



Nachhaltigkeitsbericht 2011

Travel & Personality

Stuttgart

Im Betzengaiern 29



Impressum

Standortname: Travel & Personality
Strasse: Im Betzengaiern 29
PLZ, Ort: 70597 , Stuttgart

Telefon: 0711 - 7586777
Fax: 0711 - 7586779
Mail : info@travel-and-personality.de
www : www.travel-and-personality.de

CSR-Beauftragte/-r: Andreas Damson
Tel : 0711 - 7586777
mail : damson@travel-and-personality.de

Jahr der Datenerfassung ist 2010

Zentrale Unternehmensdaten

Kernindikatoren

1. Unternehmensportrait

1.1. Leitbild

1.2. Management

1.3. Reiseangebote

2. Wirtschaftsdaten

3. Kunden

4. Mitarbeitende

5. Unternehmensökologie

Pendelverkehr

Dienstreisen

Papier

6. Gesellschaftliches Engagement

7. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette

7.1. Angebotsgestaltung

7.2. Partneragenturen

7.3. Unterkünfte

7.4. Reiseleitung

7.5. Transport

Flugkriterium des far

Zentrale Unternehmensdaten

	Einheit	2010
Gesamt Festangestellte	Anz	2.50
Gesamt Personen-Nächte	Anz	1658.00

Kernindikatoren

	Einheit	2010
Lokale Wertschöpfung	%	32.51
Zufriedenheitsindex Kunden	%	88.00
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	15.00
Nachhaltigkeitsindex Partneragenturen	%	87.51
CO2 pro Gast/ Tag	kg	167.88
Nachhaltigkeitsindex Unterkünfte	%	79.44
CO2 pro MA	t	5.71
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	
Nachhaltigkeitsindex Reiseleitung	%	89.80

1. Unternehmensportrait

Travel & Personality wurde am 04. Oktober 2004 von Andreas Damson und Peter Bär in Freiburg gegründet. Die Gründungsidee war dazumal die Kombination von Reisen und Persönlichkeitstrainings, die sog. "Personality-Seminarreisen". Relativ schnell erkannten wir, dass der Markt hierfür schwierig war, und so besann sich die Firma zudem auf eine weitere Kernkompetenz von Andreas Damson, nämlich der Ausbildung von Reiseleitern. So wurde die erste T&P-Reiseleiter-Ausbildung im Münsterland im Sommer 2005 angeboten und mit 10 TeilnehmerInnen durchgeführt. Diese Ausbildung wurde fortan zum "Bestseller" und wurde seitdem nicht ein einziges Mal abgesagt. Nachdem Peter Bär die Firma 2005 verlassen hatte, arbeitete Andreas Damson ein weiteres Jahr als Einzelunternehmer alleine, im Portfolio mittlerweile eine erste Erlebnisreise nach Madagaskar, worauf sich in den kommenden Jahren dieser regionale Schwerpunkt entwickelte. Im Jahr 2006 stieß die heutige Geschäftsführerin und Mitinhaberin

Annette Paatzsch zu T&P, zunächst als Teilhaberin zu 33 % (Übergang zu GbR.), nach einem Jahr zu 50 % Geschäftsanteilen als Mitinhaberin der Firma. Der Firmensitz wurde im Sommer 2006 nach Stuttgart verlegt. Ab 2007 entwickelte die Firma verstärkt die 3 Segmente der Geschäftsfelder: Ausbildungen und Seminare, Seminarreisen und Erlebnisreisen. A. Paatzsch operierte von Konstanz aus, A. Damson nach wie vor vom Hauptbüro in Stuttgart.

1.1. Leitbild

Travel & Personality hat das Ziel, nachhaltig wirtschaftlich, sozial und ökologisch zu handeln. Im Umgang mit unseren Gästen, unseren Mitarbeitern und Geschäftspartnern vor Ort bauen wir auf einen ehrlichen, transparenten und fairen Umgang miteinander, der langfristige Zusammenarbeit und Vertrauen zum Ziel hat.

Wir stellen an uns selbst und an unsere Produkte hohe Anforderungen. Wir gründen unseren wirtschaftlichen Erfolg darauf, kreative Produkte über die klassischen touristischen Produkte hinaus zu entwickeln und umzusetzen, um damit eine zukunftsfähige Form des Tourismus zu schaffen.

Unsere Reisegäste und Kunden stehen bei uns an erster Stelle. Unser Ziel ist es, ein ehrliches und authentisches Bild des jeweiligen Angebots zu vermitteln. Schon im Vorfeld erhalten unsere Kunden durch ausführliche Beratung ein klares Bild des Reiselandes / der Reiseart oder des Seminars, für das sie sich interessieren.

Mit uns zu reisen bedeutet:

- * Länder zu besuchen, die abseits der gängigen Reiseziele liegen. Auch in traditionellen Reiseländern bewegen wir uns auf eigenen Pfaden
- * das Besondere im Reiseland zu suchen und auch jenseits von touristischen Highlights die versteckten Perlen des Landes zu finden
- * Reisen und Erleben mit Zeit. Wo immer möglich bauen wir auf unseren Reisen Zeit zum Genießen und Relaxen ein, das intensiviert das Erlebnis und ermöglicht Erleben UND Erholung
- * Wir legen Wert auf respektvollen, fairen Umgang mit den Einheimischen und unseren Geschäftspartnern im Land.

Bei uns eine Seminarreise oder ein Seminar zu besuchen, bedeutet auch hochwertige Seminare in attraktiver Umgebung zu besuchen und damit persönliche oder berufliche Entwicklung mit Entspannung und Inspiration zu verknüpfen

- * durch das Eintauchen in eine andere Themenwelt auch bei einem kurzen Urlaub einen sehr hohen Grad an Abstand zum Alltag zu erhalten und sich dadurch erstaunlich erholen zu können
- * sich außerhalb des eigenen „gewohnten Tuns“ zu bewegen, neue Erfahrungen zu machen, Gewohntes aus einer anderen Perspektive zu betrachten und zu beurteilen und damit Impulse und neue Möglichkeiten für den Alltag
- * Gleichgesinnte zu treffen, sich auszutauschen und gemeinsam bereichernde Tage zu verbringen. Auch nach der gemeinsamen Zeit ermöglicht der Austausch innerhalb der T&P-"Community", weiterhin in Kontakt zu bleiben und zukünftige

Urlaube, Seminare oder Treffen miteinander zu planen.

Nachhaltigkeit:

Ob Reisen, Seminare oder Seminarreisen, Travel & Personality steht dafür, die Welt nachhaltig sozial und ökologisch wahrzunehmen und zu erleben. Als Mitglied im Forumandersreisen e.V. erfüllen wir einen strengen Kriterienkatalog hinsichtlich der Nachhaltigkeit unserer Reiseform. Wir ziehen authentische Begegnungen mit Menschen dem bloßen Konsumieren von dargebotener Folklore vor. Wir möchten erfahren, wie das Land wirklich ist und suchen es jenseits der touristischen Fassade. Dies bedeutet zwar auch, dass wir nicht immer nur romantische und pittoreske Eindrücke erhalten, auf jeden Fall aber wertvolle und bereichernde. Wir bevorzugen Unterkünfte in einheimischem Besitz, beraten und schulen unsere Kollegen vor Ort hinsichtlich umwelt- und sozialverträglichem Reisen, informieren unsere Gäste vor Ort über die jeweiligen kulturkonformen Verhaltensweisen und nähern uns so einem Reiseland, ohne die wüsten Spuren des Massentourismus´ zu hinterlassen.

Wir streben ein langfristiges, nachhaltiges Wachstum an, das dauerhaft die Unternehmensexistenz sichert. Dies ermöglicht uns:

- soziale Projekte und Entwicklungen in von uns besuchten Ländern zu unterstützen
- attraktive Arbeitsplätze in Deutschland für Menschen zu schaffen, deren Leidenschaft das Reisen ist. Ein hoher Grad an Mitbestimmung, Flexibilität der Arbeitsorganisation und ein offenes Betriebsklima sollen hierzu beitragen
- langfristige Zusammenarbeit mit unseren örtlichen Partnern. Damit tragen wir zu nachhaltigen Entwicklung in den von uns besuchten Ländern bei, schaffen in dem uns möglichen Umfang faire, ehrliche und transparente Arbeitsverhältnisse, Wertschöpfung und angemessene Löhne.
- durch kluge Konzeption von Reisen und vielen persönlichen Kontakten punktuell Zeichen zu setzen, um „sanftes Reisen“ zu fördern und den Tourismus grundsätzlich positiv zu prägen.

Travel & Personality steht für hochwertige, innovative Produkte. Unsere Kunden finden bei uns Reisen und Seminare, die inspirierend sind, außergewöhnlich und bereichernd. Mit uns reisen Menschen, die reflektiert durch die Welt gehen, offen sind für neue Erlebnisse und Erkenntnisse und mitnehmen möchten, was die Welt des Reisens zu bieten hat.

