

# TourCert® Prüfbericht

Travel for Tomorrow

Name des Reiseveranstalters	Akwaba Travel GmbH	
Anzahl Mitarbeitende (in Vollzeitäquivalenten) *	3	
Durchschnittliche Flugkilometer pro Reisende/r **	Flugkilometer	Kategorie
	13.258	Kategorie C: 7.601 - 15.000 km
Zertifiziert seit	Erst-Zertifizierung	

Auditor/in	Susy Karammel
Datum des Audits	20.07.2018
Art des Audits	Fernaudit

Gesprächspartner/innen	Name	Position
		Johannes Soeder

\* Für Unternehmen mit bis zu 4,9 Mitarbeitenden (VZÄ) gelten die Anforderungen für Kleinveranstalter (siehe Durchführungsbestimmungen).

\*\* Durchschnittliche Flugkilometer pro Reisende/r: Flugkilometer aller Reisenden (Paxe) in den untersuchten Destinationen. Diese Kennzahl dient der Einteilung des Reiseveranstalters in eine von vier Benchmark-Kategorien für den folgenden Kernindikator: "CO2-Emissionen abzgl. kompensierter Emissionen pro Gast und Tag"  
 Kategorie A: 0 - 1.600 km / Kategorie B: 1.601 - 7.600 km / Kategorie C: 7.601 - 15.000 km / Kategorie D: ab 15.001 km

## Zusammenfassung

### Gesamtbewertung

Akwaba Travel GmbH ist ein Inhaber geführtes Unternehmen, das mit Nachhaltigkeit als Leitfaden für die Reisen nach Afrika gegründet wurde. Das Unternehmen, das seit 2014 tätig ist, arbeitet hauptsächlich mit lokalen Leistungsträgern zusammen. Zu anderen Unternehmen setzt es sich klar durch die Entscheidung für lokale Reiseleiter ab, die fest vor Ort verwurzelt sind und somit authentisch über ihre eigene Kultur berichten und vermitteln können. Akwaba Travel befindet sich in Bezug auf den Umfang der angebotenen Destinationen noch in der Findungsphase. Dies hat zur Folge, dass es einige Angebote gibt, die mit relativ wenig Buchungszahlen durchgeführt werden und somit nicht viel Verhandlungsspielraum mit den Leistungsträgern vor Ort zu lassen. Dies wird im kommenden Geschäftsjahr noch mal genauer in Betracht gezogen, um hier Optimierungsmöglichkeiten auszuschöpfen. Die Entscheidung, den CO2-Kompensationsbeitrag für atmosfair in den Reisepreis mit einzupreisen zeigt, dass es dem Unternehmen mit der Nachhaltigkeit ernst ist. Dienstreisen werden ab 2018 kompensiert werden, hierfür war bisher einfach die Umsatzlage ein limitierender Faktor. Das Unternehmen hat ein realistisches Verbesserungsprogramm etabliert und arbeitet gewissenhaft an der Umsetzung. Hervorzuheben ist, dass Akwaba Travel bei der Wahl für den Katalogdruck - Recycling-Papier, umweltfreundliche Farben, lokale Druckerei, daher kurze Transportwege, direkte Kommunikation und Stärkung lokaler Wirtschaft - sehr beispielhaft für die gesamte Branche voranschreitet.

Das Unternehmen wird zur (Re-) Zertifizierung empfohlen:	<input type="checkbox"/>	Ja	Susy Karammel 25.07.2018
	<input checked="" type="checkbox"/>	Ja, mit Auflagen	
	<input type="checkbox"/>	Nein	

