

# TOURCERT

NACHHALTIGKEITSBERICHT 2018



Das TourCert-Siegel ist die Auszeichnung für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus



Dieser Bericht ist entsprechend den Berichtsstandards von TourCert erstellt und durch unabhängige Gutachter überprüft. Mehr dazu: [www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)

## INHALTSVERZEICHNIS

Unternehmensporträt: DER Touristik Suisse	4
Allgemeine Informationen	5
Kernindikatoren	5
Umfang der Datenerhebung	5
1. Management	6
1.1 Leitbild	6
1.2 Verantwortung der Leitung, CR-Beauftragte/r und CR-Managementsystem	7
1.3 Organigramm DER Touristik Suisse	8
1.4 Legal Compliance	9
1.5 Supplier Code	9
1.6 Menschenrechte und Kinderschutz	10
1.7 Stakeholder-Analyse sowie Matrix zur Stakeholderbewertung	11
1.8 Information und Kommunikation	12
1.9 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring	12
2. Reiseangebote	13
2.1 Angebotsportfolio	13
2.2 Produktgestaltung	13
2.3 CO2-Emissionen der Reisen	13
3. Kunden	14
3.1 Kundenzufriedenheit	14
3.2 Kundeninformation	14
4. Mitarbeitende	15
4.1 Beschäftigtenstruktur	15
4.2 Arbeitsbedingungen	15
4.3 Schulung zur Nachhaltigkeit	16
4.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit	16
4.5 Pendelverkehr	16
4.6 Corporate Volunteering	16–17
5. Unternehmensökologie	18
5.1 Energie	18
5.2 Ökostrom	18
5.3 CO2-Emissionen	18
5.4 Kompensation Flugdienstreisen	18
5.5 Papier	19
5.6 Beschaffung	19
6. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette	20
6.1 Partneragenturen	20
6.2 Unterkünfte	21
6.3 Reiseleiter/innen	21
7. Community Involvement	21
Anhang 1: Verbesserungsprogramm	22
Anhang 2: Supplier Code of Conduct	23–24

## VORWORT

im März 2019

Reisen bedeutet Träumen. Träume, die für die Unendlichkeit geschaffen sind. Gerade dieses Privileg des Träumens ist wohl eines der kostbarsten Güter im Tourismus. Von ihm leben Mensch und Natur, die wir nicht nur für unsere Generation, sondern auch für folgende Generationen erhalten und schützen müssen.

Wir nehmen diese Verantwortung wahr und setzen uns für verantwortungsvollen und zukunftsfähigen Tourismus ein – so, dass auch künftige Generationen weiterträumen dürfen. Dies beginnt mit der Haltung, dass alle unsere Marken in ihren Verantwortungsbereichen Optimierungspotenziale suchen, finden und umsetzen. Gerade um diese Unendlichkeit der Träume – im Alltag nennen wir dies Langfristigkeit – zu erhalten, sind wir überzeugt, dass Grosses zu bewirken im Kleinen beginnt – denn die Summe bewirkt positiven Wandel.

DER Touristik Suisse ist sich der Weiten und Grenzen ihres Wirkungsbereichs bewusst und verfolgt konsequent das Ziel, Nachhaltigkeit bestmöglich entlang der Wertschöpfungskette ihrer angebotenen Reisen zu integrieren und zu verankern. Nachhaltigkeit lebt nicht durch den Einzelnen, sondern im Zusammenkommen und im Austausch verschiedener Anspruchsgruppen. Darum beginnt unser Engagement bei uns im Unternehmen, weitert sich auf unsere Kunden, Partner und Leistungsträger aus und erstreckt sich bis hin zu Mensch und Natur in unseren Destinationen.

Letztes Jahr haben unsere Spezialveranstalter Private Safari, Manta Reisen, asia365 sowie Dorado Latin Tours die Zertifizierung durch TourCert erreicht – unser Nordlandspezialist Kontiki Reisen sogar schon im Jahr 2013. Mit dem Erhalt des Siegels gehen nun auch unsere Marken MICExperts und cotravel sowie Kuoni und Helvetic Tours mit grosser Ambition die Verpflichtung ein, dass sie kontinuierlich Weiterentwicklung und Verbesserung in ihren Tätigkeiten für die Nachhaltigkeit betreiben. DER Touristik Suisse ist das erste grosse Schweizer Reiseunternehmen, das den markenübergreifenden Erhalt des anspruchsvollen Gütesiegels für Corporate Responsibility im Tourismus anstrebt. Darauf sind wir sehr stolz!

So begeben wir uns mit TourCert gemeinsam auf eine Reise voller Passion für positiven Wandel – bei der Sie, werte Leserschaft, herzlich eingeladen sind, diese Reise mit uns zu gehen.



Dieter Zümpel  
CEO DER Touristik Suisse AG

# UNTERNEHMENSPORTRÄT: DER TOURISTIK SUISSE

Die DER Touristik Suisse AG ist ein marktführendes **Schweizer Touristikunternehmen** und deckt mit den Reiseveranstaltern Kuoni, Helvetic Tours und zehn Spezialveranstaltern die ganze Bandbreite der Reisewelt ab. Als Teil der DER Touristik Group gehört sie einem der grössten Reisekonzerne in Europa an.

Zum **Vertriebsnetzwerk** von DER Touristik Suisse zählen über 80 Kuoni-, Helvetic-Tours- und rewi-Reisebüros in der ganzen Schweiz. Dort und am Hauptsitz in Zürich Altstetten arbeiten über 1000 motivierte Mitarbeitende für traumhafte Ferienerlebnisse ihrer Kunden. Um die Organisation von Geschäftsreisen für KMU und Grosskunden kümmern sich die Kuoni-Business-Travel-Center. Eine separate Abteilung für MICE (Meetings, Incentives, Congress, Events) komplettiert die Reisedienstleistungen von DER Touristik Suisse.

**MICExperts** wurde 1998 als Teil von Kuoni Destination Management gegründet und wechselte 2013 zu Kuoni Schweiz. MICExperts umfasst die Bereiche MICE (Meeting, Incentive, Conferences, Events), das Gruppengeschäft, die Special Groups und das Incoming von Gruppen in die Schweiz der DER Touristik Suisse AG. Die Herausforderung, die unterschiedlichsten Reisewünsche seiner Kunden zu erfüllen, ist die Leidenschaft des Teams.

**Cotravel** hat sich auf Studien-, Gruppen- und Leserreisen spezialisiert, wurde 1987 gegründet und wurde 2008 von Kuoni gekauft. Cotravel zählt seit über drei Jahrzehnten zu den führenden Schweizer Anbietern von hochwertigen Studien- und besonderen Gruppenreisen. In Zusammenarbeit mit Medienpartnern kreiert Cotravel Leserreisen mit hochkarätigen Fachreferenten für Zeitungen und Magazine. Daneben bietet der Spezialist eine Vielzahl weiterer exklusiver Touren weltweit an.

**Umfirmierung:** 2015 verkaufte die Kuoni Group das europäische Veranstalter- und Vertriebsgeschäft an die DER Touristik Group. Damit ist die DER Touristik Group neue Eigentümerin der Kuoni Reisen AG. Die DER Touristik Group, welche unter dem Dach des Handels- und Touristikkonzerns REWE Group agiert, positioniert sich mit diesem Schritt als eines der führenden touristischen Unternehmen in Europa. Sie vereint unter ihrem Dach 15 Reiseveranstalter, 26 Spezialisten, 2400 Reisebüros, 48 Hotels und eine Airline. Per 1. August 2017 änderte die Kuoni Reisen AG ihren Firmennamen auf DER Touristik Suisse AG. Die Umfirmierung erfolgt im Rahmen vertraglicher Verpflichtungen mit der Kuoni Group. Einfluss auf die bekannten Veranstaltermarken hat dieser Schritt nicht: Alle Reisebüros bleiben auch in Zukunft mit ihren bisherigen Markennamen («Kuoni», «Helvetic Tours», «rewi reisen») angeschrieben. Auch die Kataloge erscheinen weiterhin mit den bekannten Veranstalternamen. Die Unternehmensmarke DER Touristik Suisse AG wird lediglich im Sinne der Kennzeichnung der Zugehörigkeit in offizieller Korrespondenz und in Rechnungen verwendet.



## DER TOURISTIK SUISSE

Communication · Corporate Development · Corporate Responsibility ·  
Finance · HR · IT · Marketing · Quality Services · Krisenmanagement

Positionierung · Produkt · Leistungsbeschreibung · Services



Günstige Paketreisen  
Konfektion „Stange“



Premium Paketreisen  
ausgewählte Konfektion



Full Service  
Massgeschneidert



**Heute** vereinen wir bedeutende Schweizer Touristikmarken und sind im Bewusstsein unserer langen Geschichte und unserer gewachsenen Kultur starker Bestandteil eines europaweit führenden Reiseunternehmens. Über kundenorientierte Reisebüros in der ganzen Schweiz, qualifizierte Handelspartner und zeitgemäss Online-Auftritte vertreiben wir die gesamte Bandbreite der Reisewelt für Privat- und Geschäftskunden. Die Marken von DER Touristik Suisse stehen für Vielfalt und Qualität. Gerade das Portfolio der Spezialveranstalter, zu denen MICExperts und cotravel gehören, ist im internationalen Vergleich aussergewöhnlich.

**Unsere Verantwortung:** Reisen bedeutet träumen. Unser Ziel ist es, Träume am Leben zu erhalten. Reisen bietet einzigartige, bereichernde Erfahrungen. Damit auch in Zukunft gereist werden kann, ist vom Tourismus verantwortungsvolles Handeln gefordert. DER Touristik Suisse verfolgt eine Strategie, die das Prinzip der Nachhaltigkeit in Geschäftsprozesse integriert. Wir sind bestrebt, die Risiken und die negativen Auswirkungen unserer Aktivitäten zu minimieren und gleichzeitig neue, innovative Geschäftsmöglichkeiten zu erschliessen.

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN

### MITARBEITENDE

	Einheit	2017
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz	31,4

### KERNINDIKATOREN

	Einheit	2017
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fliest	%	62,4
CO2 pro Gast und Übernachtung in kg*	kg	270,6
CSR-Index Kundeninformation	%	40
CO2 pro Mitarbeitende/r *	t	0,015
CSR-Index Produktgestaltung	%	33
CSR-Index Partneragenturen	%	53
CSR-Index Reiseleiter/innen	%	70

\* Ohne Abzug von CO2-Kompensationen.

### UMFANG DER DATENERHEBUNG

Die vorliegenden Daten beziehen sich jeweils auf die Reiseveranstalter MICEExperts und cotravel, da cotravel organisatorisch wie auch strukturell im Reiseveranstalter MICEExperts integriert ist. Zudem arbeiten die gleichen Mitarbeitenden sowohl für MICEExperts wie auch für cotravel und sind demselben Geschäftsführer (Dominik Leonhardt) unterstellt.

Der vorliegende Bericht beruht auf der Datengrundlage jener Angebote aus unseren Destinationen, welche zusammen 80 % aller Reisenden sowie 80 % des Umsatzes im Jahr 2017 ausgemacht haben (siehe folgende Tabelle).

#### MICEExperts mit cotravel

**Europa:** Italien, Deutschland, Spanien, Frankreich, England, Portugal, Griechenland, Österreich, Tschechien, Dänemark, Schottland, Polen, Schweden, Island, Niederlande, Ungarn, Rumänien, Irland, Kroatien, Norwegen, Belgien, Lettland

#### Afrika:

**Asien:** China, Japan, Oman, Kambodscha, Indien, Israel, Georgien, Russland

#### Süd-/Mittelamerika und Karibik:

Mexiko, Costa Rica, Ecuador

#### Nordamerika:

USA, Kanada

#### Ozeanien:

Australien

# 1. MANAGEMENT

## 1.1 Leitbild

Der DER Touristik Group fehlte bis Mitte 2018 ein gemeinsames Leitbild – eine Vision, eine Mission, Werte und Grundsätze, die für alle Gesellschaften in Europa Gültigkeit besitzen. Das Leitbild wurde von einer internationalen Projektgruppe erarbeitet, bei welcher der Leiter Marketing und Corporate Development von DER Touristik Suisse eine aktive Rolle einnehmen durfte. Am ersten Tag nach dem Tag der Arbeit 2018 wurde den Mitarbeitenden durch eine E-Mail der CEOs Dieter Zümpel und Sören Hartmann (DER Touristik Group) mit einem Video, mit Visualisierungen von Botschaften am Arbeitsplatz und in Gemeinschaftsräumen sowie einem Compass-Beitrag das neue Leitbild präsentiert. Im Anschluss gab es verschiedene Leitbild-Workshops, um das Leitbild zu verankern. Der Leiter MICExperts moderierte den Workshop seines Teams. Basierend auf dem Leitbild werden momentan die Führungsgrundsätze von DER Touristik Suisse erarbeitet.

