



TourCert – ein neues CSR Label für den Tourismus

Nachhaltigkeit auf der ganzen Linie? –
CSR in touristischen Zuliefererketten
21./22. November 2009

Angela Giraldo, KATE-Stuttgart



CSR Tourism certified
ist eine Auszeichnung
für Nachhaltigkeit und
Unternehmensverantwortung
im Tourismus.



Unsere CSR-Entwicklungsgeschichte



- 2004
 - Untersuchung zu CSR Ansätze im Tourismus, CSR-Dialog mit Tourismusunternehmen (KATE, eed)
- 2005
 - Entwicklung des CSR-Reporting Systems (KATE, eed, far)
- 2006/07
 - Erprobung des Systems mit den Pilotunternehmen in Deutschland, Österreich und Spanien
- 2007/08
 - Ergänzung und Aktualisierung aus den Praxiserfahrungen
 - Herausgabe des Leitfadens „CSR-Reporting im Tourismus: 8 Schritte zum Nachhaltigkeitsbericht“



Unsere CSR-Entwicklungsgeschichte



■ 2008

- Entscheidung des far zur Einführung des CSR Reporting Prozesses bei allen seinen Mitgliedern (verpflichtend)
- Entwicklung eines Schulungskonzeptes zur Einführung des CSR Prozesses in den Unternehmen
- Durchführung von Schulungen und Qualifizierung von CSR-ManagerInnen bei den ersten 18 far – Reiseveranstaltern



Unsere CSR-Entwicklungsgeschichte



■ 2009

- Gründung von TourCert
- Entwicklung des Zertifizierungssystems und Konstituierung des unabhängigen Zertifizierungsrates
- Zertifizierung der ersten 15 Reiseveranstalter auf der ITB (März 2009)
- Schulung und Beratung weiterer Reiseveranstalter
- Adaption des Systems für Incomingagenturen und Reisevermittler

■ 2010

- Zertifizierung von ca. 24 Reiseveranstalter auf der ITB 2010
- Eröffnung des CSR Reporting Systems für Reiseveranstalter außerhalb des far



