

CSR- Corporate Social Responsibility im Tourismus



TourCert und ISO 26000

Eine vergleichende Übersicht zum CSR-System von TourCert und anderen Zertifizierungssystemen für Tour Operator auf Grundlage der ISO 26000

TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus

Auftraggeber

EED
Tourism Watch - Bonn



Bearbeitung

KATE - Stuttgart
Angela Giraldo – Günter Koschwitz – Ilyta LaCombe



© TourCert

Gliederung



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

1. Einführung und Zielsetzung
2. Definition von CSR
3. ISO 26000 – ein Überblick
4. Nachhaltigkeitsstandards für Tour Operator
 1. TourCert
 2. Travelife
 3. Green Globe
 4. GSTC – Global Sustainable Tourism Criteria
 5. GRI – Global Reporting Initiative
5. Bewertung anhand der sieben ISO-Kernthemen
6. Bewertung der CSR-Wirkung im Unternehmen
7. Fazit und Empfehlungen

Einführung und Zielsetzung



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Zur Verstärkung der Nachhaltigkeit im Tourismus und aus Verantwortung für Kunden und Öffentlichkeit wollen wir mit der Vergleichsstudie die Transparenz über Kriterien, Bewertungsverfahren und die Wirkungspotentiale von CSR-Zertifizierungen in den Unternehmen verbessern.

Es geht dabei weniger darum, welches System ‚besser‘ ist, sondern es sollen die jeweiligen Stärken und Schwächen herausgearbeitet werden, um voneinander zu lernen und um die Zusammenarbeit der unterschiedlichen Nachhaltigkeits-Systeme und Zertifikate qualitativ zu verbessern und damit insgesamt das nachhaltige Wirtschaften im Tourismus zu multiplizieren.

Entwicklungsperspektiven der CSR-Zertifizierungen



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus

- Messbarkeit der Unternehmensperformance im Hinblick auf Nachhaltigkeit wird zunehmend wichtiger
- Aussagekräftige Indikatoren und verlässliche Informationen sind dazu notwendig
- Vielzahl von Bewertungs- und Zertifizierungsmethoden führt zu unscharfen und beliebigen Begriffsdefinitionen
- Verwirrung für Kunden und Öffentlichkeit
- Konkurrierende Bewertungen führen zu Mehraufwand und begrenzen die Handlungspotentiale
- Vereinheitlichung mit belastbaren und vergleichbaren Daten optimiert die CSR-Wirkung



© TourCert

Warum ISO 26000 als Grundlage?



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

- Mit der im November 2010 veröffentlichten ISO 26000 gibt es zum ersten mal eine weltweit gültige Definition von ‚gesellschaftlicher Verantwortung‘
- Es war der aufwändigste Prozess in der Geschichte der ISO (International Organization for Standardization)
- Über 400 Experten aus 99 Ländern haben in 5 Jahren in einem umfassenden Multistakeholder-Dialog die ISO 26000 erarbeitet
- VertreterInnen aus Wirtschaft, Politik, NROs, Konsumentenverbänden und Gewerkschaften aus Nord und Süd waren beteiligt
- Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen und Organisationen (‚SR‘ – Social Responsibility)
- Die ISO 26000 ist keine Managementnorm zur Zertifizierung
- Durch umfassenden Anspruch teils vage Formulierungen
- Dynamischer Ansatz und Einbeziehung von Zulieferern
 - Allerdings: Ansprüche dürfen nicht an den schwächsten Gliedern der Lieferkette hängen bleiben!
- Potentiale zur Etablierung global einheitlicher Standards
 - Zunehmende Dynamik, Kernthemen und Handlungsfelder zu kennen und zu prüfen



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Definition von CSR

CSR-Definition TourCert



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

*Der Beitrag von Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung, indem sie über die gesetzlichen Vorgaben hinaus soziale und ökologische Verantwortung in ihrem **Kerngeschäft** übernehmen.*



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

ISO 26000 Definition



*“The essential characteristic of social responsibility is the willingness of an organization to **incorporate social and environmental considerations** in its decision-making and be **accountable** for the impacts of its decisions and activities on society and the environment.*

TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus

*This implies both **transparent and ethical behaviour** that contributes to **sustainable development**, is in compliance with **applicable law** and is consistent with **international norms** of behaviour.*

*. . . is **integrated throughout the organization**, is practised in its relationships and takes into account the interests of **stakeholders**.”*

Guidance on social responsibility (ISO 26000:2010, 3.3.1)



