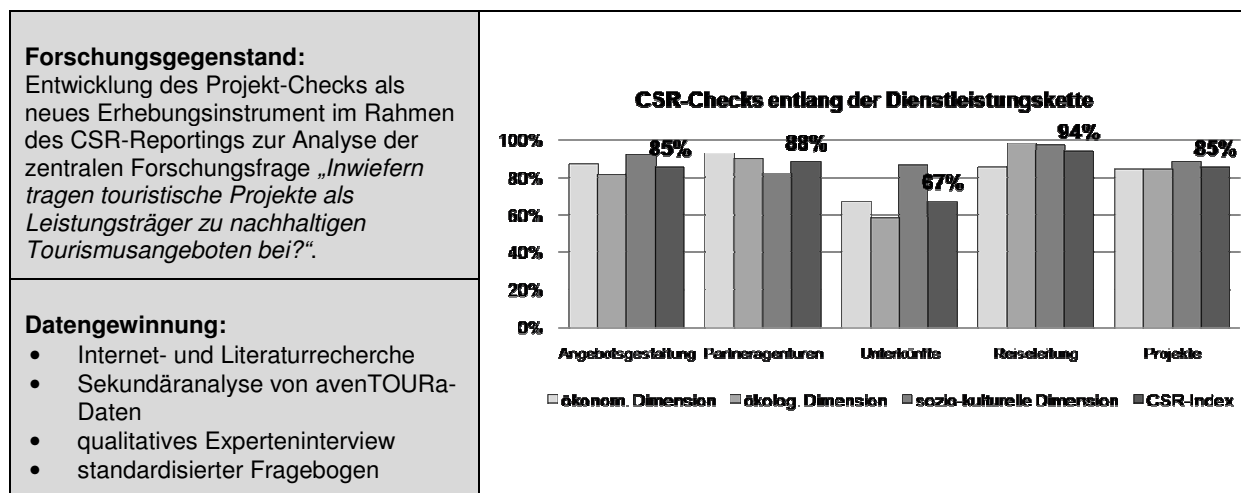


Diplom-Geographin Anne Dorweiler

## Corporate Social Responsibility (CSR) und Projektarbeit zur Förderung des nachhaltigen Tourismus in Lateinamerika



Vor dem Hintergrund der Chancen und Risiken des Entwicklungsländertourismus gewinnt die gesellschaftliche Verantwortung von Tourismusunternehmen (CSR) an Bedeutung. Community-based-Tourism-Projekte gelten als erfolgsversprechende Möglichkeit, den ökologischen, ökonomischen und sozio-kulturellen Ansprüchen der CSR gerecht zu werden und die Chancen des Entwicklungsländertourismus maximal zu nutzen.

Als problematisch stellt sich jedoch immer wieder die Freiwilligkeit des CSR-Ansatzes heraus, die in eine beliebige Auslegung des Konzeptes umschwenken kann. Auch bei der Reflexion bestehender Ansätze, wie den Leitlinien der OECD oder der Global Reporting Initiative, fallen fehlende Verbindlichkeit und mangelnde Anwendbarkeit in KMU auf. Die Kriterien des CSR-Reportings von TourCert hingegen werden durch das Gütesiegel „CSR Tourism certified“ verbindlich. Zur Erweiterung dieses CSR-Berichtswesens entlang der Dienstleistungskette wird der Projekt-Check unter Einbezug der besonderen Charakteristika von CBT-Projekten konzipiert.

Die sieben exemplarisch untersuchten Partnerprojekte des Reiseveranstalters avenTOURa schneiden in dieser Evaluation in allen Dimensionen mit Werten von über 80% gleichmäßig gut ab. Hinsichtlich der sozio-kulturellen Aspekte ist eine leicht höhere Bewertung zu verzeichnen und auf diese Dimension wird in der Untersuchung besonderen Wert gelegt, was sich auch in der stärkeren Gewichtung bei der Berechnung des CSR-Indexes für Projekte widerspiegelt.

Gegenüber den anderen CSR-Checks erzielen die Projekte jedoch kein überdurchschnittliches Ergebnis. Damit ist anhand der Studie nicht eindeutig zu belegen, dass CBT-Projekte einen signifikant höheren Beitrag zu nachhaltigen Tourismusangeboten leisten als andere Leistungsträger. Allerdings ist bei allen Checks mangelnde Objektivität der Bewertungen zu kritisieren. Als Handlungsoption wird hier der Einsatz von Kunden zur Durchführung des Checks vorgeschlagen. Die Betrachtung der Nachfrageseite, v.a. der LOHAS, stellt ein intensives Interesse der Kunden an interkultureller Begegnung und gesellschaftlich verantwortungsvollen Konzepten fest. Sie eignen sich daher gut, um eine unabhängige Bewertung der Projekte abzugeben. Wird die Objektivität so zukünftig gesteigert, kann der Projekt-Check als Zusatzmodul eine wertvolle Erweiterung des CSR-Reportings im Tourismus darstellen.

„Zur umfassenden Messung der komplexen Wirkungen des Tourismus in Entwicklungsländern sind über den Projekt-Check hinaus weitere Instrumente zu entwickeln. Für die KMU der Tourismusbranche ist das CSR-Reporting inklusive des Projekt-Checks jedoch ein gelungener Ansatz.“