Nachhaltigkeitsbericht 2021

WIR.Reisen eG

Donnerschweer Str. 33

26123 Oldenburg

Impressum

Standortname: WIR.Reisen
Straße: Donnerschweer Str. 33
PLZ, Ort: 26123 Oldenburg

Telefon: 0441/9849812
Mail: kontakt@wir.reisen
www: wir.reisen; club-aktiv.de; skandinavientrips.de

CSR-Beauftragte/-r: Kerstin Schellenberg, Lutz Müller
Tel.: 0441/9849810
E-Mail: schellenberg@club-aktiv.de

Jahr der Datenerfassung ist 2019

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen....2
Kernindikatoren....2
Unternehmensportrait....2
1 Management....3
1.1 Leitbild....3
1.2 Verantwortung der Leitung; CSR-Beauftragte/r und CSR-Managementsystem....4
1.3 Legal Compliance....5
1.4 Supplier Code....5
1.5 Menschenrechte und Kinderschutz....6
1.6 Stakeholder-Analyse....6
1.7 Information und Kommunikation....7
2 Wirtschaftsdaten....8
2.1 Umsatz....8
2.2 Ausgaben....8
3 Reiseangebote....9
3.1 Angebotsportfolio....9
3.2 Produktgestaltung....10
3.3 CO2-Emissionen der Reisen....11
4 KundInnen....13
4.1 Kundenzufriedenheit....13
4.2 Kundeninformation....14
5 Mitarbeitende....14
5.1 Beschäftigtenstruktur....14
5.2 Arbeitsbedingungen....14
5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit....15
6 Unternehmensökologie....15
6.1 Energie....16
6.2 Ökostrom....16
6.3 CO2-Emissionen....16
6.4 Kompensation Flugdienstreisen....17
6.5 Papier....17
6.6 Beschaffung....17
7 Leistungsträger in der Wertschöpfungskette....18
7.1 Partneragenturen....18
7.2 Unterkünfte....18
7.3 ReiseleiterInnen....19
7.4 Geschäftspartner....20
8 Community Involvement....20
9 Verbesserungsprogramm....20

Anhang

Allgemeine Informationen

Indikatorname	Einheit	2019
Gesamtumsatz	€	1.071.187
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz.	4,15
Gesamtübernachtungen	Anz.	6.254
Gesamtpaxe (Reisende)	Anz.	585

Kernindikatoren

Indikatorname	Einheit	2019
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	30,92
CO2 Fluggast/Tag (abzgl. Kompensation)	kg	140,60
Zufriedenheitsindex Geschäftspartner	%	77
CSR-Index Kundeninformation	%	89
CO2 pro Mitarbeitende/r	t	4,3027
CSR-Index Produktgestaltung	%	39
CSR-Index Partneragenturen	%	80
CSR-Index Unterkünfte	%	nicht messbar
CSR-Index ReiseleiteInnen	%	35

Unternehmensportrait

Der Reiseveranstalter Club Aktiv wurde 1996 von Lutz Müller als Einzelunternehmen gegründet. Zunächst wurden Winterreisen nach Skandinavien sowie Seekajaktouren in Norwegen organisiert. Damit gehörte Club Aktiv zu den Pionieren auf dem Gebiet der Seekajakreisen. Aktuell umfasst das Reiseangebot 24 Seekajaktouren weltweit.
Nach und nach formte sich ein weiterer Geschäftsbereich: Reisen nach Skandinavien. Um zielgerichteter auf die verschiedenen Zielgruppen eingehen zu können, wurde Anfang 2010 ein gemeinsamer Internetauftritt in zwei Websites aufgeteilt. Die Website www.club-aktiv.de dient der Darstellung und Vermarktung der Seekajakreisen, während unter www.skandinavientrips.de die Nordland-Reisen sowie ausgewählte Reisen von Partnerveranstaltern zu finden sind.
In Zusammenarbeit mit der Reederei Fjord Line wurde 2016 der Vertriebskanal „Südnorwegen-Reisen“ aufgebaut. Dieser wurde aufgrund der Schließung der Fjord Line Geschäftsstelle in Deutschland mittlerweile eingestellt.
Im Jahr 2018 erfolgte die Firmenumwandlung vom Einzelunternehmen Lutz Müller e.K. in die WIR.Reisen eG. Auf diese Weise sind die MitarbeiterInnen in der Lage, das Unternehmen weiterzuführen, wenn Lutz Müller in einigen Jahren seinen Ruhestand antritt.
Heute besteht die Geschäftstätigkeit von WIR.Reisen aus drei Sparten: eigenveranstaltete Seekajakreisen, eigenveranstaltete Skandinavienreisen sowie die Vermittlung von Reisen und Einzelleistungen, vorwiegend im skandinavischen Raum.
WIR.Reisen hat sein Büro in Oldenburg, welches als Firmensitz sowie Reisebüro dient. Hier arbeiten derzeit fünf MitarbeiterInnen. Unterstützt wird das Team in unregelmäßigen Abständen von PraktikantInnen.

1 Management

Der folgende Nachhaltigkeitsbericht bezieht sich auf den Reiseveranstalter WIR.Reisen mit den Vertriebskanälen „Club Aktiv“, „skandinavientrips“ sowie „Südnorwegen-Reisen“. Letzterer wurde in der Zwischenzeit eingestellt.
Erfasst wurden eigenveranstaltete Reisen im Bereich Seekajak sowie Individualreisen nach Skandinavien. Die Grundlage der erhobenen Daten bilden die umsatz- bzw. gästestärksten Reisen des Geschäftsjahres 2019.

1.1 Leitbild

Das Leitbild zeigt die zentralen Werte unseres Unternehmens und dient als Wegweiser für unser Handeln und Wirtschaften.

Wir stehen zu unseren Werten
Einen großen Stellenwert nehmen die Themen Ökologie, Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung ein. Diese drei Punkte sind in unserer unternehmerischen Kultur verankert und bei allen MitarbeiterInnen verinnerlicht. Unser Ziel ist es diese Themen konsequenter umzusetzen ohne sie ausschließlich für die Kundinnen und Kunden hervorzuheben. Sie bestimmen unser Handeln und Tun und somit auch unsere Produkte: Nachhaltige, ökologisch wenig belastende und sozial verträgliche Reisen.

Wir fördern nachhaltigen Tourismus
Ein Großteil unserer Reisen führt nach Skandinavien. Dieses Zielgebiet ist gut mit umweltverträglichen Verkehrsmitteln wie Bahn oder Fähre zu erreichen. Ist aufgrund der Entfernung und Urlaubsdauer ein Flug in Zielgebiet in unserem Reisepaket enthalten, kompensieren wir die entstehenden CO2-Emissionen mit atmosfair.
Auf unseren Seekajaktouren bewegen wir uns hauptsächlich mit Muskelkraft fort, leben in und mit der Natur. Daher ist es uns besonders wichtig, Reisen zusammenzustellen, die nachhaltig, ökologisch wenig belastend und sozial verträglich sind. Bevorzugt wird die Anreise mit Zug und/oder Fähre, die, wenn möglich, mit in die Reiseleistungen inkludiert wird. Gäste die fliegen wollen, werden auf mögliche Alternativen hingewiesen.
Zudem ist es uns wichtig, den Menschen in den jeweiligen Reiseländern auf Augenhöhe zu begegnen. Und dies ist in Skandinavien selbstverständlich. Auch die unberührte Natur ist für viele Menschen ein Grund, Richtung Norden zu reisen. Damit dies auch in Zukunft so bleibt, spielt das Thema nachhaltiges Reisen für uns eine große Rolle. Deshalb wählen wir unsere Partner bewusst aus. Viele sind Mitglied im forum anders reisen und/oder mit dem CSR-Siegel von Tourcert ausgezeichnet.

Wir leben Verantwortung
Ein weiterer wichtiger Grundpfeiler unserer Arbeit ist das Thema Verantwortung. Nicht nur gegenüber der Natur und Kultur der einzelnen Reiseländern, sondern auch dem Kunden gegenüber. Aus diesem Grund ist es für unsere MitarbeiterInnen selbstverständlich, immer das Beste für den Kunden zu ergründen. Denn nur so wird die Reise für unsere Kundinnen und Kunden mit Sicherheit zu einem besonderen Erlebnis. Zudem bilden wir uns stetig weiter, um den bestmöglichen Service bieten zu können. Verantwortung wird aber auch im

Umgang mit den MitarbeiterInnen gelebt. Wir besprechen einmal wöchentlich gemeinsam die anfallenden Arbeiten und lassen die vergangene Woche Revue passieren. Daneben gibt es drei bis vier Mal im Jahr ein Treffen außerhalb der Arbeitszeit mit allen BüromitarbeiterInnen, um die weitere Zukunft der Firma gemeinsam zu besprechen und zu gestalten. Jährlich veranstalten wir zudem ein Treffen mit langjährigen ReiseleiterInnen und werten die vergangene Saison aus. Die Einbeziehung der MitarbeiterInnen und ReiseleiterInnen in die weitere Firmenentwicklung ist somit ein wesentlicher Bestandteil der Firmenphilosophie. Eigenverantwortliches Handeln und teamorientiertes Arbeiten wird gegenseitig gefördert. Deshalb wurde im Jahre 2018 die Einzelfirma in eine Genossenschaft umgewandelt, in der die MitarbeiterInnen Anteile erwerben können (aber nicht müssen). Die Idee: Nur, wenn sich alle MitarbeiterInnen mit der Firma und dessen Philosophie identifizieren und sich ihrer eigenen Verantwortung bewusst sind, kann ein Unternehmen in unseren Augen erfolgreich wirtschaften. Die Umwandlung unseres Unternehmens in eine Genossenschaft ist daher ein konsequenter Schritt in diese Richtung.

Wir blicken in die Zukunft
Um unseren Qualitätsansprüchen gerecht zu werden, hinterfragen wir die eigene Arbeit und suchen nach Optimierungsmöglichkeiten. Unser Unternehmen befindet sich in einer stetigen Entwicklung. Somit entwickelt sich auch unser Leitbild immer weiter. Um unser Unternehmen zukunftsfähig zu gestalten, blicken wir stetig nach vorn. Hierfür ist es nötig, Visionen und Ideen zu entwickeln und die eigenen Ziele und Wünsche immer wieder aufs Neue zu hinterfragen. Auch das Feedback unserer Kundinnen und Kunden spielt für uns eine wichtige Rolle und wird bei neuen Planungen berücksichtigt. Denn die Zufriedenheit unserer Kunden hat für uns oberste Priorität.

Wir schauen über den Tellerrand
Uns ist bewusst, dass wir uns mit unserer Ausrichtung auf Skandinavien gewissen Problematiken entziehen, die aber auch großteils erst durch Tourismus entstanden sind (sexueller Kindermissbrauch, Sextourismus, extreme Ausbeutung in touristischen Hochburgen, Landschaftsverbrauch etc.) und möchten mit unseren Reiseangeboten bewusst nicht zu solchen Problemen beitragen.
Trotzdem möchten wir z.B. für das Thema sexuelle Ausbeutung von Kindern sensibilisieren, da wir davon ausgehen, dass unsere Kunden auch in Länder reisen, in denen dies durchaus ein Thema ist. Deshalb stellen wir weitere Informationen zu dem Thema unter www.ecpat.de zur Verfügung.

Zu unserer Zertifizierung mit dem TourCert-Siegel gehört eine umfassende Analyse unseres Unternehmens, der Reiseangebote sowie Zusammenarbeit mit internen und externen Stakeholdern.
Zudem sind wir auch Gründungsmitglied des forum anders reisen. Das forum feierte im Jahr 2018 sein 20-jähriges Jubiläum.

1.2 Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragte/r und CSR-Managementsystem

CSR-Beauftragter im Unternehmen ist zum einen Lutz Müller. Er kann als Vorreiter im Unternehmen bezeichnet werden, da er bereits während seines Studium einer Umweltbewegung angehörte, in einer ökologischen Tischlerei arbeitete und schließlich zu den Gründern des forum anders reisen gehörte. Derzeit ist er Mitglied im Vorstand des forums.
Bei der Durchführung des Nachhaltigkeitsprozesses, insbesondere der Datenerfassung wird er von Kerstin Schellenberg, ebenfalls CSR-Beauftragte und stellvertretende Vorstandsvorsitzende der WIR.Reisen eG, unterstützt. Somit ist die Verantwortung seit je her in der Geschäftsführung verankert.
Ein CSR-Management im eigentlichen Sinn haben wir, begründet durch unsere Unternehmensgröße, nicht eingeführt. Im Anschluss an unsere CSR-Zertifizierung wurde jedoch das Thema Nachhaltigkeit stärker verankert und konkreter bearbeitet. Es erfolgte

die zeitnahe Erfassung, regelmäßige Besprechung und Auswertung der relevanten Daten sowie gesammelten Informationen.
Wir stellten die Kennzeichnung von Reisen zertifizierter Veranstalter auf skandinavientrips heraus, entwickelten einen Kriterienkatalog für die Aufnahme neuer Veranstalter, sorgten für die Einpreisung der atmosfair-Kompensation bei Reisen die einen inkludierten Flug als Reisebestandteil haben.
Zudem wurde unsere Zertifizierung kommuniziert und weiterführende Informationen in unsere Kundeninformationen ausgenommen. Somit möchten wir unsere KundInnen langfristig zu sensibilisieren.
Kontinuierlich wird an der zeitnahen Erfassung relevanter Daten gearbeitet. Wir dokumentieren Dienstreisen, kompensieren Flüge, führen einen Marketingplan, aus dem beispielsweise Druckerzeugnisse hervorgehen. Dies trägt nun bereits zu einer vereinfachten Datenerfassung bei und soll in Zukunft weiter optimiert werden.
Im Rahmen unseres CSR-Prozesses arbeiten wir an einem unternehmerischen Verbesserungsprogramm, welches regelmäßig überarbeitet wird.
Die ermittelten Daten und Ergebnisse der Checks werden umfassend ausgewertet und in den Arbeitsprozess integriert.

1.3 Legal Compliance

Hinsichtlich der Kenntnis und Erfüllung relevanter Gesetze arbeiten wir eng mit unserem Steuerberater, Buchhaltungsbüro sowie unserer Rechtsanwältin zusammen. Auch die Mitgliedschaft in der örtlichen Werbegemeinschaft, einer Erfahrungsgruppe, der AER Reisebürokooperation, dem forum anders reisen, dem BVKanu sowie der IHK, Berufsgenossenschaft und dem Genossenschaftsverband sorgt für Information über gesetzliche Besonderheiten. Zudem erhalten wir aktuelle Mitteilungen über die Zusammenarbeit mit Partnerveranstaltern, branchenspezifische Fachmagazine und Newsletter.
Unsere ARB werden jährlich durch unsere Rechtsanwältin überprüft und angepasst.
Wir sind uns bewusst, dass es kaum möglich ist immer über alle aktuellen Gesetzesänderungen und -anpassungen informiert zu sein, dennoch ist die Erfüllung durch die Zusammenarbeit mit einer Vielzahl von Partnern durchaus gewährleistet.
Wird einem unserer Mitarbeitenden, auch freie MitarbeiterInnen tragen ab und zu Meldungen an uns heran, eine Änderung bekannt, sorgt die Geschäftsführung für weiterführende Informationen und ggf. die nötige Umsetzung.

1.4 Supplier Code

Mit den meisten unserer Leistungsträger und Partner haben wir keine standardisierten Verträge. Dies liegt zum einen in der geringen Anzahl der Gästeübernachtungen begründet, zum anderen darin, dass die Campingplätze der Seekajaktouren nicht vorgebucht werden und nach Bedarf vor Ort angefahren werden. Auch einen Supplier Code of Conduct, mit dem verbindliche Rahmenbedingungen hinsichtlich Menschenrechten, Biodiversität, Klimaschutz und Arbeitsbedingungen, führen wir nicht.
Mit unserer dänischen Partneragentur Nordic Tours haben wir einen Vertrag, ebenso mit Leistungsträgern wie Reedereien (Color Line, DFDS, Finnlines, Fjord Line, Moby, Scandlines, Stena Line, Scandlines), Busunternehmen (Flixbus) sowie Ferienhausvermittlern (Inter Chalet, Novasol, Dansommer, Dancenter).
Aufgrund der guten Zusammenarbeit mit unser dänischen Partneragentur, die einen Großteil der Hotelbuchungen für uns übernimmt, kommen unsere direkten Verträge mit Hotels in Skandinavien kaum zum Tragen.
Zudem haben wir Verträge mit Havila, Hurtigruten und STRÖMMA Turism & Sjöfart AB (Götakanal) sowie einigen anderen Reiseveranstaltern deren Reisen wir vermitteln.
Anzumerken ist, dass uns diese Verträge von Seiten unserer Partner vorgelegt werden.
Weiterhin arbeiten wir mit einigen Partner-Veranstaltern und Reisebüros (u.a. Natours, Rucksack Reisen, Wricke-Touristik) zusammen, denen wir unsere Agentur-Vertragsbedingungen zukommen lassen.