© TourCert



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



@TourCertert.org

ISO 26000 – ein Überblick

Struktur der ISO 26000

Abschnitt 1
Anwendungsbereich
 Orientierung für alle Arten von Organisationen, unabhängig von ihrer Größe oder ihrem Standort

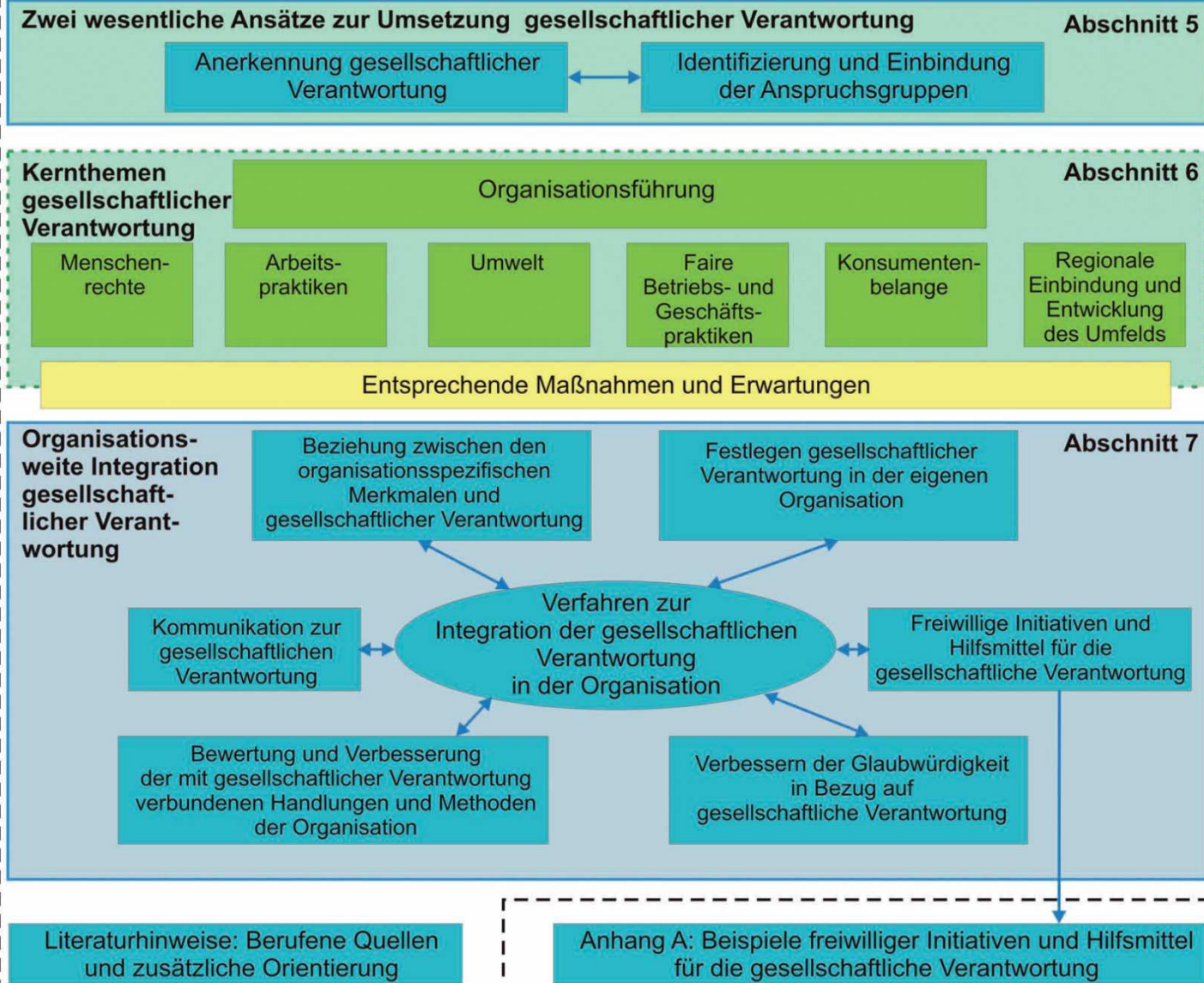
Abschnitt 2
Begriffe
 Definition der Schlüsselbegriffe

Abschnitt 3
Zum Verständnis gesellschaftlicher Verantwortung
 Geschichte und Merkmale, Beziehung zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und nachhaltiger Entwicklung

Abschnitt 4
Grundsätze gesellschaftlicher Verantwortung

- Rechenschaftspflicht
- Transparenz
- Ethisches Verhalten
- Achtung der Interessen der Anspruchsgruppen
- Achtung der Rechtsstaatlichkeit
- Achtung Internationaler Verhaltensstandards
- Achtung der Menschenrechte

