

# TourCert Prüfbericht

Name des Reiseveranstalters	travel-to-nature GmbH / For Family Reisen GmbH	
Anzahl Mitarbeitende (in Vollzeitäquivalenten) *	19	
Durchschnittliche Flugkilometer pro Reisende/r **	Flugkilometer	Kategorie
	17.361	Kategorie D: ab 15.001 km
Zertifiziert seit	2009	

Auditor/in	Florian Tögel
Datum des Audits	21.12.2017
Art des Audits	Vor-Ort-Besuch

Gesprächspartner/innen	Name	Position
	Sally Rahusen	Stellvertretende Geschäftsführung, CSR-Beauftragte
	Natalie Rinas	Marketing und zukünftige CSR-Beauftragte
	Jara Schreck	PM Costa Rica, Brasilien und Ecuador
	Angelika Schmidt de Parra	PM Peru, Chile, Argentinien, Kolumbien und Bolivien
	Enrique Perrez	PM Kuba
	Stephan Kercher	Azubi

\* Für Unternehmen mit bis zu 4,9 Mitarbeitenden (VZÄ) gelten die Anforderungen für Kleinveranstalter (siehe Durchführungsbestimmungen).

\*\* Durchschnittliche Flugkilometer pro Reisende/r: Flugkilometer aller Reisenden (Paxe) in den untersuchten Destinationen. Diese Kennzahl dient der Einteilung des Reiseveranstalters in eine von vier Benchmark-Kategorien für den folgenden Kernindikator: "CO2-Emissionen abzgl. kompensierter Emissionen pro Gast und Tag"  
Kategorie A: 0 - 1.600 km / Kategorie B: 1.601 - 7.600 km / Kategorie C: 7.601 - 15.000 km / Kategorie D: ab 15.001 km

## Zusammenfassung

### Gesamtbewertung

travel-to-nature wurde 2009 erst-zertifiziert und 2011 und 2014 rezertifiziert, sodass sich das Unternehmen 2017 um die dritte Re-Zertifizierung bewirbt. Gründungsidee war die Organisation von Reisen zu Umweltschutzprojekten des Waschbär-Versandes in Freiburg. travel-to-nature organisiert Gruppen- und Individualreisen nach Mittelamerika, in die Karibik und Familienreisen weltweit. Ab 2017 werden von travel-to-nature auch Reisen nach Südamerika angeboten. Die weltweiten Familienreisen wurden seit 2014 im separaten Unternehmen For Family Reisen gegliedert, welches zu 76% travel-to-nature gehört. For Family Reisen kauft etwa 35% der Reisen bei travel-to-nature ein, die restlichen Reisen werden selbst entwickelt. Zu travel-to-nature gehört zudem die 100%ige Tochterfirma Birdingtours GmbH, die jedoch nicht Bestandteil der Zertifizierung ist.

travel-to-nature hat den Nachweis erbracht, dass es über ein funktionierendes CSR-Management verfügt, das in beiden Firmen wirkt. Besonders positiv zu bewerten ist die umfangreiche Unterstützung sozialer und ökologischer Projekte in den Destinationen. Hier handelt es sich um finanzielle Unterstützung bis hin zur Einbeziehung lokaler Akteure und Projekte als touristische Leistungsträger.

Potential besteht vor allem in der Nutzung bestehender Siegel für Leistungsträger als Qualitätsmerkmal in der Kundenkommunikation. travel-to-nature hat gerade in Costa Rica CST-zertifizierte Leistungsträger im Programm, kommuniziert dies aber nicht an die Kunden. Bzgl. der Produktentwicklung werden derzeit CSR-Kriterien entwickelt, die jede Reise erfüllen muss (6 allgemeine Kriterien sowie 6 zusätzliche Kriterien).

travel-to-nature war eines der ersten Pilotunternehmen im TourCert-Prozess und verfügt somit über langjährige Erfahrung im CSR-Management. Gleichzeitig werden viele Prozesse eher informell und wenig standardisiert geführt. Der anstehende Wechsel der CSR-Beauftragung kann als Anlass genommen werden, wesentliche CSR-Aspekte struktureller zu verankern (bsp. stärkere Nutzung des Verbesserungsprogramms als Controlling-Instrument, Schulungsplan). For Family Reisen ist erst seit Mitte 2016 in einem eigenen Büro, hinsichtlich einer zukünftig eigenständigen Zertifizierung soll ein/e eigen/e CSR-Beauftragte benannt und ein eigenes CSR-Management aufgebaut werden.

