



Schwerpunkt USA/Kanada

Illusion und Realität liegen in den Reservaten – hier ein Stand der Navajo – eng nebeneinander.

FOTO: MAURITIUS

Begegnungen mit Indianern – für viele Deutsche ein Traum. Doch nur wenige machen ihn wahr. Denn noch hapert es in Produktion, Marketing und Vertrieb.

Kultur statt Klischee

Holger M. Jacobs

Native Tourism – wer dabei nur an folkloristische Tanzdarbietungen fehergeschmückter Häuptlinge denkt, erfasst nicht mal ansatzweise die touristischen Aktivitäten der Indianer in Amerika. Spielkasinos, Kunsthandwerksmärkte und Museen, Resorts und Spas, Fotosafaris und Outdoor-Abenteuer, prähistorische Pueblos und moderne Tipi-Camps: Das Spektrum reicht weit über die wohl bekannten Pow Wows – farbenfrohe Indianertreffen mit Gesang und Tanz – hinaus (siehe Kasten S. 64).

Doch die wenigsten Urlauber, bedauern Veranstalter, bekommen davon etwas mit: „Die Vorstellungen der Gäste“, stellt Erich Lorenz (Lawrence Touristik) fest, „weichen wohl auf Grund der Western-Filme weit von dem ab, was das wirkliche Leben der Indianer ausmacht.“ Als Veranstalter müsse man daher leider auch „Touristen-Folklore“ anbieten.

Spezialisten wie Corinna Veit sehen das noch differenzierter. „Da werden Illusionen zerstört“, sagt sie über die Eindrücke ihrer Gäste, die in den Reservaten „etwas anderes als in den Indianerbüchern vorfinden“. Sie leiste mit ihren Begegnungs-Reisen (so der Name des Veranstalters) „echte Kulturarbeit“. Und so habe trotz Desillusionierung noch kein Gast die Teilnahme an einer Reise bereut.

Die meisten seiner Gäste hätten schon konkretere Vorstellungen abseits des Hollywood-Klischees, berichtet Bertram Postner, Chef des American Indian Travel Center. Es gebe ein großes Interesse, ein Reservat kennen zu lernen, wenn auch meist nur als Baustein einer längeren Reise: „Viele wollen keine reine Indianerreise, sondern einen ein- oder mehrtägigen Ausflug in ihren Urlaub integrieren.“

Die Natives können mehr bieten als Klischees: Wer etwa mit den Moose Cree in die Wildnis aufbricht, erlebt nicht nur Abenteuer, sondern lernt zugleich lebensnah viel über indianische Bräuche, Lebensweisen und Probleme (siehe S. 66). Dabei muss es nicht immer Lagerfeuerromantik sein: Luxushotels wie das Tamaya Resort in Albuquerque oder das Wild Horse Pass Resort bei Phoenix lassen mit Wellness Center, Golfplätzen sowie indianisch inspirierter Architektur und Küche keine Wünsche offen.

Die Nobelresorts auf indianischem Grund werden von Ketten wie Hyatt und Sheraton betrieben. Das garantiert den Stämmen ein professionelles Management und hilft mit dem Vorurteil aufzuräumen, sie fänden sich in der Marktwirtschaft noch nicht zurecht. Das gilt leider nicht überall: „Dieser Tourismuszweig legt sich nur allzu häufig noch selbst zu viele Steine in den Weg“, bemängelt Kanada-Experte Rainer Schoof (SK-Touristik). Abgesehen von etablierten Unternehmen gebe es leider immer noch recht kurzlebige Native-Programme – Produktsicherheit: Fehlanzeige.

