

TourCert

Travel for Tomorrow

Prüfbericht TourCert Zertifizierung

Akwaba Travel GmbH

Datum des Audits: 2024-08-28



Prüfbericht

Name des Betriebs	Akwaba Afrika
Firma des Unternehmens	Akwaba Travel GmbH
Anzahl Mitarbeiter*innen	7
Lead-Auditor*in	Florian Kaeufer
Co-Auditor*in	/
Datum des Audits	2024-08-28
Art des Audits	Fernaudit
Gesprächspartner*innen des Unternehmens	<ul style="list-style-type: none"> - Johannes Soeder (stellvertretender Geschäftsführer und Nachhaltigkeitsbeauftragter) - Josephin Woitas (Werkstudentin) - Jessica Maristani (Praktikantin)

Zusammenfassung

Gesamtbewertung

Die Akwaba Travel GmbH ist ein Reiseveranstalter, der auf Individualreisen nach Afrika spezialisiert ist. Der Veranstalter feiert in diesem Jahr das 10. jährige Jubiläum und ist seit 2018 zertifiziert. Durch die enge Bindung der Gesellschafter der Betreiberholding zum afrikanischen Kontinent agiert das Unternehmen von Beginn an sehr verantwortungsvoll in den Zielregionen. Das bestehende Nachhaltigkeitsmanagement konnte das Unternehmen mit der Zeit weiter ausbauen und professionalisieren. So wenden sie den Code of Conduct zum Beispiel inzwischen bei allen Partnern an und gestalten ihre Produkte sehr transparent. So kann der Reisende bei jeder Reise nachvollziehen, wieviel Anteil des Reisepreises direkt in die Destination fließt. Die Tatsache, dass die Gesellschafter einen Abschluss in Afrikastudien haben, macht den Anspruch in Bezug auf einen nachhaltigen/sanften Tourismus in Afrika neben den Angaben aus dem Bericht noch schlüssiger. Das Team nimmt regelmäßig an Schulungen teil und ist durch regelmäßige Meetings auch in einem regen inhaltlichen Austausch, was den Zusammenhalt und das gemeinsame KnowHow fördert. Die Kernindikatoren- inkl. den neu erhobenen, wurden im Audit besprochen und die Anwendung der Instrumente zur Datenerhebung waren nachvollziehbar.

Das Unternehmen wird zur (Re-) Zertifizierung empfohlen:

Ja

Florian Kaeufer
2024-08-28

Wesentliche Abweichungen

Kriterium

Geringfügige Abweichungen

Kriterium	
1.9	<p>Monitoring und kontinuierliche Verbesserung</p> <p>Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.</p>
Abweichung	Termin
<p>aktualisiertes VP mit zukünftigen Maßnahmen</p> <p>[ergänzt im Rahmen der Z-Entscheidung] Das Verbesserungsprogramm muss stets auf den Audittermin aktualisiert sein und stets Maßnahmen für die kommende Periode enthalten. Das vorgelegte VP war im 8/2024 auf Stand 10/2023. Das nachgeforderte VP für 2025 wurde am 17.11.2024 vorgelegt. Es enthält zur Hälfte erledigte Maßnahmen für 2024 und weitgehend erledigte Maßnahmen für 2025. Ein aktualisierte Status der in 10/2023 nur teils erledigten Maßnahmen fehlt. Im Zuges des nächsten Monitorings ist ein Bericht zu allen Maßnahmen aus 2023/2024 erforderlich und das VP 2026 muss neue Maßnahmen enthalten, die noch anzugehen sind.</p>	<p>30. Juni 2025</p>
1.10	<p>Nachhaltigkeitsbericht</p> <p>Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt und veröffentlicht das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.</p>
Abweichung	Termin
<p>Vergleich der Indikatorenwerte</p> <p>[Ergänzt im Rahmen der Z-Entscheidung]</p> <p>Bei einem Audit in 8/2024 sollten Indikatorenwerte für 2023 vorgelegt werden können auch wenn die Z-Richtlinie mit letztem Geschäftsjahr den letzten förmlichen Jahresabschluss zulässt. Für die Dokumentation des Schlüsselziels der kontinuierlichen Verbesserung sollten Vergleichswerte mindestens aus einem vorangehenden Bericht dargestellt und kommentiert werden. Dies gilt umso mehr wenn das Berichtsjahr als nicht repräsentativ bewertet wird. In der hochgeladenen Indikatorentabelle gibt es Werte auch für 2023 aber nicht für wenigstens die zehn Kernkriterien (Beispiel Anteil Reisepreis). Der im Bericht genannte Wert für 2022 findet sich dort nicht. Die Aktualität, Vollständigkeit und Konsistenz dieser Schlüsselangaben muss beim nächsten Audit zweifelsfrei gegeben sein.</p>	<p>31. Dezember 2026</p>

