

TO DO!98
Wettbewerb Sozialverantwortlicher Tourismus

Preisträger

***PWERTE MARNTE MARNTE ABORIGINAL
CORPORATION (PMMAC),
ABORIGINAL ART & CULTURE CENTRE (AACC)***

vertreten durch

Daniel Forrester , „Elder“ und Sprecher der Arrernte-Gruppe

Paul Ah Chee Ngala, General Manager des Aboriginal Art & Culture Centre (AACC)

Alice Springs, Northern Territories, Australien

Begründung für die Preisverleihung

von

Dr. Christian Adler

1. EINLEITUNG

Der Verfasser reiste im November 1998 im Auftrag des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung e.V. nach Alice Springs, Australien, um die Bewerbung der PWERTE MARNTE MARNTE ABORIGINAL CORPORATION, ABORIGINAL ART & CULTURE CENTRE an Ort und Stelle zu überprüfen. Nach Maßgabe der dabei gewonnenen Einsichten und Erkenntnisse wird empfohlen, die Bewerberin in Würdigung ihrer Ziele, Arbeitsprinzipien, Aktivitäten und Erfolge auf der ITB 1999 mit dem TO DO!98 auszuzeichnen.

Die PWERTE MARNTE MARNTE ABORIGINAL CORPORATION (PMMAC) ist eine in Alice Springs angesiedelte, wirtschaftlich, sozial und kulturell tätige Dachorganisation der Pwerte-Marnte-Marnte Kommune (sprich: Puerte Marte Marte). Sie ist Teil eines südlich von Alice Springs lebenden Arrernte-Clans. Die Familiengruppe mit ihrem Homeland in Orange Creek Station besteht aus rund 300 Stammesmitgliedern. Sie hat ihr Zentrum knapp 100 Kilometer südlich von Alice Springs, auf einem 26 Quadratkilometer großen Gebiet (*homeland*), das ihr im Oktober 1992 vom Staat zurückgegeben wurde (vor der Kolonisierung Australiens umfaßte ihr Territorium etwa 4 000 Quadratkilometer). Mit heutzutage begrenzten Räumlichkeiten und Ressourcen konfrontiert, beschloß diese Aborigines-Kommune, nach Mitteln und Wegen zu suchen, um sich Einkommensquellen zu erschließen. Naheliegend war der gesamte Bereich des Tourismus. Um dieses Vorhaben zu verwirklichen, wurde 1995 das ABORIGINAL ART & CULTURE CENTRE (AACC) in Alice Springs gegründet, das vollständig im Besitz von PMMAC ist.

2. HINTERGRUND

Der Tourismus Australiens konzentriert sich im wesentlichen auf vier Attraktionen, in dieser Rangfolge:

1. Die Kultur der Aborigines (Northern Territory)
2. Der Monolith Ayers Rock (Northern Territory)
3. Das Barrier Reef (Küste vor Queensland)
4. Die Oper von Sydney (New South Wales)

Die Australier sprechen deshalb von einem „Ikonentourismus“ (icon-tourism), der sich – entsprechend der oben genannten Rangfolge – größtenteils in Zentralaustralien abspielt, in den Northern Territories, im sogenannten „Outback“. Und zwar hauptsächlich zwischen den städtischen Zentren Alice Springs und Darwin, an der Nordküste des Kontinents und dem Ayers Rock im Westen. Nach Angaben des AACC kommen von den 1,3 Millionen Touristen, die die Northern Territories jährlich besuchen, rund 500 000 durch Alice Springs und circa 700 000 Touristen besuchen den Ayers Rock. Doch von den derzeit insgesamt 5 011 Beschäftigten in der Tourismusindustrie der Northern Territories sind laut PMMAC lediglich 132 Aborigines (2,5 Prozent). Von 350 australischen Dollar (A\$; 1 A\$ = 1,19 DM), die eine Package-Tour zum Ayers Rock kostet, bleiben für die einheimischen Aborigines nur 4 A\$ übrig. Von 700 Millionen A\$, die der Tourismus in den Northern Territories jährlich umsetzt, können die Aborigines lediglich 3,5 Prozent für sich verbuchen, das sind knapp 24,5 Millionen A\$. (Zahlen nach Angaben des AACC).