### Unsere Vision

«Wir sind eine führende internationale Reise- und Tourismusgruppe mit den erfolgreichsten Marken in den jeweiligen Märkten. Wir profitieren von den einzelnen, starken Unternehmen in unserem Netzwerk und von der Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe.»

### Unsere Mission

«Unsere Zusammenarbeit macht uns besonders; mit ihr lassen wir die Reiseträume unserer Kunden wahr werden.»

### Unsere Werte

#### • Drive (Vorantreiben)

Wir legen Energie, Leidenschaft und Entschlossenheit an den Tag. Wir gehen alle unsere Aufgaben mit Begeisterung an.

#### • Engage (Einbinden)

Wir schaffen eine Arbeitsumgebung, in der jeder Mitarbeitende spürt, dass er einen wertvollen Beitrag zum Gesamterfolg leisten kann.

#### • Respect (Wertschätzen)

Wir machen uns die unterschiedlichen Perspektiven zu Nutze und respektieren die Vielfalt unserer Teammitglieder, Kunden und Partner.

### Unsere Grundsätze

#### • Ergebnisorientiert

Wir erreichen unsere Ziele, indem wir persönlich Verantwortung übernehmen, die besten Lösungen suchen, fundierte Entscheidungen treffen und bei allem stets den grösstmöglichen Standard ansetzen. Wir sind uns bewusst, dass Profitabilität für unseren anhaltenden Erfolg unerlässlich ist.

#### • Kundenorientiert

Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt aller unserer Tätigkeiten. Wir bieten eine grosse Bandbreite an Produkten und Reisezielen, die effektivsten Prozesse sowie Liebe zum Detail und Begeisterung beim Gestalten hervorragender Kundenerlebnisse. All das führt zu einer herausragenden Kundenzufriedenheit.

#### • Mutig und innovativ

Wir sind bereit für Veränderungen und gehen Risiken ein, um das Kundenerlebnis zu verbessern und höhere Profite zu erzielen. Hierzu loten wir Möglichkeiten aus, unsere Arbeitsweise umzugestalten und nicht am Status quo festzuhalten. Wir nutzen Fehler als Chancen, Dinge zu verbessern.

#### • Partnerschaftlich

Wir setzen auf eine innovative, enthusiastische und offene Zusammenarbeit innerhalb der Gruppe und mit allen unseren Partnern. Das ist unser wichtigster Erfolgsfaktor.

#### • Verantwortlich und bewusst

Wir machen nur Versprechen, die wir auch halten können. Wir setzen uns die höchstmöglichen Standards unternehmerischen Verhaltens und stellen deren Einhaltung zu jeder Zeit sicher. Wir handeln ethisch und nachhaltig, um sicherzustellen, dass wir und unsere Partner die Interessen von Gesellschaft und Umwelt schützen.

### Verhaltenskodex der REWE Group

Dieser Verhaltenskodex ist eine verbindliche Richtlinie für alle geschäftlichen Aktivitäten der Unternehmen der REWE Group nach aussen, für den Umgang mit Geschäftspartnern und Kunden sowie intern für den Umgang mit Mitarbeitenden und Kollegen. Er hat somit auch für DER Touristik Suisse Gültigkeit.

Der Verhaltenskodex beruht auf den folgenden Prinzipien:

- Respektvoller und fairer Umgang mit Mitarbeitenden, Kunden und Geschäftspartnern.
- Diskriminierung, sexuelle Belästigung und jegliche Form des Mobbings werden nicht geduldet.
- Aktives Vorgehen gegen Wirtschaftskriminalität und Korruption.
- Zuwendungen an sich selbst oder Dritte dürfen nicht gefordert werden.
- Inhaber politischer Ämter und Vertreter von Behörden oder öffentlichen Institutionen sind dem Allgemeinwohl verpflichtet.
- Spenden und Sponsoring-Massnahmen erfolgen nur im Einklang mit den geltenden Richtlinien.
- Grundsätzlich sind private von geschäftlichen Interessen strikt zu trennen.
- Öffentliche oder gemeinnützige Einrichtungen in Vereinen oder in öffentlichen Funktionen sind erlaubt, soweit die arbeitsvertraglichen Pflichten nicht gefährdet werden.
- Jegliche vergütete Nebentätigkeiten müssen gemeldet werden.
- Beteiligungen an anderen Unternehmen im direkten geschäftlichen Umfeld sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung erlaubt.
- Vertragsabschlüsse mit Familie und Verwandten bis zum dritten Grad bedarf der schriftlichen Zustimmung der Personalabteilung.
- Sorgfaltspflicht gegenüber dem Unternehmenseigentum.

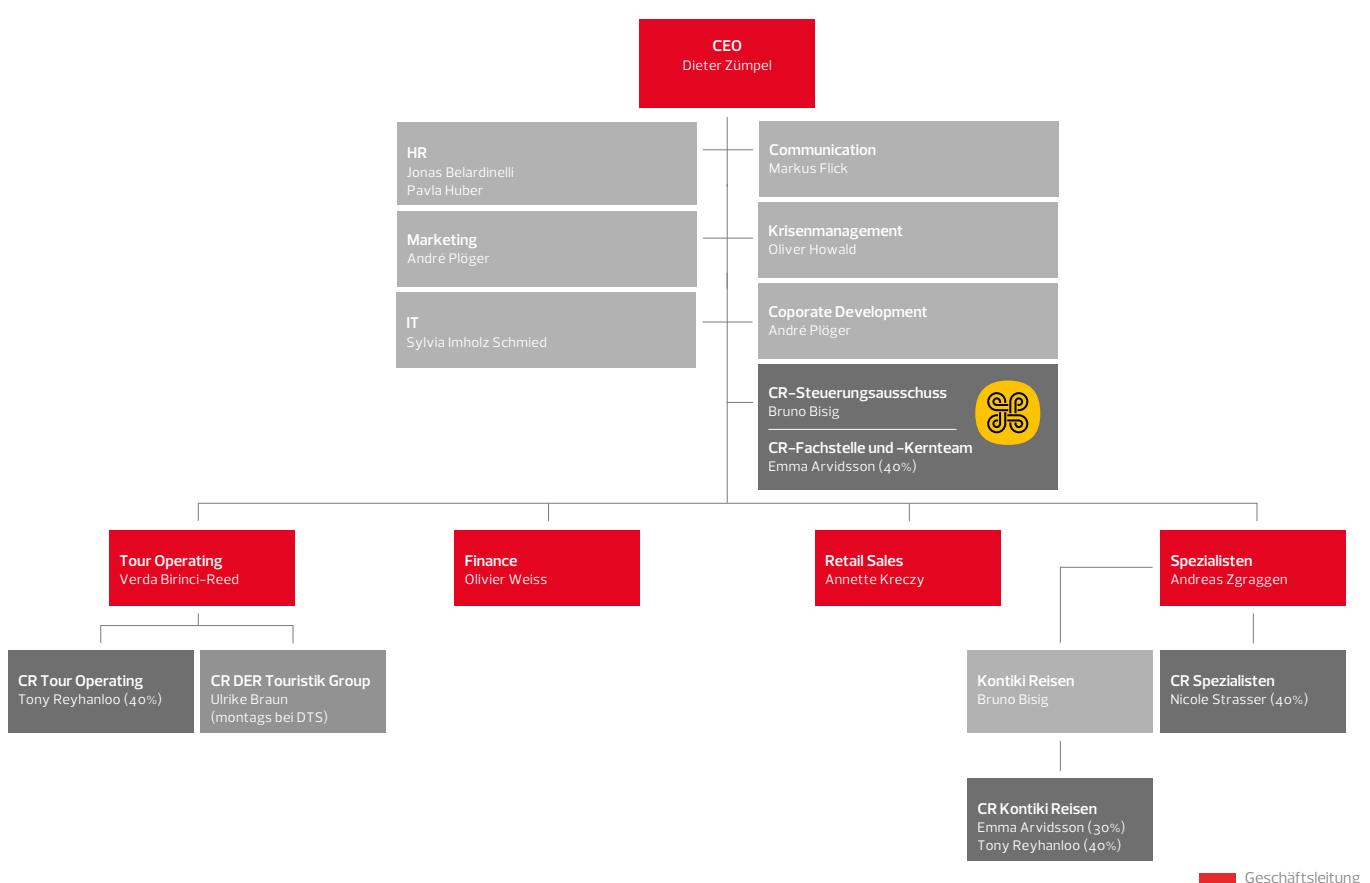
## **1.2 Verantwortung der Leitung, CR-Beauftragte/r und CR-Managementsystem**

DER Touristik Suisse hat ihr CR-Engagement mit dem Aufbau einer unternehmens- und markenübergreifenden CR-Matrix-organisation Mitte 2018 verstrkkt. Damit soll (1) die CR-Verankerung und -Verantwortung breiter gestreut werden und (2) die Bereiche besser einbezogen werden, um einen möglichst hohen Wirkungsgrad zu erzielen. Kontiki Reisen übernimmt dabei die Themenf黨rerschaft und leitet die CR-Gremien:

- **CR-Steuerungsausschuss** unter Leitung des Geschäftsführers von Kontiki Reisen, bestehend aus den Mitgliedern der Geschäftsleitung und den Leitern Corporate Responsibility, Human Resources, Communications, Marketing und Corporate Development. Sitzung zwei- bis dreimal jährlich (1) zur Setzung/Überprüfung der strategischen Themenschwerpunkte und Zielerreichung und (2) für externe Strategieinputs (Innovation, Inspiration)
- **CR-Fachstelle** unter Leitung des Head Corporate Responsibility, bestehend aus den Project Managers Corporate Responsibility und dem Head Corporate Responsibility der DER Touristik Group. Somit sind die Schnittstelle und der Austausch mit der Gruppe sichergestellt. Die CR-Fachstelle ist direkt dem CEO von DER Touristik Suisse unterstellt.

- **CR-Kernteam** unter Leitung des Head Corporate Responsibility, bestehend aus den CR-Beauftragten der TourCert-zertifizierten Reiseveranstalter. Dieses ist noch in der Entstehungsphase. Bisher wird das Gremium der Premium Specialists separat von den im Zertifizierungsprozess befindlichen Reiseveranstaltermarken geführt. Die Organisationsform wird regelmässig überprüft.
  - **CR-Arbeitsgruppen** unter Leitung einzelner CR-Beauftragter soll es künftig geben, sobald wir strategisch gut aufgestellt sind.
  - **CR-Projektteam TourCert** unter Leitung des verantwortlichen Project Managers Corporate Responsibility, bestehend aus dem/ den CR-Beauftragten der im Zertifizierungsprozess befindlichen Reiseveranstaltermarke/n.

Zusätzlich zu den internen Gremien gibt es einen regelmässigen CR-Austausch auf Gruppenebene unter Leitung des Head Corporate Responsibility der DER Touristik Group, bestehend aus den CR-Verantwortlichen der Ländergesellschaften. Hier gibt es alle zwei Monate einen Call und ein- bis zweimal im Jahr ein Treffen. Bisher waren die CR-Verantwortlichen zu Gast in Frankfurt und Zürich.