Empfehlungen

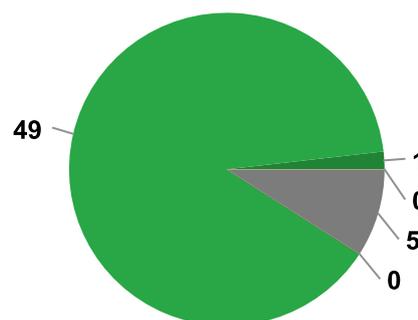
Kriterium	
3.2	<p>Barrierefreiheit</p> <p>Das Unternehmen ermöglicht einen barrierefreien Zugang und erhebt den Anteil an barrierefreien Betten. Für Personen mit besonderen Bedürfnissen werden entsprechende Informationen bereitgestellt (z.B. auf der Website).</p>
Empfehlung	Termin
<p>Um diese Bereitschaft nach außen zu tragen, könnte das Angebot der persönlichen Prüfung in den FAQ`s auf der Internetseite eingefügt werden. Ähnlich wie der dortige Paragraph für Reisende 60+.</p>	

Empfehlungen

Kriterium		Termin	
7.1	<p>Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten</p> <p>Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.</p>		
<p>Die Unterstützung von nachhaltigen Projekten sowohl mittelbar wie auch unmittelbar sollte im Nachhaltigkeitsbericht beschrieben werden.</p>			
7.3	<p>Rechte lokaler Gemeinden</p> <p>Der Erwerb von Land- und Wasserrechten und von Eigentum durch das Unternehmen ist konform mit lokalen und indigenen Rechten.</p> <p>Beim Erwerb von Land- und Wasserrechten sowie von Eigentum wurde die lokale Bevölkerung im Vorfeld informiert, befragt und ihre freie, vorherige Zustimmung eingeholt, sodass keine unfreiwillige Umsiedlung erforderlich ist.</p>		
<p>Zu einer noch sichereren Klärung könnte der Punkt in den Code of Conduct oder die Fragebögen einfließen.</p>			

Erfüllung der Kriterien

		Destination	
		Anzahl	Anteil
■	Nicht zutreffend	5	9.09 %
■	Kriterium nicht erfüllt	0	0 %
■ ■	Verbesserungswürdig	0	0 %
■ ■ ■	Kriterium erfüllt	49	89.09 %
■ ■ ■ ■	Best Practice	1	1.82 %
Erfüllungsgrad (Kriterium erfüllt + Best Practice)		100 %	