**Das Unternehmen wird zur Re-Zertifizierung empfohlen:**

Ja

Ja, mit Auflagen

Nein

Florian Tögel  
22.12.2017

## Auflagen

### 1. Veröffentlichung Nachhaltigkeitsbericht

Der Nachhaltigkeitsbericht soll nach erfolgter Zertifizierung gut auffindbar auf die Websites von travel-to-nature und For Family Reisen gestellt werden. Kurzfassungen sollen mit TourCert abgestimmt werden.  
Bis Ende Februar 2018

### 2. Befragung Unterkünfte

Eine Befragung von Unterkünften soll spätestens zur nächsten Re-Zertifizierung durchgeführt werden.  
Bis spätestens März 2020

## Empfehlungen

### 1. Getrennte Zertifizierungsverfahren

Zu nächsten Re-Zertifizierung 2020 sollen travel-to-nature und For Family Reisen eigenständige Zertifizierungsverfahren durchführen. Die zwei Firmen weisen zwar viele Verbindungen und Überschneidungen auf (gemeinsames Büro bis Mitte 2016, Besitzverhältnisse, Produkte), hinsichtlich der unterschiedlichen Standorte und der von For Family Reisen selbst entwickelten Reisen werden zukünftig aber getrennte Verfahren empfohlen.

### 2. Neue CSR-Beauftragte

Sally Rahusen hat das CSR-Management seit acht Jahren geleitet und verlässt travel-to-nature zum Januar. Ihre Nachfolgerin Natalie Rinas wird derzeit noch in den CSR-Prozess eingeführt. For Family Reisen hat derzeit noch keine/n CSR-Beauftragte/n benannt, dies soll zeitnah erfolgen. Beide neuen CSR-Beauftragten sollen zu CSR und zum Zertifizierungsverfahren geschult werden.

### 3. Schulung und Weiterbildung

Erstellung eines Schulungsplans zur Ersts Schulung für neue Mitarbeitende und zur kontinuierlichen Schulung der Belegschaft. Sicherstellung, dass alle Mitarbeitende über Kenntnisse zu Nachhaltigkeit und CSR verfügen (hier können bestehende und teilweise kostenlose Angebote wie die TourCert-e-learnings genutzt werden).

### 4. Menschenrechte

travel-to-nature hat an mehreren Meetings des Roudtable Menschenrechte teilgenommen, zur Stärkung des menschenrechtlichen Engagements wird die Unterzeichnung des Commitments sowie die Nutzung der Handlungsempfehlung zu Arbeits- und Sozialstandards für Fahrpersonal im Tourismus empfohlen.

### 5. Zertifizierte Leistungsträger

Noch konsequentere Orientierung an der bestehenden CST-Zertifizierung in Costa Rica, nicht nur für Agenturen und Hotels, sondern auch für Autovermietungen und andere Leistungsträger. Zudem stärkere Orientierung an verfügbaren internationalen oder nationalen Zertifizierungen in den anderen Destinationen. Kommunikation der zertifizierten Leistungsträger als Qualitätsmerkmal der Reisen. Interne Analyse des Anteils zertifizierter Hotels im Portfolio.

### 6. Verbesserungsprogramm

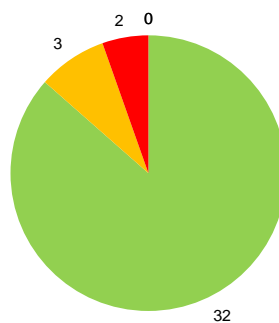
Handlungsfelder sollen priorisiert werden und darauf aufbauend Schwerpunkte im Verbesserungsprogramm gesetzt werden. Die Ziele sollen im Sinne des Controllings konkreter und wo sinnvoll mit klaren Messgrößen formuliert werden. Teilweise müssen zu den gesetzten Zielen noch konkrete Maßnahmen ausgearbeitet werden.  
travel-to-nature und For Family Reisen sollen jeweils ein eigenes Verbesserungsprogramm führen und die Zielerreichung prüfen. Bereits umgesetzte Maßnahmen sollen dokumentiert werden (fortlaufendes Verbesserungsprogramm).