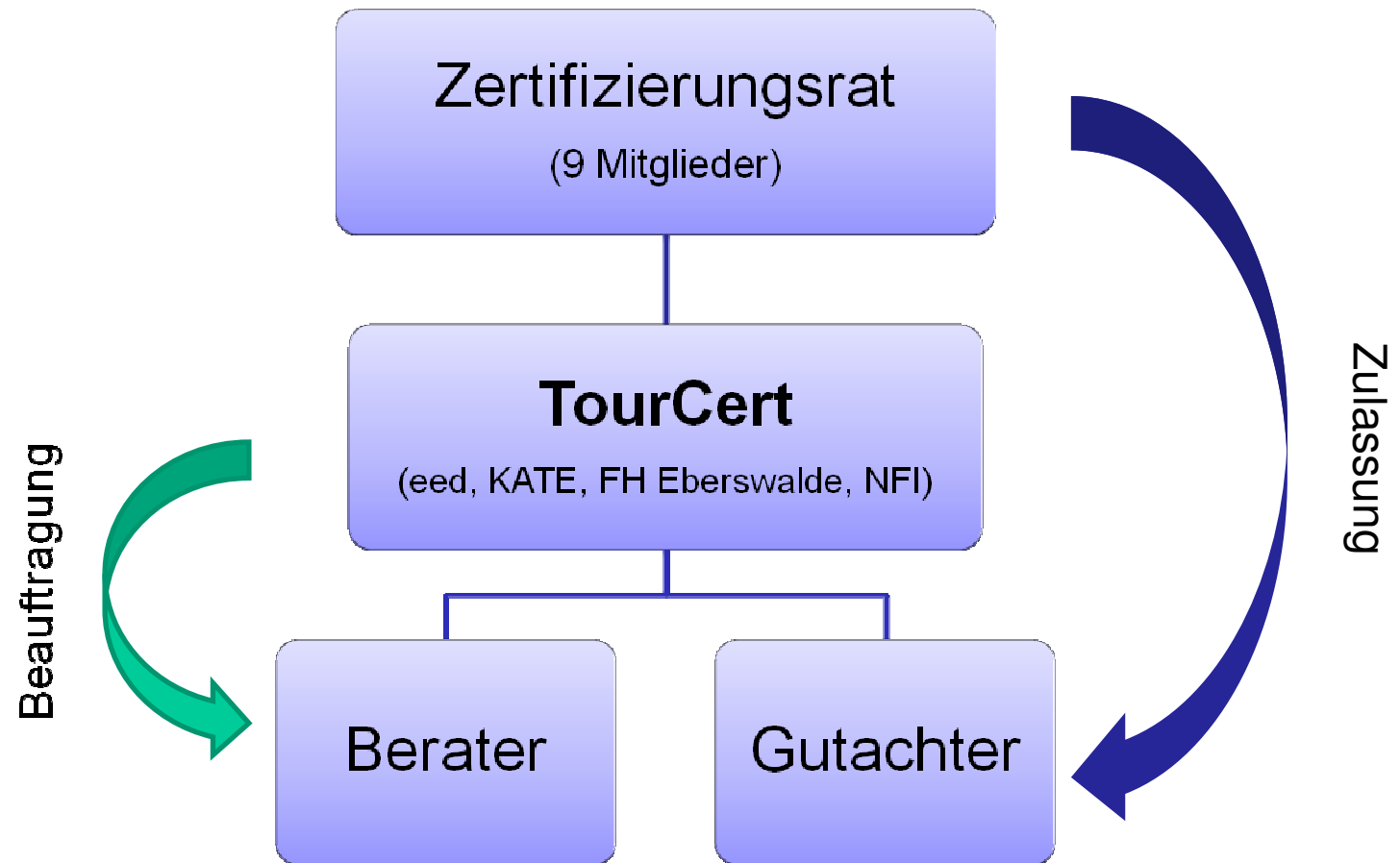


Tourismusunternehmen gestalten ihr Kerngeschäft sozial und ökologisch verantwortlich und schaffen mehr Transparenz, wie und unter welchen Bedingungen ihr Produkt „Reise“ erstellt wird.

→ Keine einzelnen guten Taten sondern eine im ganzen Unternehmen verankerte Haltung und strategische Ausrichtung



Gesellschaft für Zertifizierung im Tourismus



Der CSR-Zertifizierungsrat



Von links nach rechts:

**Prof. Dr. Wolfgang Strasdas, FH
Eberswalde**

Dr. Peter Zimmer, futour

Herbert Hamele, Ecotrans

Martina Kohl, WWF

Heinz Fuchs, eed-Tourism Watch

**Dr. Christian Baumgartner, Naturfreunde
Internationale**

**Prof. Dr. Hans Ruedi Müller,
Forschungsinstitut für Freizeit und
Tourismus, Universität Bern**

**Prof. Dr. Dagmar Lund-Durlacher,
MODUL Universität, Wien (nicht im Bild)**



1. Vorsitzender: Peter Zimmer

2. Vorsitzende: Dagmar Lund-Durlacher



Aufgaben des CSR-Zertifizierungsrates



- Benennung einer/s Vorsitzenden und zwei Stellvertretungen für die Dauer von 2 Jahren
- Entscheidung und Weiterentwicklung der CSR-Zertifizierungsrichtlinie
- Zulassung der CSR-GutachterInnen
- Monitoring der externen Prüfungen
- Schiedsstelle bei Streitigkeiten im Rahmen der CSR-Zertifizierungsverfahren
- Beschluss über die Zertifizierung (Unterzeichnung der CSR-Zertifikate)
- Entgegennahme des Rechenschaftsberichts der Geschäftstätigkeiten von TourCert



Einführung des CSR-Prozesses im Unternehmen





- Gruppenschulung von CSR-ManagerInnen
 - 2 Schulungseinheiten von insgesamt 3 Tagen
- Online-Tool Avanti
- Fernbetreuung und Coaching
- Beratung bei der Erstellung des Berichtes



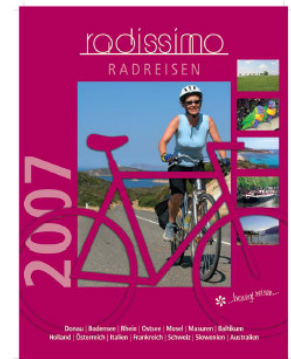
- Kennzahlenkatalog
- 4 Nachhaltigkeits-Checks in der Dienstleistungskette
 - Angebotsgestaltungs-Check
 - Unterkunfts-Check
 - Partneragentur-Check
 - Reiseleitung
- Mitarbeitendenbefragung
- CSR Kundencheck
 - Kundeninformation
 - Kundenzufriedenheit