© TourCert



Maximierung des Beitrags einer Organisation zur nachhaltigen Entwicklung

7 Kernthemen nach ISO 26000



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Social responsibility: **7** core subjects



Kernthemen und Handlungsfelder nach ISO 26000



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

1. Core subject: Organizational governance

2. Core subject: Human rights

- Issue 1: Due diligence
- Issue 2: Human rights risk situations
- Issue 3: Avoidance of complicity
- Issue 4: Resolving grievances
- Issue 5: Discrimination and vulnerable groups
- Issue 6: Civil and political rights
- Issue 7: Economic, social and cultural rights
- Issue 8: Fundamental principles and rights at work

3. Core subject: Labour practices

- Issue 1: Employment and employment relationships
- Issue 2: Conditions of work and social protection
- Issue 3: Social dialogue
- Issue 4: Health and safety at work
- Issue 5: Human development and training in the workplace

Kernthemen und Handlungsfelder nach ISO 26000



4. Core subject: The environment

- Issue 1: Prevention of pollution
- Issue 2: Sustainable resource use
- Issue 3: Climate change mitigation and adaptation
- Issue 4: Protection of the environment, biodiversity and restoration of natural habitats

5. Core subject: Fair operating practices

- Issue 1: Anti-corruption
- Issue 2: Responsible political involvement
- Issue 3: Fair competition
- Issue 4: Promoting social responsibility in the value chain
- Issue 5: Respect for property rights

TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Kernthemen und Handlungsfelder nach ISO 26000



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

6. Core subject: Consumer issues

- Issue 1: Fair marketing, factual and unbiased information and fair contractual practices
- Issue 2: Protecting consumers' health and safety
- Issue 3: Sustainable consumption
- Issue 4: Consumer service, support, and complaint and dispute resolution
- Issue 5: Consumer data protection and privacy
- Issue 6: Access to essential services
- Issue 7: Education and awareness

7. Core subject: Community involvement and development

- Issue 1: Community involvement
- Issue 2: Education and culture
- Issue 3: Employment creation and skills development
- Issue 4: Technology development and access
- Issue 5: Wealth and income creation
- Issue 6: Health
- Issue 7: Social investment



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Kriterienvergleich der Nachhaltigkeitsstandards und Zertifizierungssysteme für Tour Operator

Nachhaltigkeitsstandards für Tour Operator



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

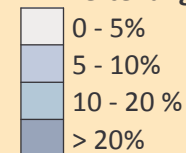
- **TourCert**
Berichtsstandard für KMU vom Oktober 2010
- **Green Globe –**
Green Globe Certification Standard – July 2010 Tour Operators and the Travel Industry
- **Travelife**
Travelife Training - Sustainable Tourism Enterprise

Weitere Referenzsysteme:

- **GSTC – Global Sustainability Tourism Criteria**
- **GRI – Global Reporting Initiative (G3)**

Bewertung anhand der 7 ISO-Kernthemen

Verteilung



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

	TourCert	GreenGlobe	Travellife	GSTC	GRI
Org. Governance	41 (19%)	39 (17%)	14 (10%)	8 (9%)	12 (15%)
Human Rights	22 (10%)	9 (4%)	7 (5%)	12 (14%)	6 (8%)
Labour Practices	28 (13%)	25 (11%)	17 (12%)	10 (12%)	15 (19%)
Environment	73 (33%)	120 (53%)	53 (36%)	33 (38%)	29 (36%)
Fair Operating Practices	12 (5%)	17 (7%)	24 (16%)	7 (8%)	8 (10%)
Consumer Issues	30 (14%)	14 (6%)	23 (16%)	8 (9%)	9 (11%)
Community Involvement	13 (6%)	4 (2%)	8 (5%)	9 (10%)	1 (1%)
Gesamtzahl der Indikatoren	219	228	149	87	80

Erläuterungen zu den Bewertungen



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Anzahl der bewerteten Indikatoren:

- TourCert: 219
- Green Globe: 228
- Travelife: 146
- GRI : 80
- GSTC: 87
- Grundsätzlich spiegelt diese quantitative Auswertung keine qualitativen Aspekte der Zertifizierungssysteme und Standards wider.
- Alle Indikatoren/ Aspekte wurden den Kernthemen der ISO 26000 zugeordnet und gleich gewichtet (Faktor 1).

