

Kriterienkatalog für Reiseveranstalter

Februar 2014

1. MANAGEMENT

	Leitbild
1.1	Das Unternehmen hat ein Leitbild, das auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird und Bezug zu folgenden Aspekten nimmt: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz, (iv) Biodiversität, (v) kontinuierliche Verbesserung.
	CSR-Beauftragte/r
1.2	Die Leitungsebene übernimmt CSR-Verantwortung und hat eine verantwortliche Person als CSR-Beauftragte/n benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet. Die/der CSR-Beauftragte koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben und ist Ansprechpartner für externe Stakeholder.
	Legal Compliance
1.3	Das Unternehmen stellt sicher, dass alle relevanten Gesetze erfüllt werden (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).
	Supplier Code
1.4	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.
	Menschenrechte
1.5	Das Unternehmen hat die für ihn relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert.
	Kinderschutzkodex
1.6	Das Unternehmen hat den Kinderschutzkodex unterzeichnet (Unternehmen ab 10 Mitarbeitende).
	Stakeholder-Analyse
1.7	Das Unternehmen hat seine internen und externen Stakeholder identifiziert (z.B. mit einer Stakeholder-Landkarte) und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.
	Stakeholder-Dialog
1.8	Das Unternehmen führt einen aktiven CSR-Dialog mit seinen Stakeholdern, informiert über das eigene CSR-Management und fördert die nachhaltige Entwicklung der Stakeholder.
	Information und Kommunikation
1.9	Das Unternehmen bewirbt bei seinen Kunden aktiv das nachhaltige Reisen.
	Priorisierung der Handlungsfelder
1.10	Das Unternehmen hat auf der Grundlage der Bestandsaufnahme eine Priorisierung der Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt und seine wichtigsten Handlungsfelder identifiziert (Portfolio-Analyse).

1.11	Monitoring und kontinuierliche Verbesserung Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.
1.12	Nachhaltigkeitsbericht Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.
2. WIRTSCHAFTSDATEN	
2.1	Ökonomische Nachhaltigkeit Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur ökonomischen Nachhaltigkeit.
2.1.1	Umsatzstruktur
2.1.2	Umsatzentwicklung der vergangenen 3 Jahre
2.1.3	Umsatz pro Mitarbeitende/r
2.1.4	Umsatzrendite
2.1.5	Ausgabenstruktur
2.1.6	Anteil (%) des Reisepreises, der ins Reiseland fließt
3. REISEANGEBOTE	
3.1	Angebotsportfolio Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zu den verkauften Reisen.
3.1.1	Gesamtzahl gebuchter Nächte
3.1.2	Anzahl Reiseangebote (eigene und von Partneragenturen vermittelte)
3.1.3	Anzahl der Individual- und Gruppenreisenden
3.1.4	Durchschnittliche Reisedauer der Individual- und Gruppenreisen
3.2	Angebotsgestaltung Das Unternehmen erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit seiner eigenen touristischen Angebote.
3.2.1	CSR-Index (%) Angebotsgestaltung
3.3	CO₂-Emissionen der Reisen (inkl. Transport und Übernachtungen) Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen.
3.3.1	CO ₂ -Emissionen (t) (Transport + Übernachtungen)
3.3.2	Kompensierte CO ₂ -Emissionen (t)
3.3.3	Anteil (%) Klimakompensation
3.3.4	CO ₂ -Emissionen (kg) abzgl. kompensierter Emissionen pro Gast und Tag
3.4	CO₂-Emissionen durch Transport Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der Transportleistungen.
3.4.1	Flug-Kilometer (km) gesamt
3.4.2	Flug-Kilometer (km) pro Gast
3.4.3	Durchschnittliche Flugkilometer (km) pro Übernachtung
3.4.4	CO ₂ -Emissionen (t) für Transport gesamt