1.2. Management

Travel & Personality besteht personell ausschließlich aus den beiden Geschäftsführern Andreas Damson und Annette Paatzsch. Beide sind zu gleichen Teilen für alle Geschäftsbereiche verantwortlich und zuständig, eine interne Arbeitsteilung erfolgt situationsabhängig. Lediglich die Geschäftsbereiche Pressearbeit und Buchhaltung sowie Yoga-Reisen obliegen tendenziell Annette Paatzsch, Geschäftsbereiche wie Personality-Seminarreisen, Existenzgründerseminare bzw. Existenzgründer-Coachings fallen in den Arbeitsbereich von Andreas Damson. Alle weiteren Aufgaben können von beiden zu gleichen Teilen bewerkstelligt werden. Der CSR-Beauftragte ist Andreas Damson. Einige freie Mitarbeiter (DozentInnen, Reiseleiter, Aushilfen etc.)

ergeben zusammen gerechnet die „halbe“ Stelle, die in den Unternehmensdaten genannt sind.

1.3. Reiseangebote

Travel & Personality operiert in 3 verschiedenen Segmenten: Erlebnisreisen, Ausbildungen & Seminare sowie Seminarreisen. Die Inhalte der einzelnen Segmente sind sehr unterschiedlich, gemeinsam haben jedoch alle die Leidenschaft des Reisens, die Begegnung mit sich selbst und anderen an außergewöhnlichen Orten. Es handelt sich nahezu ausschließlich um Gruppenreisen und -seminare, der Individualreisemarkt stellt für uns so gut wie kein Thema dar. Auf unseren Erlebnisreisen begegnen die TeilnehmerInnen Menschen anderer Kulturen. Unsere Aus- und Weiterbildungen ermöglichen den TeilnehmerInnen, in der bunten Welt des Tourismus Fuß zu fassen. Und auf unseren Seminarreisen begegnen unsere TeilnehmerInnen sich selbst und anderen, an wunderbaren und entspannenden Orten.

Ausbildungen und Seminare:

Hierbei handelt es sich hauptsächlich um touristische Seminare mit Schwerpunkt „Aus- und Fortbildung von ReiseleiterInnen und WanderführerInnen“, aber auch um Existenzgründerseminare für (angehende) Reiseveranstalter und Reisevermittler. Austragungsorte sind unser Stammhaus im Münsterland sowie in der Türkei und jährlich wechselweise Mallorca, Tunesien oder andere Destinationen. Reiseleiter-Ausbildungen mit Schwerpunkt Outdoor-Reisen finden am Bodensee und in der Rhön statt. Eine jährliche Reiseleiter-Praxisreise führt meist in osteuropäische Länder wie Mazedonien, Moldawien, zukünftig evtl. Rumänien oder auch in den Libanon. Bewerbungstrainings für touristische Berufe sowie Intensiv-Seminare für Reiseleiter runden das Portfolio ab. Darüber hinaus sind wir zunehmend aktiv im Bereich Inhouse-Schulungen für Reiseleiter bei den verschiedensten Reiseveranstaltern und touristischen Institutionen, im In- und Ausland. Zunehmend von Bedeutung ist unser Engagement bei Existenzgründer-Einzelcoachings für angehende Reiseveranstalter. Andreas Damson ist offiziell als Gründerberater bei der KfW gelistet.

Seminarreisen:

Unsere Firmengründungsidee der „Personality-Seminarreisen“ gewinnt zunehmend an Gewicht, diese verbindet Persönlichkeitstrainings (Selbstbewusstsein, Auftreten, Kommunikation) mit Reisen als Seminarkonzept. Diese führen ins Münsterland, nach Mallorca und nach Thailand. Weitere Seminarinhalte sind u.a. Anti-Stress-Trainings, Kommunikation in der Partnerschaft, diverse Kreativ- und Yogareisen. Hierbei reisen wir hauptsächlich in Länder wie Tunesien, nach Mallorca und in die Toskana.

Erlebnisreisen:

Schwerpunkte sind bei diesem Segment die Länder Madagaskar, Island und Grönland. Daneben veranstalten wir gelegentlich Reisen in die Mongolei, nach Thailand, Schottland, La Reunion und neuerdings auch nach Kamerun und Moldawien etc. Das besondere an T&P-Erlebnisreisen sind zweifellos die ausgefallenen Destinationen, die meist weitab vom gängigen Tourismusbetrieb liegen. Es sind dies alle Länder, die wir selbst sehr gut kennen und in denen wir

auch meist langjährige Beziehungen pflegen. Unsere Reisen können als „Länderkundliche Erlebnisreisen mit leichten bis mittelschweren Wanderungen, Begegnungen mit Einheimischen und Zeit für eigene Unternehmungen bei kompetenten und sympathischer Reiseleitung“ bezeichnet werden.

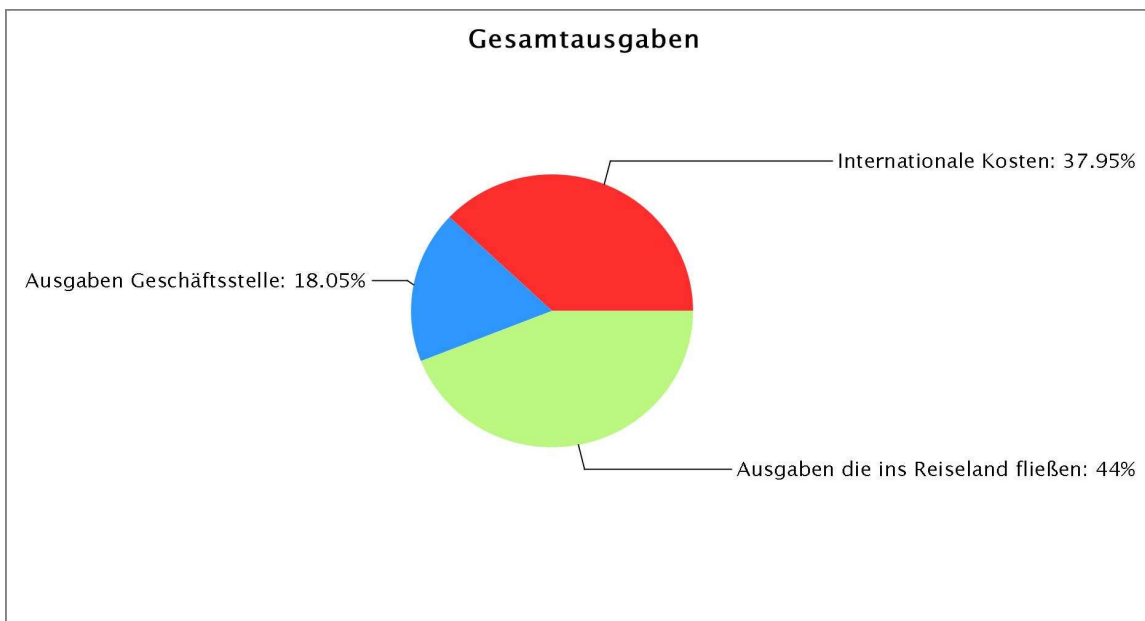
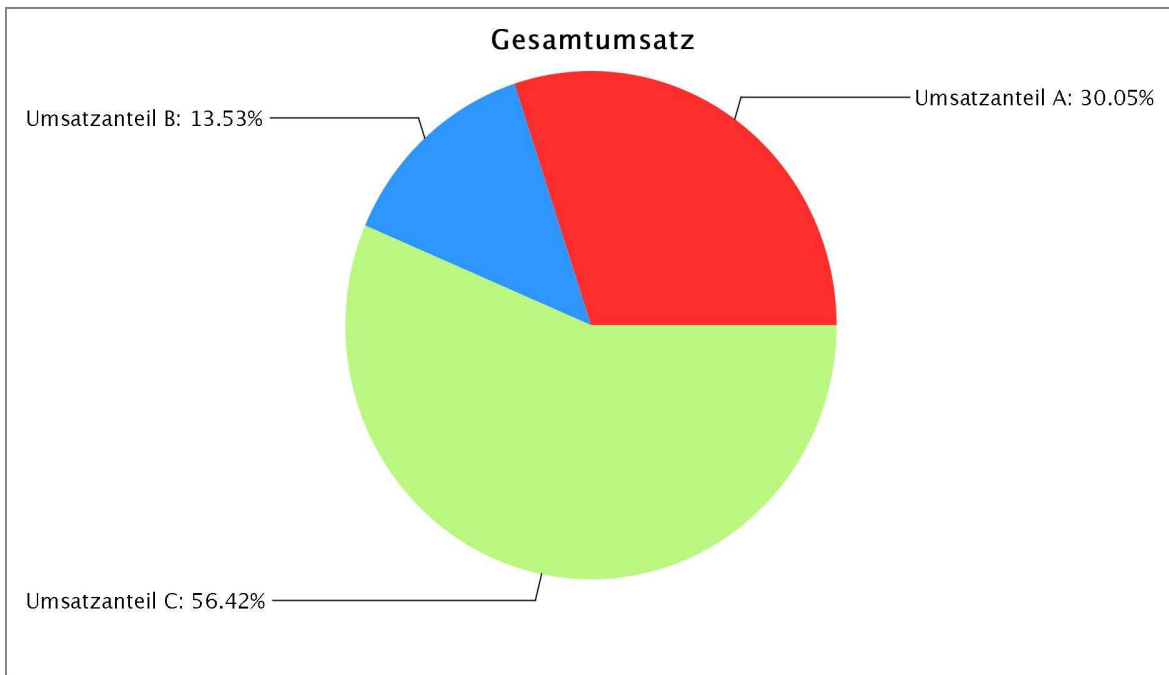
	Einheit	2010
Reiseangebote	Anz	42.00
Ø Reisedauer Individualreisen	d	17.00
Ø Reisedauer Gruppenreisen	d	6.60
Gesamt Personen-Nächte	Anz	1658.00
CO2 Gesamt Reisen	t	235.21
Kompensierte CO2 Emissionen	t	0.00
Co2 pro Gast/Tag ohne Kompensation	t	0.17
CO2 Reisen abzügl. Kompensationen	t	235.21
CO2 pro Gast/ Tag	kg	167.88