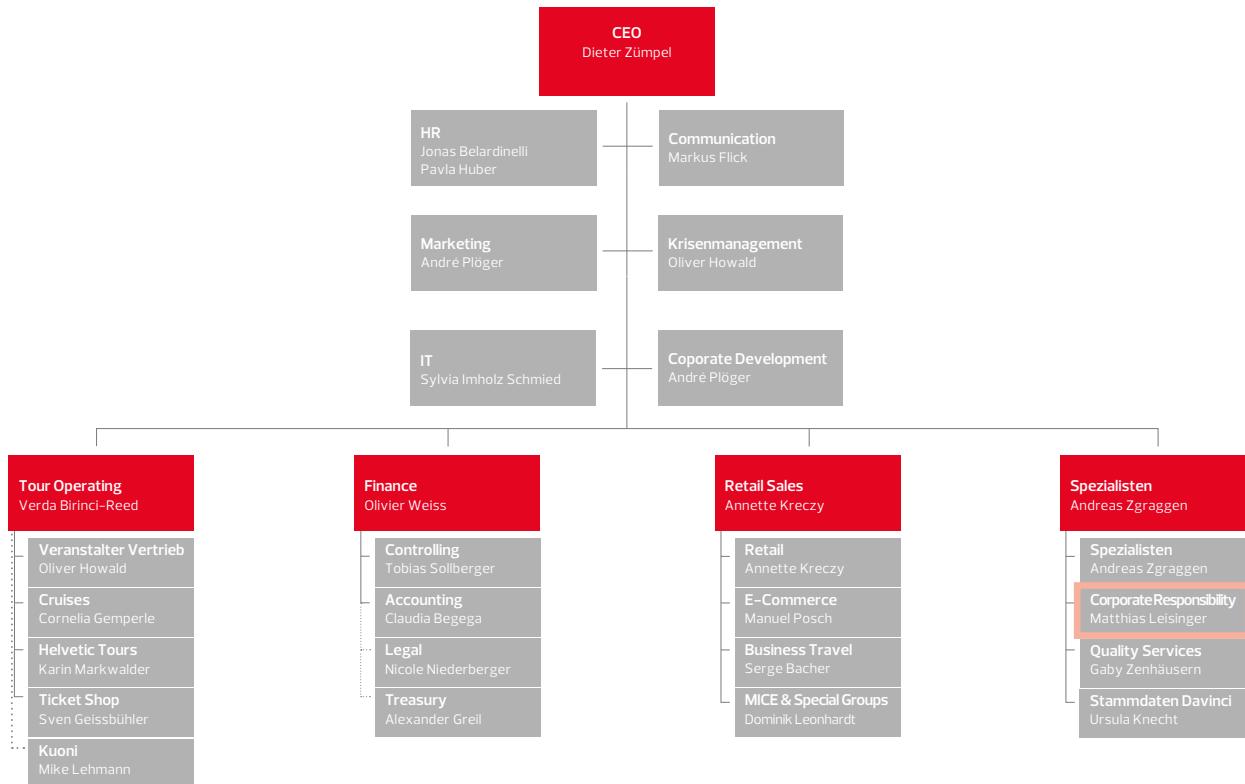


DER Touristik Suisse ist zudem in verschiedenen Brancheninitiativen engagiert:

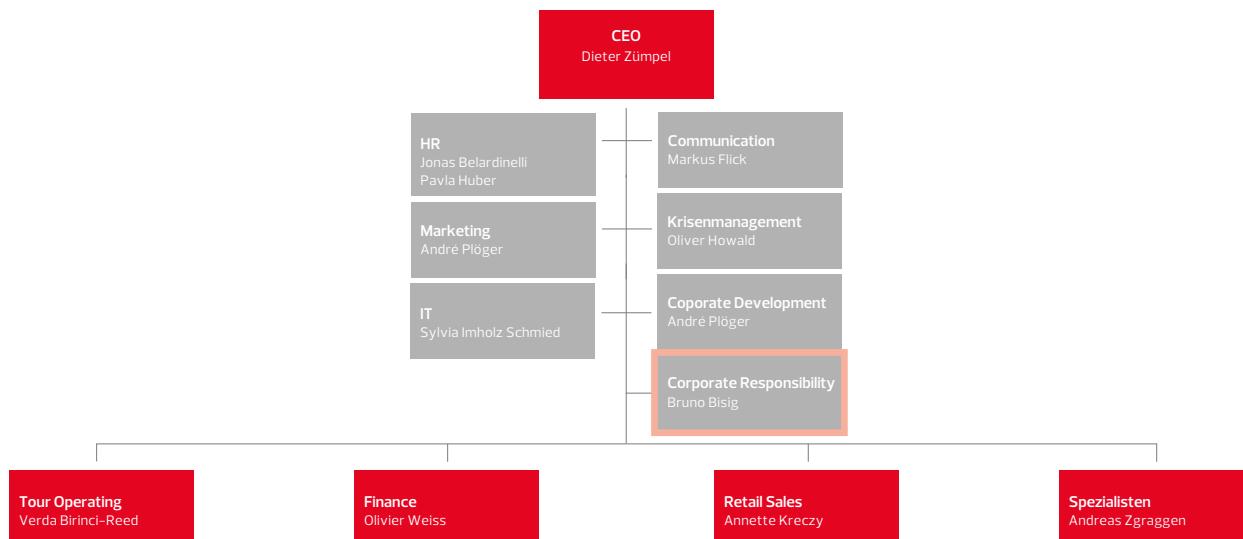
- Der Geschäftsführer von Kontiki Reisen ist im Vorstand des «Roundtable on Human Rights in Tourism».
  - Der Leiter Kuoni Premium Specialists ist Mitglied im Fachgremium Umwelt und Soziales des SRV.
  - DER Touristik Suisse ist Top Member des Kinderschutzkodexes «The Code».

### 1.3 Organigramm DER Touristik Suisse

DER Touristik Suisse 2017



DER Touristik Suisse 2018



■ Geschäftsführung

## 1.4 Legal Compliance

Beim Thema Compliance geht es für die Mitarbeitenden um Themen wie Korruption, Kartellrecht, Einladungen, Geschenke, Gewinnspiele, Verkaufswettbewerbe von Geschäftspartnern, privater Urlaub. Hierfür hat DER Touristik Suisse eine interne Anlaufstelle. Sollten umfangreiche Abklärungen nötig sein, stellt sie den Kontakt zur REWE Group her. Für die Konzern-Richtlinien der REWE Group gibt es eine digitale Plattform und jeweils pro Richtlinie eine interne Ansprechperson. Unter diese Richtlinien fallen unter anderem:

- **Verhaltenskodex:** Der Verhaltenskodex der REWE Group beinhaltet und beschreibt die persönliche Verantwortung der Mitarbeitenden der REWE Group und darum auch jene von DER Touristik Suisse. Das jeweilige lokale, oberste Management ist für die entsprechende Ausbildung und Überwachung verantwortlich.
- **Sponsoring und Spenden:** Bei der Durchführung von Projekten und Initiativen achtet sie darauf, dass diese mit dem Leitbild der REWE Group übereinstimmen, im Einklang mit ihren Compliance- und Nachhaltigkeits-Grundsätzen stehen und zur Reputation des Unternehmens einen positiven Beitrag leisten.

## 1.5 Supplier Code

*Hinweis: Im Anhang liegt der überarbeitete Supplier Code of Conduct von DER Touristik Suisse vor.*

Ende 2018 wurde der Supplier Code of Conduct der DER Touristik Group verabschiedet. Er wird 2019 in allen Ländergesellschaften ausgerollt und Bestandteil der Verträge. Er umfasst folgende Themen:

- Einhaltung von Gesetzen
- Verbot von Korruption und Bestechung
- Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung
- Einhaltung von Menschenrechten und Sozialstandards
  - Zwangarbeit
  - Kinder- und Jugendarbeit
  - Diskriminierung
  - Faire Behandlung
  - Vergütung und Arbeitszeit
  - Sicherheit am Arbeitsplatz
  - Vereinigungsfreiheit
- Umweltstandards
- Tierschutz

## Tierschutzrichtlinie

Zeitgleich mit dem Supplier Code of Conduct (SCOC) wurde die Tierschutzrichtlinie der DER Touristik Group Ende 2018 verabschiedet. Sie ist ebenfalls für alle Ländergesellschaften gültig und enthält folgende Zielsetzungen für das Tierwohl im Tourismus:

- Wir offerieren oder bewerben nicht wissentlich Urlaubsaktivitäten, durch die Menschen oder Tiere Risiken ausgesetzt werden.
- Wir fördern verantwortungsvolle touristische Angebote mit Tieren und verbesserten Tierschutzstandards.
- Wir schützen Tiere und Pflanzen vor Bedrohungen durch den Handel.

Die DER Touristik Group arbeitet eng mit den Partnern in den Zielgebieten daran, die Standards für Tiere im Tourismus zu verbessern. Sie orientieren sich unter anderem an der «Global Welfare Guidance for Animals in Tourism» des britischen Reiseverbands ABTA. Bei der Umsetzung gehen die Partner risikobasiert nach Ländern und Arten vor und lassen die Tierhaltung sukzessiv durch externe Audits prüfen. Einige Produkte wurden aus dem Angebot genommen. Dazu zählt zum Beispiel Elefantenreiten. DER Touristik Suisse wird 2019 einen Produktabgleich vornehmen und falls notwendig erste Massnahmen treffen.

## 1.6 Menschenrechte und Kinderschutz

### ROUNDTABLE ON HUMAN RIGHTS IN TOURISM

DER Touristik Suisse ist Gründungs- und Vorstandsmitglied des «Roundtable on Human Rights in Tourism». Der Roundtable versteht sich als Impulsgeber und offene Plattform für Unternehmen, Organisationen und Institutionen, die sich für die Einhaltung der Menschenrechte im Tourismus einsetzen. In diesem Zusammenhang hat DER Touristik Suisse auch ein «Commitment zu Menschenrechten im Tourismus» unterzeichnet, welches folgende Punkte umfasst:

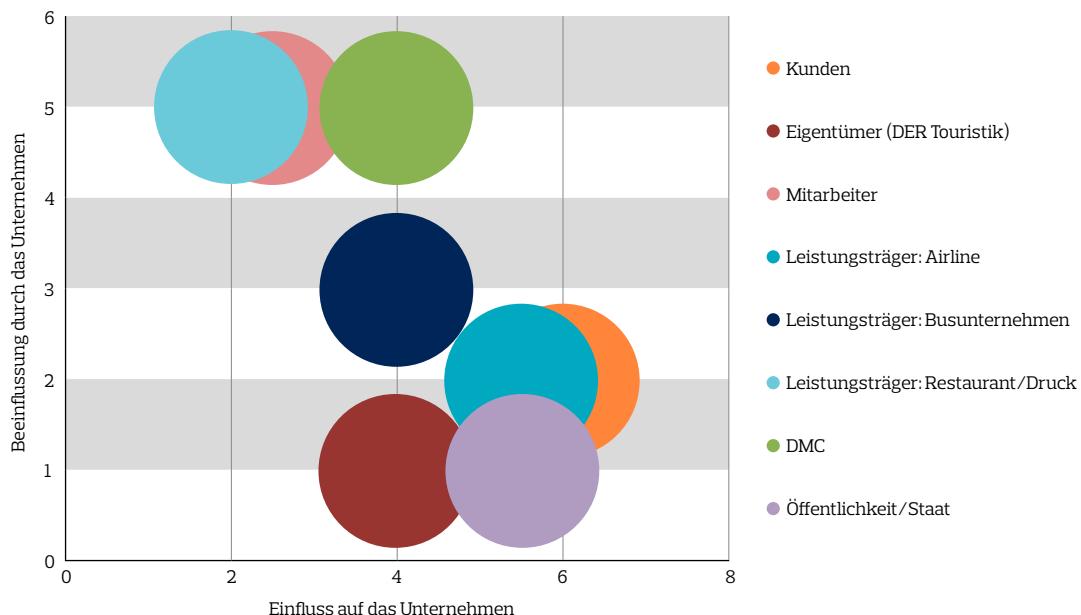
Commitment	Stand der Umsetzung
1. Wir haben eine menschenrechtsbezogene Unternehmenspolitik.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Leitbild: Grundsätze «partnerschaftlich» und «verantwortlich und bewusst»</li> <li>Die Fachgruppe «Umwelt und Soziales» des Schweizer Reise-Verbandes (SRV) organisierte im Februar 2018 einen praxisnahen Workshop zum Thema «Menschenrechte im Tourismus». Der Leiter Premium Specialists nahm seitens DER Touristik Suisse an der kontroversen Diskussion teil.</li> </ul>
2. Wir prüfen sorgfältig im Rahmen der betrieblichen Möglichkeiten die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Menschenrechte.	Risikoanalyse der DER Touristik Group.
3. Wir integrieren die Menschenrechtspolitik in die Unternehmenskultur, in das betriebliche Management und in die Zusammenarbeit mit den Zulieferern.	Ausrollen des Supplier Code of Conduct im Jahr 2019.
4. Wir implementieren einen angemessenen Beschwerdemechanismus und bemühen uns, bei Verstößen gegen die Menschenrechte Abhilfe zu schaffen.	Heute vertrauen wir darauf, dass die Information über Partner zu uns gelangt. Wir hatten in letzter Zeit keine entsprechenden Fälle.
5. Wir führen eine regelmässige Fortschrittskontrolle unserer Massnahmen durch und erstatten öffentlich Bericht.	Ein Monitoring des Supplier Code of Conduct ist angedacht, aber noch nicht umgesetzt.

