



ECHTE ERLEBNISSE

REISEN MIT SINNEN

Nachhaltigkeitsbericht 01.07.2017 - 30.06.2018

REISEN MIT SINNEN
Pardon/Heider Touristik GmbH



Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist entsprechend
den Berichtsstandards von TourCert erstellt
und von unabhängigen Gutachtern überprüft.

www.tourcert.org

Impressum

REISEN MIT SINNEN
Pardon/Heider Touristik GmbH
Erfurter Str. 23
44143 Dortmund

0049 (0)231 589792-0
info@reisenmitsinnen.de
www.reisenmitsinnen.de

Michaela Merkel
Head of Sales, Stellv. Geschäftsführung, CSR-Beauftragte
0049 (0)231 589792-15
michaela.merkel@reisenmitsinnen.de

Jahr der Datenerfassung ist das Geschäftsjahr 2017/2018: 01.07.2017 – 30.06.2018

VORWORT

Auf unserem Weg zu einem nachhaltigen und qualitätsbewussten Tourismus

REISEN MIT SINNEN ist schon seit über 20 Jahren aktiv dabei nachhaltige Impulse im internationalen Tourismus zu setzen.

2016 haben wir unser Unternehmen mit allerlei Maßnahmen neu justiert – dazu gehört das Rebranding. Wir haben die erfolgreiche Marke ONE WORLD Reisen mit Sinnen durch REISEN MIT SINNEN ersetzt. Wir glauben, dass wir mit diesem Brand uns noch klarer positionieren. Dabei möchten wir weg von touristischen Klischees und Weichzeichnern aus wirtschaftlichen Interessen.

Zudem haben wir unsere Qualitätsprozesse überprüft, geändert und neue Standards gesetzt. Ich rede bewusst über Qualität und nicht über Nachhaltigkeit. Für uns ist Nachhaltigkeit eine nicht verrückbare Säule der Produktqualität. Unserer Überzeugung nach, ist Integrität notwendige Bedingung für Qualität und Nachhaltigkeit im Tourismus.

Eine touristische Dienstleistung ist ein Versprechen, das spätestens bei der Realisierung der Reise eingelöst wird. Wenn „die Stunde der Wahrheit“ kommt, stellt sich für den Kunden die Frage, ob die qualitativ hochwertige und nachhaltige Reise auch tatsächlich so ist, wie sie ihm im Katalog, bei der Reiseberatung oder im Angebot versprochen wurde. Qualität ist ein Versprechen für das die Marke REISEN MIT SINNEN verantwortlich ist. Dieses Qualitätsversprechen zu halten, verlangt von allen Mitarbeitenden und Leistungsträgern Integrität und Authentizität im täglichen Handeln, denn ohne diese Werte bleibt ein verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reisekonzept bei gleichbleibend hoher Qualität seelen- und wirkungslos.

In der Reisebranche fehlt es nicht an negativen Beispielen, die bei genauem Hinsehen aus mangelnder Integrität resultieren. Dabei geht es nicht nur um spektakuläre Betrugsfälle, die das Vertrauen der Reisekunden nachhaltig erschüttern oder um klischeehafte, unrealistische Darstellung der Produkte. Es geht um eine nachhaltige Entwicklung bei gleichzeitig hoher Produktqualität. Trotz jahrzehntelangen, ernsthaften Bemühungen um einen nachhaltigen, sanften Tourismus sind wenig nennenswerte Erfolge zu verzeichnen. Änderungen des Kundenverhaltens und des Bewusstseins Richtung ökologischer und sozialer Verantwortung sind oft anderen Kriterien untergeordnet. Der Preis ist häufig das bestimmende Merkmal, gefolgt von einem vermeintlichen Luxus und Prestigegedanken.



Kai Pardon
Gründer & Geschäftsführer



INHALTSVERZEICHNIS

ALLGEMEINE INFORMATIONEN	5
KERNINDIKATOREN.....	5
1. UNTERNEHMENSPORTRAIT	6
1.1 Unternehmensdaten	6
1.2 Reisephilosophie.....	6
1.3 Leitbild.....	8
1.4 Engagement.....	9
1.5 Qualitätsmanagement	10
1.6 Teamwork.....	10
2. Management	11
2.1 Unternehmenszweige.....	11
2.2 CSR-Management	11
2.3 Legal Compliance.....	11
2.4 Supplier Code of Conduct.....	11
2.5 Menschenrechtliche Sorgfalt und Kinderschutzkodex	11
2.6 Stakeholdermap.....	12
2.7 Information und Kommunikation.....	13
2.8 Vorschlagswesen und Verbesserungs-management.....	13
3. Wirtschaftsdaten.....	14
3.1 Umsatz	14
3.2 Ausgaben	15
4. Reiseangebote.....	16
4.1 Angebotsportfolio	16
4.2 Produktgestaltung.....	17
4.3 CO ₂ -Emissionen der untersuchten Reisen	18
4.4 CO ₂ -Kompensation aller Reisen.....	18
5. Kunden	19
5.1 Kundenzufriedenheit	19
5.2 Kundeninformation	19
6. Mitarbeitende	20
6.1 Beschäftigtenstruktur	20
6.2 Personalentwicklung	20
6.3 Arbeitsbedingungen	20
6.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit.....	21
7. Betriebsökologie	22
7.1 Energie	22
7.2 Dienstreisen	22
7.3 Papier	22
8. Leistungsträger.....	23
8.1 Partneragenturen.....	23
8.2 Unterkünfte	23
8.3 Reiseleiter	23
8.4 Geschäftspartner	24
9. Community Involvement.....	25

ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalent)	Anz	15,5
Gesamtübernachtungen	Anz	22.500
Gesamtreisende	Anz	3.150

KERNINDIKATOREN

Anteil der Ausgaben, die ins Reiseland fließen	%	51,0
CO ₂ pro Gast und Übernachtung (Kapverden und Vietnam)	kg	304,04
Durch Kompensation eingespartes CO ₂ (Gesamtunternehmen)	t	99.938,5
CSR-Index Kundeninformation	%	68
CSR-Index Mitarbeitende	%	80
CSR-Index Produktgestaltung	%	79
CSR-Index Partneragenturen	%	80
CSR-Index Reiseleiter/innen	%	89
CSR-Index Geschäftspartner	%	80

51 % der Ausgaben fließen bei REISEN MIT SINNEN direkt in die Reiseländer und verbleiben auch dort.

1. UNTERNEHMENSPORTRAIT

1.1 Unternehmensdaten

REISEN MIT SINNEN, ehemals ONE WORLD Reisen mit Sinnen, wurde 1995 gegründet und gilt in der Branche als innovativer, ungewöhnlicher Spezialveranstalter. Nicht umsonst sind wir Exklusivpartner von ZEIT REISEN, dem Reformhaus und der TAZ. Seit Bestehen wurde das Unternehmen mit 21 Tourismuspreisen ausgezeichnet. REISEN MIT SINNEN war zudem 1998 aktiv an der Gründung des Dachverbandes forum anders reisen e.V. beteiligt. REISEN MIT SINNEN-Chef Kai Pardon ist seit 2012 wieder aktives Vorstandsmitglied.



Kai Pardon gründete die Firma 1995. Seine Biografie führte ihn sehr konsequent zur Gründung eines ambitionierten Reiseunternehmens. Das Studium der Raumplanung an der Uni Dortmund brachte ihn nur scheinbar von seiner späteren Berufswelt ab: Er lebte und forschte über Monate bei den Iban, ehemaligen Kopffägern, lernte die malaiische Sprache und schrieb seine Diplomarbeit zum Thema „Borneo - Auswirkungen des Tourismus auf Altvölker und Entwicklung eines behutsamen Tourismuskonzepts“.

Seit 2009 ist REISEN MIT SINNEN mit dem Corporate Social Responsibility-Siegel (CSR) zertifiziert, und das sogar als einer der ersten Reiseveranstalter in ganz Deutschland.

1.2 Reisephilosophie

Die Idee

Aufmerksam sein für die Dinge und Menschen, die einen umgeben, wahrnehmen, dass der Aufenthalt in der Natur mehr Luxus bereithält als der im 5-

Sterne-Hotel – so definieren wir REISEN MIT SINNEN. Mit viel Spaß und voller Intensität tauchen wir ein in unsere Zielregionen. Was wir dort an neuen Blickwinkeln oft abseits der klassischen Touristenattraktionen entdecken, geben wir auf unseren Reisen an unsere Gäste weiter. So nehmen wir teil am authentischen Alltagsleben, an ursprünglichen Traditionen, sind mittendrin in einer fremden Welt – und können uns dabei komplett entspannen.

Unsere Reisen sind nah dran an der Natur und an den Menschen. Sie verknüpfen Aktivitäten und Entdeckungen mit viel Genuss. Unsere Gäste haben die Möglichkeit sich aktiv mit einzubringen – beim Kochkurs auf dem südafrikanischen Weingut, beim Affenspielzeugbasteln im Tierschutzprojekt oder bei der Ernte auf Vietnams Reisfeldern. Was man selbst mit allen Sinnen erlebt hat, wirkt lange nach.