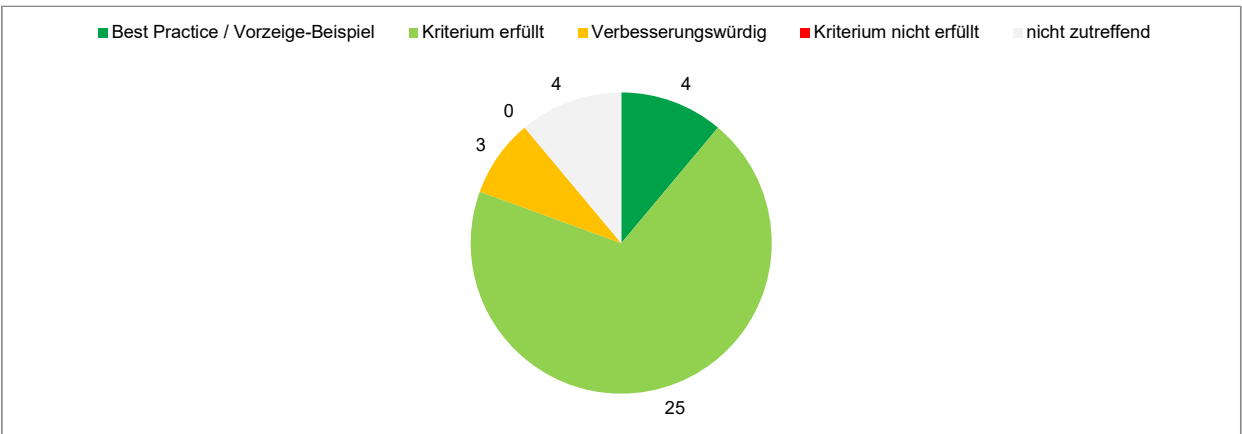
Auflagen	Terminierung
Dienstreisen müssen zu 50% kompensiert werden.	2018/2019 zu gewährleisten bis zum nächsten Audit

## Empfehlungen


## Erfüllung der Kriterien

		Anzahl	Anteil
■ ■ ■ ■	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	4	13%
■ ■ ■	Kriterium erfüllt	25	78%
■ ■	Verbesserungswürdig	3	9%
■	Kriterium nicht erfüllt	0	0%
n/a	nicht zutreffend	4	













Erfüllungsgrad	Akwaba Travel GmbH	Benchmark
Best Practice & Kriterium erfüllt	91%	



# Bewertungs-Matrix

Das Audit basiert auf dem TourCert-Kriterienkatalog für Reiseveranstalter in der Fassung vom Juni 2015.

Kriterium		Bewertung	
<b>1.</b>	<b>Management</b>		
1.1	<b>Leitbild</b> 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.		
1.2	<b>CSR-Beauftragte/r</b> 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.		
1.3	<b>Legal Compliance</b> Das Unternehmen stellt sicher, dass alle relevanten Gesetze erfüllt werden (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).		
1.4	<b>Supplier Code</b> 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.		
1.5	<b>Menschenrechte</b> Das Unternehmen hat die für ihn relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert.		
1.6	<b>Kinderschutz</b> Das Unternehmen gewährleistet den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung entlang der Wertschöpfungskette und orientiert sich dabei an den Empfehlungen des Kinderschutzkodex „The Code“.		
1.7	<b>Stakeholder-Analyse</b> Das Unternehmen hat seine internen und externen Stakeholder identifiziert (z.B. mit einer Stakeholder-Landkarte) und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.	n/a	
1.8	<b>Stakeholder-Dialog</b> Das Unternehmen führt einen aktiven CSR-Dialog mit seinen Stakeholdern, informiert über das eigene CSR-Management und fördert die nachhaltige Entwicklung der Stakeholder.	n/a	
1.9	<b>Information und Kommunikation</b> Das Unternehmen bewirbt bei seinen Kunden aktiv das nachhaltige Reisen.		
1.10	<b>Priorisierung der Handlungsfelder</b> Das Unternehmen hat auf der Grundlage der Bestandsaufnahme eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie eine Priorisierung der Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt und seine wichtigsten Handlungsfelder identifiziert (Portfolio-Analyse oder Wesentlichkeitsanalyse).		
1.11	<b>Monitoring und kontinuierliche Verbesserung</b> Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.		
1.12	<b>Nachhaltigkeitsbericht</b> Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.	n/a	