Fast alle dieser Partner sind skandinavische Unternehmen. Die Zusammenarbeit erfolgt sehr partnerschaftlich und auf Anfrage. Vertragsinhalte wie Menschenrechte, Biodiversität, Klimaschutz und Arbeitsbedingungen sind, unserer Ansicht nach, in dieser Destination keine erforderlichen Vertragsinhalte, da diese Themen in den Destinationen ohnehin sehr sorgfältig und vorbildlich behandelt werden. In den Zielgebieten unserer Reisen, zum Großteil Skandinavien[1], sind Themen wie Menschenrechte, Kinderarbeit oder sexuelle Ausbeutung, Diskriminierung zu vernachlässigen. Im Gegenteil, unserer Meinung nach sind die skandinavischen Länder in vielen Dingen sogar Mitteleuropäern weit voraus. Als Beispiele seien hier die Gleichstellung der Geschlechter, materieller Wohlstand für alle, Integration von Minderheiten und körperlich Behinderten genannt. Mit Letzteren wird weit offener umgegangen als wir es beispielsweise in Deutschland kennen.

Aufgrund der Größe unseres Unternehmens, der Anzahl der gebuchten Gästeübernachtungen sowie der langjährigen und partnerschaftlichen Beziehungen zu unseren Leistungsträgern sehen wir uns nach wie vor nicht in der Lage, einen starren Code of Conduct umzusetzen. Nichtsdestotrotz ist es uns ein Anliegen immer wieder mit unseren Partnern über die Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung zu sprechen. Dies erfolgt auf Infotouren, Messen und Workshops. Weiterhin sollen unsere Partner im Rahmen der kommenden Rezertifizierungen über unsere Grundwerte und Erwartungen informiert werden. Auf diese Weise können wir ein regelmäßiges Aufgreifen des Themas umsetzen. Mit dieser Maßnahme haben wir im Rahmen dieser Rezertifizierung bereits sehr positive Erfahrungen gemacht und dies bereits in unserem Verbesserungsprogramm festgehalten.[2]

Zudem werden wir auch weiterhin auf die Sensibilisierung unserer Kunden setzen, die an der Destination Skandinavien vor allem Ruhe, Freiheit und Natur schätzen. Schon allein aus diesem Grund sollten Reisen und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen. Auf diesem Wege ist aus unserer Sicht eine Beeinflussung der einzelnen Leistungsträger möglich, die auf eine langfristig geänderte Nachfrage reagieren sollten. Für unsere Webseite skandinavientrips.de haben wir beispielsweise einen Kriterienkatalog eingeführt, mit dem wir Reisen/Veranstalter bewerten, um über eine Veröffentlichung der Angebote zu entscheiden. Dieser beinhaltet u.a. sowohl rechtliche als auch Nachhaltigkeitsaspekte.[3]

1.5 Menschenrechte und Kinderschutz

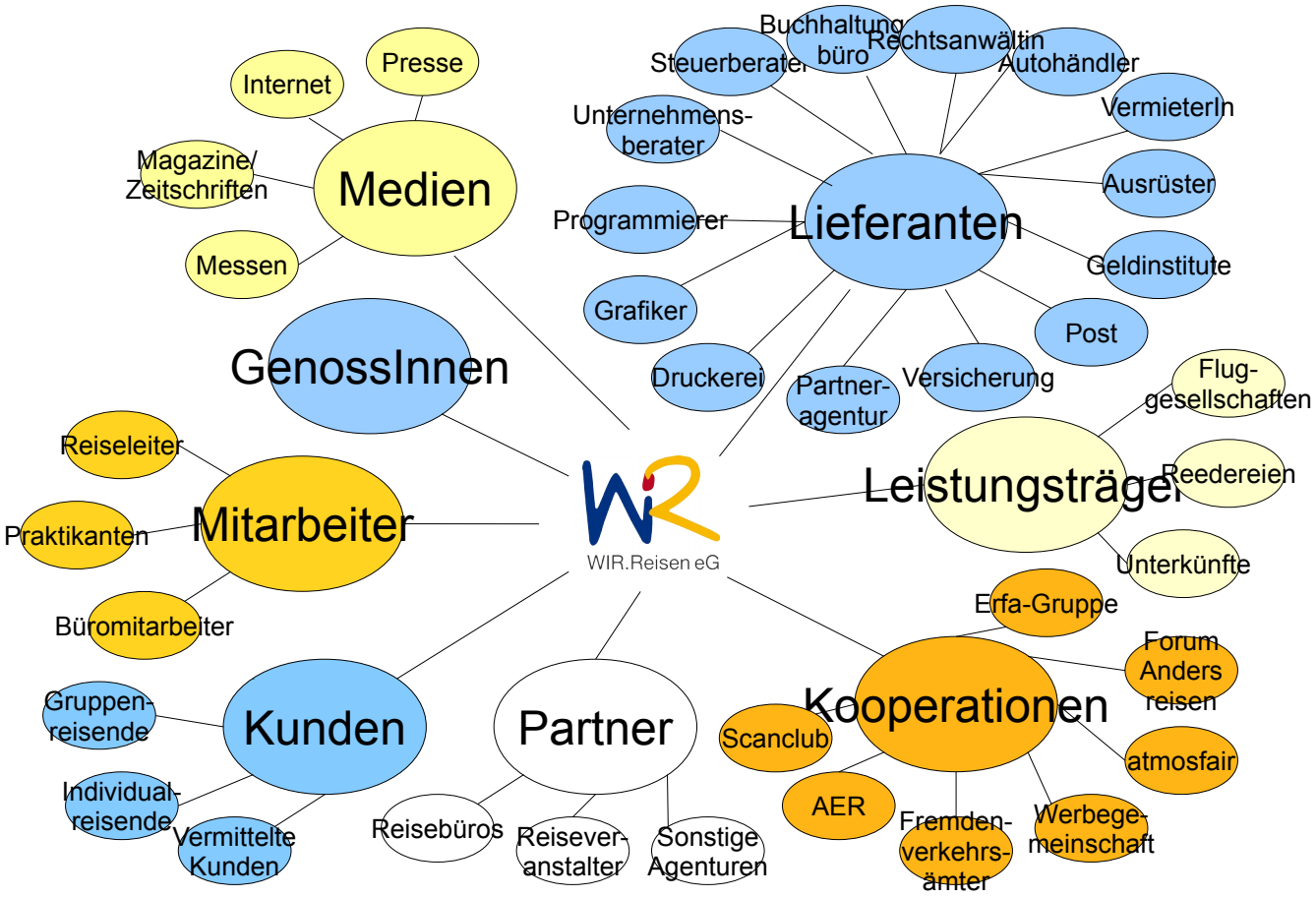
Menschenrechtsaspekte und damit verbundene Risiken sind in unseren Zielgebieten von keiner Bedeutung. Die Begegnung erfolgt immer auf Augenhöhe. Der Verband forum anders reisen hat den Kinderschutzkodex unterzeichnet. Wir als Unternehmen nicht. Selbstverständlich sehen wir den Kinderschutz als besonders wichtig an, in unseren Zielgebieten ist dies jedoch gewährleistet. Um dennoch unsere KundInnen, von denen wir wissen, dass Sie auch in Zielgebiete reisen, in denen dies von Bedeutung ist, haben wir einen Hinweis in unserem Leitbild formuliert.

1.6 Stakeholder-Analyse

Wie alle Unternehmen ist auch WIR.Reisen auf verschiedenen Ebenen mit anderen Unternehmen und Personen verbunden. Viele Kontakte bestehen schon seit Jahren und sind von freundschaftlichen Beziehungen gekennzeichnet.
In der Stakeholdermap fanden alle Unternehmen/Personen Berücksichtigung, die mit der Organisation und Vermarktung unserer Reisen sowie dem Bestehen und Handeln unseres Unternehmens verknüpft sind. Der Kategorie „Leistungsträger“ ordneten wir diejenigen Unternehmungen zu, die in direktem Kontakt mit den KundInnen stehen und Reiseleistungen ausführen. Als „Lieferanten“ hingegen definierten wir Unternehmen, die uns als Veranstalter die Organisation und den Verkauf von Reisen ermöglichen.

1 Vgl. Anhang I „Grünes Urlaubssiegel: Schweden ist nachhaltigstes Reiseziel weltweit“ sowie Anhang II „Ausgezeichnet: Skandinavische Zertifikate für Nachhaltigkeit“
2 Vgl. auch Pkt. „1.4 Supplier Code“
3 Vgl. Anhang VI „Der Kriterienkatalog von skandinavientrips.de“ sowie www.skandinavientrips.de/partner.html

Zudem bewerteten wir die Stakeholder im Rahmen einer Stakeholdermatrix nach deren Einfluss auf das Unternehmen WIR.Reisen sowie die Wirkung von WIR.Reisen auf den jeweiligen Stakeholder.[4]



1.7 Information und Kommunikation

Wir kommunizieren auf vielen verschiedenen Wegen mit unseren KundInnen und haben vom Erstkontakt bis zur Nachbearbeitung der Reise eine Vielzahl von Kontaktpunkten. Gute Beratung und Information sowie Transparenz sind uns dabei sehr wichtig.
Unsere Websites sind oftmals der Einstieg in die Kundenkommunikation. Hier stellen wir neben Reiseangeboten auch Informationen über Zielgebiete, über uns und unsere Werte dar. Unsere TourCert-Zertifizierung ist ebenso ersichtlich, wie die Mitgliedschaft in Verbänden oder andere Auszeichnungen.
In den Reisebeschreibungen auf der Website finden sich vorwiegend Informationen zu atmosfair und der Möglichkeit CO2-Emissionen über atmosfair zu kompensieren.
Regelmäßig kommunizieren wir mit KundInnen per Telefon, Mail sowie im persönlichen Gespräch, wobei hier das Thema Nachhaltigkeit oft eine untergeordnete Rolle spielt. In unseren Mail-Abbindern sind ebenfalls Zertifizierungen und Mitgliedschaften benannt.
Unsere Bestandskunden erhalten unser Magazin „NORDLICHTER“ (im Skandinavienbereich) bzw. „Flaschenpost“ (im Seekajakbereich). Beide erscheinen drei Mal jährlich in gedruckter Form und beinhalten in Abständen Artikel rund um das Thema Nachhaltigkeit.[5]
Zudem versenden wir regelmäßig Newsletter und pflegen Facebook-Seiten.
Im Rahmen der Reiseunterlagen weisen wir auf ökologische Aspekte hin und informieren die Gäste umfangreich über die bevorstehende Reise. Auch sind hier Projekte, die wir unterstützen, genannt (GreenKayak sowie Gewässerretter). Weiterhin erhalten die KundInnen den TourCert Siegelflyer.

4 Vgl. Anhang V „Stakeholdermatrix“
5 Vgl. Anhang VI „Auszug Flaschenpost Nr. 29 „Interview mit Petra Schellhorn““

2 Wirtschaftsdaten

Im Folgenden sind unsere Wirtschaftsdaten erläutert. Die Zahlen beziehen sich auf das Geschäftsjahr 2019. Umsatz- sowie Kostenstruktur werden werden von WIR.Reisen nicht nach Geschäftsbereichen getrennt erfasst. Die Werte sind der Bilanz 2019 entnommen.

2.1 Umsatz

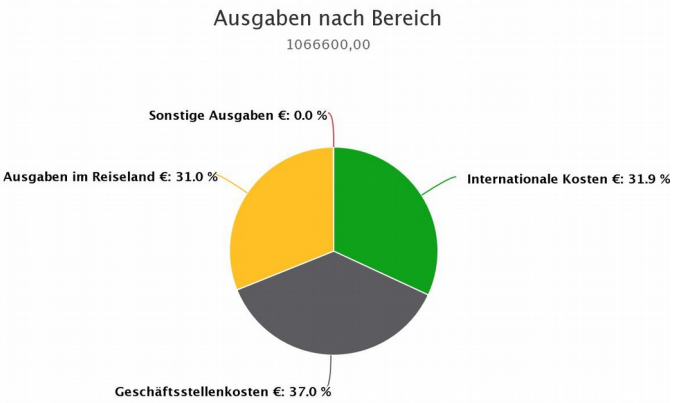
Indikatorname	Einheit	2019
Gesamtumsatz	€	1.071.187
Umsatz pro Mitarbeitendem	€	258.117
Umsatzrendite	%	0,43
Umsatz aus eigenen Reisen	€	765.000

Der Gesamtumsatz des Jahres 2019 lag bei 1.071.187 Euro. Dieser Umsatz setzt sich aus der Veranstaltung eigener Reisen sowie der Vermittlung von Pauschalreisen und Einzelleistungen zusammen. Der Anteil der Eigenveranstaltungen liegt bei rund 765.000 Euro.

2.2 Ausgaben

Indikatorname	Einheit	2019
Gesamtausgaben	€	1.066.600
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	30,92

Die Gesamtausgaben im Geschäftsjahr 2019 betrugen 1.066.600 Euro. Die Ausgabenstruktur gliedert sich wie folgt:
Internationale Kosten, die sich aus Kosten für Flüge, Bahnfahrten und unsere Partneragentur Nordic Tours zusammensetzen: 340.435 Euro.
Ausgaben der Geschäftsstelle, die sich aus Personalkosten, Raumkosten, betrieblichen Steuern, Versicherungen/Beiträge, besondere Kosten, Kfz-Kosten, Werbe-/Reisekosten, Abschreibungen, Reparatur/Instandhaltungskosten und sonstigen Kosten ergeben: 394.709 Euro.
331.171 Euro der Gesamtkosten flossen direkt ins Reiseland. Unter diesem Kostenpunkt erfassten wir die Reisevorleistungen von denen wir die internationalen Kosten abzogen. Dies sind etwa 31 Prozent, die der lokalen Wertschöpfung zu Gute kommen. Hierbei sind insbesondere die Reisekassen zu erwähnen die zu einhundert Prozent ins Reiseland fließen. Im Berichtsjahr 2019 erhielten unsere ReiseleiterInnen gut 14.000 Euro als Handkasse für Ausgaben vor Ort.



3 Reiseangebote

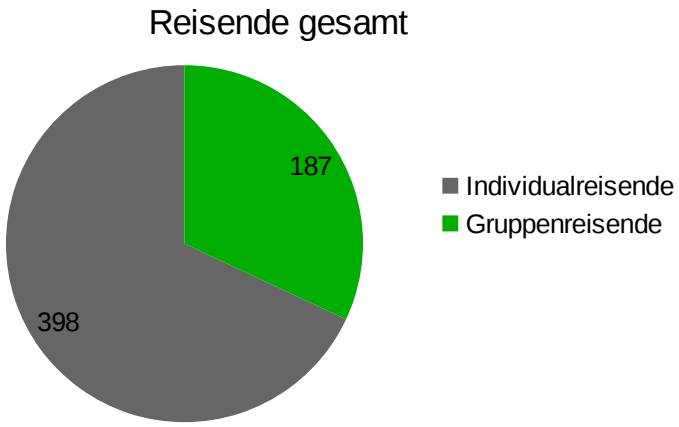
Im folgenden Abschnitt werden unsere Reiseangebote der Saison 2019 beschrieben. Die Erläuterungen werden für den Bereich Seekajak sowie Skandinavien getrennt geführt. Alle nachfolgenden Betrachtungen beziehen sich nur auf die eigenveranstalteten Reisen von WIR.Reisen. Dabei wird der Schwerpunkt auf die meistgebuchten/umsatzstärksten Reisen der Saison 2019 gelegt. Diese wurden mit Hilfe der Tabelle „Destination und Paxzahlen“ ermittelt. So wurden ca. 95% unserer Reisen betrachtet.