Kurzlebige Angebote und Service-Mängel

„In den 80er Jahren wollte plötzlich jeder Native-Touren anbieten“, blickt Postner zurück. In den 90er Jahren seien viele Anbieter wieder verschwunden. „Die meisten, die jetzt noch am Markt sind, bieten gute Produkte.“ Um nicht von Anbietern abzuhängen, die sich „mal so nebenbei“ im Tourismus tummeln, arbeitet Postner gern mit indianischen Dachorganisationen wie etwa der Nonta in Ontario zusammen. Dennoch müsse man viel im Zielgebiet und auf Messen Kontakte pflegen: „Das ist ein langwieriger Prozess.“

Da kann ihm Corinna Veit nur beipflichten. Acht Jahre als Veranstalterin aktiv, kooperiert sie mit langjährigen Partnern – „und doch muss immer ein deutscher Begleiter mitfahren“. Die Kulturen seien zu unterschiedlich. „Es gibt keine Service-Mentalität bei den Indianern. Jeder ist für sich selbst verantwortlich.“ Und manches wird nicht so eng gesehen: „Für Indianer ist es nicht so schlimm, wenn es abends mal kein Essen gibt – für den Urlauber nach einem langen Reisetag schon.“

Prinzipiell sind Stämme wie die Navajo Nation mit ihren 300.000 Mitgliedern verlässliche Partner: Das in Arizona, New Mexico und Utah gelegene größte Reservat der USA hat sein Angebot straff organisiert – 13 Hotels mit 1000 Zimmern, eine moderne Busflotte, ein breites Tourenangebot. Bestseller wie Monument Valley, Canyon de Chelly und Antelope Canyon gehören zum Stammesgebiet. ▶

fw praxis-tipp

Diese Spezialisten bringen Ihre Kunden ins Indianerland

Zwei deutsche Veranstalter haben sich auf Indianerreisen in Nordamerika spezialisiert. Sie bieten eine breite Palette vom Tagesausflug bis zur 16-Tage-Tour – Besuch traditioneller Tänze, Teilnahme an Heilzeremonien, Reit- und Kanutouren mit Indianern, Übernachtung im Tipi-Camp. Und natürlich zahlen sie Reisebüros eine Provision.

■ American Indian Travel Center
www.indianerreisen.com

■ Begegnungs-Reisen – Meeting Native America
www.begegnungs-reisen.de

Vermarktet wird das Ganze über eine Website und natürlich über internationale Veranstalter, die der Stamm mit Broschüren, Foto-CDs und Reiseführern sowie beim Entwurf von Rundreisen unterstützt. Hilfe gibt es auch für die Leistungsträger: „Wir schulen sie in Sachen Produktentwicklung, Business-Planung, Finanzierung und Marketing“, sagt Cindy Sapp von der Navajo Nation Hospitality Enterprise.

Hoffnungsträger für die Reservate

Arizona gehört zu den Bundesstaaten, die Native Tourism als strategisches Geschäftsfeld erkannt haben. So hat das Office of Tourism die neue Position eines Native American Tourism Development Manager geschaffen. „Die staatlichen Tourismusbüros sind sehr wichtig für uns“, weiß Sapp. „Sie organisieren mit uns Fam Trips, Pressereisen und Messeauftritte.“

Dass dem Tourismus ein hoher Stellenwert beigemessen wird, hat seine Gründe: Neben dem Glücksspiel, für das der Oberste Gerichtshof der USA den Indianern das – teilweise alleinige – Recht zugesprochen hat, verspricht das Reisegeschäft den verarmten Reservaten einen Ausweg aus ihrer wirtschaftlichen Misere und sozialen Isolation. Der Navajo Nation ga-