### KINDERSCHUTZKODEX «THE CODE»

Ein wichtiges Instrument für den Kinderschutz im Tourismus ist der internationale «Kinderschutzkodex gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus» ([www.thecode.org](http://www.thecode.org)) der von ECPAT in Kooperation mit Reiseveranstaltern und der Welttourismusorganisation entwickelt wurde. Kuoni unterzeichnete den Kinderschutzkodex 2006. Die heutige DER Touristik Suisse ist seit 2016 Top Member. Im Jahr 2016 unterzeichnete die neue Muttergesellschaft, die DER Touristik Group, den Kodex. Er beinhaltet sechs Kriterien für Unternehmen, die sich dem Kinderschutz verpflichten wollen:

Kriterien	Stand der Umsetzung
1. Festlegung von Leitlinien und Vorgehensweisen gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Unternehmen.	Die Nulltoleranz ist in den AGB und dem SCOC festgehalten.
2. Schulung von Mitarbeitenden in Bezug auf die Rechte von Kindern, Prävention vor sexueller Ausbeutung und die Möglichkeiten für die Meldung von Verdachtsfällen am Standort und in den Destinationen.	Teil der CR-Schulung: Bisher für die Premium Specialists, ab 2019 für alle Mitarbeitenden. Spezifische Kinderschutzschulung für die CR-Beauftragten im Jahr 2018.
3. Aufnahme einer Kinderschutz-Klausel in die Verträge mit Geschäftspartnern mit Hinweis auf eine gemeinsame Ablehnung und Nulltoleranzpolitik in Bezug auf sexuelle Ausbeutung von Kindern.	Teil der AGB und des SCOC der DER Touristik Group.
4. Bereitstellung von Informationen für Reisende über die Rechte von Kindern, die Prävention von sexueller Ausbeutung von Kindern und die Möglichkeiten für die Meldung von Verdachtsfällen.	Informationen für Reisende werden zum Thema Kinderschutz nicht in Form von Katalogen bereitgestellt (da z. B. MICExperts keine Kataloge publiziert). Alternative Möglichkeiten werden aktuell erarbeitet.
5. Unterstützung, Kooperation und Einbeziehung des Engagements von Kooperationspartnern und anderen Akteuren in den Destinationen im Hinblick auf die Prävention vor sexueller Ausbeutung von Kindern.	Jährliche Multistakeholder-Destinationsworkshops seitens DER Touristik Group (2017 Sri Lanka, 2018 Bali), wo DER Touristik Suisse weitere Partner einladen kann.
6. Jährliche Berichterstattung an The Code über die Umsetzung des Kinderschutzkodexes und der entsprechenden Aktivitäten.	Erfolgt zentral über die CR-Fachstelle.

## 1.7 Stakeholder-Analyse sowie Matrix zur Stakeholderbewertung



Zu den Stakeholdern zählen wir alle Anspruchsgruppen, die für das Gelingen und Bestehen unserer Geschäftstätigkeiten unentbehrlich sind. Durch einen proaktiven, regelmässigen sowie konstruktiven Austausch können auf gemeinsame Bedürfnisse und Werte eingegangen werden, sodass die Tätigkeiten und Ziele des Unternehmens erfolgreich und nachhaltig vorangetrieben werden können. Oben stehende Grafik widerspiegelt den aktuellen Stand der Dinge und bietet eine Übersicht aller relevanten Stakeholder, basierend auf den Erkenntnissen des Stakeholder-Workshops vom 26.11.2018 mit den CR-Beauftragten:

- Business-Modell: MICExperts verkaufen keine spezifischen Produkte an den Kunden, sondern entwickeln diese zusammen mit dem Kunden basierend auf dessen Wünschen. Im Zentrum steht daher immer, was sich der Kunde wünscht, und folglich haben Kunden den höchsten Einfluss auf das Unternehmen.
- Kunden, Airlines und der Staat/die Öffentlichkeit üben den grössten Einfluss auf MICExperts aus.

- Weitere Leistungsträger wie Restaurants oder Druckereien, DMCs (Destination Management Companies) und Mitarbeiter werden am stärksten beeinflusst durch MICExperts.
- Leistungsträger wie Busunternehmen und Restaurants/Druckereien haben wenig Einfluss auf MICExperts, da wir diese selber auswählen können. Airlines hingegen haben einen hohen Einfluss: Je kleiner der Markt, desto höher ist der Druck. Wenn z. B. ein Flug von Zürich nach Brüssel angeboten werden soll, der nur mit der Swiss und Brussels Airlines bedient wird, generiert dies höhere Preise und folglich eine stärkere Abhängigkeit. Daher machen auch Flugkosten den grössten Teil des Budgets aus.

Uns liegt die Zukunft unserer Zieldestination mitsamt jener der Bevölkerung, Umwelt und Wirtschaft am Herzen, weshalb wir uns verstärkt für eine nachhaltigere Entwicklung in unseren Zieldestinationen einsetzen möchten.

## 1.8 Information und Kommunikation

Aktives und transparentes Kommunizieren ist für MICExperts und cotravel wichtig und hilft unserem Unternehmen, die Unternehmensstrategie den Bedürfnissen der Gesellschaft anzupassen. Über verschiedenste Wege kommunizieren wir mit unseren Kunden. Wichtiger Kanal ist dabei unsere Websites ([www.micexperts.ch](http://www.micexperts.ch), [www.cotravel.ch](http://www.cotravel.ch) und [www.reise-sport.ch](http://www.reise-sport.ch)). Mehrmals pro Jahr erhalten unsere Kunden schweizweit unseren Newsletter mit Informationen über Destinationen und MICE-News. Bei MICExperts werden keine Kataloge gedruckt, einzig das MICExperts Booklet – als Ergänzung zum E-Paper und der Web-Version –, welches Informationen zu unserem Unternehmen, unseren Werten sowie unseren Dienstleistungen bereitstellt, wurde 2017 gedruckt (Recycling-, FSC- und «Blauer Engel»-zertifiziertes Papier). Zukünftig wird es nur noch das E-Paper und die Web-Version geben.

Bei cotravel erscheint einmal pro Jahr ein Katalog, von dem ca. 4000 Exemplare gedruckt werden. Es ist geplant, diesen Katalog weiterzuentwickeln, damit die Filialen vor Ort nur noch on demand die benötigten Teile ausdrucken. Auch über die Social-Media-Kanäle Facebook sowie Instagram und Youtube (v. a. cotravel) kommunizieren wir mit unseren Kunden regelmässig.

Mit dem Reiseangebot Ananea verflechtet cotravel Reisen mit verschiedenen Themen der Nachhaltigkeit. Das Angebot wird dem Kunden wie folgt beschrieben: *Sie haben schon mal über Ihren CO2-Fussabdruck nachgedacht, und Themen rund um Nachhaltigkeit sollten im Urlaub keine Ferien haben? Wir bringen Sie mit Leuten in Berührung, deren Projekte die Regionen unterstützen. Ananea – bewusstes Reisen und authentische Begegnungen. Unser Anspruch ist es nicht, eine 100-prozentig nachhaltige Reise zu erschaffen. Emissionen können beim Reisen nicht ausgeschlossen werden (obwohl wir bei jeder Ananea-Reise die CO2-Kompensation bereits im Reisepreis eingeschlossen haben), und speziell in exotischen Ländern gestaltet sich die Kontrolle nachhaltiger Unternehmungen als schwierig. Unser Ziel ist es, den Reiseteilnehmenden ein Land auf behutsame und respektvolle Weise nahezubringen. Wir ermöglichen Ihnen unvergleichliche Begegnungen nicht nur mit der einheimischen Bevölkerung, sondern auch mit Leuten, die mit ihrem Engagement etwas bewirken. Wir sehen auf unseren Reisen gute und schlechte Beispiele. Sensibilisierung und Wissenserweiterung sollen dazu führen, die Ananea-Reisen in bester Erinnerung zu behalten (siehe [www.cotravel.ch](http://www.cotravel.ch)).*

Unter [www.dertouristik.ch/nachhaltigkeit](http://www.dertouristik.ch/nachhaltigkeit) werden die Nachhaltigkeitsaktivitäten von DER Touristik Suisse, inklusive MICExperts und cotravel, vorgestellt.

Sobald MICExperts und cotravel über das TourCert-Zertifikat verfügen, wird dieses auf unseren Kanälen kommuniziert.

MICExperts und cotravel nehmen jährlich an verschiedenen Branchenmessen wie IMEX Frankfurt, IMEX America, IBTM etc. als Hosted Buyer teil. Die Messen sind eine nachhaltige Möglichkeit, um das Netzwerk zu pflegen und weltweite Partner zu treffen; so lassen sich Geschäftsreisen für Treffen mit einzelnen Partnern vermeiden.

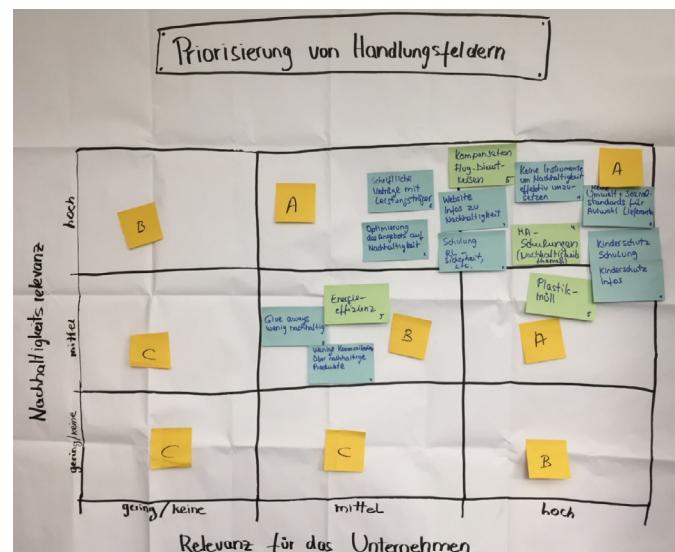
## 1.9 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring

Grundlage zur Erstellung des Verbesserungsprogrammes war der Strategie-Workshop vom 27.11.2018, an dem in Zusammenarbeit mit TourCert eine Priorisierung von Handlungsfeldern erarbeitet wurde. Als besonders relevant und prioritär für die Nachhaltigkeit wie auch für MICExperts und cotravel wurden folgende Schwerpunkte eingeschätzt:

- Kompensation der Flugdienstreisen
- Online-Auftritt: Informationen zum Thema Nachhaltigkeit
- Schulung der Reiseleiter zu Themen wie Sicherheit, Nachhaltigkeit etc.
- Schriftliche Verträge mit Reiseleitern
- Erarbeitung von Instrumenten für die effektive Umsetzung von Nachhaltigkeit
- Schulung der Mitarbeitenden in Nachhaltigkeitsthemen
- Aufbau von Umwelt- und Sozialstandards bei der Auswahl von Lieferanten
- Kinderschutz-Schulung sowie Sensibilisierung für das Thema
- Reduzierung des Plastikkonsums

Das detaillierte Verbesserungsprogramm inklusive Handlungsfelder, Ziele und Zeitrahmen befindet sich am Schluss des Berichts.

### Priorisierung von Handlungsfeldern, Ergebnis des Strategie-Workshops vom 27.11.2018



## 2. REISEANGEBOTE

### 2.1 Angebotsportfolio

	Einheit	2017
Ø Aufenthaltsdauer	d	4,08

**MICExperts** umfasst die Bereiche MICE (Meeting, Incentive, Conferences, Events), das Gruppengeschäft, die Special Groups und das Incoming von Gruppen in die Schweiz von DER Touristik Suisse. Die Herausforderung, die unterschiedlichsten Reisewünsche unserer Kunden zu erfüllen, ist die Leidenschaft unserer Teams.

