

CSR darf kein Feigenblatt sein

(Bonn / Berlin, 09.03.2009) Label „CSR certified“ bietet Reisenden Entscheidungshilfe

"Die Deutschen sparen zuletzt am Urlaub" – diese langjährige Erfahrung der Tourismusbranche hat ausgedient. Die globale Wirtschafts- und Finanzkrise ist inzwischen auch im Tourismus angekommen und wird wohl auf absehbare Zeit das Denken und Handeln in den Unternehmen bestimmen. Auf der anderen Seite erweisen sich nachhaltige und sozialverantwortliche Reiseangebote offenbar als besonders krisenfest.

Wie viel Spielraum für nachhaltige Reiseangebote bleibt, mit denen Tourismusunternehmen soziale Verantwortung wahrnehmen, wird sich auf der Internationalen Tourismusbörse (ITB) in Berlin zeigen. Immerhin wird das Thema Unternehmensverantwortung (Corporate Social Responsibility, CSR) einen kompletten Veranstaltungstag füllen und auch sonst an zahlreichen Stellen präsent sein. „Nachdem Nachhaltigkeit lange Zeit sehr stark auf Umweltfragen beschränkt war, rücken jetzt endlich auch die sozialen Auswirkungen touristischer Produkte stärker in den Blick“, begrüßt Heinz Fuchs von der Arbeitsstelle TOURISM WATCH im Evangelischen Entwicklungsdienst diese neue Entwicklung.

EED TOURISM WATCH fordert dazu auf, Anspruch und Wirklichkeit von Konzepten der Unternehmensverantwortung in der Praxis zu prüfen: „Häufig werden unter CSR prestigeträchtige Spenden- und Sozialprojekte außerhalb des touristischen Kerngeschäfts aufgelistet. Ob Unternehmen aber eine Kinderschutzpolicy verfolgen, sich dem Klimaschutz verpflichtet haben und die Menschen in den Zielgebieten mehr Mitsprachemöglichkeiten und soziale Rechte haben, steht auf einem anderen Blatt. Das Wort ‚Unternehmensverantwortung‘ darf kein Feigenblatt sein.“

An den Debatten um CSR auf der ITB sind die Menschen, die in Entwicklungs- und Schwellenländern am stärksten unter den Klima-, Finanz- und Wirtschaftskrisen leiden, kaum beteiligt. Internationale Partnerorganisationen des EED aus Brasilien und Indien legen daher sehr viel mehr Gewicht auf die Verantwortlichkeit ihrer Regierungen und auf die Eigeninitiative der lokalen Gemeinschaften, als auf freiwillige Maßnahmen der Unternehmensverantwortung (weitere Informationen in TourismWatch Nr. 54, <http://www.tourism-watch.de/node/1203>).

Als einer der Initiatoren der neu gegründeten Gesellschaft für Zertifizierungen im Tourismus (TourCert) trägt der EED zu mehr Transparenz und Glaubwürdigkeit von CSR-Strategien im Tourismus bei und wird Reisenden mit dem Label „CSR certified“ eine Entscheidungshilfe für die Urlaubsbuchung bieten.

Am Mittwoch, 11. März 2009, 11.00 – 11.45 Uhr, Halle 4.1, Bühne, erhalten im Rahmen der Pilotphase die ersten Reiseveranstalter des "Forum anders reisen" aus der Hand von Prof. Klaus Töpfer erstmals das neue Label „CSR certified“.

Evangelischer
Entwicklungsdienst e. V.
(EED)
Ulrich-von-Hassell-Str. 76
53123 Bonn
www.eed.de

Bei Rückfragen wenden Sie sich bitte an:

Johanna Laible
EED-Pressereferentin
Tel.: 02 28-81 01 – 2503
Fax: 02 28-81 01 – 160

Während der Messe sind in Berlin erreichbar:

Heinz Fuchs
Tel.: 0 173-3176319
Antje Monshausen
Tel.: 0 176-82003259

Um gesellschaftliche Verantwortung geht es auch am Freitag, 13. März 2009, 11.45 – 13.30 Uhr, Halle 4.1 bei der Veranstaltung von EED TOURISM WATCH mit dem Titel „Sonne, Sand und Sustainable Tourism? Corporate Social Responsibility in der Praxis“.

Auf der ITB ist die Arbeitsstelle zusammen mit KATE, Stuttgart am Stand 202 in Halle 4.1. vertreten.

Tourism Watch ist eine Arbeitsstelle des Evangelischen Entwicklungsdienstes und engagiert sich zusammen mit internationalen Partnern für einen nachhaltigen und sozial verantwortlichen Tourismus. Vierteljährlich erscheint der TourismWatch-Informationdienst.