Unser Bestreben einen schonenderen, bewussten oder nachhaltigeren Tourismus zu betreiben ist seit Gründung von REISEN MIT SINNEN vor 23 Jahren Motivation für das tägliche Geschäft. Wir sehen und übernehmen Verantwortung für das, was wir tun. Reisen wirkt auf Umwelt und Gesellschaft. Genau hier setzen wir an. Wir minimieren negative Auswirkungen und fördern das Positive. Wir sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit eine wichtige Säule der Qualität darstellt. Diese Erkenntnis hilft uns dabei Standards zu setzen, wenn wir Destinationen, Unterkünfte und andere Inhalte für Ihre Reise auswählen.



Aktiv unterwegs sein

Reisen sind Erlebnisse. Wir betrachten Berge und Seen nicht nur durch die Windschutzscheibe. Wir möchten, dass unsere Gäste das Gehölz unter den Sohlen knacken hören, dass sie spüren, wie

erfrischend ein Sprung ins kühle Nass nach einer Wanderung ist oder wie es sich anfühlt, auf einem Kamelrücken durch die Mongolei zu schaukeln. Aktivitäten machen eine Reise für uns bewegend.

Natürlich kommen wir dabei auch der lokalen Bevölkerung nahe, machen Begegnungen auf Augenhöhe und lernen so ganz neue Blickwinkel und Perspektiven kennen. So treffen wir auf Fogo den Cheftrommler Valdomiro, erfahren beim Kochkurs in Laos die Geheimnisse der asiatischen Küche oder lassen uns von chilenischen Ureinwohnern den Sternenhimmel erklären. Immer dabei: unsere ausgezeichneten Reiseleiter, die unsere Gäste jederzeit dabei unterstützen, Hindernisse und Kommunikationsbarrieren zu überwinden.

FAIR verreisen

Urlaubserlebnisse sind oft flüchtig – kaum hat einen der Alltag wieder, verblassen die Erinnerungen. Durch unsere Form des Reisens hoffen wir, dass Sie die schönste Zeit des Jahres nicht so schnell wieder vergessen. So wie wir in Ihrem Gedächtnis lange präsent bleiben möchten, so setzen wir uns dafür ein, dass auch umgekehrt die Urlauber einen Eindruck in dem bereisten Land hinterlassen. Dafür binden wir nachhaltig arbeitende Organisationen vor Ort in unsere Tour-Programme ein, Initiativen, deren Mitarbeiter unmittelbar von Ihrem Besuch profitieren. Sie erhalten finanzielle Zuwendung, aber erfahren auch Interesse an ihren Anliegen.



Durch mehr Bewusstsein und Aufmerksamkeit kann viel erreicht und die Verhältnisse zum Positiven verändert werden. Das mag mit einem Projekt für ökologischen Landbau und einem Schulungszentrum für Jugendliche in Sri Lanka beginnen und hört bei der CO₂-Kompensation durch Klimainitiativen noch lange nicht auf. Gemeinsam

mit unseren Gästen engagieren wir uns für einen zukunftsweisenden Tourismus mit Respekt und auf Augenhöhe der lokalen Bevölkerung.

Hochwertig und genussvoll reisen

Rückhaltlos genießen, aus dem Vollen schöpfen, Reiseschätze heben, mittendrin sein – wir bieten unseren Gästen einzigartige Momente. Momente, die effektiv in Erinnerung bleiben, weil sie so besonders waren, sich unerwartete Gespräche ergaben und unsere Gäste sich selbst mit einbringen konnten.



Wir genießen den Bummel über den Markt, bei dem wir die regionalen Zutaten auswählen, bevor wir mit dem São-Toméischen Fernsehkoch unser eigenes Süppchen kochen. Unsere Gäste nehmen die Düfte der Plantage wahr, während uns Farmmitarbeiter erklären, wie das Projekt so tickt. Wir riechen den harzigen Geruch der Bäume oder das samtige Bukett der Blumen, während wir mit unserem erfahrenen Guide auf Abenteuerpfaden wandern und wandeln.

Unsere Reiseleitung kennt ihre Gegend wie ihre Westentasche und ermöglicht durch ihre Detailkenntnisse Erlebnisse jenseits ausgelatschter Wege.

Integrität ist der Schlüssel zum Erfolg!

1.3 Leitbild

Zukunftsorientierte Tourismus-Entwicklung

Sozialverantwortlich und umweltfreundlich sollen unsere Reisen sein. Dazu gehört die Beteiligung der lokalen Bevölkerung an der Ausgestaltung. Die wirtschaftlichen Erträge sollen den Menschen in den Zielgebieten zugutekommen. Wir zahlen vor Ort angemessene Preise und Löhne, die zur Entwicklung des Gemeinwohls beitragen.



Kompetente, individuelle Beratung

Wir kennen unsere Reiseziele aus dem Effeff und halten engen Kontakt zu unseren Partnern vor Ort. Unsere Leistungsträger unterschreiben einen umfassenden Rahmenvertrag sowie unseren Code of Conduct. Die schönsten Wochen des Jahres liegen uns am Herzen. Natürlich. Unsere Gäste vertrauen uns. Und wir möchten das mit hoher Qualität und Wertschätzung zurückgeben.

Integer, aktuell & transparent

Wir versprechen nicht das Blaue vom Himmel und wir schenken reinen Wein ein. Nichts ist schlimmer, als wenn Gäste mit falschen Erwartungen eine Reise antreten. Jede unserer Reisen läuft durch eine interne Qualitätskontrolle. Wir checken, ob das Produkt zu unserem REISEN MIT SINNEN-Reisestil passt.

Abwechslungsreich & Aktiv

Mal geht es ein Stück des Weges mit dem Ochsenkarren durch Myanmar oder mit dem Drahtesel durch Venetien. Aktive Entspannung nennen wir das. Wir wandern über die Kapverden oder im Himalaja. Bewegung tut gut und macht den

Kopf frei. Unsere Routen sind intelligent – lange Busfahrten sind die Ausnahme.

Echte Erlebnisse

Unsere Reisen haben den Anspruch, mit unseren Gästen die vielfältigen Realitäten in den Zielgebieten zu erleben. Wir steuern dabei niemals nur die Kulissen an. Wir gehen mit nicht in All-Inclusive-Hotels oder ins folkloristische Touristendorf. Wenn wir indigene Völker besuchen, wissen wir, was wir tun und haben das gewissenhaft vorbereitet. Es ist der Respekt zwischen den Menschen vor Ort und uns, der zählt.

Erfahrene Reiseleitung

Mit der Reiseleitung kann eine Reise stehen oder fallen. Das mussten wir natürlich schon erleben. Wo Menschen arbeiten, passieren Fehler. Wo Menschen zusammenkommen, kann es sein, dass die Chemie nicht stimmt. Umso mehr Bedacht zeigen wir bei der Auswahl der Menschen, die unsere Gäste vor Ort begleiten. In regelmäßigen Qualifizierungsworkshops werden unsere Guides auf Herz und Nieren geprüft.

Gut schlafen & essen

Wir wissen, wie wichtig entspannter Schlaf auf Reisen ist. Nur ausgeschlafen können unsere Gäste alle Erlebnisse wertschätzen und genießen. Auch die Wahl der Restaurants ist uns enorm wichtig: gesundes, gutes Essen für Genuss. Wir bevorzugen Hotels und Restaurants in einheimischer Hand. Das Ambiente hat für uns einen höheren Stellenwert als die Sterne. Einfache Übernachtungen in Jurte, Baumhaus oder Privatunterkunft sind oft Teil einer Reise.

Klein und besonders fein

Uns macht es auch keinen Spaß, mit großen Gruppen auf Reisen zu sein. Unsere Gruppenreisen finden tlw. ab vier Gästen statt. Maximal nehmen wir, je nach Reisestil 8, 12 oder 14 Gäste mit. Das bringt mehr Flexibilität und Erlebnis-Mehrwert.

Das REISEN MIT SINNEN-Team

Ein respektvoller, unterstützender und ehrlicher Umgang ist uns sehr wichtig. Montags bis freitags haben wir füreinander ein offenes Ohr und greifen

uns unter die Arme, wenn es nötig ist. Unser Team ist unser Erfolg.

1.4 Engagement

forum anders reisen e.V.

Das forum anders reisen e.V. ist ein Verband kleiner und mittelständischer Reiseveranstalter, der sich aktiv für eine sinnvoll gestaltete Zukunft im Tourismus einsetzt. Die etwa 130 Mitglieder legen bei ihren Produkten Wert auf die Belange der Umwelt und der Menschen in den bereisten Ländern. REISEN MIT SINNEN war von Anfang an, seit 1998, bei der Entwicklung des Verbandes beteiligt. Der REISEN MIT SINNEN-Gründer, Kai Pardon, ist Gründungs- und Vorstandsmitglied.

Kinderschutz im Tourismus

Wir bekennen uns ausdrücklich zum Schutz der Kinder vor sexueller und wirtschaftlicher Ausbeutung in den Reisedestinationen und sind eingetragenes Mitglied des Code of Conduct.

Umweltschutz – Kompensation mit atmosfair

Flugreisen belasten die Umwelt stark durch den Ausstoß von CO₂. Ein Flug nach Asien zum Beispiel verursacht eine dreimal so hohe CO₂-Emission wie ein Jahr Autofahren (ca. 15.000 km).

Unsere Erdatmosphäre verträgt jedoch nur eine bestimmte Menge an Kohlendioxid. Um diese Emission auszugleichen, können Flugpassagiere freiwillig einen vor allem von den Flugkilometern abhängigen Klimaschutzbeitrag an die Klimaschutzorganisation atmosfair zahlen. Dieser wird hauptsächlich in sich entwickelnden Ländern dazu verwendet, erneuerbare Energien auszubauen oder eine effiziente Modernisierung zu finanzieren.