**Cotravel** spezialisiert sich auf Studien-, Gruppen- und Leserreisen. Cotravel zählt seit fast drei Jahrzehnten zu den führenden Schweizer Anbietern von hochwertigen Studien- und besonderen Gruppenreisen. In Zusammenarbeit mit Medienpartnern kreiert cotravel Leserreisen mit hochkarätigen Fachreferenten für Zeitungen und Magazine. Daneben bietet der Spezialist eine Vielzahl weiterer exklusiver Touren weltweit. Mit dem Reiseangebot Ananea verflechtet cotravel Reisen mit verschiedenen Themen der Nachhaltigkeit und fördert bewusstes Reisen mit authentischen Begegnungen (siehe 1.8).

Das Angebotsportfolio 2018 hat sich gegenüber 2017 nur marginal verändert.

### 2.2 Produktgestaltung

	Einheit	2017
CSR-Index Produktgestaltung	%	33

Unser MICE-Geschäftsmodell beruht darauf, dass wir den Wunsch des Kunden umsetzen. Daher verkauft MICExperts keine spezifischen Produkte an den Kunden, sondern entwickelt diese zusammen mit dem Kunden, basierend auf dessen Wünschen (individuelle Kombination aus Dienstleistungen und touristischen Bausteinen). Dies bedeutet wiederum, dass die Wünsche der Kunden sehr vielfältig ausfallen: z. B. komplexe Incentive-Reise einer Versicherung nach Edinburgh; «Meet the Locals»-Reise in Afrika für eine Krebsliga; Gruppe junger Menschen, die wenig Geld nach Barcelona möchten; Leserreise nach Uganda.

Hinsichtlich des Transports bieten wir unseren Kunden, abhängig vom Budget, den schnellsten und komfortabelsten Weg. Die meisten Kunden wünschen sich zum Beispiel Direktflüge. Prinzipiell achten wir darauf, dass wir stets mit lokalen Agenturen, Unterkünften und Guides arbeiten. Durch unterjährige Studienreisen werden die Produktkenntnisse der Verkaufsmitarbeitenden vertieft, um die Beratungsqualität zu erhöhen und die in den Destinationen gewonnenen Eindrücke an die Kunden weiterzugeben.

Um mehr Nachhaltigkeit in unsere Produktgestaltung zu integrieren, weisen wir unsere Kunden ab 2019 verstärkt auf nachhaltige Unterkünfte, Rundreisen und Transportarten hin und gestalten unsere Give-aways nachhaltiger (siehe Verbesserungsprogramm, Anhang 1).

### 2.3 CO2-Emissionen der Reisen

MICExperts kompensiert die Reisen der Kunden nicht aktiv. Kunden werden für jede Offerte auf die Möglichkeit hingewiesen, ihre CO2-Emissionen zu kompensieren, welche in weltweite Klimaschutzprojekte der Stiftung myclimate einfließen. Jedoch wird diese Möglichkeit von den Kunden tendenziell wenig wahrgenommen. Bei gewissen Reisen von cotravel ist die CO2-Kompensation bereits im Pauschalpreis inbegriffen. In abteilungsübergreifender Zusammenarbeit werden wir neue Lösungen suchen, wie wir das Engagement für den Klimaschutz wie auch für die Nachhaltigkeit generell attraktiver gestalten können (siehe Verbesserungsprogramm, Anhang 1).

## 3. KUNDEN

### 3.1 Kundenzufriedenheit

Nach Rückkehr der Reise werden die Kunden entweder telefonisch, per E-Mail oder per Online-Fragebogen nach der Kundenzufriedenheit und der Weiterempfehlung gefragt. Die Kundenzufriedenheitsanalyse sowie die Weiterempfehlungs-Bewertung müssen für alle Projekte ab Umsatz von CHF 25'000.– gemacht werden. Je nach Art der Reise wird der Firmenkunde, also beispielsweise die Projektleiterin einer Versicherung bei einer Incentive-Reise, befragt oder die Endkunden beziehungsweise Gäste bei einer Leserreise.

Für die Weiterempfehlung wird eine angepasste Frage verwendet: «Auf Basis Ihres letzten Projektes mit MICExperts, wie wahrscheinlich ist es, dass Sie uns weiterempfehlen?» Bewertung von 0 (schlechtester Wert) bis 10 (besten Wert).

Die Skala wird wie folgt interpretiert: Score 9 bis 10: Promoters / Score 7 bis 8: Passives / Score 0 bis 6: Detractors

Der Prozentsatz der Promoters minus den Prozentsatz der Detractors bei der Weiterempfehlung ergibt den NPS-Wert.

Für die allgemeine Kundenzufriedenheit werden 5 bis 30 weitere Fragen gestellt, abhängig von der Art der Reise beziehungsweise den gebuchten Leistungen.

### 3.2 Kundeninformation

Die von TourCert erstellte Kundeninformations-Umfrage wurde an alle Mitarbeitenden von MICExperts und cotravel geschickt, da alle Mitarbeitenden als Kundenberater fungieren. Die Teilnahme war obligatorisch. Insgesamt haben 28 Kundenberater an der Umfrage teilgenommen, davon konnten nach Bereinigung nicht vollständig ausgefüllter Fragebogen nur 23 berücksichtigt werden.

In Bezug auf die Nachhaltigkeit berichteten 43 % der Kundenberater, dass sie den Kunden aktiv die Möglichkeit zur Kompensation der entstehenden Emissionen anbieten. Des Weiteren geben 40 % der Reiseberater an, dass sie Schulungen im Nachhaltigkeitsbereich erhielten, wie auch 65 %, dass sie die TourCert-Zertifizierung kennen. Ebenso erhalten Kunden Informationen und Erklärungen zu den spezifischen Gegebenheiten der Destinationen, auch wird zu 95 % auf ein angemessenes Verhalten im Gastland verwiesen.

Lücken wurden in folgenden Bereichen festgestellt: Nur 13 % erhalten Schulungen zum Kinderschutz, und es besteht kein einheitliches Verständnis bezüglich der CO2-Kompensationsmöglichkeiten. Auch in den Hintergrund gerückt sind Informationen zum Schutz der Biodiversität sowie zum Schutz des kulturellen Erbes in den Destinationen.

Aus diesen Erkenntnissen wurden konkrete Massnahmen formuliert, welche direkt im Verbesserungsplan festgehalten werden (siehe Verbesserungsprogramm, Anhang 1).

	Einheit	2017
CSR-Index Kundeninformation	%	40

## 4. MITARBEITENDE

### 4.1 Beschäftigtenstruktur

	Einheit	2017
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz	31,4
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	33,3
Freie Mitarbeitende	Anz	3
Mitarbeitende im Ausland	Anz	0
Lernende	Anz	0

Im Jahr 2017 beschäftigte MICExperts insgesamt 35 Mitarbeitende, davon 26 in den MICExperts Offices (Bern, Lausanne, Lugano, Zürich). Bei cotravel waren es 2017 9 Mitarbeitende in Basel. Davon waren 23 Vollzeit und 12 Teilzeit angestellt. Die Mitarbeitenden haben die Funktion von Projektmanagern und stehen alle im direkten Kundenkontakt. Die Reisen werden in Projektstruktur organisiert und normalerweise von mindestens 2 Mitarbeitenden betreut. Einige Mitarbeitende haben zusätzliche Aufgabenschwerpunkte wie Sales, Social Media, Betreuung der Website etc.

### 4.2 Arbeitsbedingungen

Jeder Mitarbeitende ist sich seiner Verantwortung bewusst und setzt sich mit viel Begeisterung, Engagement und Eigeninitiative in seinem jeweiligen Tätigkeitsbereich ein.

Jeder Mitarbeitende erhält einen individuellen Arbeitsvertrag, worin die folgenden Punkte vereinbart sind:

- Arbeitsbeginn
- Funktion/Einteilung
- Gehalt
- Beschäftigungsgrad
- Spezielle Abmachungen

Darüber hinaus informiert die Broschüre «Willkommen bei DER Touristik Suisse AG» ergänzend zum Arbeitsvertrag über die folgenden Themen:

- Richtlinien (Sinn und Zweck, Geltungsbereich, Reglementsänderung)
- Rund um den Arbeitsplatz (Berufsgeheimnis, Leihgaben, Mitarbeitendenbeurteilung etc.)
- Personalentwicklung (Aus- und Weiterbildungen)
- Arbeitsvertrag (Beginn und Beendigung des Arbeitsverhältnisses, Arbeitszeit, Überzeit, Feiertage, Gehalt, Zulagen und Spesen)

- Ferien und Absenzen (Ferien, Kurzurlaub, Militärdienst, Krankheit, Unfall, Lohnfortzahlung, unbezahlter Urlaub)
- Vorsorgeeinrichtungen und Versicherungen (Pensionskasse, Unfallversicherung, Krankentaggeld, Krankenkasse, Haftpflichtversicherung etc.)
- Vergünstigungen (Reisevergünstigungen, Vermittlung von neuen Mitarbeitenden)

Ausserdem stehen allen Mitarbeitenden von DER Touristik Suisse und deren Reisespezialisten folgende Fringe Benefits zur Verfügung:

- Informativ Studienreisen
- Reisevergünstigungen
- Unbezahlter Urlaub
- Teilnahme am Corporate Volunteering Day
- Bonusmeilen Geschäftsflüge
- Abonnements von Magazinen
- Teamevents, z. B. Weihnachtsessen
- Mitarbeitenden-Goodies an Weihnachten und Ostern
- Dienstjubiläum
- Interne Kurse zur Kaderausbildung, Spezialisierung (Talent Management)
- Vergünstigungen auf das ÖV-Abo
- Kostenloses Wasser durch Wasserspender
- Mitbenutzung Kantine, Pausen-/Aufenthaltsraum
- Finanzielle Beteiligung an externen Weiterbildungen
- Mutterschaftsurlaub (100 % Lohnzahlung während Mutterschaftsurlaub sowie Möglichkeit für unbezahlten Urlaub bis zu 6 Monate)
- Vermittlungsprämien bei erfolgreicher Vermittlung von neuen Mitarbeitenden

Auf der internen Plattform «Compass» können die Mitarbeiter von den weiteren Spezialangeboten profitieren.

Hohe Priorität haben Schulungsmöglichkeiten für die Mitarbeitenden. Viele Schulungen werden intern durchgeführt. Bei der Einstellung erhält jeder Mitarbeitende im Verkauf eine intensive Destinations- und Produkteschulung. Während der Studienreisen wird das Know-how vertieft. Weitere Aus- und Weiterbildungen werden von DER Touristik Suisse oder durch externe Stellen durchgeführt. Darunter zählen Verkaufsschulungen und Messetrainings. Kurse und Weiterbildungen wie zum Beispiel für die Berufsbildner zur Ausbildung von Lernenden wird von DER Touristik Suisse finanziell unterstützt, sofern dies das Unternehmen weiterbringt.

#### **4.3 Schulung zur Nachhaltigkeit**

Auch im neuen Jahr werden an mehreren Daten Corporate-Responsibility-Schulungen zur Nachhaltigkeit für die Mitarbeitenden angeboten. Spezifische Schulungen zu den Themen Nachhaltigkeit, Menschenrechte und Klimaschutz werden ab 2019 den Mitarbeitenden mehrmals pro Jahr angeboten. 2019 erfolgt auch neu die Auseinandersetzung mit dem Supplier Code of Conduct. Zudem führt DER Touristik Suisse jedes Jahr Einführungsschulungen für neue Mitarbeitende zum Thema Nachhaltigkeit durch.

#### **4.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit**

Unsere Mitarbeitenden haben eine besondere Leidenschaft für das Reisen, für exotische Kulturen und fremde Lebensweisen, die sie gerne mit ihren Gästen teilen. Deshalb arbeiten sie mit Hingabe daran, perfekte Ferien zu gestalten, was für sie bedeutet, in einen intensiven Dialog mit ihren Gästen zu treten, deren individuelle Wünsche und Bedürfnisse zu verstehen und ständig auf der Suche zu sein nach den besten Lösungen. Aufgabe des Unternehmens ist es, diese Mitarbeitenden zu motivieren und die Mitarbeiterfluktuation tief zu halten. Hierfür sind spezielle Massnahmen, wie im Folgenden beschrieben, erforderlich.