## Erfüllung der Kriterien

		Anzahl	Anteil
■■■■	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	0	0%
■■■	Kriterium erfüllt	32	86%
■■	Verbesserungswürdig	3	8%
■	Kriterium nicht erfüllt	2	5%
n/a	nicht zutreffend	0	0%













Erfüllungsgrad	travel-to-nature / For Family Reisen
Best Practice & Kriterium erfüllt	86%















■ Best Practice / Vorzeige-Beispiel ■ Kriterium erfüllt ■ Verbesserungswürdig ■ Kriterium nicht erfüllt ■ nicht zutreffend


















# Bewertungs-Matrix

Das Audit basiert auf dem TourCert-Kriterienkatalog für Reiseveranstalter in der Fassung vom Juni 2015.

Kriterium	Bewertung	Kommentar
<b>1. Management</b>		
1.1 <b>Leitbild</b> Das Unternehmen hat ein Leitbild, das auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird und Bezug zu folgenden Aspekten nimmt: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz, (iv) Biodiversität, (v) kontinuierliche Verbesserung.		travel-to-nature und For Family Reisen haben jeweils ein eigenes Leitbild, das auf den entsprechenden Websites veröffentlicht ist. travel-to-nature hat zusätzlich ein weiteres etwas ausführlicheres Leitbild für die Mitarbeitenden.
1.2 <b>CSR-Beauftragte/r</b> Die Leitungsebene übernimmt CSR-Verantwortung und hat eine verantwortliche Person als CSR-Beauftragte/n benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet. Die/der CSR-Beauftragte koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben und ist Ansprechpartner für externe Stakeholder.		Sally Rahusen ist seit der Erstzertifizierung 2009 die CSR-Beauftragte bei travel-to-nature. Im Januar 2018 wird Frau Rahusen das Unternehmen verlassen und Frau Rinas wird neue CSR-Beauftragte. For Family Reisen hat bis dato keinen eigenen Beauftragten benannt, vermutlich wird die Büroleiterin Nadja Albrecht die Stelle übernehmen.
1.3 <b>Legal Compliance</b> Das Unternehmen stellt sicher, dass alle relevanten Gesetze erfüllt werden (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).		Rechtsservice durch Verbandsanwalt des forum anders reisen.
1.4 <b>Supplier Code</b> Das Unternehmen stellt sicher (z.B. über Vertragsklauseln oder einen Supplier Code of Conduct), dass grundlegende Nachhaltigkeitsprinzipien in den Bereichen (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz und (iv) Biodiversität von den Leistungsträgern eingehalten werden.		Ein Supplier Code of Conduct wurde vor zwei Jahren an alle Partneragenturen gesendet. An jene Agenturen und Destinationen, die später hinzukamen, wird der Supplier Code noch geschickt.
1.5 <b>Menschenrechte</b> Das Unternehmen hat die für ihn relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert.		Die Wahrung der Menschenrechte wird im Leitbild und im Supplier Code für Agenturen thematisiert. Teilnahme an Meetings des Roundtable Menschenrechte.
1.6 <b>Kinderschutz</b> Das Unternehmen gewährleistet den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung entlang der Wertschöpfungskette und orientiert sich dabei an den Empfehlungen des Kinderschutzkodex „The Code“.		Mitgliedschaft über forum anders reisen. Eigenständige Unterzeichnung ist geplant.
1.7 <b>Stakeholder-Analyse</b> Das Unternehmen hat seine internen und externen Stakeholder identifiziert (z.B. mit einer Stakeholder-Landkarte) und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.		<b>Nachweis</b> - Stakeholder-Map
1.8 <b>Stakeholder-Dialog</b> Das Unternehmen führt einen aktiven CSR-Dialog mit seinen Stakeholdern, informiert über das eigene CSR-Management und fördert die nachhaltige Entwicklung der Stakeholder.		
1.9 <b>Information und Kommunikation</b> Das Unternehmen bewirbt bei seinen Kunden aktiv das nachhaltige Reisen.		Ausführliche Informationen auf der Website, sowie in Broschüre und Katalog. Alle Kunden erhalten mit den Reiseunterlagen einen atmosphair-Flyer und einen ECPAT-Flyer.  Zertifizierte Unterkünfte oder solche mit guten Umweltaktivitäten werden auf der Website bisher nicht gekennzeichnet. CO2-Emissionen werden nicht ausgewiesen.  <b>Nachweise</b> - Websites - Broschüre für Mittelamerika - Flyer für Südamerika - Jahreskatalog For Family Reisen - Reisecheckliste
1.10 <b>Priorisierung der Handlungsfelder</b> Das Unternehmen hat auf der Grundlage der Bestandsaufnahme eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie eine Priorisierung der Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt und seine wichtigsten Handlungsfelder identifiziert (Portfolio-Analyse oder Wesentlichkeitsanalyse).		Eine systematische Bewertung und Priorisierung der Handlungsfelder hat nicht stattgefunden.
1.11 <b>Monitoring und kontinuierliche Verbesserung</b> Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.		Das Verbesserungsprogramm ist vorhanden und umfasst sowohl Maßnahmen für travel-to-nature wie auch für For Family Reisen. Das Verbesserungsprogramm ist teilweise wenig konkret und wird nicht als Managementinstrument genutzt. Vielmehr werden Maßnahmen adhoc umgesetzt und nicht immer dokumentiert.  <b>Nachweis</b> - Verbesserungsprogramm
1.12 <b>Nachhaltigkeitsbericht</b> Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.		Nachhaltigkeitsbericht findet sich derzeit nicht auf den Unternehmenswebsites.  <b>Nachweis</b> - Nachhaltigkeitsbericht