Bewertungs-Matrix

Das Audit basiert auf dem TourCert-Kriterienkatalog für Reiseveranstalter in der Fassung vom Mai 2021.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
1	Management		
1.1	Leitbild Das Unternehmen hat ein Leitbild, das auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird, und Bezug zum Management der folgenden Aspekte nimmt: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz, (iv) Biodiversität, (v) kontinuierliche Verbesserung.	■■■	ausführliches und aussagekräftiges Leitbild, welches auf der Internetseite "Akwaba Prinzip" genannt wird und bei der Zielgruppe Neugier weckt.
1.2	Nachhaltigkeitsmanager*in Die Leitungsebene übernimmt CSR-Verantwortung und hat eine verantwortliche Person als Nachhaltigkeitsmanager*in benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet. Der*die Nachhaltigkeitsmanager*in koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben, engagiert und motiviert die Mitarbeitenden und ist Ansprechpartner*in für externe Stakeholder.	■■■	Johannes Söder ist auch gleichzeitig stellvertretender Geschäftsführer
1.3	Rechtskonformität Das Unternehmen stellt sicher, dass alle relevanten Gesetze und alle geltenden lokalen, nationalen und internationalen Verpflichtungen erfüllt werden (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).	■■■	Wird über gezielte Recherchen und Mitgliedschaften in relevanten Organisationen (AER, forum anders Reisen und Weitere) gewährleistet.
1.4	Menschenrechte Das Unternehmen hat die relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert. Das Unternehmen garantiert bei seinen Geschäftspraktiken die Einhaltung der Rechte und die Mitbestimmung lokaler Gemeinschaften und orientiert sich an international und national bewährten Praktiken und lokal vereinbarten Leitlinien.	■■■	Der Veranstalter hat mit seinen Leistungsträgern einen Code of Conduct vereinbart, der mehrere Paragraphen in Bezug auf Menschenrechte enthält.
1.5	Risikomanagement Das Unternehmen hat einen Krisen- bzw. Risikomanagementplan, um Touristen im Notfall zu schützen und falls erforderlich Konsequenzen für touristische Angebote zu ziehen. Verantwortliche Mitarbeitende werden für akute Sicherheits- und Gesundheitsrisiken für Touristen von entsprechenden Stellen geschult.	■■■	Es besteht ein enger Austausch mit Partnern vor Ort und den Reisenden sowie eine Infrastruktur die flexibel reagieren kann. Um das Risikomanagement noch weiter zu professionalisieren, arbeitet der Veranstalter mit SmartRiskSolutions zusammen.
1.6	Stakeholder-Analyse Das Unternehmen hat seine internen und externen Stakeholder identifiziert (z.B. mit einer Stakeholder-Landkarte) und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.	■■■	Stakeholdermap wurde erstellt.
1.7	Stakeholder-Dialog Das Unternehmen führt einen aktiven CSR-Dialog mit seinen Stakeholdern, informiert über das eigene CSR-Management und fördert die nachhaltige Entwicklung der Stakeholder.	■■■	Der Veranstalter legt einen Fokus auf die Selbstbestimmung vor Ort und die Entfaltung der lokalen Expertise. Dennoch findet ein reger und kreativer Austausch mit Partnern vor Ort statt.
1.8	Priorisierung der Handlungsfelder Das Unternehmen hat auf der Grundlage der Bestandsaufnahme eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie eine Priorisierung der Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt und seine wichtigsten Handlungsfelder identifiziert (Portfolio-Analyse oder Wesentlichkeitsanalyse).	■■■	Handlungsfelder zu den Themen Management/Strategie, wirtschaftliche Stabilität, Kundenkommunikation und Betriebsökologie sind gesetzt und im Bericht erläutert.
