

Travelport kennzeichnet zertifizierte Anbieter in CETS und PowerSearch



Travelport kennzeichnet zertifizierte Anbieter in CETS und PowerSearch

Zum Start über 3.500 zertifizierte Angebote weltweit verfügbar.



Travelport, ein führendes Technologie-Unternehmen für die globale Reiseindustrie, hat bekannt gegeben, dass Reisebüros ab sofort über das touristische Buchungssystem CETS und die integrierte Suchmaschine PowerSearch gezielt nach Angeboten suchen können, die von neutraler Stelle für Nachhaltigkeit zertifiziert sind. Damit erhalten Reiseveranstalter, Reisebüros und Konsumenten erstmals einen umfassenden und zuverlässigen Überblick zu nachhaltigen, verfügbaren Urlaubsangeboten. Der neue Service ist für die Reisebüros kostenfrei und steht allen CETS-Nutzern in Österreich, der Schweiz, Deutschland, Ungarn, Tschechien, der Slowakei und Slowenien zur Verfügung.

Damit Reisebüromitarbeiter bei der Beratung ihrer Kunden schnell zertifizierte Angebote identifizieren können, die über entsprechende Gütesiegel verfügen, hat Travelport zur Kennzeichnung ein neues Symbol eingeführt: ein Auge mit der Erdkugel anstelle der Iris, das direkt neben dem Leistungsträger auftaucht. Per Mouseover lässt sich sofort sehen, durch wen das Angebot zertifiziert wurde, und per Klick erscheinen in einem neuen Fenster alle wichtigen Einzelheiten dazu. Es ist zudem möglich, sich bei einer Suche ausschließlich nachhaltige Hotels anzeigen zu lassen. Insgesamt stehen aktuell über 3.500 zertifizierte Angebote über CETS und PowerSearch zur Verfügung, derzeit in erster Linie Hotels, aber auch Campingplätze. Die Anzahl wird in den kommenden Wochen und Monaten kontinuierlich wachsen und auch durch zertifizierte Angebote aus anderen Bereichen wie Restaurants, Attraktionen, Geschäfte sowie um Transport- und Mobilitätsanbieter erweitert.

Know-how zu Nachhaltigkeit bringt Reisebüros Vorteile im Verkauf

„Nachhaltigkeit und insbesondere der Schutz der Umwelt gehen jeden etwas an, gerade auch in der Reisebranche. Wir wollen hier ein zukunftsweisendes Zeichen setzen, indem wir einen wirkungsvollen Beitrag zum Erreichen der Ziele der Agenda 2030 der Vereinten Nationen leisten und vor allem Punkt 12 ‚nachhaltige/r Konsum und Produktion‘ fördern“,

erläutert Dieter Rumpel, Travelports Managing Director Germany, Austria & Switzerland. „Aus vielen Gesprächen mit Reiseveranstaltern und Reisebüros, aber auch mit den Anbietern, wissen wir, dass im Markt der Bedarf an einer transparenten und seriösen Lösung, wie wir sie jetzt bieten, enorm groß ist. Jüngste wissenschaftliche Studien belegen darüber hinaus, dass das Thema Nachhaltigkeit bei den Verbrauchern trotz Corona-Krise nach wie vor einen sehr hohen Stellenwert besitzt, auch beim Reisen. Reisebüros, die hier entsprechend beraten können, tun nicht nur etwas Gutes für die Umwelt, sondern haben auch einen klaren Vorteil.“

Zertifizierungen ausschließlich gemäß den vom Global Sustainable Tourism Council

(GSTC) definierten Nachhaltigkeitssäulen

Gerade beim Thema Nachhaltigkeit sind Transparenz und Glaubwürdigkeit entscheidend. Deshalb nimmt Travelport in CETS ausschließlich führende, international anerkannte Gütesiegel (GSTC recognised) sowie nationale, offiziell anerkannte Nachhaltigkeits-Labels auf, die strenge Zertifizierungsverfahren erfüllen und einer unabhängigen Prüfung vor Ort unterliegen. Basierend auf den vier vom GSTC definierten Säulen „Nachhaltiges Management“, „Sozioökonomische Aspekte“, „Kulturelle Aspekte“ und „Umweltaspekte“ werden die Gütesiegel für eine oder mehrere Säulen vergeben. So sehen die Reisebüros ganz klar, welche Bereiche eines Anbieters durch wen bewertet und zertifiziert wurden. Der Kunde kann sich somit voll und ganz darauf verlassen, dass die in CETS als nachhaltig geführten Angebote auch tatsächlich welche sind.

„Umwelt“ als Mindestanforderung

Die als nachhaltig gekennzeichneten Angebote in CETS und PowerSearch schonen mindestens die Dimension Umwelt und/oder beachten die Menschenrechte in besonderer Weise oder bringen den Einheimischen der besuchten Region wirtschaftlichen Nutzen. Travelport kennzeichnet jedoch ausschließlich Angebote, die zumindest im Bereich Umwelt ein Label besitzen.

Zusammenarbeit mit Ecotrans

Bei dem Projekt arbeitet Travelport eng mit dem europäischen Netzwerk Ecotrans zusammen, dessen Mitglieder sich intensiv für eine nachhaltige Tourismusedwicklung einsetzen. Gemeinsam mit der Europäischen Umweltagentur (EEA) und weiteren Partnerorganisationen hat Ecotrans das unabhängige Informations- und Netzwerk-Portal Tourism2030 (ehemals DestiNet) entwickelt. Entsprechend übermittelt Ecotrans die Daten aus Tourism2030 an Travelport zur Darstellung in CETS und PowerSearch, wobei die Daten zwecks Vergleichbarkeit in einem einheitlichen Format zur Verfügung gestellt werden. Zum Auftakt integriert Travelport bereits mehr als 25 Gütesiegel (eine Übersicht befindet sich im Anhang zur Pressemitteilung). Weitere Qualitäts-Labels und deren zertifizierte Dienstleistungen sowie Destinationen folgen in Kürze. Auch sollen zusätzliche nachhaltigkeitsrelevante Reiseinformationen im System dargestellt werden.

„Die Integration der qualitativ hochwertigen und international anerkannten Gütesiegel in CETS und PowerSearch sind ein Meilenstein für den Reisevertrieb. Niemals zuvor war es möglich, so gezielt und zuverlässig nachhaltige Reiseangebote zu finden, miteinander zu vergleichen und zu buchen. Wir wollen damit auch die Marktposition all jener stärken, die sich in diesem Bereich bereits engagieren, sowie allen anderen einen zusätzlichen Anreiz bieten, mehr für die Umwelt sowie die Menschen zu tun und sich dafür auch zertifizieren zu lassen“, so Thomas Zankel, Head of Travelport CETS. „Die Reisebüros haben es jetzt selbst in der Hand, im Reisebereich den nachhaltigen Konsum zu fördern und sich damit auch zu profilieren. Auf Basis verlässlicher Fakten können sie veranstalterübergreifend ihre Kunden beraten und einen wertvollen Beitrag dazu leisten, dass sich der Nachhaltigkeitsgedanke bei ihren Kunden und zugleich in der Reisebranche, insbesondere

bei den vielen Anbietern vor Ort, immer mehr festigt. Nachhaltigkeit ist einer großen und immer stetig wachsenden Verbrauchergruppe gegenüber ein wichtiges Verkaufsargument.“

Bildnachweis: © Travelport