

# Indonesien abseits von verzauberter Exotik?

## Islamische Anziehungspunkte

**Warum konzentriert sich die Kultur- und Tourismuspolitik Indonesiens scheinbar auf die ethnischen und religiösen Minderheiten, um Touristen ins Land zu locken?**

Claudia Seise

Jedes Mal wenn ich zu Besuch bei der Indonesischen Botschaft bin, betrachte ich die farbenfrohen Poster, die Menschen in exotischen Trachten und Kostümen abbilden. Wild ausschauende Krieger aus West Papua, wunderschön geschmückte Tänzerinnen aus Bali oder Abbildungen aus Tana Toraja in Sulawesi. Zum Tag der offenen Tür werden vor allem traditionelle Tänze aus Bali aufgeführt, traditionelle Trachten, Batik und *Kebaya*-Blusen getragen und die kulturelle Vielfalt, sowie der ethnische Reichtum Indonesiens auf verschiedenen Gamelans und anderen Schlaginstrumenten zelebriert. Auffällig ist jedoch, dass sowohl die Poster, als auch die Aktivitäten während des Tages der offenen Tür einen Bestandteil der indonesischen multikulturellen und multiethnischen Vielfalt fast vollkommen verschweigen: Nämlich, dass Indonesien das Land mit der größten muslimischen Einwohnerzahl auf der Welt ist.

An dieser Stelle soll nun nicht darauf eingegangen werden, warum für Indonesieninteressierte und Touristen ein exotisiertes Klischeebild Indonesiens aufgebaut bzw. erhalten wird. Es gibt verschiedene Bücher, die das Thema der Stereotypisierung von verschiedenen Kulturen und kulturellen Praktiken im Indonesischen Archipel sowohl historisch, als auch in zeitgenössischer Perspektive, sowohl aus kolonialer, als auch aus nationalstaatlicher Sicht behandeln:

»Hundert Jahre Paradies: Die Schaffung einer indonesischen Ethnie auf Bali« von Mario Koch, »West Papua in Reiseberichten: Alterität und Forschungsreisen in den 1950er und 1960er Jahren« von Sindy Herrmann, »Reisereflexionen – Selbstbilder: Eine rassistuskritische Studie über Ethnotourismus in Tana Toraja Indonesien« von Mechthild von Vacano oder der (fast) Klassiker »Bali: A Paradise Created« von

Adrian Vickers. Diese Abhandlungen bieten uns zumindest einen Ansatz, warum die Kultur- und Tourismuspolitik Indonesiens sich scheinbar auf die ethnischen und religiösen Minderheiten konzentriert: Um Touristen, die »das Andere«, das Exotische und »Paradiesische« kennen lernen möchten, nach Indonesien zu locken.

### Islamische Ziele jenseits des exotischen Klischees

Es stellt sich jedoch die Frage, ob der Teil Indonesiens, der scheinbar nicht so farbenfroh, exotisch und »paradiesisch« ist, für die Touristen aus dem Westen wirklich nichts zu bieten hat, oder ob der islamisch geprägte Teil Indonesiens mitunter sogar eine andere Zielgruppe von Touristen nach Indonesien, vor allem nach Sumatra und Java, aber auch auf anderen Inseln, bringen könnte. Abgesehen von Abenteuerurlaub, Öko-Tourismus, wie wir ihn unter anderem in Kalimantan erleben können und Post-Katastrophentourismus zum Beispiel in Aceh, existieren auch kulturelle Anziehungspunkte in der islamischen Kultur Indonesiens, die beworben werden könnten.

Die südsumatrische Provinzhauptstadt Palembang hat zum Beispiel ein Anziehungsobjekt geschaffen, das das Potential hat, sowohl muslimische als auch nicht-muslimische Touristen in diese eher tourismusfremde Gegend zu ziehen. Der angeblich größte Koran der Welt, der Al-Qur'an Al-Akbar, wurde vor wenigen Jahren fertig gestellt. Geschnitten in Tropenholz, ist der komplette Qur'an mit seinen 30 Abschnitten, auf 315 Holzplatten beidseitig beschrieben, in der großen Moschee im Zentrum Palembangs zu besichtigen. Doch leider wird sowohl von lokal-politischer, als auch von national-politischer Seite nicht viel für die Werbung des Al-Qur'an Akbar geleistet. Obwohl immer wieder Versuche gemacht werden, die Stadt Palembang und die umliegende Provinz für Touristen attraktiv zu machen, wie zum Beispiel durch das »Visit Musi«-Programm im Jahr 2008, so wird auch in

Tourismusprospekten der Provinzregierung vor allem auf Attraktionen hingewiesen, die auf prä-islamischer Geschichte basieren, wie etwa alte Tempelanlagen. Die lange Tradition von Moscheen aus Holz in traditioneller Bauweise, die direkt am Fluss Musi gebaut wurden und werden, findet kaum Aufmerksamkeit. Das arabische Viertel (*Kampung Arab*) in Palembang ist sogar über die nationalen Grenzen bis in die arabische Welt aufgrund von Einwanderern, vor allem aus dem heutigen Jemen, bekannt.