3. DIE AUSMASSE

Von Alice Springs nach Adelaide im Süden sind es 1 570 Kilometer, nach Norden, bis Darwin, beträgt die Entfernung 1 476 Kilometer. Für einen Besuch des „nahegelegenen“ Ayers Rock (Uluru) muß man von Alice Springs aus noch knapp 500 Kilometer weit fahren.

Zwischen all diesen Punkten liegt Buschland. Man fährt über gut ausgebaute Highways, glaubt aber, das Land sei leer und habe keinen Besitzer. Ein Irrtum, denn das Buschland ist Weideland (pastureland), die Ranches mißt man hier jedoch in Hunderten, ja Tausenden von Quadratkilometern. Besitzer oder Pächter sind Weiße.

Daneben existiert aber unverändert die Urbevölkerung Australiens, die Aborigines. Deren Leben spielt sich heute überwiegend in sogenannten „homelands“ ab oder in den Städten, wodurch sich kulturelle und soziale Strukturen der Aborigines zum Teil schwerwiegend verändert haben.

4. DIE SICH KREUZENDEN WELTEN UND REALITÄTEN

4.1 DIE ERSTE REALITÄT: ALICE SPRINGS

Bestes Beispiel für die komplexe Situation ist der „Brennpunkt“ Alice Springs. Die 25 000 Einwohner zählende Stadt lebt vom Tourismus. Überall im Fußgängerzentrum der Todd Mall sieht man Galerien mit Aboriginal Art, Läden mit Postkarten und Geschenkartikeln, Bumerangs, Didgeridoos, Speeren usw. Dazu kommen örtliche Reiseveranstalter, die „Ayers Rock“ und „Aboriginal Culture“ anpreisen – neben einer ganzen Palette sogenannter „Outback Adventures“: vom „Bushwalking“ über „Fossicking“ (Opal-/Mineralien-/Goldsuchen) bis hin zum „Outback Ballooning“. Das Geschäft machen die weißen Australier, und was sie dabei anbieten, ist eine gestellte „Realität“. Denn es gibt sie nicht mehr, die „Steinzeitmenschen“, die, wie einst, nur mit Speer und Bumerang bewaffnet durch den Busch streifen und sich von „Bushtucker“ ernähren. (Bushtucker ist alles, was man an Eßbarem im australischen Outback finden kann).

4.2 DIE ZWEITE REALITÄT: DIE SICHT DER TOURISTEN

Ein österreichisches Ehepaar erzählt, daß sie während ihrer Reise durch Australien schon viel über die Kultur der Aborigines erfahren hätten, aber stets nur aus zweiter Hand – von Weißen. Manche Reiseleiter hätten ihre Geringschätzung für die Einheimischen und ihre rassistische Einstellung auch in ihre Informationen einfließen lassen. Das Ehepaar wundert sich – es sei schließlich in anderen Ländern bisher überall ohne Schwierigkeiten mit der einheimischen Bevölkerung in Berührung gekommen. Hier aber, wo sich doch alles auf die Aborigines konzentriere, hätten sie noch keine wirkliche Begegnung erlebt. Sie beklagen, daß es keine Möglichkeit gäbe, mit den Aborigines selbst in Kontakt zu treten.

4.3 DIE DRITTE REALITÄT: DIE VERSTÄDTERTEN ABORIGINES

Wenn die Geschäfte in Alice Springs am Nachmittag schließen, bleiben in der Innenstadt, im Bereich der Todd Mall, nur jene zurück, die das Ehepaar gerne kennenlernen möchte: die Aborigines. Sie ziehen durch die Hauptstraße oder lagern vor der Kirche und trinken. Sie kommen aus den verschiedensten Regionen, sind Angehörige unterschiedlicher Stämme und Familiengruppen. Alice Springs wirkt auf sie sehr anziehend, weil hier Alkohol und Sozialhilfe leichter zugänglich sind als im Outback. Viele der entlegenen kleinen Siedlungen dagegen sind völlig „trocken“. Das heißt im Endeffekt: Die betrunkenen und bettelnden Aborigines von Alice Springs sind nur eine Randgruppe in Relation zu den 35 000, die insgesamt in den Northern Territories leben.