3.1 Angebotsportfolio

Auf unseren Websites skandinavientrips.de sowie suednorwegen-reisen.de waren für die Saison 2019 gut 160 Reiseangebote buchbar. Darunter ein Großteil eigenveranstalteter Reisen.
Weiterhin wurden Reisen 26 verschiedener Veranstalter vermittelt. Sechs dieser Veranstalter verfügen heute über eine CSR-Zertifizierung bzw. einen TourCertCheck.
Neben Pauschalreisen boten wir u.a. die Buchung von Einzelleistungen an. Dazu gehörten Fährüberfahrten nach Skandinavien (zehn verschiedene Reedereien) sowie die Vermittlung von Ferienhäusern (vier verschiedene Veranstalter).

Im Bereich Seekajak wurden 18 eigenveranstaltete Seekajakreisen angeboten.
Die Anzahl der angebotenen Termine lag bei 39. Die Mehrheit der angebotenen Seekajak-Reisen fand ebenfalls in Nordeuropa statt (44%). Weitere 28% in Deutschland, 25% in Südeuropa und knapp 3% weltweit.

Für das Berichtsjahr 2019 konnte eine Gästeanzahl von 585 ermittelt werden.
398 Personen buchten eine Individualreise, 187 Personen nahmen an einer Gruppenreise teil. 171 Reisende unternahmen eine Seekajaktour, weitere 16 Personen buchten eine Skandinavien-Gruppenreise.



Die durchschnittliche Reisedauer der angebotenen eigenveranstalteten Gruppenreisen betrug etwa 11,5 Tage. Die durchschnittliche Reisedauer der angebotenen eigenveranstalteten Individualreisen lag bei etwa 10,3 Tagen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Fluggäste betrug bei 10,4 Tagen.
Insgesamt belaufen sich die erfassten Gesamtübernachtungen auf 6.254 Übernachtungen.

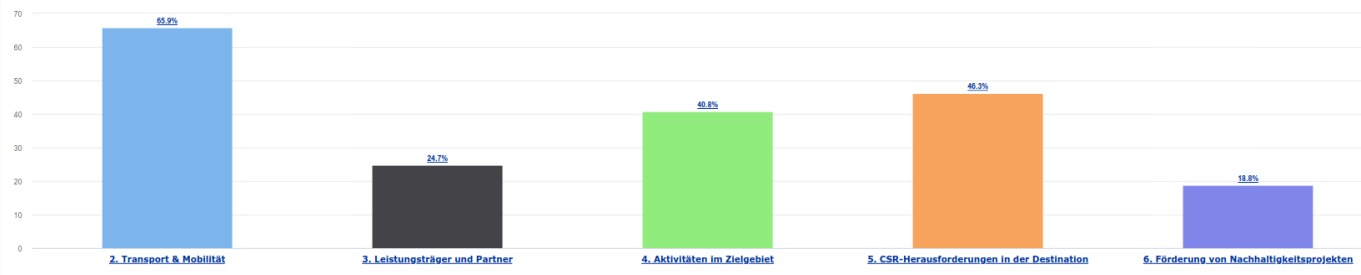
Im Jahr 2019 hatten wir bei allen eigenveranstalteten Reisen, bei denen der Flug zu den festen Reisebestandteilen gehört, die Einpreisung der atmosfair-Abgabe vorgenommen. Auf diese Weise kompensierten wir knapp 100 t CO2.
Weiterhin boten wir konsequent bei allen vermittelten Reisen sowie Reisen mit optionaler Fluganreise die freiwillige Kompensation des entstehenden CO2s mit atmosfair an. Sechs KundInnen wählten diese Option in ihrer Buchung, sodass 5,1 t CO2 auf freiwilliger Basis kompensiert werden konnten.

Indikatorname	Einheit	2019
Gesamtübernachtungen	Anz	6.254
Reiseangebote gesamt	Anz	160
Reisende gesamt	Anz	585
Individualreisende	Anz	398
Gruppenreisende	Anz	187
Ø Reisedauer Individualreisen	d	10,3
Ø Reisedauer Gruppenreisen	d	11,5
Ø Reisedauer Flugreisen	d	10,4

3.2 Produktgestaltung

Da jede Reise Auswirkungen auf Natur und Umwelt hat, versuchen wir diese möglichst gering zu halten. Durch die bewusste geografische Auswahl unserer Zielgebiete können meist klimaschonende Anreisearten angeboten werden. So versuchen wir stets eine Anreise per Fähre oder Bahn einem Flug ins Zielgebiet vorzuziehen und diese auch entsprechend bereits in die Reiseausschreibung einzubeziehen. Bei der Auswahl neuer Reiseziele bevorzugen wir Ziele, die mit Bahn oder Fähre zu erreichen sind.

Im Zuge der Rezertifizierung führten wir einen Produktcheck für vier Produktbereiche durch: Urlaubsreisen im Seekajak, Pkw-Rundreisen Skandinavien, Winterreisen Skandinavien sowie individuell ausgearbeitete Reisen nach Skandinavien. Aus den Umfragen ergab sich folgendes Ergebnis:



Indikatorname	Einheit	2019
CSR-Index Produktgestaltung	%	39

Wir optimieren all unsere Reiseprogramme kontinuierlich, achten dabei auf die Zusammenarbeit mit den Partnern vor Ort und lassen auch Kundenmeinungen und Feedbacks einfließen. Gleiches gilt für unsere Reiseunterlagen, die wir mindestens ein Mal pro Jahr überarbeiten. Diese werden auf Aktualität überprüft, um Neuerungen ergänzt sowie aufgrund von Kundenrückmeldungen erweitert.

Ansatzpunkte für eine nachhaltige Produktoptimierung in Skandinavien sehen wir im Bereich der Unterkünfte. Im Seekajakbereich spielen vor allem die ReiseleiterInnen eine wichtige Rolle, sodass diese regelmäßig geschult werden.

Flüge innerhalb des Zielgebietes bieten wir nicht an. Weiterhin geben wir in aller Regel der Anreise mit Bahn und oder Fähre den Vorzug vor einer Anreise per Flug. Sollte aufgrund der Entfernung des Zielgebietes und geplanter Reisedauer ein Flug erforderlich sein (beispielsweise bei Winterreisen nach Skandinavien), inkludieren wir die CO2-

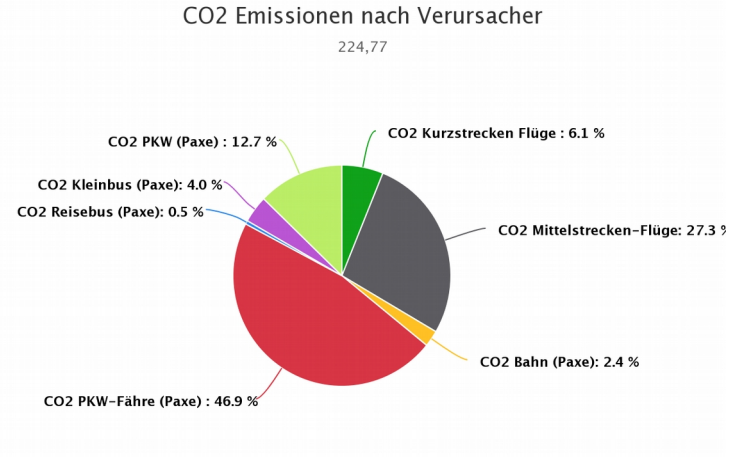
Kompensation mit atmosfair in den Reisepreis. Dies trägt nicht zu einem geringeren CO2-Ausstoß bei, ist jedoch ein kleiner Beitrag um die negativen Auswirkungen zu begrenzen.

Auch Off-Road-Touren, Touren mit dem Motorschlitten, Rundflüge, Heli-Skiing sowie Aktivitäten, die das Tierwohl gefährden, bieten wir nicht an.
Im Bereich Seekajak unterstützen wir die Projekte „GreenKajak“ sowie „Gewässerretter“.

Verbunden mit der Reiseart an sich, nutzen wir auf Seekajaktouren wenig lokale Infrastruktur und Angebote vor Ort. Die Anreise erfolgt, soweit möglich, mit Bahn/Fähre und Kleinbus. Im Zielgebiet angekommen, reisen die Gruppen im Seekajak weiter. Unterwegs wird in freier Natur oder auf Campingplätzen vor Ort übernachtet.
Bei der Organisation der Reisen spielt auch die Logistik eine große Rolle. Eine sinnvolle Zusammenlegung der Touren ist eine der Grundlagen. Somit können wir möglichst wenige Transportwege und Materialeinsatz kombinieren.
Alle Seekajakreisen finden als Gruppenreisen statt. Die Reisegruppen, mit maximal 12 Teilnehmern, kaufen gemeinsam vor Ort ein.
Abzugrenzen von dieser speziellen Reiseart sind die, teils sehr individuellen, Skandinavienreisen - kundenspezifisch fließen eigene Ideen und Vorstellungen in die Reisegestaltung ein. Insbesondere die Pkw-Rundreisen sind, bedingt durch die Reiseart, mit einer höheren Umweltbelastung verbunden. Die durchschnittlichen Fahrstrecken einer Rundreise liegen bei etwa 1.400 Pkw-Kilometern.

3.3 CO2-Emissionen der Reisen

Die erfassten Reiseangebote wurden hinsichtlich der entstehenden Emissionen untersucht. Insgesamt wurden dabei 224,77 t CO2-Emissionen ermittelt. Die CO2-Emissionen nach Verursacher ergeben, dass die Pkw-Fähren den größten Anteil der verursachten CO2-Emissionen ausmachen. Die beiden Fährgesellschaften, welche für unsere Reisen die größte Rolle spielen, sind Color Line (183 Gästeübernachtungen) sowie Fjord Line (98 Gästeübernachtungen). Beide Reedereien legen großen Wert auf eine nachhaltige Entwicklung sowie die Einsparung von CO2-Emissionen, Fjord Line beispielsweise durch LNG-Antrieb.[6] An zweiter Stelle stehen die Mittelstreckenflüge. Weiterhin tragen Fahrten im Pkw ca. 13 Prozent zu den CO2-Emissionen bei.

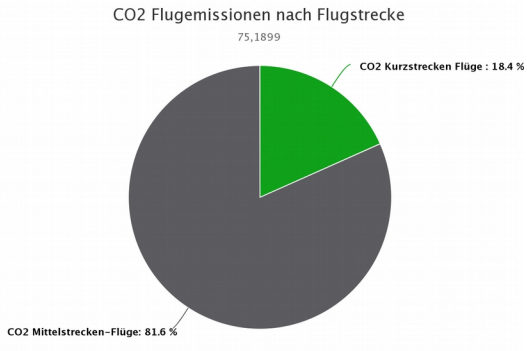


Auch hier ist auf die Unterschiede in den einzelnen Geschäftsbereichen hinzuweisen. Im Bereich Seekajak erfolgt die Fortbewegung im Zielgebiet vorwiegend mit dem Seekajak, wodurch sehr wenig Emissionen entstehen. Ab und an werden logistische Transfers oder ein Rücktransport der Teilnehmer zum Ausgangspunkt notwendig.

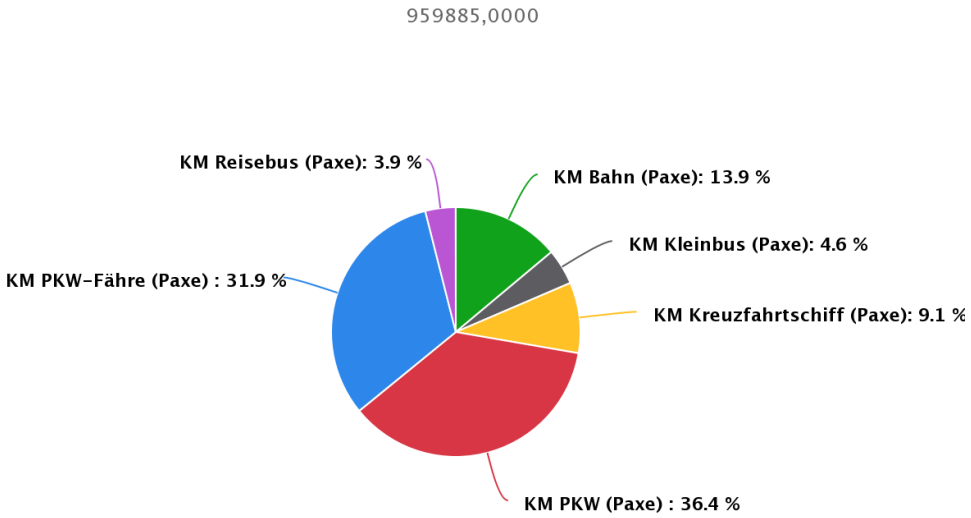
Ein Drittel der entstandenen CO2-Emissionen stammt aus der Anreise per Flugzeug.

6 Vgl. Anhang VII sowie IX „Color Line: Umweltfreundlicher Seetransport“ und „Fjord Line: Umweltfreundliches Erdgas“

Insgesamt entstanden 75,2 t Flugemissionen, wovon 13,8 t auf Kurzstreckenflüge (bis 3 Std. Flugdauer) und 61,4 t auf Mittelstreckenflüge (bis 6 Std. Flugdauer) entfielen. Von uns wurden 98,3 t über die in den Reisepreis inkludierten Kompensationen mit atmosfair ausgeglichen. Weiterhin wurden 5,1 t freiwillig von KundInnen über atmosfair kompensiert.



Betrachtet man die CO2-Emissionen der anderen Transportmittel ergibt sich folgende Übersicht:



In den Bereich „Kreuzfahrtschiffe“ fällt ausschließlich die Reederei Hurtigruten, da wir keine weiteren Kreuzfahrten anbieten. Hurtigruten stellt mit den Postschiffen eine wichtige Lebensader entlang der norwegischen Küste dar und setzt sich zudem für die Umwelt ein.[7]

Indikatorname	Einheit	2019
CO2 Transport gesamt	t	224,77
Kompensierte CO2 Emissionen der Reisen	t	103,41
Anteil kompensierter CO2-Emissionen der Reisen	%	46,01
CO2 pro Fluggast/Übernachtung (abzgl. Kompensation)	kg	140,60

7 Vgl. Anhang X „Hurtigruten setzt auf Nachhaltigkeit“

4 KundInnen

In Berichtsjahr 2019 reisten insgesamt 585 Gäste mit uns. 187 Personen nahmen an einer Gruppenreise teil, weitere 398 buchten eine Individualreise.

4.1 Kundenzufriedenheit

Die Kundenzufriedenheit unserer Seekajak-Reisenden lag im Jahr 2019 bei etwa 92,3 Prozent. Dieser Wert stützt sich auf die in unserem Kundenfragebogen zur Reise erhobenen Ergebnisse der Frage „Wie bist du insgesamt mit der Reise zufrieden?“. Innerhalb unseres Fragebogens arbeiten wir mit einer Schulnotenskala von 1 bis 5. Diese Werte wurden in einen Prozentsatz umgerechnet.[8]
Die Rücklaufquote der Fragebögen betrug knapp 43 Prozent. Eine mögliche Verschiebung der Ergebnisse liegt möglicherweise darin, dass nicht alle Seekajakreisenden einen Fragebogen erhielten. Bei Kurztouren mit einer Reisedauer von 3 bis 4 Tagen wurde ggf. darauf verzichtet. In der Regel erhalten alle Seekajak-Reisenden am Ende der Tour einen Fragebogen von der Reiseleitung. Zukünftig soll die Verteilung der Fragebögen durch einen Link zu einer Online-Umfrage nach der Reise ersetzt werden.

Die Kundenzufriedenheit unserer Skandinavienkunden erfassen wir seit Jahren per Online-Umfrage. Dabei versenden wir je nach Reiseart einen von vier verschiedenen Links. Zu erwähnen ist, dass diesen Fragebogen nicht nur Gäste von eigenveranstalteten Reisen erhalten, sondern auch KundInnen vermittelter Reisen, was ggf. zu einer Verzerrung der Ergebnisse führt. Die Ermittlung der Zufriedenheit basiert auf den erhobenen Werten für die Fragen „Wie bewerten Sie den Gesamteindruck der Reise?“ sowie „Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie die Reise weiterempfehlen?“. Beide Fragen geben keine eindeutige Aussage zur Zufriedenheit mit der Reise insgesamt, sind aber wichtige Anhaltspunkte dafür. Für das Berichtsjahr 2019 konnte so ein Zufriedenheitsindex von 91,5 Prozent ermittelt werden.
Die Rücklaufquote ist nicht eindeutig zu ermitteln, da die Anzahl der versendeten Fragebögen nicht erfasst wird. Daher kann die Rücklaufquote nur anhand der Werte „Anzahl gebuchter Reisen“ sowie der „Anzahl ausgefüllter Fragebögen“ auf etwa 65 Prozent geschätzt werden.