2. Wirtschaftsdaten			
2.1	<b>Ökonomische Nachhaltigkeit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur ökonomischen Nachhaltigkeit.		Alle Finanzdaten wurden erhoben. 2016 haben die beiden Unternehmen den größten Umsatz in der Unternehmensgeschichte verzeichnet.
3. Reiseangebote			
3.1	<b>Angebotsportfolio</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zu den verkauften Reisen.		
3.2	<b>Produktgestaltung</b> Das Unternehmen erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit seiner eigenen touristischen Angebote.		<b>Nachweis</b> - 4 Produkt-Checks - Detailprogramm "Costa Rica Pur"
3.3	<b>CO2-Emissionen der Reisen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen.		Verbesserter Index aufgrund der erstmaligen Berücksichtigung von Europa-Reisen von For Family Reisen.
4. Kunden			
4.1	<b>Kundenzufriedenheit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Kunden inklusive die Wahrnehmung von nachhaltigen Aspekten der Reisen.		Sehr hohe Kundenzufriedenheit und zufriedenstellende Rücklaufquote.
4.2	<b>Kundeninformation</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Qualität und Nachhaltigkeit seiner Kundeninformation.		<b>Nachweis</b> - 3 Kundeninfo-Checks
5. Mitarbeitende			
5.1	<b>Schulung zur Nachhaltigkeit</b> Alle Mitarbeitenden (auch in den Destinationen) erhalten CSR-Schulungen (mindestens jährlich einmal) zu den Themen (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen (inkl. Sicherheit und Gesundheitsschutz), (iii) Umweltschutz und (iv) Biodiversität.		Schulungen der Mitarbeitenden und der Reiseleiter/innen finden nach Bedarf statt, ein Schulungsplan besteht nicht.
5.2	<b>Bezahlung</b> Das Unternehmen orientiert sich an den Tariflöhnen und Tarifvereinbarungen.		
5.3	<b>Überstundenregelung</b> Das Unternehmen hat eine Überstundenregelung.		
5.4	<b>Freiwillige Sozialleistungen</b> Das Unternehmen hat ein System von freiwilligen Sozialleistungen.		
5.5	<b>Interessenvertretung</b> Das Unternehmen fördert eine Interessenvertretung oder einen Betriebsrat der Mitarbeitenden.		Betriebsrat oder konstituierte Interessensvertretung nicht vorhanden, scheint hinsichtlich der internen Kommunikationsmöglichkeiten aber auch nicht erforderlich.
5.6	<b>Gerechtigkeit und Inklusion</b> Das Unternehmen bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung.		
5.7	<b>Beschäftigtenstruktur</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Beschäftigtenstruktur.		
5.8	<b>Mitarbeitenden-Zufriedenheit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Zufriedenheit der Mitarbeitenden.		Der Gesamt-Index ist rückläufig, die Ursache hierfür könnte der erfolgte Bürozzug und das Fehlen der stellvertretenden Geschäftsführerin und CSR-Beauftragten aufgrund Mutterschutzes sein. Einige Fragen weisen sowohl bei travel-to-nature wie auch bei For Family Reisen einen sehr niedrigen Index auf (Entscheidungen der Führungskräfte nicht nachvollziehbar, Möglichkeiten der Weiter- und Fortbildungen), hierzu sollten an beiden Standorten konkrete Verbesserungsmaßnahmen entwickelt werden.  <b>Nachweis</b> - 20 Mitarbeiter-Fragebögen (13 travel-to-nature, 7 For Family Reisen)