Im Oktober 2017 wurde eine DER-Touristik-weite Mitarbeitendenumfrage gemacht. Diese hatte zum Ziel, die Mitarbeitenden-Zufriedenheit im Unternehmen und insbesondere am neuen Arbeitsplatz zu messen. An der Befragung nahmen 83 % der Mitarbeitenden von DER Touristik Suisse teil. Der 9. Block umfasste Fragen zur Corporate Social Responsibility (CSR), welche sich auf den TourCert-Fragebogen stützen. Die Auswertung dieser Umfrage wurde Anfang Dezember 2017 für die Mitarbeitenden publiziert. Insgesamt zeigte sich, dass der Grossteil der Mitarbeitenden gerne bei DER Touristik Suisse arbeitet, und eine klare Mehrheit bewertete den Umgang mit den direkten Vorgesetzten positiv.

2018 wurden bei Geschäftsleitungs- und Kadermeetings auch die Pain Points aufgegriffen und entsprechende Massnahmen umgesetzt, wie zum Beispiel die Einführung eines 5-Tage-Vaterschaftsurlaubs, Erhöhung des Mindestlohns, Förderung flexibler Arbeitszeitmodelle sowie ein Projekt zur Analyse des «Gärtlidenkens».

#### **4.5 Pendelverkehr**

DER Touristik Suisse bekennt sich zur ökologischen Nachhaltigkeit und vergünstigt für Mitarbeitende den BonusPass (ZVV BonusPass und Z-BonusPass) mit bis zu 20 %. Mitarbeitende ausserhalb des ZVV- und Z-Netzes erhalten pro Jahr eine Beteiligung in Form des SBB-Mobilitätsbonus von bis zu CHF 200.– an ihr entsprechendes Jahresabonnement, oder DER Touristik Suisse übernimmt die gesamten Kosten für ein Halbtax-Abonnement.

Durch den Umzug nach Zürich Altstetten ist das Parkplatzangebot knapper und teurer geworden. Dies hatte zur Folge, dass noch weitere Mitarbeitende auf den öffentlichen Verkehr umgestiegen sind.

Die Bike-to-Work-Aktion motiviert zudem die Mitarbeitenden, einen Teil ihrer Pendelstrecke mit dem Fahrrad zurückzulegen. Zusätzlich zur sportlichen Aktivität können die Mitarbeitenden tolle Preise gewinnen. [www.biketowork.ch](http://www.biketowork.ch)

#### **4.6 Corporate Volunteering**

Bereits 2013 hat Kuoni Reisen ein langfristiges Corporate-Volunteering-Programm eingeführt. Dabei wird jedem Mitarbeitenden ein Arbeitstag pro Jahr für wohltätige Zwecke zur Verfügung gestellt, mit dem Ziel, das Mitarbeiterengagement zu fördern. 2017 arbeitete DER Touristik Suisse mit den Schweizer Pärken für die Volunteering-Einsätze zusammen, um einen Beitrag zum heimischen Umweltschutz zu leisten. Pro Jahr finden schweizweit drei bis vier Einsätze statt. Ende des Jahres können die Mitarbeitenden im Rahmen einer Weihnachtstombola ein Nachhaltigkeitsprojekt finanziell unterstützen und haben dabei die Möglichkeit, attraktive Preise zu gewinnen.



## 5. UNTERNEHMENSÖKOLOGIE

### 5.1 Energie

	Einheit	2017
kWh Stromverbrauch *	kWh	1163
kWh Wärmeenergie Erdgas *	kWh	2014
kWh Energieverbrauch gesamt *	kWh	3177
kWh Energieverbrauch gesamt pro Mitarbeitende/r *	kWh	101,16

\* Hinweis: Die Daten beziehen sich jeweils auf den Zeitraum 1.7.2017 bis 30.6.2018 und auf das Office von MICExperts Zürich am Hauptsitz in Altstetten. Die Offices von MICExperts in Bern, Lausanne und Lugano sowie cotravel in Basel sind nicht berücksichtigt.

2017 ist DER Touristik Suisse an die Herostrasse 12 in 8048 Altstetten umgezogen. Die neuen Büroräumlichkeiten von DER Touristik Suisse mit Kuoni, Helvetic Tours und den Premium Specialists, welche sich auf zwei Gebäude aufteilen (Herostrasse 12 und Vulkanstrasse 106), entsprechen den Minergie-Standards. Das Qualitätslabel Minergie steht für höchste Bauqualität. Die Gebäudehülle sorgt für einen kontrollierten Luftwechsel und schafft Schadstoffe und überschüssige Feuchtigkeit fort. Minergie-Bauten verfügen über eine hocheffiziente und erneuerbare Energieversorgung, sie heizen weitgehend fossilfrei und produzieren Anteile ihres Stromes selbst. Beide Gebäude verfügen über eine hinterlüftete Außenfassade aus Naturstein mit mineralischer Dämmung, hohem Tageslichtanteil durch grossen Innenhof und Atrium mit Dachfenstern sowie präsenz- und tageslichtabhängige Beleuchtung mit energieeffizienten Leuchtmitteln.

### 5.2 Ökostrom

Beim Elektrizitätswerk der Stadt Zürich (kurz EWZ) wird für beide Gebäude Strom aus Schweizer Wasserkraftwerken bezogen.

### 5.3 CO2-Emissionen

Da das neue Gebäude Minergie-zertifiziert und die Gebäudeeffizienz sehr hoch ist, ist der Pro-Kopf-Verbrauch mit rund 110 kWh eher gering bzw. durchschnittlich.

	Einheit	2017
CO2 Unternehmensökologie gesamt	t	5,08
CO2 pro Mitarbeitende/r	t	0,16

### 5.4 Kompensation Flugdienstreisen

Flugdienstreisen werden ab 1.1.2019 systematisch von unserem Business Travel erfasst. Ende 2019 werden unsere Flugdienstreisen zu 100 % durch die Organisation myclimate kompensiert. In welches myclimate-Projekt das Geld fliesst, wird im Verlauf des Jahres 2019 entschieden. Das Kompensationszertifikat wird zusammen mit dem Verbesserungsprogramm im Dezember 2019 eingereicht (siehe Verbesserungsprogramm, Anhang 1).

## 5.5 Papier

Katalogpapier wird zentral über die DER Touristik Group in-Deutschland eingekauft. Für den Umschlag wird das Papier «Burgo Omnisilk» und für den Inhalt das Papier «Kabel ArtiPress O matt» gebraucht. Beim Kopierpapier handelt es sich haupt-sächlich um «Plano Speed»-Kopierpapier, ein holzfreies, weisses, multifunktionales Naturpapier mit dem Umweltzertifikat «Euroblume». Alle drei Papierarten sind FSC-zertifiziert. Die Druck-Aufträge werden jährlich neu ausgeschrieben. Die Papierbestellungen am Hauptsitz laufen bei DER Touristik Suisse über Antalis.

	Einheit	2017
Gesamtgewicht Katalogpapier	kg	350
Anteil 100 % Recyclingpapier	%	0*
Papierge wicht (Kataloge) pro Reisende/r	kg	0,04
Papierge wicht (Büro) pro Mitarbeitende/r	kg	12,10

\* Hinweis: Wir beziehen ausschliesslich FSC-zertifiziertes Papier.

Zur Reduzierung des Papierverbrauchs ist doppelseitiges Dru-cken als Standardeinstellung bei jedem Mitarbeitenden installiert. Durch den neuen Standort wurde auch ein neues Druckerkonzept eingeführt. Es sind neu möglichst wenig Drucker im Einsatz, um einerseits Platz zu sparen und andererseits mit der Nutzung durch mehrere Abteilungen Kosten zu senken. Dadurch sind am neuen Standort 66 % weniger Drucker in Betrieb, was Betriebs-probleme reduziert. Durch die Einführung der «Follow-me»-Funktion können die Kosten und der Verbrauch pro Nutzer ermittelt werden.

Zukünftig wird ein Gesamtkonzept für den konzernweiten Papiereinkauf angestrebt, welches sich über alle Abteilungen erstreckt und sicherstellt, dass im Idealfall nur FSC-zertifiziertes und umweltfreundliches Papier eingekauft wird.



An den einzelnen Arbeitsplätzen gibt es seit dem Umzug keine persönlichen Abfalleimer mehr. Stattdessen stehen den Mitarbeitenden für die Entsorgung zentrale Wertstoffsammelstellen zur Verfügung. Diese ersetzen die bisherige Abfalleimerlösung pro Arbeitsplatz. Neu wird der Abfall nach Papier, allgemeine Abfälle, Glas, PET und Alu getrennt. Die Sammelstellen befinden sich an verschiedenen Positionen auf den Etagen und werden täglich geleert. Durch die Abfallzentralisierung konnte der Zeitaufwand für die Entleerungen um einiges verringert werden (von ca. 100 Stunden auf ca. 20 Stunden), was wiederum eine Kosten einsparung von ca. CHF 25'000.– einbringt.

## 5.6 Beschaffung

Der Einkauf von Verbrauchs- und Büromaterial wird von den Lernenden vorgenommen. Das Büromaterial wird jeweils beim Grossisten Lyreco bestellt. Verbrauchsmaterial wie Abwaschmittel wird im Supermarkt eingekauft. Eine neue interne Beschaffungsrichtlinie wird 2019 unternehmensweit erarbeitet, um die Nachhaltigkeit als zentrales Kriterium in unserer Beschaffung systematisch zu verankern.

## 6. LEISTUNGSTRÄGER IN DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Als Veranstalter können MICExperts und cotravel die negativen Auswirkungen hinsichtlich der Nachhaltigkeit ihrer Produkte oftmals nicht direkt kontrollieren, da die meisten Serviceleistungen von Vertragspartnern an den Destinationen erbracht werden. Wir können aber die Arbeitsweise der Leistungsträger und die Entwicklung an den Destinationen mitbeeinflussen, indem die Nachhaltigkeitsanforderungen in die Wertschöpfungskette integriert werden. Dies erfolgt einerseits durch den Supplier Code of Conduct und andererseits durch den teils persönlichen Kontakt zu den Agenturen, durch die Berichterstattung der Mitarbeitenden (z. B. bei Studienreisen) und durch Rückmeldungen der Kunden. Wichtig ist auch die Auswahl des DMC. Bei Projekten mit einem Umsatz ab CHF 50'000.– werden zwei DMCs gepitct. Die Entscheidung, welches DMC den Zuschlag bekommt, erfolgt auf Grundlage von verschiedenen Auswahlkriterien wie zielgruppengerechte Vorschläge, Kreativität des Programms und Kosten.

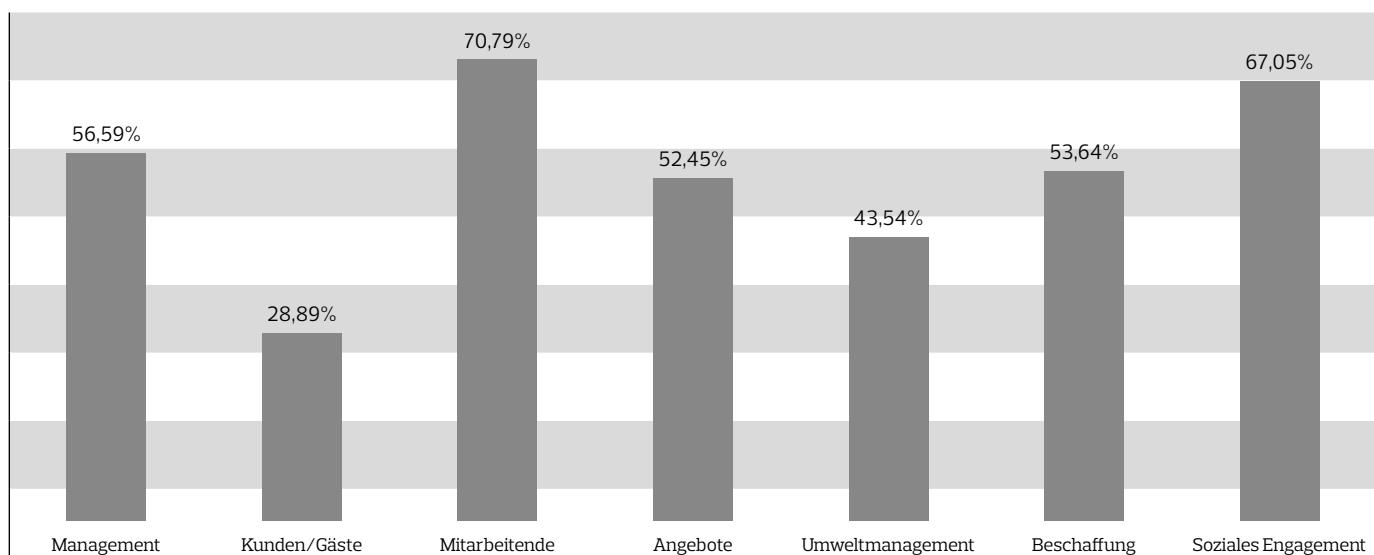
Unseren Agenturen wurde die TourCert-Umfrage per E-Mail zugestellt. Ebenso wurde der Umfragelink an die lokalen Agenturen verschickt mit der Bitte um Weiterleitung an die entsprechenden Unterkünfte.