Zum Ende der Saison werden alle eingegangenen Fragebögen erfasst und statistisch ausgewertet. Verbesserungsvorschläge der KundInnen werden, wenn möglich, umgesetzt und in kommende Ausschreibungen eingefügt. Auch ReiseleiterInnen werden über die erhalten Rückmeldungen informiert und Kundenwünsche weitergegeben.

Insbesondere vor der Reise sind wir oft in engem Kontakt mit unseren KundInnen. Wir beraten hinsichtlich der Schwierigkeitsgrade der Reisen sowie der Auswahl des Reiseziels. Die Reisen nach Skandinavien werden oft speziell auf Kundenwünsche zugeschnitten und ausgearbeitet. Ein Großteil der Seekajakreisenden bewertet die persönliche Beratung, soweit in Anspruch genommen, mit einer Schulnote von 1.

Die Teilnehmerzahl unserer Seekajakreisen ist in aller Regel auf 8 bzw. 12 Personen begrenzt. Dies hat zum einen logistische Gründe, andererseits dient dies auch der Sicherheit beim Paddeln.

Indikatorname	Einheit	2019
Index Kundenzufriedenheit	%	92,3
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	42,7
Betreuerschlüssel	Anz	7,12

8 Umrechnungsformel: 1=100%; 2=75%; 3=50%; 4=25%; 5=0%

4.2 Kundeninformation

Vier unserer fünf MitarbeiterInnen sind im Verkauf tätig und füllten daher den Kundeninformationscheck aus. Unterschiedliche Interpretation der einzelnen Fragestellungen sowie starke Unterschiede zwischen den einzelnen Geschäftsbereichen führten zu teils breit gefächerten Antworten. Daraus ergibt sich möglicherweise eine Abweichung der Ergebnisse, dennoch sind wir mit den erhaltenen Werten sehr zufrieden.

Indikatorname	Einheit	2019
Index Kundeninformation	%	89

5 Mitarbeitende

Im Büro in Oldenburg sind fünf feste MitarbeiterInnen beschäftigt. Alle MitarbeiterInnen sind zudem Mitglieder der Genossenschaft. Patricia Lawitschka und Kerstin Schellenberg bilden den Vorstand, Lutz Müller ist Vorsitzender des Aufsichtsrates.
Die Zusammenarbeit im Team nimmt eine besondere Bedeutung ein. Neben wöchentlichen Besprechungen, wird auch im Büroalltag eng zusammengearbeitet. Darüber hinaus finden regelmäßig sog. „Strategiegespräche“ statt, in denen die Ziele für die Zukunft festgelegt werden.
Für unsere Gruppenreisen werden freie MitarbeiterInnen auf Honorarbasis verpflichtet, wobei auch BüromitarbeiterInnen selbst Touren leiten. Regelmäßig sind sechs ReiseleiterInnen auf Tour.
Die Mitarbeitendenbefragung entfällt aufgrund der Unternehmensgröße.

5.1 Beschäftigtenstruktur

Von den fünf festangestellten MitarbeiterInnen arbeiten drei in Vollzeit. Zwei Mitarbeiterinnen sind in Teilzeit angestellt. Umgerechnet entspricht dies einer Vollzeitäquivalente von 4,15. Ab und an wird das Team von PraktikantInnen unterstützt. Beide Führungspositionen im Unternehmen sind weiblich besetzt.

Für unsere Gruppenreisen werden freie MitarbeiterInnen auf Honorarbasis verpflichtet, etwa 13 Guides sind im Reiseleiterpool. Regelmäßig führen sechs ReiseleiterInnen Touren für uns durch.

Indikatorname	Einheit	2019
Mitarbeitende gesamt in Vollzeitäquivalente	Anz	4,15
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	100
Freie MitarbeiterInnen	Anz	13
MitarbeiterInnen im Ausland	Anz	0

5.2 Arbeitsbedingungen

Alle MitarbeiterInnen unseres Unternehmens erhalten die selbe Vergütung, gemessen an der jeweiligen Stundenzahl. Uns ist bewusst, dass die derzeitige Vergütung teilweise nicht den marktüblichen Konditionen entspricht. In Zusammenhang mit der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und Größe des Betriebes erscheint uns dies jedoch angemessen.
Weitergehende Vergütungen und Sozialleistungen werden nicht gezahlt.
Unsere freien ReiseleiterInnen erhalten einen festen Tagessatz für Ihre Tätigkeit als Reiseleitung.
Überstunden fallen in der Regel nicht an, wenn doch, werden sie durch Freizeitausgleich abgegolten.

Zum Jahresbeginn 2019 mieteten wir zusätzliche Büroräumlichkeiten an unserem Hauptstadtort an, um ein ruhiges Arbeiten zu ermöglichen.
Eine Interessensvertretung ist aufgrund unserer Unternehmensgröße nicht vorhanden.

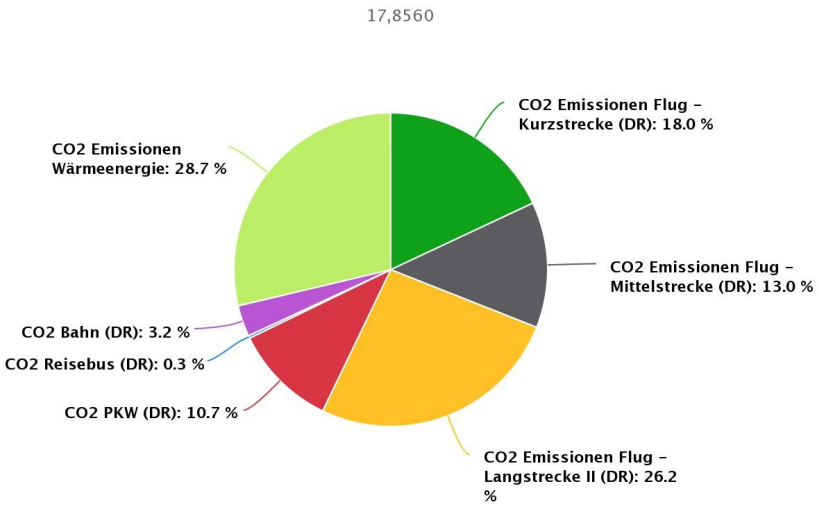
5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit

Spezielle CSR-Schulungen führen wir mit unseren BüromitarbeiterInnen nicht durch. In wöchentlichen Besprechungen sowie Strategiebesprechungen rücken immer wieder Nachhaltigkeitsaspekte in den Mittelpunkt. Dies betrifft oft aktuelle Themen wie Reiseplanungen, Katalogproduktion, Versandaktionen und Reiseunterlagen.
In monatlichen Abständen überprüfen wir unseren Maßnahmenplan. Durch das Einfügen der Ziele aus unserem Verbesserungsprogramm, können wir einen regelmäßigen Fokus auf das Thema sicherstellen.[9]
Eine Reiseleiterschulung findet in der Regel einmal jährlich statt. In diesem Rahmen werden freie ReiseleiterInnen auch zu Umweltthemen geschult und dazu, wie sie diese unseren KundInnen vermitteln können.

6 Unternehmensökologie

Die Umwelt spielt nicht nur für WIR.Reisen als Unternehmen, sondern auch für jede/n einzelne/n MitarbeiterIn eine große Rolle. Als Unternehmen ist uns es wichtig, den Reisenden eine intakte Natur, saubere Umwelt zu ermöglichen. Demzufolge ist es auch notwendig verantwortungsvoll mit ihr umzugehen und unsere Gäste dafür zu sensibilisieren, diese für nachfolgende Reisende zu erhalten.
Ebenso wie bei der Angebotsgestaltung bemühen wir uns innerhalb unserer Unternehmensökologie um nachhaltiges Handeln. Nachfolgend finden sich Kennzahlen zu Energie, Ökostrom, CO2-Emissionen, Kompensation der Flugdienstreisen, Papier und Beschaffung.

Indikatorname	Einheit	2019
Stromverbrauch	kWh	3.171
Wärmeenergie	kWh	19.355
Gesamt kWh	kWh	22.526



9 Vgl. Punkt „9 Verbesserungsprogramm“ lfd. Nr. 1.1

6.1 Energie

Erdgas bezogen wir vom regionalen Anbieter EWE. Der Erdgasverbrauch lag bei 19.355 m³ für unsere Büroräume mit einer Fläche von etwa 110 m².

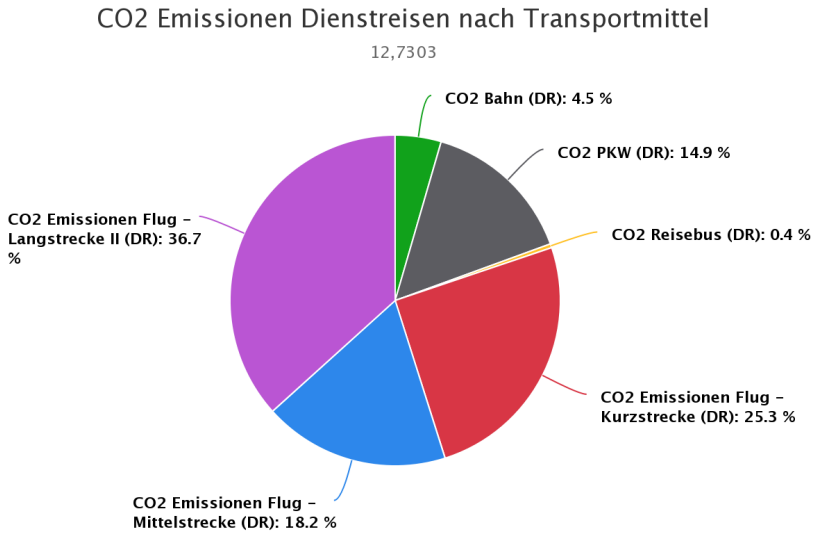
6.2 Ökostrom

Unseren Strom beziehen wir von Naturstrom. Das Unternehmen beschreibt sich selbst als „bürgernahe Energieversorgung auf Basis erneuerbarer Energien – sicher, umweltschonend und langfristig bezahlbar“.
Im Berichtsjahr 2019 lag der Stromverbrauch bei 3.171 kWh. Im Vergleich zum Vorjahr ist eine Steigerung zu erkennen, was sich auf die Anmietung weiterer Büroräumlichkeiten zurückführen lässt.

6.3 CO2-Emissionen

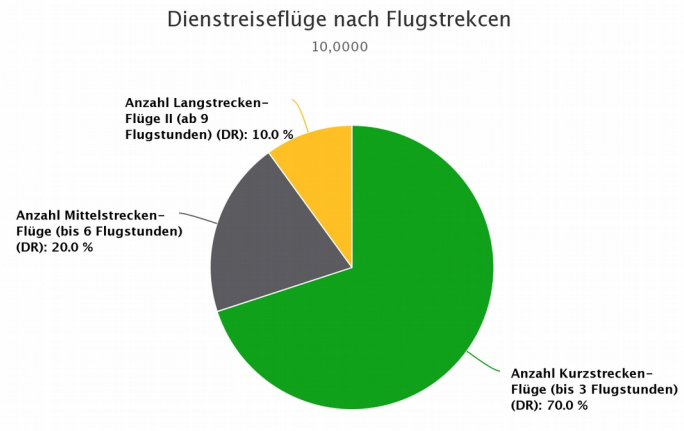
Für das Berichtsjahr kompensierten wir 100 Prozent unserer Emissionen aus Flug-Dienstreisen mit atmosfair. Die entstandenen CO2-Emissionen lagen bei 10,21 t.
Bei Dienstreisen versuchen wir stets mehrere Termine zusammenzulegen und verschiedene Dienstreisen möglichst sinnvoll zu kombinieren.
Insgesamt legten wir 14.320 km mit der Bahn, 9.510 km im Pkw und 1.550 km mit dem Bus zurück. Weiterhin wurden von uns 1.520 km mit Fähren zurückgelegt.
Der höchste Anteil des CO2-Ausstoßes stammt mit 80 Prozent aus Flugreisen. 15 Prozent entstanden durch Fahrten mit dem Pkw. Den geringsten Anteil haben mit knapp fünf sowie 0,4 Prozent Bahn- sowie Busfahrten verursacht.

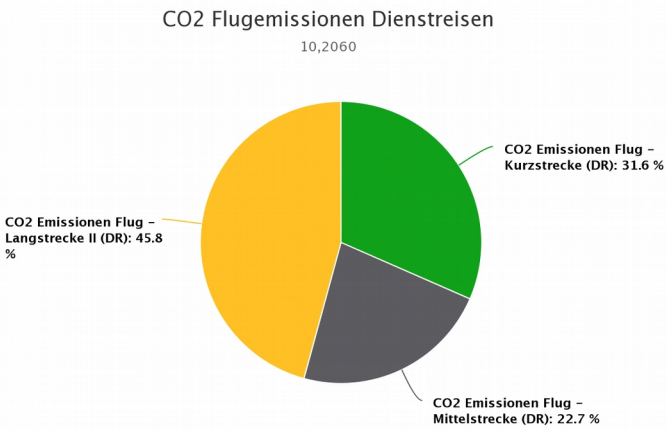
Indikatorname	Einheit	2019
CO2 Gesamt Unternehmensökologie	t	17,856
CO2 pro Mitarbeitendem	t	4,3027
CO2 Flugzeug (Dienstreisen)	t	10,206



6.4 Kompensation Flugdienstreisen

Die Kompensation unserer Flugdienstreisen erfolgt vierteljährlich über atmosfair. Wir erfassten im Berichtsjahr 2019 insgesamt CO2-Emissionen von 10,21 t. Kompensiert wurden von uns 12,49 t. Die Differenz ergibt sich aus der Erfassung der Flüge, die nur pauschal nach Kurz-, Mittel- und Langstrecke berechnet werden.





Indikatorname	Einheit	2019
Anteil kompensierter CO2-Emissionen Flugdienstreisen	%	122,39

6.5 Papier

Im Jahr 2019 ließen wir 1.600 kg Kataloge, Flyer und Folder drucken. Dazu kommen knapp 190 kg Büropapier, wozu Druckerpapier, Versandtaschen und Umschläge zählen. Wurde die Kompensation von Treibhausgasen und weiteren Emissionen von der jeweiligen Druckerei angeboten, buchten wir diese mit. Soweit den Druckerzeugnissen 2019 noch direkt anrechenbar, waren dies etwa 1,61 t CO2.[10]

Indikatorname	Einheit	2019
Gesamtgewicht Papier	kg	1.787
Anteil 100% Altpapier	%	92
Papiergewicht (Kataloge) pro Reisendem	kg	2,74
Papiergewicht (Büro) pro Mitarbeitendem	kg	37,47

6.6 Beschaffung

In der Regel kaufen wir Kaffee und Tee zusammen mit den Lebensmitteln für die Seekajaktouren im Bio-Großmarkt „Kornkraft“. Briefumschläge, wie bereits unter „Papier“ erfasst, werden meist über die „memo Ag“ bestellt. Weitere Anschaffungen für den täglichen Bürobedarf erfolgen in Geschäften vor Ort. Auch hier legen wir Wert auf ökologisch nachhaltige Produkte.