Grundlage: Internationale Standards wie EMAS, ISO und GRI

- Die ganze Geschäftspraxis wird auf Nachhaltigkeit geprüft
- Transparenz durch Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichts
- Ökologische und soziale Kriterien sind qualitativ und quantitativ messbar
- Das Unternehmen verpflichtet sich seine Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern

Nachhaltigkeitsbericht 2009



Nachhaltigkeitsbericht 2009

ReNatour
Brunner Hauptstr. 2a
90475 Nürnberg



Einige Indikatoren



- Wie viel CO2 Emissionen produziert im Durchschnitt eine Reise?
(An-und Abreise, Transport und Unterkunft in der Destination)
 - CO2 Emissionen pro Gast/Tag
- Wie viel Papier produziert das Unternehmen pro Reisendem?
 - Papiergramm pro Reisendem
- Welcher Anteil vom Reisepreis bleibt nachher bei den Menschen im Reiseland?
 - ‚Lokale Wertschöpfung‘
- Wie zufrieden sind Mitarbeiter/innen und Kunden?
 - Index Zufriedenheit der MitarbeiterInnen und der Kunden
- Werden die Kunden des Unternehmens ausreichend informiert und sensibilisiert?
 - Index Kundeninformation
- Nachhaltigkeitsindexe in der Supply Chain (Dienstleistungskette)





- **CSR-Beauftragte/n** benennen
- Schwachstellen identifizieren
- Prioritäten setzen
- **Verbesserungsprogramm** entscheiden
- Regelmäßiges Controlling

→ **Kontinuierliche
Nachhaltigkeitsverbesserung**





■ Was ist notwendig?

- Veröffentlichung eines Nachhaltigkeitsberichtes nach den CSR-Berichtsstandards gemäß Leitfaden



■ Managementelemente:

- CSR Leitbild
- CSR Beauftragte/r
- Verbesserungsprogramm

■ Erfüllung von Mindestanforderungen

- 10 Kernindikatoren





- Berufung eines unabhängigen Gutachters durch Zertifizierungsrat
- Gutachter prüft Unternehmen vor Ort (ab 4 MitarbeiterInnen, ansonsten Dokumentenprüfung plus fernmündliche Überprüfung)
- Gutachter erstellt zwei- bis dreiseitigen Prüfbericht