Als Schwachpunkt bei der Produktgestaltung wurde insbesondere das Fehlen von klaren und strikten Nachhaltigkeitsrichtlinien bei der Auswahl von Leistungsträgern befunden. Im Jahr 2019 richtet sich unser Fokus verstärkt auf die Implementierung des neuen Supplier Code of Conduct sowie der neuen Tierschutzrichtlinien der DER Touristik Group, die seit 1.1.2019 in Kraft sind. Des Weiteren werden wir beim DMC-Pitch neu Nachhaltigkeit als ein Auswahlkriterium festlegen (siehe weitere Massnahmen im Verbesserungsprogramm im Anhang 1).

### 6.1 Partneragenturen

	Einheit	2017
CSR-Index Partneragenturen	%	53
	Einheit	2017
Anzahl befragte Partneragenturen gesamt	Anz	113
Anteil teilnehmende Partneragenturen	%	12

### TOURCERT-AUSWERTUNG DER MICEXPERTS- UND COTRAVEL-PARTNERORGANISATIONEN



## 7. COMMUNITY INVOLVEMENT

### 6.2 Unterkünfte

Die Befragung der Unterkünfte wurde ausgelassen, da MICExperts und cotravel die meisten Unterkünfte nicht direkt, sondern über DMCs buchen. Die Umfragen bei den wenigen direkt gebuchten Unterkünften würden kein repräsentatives Ergebnis erbringen.

### 6.3 Reiseleiter/innen

MICExperts beschäftigt keine eigenen Reiseleiter, sondern bucht diese über DMCs. Die Reisen von cotravel werden von Reiseleitern sowie hochkarätigen Fachreferenten begleitet. Alle Reiseleiter haben einen Rahmenvertrag mit DER Touristik Suisse. Spezifisch bei cotravel stellen wir neu per 1.1.2019 ein Anforderungsprofil an unsere Reiseleiter, in dem vor allem die Qualifikation der Reiseleiter hinsichtlich Nachhaltigkeit, Krisenbewältigung, Erste Hilfe und Destinations-Know-how sichergestellt werden kann.

	Einheit	2017
CSR-Index Reiseleiter/innen	%	70
Anzahl Reiseleiter/innen gesamt	Anz	19
Anteil befragter Reiseleiter/innen	%	26,31

**Winterhilfe:** DER Touristik Suisse pflegt eine enge Zusammenarbeit mit der Winterhilfe – eine traditionsreiche Schweizer Hilfsorganisation, welche die Auswirkungen von Armut in der Schweiz lindert. Die Winterhilfe unterstützt bedürftige Menschen mit finanzieller Hilfe, Betten, Kleidern und Ferien. Zusammen mit der Roger-Federer-Foundation ermöglicht sie zudem integrierende und entwicklungsfördernde Freizeitaktivitäten und Schulausstattungen für 6500 Kinder.

**Schulbau-Projekt Kambodscha:** Kambodscha ist ein schwieriges Pflaster für Schülerinnen und Schüler. In oftmals erschreckenden Verhältnissen ist der Bedarf an Schulen enorm. Mit der Unterstützung der deutschen Fly-&-Help-Stiftung hat DER Touristik Suisse ein Schulbauprojekt vor Ort initiiert und finanziert.

**Klimaschutz:** Die Folgen der Klimaveränderung beeinflussen den Tourismus sehr stark. Darum setzt sich DER Touristik Suisse weltweit für die Reduktion von Treibhausgasemissionen ein. DER Touristik Suisse kompensiert beispielsweise den Klimaeffekt eigener Geschäftsflüge und unterstützt in Zusammenarbeit mit der Klimaschutzorganisation myclimate mehrere Projekte in diesem Bereich. Flug- und Schiffreisegäste können für ihren Treibhausgasausstoss einen freiwilligen Geldbetrag bezahlen, den myclimate in Klimaschutzprojekte investiert. Schwerpunkt-mässig in Entwicklungsländern, aber auch in Europa und Neuseeland, werden mithilfe des Geldbetrages klimabelastende, fossile Energiequellen durch erneuerbare Energien ersetzt oder Energieeffizienz-Massnahmen realisiert. So wird dieselbe Menge an klimawirksamen Emissionen wieder eingespart. In Bali wird beispielsweise eine Recyclinganlage, die aus organischen Abfällen Kompost herstellt, unterstützt.

**Weiteres Engagement:** Corporate Volunteering in den Schweizer Pärken (siehe Kap. 5.6), Bike-to-Work (siehe Kap. 5.5) sowie Weihnachtstombola zugunsten der Winterhilfe, bei der CHF 1465.– durch Spenden der Mitarbeitenden zusammengekommen sind.

## Anhang 1

### MICEXPERTS UND COTRAVEL - TOURCERT VERBESSERUNGSPROGRAMM 2019-2020

Handlungsfeld	Ziel	Massnahme	Frist Monat/Jahr
Kunden/ Produktgestaltung	Kundensensibilisierung für Klimaschutz: Erhöhte Bereitschaft der Kunden für CO2-Kompensation.	Proaktives Hinweisen auf Möglichkeiten zur CO2-Kompensation sowie Abklärung: Freiwilliger CO2 Beitrag im Kundenbudget einrechnen (Opt-Out)	2019 2020
CR-Management	CR-Austausch (auf Wunsch integriert in MICExperts Team-Meeting)	CR-Austausch für das Verbesserungsprogramm (Stand der Dinge und Anpassungen)	2019 2020
Kunden/ Produktgestaltung	Give-Aways nachhaltiger gestalten	Cotravel: Nachhaltige Kriterien bei Bestellung Give Aways berücksichtigen sowie Reiseleiter sensibilisieren für Kauf nachhaltiger Give-Aways vor Ort MICExperts: DMC um nachhaltige Give-Aways anfragen und Kunden verstärkt auf nachhaltige Give-Aways hinweisen	2019 2020
Kunden/ Produktgestaltung	Kundensensibilisierung für die NH sowie Optimierung des Produkts auf NH; Fokus: sozi-kulturelle und regional-wirtschaftliche NH	Alle: Kunden werden verstärkt auf «Meet the Locals» und nachhaltige Reiseaktivitäten hingewiesen Cotravel: Reiseleiter weist Gäste vor Ort verstärkt auf Nachhaltigkeit hin	2019 2020
Unternehmensökologie	Dienstreisen: CO2 Kompensation	1. Erfassung aller Flug-Dienstreisen nach TourCert-Vorgaben, 2. Einladende Parteien (DMC, Hotelketten, Convention Bureaus, Messen etc.) werden dazu eingeladen 100% CO2 zu kompensieren; wenn diese es nicht tun, erfolgt Kompensation durch MICExperts, 3. myclimate-Kompensationszertifikat anfordern und 4. TourCert zusenden	2019 2020
Leistungsträger	Abklärung: Monitoring der Umsetzung des neuen Supplier code of Conducts	Prüfen ob Monitoringssystem entwickelt werden kann, um die Umsetzung des neuen SCoC zu überprüfen, ggf. auch als einfaches Zertifizierungssystem in der Wert-schöpfungskette (TourCert Check)	2019 2020
CR-Management	Verankerung der UN SDGs als organisatorisches Dach des CR-Engagements in der DER Touristik Suisse	Verabschiedung durch die DTS Geschäftsleitung, Zusammenführen des CR-Engagements sowie entsprechende Vervollständigung unseres CR-Engagements	2019/01
Leistungsträger	Mehr NH entlang der Wertschöpfungskette	DMC Pitch: Nachhaltigkeits-Grundsätzen in DMC Briefing erwähnen und Nachhaltigkeit neu als ein weiteres Kriterium bei der DMC-Auswahl ergänzen	2019/01
Leistungsträger	Sicherstellung von Partnerschaften mit gleichen Nachhaltigkeitsgrundsätzen gemäss SCoC	Per 2019 werden mit Leistungsträgern nur noch schriftliche Vereinbarungen gemacht (keine mündlichen Vereinbarungen, nur Verträge und Mails sind erlaubt)	2019/01
Unternehmensökologie	Gesamtkonzept für Küchen-Optimierung im HQ (Vulkanstrasse 106)	Einführung von öko-Putzlinie von Gamma Renax	2019/01
Unternehmensökologie	Integration von NH beim Druckpapier am HQ	Wechsel beim A4 80g Druckpapier von Frischfaser ohne NH-Labels auf Labels auf recycelbares Papier mit FSC, Ecolabel und blauer Engel	2019/01
Unternehmensökologie	Gesamtkonzept für Küchen-Optimierung im HQ (Vulkanstrasse 106)	Abklärung: Einführung von Nespresso Kaffeekapseln-Recycling	2019/02
CR-Management	Gesamtkonzept für TourCert- bzw. NH-Verflechtung in Kommunikations- und Marketingkanäle (intern/extern)	Integration von NH Engagement (u.a. TourCert-Prozess) in externe und interne Kommunikation (z.B. Kataloge)	2019/03
Unternehmensökologie	Gesamtkonzept für Reduzierung des Plastikverbrauches im HQ (Herostrasse 12, Vulkanstrasse 106 und Timeout)	COMPASS Mehrweggeschirr-Projekt	2019/03
Mitarbeitende	Verstärktes Engagement der Mitarbeiter bezüglich CR-Ambitionen	Nachhaltigkeit als Ziel bei allen Mitarbeitern in MbO 2019 erfassen	2019/04
Mitarbeitende	Sensibilisierung über DER Touristik Supplier Code of Conducts	Integration in CR-Schulung und CR Vorträge in Team-Meetings	2019/05
Leistungsträger	Rollout und Verankerung des neuen Supplier Code of Conducts (Scoc) und der Animal Welfare (AW)-Richtlinie per 1.1.19	Zusenden der neuen SCoC und AW-Richtlinien	2019/06
Mitarbeitende	Verstärkte Mitarbeitendesensibilisierung der DTS CR-Ambitionen	CR-Flyer gestalten für MA mit CR-Tipps für im (Berufs-)Alltag + Compass Beiträge zu CR-Themen	2019/07
Kunden/ Produktgestaltung	Unternehmenseigenen Standard für die Entwicklung der Kundenangebote erstellen	Prüfen, ob auf Basis des Produkt-Check von TourCert ein unternehmenseigenen (MICExperts & Cotravel) Standard / Leitfaden für die Entwicklung von Kundenangeboten erstellt werden kann -> Entwicklung eines Leitfadens mit No-Go's sowie praxisnahen Tipps für nachhaltigere Reiseangebote	2019/08
Kunden/ Produktgestaltung	Abklärung: Eigenes Nachhaltigkeits-Projekt unterstützen	Abklären ob MICExperts bzw. Kunden eigenes Nachhaltigkeits-Projekt unterstützt	2019/08
Mitarbeitende/Kunden	Sensibilisierung über den Kinderschutz	Abklärung: Interne oder externe Schulung zum Kinderschutz und Bereitstellung der Informationen über Kinderschutz für die Kunden	2019/08
Unternehmensökologie	Abklärung von NH am Arbeitsplatz ausserhalb HQ (Druckpapier, Mülltrennung, Recycling etc.)	Wechsel beim A4 80g Druckpapier von Frischfaser ohne NH-Labels auf Labels auf recycelbares Papier mit FSC, Ecolabel und blauer Engel Prüfen von NH und Massnahmen zu Mülltrennung, Recycling etc.	2019/08
Leistungsträger	Cotravel: Sicherstellung der Qualifikation der Reiseleiter	Anforderungsprofil für Reiseleiter (Nachhaltigkeit, Krisenbewältigung, 1. Hilfe, Destinations Know-how) entwickeln und gegebenenfalls Schulung anbieten	2019/09
Leistungsträger	MICExperts: Abklären ob Anforderungsprofil für Reiseleiter notwendig ist	Abklären ob Anforderungsprofil (Nachhaltigkeit, Krisenbewältigung, 1. Hilfe, Destinations Know-how) für Reiseleiter notwendig ist	2019/09
Mitarbeitende	Mitarbeitende für Nachhaltigkeit und TourCert sensibilisieren	«TourCert Hero» - Aufruf an die Mitarbeitenden Ideen aus ihren Wirkungsbereichen einzubringen für nächstes Verbesserungsprogramm (mit Gewinnspiel)	2019/09
Kunden/ Produktgestaltung	Kundenumfragen um Nachhaltigkeitsaspekte ergänzen	Vorlage für Kundenumfragen um Nachhaltigkeitsaspekte ergänzen	2019/11
Community Involvement	Inland: Corporate Volunteering	Corporate Volunteering zum Tag des Kindes	2019/11
CR-Management: Rezertifizierung in 2020	Einreichung des Verbesserungsprogrammes	Einreichen bei TourCert	2019/12
Community Involvement	Inland: Biodiversität fördern	Abklärung: Projekt im Rahmen einer Begrünung und/oder Bienenzucht auf Gebäude-dach an der Vulkanstrasse 106	2020/02
CR-Management: Rezertifizierung in 2020	Neue TourCert-Aufgaben für Re-Zertifizierung	Zufriedenheit der Geschäftspartner erfassen / EcoMapping / Analyse der Servicekette	2020/06
CR-Management: Rezertifizierung in 2020	CR-Austausch für Rezertifizierungsprozess	CR-Austausch für Kick-off und Erstellung V-Programm für die Rezertifizierung	2020/06
CR-Management: Rezertifizierung in 2020	TourCert Re-Zertifizierungsprozess: Stärken/Schwächen-Stakeholder Workshop	Workshops durchführen (ganzer Prozess nochmals durchlaufen)	2020/10