3.4.5	CO ₂ /km (t) vom/zum und im Zielort je Transportmittel
3.4.6	CO ₂ /km (t) vom/zum und im Zielort gesamt
3.5	CO₂-Emissionen durch Übernachtungen Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der Übernachtungen.
3.5.1	Gesamtzahl Übernachtungen
3.5.2	Anzahl der Übernachtungen je Unterkunfts-kategorie
3.5.3	Energieverbrauch (kWh) für Übernachtungen gesamt
3.5.4	Energieverbrauch (kWh) je Unterkunfts-kategorie
3.5.5	CO ₂ (t) für Übernachtungen gesamt
3.5.6	CO ₂ (t) je Unterkunfts-kategorie
4. KUNDEN	
4.1	Kundenzufriedenheit Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Kunden.
4.1.1	Zufriedenheitsindex (%) Kunden
4.1.2	Rücklaufquote (%) der Kundenbefragung
4.1.3	Betreuerschlüssel (Gruppengröße pro Betreuer)
4.2	Kundeninformation Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Qualität und Nachhaltigkeit seiner Kundeninformation.
4.2.1	CSR-Index (%) Kundeninformation
5. MITARBEITENDE	
5.1	Schulung zur Nachhaltigkeit Alle Mitarbeitenden (auch in den Destinationen) erhalten CSR-Schulungen (mindestens jährlich einmal) zu den Themen (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen (inkl. Sicherheit und Gesundheitsschutz), (iii) Umweltschutz und (iv) Biodiversität.
5.2	Bezahlung Das Unternehmen orientiert sich an den Tariflöhnen und Tarifvereinbarungen.
5.3	Überstundenregelung Das Unternehmen hat eine Überstundenregelung.
5.4	Freiwillige Sozialleistungen Das Unternehmen hat ein System von freiwilligen Sozialleistungen.
5.5	Interessenvertretung Das Unternehmen fördert eine Interessenvertretung oder einen Betriebsrat der Mitarbeitenden.
5.6	Gerechtigkeit und Inklusion Das Unternehmen bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung.
5.7	Beschäftigtenstruktur Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Beschäftigtenstruktur.

5.7.1	Anzahl Mitarbeitende (Vollzeitäquivalente)
5.7.2	Anzahl Führungspositionen, Fachkräfte, Auszubildende, Sonstige Mitarbeitende
5.7.3	Anteil (%) Frauen in Führungspositionen
5.8	Mitarbeitenden-Zufriedenheit Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Zufriedenheit der Mitarbeitenden.
5.8.1	Zufriedenheitsindex (%) Mitarbeitende
5.8.2	Anteil (%) der Teilnehmenden an der Befragung
5.8.3	Durchschnittliche Betriebszugehörigkeit (Jahre)
6. UNTERNEHMENSÖKOLOGIE	
6.1	Energie Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Energieverbrauch am Bürostandort.
6.1.1	Energieverbrauch (kWh) gesamt und pro Mitarbeitende/r
6.1.2	Stromverbrauch (kWh) gesamt und pro Mitarbeitende/r
6.1.3	Heizungsenergieverbrauch (kWh) gesamt und pro Mitarbeitende/r
6.2	Ökostrom Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.
6.3	CO₂-Emissionen Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO ₂ -Emissionen am Bürostandort.
6.3.1	CO ₂ -Emissionen (t) gesamt und nach Verursacher (Strom, Wärme, Dienstreisen)
6.3.2	CO ₂ -Emissionen (t) durch Flugdienstreisen
6.3.3	CO ₂ -Emissionen (t) pro Mitarbeitende/r
6.4	Kompensation Flugdienstreisen Das Unternehmen kompensiert die eigenen Flugdienstreisen mindestens zu 50%.
6.4.1	Anteil (%) kompensierter Flugdienstreisen
6.5	Papier Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.
6.5.1	Papiergewicht (kg) gesamt und pro Mitarbeitende/r
6.5.2	Papiergewicht (kg) pro Reisenden
6.5.3	Anteil (%) Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch
6.6	Beschaffung Das Unternehmen bezieht nachhaltige (regional produzierte, biologische, umweltfreundliche und fair gehandelte) Produkte und Dienstleistungen.
6.6.1	Anteil (%) der Ausgaben für nachhaltige Produkte und Dienstleistungen
7. LEISTUNGSTRÄGER IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE	
7.1	Partneragenturen Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Partneragenturen durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.
7.1.1	CSR-Index (%) Partneragenturen

7.1.2	Anzahl Partneragenturen gesamt
7.1.3	Anteil (%) befragter Agenturen
7.1.4	Anteil (%) Partneragenturen mit GSTC-anerkanntem Nachhaltigkeitslabel
7.2	Unterkünfte Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Unterkünfte durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.
7.2.1	CSR-Index (%) Unterkünfte
7.2.2	Anzahl Unterkünfte gesamt
7.2.3	Anteil (%) befragter Unterkünfte
7.2.4	Anteil (%) Unterkünfte mit GSTC-anerkanntem Nachhaltigkeitslabel
7.3	Reiseleiter Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Reiseleiter durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.
7.3.1	CSR-Index (%) Reiseleiter
7.3.2	Anzahl Reiseleitungen gesamt
7.3.3	Anteil (%) befragter Reiseleitungen
8. COMMUNITY INVOLVEMENT	
8.1	Unterstützung von Nachhaltigkeits-Projekten Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.
8.2	Unterstützung (€) von Nachhaltigkeitsprojekten