Durch das Engagement von atmosfair kann CO₂ eingespart werden. Gleichzeitig profitieren die Menschen vor Ort, da sie häufig zum ersten Mal Zugang zu sauberer und ständig verfügbarer Energie erhalten. Das ist eine wichtige Voraussetzung für Entwicklung, Bildung und Chancengleichheit.

Es ist uns ein Herzensanliegen, die NGO atmosfair zu unterstützen, die 2003 auf Initiative des forum

anders reisen e.V. in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Umwelt entstanden ist.

Gemeinsam mit unseren Gästen tun wir was. In Europa und bei unseren weltweiten LuxusNatur-Reisen kompensieren wir bereits das durch den Flug und die Transfers vor Ort entstehende CO₂ komplett. Die Kompensation ist also bereits inklusive.



Bei allen anderen Fernreisen, sowie den individuellen Reisen unterstützen wir das Engagement unserer Gäste. Wir übernehmen 50 % der Kompensationskosten für die Reise und möchten unsere Gäste bitten, die anderen 50 % der Kosten zu übernehmen. Hiermit setzen wir gemeinsam mit unseren Gästen ein Zeichen für den internationalen Klimaschutz. Selbstverständlich fließt unser Anteil nicht in den Reisepreis des Gastes ein.

Artenschutz

Als nachhaltiger Reiseveranstalter liegt uns der Schutz unserer Natur besonders am Herzen. Umso mehr freuen wir uns darüber, dass wir ab sofort die Biodiversity Foundation unterstützen, die sich für die Bekämpfung des globalen Artensterbens einsetzt.

Die Erde erlebt den größten Artenschwund seit dem Aussterben der Dinosaurier. Doch der Erhalt der globalen Artenvielfalt ist existenziell für uns Menschen, denn ohne Biodiversität hat der Mensch keine Zukunft auf Erden. UN-Botschafter und Tierfilmer Dirk Steffens hat daher das internationale Projekt #6 Fighting Extinction initiiert, um die breite Öffentlichkeit und die Politik wachzurütteln und das wichtigste Thema unserer Zeit in den Mittelpunkt zu rücken.

Der Erhalt der Biodiversität, also dem Zusammenspiel von Myriaden kleiner und großer Lebewesen, ist die wohl größte Herausforderung, der sich die Menschheit in diesem Jahrhundert gegenüber sieht. Denn: wir befinden uns derzeit

nahezu unaufhaltsam mitten im 6. Massensterben der Erdgeschichte. Seit 1970 hat sich die Zahl der Wirbeltiere weltweit bereits mehr als halbiert.



Um das Projekt #6 voranzutreiben, hat Dirk Steffens gemeinsam mit seiner Frau Ingrid die Stiftung Biodiversity Foundation gegründet.

Vielfache Projekte weltweit

Auf unseren Reisen besuchen wir eine Vielzahl von kleineren sozialen oder ökologischen Projekten weltweit: Delta Cultura (Kapverden), Seeing Hands (Vietnam), Uxo Lao (Laos), Borneo Oranutan Survival (Malaysia), Africa Amini Alama (Tansania), u.v.m.

1.5 Qualitätsmanagement

Wir haben bei REISEN MIT SINNEN die Überzeugung, dass Qualität und Nachhaltigkeit unabdingbar zusammengehören. Ein Produkt kann nur qualitativ hochwertig sein, wenn es auch nachhaltig ist.

Daher müssen alle Produkte eine Qualitätskontrolle durchlaufen. Es gibt festgelegte Leitplanken, in denen unsere Reisen gestaltet werden können. Diese Leitplanken werden im Produkt-Qualitätsmanagement festgelegt und stetig überprüft. Über diese Leitplanken werden die Gestaltung der Reise aber auch die Auswahl von Incoming Agenturen, Hotels und Reiseleitern gesteuert.

Auch die eingesetzten Reiseleiter werden bei uns stetig geschult und weiterentwickelt. Unser Chef-Reiseleiter kümmert sich um die Belange der Reiseleiter und lokalen Guides und führt regelmäßig Schulungen über eine Webinar-Software durch.

Bereits 2014 haben wir umfassende Standards für unsere Reiseleiter und lokalen Guides verschriftlicht, die die Arbeit in den unterschiedlichen Zielgebieten auf eine gemeinsame Basis stellen und Nachhaltigkeit in der gemeinsamen Arbeit in den Fokus rücken. Reiseleiter versichern in dem Vertragswerk die Belange der Nachhaltigkeit zu schützen und stets in diesem Sinne als tadelloses Vorbild aufzutreten.

Auch für die Zusammenarbeit mit Incoming Agenturen besteht seit einigen Jahren ein umfassendes Vertragswerk, in dem die gegenseitigen Ansprüche und Erwartungen klar geregelt werden. Agenturen und Hotels versichern in den Verträgen unseren Supplier Code of Conduct gelesen und verstanden zu haben und nach diesen Kriterien zu arbeiten.

Ebenso arbeiten wir an der Professionalisierung der Arbeitsabläufe hier im Unternehmen. Ziel sind smarte und effiziente Prozesse, mit denen sich die tägliche Arbeitsbelastung für jeden Mitarbeiter in einem optimalen Verhältnis gestaltet.

1.6 Teamwork

Der Teamgedanke nimmt eine wichtige Rolle ein. Dies gilt vom Praktikanten bis zur Geschäftsführung.



2. Management

2.1 Unternehmenszweige

REISEN MIT SINNEN wurde 1995 von Kai Pardon als Einzelunternehmen gegründet. Im Jahre 2000 wurde Marion Heider zur Mitgesellschafterin; das Einzelunternehmen wurde in eine GbR umgewandelt. 2009 erfolgte eine Umwandlung in eine OHG, 2016 wurde REISEN MIT SINNEN zur GmbH. Geschäftsführer ist Kai Pardon. Ebenfalls ist er Miteigentümer der Firma vista verde tours Ida (Kap Verde).

Das Unternehmen teilt sich in die Zweige Product Management und Sales Management. Die beiden Abteilungen werden jeweils von einem Head of Product und einem Head of Sales geführt. Ein Kommunikationsteam mit PR, Reisebüro-Vertrieb, Online- und klassischem Marketing sowie die Buchhaltung ergänzen die beiden Abteilungen.

2.2 CSR-Management

Das CSR-Managementsystem liegt bei der CSR-Beauftragten Michaela Merkel, die bereits die letzten beiden CSR Rezertifizierungen betreut hatte. Sie nimmt regelmäßig an Workshops von KATE und TourCert teil. Frau Merkel ist zuständig für das Briefing und die Informationsweitergabe ins Team. Rückfragen aus dem Team bezüglich CSR und Nachhaltigkeit werden von Frau Merkel beantwortet.

2.3 Legal Compliance

Durch den immerwährenden Austausch im Unternehmen, mit Agenturen, mit denen wir einen sehr respektvollen und vertrauenswürdigen Umgang pflegen, und Zielgebietsvertretungen, sind wir bezüglich relevanter Gesetze immer aktuell informiert. Unsere Mitarbeiter unternehmen regelmäßig Erkundungsfahrten in unseren Zielländern, auf denen sie die aktuelle Situation vor Ort erfassen können. Hotels werden geprüft und Agenturen besucht.

REISEN MIT SINNEN erfüllt die Richtlinien der Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte. Die Einhaltung dieser wird direkt von der Geschäftsführung sichergestellt.

Beispielhaft werden hier folgende Punkte aufgeführt:

- Unsere AGBs, die Vermittlungsbedingungen sowie das Formblatt zur EU-Pauschalreiserichtlinie regeln die Rechte und Pflichten der Reisegäste.
- Wir halten die Arbeitsbedingungen gemäß dem Arbeitsschutzgesetz ein.
- Es bestehen Arbeitsverträge mit allen Mitarbeitern.
- Reiseleiter werden auf Grundlage von Honorarverträgen beschäftigt.
- Wir bieten moderne Arbeitsbedingungen und stellen Getränke und Obst kostenlos zur Verfügung.
- Wir subventionieren eine Mitgliedschaft in einem nahegelegenen Fitnessstudio mit der Hälfte des Mitgliedschaftsbeitrags.

2.4 Supplier Code of Conduct

In unserem Supplier Code of Conduct beschreiben wir ausführlich, wie wir uns die Zusammenarbeit mit unseren Leistungsträgern vorstellen. Wir behandeln die Themen Umwelt- und Artenschutz und den Schutz der Biodiversität. Ebenso fordern wir faire Arbeitsbedingungen hinsichtlich Gleichbehandlung, Antidiskriminierung, Arbeitszeiten und gesundheitlichen Belangen. Wir thematisieren Kinderarbeit und den Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung durch Tourismus.

Im Vertrag lassen wir uns von dem Leistungsträger bestätigen, dass er unseren Supplier Code of Conduct gelesen und verstanden hat.

2.5 Menschenrechtliche Sorgfalt und Kinderschutzkodex

Eine tragende Säule im Leitbild von REISEN MIT SINNEN sind faire Beziehungen mit Leistungsträgern und Geschäftspartnern in unseren Destinationen und die Übernahme unserer unternehmerischen Verantwortung. REISEN MIT SINNEN berücksichtigt als Gründungsmitglied des forum anders reisen

e.V., die im Kriterienkatalog manifestierten Merkmale für einen sozialverantwortlichen Tourismus.