4.4 DIE VIERTE REALITÄT: DIE UNGEBROCHENE SPIRITUALITÄT

Donald ist Aborigine und 21 Jahre alt. Er ist Computerfreak und gestaltet die Internetseiten für das ABORIGINAL ART & CULTURE CENTRE. Er ist während meines Aufenthalts „on leave“; er wurde also für längere Zeit in den Busch geschickt, um dort die traditionellen Initiationsriten zu durchlaufen. Er wird sich ausziehen müssen, den Körper mit Ocker bemalen und dann nackt herumlaufen, wie die Großväter, wie damals, als sie noch in der „Steinzeit“ lebten.

Krasser lassen sich die verschiedenen Welten, in denen die Aborigines heute leben, kaum aufzeigen. Krasser läßt sich wohl auch kaum begreiflich machen, daß das eine das andere nicht unbedingt ausschließen muß und sich beide Welten auch miteinander verbinden lassen. Sofern von allen Beteiligten die „Traumzeit“, der heilige Schöpfungsmythos der Aborigines respektiert wird. Australien ist schließlich mit vielen sakralen oder tabuisierten Plätzen aus dieser Traumzeit überzogen, die, je nachdem, wer welchem „Totem“ (Aborigine-Clan) angehört, gemieden werden müssen oder besucht werden dürfen – mit Genehmigung des jeweiligen Totemwächters (dreamholders). Ayers Rock (Uluru) ist das berühmteste (Negativ-) Beispiel für die Übertretung, für die Nichtbeachtung von Tabus.

In gleicher Weise gibt es überlieferte Regelungen, die es verbieten, über heilige Objekte oder Riten auch nur zu sprechen, geschweige denn auf fremden „Traumpfaden“ („Songlines“) unterwegs zu sein. Traumpfade sind real existierende, zugleich jedoch auch spirituell besetzte „Wegbeschreibungen“ durch den Busch und nur für die jeweiligen Mitglieder eines bestimmten Clans bestimmt. Traumpfade ziehen sich quer durch Australien, quer über Zäune oder Farmgrenzen hinweg, und sie beschreiben den seit Urzeiten überlieferten Weg, den ein Clan-Mitglied auf seinem „walkabout“ gehen sollte – um beispielsweise bei der Suche nach Wasser und Nahrung nicht auf „clanfremdes“ Territorium zu geraten.

Nicht tabuisiert sind übrigens die Bumerangs, Gemälde (sofern nicht der eigene Totem das Thema ist) und die Didgeridoos (die Blasmusikinstrumente).

5. ZIELSETZUNGEN

Die PWERTE MARNTE MARNTE ABORIGINAL CORPORATION (PMMAC) wurde bereits 1976 gegründet, beschäftigte sich anfangs aber nur mit der Rückgewinnung verlorenen Territoriums, was ihr, wie erwähnt, 1992 gelungen ist. Dies hat sich seit 1995, nachdem mit Unterstützung der ATSIC (Aboriginal and Torres Strait Islander Commission) in Alice Springs eine abgewirtschaftete Galerie erworben werden konnte, drastisch verändert und erweitert. Herzstück aller Aktivitäten ist heute das daraus entstandene ABORIGINAL ART & CULTURE CENTRE (AACC), über das folgende mittel- und langfristige Ziele verfolgt werden:

Erstes Ziel: In Alice Springs soll ein lebensfähiges, dauerhaftes und von Aborigines kontrolliertes Tourismusgewerbe entstehen, so daß Aborigines-Interessen künftig besser berücksichtigt werden. Das Projekt will eine allgemeine ökonomische Plattform schaffen, so daß allen Aborigines als Individuen aber auch ihren Gemeinden die Chance gegeben ist, der Armutsfalle zu entkommen.

Zweites Ziel: Die Revitalisierung der Kommune, draußen im Busch, im Homeland. Wenn es gelingt, so die Überlegung, dort draußen, auf einer im Aufbau befindlichen Campsite, naturnahen Tourismus zu entwickeln, könnten viele Angehörige der Familiengruppe wieder zurück, weil sie dort Arbeit fänden und weil das den Aborigines dreierlei Chancen bieten könnte: Erstens, unabhängig von staatlicher Unterstützung zu agieren, zweitens, auf der Basis einer modernen Existenzgrundlage wieder ein selbstbestimmtes Leben im Outback führen zu können und drittens, ihre Kultur auf der Grundlage der überlieferten Werte am Leben zu erhalten.