1.9	Monitoring und kontinuierliche Verbesserung Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.	■■■	Verbesserungsprogramm liegt vor.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
1.10	<p>Nachhaltigkeitsbericht</p> <p>Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt und veröffentlicht das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.</p>	■■■	Bericht liegt vor.
1.11	<p>Nachhaltige Tourismusplanung vor Ort</p> <p>Das Unternehmen leistet einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Tourismusplanung und -steuerung am Zielort.</p>	■■■	Durch einen hohen Anteil des Reisepreises im Zielland und gleichzeitig kleine Gruppen und eine regionale Expertise bietet der Veranstalter einen konstruktiven Beitrag zu einer nachhaltigen Tourismusentwicklung vor Ort. Der Anteil des Reisepreises, welcher im Zielland bleibt, wird aktiv gegenüber der Reisenden kommuniziert.
2 Wirtschaftsdaten			
2.1	<p>Wirtschaftliche Stabilität</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur wirtschaftlichen Stabilität.</p>	■■■	Kennzahlen sind hinterlegt.
3 Angebot			
3.1	<p>Angebotsentwicklung</p> <p>Das Unternehmen erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit seiner eigenen touristischen Angebote.</p>	■■■	Das Angebot wird im Bericht erläutert und im Audit erläutert. Die entsprechenden Kennzahlen sind erfasst.
3.2	<p>Barrierefreiheit</p> <p>Das Unternehmen ermöglicht einen barrierefreien Zugang und erhebt den Anteil an barrierefreien Betten. Für Personen mit besonderen Bedürfnissen werden entsprechende Informationen bereitgestellt (z.B. auf der Website).</p>	■■■	Der Veranstalter bietet an, die Möglichkeiten bei etwaiger Beeinträchtigung zu prüfen.
4 Kund*innen / Gäste			
4.1	<p>Information and Kommunikation</p> <p>Das Unternehmen bewirbt bei seinen Kunden aktiv das nachhaltige Reisen durch transparente Kommunikation.</p> <p>Über die Nachhaltigkeit der Leistungsträger wird an geeigneter Stelle informiert.</p> <p>Die in den Vermarktungsaktivitäten eingesetzten Werbebotschaften und Bilder präsentieren die Orte bzw. die Destination respektvoll und geben ein authentisches, realistisches Abbild der Destination oder des Produktes wieder.</p>	■■■	Trifft zu. Einerseits über die Kommunikation auf Social Media und die Webseite sowie im persönlichen Dialog. Andererseits über die Reiseunterlagen die dem Auditor vorliegen.
4.2	<p>Kund*innen Zufriedenheit</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Kund*innen inklusive der Wahrnehmung von nachhaltigen Aspekten der Reisen.</p>	■■■	Dass Feedbacksystem wird im Bericht und im Audit erläutert
4.3	<p>Gästeinformation und Beschwerdemanagement</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Qualität und Nachhaltigkeit seiner Kund*innen-Information.</p> <p>Das Unternehmen informiert seine Gäste aktiv zu (i) umweltfreundlicher Anreise, (ii) umweltfreundlicher Mobilität am Standort und (iii) umwelt- und sozialverträglichem Verhalten vor-Ort.</p>	■■■	Das System und die entsprechenden Prozesse sind im Bericht erläutert. Unter anderem geschieht dies über die in 4.1 genannten Reiseunterlagen.
5 Mitarbeitende			
5.1	<p>Sicherheit</p> <p>Das Unternehmen gewährleistet eine sichere Arbeitsumgebung für seine Mitarbeitenden.</p>	■■■	Trifft zu. Entsprechende Maßnahmen werden erläutert.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
