

Argumente der Akteure: ein Unternehmer (contra):

„You can't protect what you don't know.“

Der kommerzielle Tourismus in der Antarktis begann im Jahr 1957, als die Länder Argentinien und Chile 500 zahlende Passagiere auf einem Kriegsschiff zu den South Shetland Island brachten. Nur zwölf Jahre später bekam der Tourismus jedoch eine neue Dimension.

Im Jahr 1969 organisierte Lars-Eric Linblad mit seinem Schiff „Linblad Explorer“ die erste Fahrt in die Antarktis. Er hatte das Schiff extra für eine Reise in die Antarktis bauen lassen. Lars-Eric Linblad vertrat die Meinung, man könne nur das schützen, was man auch kennt. Sein Ziel war es, den Reisenden die Einzigartigkeit der Antarktis vor Augen zu führen, um deren Sensibilität und die Bewahrung dieses Ökosystems zu unterstützen.

Dies war der Beginn des Tourismus auf dem sechsten Kontinent. In den nachfolgenden Jahren wurden die Technik und die Ausstattung der Schiffe verbessert, um Reisen in die abgelegene Region bequemer und vor allem auch günstiger zu gestalten.

Argumente der Akteure: ein Teilnehmer einer Antarktis-Kreuzfahrt (contra):

„Diese Reise war faszinierend – diese Region muss man gesehen haben.“

Die unbekannte Wildnis der Antarktis aus Eis und Schnee ist für den Betrachter beeindruckend und geheimnisvoll zugleich. Viele Touristen besuchen die Antarktische Halbinsel und die umliegenden Inseln, um die einzigartige Landschaft, die wildlebenden Tiere und Spuren der ersten Entdecker kennenzulernen.

Viele der eingesetzten Kreuzfahrtschiffe wurden speziell für eine Expedition in die Antarktis umgerüstet, sodass sie über einen längeren Zeitraum hinweg den extremen Temperaturen standhalten. Heute ist es den Schiffen möglich, näher an die Attraktionen heranzufahren, als dies noch vor einigen Jahren der Fall war.

Die großen Kreuzfahrtschiffe ersetzen Hotels oder andere Arten von Unterkünften. Sie sind zu einer komfortablen Art zu reisen geworden. Tagsüber kann man das neue, unbekannte Territorium erkunden und am Abend wieder auf das Schiff zurückkehren.

Über Werbung wird die Einzigartigkeit des sechsten Kontinents immer wieder hervorgehoben. Dadurch wird die Neugier von reiselustigen Menschen geweckt. Mündliche Erfahrungsberichte sowie vielfältige Dokumentationen haben das Reiseziel Antarktis noch reizvoller gemacht. Die Antarktis wird als etwas ganz Besonderes betrachtet, das etwas Neues und Aufregendes vermittelt. Sie ist ein einzigartiges Reiseziel.

Wahrscheinlich ist es eine Kombination von Gründen, die zu einer Zunahme des Tourismus in der Antarktis geführt haben. Bisher kann jedoch von Massentourismus keinesfalls die Rede sein.

Argumente der Akteure: ein australischer Anbieter von Flügen über die Antarktis (contra):
„Experience the world’s last great wilderness.“

Halbtagesflüge von Australien aus in die Antarktis werden von uns seit 1994 angeboten. Derzeit sind mehr als 2000 Passagiere jährlich unterwegs, um das ewige Eis aus der Luft zu betrachten.

Die günstigste Variante eines Flugs kostet etwa 800 Euro, die First-Class-Variante kostet rund 6250 Euro (jeweils mit einer großen australischen Fluggesellschaft von Melbourne oder Sydney aus). Jedes Jahr unternimmt diese Fluggesellschaft zwischen Dezember und Januar bis zu zehn Rundflüge mit einer Boeing 747. Seit kurzem werden sogar Flüge mit einem Airbus A380 angeboten.

Bei jedem Flug sind renommierte Glaziologen, Wissenschaftler und Experten an Bord, welche die Passagiere während des Flugs über die Antarktis informieren.

Viele Passagiere begründen ihren Ausflug in der sicheren, klimatisierten Kabine eines Flugzeugs „mit dem Wunsch, ein Abenteuer erleben zu wollen“.

Argumente der Akteure: ein Interessenvertreter der Antarktis-Reiseveranstalter (contra):
„Unsere Selbstverpflichtungserklärung wird umgesetzt und schützt die Natur.“

Der Tourismus in der Antarktis bleibt häufig nicht ohne Folgen für die Natur. Im Jahr 1991 schlossen sich daher einige Antarktis-Reiseveranstalter zusammen und übernahmen eine Reihe von Selbstverpflichtungen, um die Schäden an der Natur zu minimieren.