Drittes Ziel: Die PWERTE MARNTE MARNTE ABORIGINAL CORPORATION will mit ihrer Vorgehensweise zu einem Modellfall für ganz Australien werden, um ein Beispiel zu geben für ein erfolgreiches, nur von Ureinwohnern geführtes Unternehmen, die zugleich auch dessen Besitzer sind.

Der Schlüssel zu all diesen Zielen ist der kommerzielle Erfolg des oben erwähnten ABORIGINAL ART & CULTURE CENTRE (AACC), das sich wie folgt gliedert:

- 5.1 In ein Ladengeschäft, in dem kunsthandwerkliche Gegenstände der Aborigines ausgestellt sind und verkauft werden. Dazu Videos, CDs, MCs, Postkarten, T-Shirts etc. Dabei tritt PMMAC sowohl als Einzelhändler wie auch als Großhändler auf. Über eine eigene Homepage im Internet werden diese Produkte inzwischen weltweit angeboten und verkauft. Große Nachfrage herrscht nach Bumerangs und Didgeridoos, die man unterdessen in 83 Länder exportiert.
- 5.2 Die eigene Kunstgalerie befindet sich im ersten Stock des Nebengebäudes mit einer permanenten Verkaufsausstellung heimisch-indigener Kunst. Angeschlossen ist ein Vortrags- und Konferenzsaal.
- 5.3 Ein Museum in den hinteren Räumen des Ladengeschäftes wurde ebenfalls eingerichtet. Gezeigt werden Gegenstände der Aborigine-Kultur. Ihre Verwendung wird anhand von Photos und beschreibenden Texten erklärt. Ein Raum mit Postern ist nur der Geschichte, ein weiterer der früheren Lebensweise der Arrernte gewidmet. Manche der alten Photos wurden beschnitten, um sakrale Objekte bzw. Handlungen nicht zu entweihen.
- 5.4 Eine Didgeridoo-University in separaten Räumen ermöglicht es Passanten oder Teilnehmern der Tourenprogramme, in einem Crashkurs dieses Instrument zu erlernen. Dafür stehen Instrumente und ein Videogerät zur Verfügung.
- 5.5 Unter dem Namen „Aboriginal Desert Discovery Tours“ werden vom AACC Halbtagesausflüge, Tagestrips und mehrtägige Touren in die Welt der Aborigines organisiert. Die Palette der Angebote entspricht etwa dem, was auch die anderen Operators in Alice Springs offerieren: Ayers Rock und Kings Canyon, dazu ein Campaufenthalt im Rainbow Valley usw. Verschieden sind hier freilich zwei Dinge: Erstens kommt der Gewinn der Kommune zugute, zweitens sind es nur Aborigines, die die Touristen begleiten. Dadurch haben sie eine Beschäftigung gefunden und können ihren Gästen Informationen aus erster Hand liefern. Angefangen vom komplexen Netzwerk der Familiensysteme, über den Gebrauch von Speer und Bumerang, Herstellung von Gerätschaften, bis hin zu Fauna und Flora respektive überlebenswichtiges „Bushtucker“ (etwa bei Wüstenwanderungen).

Seit der Eröffnung des AACC ist die PWERTE MARNTE MARNTE ABORIGINAL CORPORATION wirtschaftlich sehr erfolgreich. Die Umsätze haben sich seit 1995 verdreifacht.

Von (nach Eigenangaben) 260 000 A\$ und insgesamt fünf Beschäftigten in 1995 auf rund 700 000 A\$ bei 16 direkt und zehn indirekt angestellten Aborigines in 1997.

Noch während meiner Recherche erhielt PMMAC von einem der größten Reiseveranstalter Australiens, AAT Kings (Australian Adventure Tours), den Zuschlag für einen Vertrag, der ihnen jährlich 10 000 Gäste garantiert, also rund 30 Besucher täglich für ein Halbtageskulturprogramm. Der konstante Gewinn, der beispielsweise aus dem Vertrag mit AAT Kings resultiert (für 1999 wird allein daraus ein Umsatz von 500 000 A\$ erwartet), gilt als ein wichtiges Standbein für die Erreichung der zuvor genannten Ziele und ermöglicht es, weitere Angestellte im AACC zu beschäftigen.