5.2	<p>Schulung (zur Nachhaltigkeit)</p> <p>Alle Mitarbeitenden (auch die in den Destinationen) erhalten mindestens einmal jährlich Schulungen zu mind. einem der folgenden Themenbereiche: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen (einschließlich Sicherheit und Gesundheitsschutz, Risiko- und Krisenmanagement, Wirtschaftlichkeit und Qualität), (iii) Umweltschutz, (iv) biologische Vielfalt und (v) ihrer Rolle und Verantwortung bei der Umsetzung der genannten Aspekte.</p>	■ ■ ■	<p>Eine CSR Einführung gehört zum Onboarding. Die Regionalteams schulen sich ferner untereinander zu Besonderheiten in den entsprechenden Regionen. Hier gehören auch die Besonderheiten in Bezug auf Nachhaltigkeitsaspekte zu.</p>
5.3	<p>Anreizsystem und Sozialleistungen</p> <p>Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitenden freiwillige Sozialleistungen, Aufstiegsmöglichkeiten und weitere Zusatzleistungen an (z.B. Mobilitätszuschuss, freie Verpflegung, etc.).</p>	■ ■ ■	<p>Trifft zu. Maßnahmen werden im Bericht erläutert.</p>
5.4	<p>Bezahlung</p> <p>Das Unternehmen verpflichtet sich zur Einhaltung der Mindestlohn- und Tarifverträge. Die Löhne müssen mindestens existenzsichernd sein und die lokalen Lebenshaltungskosten decken.</p>	■ ■ ■	<p>Trifft zu. Das individuelle Lohnsystem ist transparent setzt sich aus Berufserfahrung und Betriebszugehörigkeit zusammen</p>
5.5	<p>Überstundenregelung</p> <p>Das Unternehmen hat eine Überstundenregelung.</p>	■ ■ ■	<p>Freizeitausgleich</p>
5.6	<p>Interessenvertretung</p> <p>Das Unternehmen unterstützt die Bildung einer Interessenvertretung oder eines Betriebsrats der Mitarbeitenden.</p>	■ ■ ■ ■	<p>Trotz der kleinen Betriebsgröße gibt es eine Interessenvertretung (1 Person), die bei Personalentscheidungen gleiche Kompetenzen wie die Geschäftsleitung hat.</p>
5.7	<p>Gerechtigkeit und Inklusion</p> <p>Das Unternehmen bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, Geschlecht, sexueller Orientierung und Behinderung an.</p> <p>Die lokale Bevölkerung erhält die gleichen Chancen auf Beschäftigung, Aufstieg und Einstellung in Führungspositionen.</p>	■ ■ ■	<p>Trifft zu und wird im Bericht erläutert.</p>
5.8	<p>Beschäftigungsstruktur</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Beschäftigtenstruktur.</p>	■ ■ ■	<p>Trifft zu. Die Daten werden im Bericht erfasst.</p>
5.9	<p>Mitarbeitenden-Zufriedenheit</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Zufriedenheit der Mitarbeitenden.</p>	■ ■ ■	<p>Mitarbeitendenbefragung wurde per Mail verschickt und die Ergebnisse wurden im Bericht veröffentlicht.</p>
<p>6 Leistungsträger*innen</p>			
6.1	<p>Einbindung von Leistungsträger*innen</p> <p>Das Unternehmen bindet lokale Unternehmen bei der Entwicklung und dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen ein, die auf Natur, Geschichte und Kultur der Region basieren.</p>	■ ■ ■	<p>Akwaba legt Wert auf lokale Partner und wird somit auch dem Anspruch auf authentische Reisen der Kund*innen gerecht.</p>
6.2	<p>Supplier Code</p> <p>Das Unternehmen stellt sicher (z.B. über Vertragsklauseln oder einen Supplier Code of Conduct), dass grundlegende Nachhaltigkeitsprinzipien in den Bereichen (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz und (iv) Biodiversität von den Leistungsträgern eingehalten werden.</p>	■ ■ ■	<p>Der Supplier Code of Conduct ist verpflichtender Bestandteil jeden Agenturvertrages.</p>
6.3	<p>Befragung von Leistungsträger*innen</p> <p>Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Leistungsträger und Lieferanten durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.</p>	■ ■ ■	<p>Befragung findet bei relevanten Partnern statt. Die Vorgehensweise ist im Bericht erläutert.</p>