## Anhang 2: Supplier Code of Conduct

# NACHHALTIGKEITSSTANDARD FÜR LIEFERANTEN DER TOURISTIK GROUP

## Präambel

Als internationaler Reisekonzern ist sich die DER Touristik Group der Verantwortung bewusst, die sie gegenüber den Gastgeberländern, ihren Kulturen wie auch gegenüber ihren Kunden, Partnern, Mitarbeiter/-innen und der Gesellschaft hat. Daher ist eine auf verantwortungsvolle und auf langfristige Wertschöpfung ausgerichtete Geschäftsführung Grundlage des DER Touristik Nachhaltigkeitsengagements. Die DER Touristik Group setzt sich höchstmögliche Standards unternehmerischen Verhaltens und stellt deren Einhaltung zu jeder Zeit sicher. Sie handelt ethisch und nachhaltig, um sicherzustellen, dass sie und ihre Partner die Interessen von Gesellschaft und Umwelt schützen.

Der Nachhaltigkeitsstandard für Lieferanten formuliert die Anforderungen an alle Lieferanten, also Leistungsträger, der DER Touristik Group. Bei der Auswahl unserer Geschäftspartner sowie der Beurteilung neuer und bestehender Leistungsbeziehungen, sind neben wirtschaftlichen Kriterien auch Geschäftsethik, die Einhaltung der Menschenrechte und Arbeitsstandards sowie der Umweltschutz und Tierschutz von Bedeutung. Der Nachhaltigkeitsstandard ist Bestandteil unserer Vertragsbedingungen und für alle Regionen der Welt gültig, in denen die DER Touristik Group tätig ist. Es wird erwartet, dass die Einhaltung der Anforderungen durch alle unsere Geschäftspartner und ihre Mitarbeiter sichergestellt wird.

Der Einkäufer behält sich vor, die Einhaltung dieses Nachhaltigkeitsstandards mithilfe eines Self-Assessment-Fragebogens und/oder an den Betriebsstätten des Lieferanten durchgeführten Audits zu überprüfen; der Leistungsträger verpflichtet sich zur Mitwirkung.

## 1. Einhaltung von Gesetzen

Der Leistungsträger hält sämtliche für sein Unternehmen geltenden Gesetze ein, unabhängig davon, ob die Einhaltung von staatlichen Behörden kontrolliert wird. Dies gilt sowohl für inländische, ausländische oder überstaatliche Gesetze, Verordnungen, Konventionen oder sonstige Vorschriften. Sollten die Regelungen dieses Verhaltenskodex oder internationale Rechtsvorschriften und Konventionen von lokalen Vorschriften abweichen, gilt stets die strengere Regelung.

## 2. Verbot von Korruption und Bestechung

Die DER Touristik erwartet, dass der Leistungsträger seine Geschäfte in ethischer und verantwortungsvoller Weise führt und sich fair am Wettbewerb beteiligt. Korruption und Bestechung werden in keiner Form toleriert. Der Lieferant muss sicherstellen, dass ausreichende Verfahren zur Vermeidung von Interessenskonflikten vorhanden sind.

## 3. Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung

Der Leistungsträger stellt durch geeignete Maßnahmen sicher, dass sein Geschäftsbetrieb oder seine Räumlichkeiten nicht zum Zwecke der Kinderprostitution, der Beschaffung von Kindern für sexuelle Zwecke oder zur Herstellung, Verteilung oder Lagerung von pornografischem Material mit Minderjährigen genutzt werden.

Verdächtiges Verhalten von Gästen, Mitarbeitern, Mitarbeitern von Geschäftspartnern des Lieferanten oder anderen Personen, das auf dem Gelände des Lieferanten oder während Ausflügen beobachtet oder dem Lieferanten zur Kenntnis gebracht wird, muss der Lieferant den örtlichen Strafverfolgungsbehörden melden.

Die DER Touristik behält sich das Recht vor, den Vertrag mit dem Lieferanten fristlos zu kündigen, wenn ihr bekannt wird, dass der Lieferant kriminelle Handlungen, wie z. B. die sexuelle Ausbeutung von Kindern fördert oder duldet.

## 4. Einhaltung von Menschenrechten & Sozialstandards

Der Leistungsträger hält die grundlegenden Arbeitnehmerrechte der jeweils geltenden nationalen Gesetzgebung ein und erkennt die Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) unter Berücksichtigung der in den verschiedenen Ländern und Standorten geltenden Gesetze und Rechtsformen an.

### 4.1 Zwangsarbeit

Das schließt das Verbot von Zwangsarbeit, Sklavenarbeit oder unfreiwillige Gefängnisarbeit ein.

### 4.2 Kinder- und Jugendarbeit

Leistungsträger dürfen keine Kinderarbeit einsetzen. Sie sind aufgefordert, sich an die ILO-Konventionen als Basisstandard zum Mindestalter für die Zulassung zur Beschäftigung sowie zum Verbot von Kinderarbeit zu halten. Kinder dürfen in ihrer Entwicklung nicht gehemmt werden. Ihre Bildung, Sicherheit und Gesundheit darf nicht beeinträchtigt werden.

### 4.3 Diskriminierung

Leistungsträger müssen ein Arbeitsumfeld schaffen, das frei von Belästigung und Diskriminierung ist und allen Mitarbeitern Würde und Respekt entgegenbringt. Diskriminierung aus Gründen wie Abstammung, Herkunft, Nationalität, Hautfarbe, Religion, Weltanschauung, politischer und gewerkschaftlicher Betätigung, Geschlecht, sexueller Orientierung, Alter, Behinderung, Krankheit oder Familienstand wird nicht toleriert.

### 4.4 Faire Behandlung

Grobe und unmenschliche Praktiken am Arbeitsplatz sind nicht erlaubt. Körperlicher Missbrauch, Bestrafung oder Androhung von körperlichem Missbrauch oder Bestrafung, jede Art von sexueller oder anderer Belästigung und anderer Formen der Einschüchterung sind verboten.

### 4.5 Vergütung und Arbeitszeit

Der Leistungsträger hält alle geltenden nationalen Gesetze und verbindlichen Branchenstandards zu Löhnen und Gehältern sowie Sozialleistungen ein. Die Arbeitszeiten und arbeitsfreien Zeiten müssen mindestens den geltenden Gesetzen, den Branchenstandards oder den einschlägigen ILO-Konventionen entsprechen, je nachdem, welche Regelung strenger ist.

Der Leistungsträger soll sicherstellen, dass mit Mitarbeitern vor Arbeitsantritt ein verständlicher, schriftlicher Arbeitsvertrag geschlossen wird, der die Beschäftigungsbedingungen in einer vom Arbeitnehmer verstandenen Sprache deutlich vermittelt.

Arbeitnehmer dürfen nicht aufgefordert werden Sicherheiten zu hinterlegen oder verspätete Lohnzahlungen zu akzeptieren. Der Leistungsträger stellt sicher, dass der Arbeitnehmer für den Abschluss des Arbeitsvertrages keine Vermittlungsgebühren an Dritte zahlt.

#### **4.6 Sicherheit am Arbeitsplatz**

Der Leistungsträger gewährleistet die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz mindestens im Rahmen der jeweils geltenden nationalen Bestimmungen. Er unterstützt eine ständige Weiterentwicklung zur Verbesserung des Arbeits- und Gesundheitsschutzes.

#### **4.7 Vereinigungsfreiheit**

Das Recht aller Mitarbeiter sich kollektiv zu organisieren und zu verhandeln, soll vom Leistungsträger anerkannt werden.

#### **5. Umweltstandards**

Der Leistungsträger soll den Umweltschutz hinsichtlich nationaler Gesetze, Regelungen und Standards einhalten.

---

Lieferant/Leistungsträger (Name der Gesellschaft)

---

Name Vertreter (Unterschrift)

---

Lieferant/Leistungsträger (Name der Gesellschaft)

---

Name Vertreter (Unterschrift)

Der Leistungsträger soll zum Schutz der Umwelt verantwortungsvoll handeln. Potenziell negative Auswirkungen seiner Geschäftstätigkeit auf die Gemeinschaft, die Umwelt und die natürlichen Ressourcen sollen minimiert und Maßnahmen zur Wiederverwendung und Wiederverwertung gefördert werden. Der Leistungsträger ist gehalten den Umweltschutz in seinen Geschäftsprozessen kontinuierlich zu verbessern. Das Vorhandensein von geeigneten Umweltmanagementsystemen betrachten wir dabei als vorteilhaft.

Verfahren und Standards für die Abfallbewirtschaftung, den Umgang mit Chemikalien und anderen gefährlichen Stoffen sowie deren Entsorgung als auch für Emissionen und für die Abwasserbehandlung sind einzuhalten.

#### **6. Tierschutz**

Tiere müssen als fühlende Wesen behandelt werden und den notwendigen Respekt und Schutz erhalten, um ihr Wohlergehen zu gewährleisten. Tiere in Gefangenschaft müssen unter artgerechten Bedingungen gehalten werden, die ihnen ein normales Verhalten erlauben, und dürfen nicht missbraucht oder zu unnatürlichem Verhalten gezwungen werden. Der Lieferant muss die Mindestanforderungen an artgerechte Tierhaltung des britischen Reiseverbandes ABTA erfüllen.

---

Einkäufer (Name der Gesellschaft)

---

Name Vertreter (Unterschrift)

---

Einkäufer (Name der Gesellschaft)

---

Name Vertreter (Unterschrift)

**Impressum**

MICExperts mit seiner Submarke cotravel / DER Touristik Suisse AG  
Herostrasse 12  
CH-8048 Zürich

MICExperts: +41 44 277 51 11  
[www.micexperts.ch](http://www.micexperts.ch)

**Kontakt**

Tony Reyhanloo  
Project Manager Corporate Responsibility  
Tel.: +41 56 203 66 02  
Email: [Tony.Reyhanloo@dertouristik.ch](mailto:Tony.Reyhanloo@dertouristik.ch)

Jahr der Datenerfassung ist 2017; Umfragen, Analysen und Workshops wurden im Jahr 2018 durchgeführt. Offizieller Abschluss dieses Berichtes ist der 31. Januar 2019. Die Zahlen in diesem Bericht beziehen sich mehrheitlich auf die Summe beider Reiseveranstalter MICExperts und cotravel. Organisatorisch ist cotravel ein Teil von MICExperts, daher ist oftmals eine strikte Trennung der Daten nicht möglich. Der Einfachheit halber wird im gesamten Text die männliche Form verwendet; die weibliche Form ist selbstverständlich eingeschlossen.