tourism-ri-competitive-needs-least-five-years.html

⁸ http://asiapacific.unwto.org/sites/all/files/pdf/indonesia_tourism_performance.pdf