10 Vgl. Anhang XII „Urkunde: Partner im Klimaschutz“

7 Leistungsträger in der Wertschöpfungskette

Im Rahmen dieser Rezertifizierung ermittelten wir unsere Geschäftspartner entlang der Wertschöpfungskette und kontaktierten diese mit den entsprechenden Fragebögen für Partneragenturen, Unterkünfte, ReiseleiterInnen sowie GeschäftspartnerInnen.
Erfreulicherweise erzielten wir in diesem Jahr deutlich bessere Rücklaufquoten als in den vorangegangenen Jahren. Viele Partner meldeten sich auch persönlich zurück und gaben Rückmeldung zu Ihren Standards und Maßnahmen. Technische Hürden sowie Verständnisfragen kamen jedoch ebenfalls häufig vor.
Im Rahmen der Befragung wurden alle Partner per Mail mit einem kurzen Anschreiben und dem Link zur Befragung kontaktiert. Nach einer Woche erfolgte ein Reminder zur Teilnahme an der Umfrage. Leider wurde an einen Großteil der Unterkünfte ein falscher Link gesandt. Statt der Unterkunftsbefragung erhielten diese Unterkünfte den Link zur Partneragenturenbefragung, wodurch es in beiden Indizes zu Verschiebungen der ermittelten Ergebnisse kommt.

7.1 Partneragenturen

Im Bereich Seekajak arbeiten wir wenig mit Partneragenturen zusammen. Nahezu alle Touren werden von uns selbst organisiert und durchgeführt. Mitarbeiter Lutz Müller kennt fast alle Reiseziele und Touren persönlich. Auf Grönland arbeiten wir mit einer Partneragentur vor Ort zusammen, die auch die Durchführung der Tour übernimmt. „Tasermiut“ ist derzeit nicht zertifiziert.
Im Bereich Skandinavien arbeiten wir viel mit unserer dänischen Partneragentur „Nordic Tours“ zusammen, vor allem im Bereich Pkw-Rundreisen ist diese von großer Bedeutung. Nordic Tours ist seit 2018 Mitglied in der TourCert Community und erhielt das Siegel TourCert Check.
Weiterhin organisieren wir mit der norwegischen Agentur „Discover Norway“ u.a. die Wanderung auf dem Olavsweg. Eine kleine finnische Agentur „Aurora Lapland Travel“ arbeitet bzgl. Winterreisen nach Finnland mit uns zusammen.
Unsere Partneragenturen halten in der Regel den direkten Kontakt zu Unterkünften vor Ort. Alle vier Partneragenturen erhielten den Partneragenturencheck, zwei davon konnten innerhalb der Umfrage Ergebnisse übermitteln.

Indikatorname	Einheit	2019
CSR-Index Partneragenturen	%	80
Anzahl Partneragenturen gesamt	Anz	4
Anteil befragter Partneragenturen	%	100

7.2 Unterkünfte

Mit Hilfe der Tabelle „Destinationen und PAX-Zahlen“ ermittelten wir 6.254 Übernachtungen, die in die Betrachtungen einflossen. Im Rahmen der Unterkunftsbefragung wurden anschließend diejenigen Unterkünfte ermittelt, in denen die meisten Gästeübernachtungen zu verzeichnen waren. Anschließend wurden 43 Unterkünfte kontaktiert um 3.370 Übernachtungen abzudecken.
Ein Großteil der ermittelten Übernachtungen (1796 Übernachtungen, 59,6%) fand in 3- und 4-Sterne Hotels statt, was auf die große Anzahl der Pkw-Rundreisenden zurückzuführen ist. Weitere 22 Prozent (664 Übernachtungen) stammen aus Übernachtungen auf Campingplätzen, auf denen unsere Seekajakgruppen übernachten. Gut 18 Prozent der Übernachtungen entfallen auf Schiffe. In dieser Kategorie wurden die Fährgesellschaften Color Line und Fjord Line sowie die Reederei Hurtigruten, aber auch die Übernachtungen an Bord eines Katamarans von Bat-o-Bleu erfasst (555 Übernachtungen).
Knapp zwölf Prozent der Übernachtungen entfallen auf Übernachtungen in der freien Natur

und auf Biwakplätzen sowie Übernachtungen im Zug. Letztere sind ohne Check in der Betrachtung enthalten.
Leider trat im Rahmen der Befragung ein Fehler auf, sodass nahezu alle ermittelten Unterkünfte statt der Unterkunftsbefragung die Partneragenturenbefragung erhielten. Da diejenigen Unterkünfte, die den korrekten Fragebogen erhalten hatten, leider keine Ergebnisse übermittelten, ist der Unterkunftsindex nicht messbar.

Sechs Unterkünfte führten den Partneragenturencheck durch. Auf diese Weise flossen 428 Gästeübernachtungen in den Check ein.
Auch wenn sich die Rücklaufquote im Vergleich zu den Vorjahren verbessert hat, ist diese mit nur knapp 14 Prozent gering. Eine mögliche Erklärung liegt ggf. in der derzeit coronabedingten Schließung vieler Hotels. Die Campingplätze wiederum haben saisonbedingt vielerorts geschlossen. Möglicherweise spielen auch technische Hürden eine Rolle, da sich viele Partner mit Problemen und Fehlermeldungen bei uns zurückmeldeten.

Bei einem Großteil der angebotenen Individualreisen nach Skandinavien handelt es sich um Rundreisen. Die durchschnittliche Dauer der Individualreisen beträgt 10,3 Tage, sodass unsere Gäste etwa neun Übernachtungen pro Tour im Reiseland verbringen. Meist verbringen die Gäste nur eine oder zwei Nächte pro Ort. Die Unterkünfte sind stets vorgebucht, i.d.R. durch unsere Partneragentur Nordic Tours. Nordic Tours arbeitet viel mit skandinavischen Hotelketten zusammen, unter anderem Nordic Choice, Scandic sowie Thon Hotels.
Nur einen kleinen Teil der Übernachtungen buchen wir direkt bei den Hotels ein. Dies sind unter anderem: Hindsæter Fjellhotel, Hotelli Kalevala, Wildernesshotel Nellim[11], Straand Hotel und Haukeliseter Fjellstue.

Auch bei den Seekajaktouren verbringen die Gäste meist nur ein oder zwei Übernachtungen pro Unterkunft. Die durchschnittliche Dauer der Gruppenreisen beträgt 11,5 Tage. Die Unterkünfte werden nicht vorgebucht, die Kajakgruppen checken vor Ort ein. Oftmals wird auch in freier Natur oder auf Biwak-Plätzen übernachtet.

Indikatorname	Einheit	2019
CSR-Index Unterkünfte	%	nicht messbar
Anzahl Unterkünfte gesamt	Anz	ca. 153
Anteil befragter Unterkünfte	%	28,10

7.3 ReiseleiterInnen

Unsere ReiseleiterInnen erhalten pro Tour einen freien MitarbeiterInnen-Vertrag. Etwa 13 Personen sind als ReiseleiterInnen für uns unterwegs. Sechs davon sehr regelmäßig und mit mehreren Touren im Jahr. Einige der BüromitarbeiterInnen sind ab und an auch selbst als ReiseleiterInnen tätig. Im Jahr 2019 waren 20 Reisegruppen mit Guide unterwegs.
Mit Hilfe des Reiseleitungschecks wurden fünf ReiseleiterInnen überprüft. Da neun ReiseleiterInnen angeschrieben wurden, liegt die Rücklaufquote bei 55 Prozent. Einer der eingegangenen Fragebögen enthielt keine Daten, wodurch die Ergebnisse etwas verzerrt werden.

Indikatorname	Einheit	2019
CSR-Index ReiseleiterInnen	%	35
Anzahl ReiseleiterInnen ges.	Anz	13
Anteil befragter Reiseleitungen	%	69,23

11 Vgl. Anhang XIII „Responsible Travel: Wilderness Hotels Lapland“

7.4 Geschäftspartner

Im Rahmen der Geschäftspartnerbefragung wurden 27 Firmen mit denen wir eng zusammenarbeiten ermittelt. Dazu zählen Reisebüros/-Veranstalter, Lieferanten und Leistungsträger sowie Auftragnehmer. 19 Unternehmen antworteten innerhalb der Geschäftspartnerbefragung, sodass die Rücklaufquote mit 70 Prozent sehr zufriedenstellend ist. Ebenso ist der Zufriedenheitsindex mit 77 Prozent erfreulich.

Indikatorname	Einheit	2019
Zufriedenheitsindex Geschäftspartner	%	77
Anzahl Geschäftspartner gesamt	Anz.	27
Anteil befragter Geschäftspartner	%	70,37

8 Community Involvement

Im Bereich Community Envolvement unterstützen wir im Seekajakbereich die Projekte GreenKayak sowie Gewässerretter.
Im Skandinavienbereich hat sich die Zusammenarbeit in Projekten und Partnerschaften bisher nicht ergeben, dennoch sind wir für Engagement in den Zielgebieten offen. Wir sind der Meinung, dass jedes Unternehmen mit seinem Tun und Handeln die Gesellschaft und Umwelt beeinflusst. Mit der Veränderung und Anpassung unserer Produkte versuchen wir die Auswirkungen möglichst gering zu halten.
Mit der Einpreisung der atmosfair-Abgabe in Reisen mit inkludiertem Flug unterstützen wir die Projekte von atmosfair.

9 Verbesserungsprogramm

In Zusammenhang mit unserem CSR-Prozess aktualisieren und bearbeiten wir kontinuierlich unser internes Verbesserungsprogramm. Auf diese Weise ergeben sich zahlreiche Verbesserungsvorschläge und Maßnahmen zu deren Umsetzung. Da wir diese auch regelmäßig in unserem Verbesserungsprogramm erfassten, entstand eine Vielzahl von kleinteiligen Aktionen. Um den Blick fürs Wesentliche zu schärfen, haben wir nun unser Verbesserungsprogramm angepasst und heben hier zentrale Punkte hervor. Zusätzlich haben wir anhand der Vorlage von TourCert eine Liste mit Verbesserungsvorschlägen erstellt, in der auch eine Priorisierung der Ideen vorgenommen werden kann.

Neue Ideen, die in Mitarbeiterbesprechungen entstehen, als Hinweis freier MitarbeiterInnen an uns herangetragen werden, bei der täglichen Arbeit auftauchen oder auch aus Kundenfeedbacks stammen, fließen in unseren Maßnahmenplan ein oder werden zeitnah umgesetzt.
Vorlagen und regelmäßige Termine in unserem Backoffice helfen bei der Umsetzung. Viele Maßnahmen, wie z.B. die Integration von Hinweisen auf die Kompensation von CO2-Emissionen bei Flügen, sind somit fortlaufend in unseren Arbeitsalltag integriert. Weitere Maßnahmen, wie die Kompensation von Druckprodukten, werden bei Bedarf durchgeführt, denn oft können kleine Veränderungen zu einem verantwortungsbewussterem Reisen beitragen.

Das Verbesserungsprogramm wird jährlich an TourCert gesendet. Unser aktuelles Verbesserungsprogramm findet sich im Folgenden.

Der Schutz der Umwelt und verantwortungsbewusstes Reisen hat für WIR.Reisen von Anfang an eine wichtige Rolle gespielt. Deshalb gehörte WIR.Reisen, damals noch Club Aktiv, auch zu den Gründungsmitgliedern des forum anders reisen. Das kritische Betrachten des eigenen Unternehmens stellt für uns eine Möglichkeit dar, Verbesserungen zu erkennen und Veränderungen umzusetzen.
Insbesondere unser erster Zertifizierungsprozess zeigte uns Möglichkeiten einer nachhaltigeren Unternehmenstätigkeit auf, die in den letzten Jahren umgesetzt und angestoßen wurden. Die regelmäßigen Rezertifizierungen bringen nun einen fortlaufende Erfassung der Daten mit sich, sodass der Stand des Unternehmens wiederkehrend überprüft und bewertet werden kann.

Viele Ideen wurden in den letzten Jahren und Monaten umgesetzt, so beispielsweise eine Autorundreise mit einem Elektro-Auto in Norwegen, wo etwa 98 Prozent der Energie aus Wasserkraft gewonnen werden. Mit dieser Reise gewannen wir 2019 den Scandinavian Trawel Award.
Die „Seekajak-Projektreise - Plastikmüll aus dem Meer“ fand leider, aufgrund nicht erreichter Mindestteilnehmerzahl, nicht statt, kann aber in der Zukunft noch einmal aufgegriffen werden.
Auch die Digitalisierung unserer Firma ist ein fortlaufendes Projekt, welches wir im Rahmen des Programms „unternemensWert:Mensch+“ intensiv bearbeiteten. Weiterhin spielt für uns auch die Arbeit im Team und die Einbindung aller MitarbeiterInnen eine wichtige Rolle.

Nach wir vor sind einige Aspekte offen geblieben, die zukünftig verstärkt in den Fokus rücken sollen. So z.B. das Anstreben einer Partnerschaft mit VisitFinland, da sich Finnland als nachhaltiges Reiseziel positionieren möchte. Auch eine engere Zusammenarbeit mit Nordic Tours hinsichtlich der Hotelauswahl steht auf der Agenda. Das Thema „CO2-Fußabdruck“ der einzelnen Reisen ist ebenfalls noch offen. Dies soll in den kommenden Monaten angegangen werden.

Im Rahmen dieser Rezertifizierung wurden erstmalig die Geschäftsbereiche Seekajakreisen sowie Skandinavienreisen unter dem Markendach der WIR.Reisen eG gleichwertig betrachtet. Dies ist insbesondere von Bedeutung, da in den letzten Jahren der Anteil der Autorundreisen in Skandinavien recht stark gewachsen ist. Auch wenn stetige Veränderungen, wie die Einstellung des Geschäftsbereiches „Südnorwegen-Reisen“, Einfluss auf unser Unternehmen haben, möchten wir den Markenkern und die Werte des Unternehmens beibehalten.
Aktuell trägt auch die weltweite Corona-Pandenie zu einer Veränderung unseres Geschäftsmodells bei. Wir arbeiten bereits intensiv Deutschland-Produkten, die unser recht erfolgreiches Modell organisierter Autorundreisen widerspiegeln. Ausgewählte Hotels, zu denen wir den direkten Kontakt suchen, spielen hierbei eine große Rolle.

Hinsichtlich der Kundeninformationen, Kompensation der Flugreisen sowie Unternehmensökologie in unseren Büroräumen sind wir jetzt auf einem guten Stand und sehen hier kaum noch Verbesserungspotential.

In Bezug auf unsere Zusammenarbeit mit Partneragenturen und Lieferanten, kommen wir nur in kleinen Schritten voran. Die Einführung eines „Supplier Code of Conduct“ mit verbindlichen Rahmenverträgen sehen wir weiterhin als nicht realisierbar an. In diesem Zusammenhang setzen wir auf eine regelmäßige Information unserer Partner im Rahmen unserer Rezertifizierungen. Zudem tragen persönliche Gespräche zur Vermittlung der Qualitätsansprüche unseres Unternehmens bei. Weiterhin können wir langfristig durch die gezielte Zusammenstellung unserer Reiseangebote und Sensibilisierung der KundInnen dazu betragen, dass sich die Nachfrage auf lange Sicht hin ändert und unsere Partner so zu einem nachhaltigen Handeln anregen.