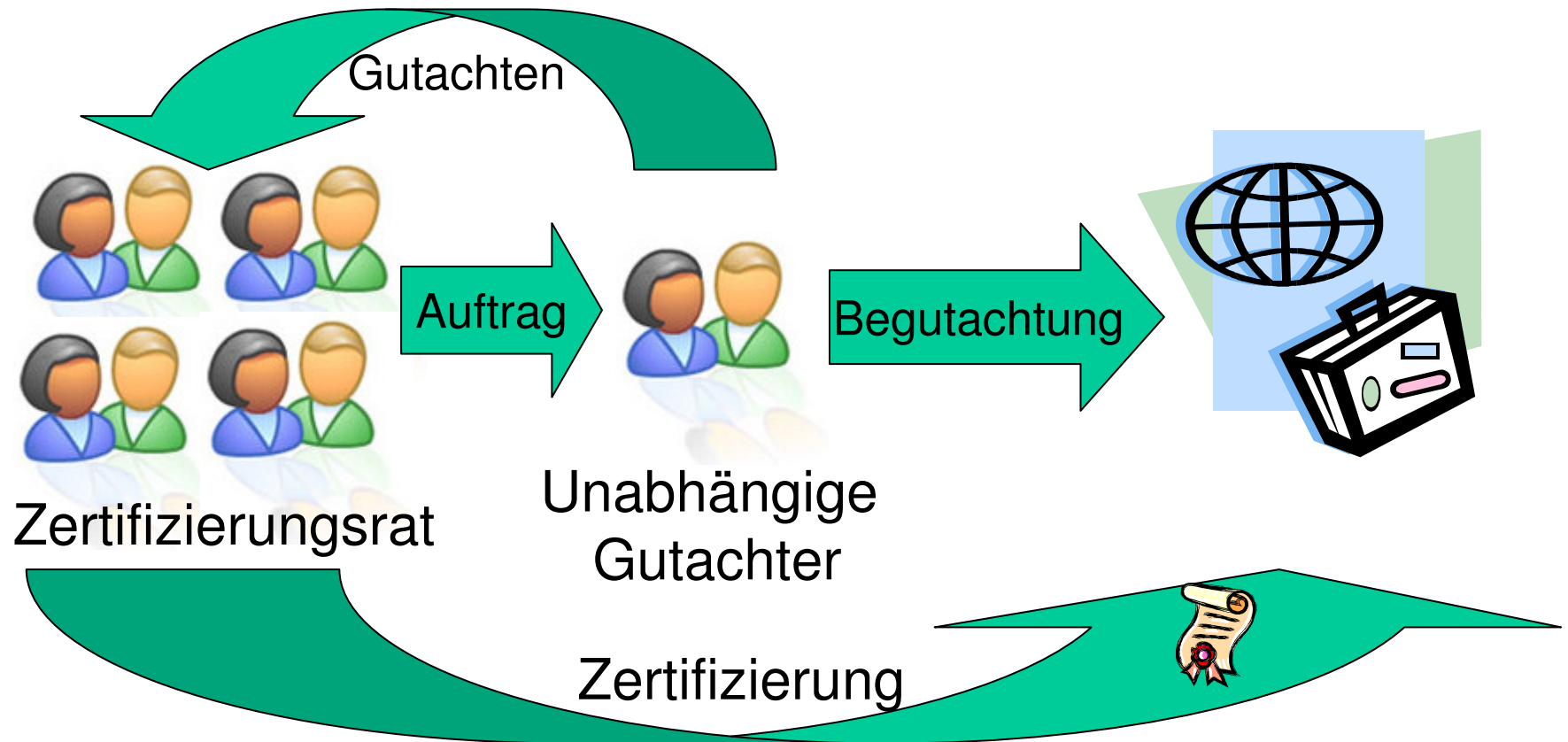
Kernindikatoren



	Indikator
1	CO ₂ Emissionen pro Gast/Tag
2	Unternehmensökologie: CO2 Emissionen pro MA
3	Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt
4	Qualität der Kundeninformation
5	Zufriedenheitsindex Kunden (inkl. Rücklaufquote)
6	Unternehmenskultur: Zufriedenheitsindex der Mitarbeitende
7	Unternehmenserfolg: Cash Flow des Unternehmens
8	Nachhaltigkeitsindex Partneragenturen: Index gesellschaftliche Unternehmensverantwortung
9	Nachhaltigkeitsindex Unterkünfte: Index Arbeitsbedingungen
10	Nachhaltigkeitsindex Reiseleitung: Index soziale Kompetenz



Zertifizierungsprozess



- Erste Re-Zertifizierung nach zwei Jahren
- Sämtliche darauffolgenden Re-Zertifizierungen alle drei Jahre



CSR-zertifizierte Unternehmen





The screenshot shows the TourCert website interface. At the top, there is a navigation bar with the TourCert logo and the tagline "Corporate Social Responsibility in Tourism". Below this, there is a main content area with a sidebar on the left containing a menu of links such as "Home", "CSR-Zertifizierung", "Zertifizierte Unternehmen", "CSR-Prozess", "Reisen zert. Unternehmen", "CSR für Unternehmen", "Zertifizierungsrat", "Termine", "Download", "Über Tourcert", "Login", "Presse", and "Kontakt". The main content area features a section titled "CSR Tourism" with a sub-header "CSR Tourism certified ist eine Auszeichnung für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus." Below this, there is a paragraph explaining the certification process and a list of example questions in German, such as "Wie viel CO2 produzieren die Reisen des Veranstalters im Durchschnitt?" and "Welche Nachhaltigkeitskriterien werden bei der Auswahl von Zielgebieten, Unterkünften, ...". To the right of the main content, there is a sidebar with language selection (UK, DE), font size options (Aa+, Aa, Aa-), and two sections titled "Tuorcet ist online" (note the typo) that describe the certification and provide a link to "mehr". A large red circular seal with the text "CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY CERTIFIED CSR TOURISM" is overlaid on the bottom right of the main content area. At the bottom of the page, there are links for "Sitemap" and "Impressum".





CSR wird konkret und messbar...
...auf der ganzen Linie