2013 haben wir mit sieben anderen Reiseveranstalter das „Commitment zu Menschenrechten im Tourismus“ unterzeichnet.

1.3.6 Kinderschutzkodex

REISEN MIT SINNEN hat den Kinderschutzkodex im Januar 2014 unterzeichnet. Wir freuen uns Mitglied zu sein und nehmen die uns übertragene Verantwortung sehr ernst.

Es finden intern immer wieder Schulungen und Gespräche zu diesem Thema statt und Mitarbeiter haben die Möglichkeit an Webinaren (u.a. vom forum anders reisen e.V.) teilzunehmen. Mit unseren Partnern in den Destinationen tauschen wir uns regelmäßig hierüber aus und im Supplier Code of Conduct sowie in unserem Leitbild bekennen wir uns eindeutig zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung.

Unsere Gäste werden in Reiseunterlagen bezüglich dieses Themas sensibilisiert und aufgefordert verdächtiges Verhalten an die örtlichen Polizeistellen oder an Ecpat/The Code zu melden.

2.6 Stakeholdermap



Nur durch eine gute Zusammenarbeit mit Stakeholdern und eine bewusste Auswahl von Partnern und Leistungsträgern kann Tourismus in entlegenen Regionen wirklich nachhaltig sein und Gutes bewirken. Exemplarisch ist hier die Stakeholder Landkarte von REISEN MIT SINNEN aufgezeigt.

Stakeholder bei REISEN MIT SINNEN sind all diejenigen Personen oder Gruppen, die das Erreichen unserer Ziele nachhaltig und positiv beeinflussen können. Ein offener Austausch mit den Stakeholdern hilft, uns immer wieder selbst zu hinterfragen und die Strategie unserer unternehmerischen Verantwortung an die Bedürfnisse dieser Gruppen anzupassen. So können externe Erwartungen geklärt und Belastungen für das Unternehmen identifiziert werden. Daraus können Wettbewerbsvorteile entstehen, die nachhaltig zum Erfolg des Unternehmens beitragen.



Wir können unsere Stakeholder in zwei Gruppen trennen. Zum einen all diejenigen Personen, die direkten Einfluss nehmen können, wie Mitarbeiter, Kunden und unsere Destinationen. Indirekten Einfluss auf unsere Arbeit nehmen Medienvertreter, nichttouristische Dienstleister und NGOs.

Wir fokussieren auf eine stetige Weiterentwicklung und Verbesserung. Jedes Jahr werden in intensiven Gesprächen neue Ziele und eventuelle Änderungen im Hinblick auf die Destinationen oder eine Verfeinerung der Produkte geplant, sodass wir ständig verbesserte und neue interessante Angebote für unsere Gäste erarbeiten.

2.7 Information und Kommunikation

Das Thema Nachhaltigkeit ist zentral in unserer Kommunikation. Auf unserer Website gibt es eigene Unterseiten, in unseren Printprodukten kommunizieren wir stark über dieses Thema und in den spezifischen Kundeninformationen geben wir

Ratschläge und Tipps für ein nachhaltiges Reiseverhalten in dem entsprechenden Reiseland.

Auch thematisieren wir die aktuelle politische, ökologische und soziale Lage im Reiseland und stellen explizit die Projekte vor, die auf den Reisen besucht werden.

Dabei versuchen wir immer, Nachhaltigkeit modern und spaßbringend und nicht belehrend zu kommunizieren. Nachhaltigkeit muss Mehrwerte bieten und nicht Verzicht bedeuten.

2.8 Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

Das Verbesserungsprogramm entsteht durch Gespräche, Diskussionen und Ideen und ist umfangreiches und präzises Instrument zur Analyse des Ist-Zustandes und zur Planung möglicher strategischer Entwicklungen.

Dieses Verbesserungsprogramm wird regelmäßig aktualisiert sowie erweitert

Das aktuelle Verbesserungsprogramm ist diesem Bericht beigefügt.

Nachhaltigkeit bringt Mehrwert und darf nicht als Verzicht verstanden werden.

3. Wirtschaftsdaten

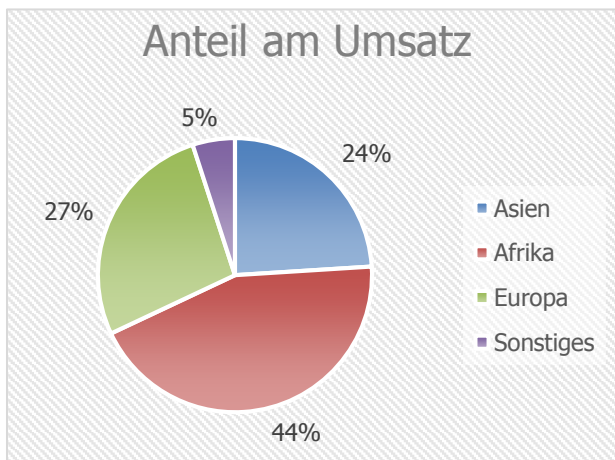
3.1 Umsatz

Im Vergleich zum Bericht 2014 konnte der Umsatz um knapp 25 % gesteigert werden. In den letzten Jahren haben wir sehr stark an einer klaren Positionierung des Unternehmens im Markt gearbeitet.

Auch haben wir es geschafft, das Unternehmen auf wirtschaftlich solide Füße zu stellen – durch organisierte Arbeitsabläufe, klare Strukturen und teamübergreifende Kommunikation.

Der Umsatz aus eigenen Reisen liegt bei 97 %. Auf Grund unserer detailliert definierten Qualitätskriterien setzen wir seit einigen Jahren verstärkt auf eigene Produkte. Reisen von Fremdveranstaltern bieten wir nur nach sorgfältiger Prüfung an.

Im Folgenden wird die Entwicklung der Umsatzanteile der Geschäftsfelder Asien, Afrika und Europa innerhalb der letzten drei Jahre beschrieben.



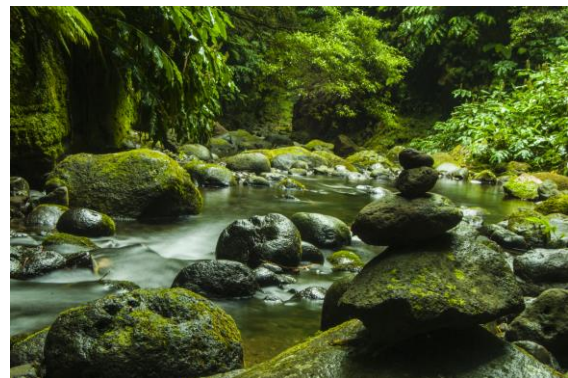
Der Asienbereich verzeichnet einen Rückgang von ca. 14 % auf nun 24 %. Dies wird vor allem begründet durch die steigende Zahl an Wettbewerbern aus dem englischsprachigen Raum, die dank finanzstarker Investoren mit sehr günstigen Angeboten potentielle Kunden abgreifen. Auch buchen immer mehr Menschen über diverse Onlineportale direkt bei Agenturen vor Ort. Vor allem die südostasiatischen Länder sind auf diesen Portalen stark vertreten.

Der Afrikabereich ist von 9 % auf 44 % gewachsen. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass zwei

sehr umsatzstarke Reiseländer (Kapverden und Sao Tomé) im Geschäftsjahr 2012/2013 noch zum Geschäftsbereich Inselräume im Atlantik zählten. Diesen gibt es in dieser Form heute nicht mehr. Dennoch ist auch das Volumen auf dem afrikanischen Festland stark angestiegen. Durch die Schaffung einer eigenen Afrikaabteilung mit einem entsprechenden Produktmanager sind hier eine Vielzahl an Angeboten entstanden.

Ebenfalls gestiegen ist das Volumen im Europabereich (+15 %), wobei auch hier angemerkt werden muss, dass die Destinationen Azoren, Madeira und Kanaren im Geschäftsjahr 2012/2013 noch in den Bereich Inselräume im Atlantik gezählt wurden.

Zum vergangenen Geschäftsjahr (01.07.2016 – 30.06.2017) ist unser Umsatz minimal, um weniger als 1 % zurückgegangen. In diesem Geschäftsjahr hat unser Relaunch von ONE WORLD Reisen mit Sinnen zu REISEN MIT SINNEN stattgefunden. Logo, Unternehmensname und Aufmachung auf der Website sowie im Katalog wurden geändert. Dies hat sicherlich stark zur Stagnation beigetragen.



Über 20 Jahre ist das Unternehmen mit einem intuitiven Marketing und geringen Marketingbudgets gewachsen. Immer mehr größere und vor allem finanzstarke Anbieter kommen nun mit vermeintlich nachhaltigen Produkten auf den Markt, sodass wir durchaus über eine klarere Positionierung am Markt nachdenken müssen. Dies hat uns dazu veranlasst, stark in unser Marketing zu investieren. Wir haben zuletzt unser Marketingteam aufgebaut von einer auf zweieinhalb Stellen.