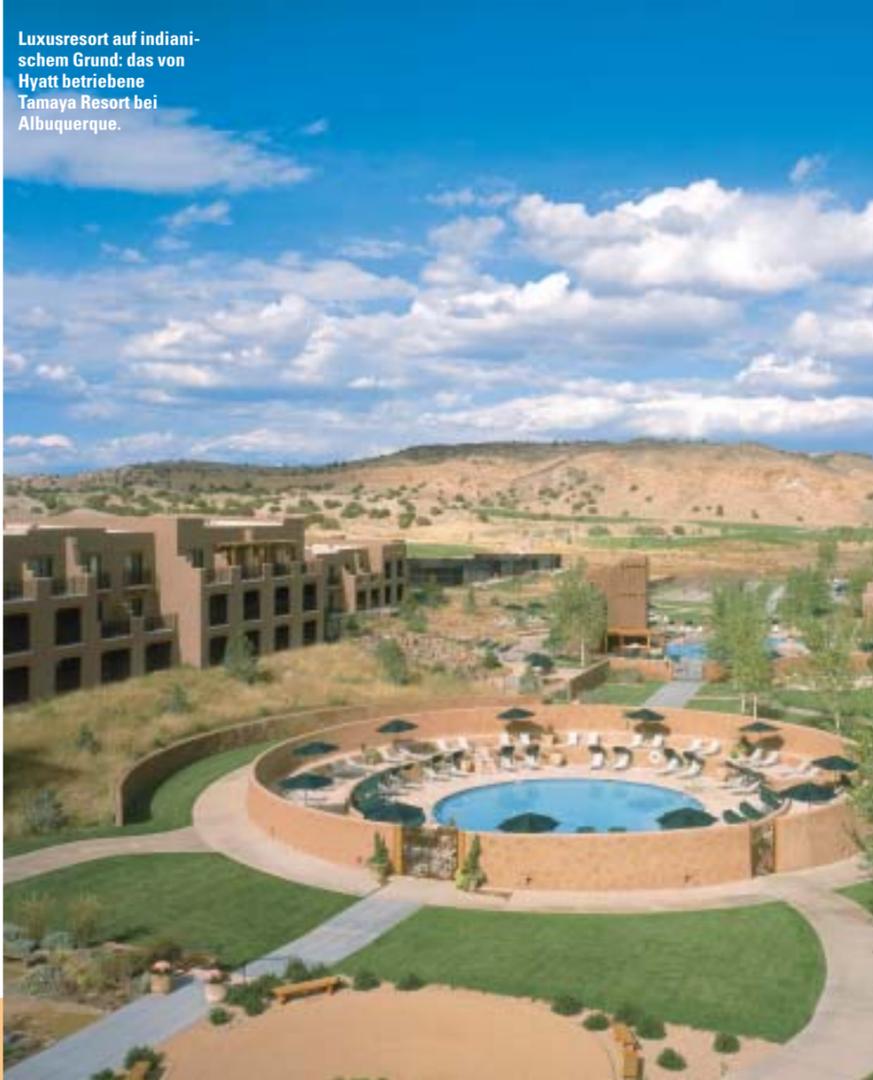
rantiert der Tourismus rund 3500 Arbeitsplätze und jährliche Einnahmen von mehr als 100 Mill. US-Dollar, so eine Studie von 2002.

Andere interessante Details: Urlauber, die das Reservat besuchen, sind mit 51 Jahren im Durchschnitt relativ alt und dabei ausgesprochen gebildet – zwei Drittel (in der US-Gesamtbevölkerung sind es gerade 29 Prozent) haben einen Hochschulabschluss. Auffällig auch, dass vor allem einheimische Gäste die Indianergebiete besuchen. Nachteil für europäische Besucher: Die kaufkräftigen US-Bürger treiben die Preise hoch.

Der Ausländeranteil beträgt rund ein Fünftel, hier zeigen vor allem Briten (28 Prozent) und Deutsche (15 Prozent) Interesse. „Die Deutschen haben einen guten Ruf“, weiß Postner. „Denen unterstellt man ein tiefer gehendes kulturelles Interesse“ – anders als den vielen Busgruppen, die im Stundentakt durch die Reservate geschleudert werden.

„Die meisten ausländischen Gäste sind Deutsche“, sagt Navajo-Vermarkterin Sapp. Aber größere deutsche Veranstalter wie Air-tours, Berge & Meer, Explorer, FTI, Rewe Touristik sowie TUI sind in diesem Sektor nicht aktiv. Als „nur wenig experimentierfreudig“ charakterisiert sich Rolf Bienert (Explorer). Ulrike Richardt (TUI) sieht „zu viele andere Highlights

Luxusresort auf indianischem Grund: das von Hyatt betriebene Tamaya Resort bei Albuquerque.



mit Priorität, bevor sich der deutsche Urlauber mit dem Thema Natives beschäftigt“. Es fehle „ein absoluter Knüller, der das für dieses Produkt erforderliche Aufsehen erregt“.