Für die weitere Unternehmenstätigkeit ergaben sich für uns folgende Verbesserungsziele:

Nr.	Aktivität	Ergebnisindikator	Verantwortlich	Frist	Erfüllungsgrad (in %)	Kommentar
1	**Management: Strategie & Entwicklung**					
1.1	Verbesserungsprogramm präsenter machen	Eintragung der Maßnahmen des Verbesserungsprogramms auf unseren Maßnahmenplan, der mtl. geprüft wird	Kerstin	04/21	0	das Verbesserungsprogramm ist in unseren Meetings und Telefonkonferenzen derzeit nicht präsent, daher geraten die hier notierten Aktionen oftmals in Vergessenheit, um dies zu verhindern, werden die Maßnahmen des Verbesserungsprogramms in unseren Maßnahmenplan, der ca. monatlich geprüft wird, eingetragen
1.2	neuer Geschäftsbereich: Fernweh Deutschland	es werden auf einer eigenen Website Reisen innerhalb Deutschlands angeboten, die online gebucht werden können	Alle	05/21	40	dieser Vertriebskanal soll als zusätzliches Standbein aufgebaut werden und somit das wirtschaftliche Bestehen des Unternehmens sichern; bei der Auswahl der Hotels setzen wir auf zertifizierte Hotels, stellen bei der Produktbewerbung die kurze erdgebundene Anreise heraus und denken über Produkte mit lokalen Guides nach; der Fokus liegt auf dem „Unbekannten Deutschland“, sprich Regionen die touristisch derzeit noch nicht so stark nachgefragt sind
2	**Wirtschaftliche Entwicklung**					
2.1	Unternehmen Online einführen	Belege für die Buchhaltung werden online erfasst	Patricia & Kerstin	05/21	5	zunächst werden Kostenstellen eingeführt, im zweiten Schritt sollen alle Belege online erfasst werden, Vorgespräch geführt, sobald persönliche Meetings wieder erlaubt und vertretbar sind Treffen mit unserer Ansprechpartnerin vom Buchhaltungsbüro
3	**Reiseangebote**					
3.1	Entwicklung neuer Reisen mit Fähre und Bahn	Ausarbeitung einer Reise „Skandinavische Hauptstädte mit der Bahn“	Kerstin	07/21	0	In den letzten Jahren kamen zwei neue Reisen mit Bahn und Fähre ins Portfolio – diese wurden von KundInnen sehr gut angenommen, daher sind weitere in Planung: Idee: Skandinavische Hauptstädte per Bahn
3.2	Alternative für eingestellte RIT-Tickets finden	preisgünstige Bahntickets für unsere KundInnen zum Ausgangspunkt der Reise anbieten	Lutz	03/22	25	Einstellung der RIT-Bahntickets durch die Bahn zum 31.10.19; unsere bisherige Agentur wird die Spar- und Flexpreise Touristik nicht anbieten, daher Suche nach Alternativen, ggf. über Viator – zu teuer, Vertrag gekündigt; welche Alternativen gibt es? Über AER?
3.3	Virtueller Kontakt zu KundInnen	virtuelle Kundenabende und individuelle Kundenberatung via Videotelefonie anbieten	Lutz & Patricia	07/21	20	geplant ist ein virtueller Kundenabend mit Partnern aus Skandinavien, die Ihre Region/Produkte vorstellen; weiterhin soll als Alternative für ein persönliches Beratungsgespräch in unseren Reisebüro eine Kundenberatung per Video möglich

						sein; durch Teilnahme an vielen Webinaren, Online-Famtrips und Online-Messen haben wir in diesem Bereich bereits Erfahrungen gesammelt; das Format soll unter Beachtung des Datenschutzes erfolgen; aufgrund des derzeit geringen Interesses an Urlaubsplanung und Reisebuchung zunächst von untergeordneter Bedeutung
4	**KundInnen**					
4.1	Partnerschaft mit VisitFinland zum Thema Nachhaltigkeit	Nachhaltiges Reisen in Finnland in unseren Medien thematisieren: NORDLICHTER-Magazin, Facebook, Blog auf Website, ggf. Reiseunterlagen; weitere Informationen von VisitFinland erforderlich	Karoline	07/21	10	auf der ITB 2019 erfahren, dass Finnland bis 2025 einen Großteil der Reisen nachhaltig gestalten möchte, hierzu streben wir eine Partnerschaft mit VisitFinland an; aktuell in Planung: Sonderausgabe unseres Kundenmagazins Nordlichter mit Interview zu den geplanten Maßnahmen; nach mehrfacher Kontaktaufnahme mit VisitFinland aktuell keine verwertbaren Informationen; Weiterverfolgung
5	**Mitarbeitende**					
5.1	(Ein-)Bindung von Reiseleiter-Innen	ReiseleiterInnen bringen sich aktiv ein, ggf. Arbeitskreise bilden	Lutz	05/21	10	Ziel: Projekt mit ReiseleiterInnen ähnlich zum Programm unternehmensWert:Mensch plus mit mehreren Terminen für einen Arbeitskreis; darüber hinaus ReiseleiterInnen Mitgliedschaft in der Genossenschaft angeboten; in Reiseleiterschulung im Okt 2020 erneut besprochen – aktives Einbringen der ReiseleiterInnen ist erwünscht, Interesse ist nach wie vor mäßig
6	**Betriebsökologie**					
6.1	Digitale Reiseunter-lagen erstellen	die KundInnen erhalten alle Unterlagen zur Reise per Mail oder online	Alle	05/21	5	Möglichkeiten eruieren, wie den KundInnen gute digitale Reiseunterlagen zur Verfügung gestellt werden können, die nicht von KundInnen ausgedruckt werden müssen; zunächst wird Kundenumfrage durchgeführt, ob die KundInnen dies wünschen/schätzen
7	**Leistungsträger in der Wertschöpfungskette**					
7.1	Engere Abstimmung mit Nordic Tours zu Kriterien und Indikatoren für die Auswahl nachhaltiger Partnerhotels	bei der Aktualisierung der Rundreisen die Hotelauswahl unter die Lupe nehmen (Kundenfeedback einfließen lassen sowie auf Nachhaltigkeitsaspekte achten), muss vor Ausschreibung der Reisesaison 2022 erfolgen	Patricia & Kerstin	07/21	0	unsere Partneragentur Nordic Tours (ebenfalls durch TourCert zertifiziert) arbeitet viel mit der Hotel-Kette Scandic Hotels zusammen, auch wenn es sich dabei um eine recht große Kette handelt, gehören die einzelnen Hotels zu den nachhaltigsten in Skandinavien; das jährliche Treffen 2020 fand leider nicht statt, daher vertagt auf 2021

7.2	„Code of Conduct light“	Im Zuge der nächsten Rezertifizierung im Anschreiben an Geschäftspartner unsere Grundsätze/Leitbild/Auszüge Code of Conduct im Anhang mitsenden	Kerstin	12/23	5	auf diese Weise können wir eine fortlaufende Thematisierung schaffen und konkrete Maßnahmen/Grundsätze unserer Arbeit vermitteln
8	**Community Involvement**					
9	**Technische Entwicklung**					
9.1	Standard-pakete nutzbar machen	im Rahmen des Projektes Digitalbonus wurde mit dem Anlegen von „Standard-Paketen“ begonnen; dies muss nun noch an die Online-Buchung angeschlossen werden	Sandra, Lutz & Kerstin	08/21	75	Pflichtenheft wurde erstellt, Programmierer arbeiten an Testversion; mehrere Testdurchläufe bereits absolviert; Details der Anwenderfreundlichkeit und Bezeichnungen stehen noch aus
9.2	Individuelle Angebote an KundInnen versenden	aus dem Backoffice können Individualangebote für KundInnen erstellt werden, KundInnen erhalten eine Mail mit persönlichen Link zum Angebot und kann dieses online buchen, die Verarbeitung erfolgt dann über das Backoffice	Sandra, Lutz & Kerstin	04/21	85	Pflichtenheft wurde erstellt, Programmierer arbeiten an Testversion; mehrere Testdurchläufe bereits absolviert; Details der Anwenderfreundlichkeit und Bezeichnungen stehen noch aus
9.3	Reisekonfigura-tor erstellen	es wird ein Reisekonfigurator auf unserer Website angeboten, mit dem unsere KundInnen eine individuelle Rundreise in grafischer Oberfläche anlegen können, die eingegebene Route kann zum Anfordern eines Angebotes an uns gesendet werden	Sandra, Lutz & Kerstin	04/21	85	Vorüberlegungen geleistet, Prototyp des Reisekonfigurators steht; Detailoptimierung steht aus, Anzeige der Fährverbindungen bereitet Schwierigkeiten
9.4	Virtuelle Telefonanlage über 3CX installieren	Installieren und Einrichtung der Telefonanlage 3CX über Innoteck	Lutz	04/21	75	Aufgrund der anhaltenden Situation rund um das Corona-Virus wurde zunächst das Arbeiten von zu Hause aus über einen VPN-Zugang zum Server ermöglicht; weiterhin wurde nach einer Testphase das Arbeiten mit täglich genutzten Dokumenten in die Cloud verschoben; technische Geräte für eine bessere Ausstattung im Homeoffice wurden angeschafft, als nächster Schritt steht die Einrichtung einer virtuellen Telefonanlage an, sodass auch KollegInnen im Homeoffice erreichbar sind und über die Firmennummer Anrufe tätigen können

Anhang

Inhaltsverzeichnis

Grünes Urlaubssiegel: Schweden ist nachhaltigstes Reiseziel weltweit I
Ausgezeichnet: Skandinavische Zertifikate für Nachhaltigkeit.....II
Der Kriterienkatalog von skandinavientrips.de.....IV
Stakeholdermatrix.....V
Auszug Flaschenpost Nr. 29 „Interview mit Petra Schellhorn“.....VI
Color Line: Umweltfreundlicher Seetransport.....VII
Fjord Line: Umweltfreundliches Erdgas.....IX
Hurtigruten setzt auf Nachhaltigkeit.....X
Urkunde: Partner im Klimaschutz.....XII
Responsible Travel: Wilderness Hotels Lapland.....XIII

Grünes Urlaubssiegel: Schweden ist nachhaltigstes Reiseziel weltweit

Hamburg, 17. März 2021
Wer im Alltag auf Nachhaltigkeit achtet, möchte dies auch im Urlaub tun. Das ist aber nicht immer so einfach, wie es auf den ersten Blick scheint. Orientierung bei der Wahl eines nachhaltigen Reiseziels soll nun der neue Sustainable Travel Index bieten, der vom Marktforschungsinstitut Euromonitor International erstmals im Rahmen der ITB now 2021 vorgestellt wurde. Das Premieren-Ergebnis des neuen Index: Schweden steht in Sachen Nachhaltigkeit weltweit an erster Stelle[12]. Dabei geht es nicht nur um Umweltverträglichkeit, sondern ebenso um soziale und wirtschaftliche Nachhaltigkeit. Für die Erstellung des Sustainable Travel Index wurden insgesamt 57 verschiedene Indikatoren aus sieben unterschiedlichen Bereichen herangezogen – und zwar für insgesamt 99 Länder weltweit. Für Schweden machte sich dabei laut den Marktforschern nicht nur die kritische Haltung vieler Schweden gegenüber Flugreisen bemerkbar, sondern auch das bereits jahrzehntelange Engagement der schwedischen Tourismusbranche im Bereich der Nachhaltigkeit. Denn hier steht schon lange der Trend, weg vom Massentourismus und hin zu einem sinn- und wertstiftenden Tourismus, der für alle Beteiligten von Nutzen ist, im Mittelpunkt. Beispiel hierfür ist Göteborg. In Westschweden. Die zweitgrößte Stadt Schwedens arbeitet bereits seit Jahren mit dem Thema nachhaltiger Tourismus und belegte mehrmals den ersten Platz des Global Destination Sustainability Index. Dieses Jahr wurde die maritime Hafenstadt mit noch einem Titel gekrönt. Laut der Liste „Best in Travel 2021“ von Lonely Planet ist Göteborg das beste Reiseziel für einen nachhaltigen Stadturlaub. Susanne Andersson, Geschäftsführerin von Visit Sweden, betrachtet daher die vielen nachhaltigen Angebote der schwedischen Tourismusbranche für die Zukunft als einen starken Wettbewerbsvorteil – angefangen bei nachhaltigen Unterkünften über schier unendlich viele Outdooraktivitäten in der schwedischen Natur bis hin zur Gastronomie mit Fokus auf lokalen und ökologischen Zutaten. Wer bei der Wahl seiner grünen Urlaubserlebnisse auf Nummer sicher gehen will, kann ruhigen Gewissens die Angebote von Nature's Best nutzen. Nature’s Best ist ein Zertifikat, das hochwertige ethische Naturreisen in Schweden prüft. Es wurde von Reiseverbänden, Landbesitzern, Naturschutzverbänden, gemeinnützigen Organisationen, Behörden, Tourismusunternehmen und Tourismuseinrichtungen entwickelt.

Quelle: VisitSweden, Stand: 22.03.2021, https://press.visitsweden.de/neuigkeiten/grunes-urlaubssiegel-schweden-ist-nachhaltigstes-reiseziel-weltweit/

12 Anmerkung: Finnland und Norwegen belegen die Plätze zwei und fünf.

Ausgezeichnet: Skandinavische Zertifikate für Nachhaltigkeit

Nachhaltiges Reisen spielt auch in der nordeuropäischen Tourismusbranche eine immer größere Rolle. Hierbei geht es nicht ausschließlich um möglichst ökologische Alternativen der An- und Abreise. Die Sensibilität, Tourismus und Umweltschutz miteinander zu verbinden, wächst in vielen Bereichen. Reisende, denen Nachhaltigkeit auf ihren Touren am Herzen liegt, legen auch bei der Wahl der Unterkunft oder der unternommenen Aktivitäten großen Wert auf deren Sozial- bzw. Umweltverträglichkeit.

- Nachhaltigkeitszertifikate in Skandinavien
- Initiative für nachhaltigen Tourismus in Norwegen
- Nature's Best in Schweden
- Nachhaltiges Reisen in Finnland

Verantwortung übernehmen
Sowohl bei größeren Hotel- oder Ferienhausanlagen als auch bei kleineren, familiengeführten Unternehmen wird auf Faktoren wie den sparsamen Umgang mit Wasser und Energie, der Nutzung erneuerbarer Energien oder Mülltrennung und -recycling sowie die sozialverträgliche Behandlung der Mitarbeiter geachtet. Gerade die Unterstützung lokaler Firmen und Partner ist in der Nachhaltigkeitsbewegung von großer Bedeutung. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Unternehmen sollte – ob nun groß oder klein – stets nachvollziehbar sein.

Doch woran erkennt man bei der Auswahl der Partner, ob ein Hotel, eine Unterkunft oder ein Tourenanbieter ebenso Wert auf ein klima- und umweltfreundliches Angebot legt, wie der suchende Kunde? Aufgrund der verstärkten Nachfrage nach umweltfreundlichen und sozialverträglichen Reisen haben sich viele unabhängige Initiativen gegründet, die Unternehmen in Bezug auf ihre Nachhaltigkeit zertifizieren.

Nachhaltigkeitszertifikate als Hilfe
In den letzten Jahren wurden diese immer zahlreicher – so hat sich ein Dickicht an Zertifikaten für verschiedene Bereiche gebildet, das an vielen Stellen undurchschaubar geworden ist.

Daher wollen wir einen Überblick geben über einige der für die nordeuropäische Tourismusbranche wichtigsten Zertifikate (der Überblick erhebt dabei keineswegs Anspruch auf Vollständigkeit und kann laufend aktualisiert werden).

Nachhaltigkeitszertifikate in Skandinavien
Einige der in der Tourismusbranche verwendeten Zertifikate gelten für ganz Skandinavien bzw. sind europäische Initiativen. Hierzu zählen vor allem:

- **Nordic Swan**: Das nordische Umweltzeichen 'Nordic Ecolabel Nordic Swan' zielt darauf ab, die Umweltauswirkungen von Produktion und Konsum von Gütern zu verringern und es Verbrauchern und professionellen Käufern zu erleichtern, die umweltfreundlichsten Güter und Dienstleistungen auszuwählen. Im Tourismusbereich bezieht sich das vor allem auf die Kategorien Hotels, Restaurants und Konferenzeinrichtungen. Diese können sich für die Verleihung des Labels bewerben und ihren Kunden somit zeigen, dass sie sich um die Umwelt verdient machen. Es gilt in Dänemark, Schweden, Norwegen, Finnland und Island.
- **Green Key**: Bei 'Green Key' handelt es sich um ein freiwilliges Umweltzeichen, das an mehr als 3.100 Hotels und andere Einrichtungen in 57 Ländern vergeben wird. Der Green Key Award ist der führende Standard für Exzellenz im Bereich Umweltverantwortung und nachhaltiges Wirtschaften in der Tourismusbranche. Dieses prestigeträchtige Umweltzeichen stellt eine Verpflichtung der Unternehmen dar, dass ihre Räumlichkeiten den strengen Kriterien der Foundation for Environmental Education entsprechen. Auch mit diesem Label sind in allen

skandinavischen Ländern Unterkünfte, Attraktionen, Restaurants und Konferenzzentren ausgezeichnet.

- **Blue Flag**: Die 'Blue Flag' ist eines der weltweit anerkanntesten freiwilligen Umweltzeichen für Strände, Yachthäfen und nachhaltige Anbieter von Bootstourismus. Um sich für die Blue Flag zu qualifizieren, müssen eine Reihe strenger Kriterien in den Bereichen Umwelt, Bildung, Sicherheit und Zugänglichkeit erfüllt und eingehalten werden. Strände, Häfen und Anbieter in Schweden, Norwegen, Dänemark und Island tragen bereits die Blue Flag als Zeichen ihrer Umweltfreundlichkeit.