Kriterium	Bewertung	Kommentar
<p>6.4 Geschäftspartner*innen</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Geschäftspartner*innen sowie den Grad der Qualität seiner Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber diesen Partner*innen.</p>	<p>■ ■ ■</p>	<p>Befragung findet bei relevanten Partnern statt. Die Vorgehensweise ist im Bericht erläutert.</p>
<p>7 Lokale Gemeinschaften</p>		
<p>7.1 Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten</p> <p>Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.</p>	<p>■ ■ ■</p>	<p>Es findet eine mittelbare Unterstützung statt über die zu einer DMO gehörende NGO Stepping Stones int. und ab dem kommenden Jahr gibt es eine unmittelbare Zusammenarbeit der Organisation, wie im Audit erläutert wurde.</p>
<p>7.2 Sicherung grundlegender Gemeinschaftsgüter und Lebensgrundlagen</p> <p>Das Unternehmen achtet bei seinen Aktivitäten auf die allgemeine Verfügbarkeit lokaler Dienstleistungen und gefährdet nicht die Bereitstellung von Grundnahrungsmitteln, Wasserversorgung, Zugang zu Wegerechten, Transport und lokalem Wohnraum und anderen Dienstleistungen für lokale Gemeinden.</p> <p>Das Unternehmen stellt sicher, dass durch seine Aktivitäten der Zugang der Anwohner zu lokalen Grundstücken, Stätten und Traditionen von historischer, archäologischer, kultureller und spiritueller Bedeutung nicht beeinträchtigt wird.</p>	<p>■ ■ ■</p>	<p>Durch die enge Zusammenarbeit mit lokalen Partnern und die kleinen Gruppen sowie die Sensibilisierung der Reisenden kann der Veranstalter die Sicherung der grundlegenden Gemeinschaftsgüter und Lebensgrundlagen positiv beeinflussen.</p>
<p>7.3 Rechte lokaler Gemeinden</p> <p>Der Erwerb von Land- und Wasserrechten und von Eigentum durch das Unternehmen ist konform mit lokalen und indigenen Rechten.</p> <p>Beim Erwerb von Land- und Wasserrechten sowie von Eigentum wurde die lokale Bevölkerung im Vorfeld informiert, befragt und ihre freie, vorherige Zustimmung eingeholt, sodass keine unfreiwillige Umsiedlung erforderlich ist.</p>	<p>■</p>	<p>Der Veranstalter sitzt in Leipzig und auch die Partner DMO's in Afrika haben ihre Räumlichkeiten im urbanen Raum, wo die entsprechende Problematik nicht zu erwarten ist.</p>
<p>7.4 Schutz und Erhalt von Kulturgütern</p> <p>Das Unternehmen integriert authentische Elemente der traditionellen und zeitgenössischen lokalen Kultur in seine Aktivitäten, seine gastronomischen Angebote oder andere Angebote, wobei es die Rechte des geistigen Eigentums der lokalen Gemeinschaften respektiert.</p> <p>Historische und archäologische Artefakte werden vom Unternehmen nur verkauft, gehandelt oder ausgestellt, wenn dies nach lokalem und internationalem Recht erlaubt ist.</p>	<p>■ ■ ■</p>	<p>Gelingt durch die Einbindung von lokalen Partnern.</p>
<p>7.5 Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild</p> <p>Das Unternehmen unterstützt Initiativen zur Erhaltung traditioneller Kulturlandschaften sowie Projekte zum Erhalt und zur Verschönerung des kulturhistorischen Ortsbildes und architektonischer Besonderheiten.</p>	<p>■ ■ ■</p>	<p>Es ist ein Anspruch des Unternehmens, dass Kulturgüter und Architektur im Sinne der Einheimischen erhalten bleiben. Dieser Anspruch findet sich im Bericht und wurde während des Audits erläutert.</p>
<p>7.6 Schutz vulnerabler Gruppen</p> <p>Das Unternehmen stellt den Schutz jedes Menschen (Kinder, Jugendliche, Frauen, Minderheiten, andere schutzbedürftige Gruppen) und insbesondere den Schutz von Kindern vor sexuellem Missbrauch, im Unternehmen selbst und entlang der Wertschöpfungskette sicher und orientiert sich an den Empfehlungen von "The Code" (Verhaltenskodex für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung in der Reise- und Tourismusbranche) und der ILO-Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit. Die Organisation setzt keine illegale Kinderarbeit ein. Die Vertragspartner akzeptieren keine kommerzielle oder sonstige Form der Ausbeutung und Belästigung.</p>	<p>■ ■ ■</p>	<p>Der Schutz von vulnerablen Gruppen wird über die strengen Vereinbarungen gewährleistet.</p>
<p>8 Klimaschutz</p>		