Doch es geht in der Tourismusfrage nicht nur um das Tourismusimage Indonesiens und das mögliche Bewerben von anderen Tourismusobjekten, sondern ganz klar um die Befriedigung von einer bereits vorhandenen Nachfrage muslimischer Touristen. In der Kulturhauptstadt Yogyakarta hat man zum Beispiel erkannt, dass muslimische Touristen aus Malaysia nicht automatisch an den bekannten Tempeln Borobudur und Prambanan interessiert sind. Das Resultat sind abgeänderte Touren, die anstelle von einem Prambanan-Besuch eine Fahrt nach Surakarta anbieten. Obwohl es nur ein kleines Beispiel ist, so zeigt es doch den Trend, dass Muslime nicht nur reisen, sondern auch nicht unbedingt die gleichen Wünsche und Interessen haben wie Touristen aus dem »westlichen Ausland. Auch Muslime aus Europa, Nordamerika oder dem Mittleren Osten stellen potentielle Touristen dar. Mit der Zunahme einer gebildeten muslimischen Mittelschicht und zum Islam konvertierten Europäern oder Nordamerikanern, öffnet sich eine weitere Zielgruppe für islamorientierten Tourismus, die im letzten Jahrtausend noch nicht so offensichtlich wurde.

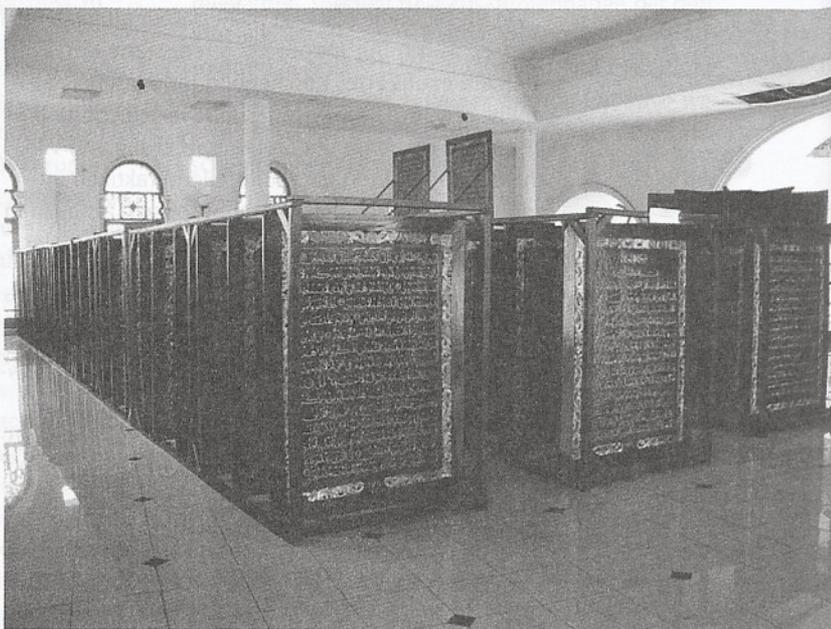
#### Ein Potential mit dem man wuchern kann

Lokales Potential für islamische Tourismusobjekte ist bereits vorhanden, wie unter anderem an dem Beispiel der relativ neuen Moschee Dian Al-Mahri mit dem goldenen Dom (*Mesjid Kubah Emas*) in Depok, Bogor zu sehen ist. Sie ist mittlerweile nicht nur Ort des Gottesdienstes (*ibadah*), sondern auch Ziel eines *ibadah*-geprägten Tourismus Indonesischer Muslime, die für eine kurze Zeit Erholung suchen. Historische Moscheebauwerke üben ebenso eine Anziehungskraft auf Indonesische Muslime aus und werden zu Tourismusobjekten. Ein Beispiel ist die Moschee Mesjid Menara Kudus, erbaut von Sunan Kudus, einer der neun *wali*, die angeblich den Islam in Java verbreiteten. Auf dem Gelände der Moscheeanlage befindet sich ein Turm,

der an die Form eines Tempels erinnert. Auch die in traditioneller chinesischer Architektur gebauten chinesischen Moscheen »Cheng Ho« in Ostjava stehen, wie viele andere Attraktionen, auf der Liste islamischer Sehenswürdigkeiten in Indonesien.

Der fast vollständige Ausschluss der islamischen Kultur in der internationalen indonesischen Tourismuspolitik, wie sie in Indonesischen Botschaften und vor Ort ersichtlich wird, ist nicht nur kulturell gesehen tragisch, da ein großer Teil der indonesischen Vielfalt für den unerfahrenen Touristen verschlossen bleibt. Es stellt auch einen wirtschaftlichen Nachteil für viele Regionen und Menschen in Indonesien dar. Mit einer gezielten Werbekampagne, die auf das islamische Erbe in Form von Moscheebauten oder Kunsthandwerk aufmerksam macht, könnten neue Gebiete und neue Zielgruppen für die Tourismusindustrie erschlossen und ausgebaut werden. Eine solche Tourismuspolitik könnte möglicherweise auch den Dialog und das Verständnis mit dem Islam fördern und Menschen die weitgehend friedliche Form des Islams, wie er in Indonesien praktiziert wird, näher bringen.

Es geht also nicht darum die indonesische Tourismuspolitik von heute über Bord zu werfen, sondern im Sinne der indonesischen Nationalideologie »Bhinneka Tunggal Ika«, Einheit in Vielfalt, zu ergänzen und die Vielfalt des indonesischen Staates unabhängig von Religion und Ethnie vorzustellen und Interessierten zugänglich zu machen. Islamische Touristenziele in Indonesien und Tourismus für Muslime aus dem Ausland können auch in der indonesischen Tourismuspolitik zu einer besseren Umsetzung der Nationalideologie führen und sich positiv auf die lokale Wirtschaft auswirken.



Der hölzerne Riesen-Koran ist eben kein Borobudur.

Foto: C. Seise