2. Wirtschaftsdaten

Travel & Personality ist nach wie vor ein junges Unternehmen mit „übersichtlichen“ Umsätzen und Gewinnen. Daher mag es nicht verwundern, dass die Firmenentwicklung von einem „rapiden Wachstum“ zeugen kann. Die Zuwächse liegen in den letzten 3 Jahren jeweils im Bereich zwischen 10 und 30 %, was Gästezahlen und Umsätze betrifft.

Hauptumsatzbringer stellt natürlich das Segment „Erlebnisreisen“ dar (Umsatzanteil C), schon alleine aufgrund der entfernteren liegenden und somit höherpreisigen Destinationen Madagaskar, Island und Grönland. Jedoch schon knapp dahinter rangiert unser Segment „Ausbildungen und Seminare“ (Umsatzanteil A), da hier ein Großteil der TeilnehmerInnen zu verzeichnen ist, die jedoch meistens in Deutschland stattfinden und der Umsatz aufgrund der dann nicht inkludierten Anreise naturgemäß geringer ist. Das Segment "Seminarreisen" (Umsatzanteil B) weisen noch den kleinsten Umsatzanteil aus, hier ist sicherlich der Faktor beteiligt, dass dieses Segment sehr spezialisiert ist und keine „Massen“ als Zielgruppe vorherrschen.

Bezüglich der Kostenstruktur lässt sich festhalten, dass sich aufgrund unserer Schwerpunkte bei den Erlebnisreisen nach Madagaskar und Island ein beträchtlicher Anteil in Form von Flugkosten beziffern lässt. Dies ist jedoch auch nahezu der einzige „internationale“ Kostenfaktor, ansonsten weist unsere Bilanz einen immensen Anteil an „lokaler Wertschöpfung“ aus, also ein Großteil der „Ausgaben“ bleibt in den jeweiligen Ländern und Regionen, was uns als am Leitbild der Nachhaltigkeit orientiertes Unternehmen ein großes Anliegen ist. Wir bevorzugen lokale Leistungsträger (Hotels, Partneragenturen, sonstige Dienstleister), die sich in einheimischem Besitz befinden. Wir meiden ausländische bzw. internationale Eigentümerverhältnisse und versuchen dadurch, die Infrastruktur der jeweiligen Länder nachhaltig zu unterstützen.



	Einheit	2010
Internationale Kosten	%	37,95
Ausgaben Geschäftsstelle	%	18,5
Ausgaben die ins Reiseland fließen	%	44
Gesamtausgaben	%	XXX

3. Kunden

Wie jeder professionell arbeitende Reise- und Seminarveranstalter informieren auch wir unsere Kunden im Vorfeld der Reisen und Seminare ausgiebig über die verschiedensten Inhalte, Abläufe, Vorbereitungsmaßnahmen etc. Dies geschieht sowohl durch unsere dicht beschriebene Programmausschreibung (Broschüren, Katalog, Internetseite) als auch telefonisch und nach Buchung per Detailinformationsblätter und individuell angepasste Korrespondenz. Dabei stehen inhaltlich alle wichtigen Komponenten im Vordergrund, die unseren TeilnehmerInnen eine bestmögliche – innerliche und praktische – Vorbereitung ermöglicht.

Die Sensibilisierung unserer Kunden für uns wichtige Themengebiete wie sozial- und umweltverträgliches Reisen geschieht dabei bei unseren Erlebnisreisen und Seminarreisen nicht zuletzt vor Ort durch uns selbst (die wir regelmäßig selbst im Einsatz sind) sowie durch unsere hochqualifizierten, selbst aus- und fortgebildeten Reise- und Seminarleiter.

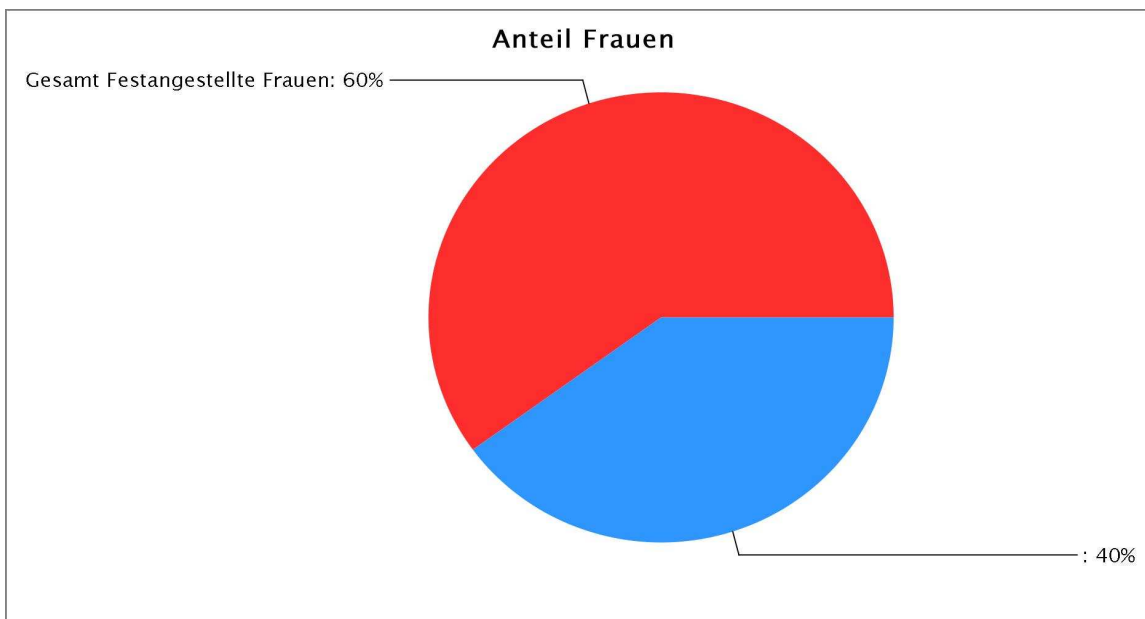
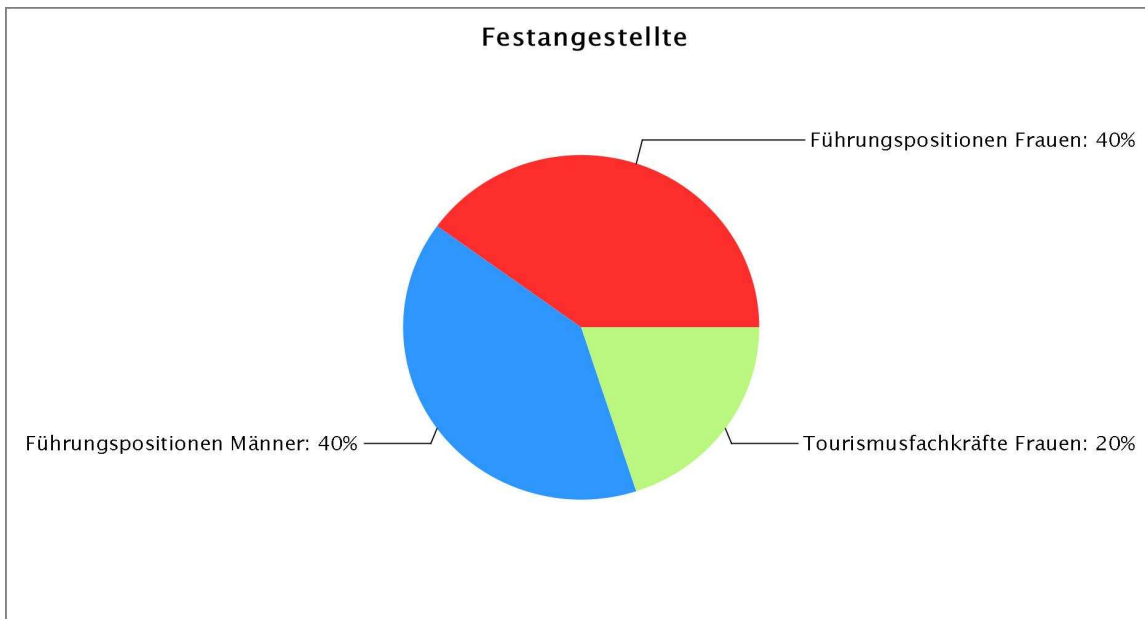
Die Gästeresonanzen geben uns daher in vielfacher Hinsicht Recht, nicht nur bezeugt durch meist durchweg sehr gute bis gute Bewertungen, sondern auch durch persönlichen Zuspruch bezüglich unserer Gesamtphilosophie. Dies erfahren wir zuzüglich zu unserem Feedbackbogen-System auch durch verbale Äußerungen nach den Veranstaltungen und Reisen, aber auch indirekt, z.B. durch einen relativ hohen und aktiven Beitragsteil an unserer T&P-Community, die sich regelmäßig zweimal pro Jahr in Form eines „freien“, Veranstalter-neutralen Reiseleiter-Treffens zusammenfindet (die regelmäßig zahlreiche unserer AusbildungsabsolventInnen besuchen), und die uns hier regelmäßig eine entsprechende Bestätigung zuteil werden lässt.