3.2 Ausgaben

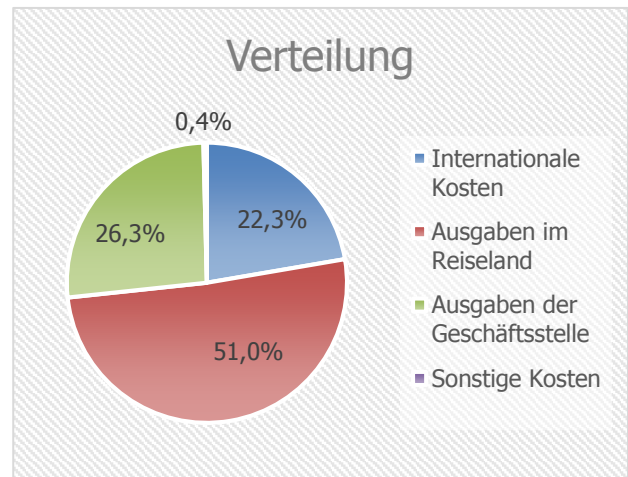
Die Gesamtausgaben sind im Vergleich zur letzten Berichterstattung 2014 um ca. 20 % gestiegen. Ein Umzug in größere Büroräume und zusätzliche Mitarbeiter tragen zur erhöhten Kostenstruktur bei.

Anteil an Ausgaben, die ins Reiseland fließen	%	51,0
---	---	------

Die lokale Wertschöpfung ist von 47,5 % in 2014 erneut gestiegen, auf nun 51 %. Bereits zwischen der ersten Zertifizierung in 2010 und der Rezertifizierung in 2014 konnte ein Anstieg der lokalen Wertschöpfung um 7 % festgestellt werden. Dies zeigt unser starkes Engagement in den Gastländern.



Mit der Buchung lokaler und eigentümergeführten Hotels und dem Einsatz lokaler Reiseleiter sowie durch die Zusammenarbeit mit lokalen Incoming Agenturen versucht REISEN MIT SINNEN fortlaufend die lokale Wertschöpfung zu verbessern. Ebenfalls fließen die Eintrittsgelder für Besichtigungen und kulturelle Programmpunkte in die lokale Wertschöpfung ein.



Mit 22,3 Prozent bilden die internationalen Ausgaben den drittgrößten Kostenblock. Dazu zählen allen voran die Flugkosten. Denn REISEN MIT SINNEN bietet fast ausschließlich Reisen an, bei denen die Flüge bereits inkludiert sind.

Rund 26 Prozent der Ausgaben stehen für die Geschäftsstelle. Das sind zum Beispiel Personalaufwendungen, Gebäude- und IT-Kosten. Außerdem werden hier Aufwendungen für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit mitgezählt.

Ein großes Zukunftsthema ist unsere Positionierung am Markt.

4. Reiseangebote

4.1 Angebotsportfolio

REISEN MIT SINNEN veranstaltet Erlebnis- und Begegnungsreisen in Kleingruppen bis maximal 14 Teilnehmer.

Reisetypen

Ob aktiv oder entspannt, kulturell oder sportlich, komfortabel oder authentisch – jeder reist gerne auf seine ganz persönliche Art und Weise. Unsere verschiedenen Reisetypen kommen den Bedürfnissen unserer Gäste nach.

ReiseSchätze

4-6, 4-8, 6-12 oder 8-14 Gäste

Eben typisch REISEN MIT SINNEN, mit geplanten Begegnungen, intensiven Erlebnissen und vielfältigen moderaten Aktivitäten. Wir schlafen in ausgewählten Unterkünften. Natürlich werden unsere Gäste kompetent durch unsere geschulte und deutschsprechende Reiseleitung sowie von lokalen Guides begleitet.

WanderReise

4-6, 4-8, 6-12 oder 8-14 Gäste

Wandern ist Bewegung und Entspannung in der Natur. Mal meditativ, mal gesellig. So kann man die Seele am besten baumeln lassen. Auf besonderen Pfaden geht es durch faszinierende Landschaften – und das in einer kleinen, persönlichen Gruppe.



ZEITReise

8-14 Gäste

Schon seit 10 Jahren sind wir Exklusivpartner von „Die ZEIT“. Die Reisen haben ihren eigenen Charakter. Unsere Gäste entdecken die Highlights des Landes und treffen auf Menschen, die etwas zu

erzählen haben. Die Unterkünfte bieten immer einen guten Komfort.

LuxusNatur

4-10 oder 6-12 Gäste

Wir sind unterwegs mit Experten für die lokale Fauna & Flora. Wir besuchen Projekte und treffen auf Ranger, Biologiestudenten und Primatenforscher. Geschlafen wird in Unterkünften mit ökologischer Ausrichtung. Aktiv wird es beim Radfahren oder Wandern. Alle Reisen sind vollständig klimakompensiert.

AktivWeinGenuss

4-10 oder 6-12 Gäste

Aktiv genießen ist das Motto. Wir lassen uns von Winzern zeigen, was einen guten Tropfen ausmacht. Zwischen den Aktivitäten warten immer wieder Genussmomente: vom Trüffel, über selbst gesuchte Pilze bis hin zu einem Slow-Food-Menü.

VeggieReise

8-14 Gäste

Komplett fleischlos geht's zu bei diesen vollständig klimakompensierten Reisen. Vegan und/oder vegetarische Genüsse stehen im Fokus. Ganzheitlich entspannend beginnt der Tag bei Yoga, Tai-Chi oder dem Lauftraining. In Kooperation mit Reformhaus Reformhaus® und vegan welcome®.

FotoReise

6-12 Gäste

Mit dem Finger am Auslöser, begleitet von unseren Fotografen, sehen unsere Gäste die Welt aus einer neuen Perspektive. Begegnungen und Aktivitäten sollen dabei nicht zu kurz kommen und Fotobesprechungen mit Profi-Tipps machen unsere Fotoreisen zu einer runden Sache.

EcoVolunteer

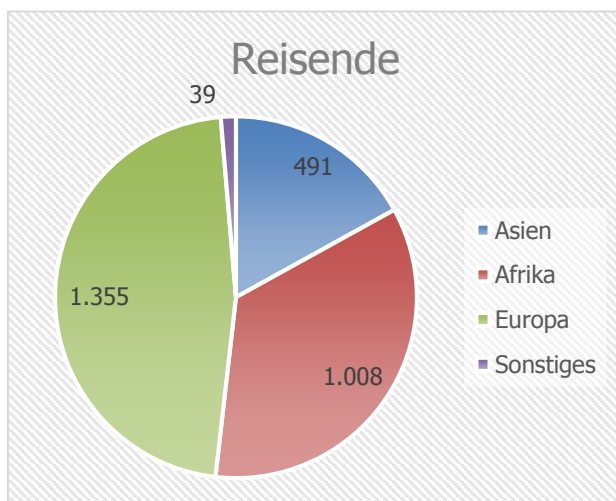
Gobibären, Primaten und die Big 5. Unsere Gäste arbeiten Hand in Hand mit Rangern und Projektmitarbeitern in ausgewählten Natur- und Artenschutzprojekten.

Zahlen und Daten

Gesamtübernachtungen	Anz	22.500
Reiseangebote gesamt	Anz	481
Reisende gesamt	Anz	3.150
Ø Reisedauer Individual	t	14,19
Ø Reisedauer Gruppe	t	13,35

Im Berichtsjahr hat REISEN MIT SINNEN 481 Reisen angeboten: 20 Fremdreisen, 79 Gruppenreisen und 382 Individualreisen. Hierbei ist anzumerken, dass bei den Gruppenreisen nicht die Termine einzeln gezählt, sondern lediglich die Gesamtzahlen der unterschiedlichen Gruppenangebote im Portfolio erfasst wurden. Hingegen ist jede Individualreise gezählt, da sich diese voneinander individuell unterscheiden und nicht bündeln lassen.

2.893 Reisende waren mit REISEN MIT SINNEN im Berichtsjahr unterwegs. Die Aufteilung auf Destinationen ergibt sich wie folgt:



Neue Marke: activida

Zur Saison 2019/2020 wird sich REISEN MIT SINNEN mit einer neuen Marke auf dem Markt präsentieren: activida.

Damit möchten wir dem Zeitgeist folgen und ein Produkt anbieten, das sich ausschließlich auf das Wandern fokussiert.

Bei diesen Reisen finden die Übernachtungen in ausgewählten ökologischen Unterkünften statt und die Verpflegung wird BIO-Qualität haben.

4.2 Produktgestaltung

Der Fragebogen wurde via Link an die fünf Product Manager bei REISEN MIT SINNEN gesendet.

CSR-Index Produktgestaltung	%	79
--------------------------------	---	----

Geprüft wurden die Produkte im indischen Subkontinent, für Europa, für die Kapverden, für das südliche Afrika sowie für Südostasien.

Unsere Reisearrangements werden grundsätzlich von uns in Zusammenarbeit mit der lokalen Agentur ausgearbeitet. Die Abwicklung vor Ort geschieht in 90% der Fälle über die lokale Agentur.