Diesem Verband der Antarktis-Reiseveranstalter haben sich in der Zwischenzeit mehr als 100 Reiseunternehmen aus verschiedenen Ländern angeschlossen. Zu diesen Ländern gehören Argentinien, Australien, Belgien, Kanada, Chile, Frankreich, Deutschland, Italien, Japan, die Niederlande, Neuseeland, Schweden, das Vereinigte Königreich und die USA.

Gemeinsam haben die Reiseveranstalter dieser Länder Verhaltensregeln aufgestellt, die von den Touristen beachtet werden müssen. Die Verhaltensregeln sind in sechs Bereiche unterteilt: Schutz der Tier- und Pflanzenwelt, Schutzzonen, Rücksichtnahme auf die wissenschaftliche Forschung, Schutz der unberührten Natur, Sicherheit und Landgang sowie Transportbedingungen. Mit diesen Regeln schützen wir die Natur in der Antarktis.

Argumente der Akteure: eine Mitarbeiterin einer Umweltschutzorganisation (contra):
„Tourismus in der Antarktis kann eine Win-win-Situation sein.“

Ich vertrete die Meinung, dass der Tourismus nicht immer unbedingt schlecht sein muss. Es gibt durchaus auch einen guten, sinnvollen Tourismus.

Dies ist dann der Fall, wenn der Tourismus nachhaltig zum Naturschutz beiträgt. Vor allem bei Reisen bzw. Expeditionen, bei denen den Touristen Wissen vermittelt wird, kann man dies beobachten. Aus den Besuchern werden Botschafter für die Natur und ihre Einzigartigkeit. Die Besucher nehmen bleibende Eindrücke und Werte mit nach Hause, erzählen davon und werden eventuell auch aktiv, wenn es um den Schutz der Region geht. Niemand fährt zufällig in die Antarktis. Die Chance, bei den Besuchern gezielt Wissen zu vermitteln, ist groß.

Wichtig ist jedoch, dass der Tourismus in einem bestimmten Rahmen stattfindet. Ebenso ist es unumgänglich, die Reiseleiter und -führer, die die Reisenden auf den Kreuzfahrtschiffen begleiten, hinsichtlich des Fachwissens und der Besonderheiten der Region zu schulen. Denn sie sind diejenigen, die den Touristen Wissen vermitteln und mit gutem Beispiel vorangehen sollen. Besuchen, ohne zu zerstören, muss das oberste Prinzip eines solchen Tourismus sein.

Argumente der Akteure: ein Kreuzfahrt-Anbieter (contra):

„Die Antarktis ist sehr groß, und es gibt dort verhältnismäßig wenig Touristen.“

Die Tourismusbranche, vor allem die Kreuzfahrtindustrie, freut sich über das wachsende Interesse an Kreuzfahrten in die Antarktis. Da sich die Antarktis-Reiseveranstalter an die von ihrem Dachverband festgelegten Verhaltensregeln halten, haben sie keine Bedenken, dass das fragile Ökosystem durch den Tourismus aus dem Gleichgewicht gebracht wird. So dürfen beispielsweise nicht mehr als 100 Besucher gleichzeitig eine Pinguinkolonie besuchen. Häufig, besonders bei großen Schiffen, gehen die Touristen gar nicht an Land, sondern betrachten die Landschaft vom Schiff aus.

Eine Beschränkung des Tourismus wäre für uns daher nicht wirklich nachvollziehbar. Die Antarktis ist flächenmäßig größer als Australien, und die jährlichen Besucherzahlen entsprechen in etwa denen eines Fußballspiels.

Seit dem 1. August 2011 ist die Kreuzfahrtindustrie noch umweltfreundlicher geworden, da eine neue Bestimmung der Sonderorganisation für Maritimes der Vereinten Nationen (IMO) zum Schutz der Antarktis in Kraft trat. Seitdem ist Schweröl als Treibstoff in den Seegebieten südlich des 60. Breitengrads verboten. Für die großen Kreuzfahrtschiffe, die fast ausschließlich mit Schweröl fahren, war diese Bestimmung ein harter Schlag. Denn der alternative Treibstoff, der leichtere und sauberere Schiffsdiesel, ist rund 50 Prozent teurer als Schweröl.

Einige Reiseunternehmen, die vorwiegend mit kleinen Schiffen (mit einer Kapazität von bis zu 500 Passagieren) in die Antarktis fahren, freuen sich. Sie haben sich solche Standards schon vor Jahren selbst auferlegt, teilweise schon vor mehr als 20 Jahren.