Initiative für nachhaltigen Tourismus in Norwegen
Norwegen ist das einzige der nordischen Länder, das mit dem Zertifikat 'Nachhaltiges Reiseziel' ein nationales Kennzeichensystem hat, mit dem ganze Destinationen als nachhaltig ausgezeichnet werden. 13 Reiseziele (darunter u.a. die Region Lyngenfjord) dürfen sich bereits als Nachhaltiges Reiseziel bezeichnen – weitere neun Destinationen befinden sich auf dem besten Weg zur Zertifizierung.

Das Gütesiegel garantiert dabei nicht, dass die Reiseziele bereits zu 100% nachhaltig sind. Jedoch haben diese Orte den langfristigen Prozess zum Nachhaltigen Reiseziel eingeleitet und arbeiten stetig daran, noch nachhaltiger zu werden. Alle drei Jahre können sich interessierte Destinationen bewerten lassen.

Die nachhaltige Entwicklung, die Träger des Zertifikats dadurch bestätigt bekommen, bezieht sich nicht nur auf die Umwelt, sondern auch auf Faktoren wie lokale Gemeinschaft, Kulturerbe und Wirtschaft.

Nature's Best in Schweden
Auch in Schweden macht man sich viele Gedanken über die Natur und deren Schutz. Mit 'Nature's Best' möchte das Land die Durchführung von umweltbewussten und verantwortlichen Reisen erleichtern. Das Qualitätslabel Nature's Best ist ein entscheidender Grund, warum sich der Naturtourismus in Schweden so schnell entwickelt. Das Label wurde 2002 eingeführt und war damals das erste seiner Art auf der Nordhalbkugel.

Zudem war es Europas erstes Umweltzeichen, das die Qualität von einer Vielzahl von Erlebnissen sichert, die von fast hundert umweltzertifizierten Reiseveranstaltern in ganz Schweden durchgeführt werden. Das Siegel gilt mitunter als anspruchsvollste und detaillierteste Qualitätsmarke der Welt. Im Mittelpunkt steht die Qualität des Reiseerlebnisses, verbunden mit strengen Umwelt- und Naturschutzmaßnahmen sowie einer klaren lokalen Anbindung.

Nachhaltiges Reisen in Finnland
Ganz aktuell hat auch Finnland ein Label eingeführt, das nachhaltiges Reisen im Land der 1000 Seen erleichtern soll. 'Sustainable Travel Finland' soll zeigen, dass sich das Land auf dem Weg zu einer verantwortungsbewussten Reisebranche befindet. Damit die Tourismusbranche auf die veränderte Nachfrage reagieren und weiter wachsen kann, muss die Entwicklung nachhaltig sein. Das Label 'Sustainable Travel Finland' wird es Reiseveranstaltern und Reisenden erleichtern, ein Tourismusunternehmen und -ziel zu erkennen, das Nachhaltigkeit ernst nimmt. Außerdem wurde es entwickelt, um die Tourismusindustrie in Finnland bei der Einführung nachhaltiger Praktiken zu unterstützen.

Quelle: Nordic Marketing, Stand: 22.03.2021,
https://www.nordicmarketing.de/blog/ausgezeichnet-zertifikate-fuer-nachhaltigkeit

Der Kriterienkatalog von skandinavientrips.de

Für die Auswahl der Reiseveranstalter und Reisen auf skandinavientrips.de haben wir Kriterien zusammengestellt, nach denen wir unsere Partner auswählen. Damit Sie diese Aspekte nachvollziehen können, haben wir sie hier für Sie aufgelistet:

Erlebnischarakter der Reise

- Die Reiseangebote bieten unseren Gästen ein außergewöhnliches Reiseerlebnis.
- Die Angebote weisen eine hochwertige Qualität aus.

Langjährige Erfahrung und Fachkompetenz

- Wir bevorzugen persönliche Kontakte
- und/oder achten auf einen guten Leumund.
- Wir wählen in erster Linie Partner mit langjähriger Erfahrung in Nordeuropa.

Besonderen Wert legen wir auf die

Nachhaltigkeit der Reisen

- Deshalb bieten wir keine Reisen an, die als Inhalt „Motorkraft" (wie Schneemobiltouren, Fahrsicherheitstrainings usw.) haben. Motorfahrzeuge dienen bei unseren Reisen nur als „Mittel zum Zweck" für Ihre Reiseerlebnisse (Transport).
- Wir suchen Partner, die nachhaltig lokale Strukturen fördern
- und bei denen ein großer Anteil der Reiseausgaben in die Zielgebiete fließen.
- Bevorzugt werden emissionsarme Anreisearten.
- Bei gleichwertigen Angeboten werden CSR-zertifizierte Reiseveranstalter bevorzugt, damit Sie die Gewähr haben, dass die Reiseveranstalter größtmögliche Verantwortung übernehmen.

Rechtliche Merkmale

- Rechtlich korrekte Reisebedingungen (AGB) sind vorhanden.
- Die Kennzeichnung der Mindestteilnehmerzahl ist gewährleistet.
- Ein Rücktritt seitens des Veranstalters nach Einziehen der Restzahlung ist nicht möglich.
- Sicherungsscheine werden gestellt.

Reiseangebot

- Wir suchen sich ergänzende Reiseangebote, um ein möglichst umfangreiches Reiseangebot und unsere Kunden zu erstellen und gewähren unseren Partnern einen Gebietsschutz.
- Wir achten auf eine ausreichende Anzahl an Terminen und darauf, dass gewisse Verfügbarkeiten gewährleistet sind.

Reiseinformationen

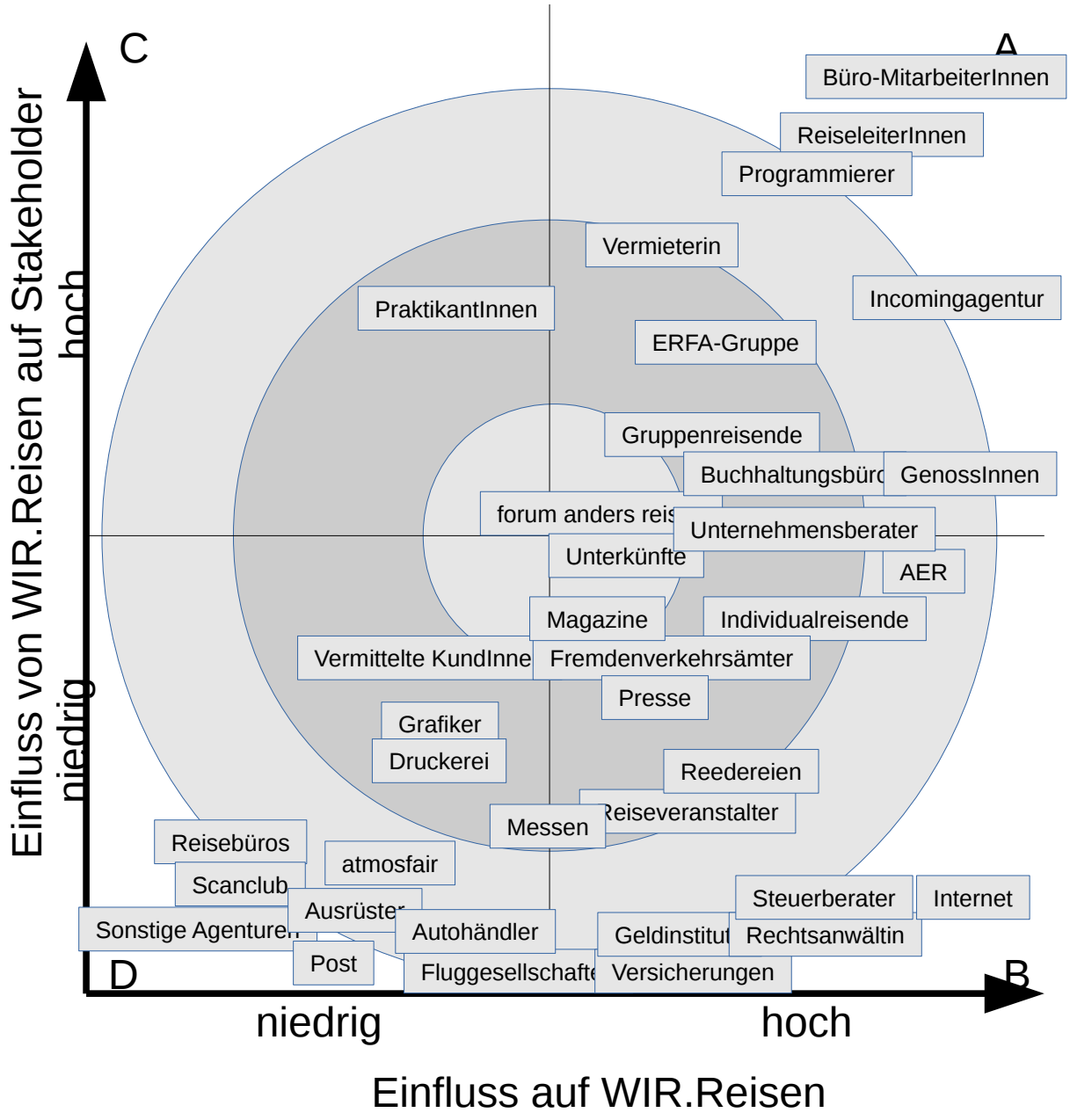
- Es stehen ausreichend Informationen zur Reisevorbereitung und zur Reise selbst zur Verfügung.

Verlässlichkeit und Zuverlässigkeit

- Wir erwarten von unseren Partnern pünktlich vollständige Reiseunterlagen für unsere Gäste
- und eine fachkundige Reiseleitung bei Gruppenreisen bzw. Ansprechpartner für unsere Gäste vor Ort.

Quelle: www.skandinavientrips.de/partner.html → Kriterienkatalog (www.skandinavientrips.de/info.php?info_id=256)

Stakeholdermatrix



Auszug Flaschenpost Nr. 29 „Interview mit Petra Schellhorn“

Schwerpunktthema

Plastikmüll gehört nicht an den Strand. Wir haben vier Fragen an die Expertin des DKV (Deutscher Kanuverband) gestellt. Hier das

Interview mit Petra Schellhorn

***FlaPo:* Was können sich unsere Leser*innen unter den „Gewässerrettern“ vorstellen?**
Petra Schellhorn(PS): Seit Jahren arbeiten vier Wassersportverbände des Deutschen Olympischen Sportbundes mit dem NABU zusammen. Die Grundidee: Naturschutz und Wassersport engagieren sich gemeinsam gegen die zunehmende Vermüllung von Meeren, Flüssen und Seen. Der Deutsche Kanu-Verband (DKV), der Deutsche Ruderverband (DRV), der Deutsche Segler-Verband (DSV) und der Verband Deutscher Sporttaucher (VDST) setzen sich gemeinsam für Gewässerschutz und den Erhalt der heimischen Arten und Lebensräume ein. Dazu wurde eine gemeinsame Internet-Plattform (www.gewaesserretter.de) geschaffen, auf der Wassersportler*innen und Naturliebhaber*innen den entdeckten Müll dokumentieren und melden können. Die gesammelten Daten werden in einer interaktiven Karte dargestellt und liefern wichtige Informationen über die Abfallbelastung der deutschen Gewässer.
Ein tolles Hilfsmittel für Kanut*innen, Ruderer*innen und andere Wassersportler*innen ist der Müll- und Unrat-Sammel-Sack (MUSS). Unter dem Motto „Mein Fluss MUSS sauber sein!“ setzen DKV und DRV ein Zeichen und zeigen, dass die Qualität unserer Gewässer den Wassersportler*innen sehr am Herzen liegt.
Der MUSS ist ein praktischer Begleiter, mit dem zu Wasser und zu Lande alles eingesammelt werden kann, was nicht in unsere Umwelt gehört. So kann jeder ohne großen Aufwand seinen Beitrag zum Erhalt sauberer Gewässer leisten.

***FlaPo:* Sind für 2020 besondere Aktionen geplant?**
PS: Die größte Müll-Sammel-Aktion 2020 findet am 19. September statt: der International Coastal Cleanup Day (ICC). Weltweit finden an diesem Tag koordinierte Sammelaktionen von Natursportler*innen und Naturschützer*innen statt, die unsere Natur von gefährlichen Abfällen befreien und wichtige Informationen über das Ausmaß und die Herkunft des Mülls liefern. Am ICC im Jahr 2019 wurden bei 49 Reinigungsaktionen nur an den norddeutschen Küsten über 4.604 kg Müll gesammelt.

Zudem gibt es einen neuen Wettbewerb: Werdet Gewässerretter des Jahres 2020! Berücksichtigt werden Beiträge vom 1. April bis zum 30. September 2020, die auf www.gewaesserretter.de eingetragen wurden und mit Bildern belegt sind. Ausgenommen sind Großveranstaltungen von Kommunen und Unternehmen. Informationen sind unter der genannten Internet-Seite abrufbar.

***FlaPo:* Wie können sich unsere Gäste daran beteiligen?**
PS: Wer sich an der Reinhaltung der Gewässer beteiligen will, kann bei der nächsten Kanutour kleinteiligen Müll vom Ufer oder von der Wasseroberfläche absammeln und am Ende der Tour im nächten Abfalleimer entsorgen. Ideal wäre es, wenn der Kanu-Anbieter den MUSS seinen Kund*innen direkt mitgibt. Somit kann Jede*r seinen Beitrag zum Gewässerschutz leisten. Die Müllfunde auf der Plattform www.gewaesserretter.de zu dokumentieren, das können alle engagierten Personen tun, ob vereinsorganisiert oder nicht.

Erste dokumentierte Sammelaktion

***FlaPo:* Haben Sie besondere Tipps zur Müllvermeidung auf Reisen, die Sie unseren LeserInnenn geben können?**
PS: Der DKV setzt sich schon seit längerem für Nachhaltigkeit im Sport ein und versucht mit Praxisbeispielen Denk- und Handlungsanstöße zu geben. Z.B. können mit dem Einsatz von regionalen und saisonalen Produkten Wege und Verpackungen gespart und die regionale Vermarktung gefördert werden. Außerdem schmeckt es einfach besser! Es lohnt sich Speisen ohne zusätzliche Umverpackungen in verschließbaren, wiederverwendbaren Gefäßen mitzunehmen, auf Wasser in Plastikflaschen zu verzichten und die kleinen, abgepackten Süßigkeiten-Snacks im Regal liegen zu lassen. Und der MUSS kann als Rucksack getragen werden und leistet so auch als kleine Einkaufstasche gute Dienste. Übrigens ist der MUSS aus Recyclingmaterial und nachhaltig produziert.

***FlaPo:* Liebe Frau Schellhorn, wir danken für das Gespräch.**

Petra Schellhorn ist 63 Jahre alt und seit über 40 Jahren Kanusportlerin. Sie macht gern längere Gepäcktouren und fährt auch leichtes Wildwasser.
Unter anderem ist sie ehrenamtlich als DKV-Ressortleiterin Umwelt und Gewässer tätig.

Erste gemeinsame Sammelaktion

Sammeln wird mit einem sauberen Strand belohnt

Color Line: Umweltfreundlicher Seetransport

Der Seetransport hat im Zuge der Maßnahmen zum Erreichen nationaler und internationaler Klimaziele eine hohe Priorität und die Umweltstrategie von Color Line prägt die Investitionen der Reederei.

[…]

Klimafreundliche Technologie und neue Schiffe
Bis 2017 hat das Unternehmen rund 200 Millionen norwegische Kronen in Umweltmaßnahmen investiert, zu denen unter anderem Landstrom in allen norwegischen Häfen, in denen die Schiffe des Unternehmens verkehren, und Scrubber-Lösungen auf allen neuen Schiffen gehören.

Landstromanlagen
Das Unternehmen war zusammen mit den Hafenbehörden, Förderagenturen mit unter anderem ENOVA und den Umweltorganisationen ein Motor für den Bau von Landstromanlagen in norwegischen Häfen. Color Line ist beispielsweise seit vielen Jahren ein Kooperationspartner von Bellona. Die erste Landstromanlage für Hochspannung wurde im Oktober 2011 in Oslo gebaut. Danach folgten der Bau von Landstromanlagen in Kristiansand 2014, Larvik 2016 und Sandefjord 2017.
Die jährlichen Emissionen von CO2 werden insgesamt um ca. 8 000 Tonnen CO2 reduziert. Zudem werden dem Umfeld vor Ort große punktuelle Emissionen von NOx, SOx und Feinstaub erspart und es kommt zu einer beträchtlichen Lärmsenkung, wenn die Schiffe am Kai liegen.