Leitplanken der Produktgestaltung

Für alle unsere Reisetypen wurden Vorgaben für die Produktgestaltung in übersichtlichen Checklisten festgelegt. Dabei werden folgende Themen abgefragt:

- Die Gruppengröße muss für das Zielgebiet angemessen sein
- Die Reisedauer/Anreise wird gemäß dem Kriterienkatalog vom forum anders reisen e.V. festgelegt
- Die Auswahl der Reiseleitung erfolgt hinsichtlich Qualifikation und Erfahrung
- Bei der Programmgestaltung muss der negative Impact auf lokalen Ökosysteme möglichst geringgehalten werden und die Begegnung mit der lokalen Bevölkerung respektvoll und auf Augenhöhe stattfinden
- Festlegung des Routings, z.B. ohne unnötige Inlandsflüge
- Bei der Auswahl der Unterkünfte wird auf Qualität und soziale wie ökologische Nachhaltigkeit geachtet
- Die Verpflegung sollte einheimisch (regional) und dem Zielgebiet angepasst sein

Innerhalb dieser Leitplanken dürfen sich die Produkte bei REISEN MIT SINNEN bewegen.

Soziale und ökologische Komponente

Grundsätzlich möchten wir bei der Gestaltung der Produkte mit der lokalen Bevölkerung zusammenarbeiten, sodass möglichst viel Geld im Land bleibt. Wir möchten mit zuverlässigen Partnern arbeiten, die unseren Qualitätsanspruch und unsere Auffassung von Nachhaltigkeit mittragen. Wo möglich und sinnvoll, werden kleine Projekte mit einbezogen.



Mit den meisten Agenturen arbeiten wir seit sehr vielen Jahren zusammen und pflegen freundschaftliche Beziehungen. Neue Agenturen werden von uns überprüft, Treffen zum Kennenlernen auf Tourismusmessen sind obligatorisch.

Den Großteil unserer Hotels buchen wir über Agenturen, nur die wenigsten direkt. Da wir vertrauensvoll mit unseren Partnern umgehen, schätzen wir ihre Meinung sehr und respektieren diese. Hotelempfehlungen werden von uns vor Ort bei Erkundungsreisen überprüft.

Grundsätzlich passen wir in ökologisch oder sozial sensiblen Gebieten die Gruppengröße unserer Reisen an, so dass der negative Einfluss auf ein Minimales reduziert werden kann. Wir weisen Reisende und Reiseleiter in Unterlagen und Telefonaten auf ein angemessenes Verhalten hin. Der Reisende ist für uns in touristisch weniger entwickelten Ländern ein Repräsentant unserer Welt und sollte sich dementsprechend verhalten.

Ebenso ist es uns ein Anliegen die Müllproduktion auf unseren Reisen zu minimieren. Verpackungen bei Picknicks werden niemals zurückgelassen.

4.3 CO₂-Emissionen der untersuchten Reisen

Die Emissionen unserer Reisen wurden anhand des CO₂- Reiserechners berechnet.

Für die Prüfung wurden die Reisen aus den Destinationen Kapverden und Vietnam herangezogen. Knapp 50 % aller Reisenden sind im Berichtsjahr in eine der beiden Destinationen gereist.

Reisende	Anz	1.255
Übernachtungen	Anz	19.274
Transport gesamt	km	14.539.930
CO ₂ -Emissionen Transport	t	5.860,08
CO ₂ -Emissionen pro Gast/Tag	kg	304,04

4.4 CO₂-Kompensation aller Reisen

Insgesamt haben im Berichtsjahr 829 Reisende eine Kompensation geleistet. Bei 651 Reisenden war die Kompensation bereits im Reisepreis inkludiert. Die ist bei all unseren Europa-Reisen sowie bei allen Fernreisen des Produkttyps Luxus Natur der Fall.

178 Reisende haben freiwillig die Kompensation hinzugebucht.

Insgesamt wurde damit 99.938,5 t CO₂ eingespart.

Für weitere Informationen zur CO₂-Kompensation und zu unserer Zusammenarbeit mit atmosfair siehe Kapitel 1.4 Engagement.

Durch atmosfair-Kompensation wurden insgesamt 99.938,5 t CO₂ eingespart!

5. Kunden

5.1 Kundenzufriedenheit

Die Kundenzufriedenheit haben wir bereits von der ersten Zertifizierung in 2010 zur Rezertifizierung in 2014 steigern können. Und erneut konnten wir für das nun aktuelle Berichtsjahr einen sehr guten Indexwert feststellen.

Zufriedenheitsindex (Bewertungsskala 1-6)		1,23
Rücklaufquote	%	59
Betreuerschlüssel	Anz	8,01

Die Bemühungen hinsichtlich Qualitätssicherung haben sich ausgezahlt. Vor allem eine gute Reiseleitung trägt maßgeblich zum Erfolg einer Reise bei. Daher arbeiten wir sehr intensiv an der Schulung und Ausbildung unserer Guides.

Die Auswertung der Fragebögen wird im Anschluss der Reise an unsere Reiseleiter gesendet, so dass diese ebenfalls mögliches Verbesserungspotential erkennen können.

Natürlich trägt auch ein niedriger Betreuerschlüssel zur Qualität einer Reise bei. Je intensiver sich ein Guide um einen Gast kümmern kann, umso stärker sieht dieser seine Interessen wahrgenommen.

Ebenso konnten wir die Rücklaufquote um 19 % steigern. Dies hängt sicherlich mit der Möglichkeit, den Fragebogen online auszufüllen, zusammen und auch mit dem Hinweis unserer Reiseleiter am Ende einer Reise.

5.2 Kundeninformation

Mitarbeiter in der Kundenberatung arbeiten nach einem Leitfadens zum Buchungsablauf. So wird sichergestellt, dass alle relevanten Informationen abgefragt werden und der Reisende über bestimmte Umstände zum Reiseland informiert wird.

Grundsätzlich werden unsere Gäste zu folgende Themen aufgeklärt/beraten:

- der umweltschonenden Alternative des Non-Stop-Flugs

- Anreise zum Flughafen per Bahn
- Kompensationsmöglichkeiten der CO₂-Emissionen mit atmosfair
- der sozialen, ökonomischen und kulturellen Lage der örtlichen Bevölkerung
- Schutz von Flora und Fauna
- Schutz kulturellen Erbes und zum Verbot, Antiquitäten und sonstige Kulturgüter außer Landes bringen zu dürfen
- Kinderschutzkodex
- angemessenem Verhalten im Gastland (Fotografieren, Trinkgeld, Kleidung)
- einem angemessenen Verhältnis zwischen Reiseziel und Aufenthaltsdauer

Der CSR-Index zur Kundeninformation ergibt sich aus der Befragung von zwei Mitarbeitern, die die Umfrage per Link erhalten haben. Die beiden befragten Mitarbeiter beraten und verkaufen die beiden untersuchten Destinationen Kapverden und Vietnam.

CSR-Index Kundeninformation	%	68
--------------------------------	---	----

Jede unserer Gruppenreisen ist in ausführlichen Detailinformationen genauestens beschrieben. Für jedes Land aus unserem Portfolio werden Länderinformationen bereitgestellt. Vor der Reise erhalten die Reisegäste ein Paket mit ausführlichen Informationen zum Reiseland und der Reise selbst. Außerdem werden folgende Materialien mit den letzten Reiseinformationen versendet:

- Reiseführer oder andere Literatur zum Land, Landkarte
- Sympathiemagazin zum Land oder „Fremdes verstehen“
- Flyer „atmosfair“
- Flyer „CSR“

Kundenzufriedenheit:
Note 1!

6. Mitarbeitende

6.1 Beschäftigtenstruktur

REISEN MIT SINNEN beschäftigt insgesamt 18 Mitarbeiter, 14 sind weiblich. 11 Mitarbeiter arbeiten in Vollzeit, fünf in Teilzeit. 16 Mitarbeiter sind Fachkräfte, und 2 Mitarbeiterinnen durchlaufen ein duales Studium.

Des Weiteren wird das Team meist von zwei Vollzeitpraktikanten unterstützt.

In Vollzeitäquivalenten arbeiten bei REISEN MIT SINNEN 15,5 Mitarbeiter.

Mitarbeitende (Vollzeitäquivalent)	Anz	15,5
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	66

Von den 15,5 vollzeitäquivalenten Mitarbeitern besetzen zwei Frauen, neben dem Geschäftsführer, die Führungspositionen im Unternehmen: Head of Sales und Head of Product.

Das Sales Team bespricht sich wöchentlich in einem festen jour fixe. Das Produktteam trifft sich alle zwei Wochen.

Freie Mitarbeiter im In- und Ausland sind fast ausschließlich Reiseleiter, die auf Honorarbasis für die jeweilige Reise beschäftigt werden. Die Zahl der freien Mitarbeiter ist unbeständig, daher ist sie hier nicht genannt.

6.2 Personalentwicklung

Die Personalentwicklung ist für REISEN MIT SINNEN ein wichtiges Instrument, um Mitarbeitern die Möglichkeit zu geben, für das eigene Unternehmen wichtig zu werden. Wir fördern aktiv die Entwicklung unserer Mitarbeiter.

Turnusmäßige Mitarbeitergespräche sind der Schlüssel für eine erfolgreiche Personalentwicklung. In diesen Mitarbeitergesprächen werden bereits vorhandene Kompetenzen besprochen, es werden aber auch noch fehlende Kompetenzen erörtert.

Im Dialog wird die Arbeitsleistung bewertet und Ziele definiert.

Sofern festgestellt wird, dass zur Erlangung bestimmter Kompetenzen oder zur Erreichung der festgelegten Ziele Fortbildungen notwendig sind, werden diese gerne angeboten. Häufig veranstalten wir diese Fortbildungen als Inhouse-Seminare, an denen dann auch alle Mitarbeiter teilnehmen können. Im Berichtsjahr wurden Workshops zum Thema „Charmanantes Verkaufen – du bist das Produkt“ sowie „Zeit- und Selbstmanagement“ angeboten.