	Einheit	2010
Index zur Qualität der Kundeninformation	%	48.50
Zufriedenheitsindex Kunden	%	88.00
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	15.00
Betreuerschlüssel	Pers	8.30

4. Mitarbeitende

Zwar beschäftigt Travel & Personality keine weiteren Mitarbeiter außer den beiden Geschäftsführer / Inhaber, jedoch betrieben wir eine dafür recht intensive Aus- und Weiterbildungsstrategie unserer Reise- und Seminarleiter. Alle somit „freien“ Mitarbeiter wurden von uns ausgebildet und werden auch regelmäßig fortgebildet. Ein persönlicher Dialog auf Augenhöhe sorgt für ein großes Vertrauensverhältnis unter den Beteiligten und lassen T&P als harmonisches und innovationsbereites Team erscheinen. Der Zufriedenheitsgrad ist extrem hoch, sodass wir äußerst motiviert sind, die Belegschaft künftig zu erweitern und auf diesem aussichtsreichen Weg fortzuschreiten.

	Einheit	2010
Gesamt Festangestellte	Anz	2.50
Freie MitarbeiterInnen	Pers	5.00
MitarbeiterInnen im Ausland	Pers	



5. Unternehmensökologie

Travel & Personality betreibt zwei kleine Büros im jeweiligen Haus der Inhaber, eines in Stuttgart und eines in Konstanz (bzw. seit Januar 2011 in Hannover). Dadurch fällt kein Pendelverkehr an. Dienstreisen werden in Deutschland per Bahn und selten auch per PKW durchgeführt, Einsätze als Reise- oder Seminarleiter ins Ausland entsprechend der Programmausschreibung, u.a. per Flugzeug. Hierin und in den Ökobilanzen sind auch die 12 Reiseleiter-Einsätze der „freien Mitarbeiter“ einbezogen, die mit unseren Gruppen in die Flugdestinationen

gesandt werden.

Unser Büro in Konstanz wird seit Beginn mit Ökostrom versorgt, das Stuttgarter Büro wird ab März 2011 damit beliefert.

Bis ins Jahr 2010 haben wir unsere „Erlebnisreisen“ ausschließlich online vermarktet. Die Segmente „Ausbildungen und Seminare“ sowie „Seminarreisen“ wurden jeweils über eine 20 bzw. 24 Seiten umfassende DIN-Lang-Broschüre vertrieben (jeweils 2500 Stück), zusätzlich natürlich auch online über unsere Internetseite.

	Einheit	2010
CO2 Gesamt	t	14.26
CO2 pro MA	t	5.71

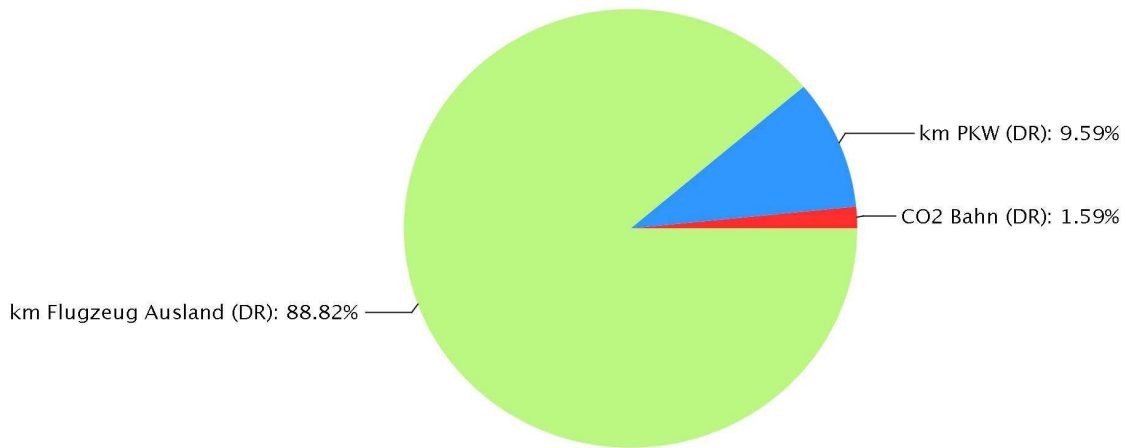
Pendelverkehr

	Einheit	2010
km Gesamt Pendelverkehr	km	
CO2 Pendelverkehr	kg	

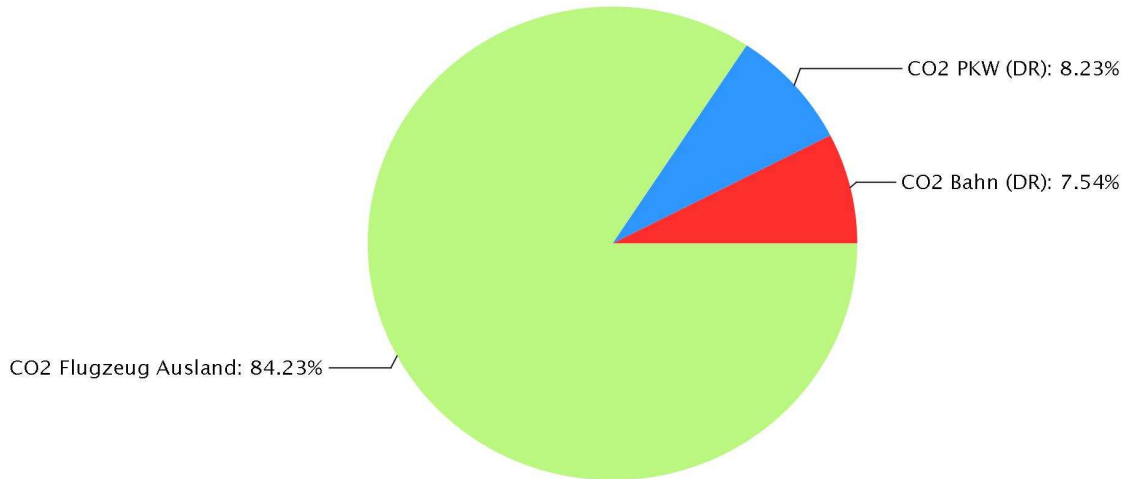
Dienstreisen

	Einheit	2010
km Gesamt Dienstreisen	km	63193.04
CO2 Gesamt Dienstreisen	kg	13327.50
CO2 Kompensation (DR)	t	0.00

km Gesamt Dienstreisen



CO2 Gesamt Dienstreisen



Papier

	Einheit	2010
Anteil 100% Altpapier	%	
Papiergramm pro ReisendeR	kg	0.37

6. Gesellschaftliches Engagement

Travel & Personality zielt auf ein sinnvolles soziales Engagement hin, leider ist die Betriebsgröße noch zu gering, um hier zeichnensetzende Aktionen zu tätigen. T&P ist gelistet im Verbund "Unternehmer gegen Stuttgart 21", was zwar ein lokales, aber nichtsdestotrotz nachhaltiges Thema berührt. Mittelfristig streben wir eine Fördermitgliedschaft bei Amnesty International an. Auch verfügen wir über Kontakte zu Projekten im Bereich Bildungsförderung in Madagaskar. Bislang konzentriert sich unser Engagement jedoch hauptsächlich auf die Auswahl lokaler, einheimischer Leistungsträger und auf die Sensibilisierung von Agenturen und Reiseleitern hinsichtlich sozialer ethischer Gesichtspunkte bei unseren Vor-Ort-Schulungen und dadurch wieder bei unseren und den Gästen anderer Reiseveranstalter.

7. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette

Travel & Personality unterhält intensive persönliche Kontakte zu allen seinen Partneragenturen in den Zielgebieten sowie ebenso zu den meisten Leistungsträgern im Inland. Daher arbeiten wir meist ohne Verträge, prüfen aber dennoch vorab und auch während der Geschäftsbeziehungen weiterhin die Verträglichkeit mit unserer Firmenphilosophie. Dies beinhaltet u.a. die ständige direkte und indirekte Kontrolle hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Löhne, Einhaltung von Landesgesetzen, Orientierung an ethischen sowie sozial- und umweltverträglichen Normen und Werten sowie jeglicher Standards zur Einhaltung von Menschenrechten und Schutz vor jeglicher sexueller Ausbeutung. Möglichkeiten zur eventuellen Sanktionierung bei Verstößen gegen diese Selbstdefinition stellen für uns weniger etwaige Verträge dar, die ohnehin grenzüberschreitend und somit schwerlich eingeklagt werden müssten, sondern vielmehr virtuelle Maßnahmen wie Auftragsentzug etc. Bislang haben wir jedoch noch nie derartige Beobachtungen gemacht und sind auch zuversichtlich, dass uns unsere langjährigen Partner diesbezüglich eher noch weiter entgegenkommen in unserer Philosophie.

7.1. Angebotsgestaltung

Die in diese Untersuchung eingeflossenen, durchgeführten Reisen und Seminare (als Hauptumsatzposten) fanden in folgenden Regionen und Ländern statt: Deutschland (Münsterland), Toskana, Mallorca, Tunesien, Madagaskar, Island und Grönland.

Es hat sich in Bezug auf den Nachhaltigkeitsindex ein aus unserer Sicht hervorragendes Ergebnis eingestellt, welches bei näherem Betrachten nicht

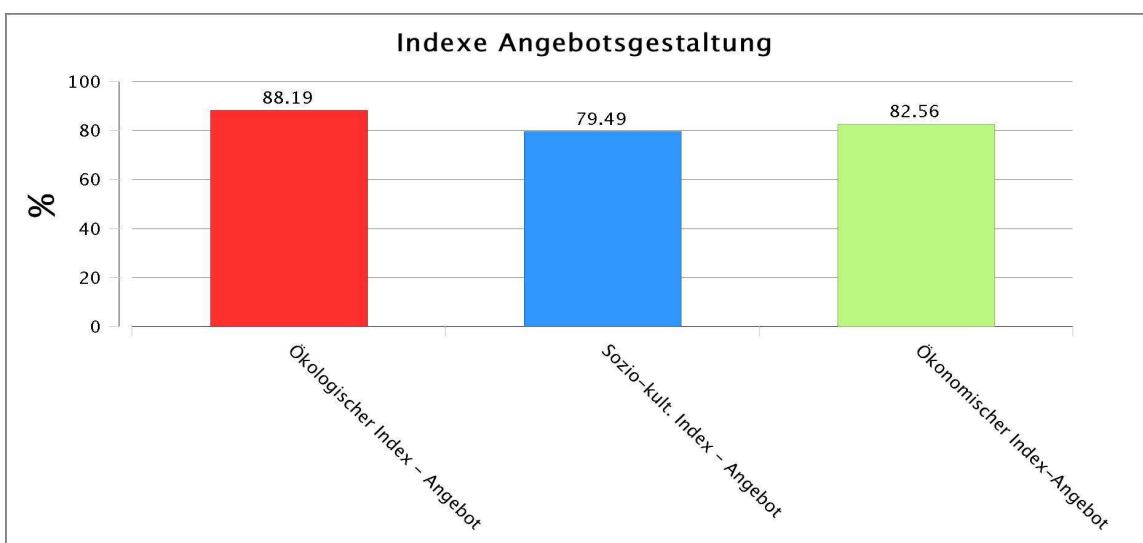
wirklich überraschend war. Alle unsere Erlebnisreisen sind zwar ausschließlich Flugreisen, jedoch kompensieren wir dies jeweils durch nahezu alle relevanten, übrigen Themenfelder der Nachhaltigkeitsberechnung. Die meisten Ausbildungen und Seminare finden in unserem Stammhaus, der LVHS in Freckenhorst / Münsterland statt, welche per se eine reichhaltig öko-zertifizierte Einrichtung darstellt.

Sicherlich tragen allgemein bei Erlebnisreisen und Seminarreisen gleichermaßen Aspekte wie „Gruppengröße bis 8 oder 10 Personen“, „landestypische, lokale Unterkünfte“, „Partneragenturen in einheimischem Besitz“ oder „geschultes Reiseleiter-Personal“, viele Zeltübernachtungen bis hin zu reinen Zeltreisen (Island und Grönland) oder unsere hauptsächliche Fortbewegungsart, nämlich zu Fuß beim Wandern und Trekking, aber auch die meist an die tatsächliche Gruppengröße optimal angepasste Verkehrsmittelgröße (Bus, PKW, Boot etc.) maßgeblich dazu bei.

Schwierigkeiten bereitet uns diesbezüglich natürlich der Gedanke, dass wir in Madagaskar relativ aufwändige Reisen anbieten, die durchweg einen bis drei Inlandsflüge zwingend erfordern, weil die dortige Infrastruktur derart gestaltet ist, dass man ansonsten nicht in einem noch sinnvollen Zeitrahmen bzw. einer noch erträglichen Reiseart von der einen in die andere Region kommt.

Andererseits ist die Gelegenheit, gerade in diesem Land die einheimische Bevölkerung durch einen „landesnahen“ Reisestil an unserem Tourismus teilhaben zu lassen, überdurchschnittlich hoch, da es genügend Häuser in madagassischem Besitz gibt, die wir auch ansteuern. Viele Restaurants oder sonstige Leistungsträger wie Garküchen, Träger oder Rikschafahrer werden von uns direkt vor Ort in Anspruch genommen, hierbei sind unsere selbst geschulten Reiseleiter maßgeblich an der Umsetzung dieser Priorität beteiligt.

Insgesamt sind wir zwar sehr zufrieden mit unseren Ergebnissen, sehen jedoch auch weiterhin Entwicklungspotenzial, z.B. bei der Hotelauswahl in klassischen Urlaubsländern wie der Türkei oder auf Mallorca, wo wir erst in jüngster Zeit selbstbewusst genug sind, um auch preislich höhere und gleichzeitig nachhaltig wertvollere Unterkünfte zu bevorzugen.

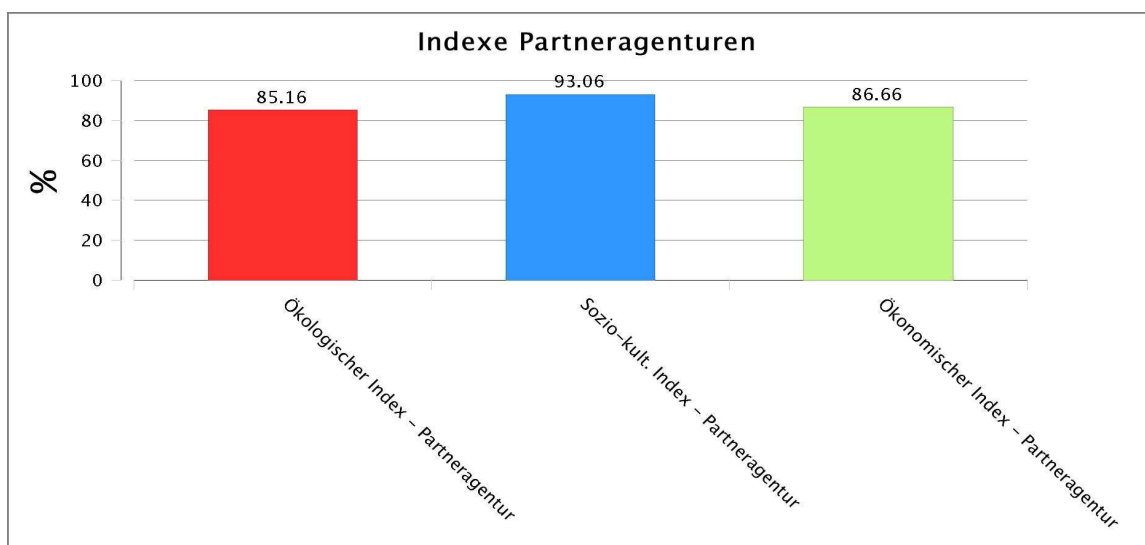


	Einheit	2010
Nachhaltigkeitsindex Angebotsgestaltung	%	84.61

7.2. Partneragenturen

Wir arbeiten ausschließlich mit Partneragenturen in Madagaskar, Grönland und Tunesien. In allen anderen Destinationen arbeiten wir direkt mit den Leistungsträgern wie Hotels, Fahrzeugverleihe, Busunternehmen etc.