Next Generation Ship Award und umweltfreundliche Schiffe
Bei der Eröffnungsveranstaltung der Nor-Shipping 2017 händigte S.K.H Kronprinz Haakon den Preis „Next Generation Ship Award“ an die Werft Ulstein und Color Line aus. Mit dem Preis wird das vielversprechendste Design von Schiffen geehrt, die im kommenden Jahrzehnt vom Stapel laufen sollen. Die Begründung der Jury war, dass Color Line Innovation und den Ehrgeiz zeigt, der die maritime Wirtschaft in eine umweltfreundlichere, rentablere und nachhaltigere Zukunft führt.
Die Color Hybrid wird das größte Plug-in Hybridschiff der Welt. Das Schiff wird in der Werft Ulstein gebaut. Das neue Schiff wird auf der Fährlinie zwischen Sandefjord und Strömstad im Juni 2019 in Betrieb genommen. Es hat eine Kapazität von 500 PKWs und 2000 Passagieren.
Die Akkus werden sowohl in der Landstromanlage in Sandefjord als auch über eigene Generatoren an Bord aufgeladen. Das Schiff wird im Batteriebetrieb in den Fjord nach Sandefjord hinein und wieder herausfahren. Es wird deshalb keine schädlichen Umweltgase oder Nitrogen- und Schwefelverbindungen an die Luft in dem Gebiet abgeben. Das Schiff nutzt zudem neue Lösungen zur Lärmreduktion. Der Außenlärm bei niedriger Geschwindigkeit, gemessen in 100 Meter Entfernung vom Schiff, wird weitaus geringer sein als der Lärm, der sich aus einem normalen Gespräch ergibt.

Abgasreinigungsanlagen («Scrubber»)
Color Line hat in allen neuen Schiffen des Unternehmens Abgasreinigungsanlagen für die Hauptmotoren («Scrubber») eingebaut, um gesetzlich vorgeschriebene Umweltanforderungen zu erfüllen. Die Reinigungsanlagen reduzieren die Emission von Schwefeldioxiden um über 90 Prozent und liefern eine jährliche Reduktion der Schwefeldioxidemissionen von über 500 Tonnen pro Schiff.
Für die Reederei insgesamt beträgt die Reduktion ca. 2 500 Tonnen Schwefeldioxid pro Jahr. Zusätzlich wurden durch die Reinigungstechnologie Emissionen von Partikeln wie Ruß um ca. 50 Prozent reduziert.
Die Schiffe nach Schweden nutzen umweltfreundliches Marinedieselöl.

Der Wandel zum Umweltschutz
Mit den Umweltinvestitionen ist Color Line nun gut gerüstet, um dem Wandel zum Umweltschutz in Europa zu entsprechen. Die Investitionen gelten auch als wichtiger Beitrag bei der langfristigen Arbeit an der Umstellung der maritimen Wirtschaft.

Preisgekrönt:
In den letzten Jahren wurde Color Line mehrfach für sein Engagement für Nachhaltigkeit mit Preisen ausgezeichnet:
2012: Umweltpreis der Gemeinde Oslo
2014: Baltic Sea Clean Maritime Award
2015: Umweltpreis von NHO Logistikk & Transport
2016: Next Generation Ship Award
2019: Schiff des Jahres

Bau von Landstromanlagen:
Oktober 2011: Oslo
November 2014: Kristiansand
April 2016: Larvik
August 2017: Sandefjord
Januar 2019: Kiel

Quelle: Color Line, Stand: 16.03.2021, https://www.colorline.de/ueber-uns/ueber-color-line/umweltfreundlicher-seetransport

Fjord Line: Umweltfreundliches Erdgas

Fjord Line ist stolz darauf, dass die Schwesterschiffe MS Stavangerfjord und MS Bergensfjord die ersten und größten Kreuzfahrt-Fähren der Welt sind, die ausschließlich mit umweltfreundlichem Erdgas fahren.

Unsere Schwesterschiffe MS Bergensfjord und MS Stavangerfjord werden mit umweltfreundlichem LNG (Flüssigerdgas) betrieben. Diese innovative Technologie bringt erhebliche Vorteile für die Umwelt mit sich. Die Abgase der an Bord befindlichen LNG-Motoren sind völlig frei von Schwefel und Ruß und emittieren daher keinen sichtbaren Rauch. Die CO2-Emissionen sind um 20-25 % niedriger als bei Dieselmotoren, und die Emissionen von Stickoxiden (NOx) werden sogar um 92 % reduziert.

Außerdem verursacht diese umweltfreundliche Technologie deutlich weniger Lärm als große Dieselmotoren. Davon profitieren sowohl die Umwelt als auch unsere Ohren.

Mit dieser neuen und umweltfreundlichen Technologie haben sich die Schwesterschiffe 2015 den höchsten ESI (Environmental Ship Index) gesichert. Ein Erfolg, der in einem Wettbewerb mit etwa 3.200 anderen Schiffen errungen wurde. Im Juni 2013 wurde Fjord Line mit einem Preis für Energieeffizienz ausgezeichnet. Und darauf sind wir ausgesprochen stolz.

An vorderster Front, dank eigener moderner LNG-Anlage
Natürlich möchten wir auch zukünftigen Emissionsvorschriften immer einen Schritt voraus sein. Dies ist einer der Gründe, warum wir im März 2015 eine der modernsten Treibstoffanlagen der Welt in Betrieb genommen haben, die sich im Hafen Risavika bei Stavanger befindet. Das System beinhaltet eine 650 m lange, unterirdische Pipeline, die den umweltfreundlichen Treibstoff Flüssigerdgas vom Werk über das Terminal von Risavika zu den Schiffen transportiert. Tatsächlich ist Fjord Line europaweit das erste Fährunternehmen, das seine Schiffe auf diese Weise mit LNG versorgt.

Eigenes Kraftwerk an Bord
Die Schwesterschiffe produzieren ihren eigenen Strom, indem sie die Abwärme der Abgase in aus Dampf erzeugte Energie umwandeln. Auf diese Weise decken die MS Bergensfjord und die MS Stavangerfjord den Strombedarf für Kabinen und öffentliche Bereiche – mit Energie, die kaum eine bessere CO2-Bilanz haben könnte!

Die größten Umweltnutzen von LNG im Vergleich zu Schweröl sind:

- eine Reduzierung der Stickoxidemissionen um 92 %
- eine Reduzierung des Treibhausgasausstoßes um 23 %
- eine Reduzierung der Schwefelemissionen um 100 %
- eine Reduzierung der Partikelemissionen um 98 %

Quelle: Fjord Line, Stand: 16.03.2021,
https://www.fjordline.com/de/p/uber-fjord-line/umweltfreundliches-erdgas

Hurtigruten setzt auf Nachhaltigkeit

Hurtigruten ist der weltweit führende Anbieter von Expeditionsreisen und das größte Expeditions-Seereisenunternehmen der Welt. Dies ist mit einer großen Verantwortung verbunden. Mit den UN-Zielen zu einer nachhaltigen Entwicklung im Hinterkopf und einer Unternehmensmission, die auf Innovation, Technologie und konkreten Maßnahmen aufbaut, ist Nachhaltigkeit Bestandteil jeder einzelnen Aktivität bei Hurtigruten.

Hurtigruten setzt alles daran, Maßstäbe für die gesamte Branche zu setzen, während wir in eine neue Ära der nachhaltigen Expeditions-Seereisen eintauchen.

Unser Unternehmen und unsere betrieblichen Abläufe greifen direkt und indirekt viele der 17 UN-Ziele für eine nachhaltige Entwicklung auf. Unsere Nachhaltigkeitsziele sind direkt mit den Zielen 9, 11, 12, 13 und 14 verbunden. Hier glauben wir, die positivsten Auswirkungen auf die Gesellschaft als Ganzes und auf unser Unternehmen erzielen zu können - sowohl jetzt als auch in der Zukunft.

Darüber hinaus haben wir vier Ziele ausgewählt, die unsere Grundlage, sozusagen unsere Unternehmensidentität widerspiegeln. Dies sind die Ziele 4, 5, 8 und 16. Sie repräsentieren die Werte, die im Mittelpunkt unserer Geschäftstätigkeit stehen und in unsere Kontrollsysteme eingebettet sind:

- Deshalb bauen wir die ersten Expeditionsschiffe mit Hybridantrieb.
- Deshalb haben wir als erster großer Reiseanbieter der Welt Einwegkunststoff von all unseren Schiffen und aus unseren Hotels verbannt.
- Deshalb laden wir unsere Gäste ein, unseren Planeten mit einer sichereren, umweltfreundlicheren und fortschrittlicheren Flotte von Expeditionsschiffen zu erkunden.
- Und deshalb möchten wir unseren Gästen Angebote zur Weiterbildung machen. Unsere Expeditionsteams freuen sich darauf, ihr Expertenwissen weiterzugeben.

[…]

<u>Nachhaltigkeit im Betrieb, bei Reisezielen und wildlebenden Tieren</u>
Hurtigruten engagiert sich für die Stärkung von lokalen Gemeinden durch gemeinsame Projekte und Handel. Unsere Gäste sind Entdecker, die ein qualitativ hochwertiges Erlebnis, Weiterbildung und Verständnis als einen Weg zu ganzjähriger Aktivität und nachhaltigem Wachstum fordern. Wir wissen, dass der Schutz und die Schaffung eines nachhaltigen Nutzens für die Gegenden, die wir besuchen, nicht nur die richtige Vorgehensweise ist, sondern dass dies einfach unerlässlich ist, um existenzielle Risiken für unser Unternehmen zu vermeiden.
Durch den Handel vor Ort, den Kauf von lokalen Nahrungsmitteln und die Einbindung von örtlichen Anbietern für die Organisation von Ausflügen, trägt Hurtigruten zum Lebensunterhalt und Wohlergehen der kleinen Küstengemeinden bei. Hurtigruten respektiert und unterstützt indigene Gemeinschaften, legt Wert auf Kultur und Traditionen und pflegt eine enge Zusammenarbeit mit den Gemeinden, die ihrerseits immense Anstrengungen unternehmen, um unsere Gäste willkommen zu heißen – wo immer wir an Land gehen.
Die Erkundung der spektakulärsten Gebiete auf unserem Planeten und die Beobachtung ihrer einzigartigen Wildtiere ist ein wichtiger Bestandteil jeder Hurtigruten-Reise. Daraus ergibt sich die Verpflichtung, bei der Erkundung Respekt walten zu lassen. Jede Auswirkung sollte so gering wie möglich und von vorübergehender Natur sein. Hurtigruten hinterlässt keine sichtbaren oder bleibenden Anzeichen der Besuche. Die Beobachtung von wilden Tieren erfolgt aus der Ferne, um das natürliche Verhalten nicht zu beeinträchtigen und das Wohlergehen und den Lebensraum der Tiere zu respektieren.
Hurtigruten übernimmt die Führungsrolle im Kampf gegen die Ausbeutung und Zerstörung von Orten, der Natur und lokalen Gemeinden durch den Massentourismus. Wir fordern strenge Regeln und Vorschriften, die wir uns selbst auferlegen, um zu beweisen, dass dies möglich ist.

Wissenschaft, Innovation und Technologie
Mit dem Bau der weltweit ersten Expeditionsschiffe mit Hybridantrieb setzt Hurtigruten einen neuen Standard für die Reisebranche. Diese revolutionären Schiffe stecken voller umweltfreundlicher Technologie und werden das Rückgrat der umweltfreundlichsten und fortschrittlichsten Flotte von Expeditionsschiffen sein, die die Branche bisher gesehen hat. Hurtigruten hat bereits vor einem Jahrzehnt ein freiwilliges Verbot von Schweröl eingeführt und wirbt dafür, dass der Rest der Welt diesem Beispiel folgt.

Plastik, Umweltverschmutzung und saubere Ozeane
Hurtigruten war der erste große Reiseanbieter, der Einwegkunststoff von allen Schiffen und aus allen Restaurants und Hotels verbannte. Wir verbessern ständig unseren Umgang mit Abfällen sowie deren Recycling und Reduzierung – und wir geben gerne weiter, was wir dabei lernen. Unsere Gäste und unsere Besatzung sammeln jedes Jahr Tonnen von Abfällen ein und werden zu Naturschutzthemen geschult und weitergebildet.
Hurtigruten möchte das Bewusstsein für die Umweltverschmutzung auf jede nur erdenkliche Weise schärfen. Darüber hinaus engagieren wir uns bei strategischen Partnerschaften, der Zusammenarbeit mit entsprechenden Organisationen, Forschungsprojekten und der Echtzeitüberwachung der Ozeane.

Hurtigruten Foundation
Wir haben die Hurtigruten Stiftung gegründet, um sicherzustellen, dass sich unsere Gäste von morgen an den gleichen eindrücklichen Reiseerlebnissen erfreuen können, wie Gäste, die heute mit uns reisen. Die Hurtigruten Stiftung wird durch Aktivitäten und Spenden an Bord finanziert und verfolgt drei wesentlich Ziele: Die Erhaltung der weltweiten Eisbärenpopulation, die Bekämpfung der Meeresverschmutzung u.a. durch Plastikabfälle sowie die Durchführung lokaler und globaler Projekte in den Gebieten, die von Hurtigruten erkundet werden.

Quelle: Hurtigruten, Stand: 16.03.2021,
https://www.hurtigruten.de/ueber-hurtigruten/nachhaltigkeit/

Urkunde: Partner im Klimaschutz

ClimatePartner

Urkunde
Partner im Klimaschutz

NORDLICHTER No. 13

Diese Urkunde bestätigt die Kompensation von Treibhausgasemissionen durch zusätzliche Klimaschutzprojekte.

CO_2-Äquivalente
382 kg

Unterstütztes Klimaschutzprojekt
Waldschutz
Pará
Brasilien

ClimatePartner-ID
11151-1901-1630

Ausgestellt am
16.01.2019

Über folgende URL erhalten Sie weitere Informationen über die Kompensation und das unterstützte Klimaschutzprojekt:

climatepartner.com/11151-1901-1630

Responsible Travel: Wilderness Hotels Lapland

Building positive change one memory at a time
In the early 2000's, I was walking in the wilderness and saw trees laying on the ground in an area that must have been hundreds of acres. Back then, logging in Lapland was common and it made me think that there must be a more environmentally friendly way to utilize the area rather than to saw it into a product. That arose an idea of tourism that would allow us to utilize the surrounding wilderness, but without ever harming it.

Today I am grateful that together with my wife, family and our team, we have built four successful tourism destinations. The people who have visited these destinations have got the chance to get to know the most valuable resource in our area, nature, and have taken the memory of its importance with them. That leads us to our goal; to build positive change in the world – one memory at a time.

Jouko Lappalainen, CEO of Nellim Wilderness Hotels & Safaris

Nellim Wilderness Hotels & Safaris is committed to responsible tourism
Nellim Wilderness Hotels & Safaris has received the Green Key eco-label and is currently undergoing Visit Finland's Sustainable Travel Finland –program. (2020)

Environmental responsibility
- We are committed to decrease our water and energy consumption.
- We sort and recycle most of our waste.
- We try to use plenty of local ingredients in our foods.
- We have replaced most of the single-use cups with more ecological options.
- We use only marked trails on our safaris.

Economical responsibility
- During the season 2019-2020 we employed over 180 people of which half were locals.
- In 2019 we were Inari's biggest taxpayer.

Social responsibility
- We try to choose a local service provider whenever it is possible.
- We support local children' and youth's hobbies by donating money and lending our vehicles.
- We present authentic local art and culture in our destinations.

Ethics
- We operate in accordance with the Sámi Tourism Code of Ethics.
- The message of hospitality is addressed equally to all.
- We do not condone discrimination or exploitation.

Safety
- All our guides have first aid skills.
- A defibrillator can be found in each of our destinations.
- Finland has been awarded as the safest country to visit in the world (2019).
- We follow the government's COVID-19 guidelines.

Quelle: Wilderness Hotels Lapland, Stand: 16.03.2021, https://nellim.fi/responsible-travel/