6. EINSCHÄTZUNG

Der Vergleich der PMMAC-Aktivitäten mit den TO DO-Kriterien für Sozialverantwortlichen Tourismus ergibt folgende Bewertung:

Wettbewerbskriterium:

Einbeziehung unterschiedlicher Interessen und Bedürfnisse der ortsansässigen Bevölkerung durch Partizipation

Dieser Forderung wird das Projekt dadurch gerecht, daß, wie voranstehend dargestellt, die PMMAC mit ihren Subunternehmen in ausschließlichem Besitz einer Gruppe von Südlichen Arrernte ist und auch von deren Mitgliedern geführt wird. Langfristig wichtigstes Ziel ihrer Aktivitäten ist es – trotz staatlich limitierter Hilfe –, durch die Entwicklung der Kommune Voraussetzungen zu schaffen, die die erstrebte Rückkehr der Clan-Mitglieder in ihr Homeland möglich machen. Die Gruppe wird vertreten durch gewählte Sprecher, die für den kommunalen, respektive den kommerziellen Teilbereich der Corporation zuständig sind.

Vorrangiges Bedürfnis der ortsansässigen Bevölkerung ist die Schaffung von touristischen Arbeitsplätzen und beruflichen Ausbildungsmöglichkeiten zur Etablierung und Sicherung von Erwerbsmöglichkeiten. Dem wird das Projekt durch seine bisherigen Erfolge, seine rasche Expansion in den vergangenen Jahren und durch seine bereits angelaufenen Vorhaben völlig gerecht.

Wettbewerbskriterium:

Förderung eines Bewußtseins bei der ortsansässigen Bevölkerung über Chancen und Risiken touristischer Entwicklung für ihren wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Alltag

Zwischen den aktiven Mitgliedern der PMMAC, ihren Führungsmitgliedern und Beschäftigten besteht völliger Konsens über die gemeinsam angestrebten Ziele. Sie werden durch ihre Familien gestützt, für die sie auch sprechen und zu deren Nutzen sie arbeiten. Der Weg, den sie eingeschlagen haben, dient der Verbesserung der Lebensverhältnisse, der Rückgewinnung von Selbstbestimmung und Unabhängigkeit eines größeren Familienverbandes bei gleichzeitiger Wahrung wichtiger Teile der traditionellen Kultur.

Sie sind darum bemüht, den in Australien bisher kaum vorhandenen, respektive allenfalls unpersönlichen Kontakt zwischen Touristen und den Einheimischen zu ermöglichen und auf eine persönliche und beidseitig verträgliche Ebene zu stellen. Sie wollen ihren Gästen Information aus erster Hand liefern und werden, bevor man sie einsetzt, durch entsprechende Schulungen sorgfältig auf diesen Kontakt vorbereitet.

Die Risiken sind ihnen bestens bekannt. Aufgrund der derzeitigen Praxis des Mainstream-Tourismus sind die Aborigines selbst ständig Betroffene, z.B. durch Tabuübertretungen wie etwa das Photographieren. Bei ihren eigenen Angeboten sind sie stets darum bemüht, Tabuverletzungen zu verhindern, indem sie bei ihren Vorträgen und Ausflugsprogrammen genau darauf hinweisen, sie aus erster Hand erklären und dadurch vieles in ihrem Sinne lenken können.

Eine Rückbesinnung auf das kulturelle Erbe innerhalb dieser Arrernte-Gruppe ist nicht erforderlich. Im Gegenteil: Sie sind sich ihrer Traditionen und ihres Standortes innerhalb der australischen Gesellschaft von heute sehr bewußt. Deshalb versuchen sie auch, anderen Aborigines, vor allem den jungen, die in den Sog negativer Einflüsse der modernen Gesellschaft geraten sind, eine Orientierungshilfe und damit eine Chance der Re-Integration zu bieten. Ziel ist es, auf diese Weise der völligen Auflösung ihrer Kultur und dem Verfall des

überkommenen Wertesystems zu begegnen. Nicht zuletzt geht es der Arrernte-Gruppe auch darum, andere Aborigines-Gruppen zu motivieren und somit auf breiter Basis die alte Kultur neu zu beleben.