Dagegen findet man im Thomas-Cook-Konzern durchaus Gefallen am Native Tourism: „Das kann für 2005 ein Thema werden“, sagt Sascha Büsseler (Neckermann). Sein Konzernkollege Andreas Kogler von Thomas Cook Reisen ortet „bei deutschen Urlaubern sicherlich ein großes Interesse an authentischen Begegnungen mit der Kultur der Ureinwohner“.

Spezialisten sehen noch großes Potenzial

Das sehen die Spezialisten prinzipiell genauso. Sie bieten daher fast ausnahmslos Indianerprogramme an, jedoch mit höchst unterschiedlichen Erfahrungen: „Wir versuchen, das mitzuvermarkten, doch Buchungen sind nur in sehr geringem Maß zu realisieren“, bedauert Tilo Krause-Dünow (Canusa). Es mangle noch am Bekanntheitsgrad, bestätigt Dirk Büttner von Argus Reisen, die Native Tourism im Südwesten und in Montana im Programm haben – für Kleingruppen (maximal acht Gäste, von einem Native und einer Deutschen begleitet) sowie als Mietwagentouren für Individualreisende.

Auch Rainer Schoof (SK Touristik) konstatiert nur einen „mäßigen Erfolg auf Grund unterm Strich unzureichender Nachfrage“. Schade, findet Schoof, denn „die Rückbesinnung auf Grundwerte aus der Natur wird wohl von keiner anderen Volksgruppe derart verkörpert“.

Die meisten Urlauber, bestätigt Barbara Glanz (Suntrek Tours), „fühlen sich von den alten Mythen der Natives angezogen und sind neugierig auf deren Lebensweise, Sitten und Gebräuche“. Diesen „Hauch von Exotik“ können Suntrek-Gäste etwa bei einem Tagesritt im Monument Valley oder beim Erlernen von Kunsthandwerk auf Manitoulin Island in der kanadischen Provinz Ontario erleben.

Walter Langenberger (Eest Reisen), der Indianerurlaub in Gruppen von sechs bis zwölf Personen anbietet, sieht die Hindernisse weniger beim Produkt, „da die Programme seit Jahren in den USA auf dem Markt sind“, als in Marketing und Vertrieb: Wegen der geringen Marketing-Unterstützung aus den USA werde der potenzielle Urlauber wenig motiviert. Und die meisten Reisebüros konzentrieren sich laut Langenberger lieber auf die allgemeinen Katalogprodukte der Großen und fielen damit als Vertriebs-schiene aus. So werden Indianerreisen vorerst ein Nischenprodukt bleiben – aller Attraktivität und Vielfalt zum Trotz. **fw**

Vom Kletterabenteuer bis zur Sumpftour

Native Tourism zwischen Pazifik und Atlantik

Die **Makah** in Washington State haben eine zwölf Meilen lange Panoramastraße durchs Reservat eröffnet. Der Cape Flattery Tribal Scenic Byway auf der Olympic-Halbinsel hat auch für Bergwanderer und Radfahrer viel zu bieten. www.experiencewashington.com

Die **Navajo Nation** investiert massiv. Neu sind der Shiprock-Wohnmobilpark und ein Besucherzentrum im Monument Valley. Längs der Dinetah Scenic Route wird die Infrastruktur verbessert. Das aufwendig modernisierte Navajo Nation Inn firmiert nun als Quality Inn. www.discovernavajo.org

Indianerland: Monument Valley.