Kriterium	Bewertung	Kommentar
<p>8.1 CO2-Emissionen der Reisen</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen und der prozentualen Aufteilung der Paxe nach Flugstrecke.</p>	■■■	Daten sind im Bericht erfasst
<p>8.2 Ökostrom</p> <p>Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.</p>	■■■	100% Ökostrom wird über rhenag bezogen. Rechnung
<p>8.3 CO2-Emissionen und Kompensation</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO2-Emissionen am Standort. Das Unternehmen kompensiert mindestens 50% der Emissionen von Dienstreisen.</p>	■■■	Trifft zu und dokumentiert. Es sind sowohl die Werte des TourCert Tools, als auch atmosfair aufgezeigt. Die Daten weichen voneinander ab. Das Vorgehen wurde mit TourCert abgesprochen und wird im Bericht erläutert.
<p>8.4 Mobilität (Flüge und weitere)</p> <p>Das Unternehmen prüft kontinuierlich ressourceneffiziente Alternativen für den Transport und fördert aktiv die Nutzung sauberer und ressourceneffizienter Alternativen durch Kund*innen, Mitarbeitende oder Lieferant*innen.</p>	■■■	Wird im Bericht erläutert.
9 Ressourcenmanagement		
<p>9.1 Energie</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Energieverbrauch am Unternehmensstandort.</p>	■■■	Trifft zu. Daten sind im Bericht hinterlegt.
<p>9.2 Papier</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.</p>	■■■	Trifft zu. Daten sind im Bericht hinterlegt.
<p>9.3 Abfall</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig das Abfallaufkommen am Unternehmensstandort (inkl. Lebensmittelabfälle und Einmalartikel oder Einwegprodukte), strebt einen abfallarmen Einkauf an und fördert die Kreislaufwirtschaft durch Wiederverwendung oder Recycling von Abfällen.</p> <p>Das Unternehmen stellt sicher, dass die Müllentsorgung keine negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt hat.</p>	■■■	Müll wird getrennt aber nicht quantitativ erfasst
<p>9.4 Wasser</p> <p>Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Wasserverbrauch am Standort und identifiziert die Wasserbezugsquellen.</p> <p>Das Unternehmen bewertet das Wasserrisiko v.a. in von Wasserknappheit betroffenen Gebieten und betreibt eine effiziente und wirtschaftliche Wasserversorgung, die an den Wasserbedarf der Region angepasst ist und sich nicht nachteilig auf die Umwelt auswirkt.</p> <p>Abwasser, einschließlich Grauwasser, wird sinnvoll genutzt und wiederverwendet oder abgeleitet, wenn es keine negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt hat.</p>	■	Wird wegen des kleinen Teams nicht erfasst.
<p>9.5 Chemikalien und Gefahrstoffe</p> <p>Das Unternehmen erhebt Daten zum Einsatz von Chemikalien am Unternehmensstandort und ergreift Maßnahmen, um diesen zu minimieren oder zu ersetzen.</p> <p>Das Unternehmen führt ein Gefahrstoffkataster.</p>	■■■	Reinigungskraft ist aufgefordert umweltschonende Reinigungsmittel zu beschaffen.
<p>9.6 Umweltverschmutzung</p> <p>Das Unternehmen identifiziert und minimiert Quellen der Umweltverschmutzung durch Abflüsse, Erosion, ozonabbauende Stoffe sowie Luft-, Wasser-, Lärm-, Licht- und Bodenverschmutzung zu minimieren.</p>	■■■	Reinigungskraft ist aufgefordert umweltschonende Reinigungsmittel zu beschaffen.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
9.7	Bezug von Waren und Dienstleistungen Beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen gibt das Unternehmen nachhaltigen Angeboten Vorrang (regional produzierte, ökologische, fair gehandelte und umweltfreundliche Produkte, Dienstleistungen, Investitionsgüter und Baumaterialien).	■ ■ ■	Bioprodukte werden lokal eingekauft.
9.8	Nachhaltige Lebensmittel Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Anteil nachhaltiger Lebensmittel (inklusive Lunchpakete auf den Touren).	■ ■ ■	Für den Standort werden Bioprodukte am Standort lokal eingekauft. Die Unterkünfte, mit denen der Veranstalter zusammenarbeitet bzw. die entsprechende DMO, verpflichten sich in den Verträgen zur Verwendung von nachhaltigen Lebensmitteln. Das schließt Lunchpakete mit ein.
10 Schutz und Erhalt der Umwelt			
10.1	Schutz der Biodiversität Das Unternehmen trägt zum Erhalt natürlicher Schutzgebiete und von Gebieten mit hohem Biodiversitätswert bei, einschließlich bei der Bewirtschaftung der eigenen Grundstücke. Jegliche Störung natürlicher Ökosysteme wird minimiert, rehabilitiert und es wird ein ausgleichender Beitrag geleistet. Das Unternehmen informiert seine Kund*innen/Gäste über die biologische Vielfalt der Region und mögliche Schutzgebiete und gibt Verhaltenshinweise in ökologisch oder kulturell sensiblen Gebieten sowie Empfehlungen, wie Gäste zum Schutz der biologischen Vielfalt und des kulturellen Erbes beitragen können.	■ ■ ■	Der Veranstalter leistet seinen Beitrag über die Sensibilisierung von Leistungsträgern und Reisenden.
10.2	Invasive Arten Das Unternehmen stellt sicher, dass invasive Tier- und Pflanzenarten in unternehmenseigenen Anlagen und in Anlagen mit direktem Einfluss weder eingeführt noch gehalten werden. Wo immer möglich verwendet das Unternehmen einheimische Arten für die Landschaftsgestaltung und Renaturierung.	■ ■ ■	Wird gewährleistet und im Bericht erläutert
10.3	Interaktionen mit Tier- und Pflanzenwelt Interaktionen mit Wildtieren werden regelmäßig geprüft und sind so zu gestalten, dass nachteilige Auswirkungen auf die betroffenen Tiere, ihr Verhalten und die Lebensfähigkeit ihrer Populationen vermieden werden. Das Unternehmen kennt und befolgt bestehende lokale, nationale und internationale Richtlinien, fordert die Einhaltung auch von den Leistungsträgern ein, beteiligt sich an der Entwicklung und Umsetzung lokaler Standards und greift bei Bedarf auf entsprechende Experten zurück. Wildtiere werden nicht gejagt, konsumiert, ausgestellt, verkauft oder gehandelt, es sei denn, dies geschieht in Übereinstimmung mit lokalen und internationalen Gesetzen und trägt zur nachhaltigen Nutzung bei.	■ ■ ■	Direkte von Menschen initiierte Mensch-Tier Interaktionen werden abgelehnt und nicht angeboten.
10.4	Tierschutz Das Unternehmen gewährleistet den Schutz von Tieren und vermeidet Aktivitäten, die das Tierwohl gefährden. Es werden keinerlei Wildtierarten erworben oder gezüchtet. Unterbringung, Pflege und Umgang mit allen Wild- und Haustieren entsprechen den höchsten Standards und stehen im Einklang mit lokalem und internationalem Recht.	■ ■ ■	Die Einhaltung von lokalen Vorschriften werden von lokalen Partner gewährleistet.
11 Unternehmenseigene Gebäude und Infrastruktur			
11.1	Flächenverbrauch Das Unternehmen erhebt Daten zum Flächenverbrauch des Unternehmens.	■	Unternehmen ist Mieter