Wettbewerbskriterium:

Teilhabe möglichst breiter ortsansässiger Bevölkerungsschichten an positiven, ökonomischen, sozialen und kulturellen Wirkungen des Tourismus

Das Personal der PMMAC und seiner Subunternehmen setzt sich derzeit überwiegend aus Angehörigen des eigenen Clans mit circa 300 Mitgliedern zusammen. Als Teil einer großen Familiengruppe, der das Unternehmen gehört, sehen sie sich selbst als „share-holders“ der Corporation.

1997 organisierte die PMMAC überdies erstmals ein Pilotprojekt, um 30 Ureinwohnern eine Fachausbildung zu ermöglichen. Realisiert wurden Programme, die bei Absolvierung zu einem staatlich anerkannten Zertifikat führen. Zum Beispiel: das „Certificate I und II in Tourism“ oder das „Certificate II in Land-Caring“. Durchgeführt wurde das „off the job“-Training vom Institute of Aboriginal Development. Hinzu kam ein „on the job“-Training innerhalb des AACC.

Mit letzterem begannen im März 1997 13 Trainees, neun haben diese Ausbildung im darauffolgenden Dezember beendet. 13 Studenten bemühten sich um das „Certificate I“ und erhielten es auch. Zehn begannen mit einer Ausbildung zum „Certificate II“, acht Studenten interessierten sich für die Landschaftspflege. Einige Absolventen sind heute in der PMMAC angestellt.

Wettbewerbskriterium:

Gewährleistung der Attraktivität touristischer Arbeitsplätze für Einheimische durch Verbesserung der Arbeitsbedingungen in bezug auf Entlohnung, soziale Sicherung, Arbeitszeiten sowie Aus- und Weiterbildung

Angesichts der unter Aborigines herrschenden Arbeitslosigkeit wurden durch die unternehmerischen Aktivitäten der PMMAC, vor allem des AACC, bereits dauerhafte Arbeitsplätze geschaffen. Durch den Erfolg des Unternehmens kommen in diesem Jahr weitere Arbeitsplätze hinzu. Nach Ausbau des „Campsites“ soll ein Teilbereich von Alice Springs in die Nähe des Homelands verlagert werden. Daraus erwartet man sich schon bald neue Einkommensquellen für dort lebende Familien. Sie sollen dort entweder als selbständige Unternehmer agieren oder als Angestellte des nahegelegenen Nationalparks tätig werden. Damit will man für die Familien Möglichkeiten schaffen, ihr Homeland dauerhaft zu „besiedeln“, was bisher kaum möglich war.

Die Bezahlung erfolgt nach „performance“, nach Leistung. Diese jedoch wird flexibel gehandhabt. Wie erwähnt, gibt es kulturelle Verpflichtungen, aufgrund derer ein Mitarbeiter für mehrere Tage oder sogar noch länger ausfallen kann; wie Donald, der zur Initiation in den Busch geschickt wurde. Damit diesen Mitarbeitern kein Nachteil entsteht, wird ihnen das Gehalt weiterbezahlt.

Zum anderen gibt es auch alkoholbedingte Gründe. Wer betrunken zum Dienst erscheint, den schickt man wieder nach Hause. Dafür müssen sich diese Kandidaten verpflichten, den verlorenen Arbeitstag am Wochenende nachzuholen. Wenn sie es tun, entstehen ihnen keinerlei finanzielle Einbußen.

Die ausgezahlten Gehälter betragen 35 Prozent des Umsatzes. Die Höhe des Verdienstes ist nach der Qualifikation gestaffelt. Ein fest angestellter Trainee, also etwa ein Verkäufer im Laden, erhält 360 A\$ pro Woche. Sobald der Trainee seine Ausbildung beendet, erhält er

450 A\$ die Woche. Ein qualifizierter Tour-Guide erhält ebenfalls 450 A\$ die Woche. Ein Senior Tour-Guide, der auch schon etwas vom Management einer Agentur verstehen muß, verdient 650 A\$ pro Woche. Soziale Sicherheit ist durch eine Beschäftigung in der PMMAC nicht vorgesehen.