Darüber hinaus finden immer wieder Schulungen zum Thema CSR und Nachhaltigkeit statt.

Zukunftsworkshop

Derzeit läuft intern ein groß angelegter Zukunftsworkshop. Damit will REISEN MIT SINNEN einen Schritt zu mehr Agilität gehen. In Einzelgesprächen mit einem externen Coach und mit dem gesamten Team wurden Entwicklungsfelder im Unternehmen identifiziert. Die Bearbeitung dieser Entwicklungsfelder findet dann in Arbeitsgruppen und nicht in der Geschäftsführung statt.

Ausbildung

REISEN MIT SINNEN bildet schon seit vielen Jahren junge Menschen aus, immer eine Übernahme zur Festanstellung im Visier. Die Azubis durchlaufen in einem Regelausbildungszeitraum von drei Jahren das Unternehmen.

6.3 Arbeitsbedingungen

Die Arbeit bei REISEN MIT SINNEN findet hauptsächlich am Hauptsitz in Dortmund statt. Unsere Räumlichkeiten verteilen sich über drei Etagen. Es sitzen nie mehr als vier Mitarbeiter in einem Büro.

Zu saisonalen Belastungsspitzen arbeiten die Beschäftigten über die 40-Stunden Woche hinaus, zu ruhigen Zeiten können sie die aufgebauten Mehrstunden in Freizeit genießen.

Für Teilzeitkräfte können sehr individuelle und flexible Vereinbarungen getroffen werden –

entsprechend der Bedürfnisse der Mitarbeiter und des Betriebs.

Entlohnung und soziale Leistungen

Mitarbeiter bei REISEN MIT SINNEN erhalten eine faire Entlohnung. Das Unternehmen übernimmt freiwillige Sozialleistungen wie vermögenswirksame Leistungen oder den Abschluss einer Betriebsversicherung, die finanziell bezuschusst wird. Mitarbeiterrabatte auf eigene Reisen sind obligatorisch.

Mit mehr als der Hälfte der Kosten beteiligt sich das Unternehmen an einer Fitnessstudio-Mitgliedschaft, in dem auch Yoga und eine Rückenschule angeboten werden.

Kommunikation

Die interne Kommunikation ist uns sehr wichtig. Einmal im Monat trifft sich das gesamte Team von REISEN MIT SINNEN zum Austausch aktueller Informationen. Darüber hinaus finden regelmäßig Teamevents statt.

Stabilität

Die Personalpolitik hat eine langfristige Bindung qualifizierter Arbeitskräfte zum Ziel. Trotz diverser Krisen im Tourismus hat REISEN MIT SINNEN seit Bestehen keine betriebsbedingte Kündigung vornehmen müssen. Ein stabiles und inhabergeführtes Management, flache Hierarchien mit schnellen Entscheidungswegen sowie Flexibilität im Umgang mit Marktveränderungen sind hierfür entscheidend.

Arbeitsplatz

Die Mitarbeiter arbeiten an modern ausgestatteten Arbeitsplätzen mit 22-Zoll Flachbildschirmen. Eine servergesteuerte IT mit sogenannten Mini-PCs ermöglicht flexibles Arbeiten an jedem Arbeitsplatz und auch von unterwegs.

Die Umrüstung von den üblichen Computern auf die Mini-PCs hat den Stromverbrauch stark reduziert. Zusätzlich verringerte sich dadurch die Geräusch- und Wärmeentwicklung in den Büros.

Es wird Wasser, Kaffee, Tee, Milch, Zucker und wöchentlich ein Obstkorb gestellt.

Gemeinschaftsraum

In unserem Gemeinschaftsraum mit angeschlossener Küchenzeile verbringt ein Großteil der Belegschaft die gemeinsame Mittagspause von einer Stunde. Im Sommer steht ein kleiner Garten mit Sitzgelegenheiten zur Verfügung.

6.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit

Die Mitarbeiterbefragung wurde während eines Teammeeting angekündigt. Alle Mitarbeiter erhielten per E-Mail den Link zum anonymen Fragebogen mit der Bitte diesen auszufüllen. Die Rücklaufquote beträgt 83 %.

CSR-Index Mitarbeitenden-Zufriedenheit	%	80
CSR-Index Strategie & Management	%	84
CSR-Index Arbeitsbedingungen	%	76
CSR-Index Umweltschutz im Büro	%	88
CSR-Index Umweltverhalten Mitarbeitende	%	75

In der Mitarbeitenden-Befragung zur Rezertifizierung in 2014 erzielten wir einen Zufriedenheitsindex von 76,55 %. Demnach konnten wir die Zufriedenheit vieler Mitarbeiter erneut steigern.

Ein Entwicklungsfeld ist die Schaffung eines flexiblen Arbeitszeitenmodells, welches im Rahmen unseres Zukunftworkshops bearbeitet werden wird. Für 2019 wird es sicherlich eine Lösung geben, die Vorteile für die Mitarbeitenden sowie für das Unternehmen bietet.

Auf Grund einer internen Umstrukturierung in die beiden Abteilungen Sales und Product sind sicherlich hier und da bestimmte Arbeitsabläufe oder Zuständigkeiten noch nicht klar geregelt. Bis zur Umstrukturierung hat bei REISEN MIT SINNEN jeder im Unternehmen alles gemacht. Mit der wachsenden Größe hatte sich jedoch deutlich gezeigt, dass eine Spezialisierung zu mehr Zufriedenheit und auch zu mehr Effizienz führen wird. Diese Vermutung hat sich definitiv bewahrheitet. Derzeit arbeiten wir am Feinschliff.

7. Betriebsökologie

7.1 Energie

Wir beziehen seit ca. 2011 Ökostrom vom Anbieter Naturstrom. Trotz größerer Büroräume und weiteren Mitarbeitern ist unser Stromverbrauch gesunken und ebenso wurde weniger Wärmeenergie verbraucht.

Stromverbrauch	kWh	14.630
Wärmeenergie	kWh	29.327
CO ₂ -Äquivalent Strom		0,053

Alle Mitarbeiter sind dazu angehalten, sparsam mit Wasser und Strom umzugehen. Die Toilettenspülungen im Büro haben Stopp-Funktionen, alle Lampen haben Energiesparbirnen.

Bei kürzeren Pausen sollen alle Computer auf Standby gestellt und die Monitore ausgeschaltet werden, bei längeren Pausen und abends sind alle Geräte abzuschalten.

Die Heizung wird im Winter nachts und über die Wochenenden auf Minimaltemperatur heruntergedreht, allerdings nicht ganz abgeschaltet, da das erneute Aufheizen sehr lange dauert und viel Energie benötigt.

7.2 Dienstreisen

Dienstreisen umfassen im Inland vor allem Reisen zu Messen sowie z. T. Reisen der Geschäftsführung zu Geschäftsbesprechungen mit Partnern. Wenn möglich werden Dienstreisen mit dem Zug unternommen, bei Messefahrten sind teilweise für den Transport der Materialien Pkw (Mietwagen) nötig.

Weitere Dienstreisen betreffen Reisen zu Planungs- und Besprechungszwecken in die angebotenen Destinationen. Hier erfolgt die Anreise mit dem Flugzeug.

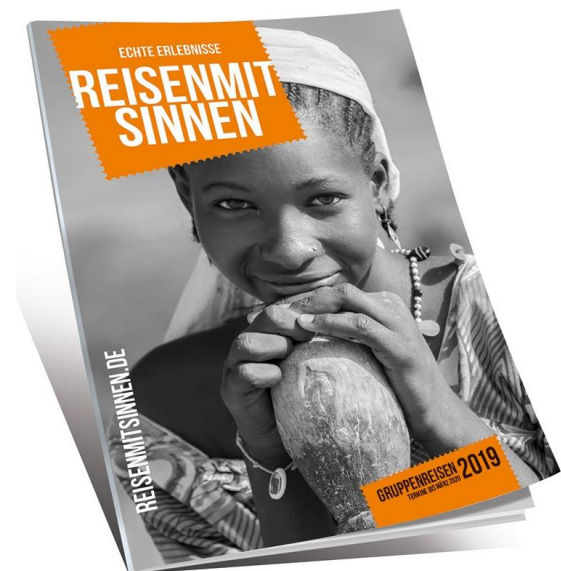
Insgesamt wurden im Berichtsjahr für Dienstreisen 10.080 km mit der Bahn zurückgelegt und 2.120 km mit dem Pkw. 38 Dienstreisen wurden mit dem Flugzeug angetreten.

Dies entspricht folgenden CO₂-Emissionen: Bahn: 0,12 t, Pkw: 0,72 t, Flugzeug: 79 t.

Die geforderte Mindestmenge zur Kompensation von Dienstreisen zu 50 % hält REISEN MIT SINNEN ein.

7.3 Papier

Es wird ausschließlich Recycling und FSC-Papier verwendet und im Duplexdruck gedruckt. Buchungsbestätigungen erhalten unsere Reisegäste seit Anfang 2013 per E-Mail. Dadurch konnte 2013 der Papierverbrauch je Reisendem von 9 kg auf 6,64 kg reduziert werden.



Druckauflagen für Kataloge, Broschüren, Flyer etc. werden sinnvoll kalkuliert.