Kriterium	Bewertung	Kommentar
11.2 Flächennutzung Die Flächennutzung (Planung, Standortwahl, Konstruktion, Bau, Renovierung, Betrieb und Abriss) berücksichtigt die natürlichen und kulturellen Gegebenheiten und entspricht den Anforderungen des lokalen Flächennutzungsplans und den Gesetzen in Bezug auf geschützte und sensible Gebiete sowie die Belange des Kulturerbes.	■	Unternehmen ist Mieter
11.3 Lokale und nachhaltige Bauweisen und Materialien Planung, Design und Konstruktion basieren auf lokal geeigneten und nachhaltigen Bauweisen und Materialien.	■	Unternehmen ist Mieter

■	nicht zutreffend	Das Kriterium ist für die DMO oder Destination nicht zutreffend.
■	Kriterium nicht erfüllt	Das Kriterium wird nicht oder nur in unzureichendem Maße erfüllt. Es besteht dringender Verbesserungsbedarf.
■ ■	Verbesserungswürdig	Das Kriterium wird teilweise erfüllt und es besteht Verbesserungsbedarf.
■ ■ ■	Kriterium erfüllt	Das Kriterium wird vollständig oder weitgehend erfüllt und es besteht nur wenig Verbesserungspotential.
■ ■ ■ ■	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	Das Kriterium wird in vorbildlicher Weise erfüllt und dient anderen Destinationen als Vorzeige-Beispiel.