Dies hält man hier nicht für notwendig, da der Staat bei Arbeitslosigkeit einspringt. Und zwar mit folgenden Beträgen: Die Arbeitslosenunterstützung/Sozialhilfe beträgt 180 A\$ die Woche. Die Arbeitslosen erhalten noch 50 A\$ zusätzlich, sofern sie sich im Rahmen des „Community Development Economic Program“ (CDEP) als Arbeitskräfte für kommunale Dienste zur Verfügung stellen. Ein Trunkenbold erhält umgerechnet de facto 10 800 DM pro Jahr vom Staat ohne Gegenleistung. Würde er Gemeindearbeiten verrichten, hätte er 13 800 DM pro Jahr. Würde er im AACC als Trainee nur Hilfsdienste verrichten, hätte er mit 21 600 DM pro Jahr fast das Doppelte.

Die Tätigkeit als „Guide“ erscheint den Einheimischen übrigens sehr attraktiv, weil sie vorwiegend damit beschäftigt sind, Dinge zu tun, mit denen sie aufgewachsen sind. Und weil sie gewissermaßen als „Lehrer“ agieren, um ihre Kultur anderen zu vermitteln.

Vor kurzem erhielt die PMMAC die Zusage staatlicher Mittel zur Etablierung einer Ausbildungsstätte, an der touristische Fachkräfte ausgebildet werden sollen. Höhe der Zuwendungen: 1,5 Millionen A\$. PMMAC verpflichtete sich dafür, bis ins Jahr 2002 für 200 Einheimische eine solche Ausbildung nach staatlichen Standards zu gewährleisten. Dieses Angebot richtet sich an alle Aborigines, die daran teilnehmen wollen.

Wie sich das auswirken kann, zeigen bisherige „Karrieren“. „X zum Beispiel hat“, so berichtet Paul Ah Chee Ngala, „bevor er zu uns kam, in Discos herumgehungen, jetzt spielt er Didgeridoo und ist ein hervorragender Guide. Bevor Y zu uns kam, brach er das Gesetz, hat eingebrochen und gestohlen, aber auch er arbeitet jetzt bei der Corporation und hat sich völlig verändert. Schlimmer noch war es bei Z. Mit ihm hat es während der ersten Monate schreckliche Probleme gegeben: mit der Polizei, wegen ‚gambling‘, wegen Alkohols und aller nur vorstellbaren Dinge. Sechs Monate hat es gedauert, um ihn aus seinem früheren Zyklus herauszulösen. Inzwischen hat auch er sich total geändert, er nimmt seine neue Aufgabe nun so ernst, daß er sogar noch am Sonntag erscheint.“

Wettbewerbskriterium:

Stärkung der einheimischen Kultur sowie der kulturellen Identität der in touristischen Zielgebieten lebenden Menschen

Eines der vorrangigsten Ziele des Projektes ist es, den Kulturverfall aufzuhalten. Dessen Ursache – Chancenlosigkeit in der modernen australischen Gesellschaft, hohe Arbeitslosigkeit und das sich daraus ergebende gravierende Alkoholproblem – soll im Endeffekt via Hilfe zur Selbsthilfe beseitigt werden. Die Aborigines versuchen darum, an ihre Traditionen orientierte Identität zu bewahren, indem sie sich gleichzeitig mit der Moderne arrangieren. Deren Mittel und Werkzeuge nutzend, sind sie nun erfolgreich dabei, sich auf touristischem Sektor eine neue Lebensgrundlage zu erarbeiten, um sich damit aus der Armutsfalle, aus desolaten Lebensverhältnissen zu befreien.

Wettbewerbskriterium:

Vermeidung/Minimierung tourismusbedingter sozialer und kultureller Schäden in touristischen Zielgebieten

Die PMMAC-Beschäftigten bemühen sich sehr um ihre Gäste, aber sie setzen ihnen auch klare Schranken und lassen sie dies von vornherein wissen. Während ihrer Ausflüge haben sie die völlige Kontrolle über das Geschehen. Weil die Instruktionen die Neugier der

Besucher stets auf jene Themen lenken, die an ganz praktischen Beispielen die Kultur der Aborigines erklären können (Ernährung, Wassersuche in der Wüste, das Weltbild der „Traumzeit“, Symbole), während geheime spirituelle Inhalte nicht besprochen werden. Die Gäste werten dieses Vorgehen, wie es den Anschein hat, nicht als Nachteil, denn das, was geboten wird, ist professionell strukturiert, spannend, wird humorvoll und gekonnt vorgetragen. Die vermittelten Informationen sind umfassend, und offenbar wird eingesehen, daß es dabei auch kulturelle Tabus gibt, die Fremde nichts angehen.