Diese 3 Partneragenturen haben wir dem ausführlichen CSR-Check unterzogen. Dabei haben wir die Vermutung bestätigt bekommen, dass wir tatsächlich auch mit denjenigen Partnern zusammenarbeiten, die wir uns wünschen. Allesamt waren sie bei den relevanten Fragen positiv bewertet worden. Die besondere Bewandnis dabei war, dass wir sowohl in Tunesien als auch in Madagaskar ein bzw. zwei Jahre zuvor eine Schulung von ReiseleiterInnen durchgeführt haben bzw. Geschäftsführer Andreas Damson im Sommer 2010 selbst als Reiseleiter in Grönland vor Ort war, also alle Eindrücke, die wir schon vorher hatten, auch zeitnah auffrischen konnten. Die jetzige Befragung verlief unkompliziert, direkt und aufgeschlossen.



	Einheit	2010
Nachhaltigkeitsindex Partneragenturen	%	87.51

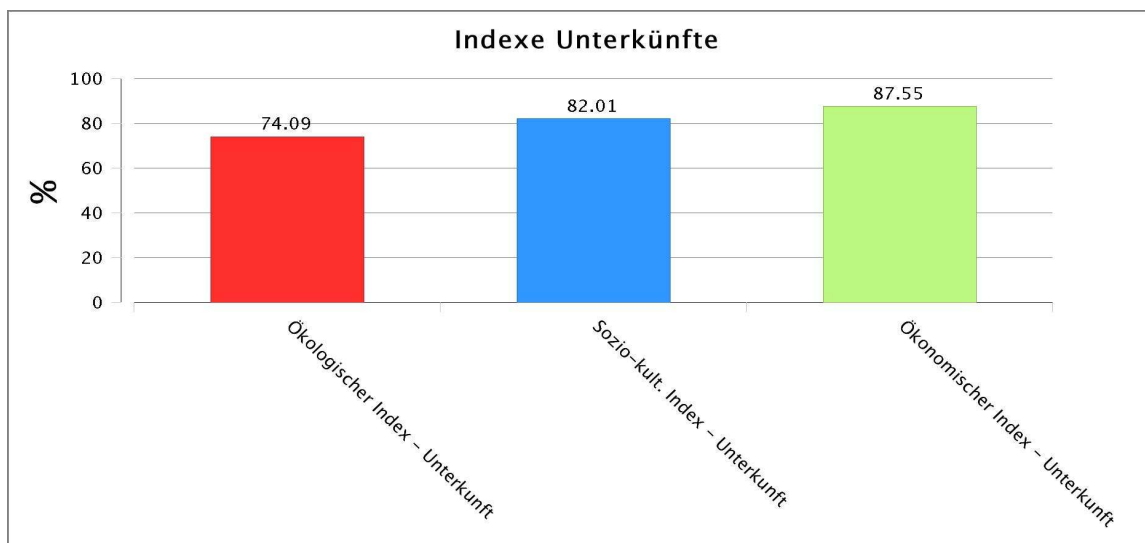
7.3. Unterkünfte

Bei den untersuchten Reise- und Seminarangeboten sind insgesamt 17 verschiedene Hotels und ca. 18 verschiedene Campingplätze bzw. –Areale relevant. Die meisten Hotels befinden sich hauptsächlich im 2-3 Sternbereich, allerdings nach landesüblichen Kategorien eingeteilt und daher untereinander kaum vergleichbar (die meisten davon in Madagaskar, eines in Deutschland, eines jeweils in der Türkei, auf Mallorca und in Tunesien). Nichtsdestotrotz

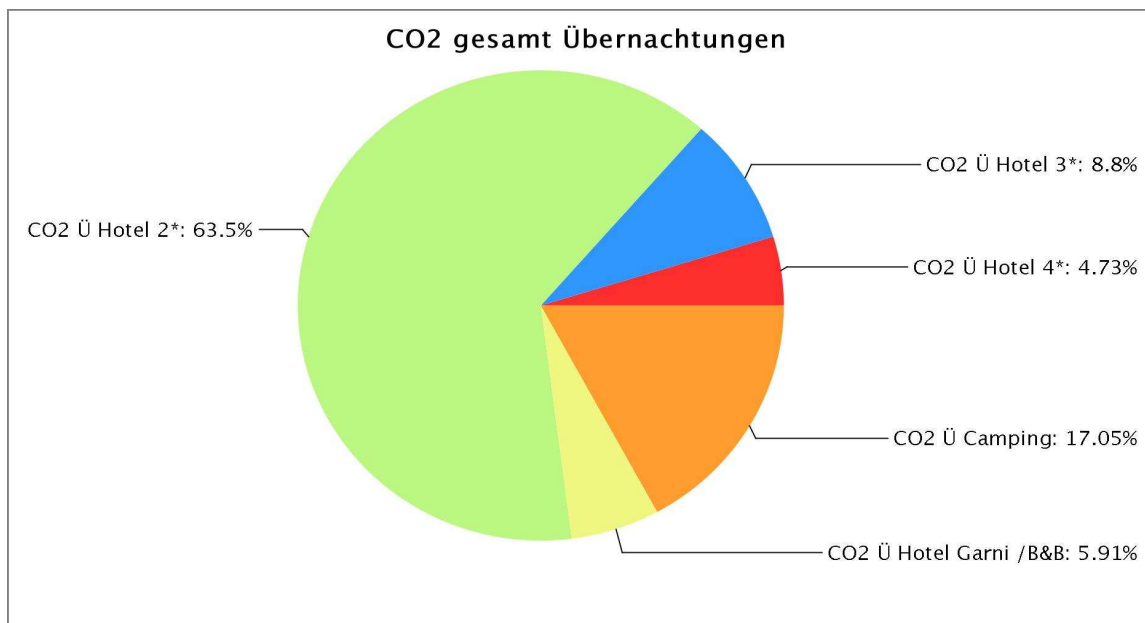
verbindet alle (bis auf Mallorca) der Umstand, sich in einheimischem Privatbesitz zu befinden. In Island, Grönland und am Bodensee sowie bei den meisten Übernachtungen in Tunesien und einige in Madagaskar greifen wir auf Campingplätze oder Naturcamps zurück.

Dabei wurde klar herausgestellt, dass wir damit im oberen Bereich hinsichtlich Nachhaltigkeit liegen. In Madagaskar beispielsweise kommt der Faktor hinzu, dass zwar die Abwasserregulierung aufgrund der eingeschränkten Infrastruktur „hinterherhinkt“, jedoch auf der anderen Seite fast ausschließlich lokale Produkte eingekauft und verarbeitet werden. Mülltrennung ist in Madagaskar ohnehin gang und gäbe, denn kaum etwas wird wirklich entsorgt, sondern fast komplett der Wertschöpfungskette in Form von Tierfutter oder Recycling unterworfen. Alles andere wäre wirtschaftlich ungewöhnlich und nicht praktikabel. Der Faktor der Nachhaltigkeit wird hier also hauptsächlich aus naturgegebenen Gründen relevant.

Insgesamt sind Verbesserungen dort möglich, wo es um das Kommunizieren von Idealen geht, d.h., wo eine ideelle Einflussnahme auf z.B. Hoteliers auf die Bereitschaft für Veränderungen trifft, die im Einklang mit dem wirtschaftlich Machbaren steht. Hierbei zählen wir auf die von uns selbst geschulten Reiseleiter vor Ort bzw. der Kollegen, die wir von Deutschland aus mit den Gruppen mitschicken. Mit der Auswahl der allermeisten Leistungsträger sind wir jedoch in höchstem Maße zufrieden und können weitere Planungen bei neuen Reisen in Zukunft in genau dieser Richtung weiter verfolgen.



	Einheit	2010
Nachhaltigkeitsindex Unterkünfte	%	79.44

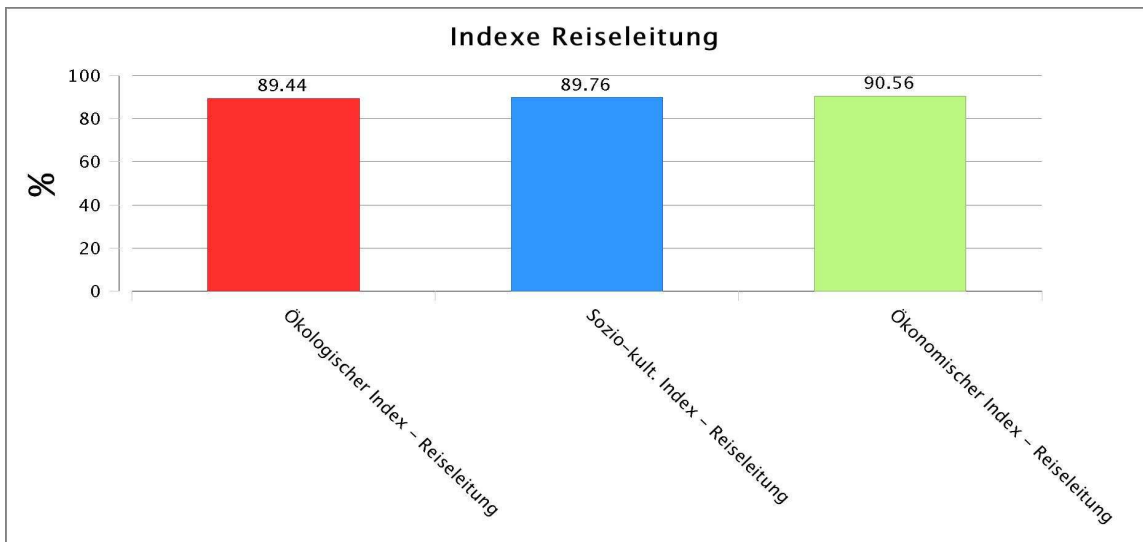


	Einheit	2010
Gesamt Personen-Nächte	Anz	1658.00

7.4. Reiseleitung

Insgesamt waren 2010 auf unseren Reisen und Seminaren 9 verschiedene Reise- und Seminarleiter sowie die beiden T&P-Geschäftsführer auf insgesamt 25 Terminen eingesetzt. Damit wurden bis auf 2 kleinere Intensivseminare in Deutschland, die T&P-Geschäftsführer Andreas Damson selbst geleitet hat, alle Reise- und Seminarleitungen des Jahres 2010 dieser Untersuchung unterzogen.