FOTO: LAIF

Die **Affiliated Tribes** of Northwest Indians geben mit Washington State erstmals einen Reiseführer mit indianischen Angeboten heraus. Auch die Website soll erweitert werden. Die 50 Stämme aus sieben Staaten – allein 29 aus Washington – wollen mit Idaho und Oregon einen Northwest Indian Country Guide publizieren. www.tribaltourism.com

Das **Red Earth Festival** findet Anfang Juni alljährlich in Oklahoma City statt. Eines der größten Events seiner Art mit zahlreichen Tanzwettbewerben und Ausstellungen, stellt Red Earth Veranstaltern auf Anfrage Gratistickets zur Verfügung. Auch werden Treffen und Gespräche mit Tänzern, Künstlern und Handwerkern arrangiert. www.redearth.org

Das **Karuk Tribal Museum** in Nordkalifornien ist der Korbflechtkunst gewidmet. In dem neuen Museum kann man indianischen Korbflechtern bei ihrem Handwerk zusehen. www.visitsiskiyou.org

In **Washington DC** entsteht das größte Indianermuseum der Welt: Das National Museum of the American Indian an der berühmten National Mall wird am 21. September 2004 eröffnet. Das neue Museum wurde von Indianern konzipiert und wird auch Ausstellungen, Workshops, Theater- und Musikveranstaltungen beherbergen. www.americanindian.si.edu

In **Minnesota** haben sich zwei Native-Organisationen zusammenschlossen, um Produktentwicklung und Marketing zu bündeln. Die Website soll verbessert werden, um Indianer und Gäste umfassender und schneller zu informieren. www.maicc.org

Eagle Spirit bietet Programme für Tipi-Camper und Tagesbesucher, etwa die Teilnahme an traditionellen Ritualen. Nahe beim Elk Island National Park 30 Minuten östlich von Edmonton gelegen, verfügt das Elk Island Retreat über Holzboden-Tipis und Lagerfeuerplätze. www.elkislandretreat.com



Mega-Event in Santa Fe: der Indian Market.

In **Santa Fe** findet vom 20. bis 22. August bereits zum 83. Mal der jährliche Indian Market statt. Beim größten indianischen Kunst- und Handwerksmarkt Nordamerikas präsentieren sich mehr als 1200 Künstler an über 600 Ständen. www.swaia.org

Ancient Storytellers ermöglicht erstmals den Zutritt zu Pueblos im Norden New Mexicos. Fünftägige Touren führen nach Picuris, Santa Fe, San Ildefonso und Taos. www.ancientstorytellers.com

Detours bietet drei neue vier- bis fünftägige Native-Touren im Kleinbus an, die von indianischen Führern begleitet werden. Stationen: Canyon de Chelly, Monument Valle, Cochises Festung und das Chiricahua-Monument. www.detoursaz.com

Das **Bacone College** in Oklahoma, 1880 als Bildungseinrichtung für Indianer gegründet, präsentiert auf seinen Touren unter anderem das Ataloo Lodge Museum, die Kunstgalerie McComb und das American Indian Last Supper in der alten Kapelle von Bacono. www.bacone.edu

Das **Tamástlikt Cultural Institute** präsentiert die Kultur der Umatilla, Walla Walla und Cayuse in Oregon. Anfang 2005 wird ein Museumsdorf in Pendleton eröffnet. Den Stämmen gehört zudem das Wildhorse Resort & Casino. www.tamastlikt.com

Die **Seminolen** an der Ostküste Floridas betreiben das Ah-Tah-Thi-Ki Museum inklusive Indianerdorf und Handwerksladen sowie den Billie Swamp Safari Park mit Airboat-Touren durch die Everglades-Sümpfe. Zur Übernachtung stehen einfache Indianerhütten (Chickee) sowie für Camper das Big Cypress RV Camping Resort zur Verfügung. www.seminoletribe.com

Die **Miccosukee** laden eine halbe Autostunde westlich von Miami in den Everglades in ihr Museumsdorf ein – Alligator-Shows und Sumpfausflüge per Luftkissenboot runden das Angebot ab. www.miccosukeetours.com

Sumpftouren mit den Miccosukee durch die Everglades.



FOTO: ARGUS