Wettbewerbskriterium:

Beschreibung neuer Wege für eine partnerschaftliche Kooperation zwischen externem Tourismusgewerbe und ortsansässiger Bevölkerung

PMMAC erhielt vor kurzem eine Zusage über 1,5 Millionen A\$ zur Realisierung eines sich über vier Jahre erstreckenden Trainingsprogramms für 200 Einheimische, die zu touristischen Fachkräften ausgebildet werden sollen. Dies ist ein erster Schritt zur weiteren geplanten Etablierung einer permanenten Ausbildungsstätte für touristische Fachkräfte in Zentralaustralien. Dem Komitee, das über das Ausbildungsprogramm entscheidet, gehören u.a. Vertreter der Reisebranche an.

Damit setzt PMMAC völlig neue Maßstäbe: Sie selbst ist die Initiatorin und wird wichtige Teilbereiche des Projektes implementieren – nicht die sie materiell unterstützenden Behörden, Institutionen oder die Vertreter finanzstarker Mainstream-Unternehmen. Wie bereits erwähnt, tritt die PMMAC auch an große Reiseveranstalter (wie AAT Kings) heran und gewinnt sie für „ihr“ touristisches Produkt. Mit diesem Projekt vertritt die PMMAC dabei nicht nur ihre eigene, sondern die Interessen aller Aborigines in den Northern Territories, die nach Chancen und neuen Wegen suchen.

Wettbewerbskriterium:

Schaffung von sonstigen Voraussetzungen und Rahmenbedingungen für eine sozialverantwortliche Tourismusentwicklung in Zielgebieten

Die PMMAC ist dabei, sich zu einem sehr erfolgreichen Unternehmen zu entwickeln, das nur von Angehörigen der Urbevölkerung geführt wird und einer ihrer Kommunen gehört. Aufgrund ihrer vielseitigen Aktivitäten scheint sich die PWERTE MARNTE MARNTE-Gruppe überdies zu einem Modellfall für ganz Australien zu entwickeln. Von ihren Erfahrungen, ihrem Know How, das weiterzugeben sie auch bereit sind, könnten viele andere Aborigines profitieren.

Wettbewerbskriterium:

Die zum Wettbewerb angemeldeten Projekte/Maßnahmen müssen mit den Prinzipien der Umweltverträglichkeit vereinbar sein

Der Tourismus in Zentralaustralien verläuft allgemein sehr umweltbewußt – was die Nutzung der natürlichen Ressourcen angeht oder etwa mögliche Verunreinigungen der Buschlandschaft. Eine Umweltunverträglichkeit ist auch bei den derzeitigen Programmen der PMMAC nicht festzustellen. Im übrigen ist die Denkweise der Aborigines eher in der nachhaltigen Lebensweise verankert. Sie hätten in der Wüste oder im Busch nicht existieren können, wenn sie Ressourcen – statt sie lediglich für ihr Überleben zu nutzen – ausgebeutet hätten.

Fazit:

Es gibt keinen Anlaß anzunehmen, daß PMMAC die selbstgesteckten Ziele nicht wird erreichen können. Denn was überzeugt, ist die Professionalität ihrer Vorgehensweisen; sie überlassen nichts dem Zufall, sie sind innovativ und beweglich, sie planen zielbewußt, überlegt und realistisch. Sie operieren mit Strategie-, Finanz- und Geschäftsplänen. Sie vergleichen die eigenen Schätzungen kritisch mit dem, was sie schon erreicht haben. Sie verstehen es, zu delegieren, beschäftigen sogar einen irischstämmigen Consultant. Und vor allem sind sie äußerst erfolgsorientiert. Sie schreiben: „In every aspect, we strive to be market leaders not followers.“

Dabei versuchen sie, eine Brücke zu schlagen zwischen zwei völlig verschiedenen, unvereinbar scheinenden Welten. Primär, um sich selbst den Weg zu öffnen zu einer Wiedererlangung von Selbstbestimmung und Unabhängigkeit bei gleichzeitigem Erhalt der Traditionen der australischen Ureinwohner. Sie wollen aber auch anderen Orientierung geben, für sie Wegbereiter sein, auf der Reise der Aborigines in eine hoffentlich bessere Zukunft.