Erläuterungen zu den Bewertungen



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Beispiele für qualitative Aspekte der Systeme:

- **Travelife:** 16 von 146 Indikatoren verpflichtend, 50 müssen an den ANVR, den niederländischen Reiseverband, übermittelt werden
- **GRI:** 49 Indikatoren verpflichtend, 31 freiwillig
- **Green Globe:** 65 Indikatoren verpflichtend, 163 freiwillig
- Außerdem Unterschiede in der Erhebungsmethodik:
Green Globe und Travelife ausschließlich Ja/ Nein- Fragen
GRI und TourCert eine Mischung aus deskriptiven, quantitativen und qualitativen Indikatoren



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Bewertung der CSR-Wirkung im Unternehmen

Bewertung der CSR-Wirkung im Unternehmen



Die Bewertung durch *quantitativen Vergleich* der Indikatoren auf der Grundlage der ISO 26000 wird ergänzt durch eine vergleichende *qualitative Bewertung* der Wirkung des jeweiligen Systems im Unternehmen:

Mögliche Unterscheidungsmerkmale:

- Grad der dynamischen Verbesserungswirkung
 - **Zeitpunkt –Betrachtung:** Es gelten fixe Standards mit ja/nein-Bewertungen (*Statisches System*)
 - **Zeitraum-Betrachtung:** Leistungsbewertung und kontinuierliche Verbesserung (*Dynamisches System, performance-orientiert*)
- Nach **Themenbereichen:**
 - Umwelt & Soziales & Ökonomie
- Nach **Status des Auditors:**
 - Selbstevaluierung / Internes Audit (First Party)
 - Lieferantenaudit / Partner- oder Verbands-Check (Second Party)
 - Zertifizierungsaudit / unabhängiger Auditor (Third Party)

TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Bewertung der Managementelemente



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

	<i>TourCert</i>	<i>Green Globe</i>	<i>Travelife</i>
Commitment & Unternehmenspolitik			
Bestandsaufnahme & Priorisierung			
Verbesserungsprogramm*			
Zuständigkeiten & Abläufe			
Grad des Einbezugs der Wertschöpfungskette*			
Interne Kommunikation & Schulung			
Externe Kommunikation und Marketing			
Überprüfung & interne CSR-Steuerung			
Nachhaltigkeitsbericht (öffentlich)*			
Externe Zertifizierung (Third Party)*			
Summe			

Bewertung: 0 -3 Punkte, entspricht: überhaupt nicht - wenig - mittel - stark

* aus Sicht von TourCert sollten diese Aspekte doppelt gewichtet werden
max Punktzahl: 42

Qualitätskriterien von Zertifizierungssystemen



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

- Unabhängigkeit in der
 - Kriterienentwicklung
 - Zertifizierung
- Überprüfbarkeit
- Transparenz der Vergabekriterien und –verfahren
- Befristung der Zertifizierung
- Regelmäßige Kontrollen - Sanktionen bei Verstößen
- Qualifikationskriterien und Zulassung der Auditoren
- Qualifizierung der Auditoren
- Öffentliche Registrierung und Nachbetreuung

Fazit und Empfehlungen



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

- In den Kriterien zur Nachhaltigkeitsorientierung im Tourismus gibt es keine fundamentalen Unterschiede
- TourCert hat die ausgewogenste Übereinstimmung mit der ISO 26000 und kann damit als kompatibel mit der ISO 26000 bezeichnet werden
- Die Unterschiede liegen eher in der Methodik und Wirkung im Unternehmen
- Ein wechselseitiger Lernprozess über Stärken und Schwächen ist notwendig und möglich

Impressum



TourCert

Gesellschaft für Zertifizierung
im Tourismus



© TourCert

Die Vergleichsstudie wurde im Auftrag der

EED Arbeitsstelle Tourism Watch

Ulrich-von-Hassell-Straße 76

5323 Bonn

www.tourism-watch.de

Tourism-watch@eed.de

Tel. 0228/8101-2303

realisiert von

KATE

Kontaktstelle Umwelt und Entwicklung

Blumenstraße 19

70182 Stuttgart

www.kate-stuttgart.org

info@kate-stuttgart.org

Tel. 0711/248397-0

für

TourCert

die Gesellschaft für Zertifizierungen im Tourismus

c/o KATE , Stuttgart

Gesellschafter:

Evangelischer Entwicklungsdienst (EED), Bonn

Hochschule für Nachhaltige Entwicklung Eberswalde

Kate, Stuttgart

Naturfreunde Internationale, Wien

Geschäftsführer: Günter Koschwitz

Bonn/Stuttgart, Januar 2011