Als Ausbildungsinstitut für Reiseleiter haben wir einen extrem hohen Anspruch an die Reiseleiter-Qualität unserer eigenen Reisen. Darüber hinaus bilden wir in Form von Inhouse-Schulungen die Reiseleiter verschiedenster Reiseveranstalter aus und fort, wobei derselbe Anspruch ebenfalls geltend gemacht wird. Teile der Aus- und Fortbildung befassen sich mit der Vermittlerrolle der Reiseleitung in Bezug auf Verhaltensweisen von Kunden im Zielgebiet, dem Aufzeigen von Hintergründen, nicht zuletzt hinsichtlich sozialer und ökologischer Zusammenhänge. Wir zielen darauf ab, mit unseren Schulungen als Multiplikator für die Sensibilisierung von Gästen, Reiseleitern aus Deutschland und Reiseleitern in den Zielgebieten zu fungieren, um unsere eigenen Vorstellungen vom „sanften Reisen“ in die Tat umzusetzen. Da verwundert es wenig, dass die erzielten Abfrageergebnisse dieses Prozesses entsprechend positiv ausfallen und auch so bewertet werden können.



	Einheit	2010
Nachhaltigkeitsindex Reiseleitung	%	89.80

7.5. Transport

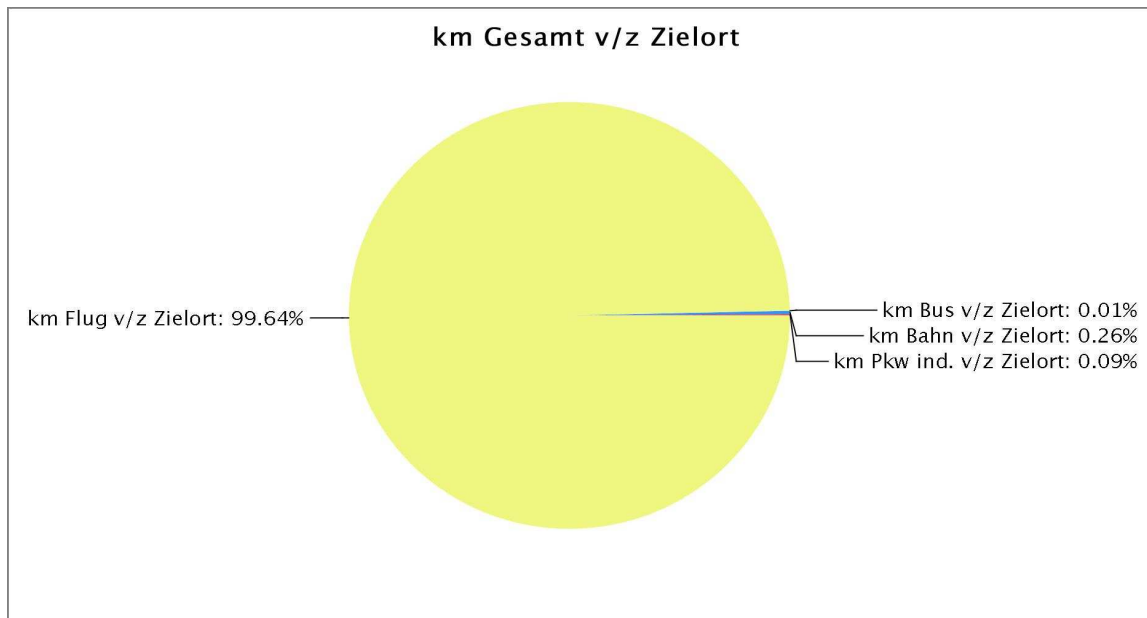
Neun Seminare fanden in Deutschland statt. Hierbei unterstützen wir die Anreise per Bahn durch das Angebot von RIT-Bahntickets, darüber hinaus unterstützen wir aktiv die Bildung von Fahrgemeinschaften zum Seminar im Vorfeld der Veranstaltung, was auch sehr gut angenommen wird.

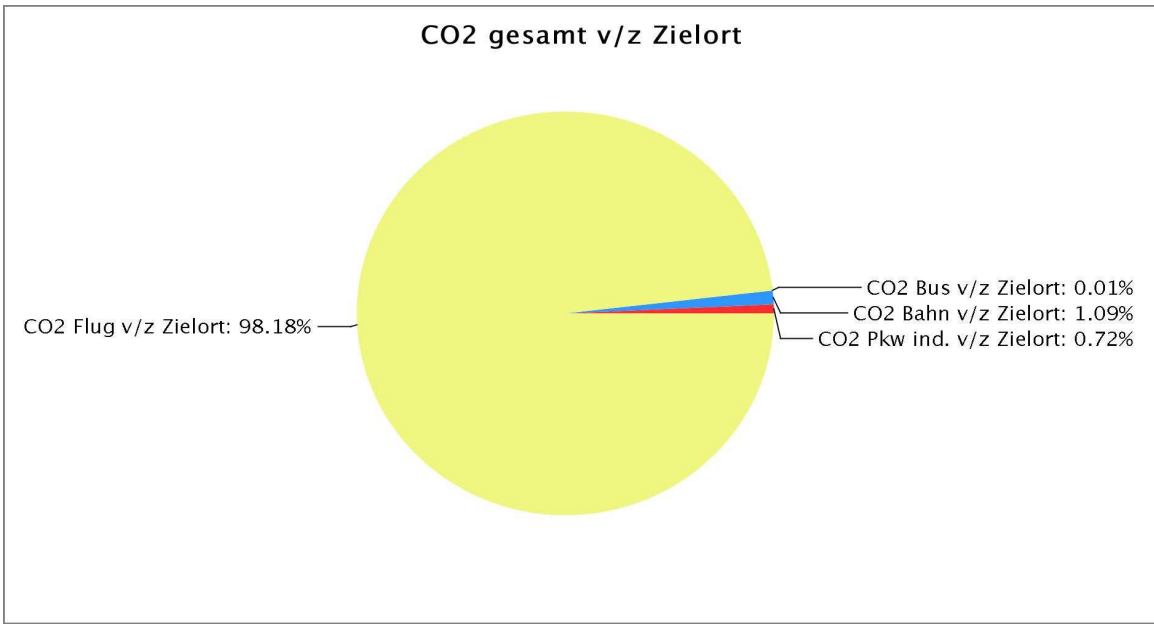
Als einzige Reise (Yoga-Seminarreise) wurde die Toskana per Eigenanreise angeboten. Hierbei möchten wir unseren Kunden die Art der Anreise freistellen, weil wir wissen, dass viele schon früher im Zielgebiet unterwegs sind bzw. nach unserer Reise noch weiter vor Ort bleiben. Wir wissen daher nicht genau, wie die Kunden anreisen, vermuten jedoch, dass einige per Flugzeug, einige per Bahn und wiederum manche mit dem eigenen PKW anreisen. Auch hier schreiben wir vorher die Möglichkeit zur Bildung von Fahrgemeinschaften aus, was jedoch bei dieser Reise weniger wahrgenommen wird. Bei allen anderen Erlebnisreisen und Seminarreisen (Madagaskar, Island, Grönland, Tunesien, Türkei) ist die Fluganreise aus Prinzip inkludiert. „Aus Prinzip“ heißt hier, wir übernehmen die ohnehin nahe liegende Fluganreise für den Kunden und nehmen ihm damit die Organisationsarbeit aus pragmatischen und aus Gründen der Serviceleistung ab.