6. Unternehmensökologie			
6.1	<b>Energie</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Energieverbrauch am Bürostandort.		Daten liegen nur von travel-to-nature vor.
6.2	<b>Ökostrom</b> Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.		<b>Nachweis</b> - Stromrechnung
6.3	<b>CO2-Emissionen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO2-Emissionen am Bürostandort.		Daten liegen nur von travel-to-nature vor.
6.4	<b>Kompensation Flugdienstreisen</b> Das Unternehmen kompensiert die eigenen Flugdienstreisen mindestens zu 50%.		In der aktuellen Berichtsperiode wurden keine Dienstreisen mit dem Flugzeug unternommen.
6.5	<b>Papier</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.		Recycling und FSC-Papier, wenige Printmaterialien.
6.6	<b>Beschaffung</b> Das Unternehmen bezieht nachhaltige (regional produzierte, biologische, umweltfreundliche und fair gehandelte) Produkte und Dienstleistungen.		Öko-faire Verpflegung im Büro. Beschaffung von Büromaterialien über memo.
7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette			
7.1	<b>Partneragenturen</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Partneragenturen durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.		<b>Nachweis</b> - 4 Agentur-Checks
7.2	<b>Unterkünfte</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Unterkünfte durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.		Befragung der Unterkünfte wurde nicht durchgeführt.
7.3	<b>Reiseleiter</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Reiseleiter durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.		Die Reiseleiter/innen sind i.d.R. bei den Partneragenturen angestellt. Zur Befragung wurden die wichtigsten Reiseleiter/innen eingeladen. <b>Nachweis</b> - 4 Reiseleiter-Checks - Reiseleiter-Handbuch
7.4	<b>Geschäftspartner</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Geschäftspartner sowie den Grad der Qualität seiner Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber diesen Partnern.		<b>Nachweis</b> - 2 Geschäftspartner-Befragungen
8. Community Involvement			
8.1	<b>Unterstützung von Nachhaltigkeits-Projekten</b> Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.		travel-to-nature unterstützt seit vielen Jahren zahlreiche soziale und ökologische Projekte. Besonders hervorzuheben ist das Aufforstungsprojekt "La Tigra" in Costa Rica, das sowohl ökologische wie auch soziale Ziele verfolgt, seit 5 Jahren umgesetzt und zukünftig wesentlich erweitert wird.

	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	Das Kriterium wird in vorbildlicher Weise erfüllt und dient anderen Unternehmen als Vorzeige-Beispiel.
	Kriterium erfüllt	Das Kriterium wird vollständig oder weitgehend erfüllt und es besteht nur wenig Verbesserungspotential.
	Verbesserungswürdig	Das Kriterium wird teilweise erfüllt und es besteht Verbesserungsbedarf.
	Kriterium nicht erfüllt	Das Kriterium wird nicht oder nur in unzureichendem Maße erfüllt. Es besteht dringender Verbesserungsbedarf.
n/a	nicht zutreffend	Das Kriterium ist für den Reiseveranstalter nicht zutreffend (z.B. aufgrund der Regelung für Kleinveranstalter).

# Kernindikatoren

			Ø	2017	2014
1	Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	57,2	55,1	50,06
2	CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Gast/Tag	kg	396,2	341,34	370
3	Zufriedenheitsindex Geschäftspartner	%	83,9	72	-
4	Qualitätsindex Kundeninformation	%	67,2	72	79,48
5	Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	77,0	77	83,64
6	CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Geschäftsstelle pro MA	t	2,6	0,023	0,46
7	CSR-Index Produktgestaltung	%	61,0	71	-
8	CSR-Index Partneragenturen	%	63,5	58	76,92
9	CSR-Index Unterkünfte	%	54,0	72	56,07
10	CSR-Index Reiseleitung	%	77,5	80	88,67