		FSC	Recycling
DINA4 Papier	Anz	17.500	25.000
gedruckte Kataloge	Anz	65.000	0
Gewicht gedruckte Kataloge	t	33,7	0

8. Leistungsträger

8.1 Partneragenturen

Mit allen Partneragenturen hat REISEN MIT SINNEN Verträge geschlossen, welche eine Klausel zur Nachhaltigkeit und Menschenrechte im Tourismus beinhalten. Ebenso bestätigen die Agenturen mit der Unterschrift des Vertrages, dass sie unseren Code of Conduct gelesen und verstanden haben.

Ausschließlich arbeiten wir mit Partneragenturen, die in lokalem und einheimischen Besitz sind.

Es ist uns ein Anliegen, sich selbst tragende lokale Strukturen zu fördern – gerade in sich entwickelnden Ländern und Schwellenländern. Daher werden nach Möglichkeit Klein- und Kleinstunternehmen in Reiseabläufe integriert, kleine familienbetriebene Lodges und Hotels als Unterkünfte gewählt und lokale Kooperativen und Initiativen besucht.



Insgesamt achtet REISEN MIT SINNEN bei der Auswahl der Partneragenturen auf die ökologische sowie soziokulturelle Verantwortung, ausreichenden Versicherungsschutz, gute Arbeitsbedingungen, Förderung der regionalen Wirtschaft, Verbindung zur Regionalkultur und aktives Bekenntnis zum Kinderschutz.

Viele unserer Agenturen sind langjährig und eng mit REISEN MIT SINNEN und unserer Philosophie verbunden. So war der Chef unserer Agentur in Vietnam vorher viele Jahre als Reiseleiter für uns tätig. Der Gründer der mongolischen Agentur ist außerdem politisch aktiv in der Grünen Partei der Mongolei und setzt sich besonders für Eco-Camps und nachhaltigen Tourismus ein, die laotische Agentur fördert Elefantenschutz und Fair Trek Projekte.

Im Berichtsjahr wurden die beiden Agenturen für die beiden untersuchten Destinationen Kapverden und Vietnam befragt. Eine der beiden Agenturen ist mit dem TourCert Check-Siegel ausgezeichnet.

CSR-Index	%	80
Partneragenturen		

Die beiden Agenturen haben gemeinsam einen Nachhaltigkeitsindex von 80 % erreicht.

8.2 Unterkünfte

Bei unseren Unterkünften möchten wir stets mit lokalen und eigentümergeführten Unterkünften zusammenarbeiten. Dadurch sollen vor allem lokale Strukturen gestärkt werden. Dies führt zu einer indirekten Wertschöpfung, von der Einheimische profitieren.

Grundsätzlich bevorzugen wir kleine landestypische Unterkünfte, um unseren Reisenden das Leben in diesem Land näher zu bringen. Nur selten greifen wir auf Hotelketten zurück.

Unsere Unterkünfte werden über unsere Agenturen gebucht. Dies ermöglicht eine doppelte Kontrolle und eine bewusste Auswahl – durch unsere Agenturen und durch uns. Da wir nicht direkt mit Unterkünften zusammenarbeiten, entfällt der CSR-Check für Unterkünfte.

8.3 Reiseleiter

REISEN MIT SINNEN arbeitet mit etwa 50 Reiseleitern auf Basis der freien Mitarbeit zusammen. Hinzukommen etliche lokale Guides. Eine Zahl kann hier nicht konkret benannt werden.

Reisen bei REISEN MIT SINNEN werden entweder von REISEN MIT SINNEN-Reiseleitern oder von lokalen Guides begleitet. In vielen Fällen ist ein Reiseleiter von uns dabei, der zusätzlich von einem lokalen englischsprachenden Guide unterstützt wird. Hierdurch ergibt sich eine maximal mögliche Betreuung der Gäste.

Die Information über die Art der Reiseleitung ist in den Leistungen festgehalten und wird auch in den Detailinformationen zu den Reisen beschrieben. Wo

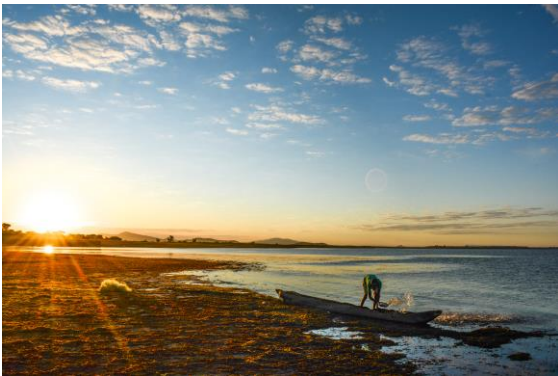
möglich, hat ein Reiseleiter zwei bis drei Einsätze nacheinander, so dass nicht jedes Mal eine neue Anreise notwendig wird.

Reiseleiter-Schulung

Die Qualität eines Reiseleiters trägt nachhaltig zum Erfolg einer Reise bei. Darüber hinaus hat der Reiseleiter den einzigen direkten Kontakt zum Gast. Er ist somit Sprachrohr und Identifikationsfigur.

Eine konsistente Reiseleiter-Schulung ist also mitentscheidend für den Erfolg.

Reiseleiterschulungen finden bei REISEN MIT SINNEN zum einen über eine Webinar-Software statt und auch vor Ort in den Destinationen.



Zu den Webinaren lädt unser Chef-Reiseleiter eine ausgewählte Gruppe an Reiseleitern oder Local Guides gezielt zu bestimmten Themen ein. Vor Ort finden die Briefings im Rahmen von Erkundungsreisen unserer Product Manager statt.

Neben den Schulungen transportiert auch das Reiseleiter-Handbuch die Philosophie und Ausrichtung von REISEN MIT SINNEN. Darüber hinaus findet vor jeder Gruppenreise ein telefonisches Briefing statt.

CSR-Check

Für den Check wurden 10 unsere Reiseleiter und Local Guides aus den beiden untersuchten Destinationen Kapverden und Vietnam befragt.

CSR-Index Reiseleitung	%	89
------------------------	---	----

Mit einem Index von knapp 90 % konnten wir auch schon wie bei der Rezertifizierung in 2014 die gute Qualität unserer Reiseleiter belegen.

Der Fragebogen wurde via Link direkt an die Reiseleiter oder die Agenturen vor Ort gesendet.

8.4 Geschäftspartner

Die für diese Zertifizierung erstmals durchgeführte Geschäftspartner-Befragung soll die Zufriedenheit der Geschäftspartner in der Zusammenarbeit ermitteln und das Nachhaltigkeitsmanagement von REISEN MIT SINNEN aus Sicht der Partner bewerten.

Es wurden im Rahmen der Zertifizierung fünf Geschäftspartner anonym befragt. Der Link zur Befragung wurde per E-Mail gesendet.

CSR-Index Geschäftspartner	%	80
-------------------------------	---	----

Alle befragten Geschäftspartner geben an, Leitbild und die Grundwerte von REISEN MIT SINNEN zu kennen. Ebenfalls alle bestätigten, dass sie über die CSR-Zertifizierung durch TourCert informiert wurden. In jedem Fall verbesserungsfähig ist der Nachhaltigkeits-Dialog mit den Agenturen.

Stakeholder-Zufriedenheit:
80 - 90 %!

9. Community Involvement

REISEN MIT SINNEN integriert schon seit Gründung soziale oder naturschutzorganisierte Projekte weltweit. Wir möchten unserer Verantwortung gerecht werden und Zeichen setzen. Zu unseren Partnern gehören u.a. das Fair Trek Projekt in Laos, ein Przewalski-Pferde-Projekt in der Mongolei, das Nam Ha Ecotourism Projekt in Nordlaos, das Seeing Hands Projekt in Vietnam, die Turtle Foundation und SOS Tartarugas auf den Kapverden und viele, viele andere kleine Projekte in Asien, Afrika und Europa.

Auf den Kapverdischen Inseln haben wir mit vista verde tours erfolgreich eine eigene Niederlassung aufgebaut. Dort unterstützen wir neben den Schildkrötenprojekten auch einige Sozialprojekte, wie eine Krankenstation auf Fogo, ein Kinderprojekt auf Santiago oder ein Schulprojekt auf Santo Antão.

Neben den üblichen Reisprogrammen bieten wir seit 2016 Eco-Volunteers zu reduzierten Margen an.



Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist entsprechend den Berichtsstandards von TourCert erstellt und von unabhängigen Gutachtern überprüft. www.tourcert.org

Über die CSR Zertifizierung und TourCert
Das TourCert-System für Reiseveranstalter ist so konzipiert, dass sämtliche Partner entlang der Wertschöpfungskette in den Zertifizierungsprozess integriert werden. Nur wenn möglichst viele Beteiligte sensibilisiert sind und nachhaltig handeln, stimmt das Gesamtangebot.

Um komplexe Sachverhalte wie die Nachhaltigkeitsleistung eines Reiseveranstalters überhaupt steuern zu können, wurden messbare Indikatoren entwickelt. Ein wichtiger Bestandteil des Zertifizierungsprozesses ist daher die Analyse des Ist-Zustandes auf Unternehmensebene und in der Wertschöpfungskette. Kennzahlen wie der Wasser- und Stromverbrauch, Finanzdaten, die Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen, die Zufriedenheit der Mitarbeitenden sowie Maßnahmen zur Weiterbildung sind hier relevant.