Eine alternative Anreise in diese Zielgebiete halten wir für nicht realistisch angesichts der Entfernung und der Kosten- und Mühe-Rechnung seitens der Gäste, was in jedem anderen Fall zudem unsere Wettbewerbssituation verschlechtern würde. Wir bieten auf jeden Fall die Anreise per RIT-Bahnticket oder per Rail & Fly-Ticket zum meist zentralen Abflughafen Frankfurt an, was von vielen unserer Gäste gerne wahrgenommen wird. Zubringerflüge innerhalb Deutschlands lehnen wir ab, Direktflüge alternativ zum zentralen Abflughafen der Gruppe fast ebenso, nur in Ausnahmefällen, wenn vor Ort keine zusätzlichen Transfers anfallen.

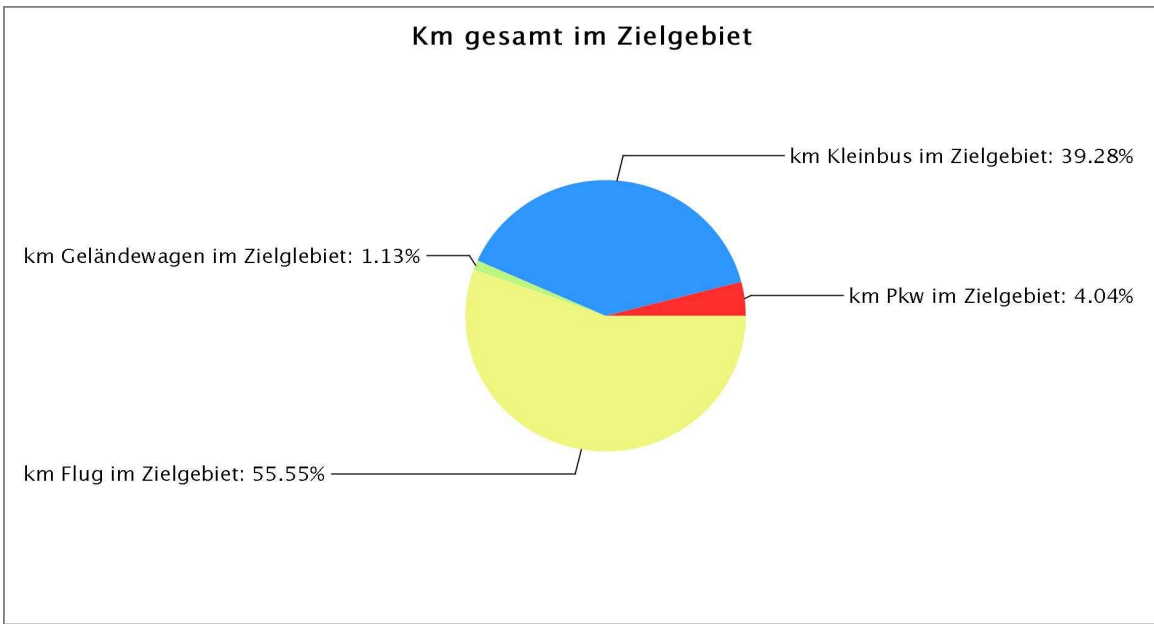
In den Zielgebieten selbst: In Island sind wir mit einem 9-sitzigen

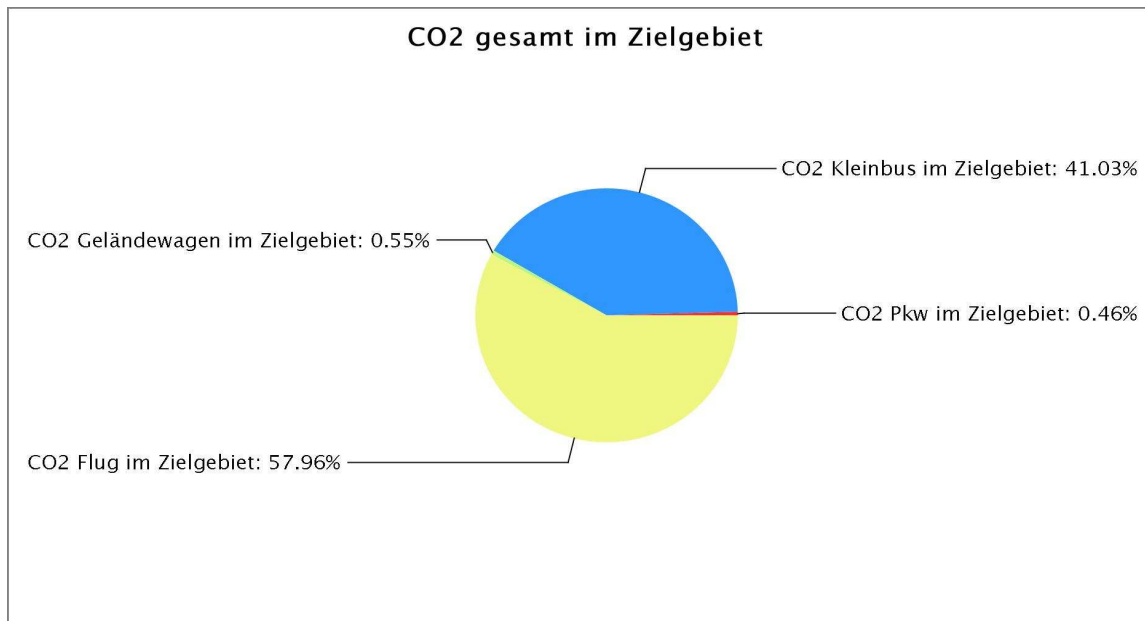
geländegängigen Kleinbus unterwegs und legen in 2 Wochen ca. 2200 km zurück. In Grönland sind wir neben ein paar Bootstransfers ausschließlich zu Fuß unterwegs. In Madagaskar je nach Gruppengröße im PKW oder Kleinbus, etappenweise auch im Geländewagen, darüber hinaus mit Booten, Pirogen und zu Fuß. Ein bis drei Inlandsflüge (je nach Tour) sind bei Madagaskar-Reisen unumgänglich, da die Regionen derart weit auseinander liegen und die Straßenverhältnisse schlecht bis nicht existent sind, um die immensen Distanzen landgebunden zurück zu legen. In Tunesien werden unsere Gruppen nach einer ersten Hotelübernachtung per Kleinbus in die Wüste gefahren, von dort geht es auf einen 5-tägigen Kamel-Trek, wo wir entweder reiten oder zu Fuß gehen. Übernachtet wird in der Wüste unter freiem Himmel oder im Zelt, auf der Rückreise steht eine weitere Hotelübernachtung an. In der Türkei und auf Mallorca haben wir je ein Standort-Hotel, wo außer den Transfers per Bus lediglich ein Tagesausflug ebenfalls per Kleinbus durchgeführt wird. Alle weiteren Unternehmungen geschehen meist zu Fuß oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder Taxis. Bei unseren Seminaren in Deutschland wird ausschließlich zu Fuß die direkte Umgebung begangen (Praxisübungen).





	Einheit	2010
km Gesamt v/z Zielort	km	545670.00
CO2 gesamt v/z Zielort	t	163.99





	Einheit	2010
Anteil Klimakompensationen	%	0.00
	Einheit	2010
Km gesamt im Zielgebiet	km	12374.00
CO2 gesamt im Zielgebiet	t	36.56

Flugkriterium des far

Bei allen unseren Reisen erfüllen wir die Flugkriterien des Forumandersreisen, wonach keine Flüge unter einer Entfernung von 700 km angeboten werden. Bei Flügen über 700 km bis 2.000 km muss die Aufenthaltsdauer mindestens 8 Tage betragen. Bei Flugreisen über 2.000 km muss der Aufenthalt mindestens 14 Tage betragen. Lediglich unsere Reiseleiter-Ausbildungsreise in die Türkei fällt hier aus dem Rahmen, diese Veranstaltung umfasste 2010 jedoch nur 7 Personen (einschließlich Seminarleitung) und stellt die einzige Ausnahme dar. Eine Verlängerung bzw. Verlagerung des Austragungsort wurde seit jeher intern in Erwägung gezogen, durchdacht und durchkalkuliert, schließlich jedoch für nicht praktikabel befunden, da der Reisezweck dann nicht mehr in einem realitätsnahen Kontext steht und die Kostenfrage bei einem finanziell sensibleren Klientel dominiert. Das Türkei-Arrangement findet in der Wintersaison zur Auslastung ansonsten nahezu leer stehender Hotels zu einem zur Ausbildung passenden und nicht den Rahmen sprengenden Einkaufspreis statt, der diese Veranstaltung erst ermöglicht. Wir haben jedoch bereits hier eine positive Entwicklung vorgenommen, denn anstelle eines großen Konzernhotels ist es uns 2010 endlich gelungen, ein kleines, familiengeführtes Boutique-Hotel zu finden, welches unseren Ansprüchen und Vorstellungen ideal entspricht.

	Einheit	2010
--	---------	------

Kurzstreckenflüge	Anz	
Mittelstreckenflüge	Anz	
Langstreckenflüge	Anz	7.00

Einheit	2010
----------------	-------------

Flug-Km Gesamt	km	550586.00
Anteil Klimakompensationen	%	0.00
Ø Flugkilometer pro Reisendem	km	2739.23