2. Wirtschaftsdaten			
2.1	<b>Ökonomische Nachhaltigkeit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur ökonomischen Nachhaltigkeit.		
3. Reiseangebote			
3.1	<b>Angebotsportfolio</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zu den verkauften Reisen.		
3.2	<b>Produktgestaltung</b> Das Unternehmen erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit seiner eigenen touristischen Angebote.		
3.3	<b>CO2-Emissionen der Reisen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen.		
4. Kunden			
4.1	<b>Kundenzufriedenheit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Kunden inklusive die Wahrnehmung von nachhaltigen Aspekten der Reisen.		
4.2	<b>Kundeninformation</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Qualität und Nachhaltigkeit seiner Kundeninformation.		
5. Mitarbeitende			
5.1	<b>Schulung zur Nachhaltigkeit</b> 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.		Alle Mitarbeiter haben die online-Schulung zu TourCert als auch zum Kinderschutz durchgeführt. Zur Zeit wird mit The Code/ Ecpat die Unterzeichnung von The Code verhandelt.
5.2	<b>Bezahlung</b> Das Unternehmen orientiert sich an den Tarifföhnen und Tarifvereinbarungen.		
5.3	<b>Überstundenregelung</b> Das Unternehmen hat eine Überstundenregelung.		
5.4	<b>Freiwillige Sozialleistungen</b> Das Unternehmen hat ein System von freiwilligen Sozialleistungen.		
5.5	<b>Interessenvertretung</b> Das Unternehmen fördert eine Interessenvertretung oder einen Betriebsrat der Mitarbeitenden.	n/a	
5.6	<b>Gerechtigkeit und Inklusion</b> Das Unternehmen bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung.		
5.7	<b>Beschäftigtenstruktur</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Beschäftigtenstruktur.		
5.8	<b>Mitarbeitenden-Zufriedenheit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Zufriedenheit der Mitarbeitenden.		

6. Unternehmensökologie			
6.1	<b>Energie</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Energieverbrauch am Bürostandort.		Der Energieverbrauch wird erhoben, doch bleibt durch die derzeitigen Büromietverhältnisse keine Wahl was den Energieversorger anbelangt. Dies ändert sich zum 01. September 2018, da dann neue Büroräume bezogen werden und dann ein Nachhaltiger Energieversorger gewählt werden kann.
6.2	<b>Ökostrom</b> Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.		Der Energieverbrauch wird erhoben, doch bleibt durch die derzeitigen Büromietverhältnisse keine Wahl was den Energieversorger anbelangt. Dies ändert sich zum 01. September 2018, da dann neue Büroräume bezogen werden und dann ein Nachhaltiger Energieversorger gewählt werden kann.
6.3	<b>CO2-Emissionen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO2-Emissionen am Bürostandort.		
6.4	<b>Kompensation Flugdienstreisen</b> Das Unternehmen kompensiert die eigenen Flugdienstreisen mindestens zu 50%.		Da das Unternehmen erst seit 2014 besteht, war der bisherige Umsatz noch nicht ausreichend um die Kompensation der Dienstreisen zu gewährleisten. Dies wird jedoch ab 2018 umgesetzt.
6.5	<b>Papier</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.		Hervorzuheben ist, das Akwaba Travel bei der Wahl für den Katalogdruck - Recycling-Papier, umweltfreundliche Farben, lokale Druckerei, daher kurze Transportwege, direkte Kommunikation und Stärkung lokaler Wirtschaft - sehr beispielhaft für die gesamte Branche voranschreitet. Auch was den Verbrauch angeht, gibt es die Bestrebung den Papierverbrauch - Kataloge, Reiseunterlagen, Flyer - immer stärker zu verringern.
6.6	<b>Beschaffung</b> Das Unternehmen bezieht nachhaltige (regional produzierte, biologische, umweltfreundliche und fair gehandelte) Produkte und Dienstleistungen.		Für Transporte die mit der Beschaffung von Materialien und/oder Messeauftritte zu tun haben, wird Carsharing genutzt.
7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette			
7.1	<b>Partneragenturen</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Partneragenturen durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.		
7.2	<b>Unterkünfte</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Unterkünfte durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.		
7.3	<b>Reiseleiter</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Reiseleiter durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.		Die Reiseleiter sind Einheimische die über die Vertragspartner engagiert werden.
7.4	<b>Geschäftspartner</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Geschäftspartner sowie den Grad der Qualität seiner Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber diesen Partnern.		
8. Community Involvement			
8.1	<b>Unterstützung von Nachhaltigkeits-Projekten</b> Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.		
	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	Das Kriterium wird in vorbildlicher Weise erfüllt und dient anderen Unternehmen als Vorzeige-Beispiel.	
	Kriterium erfüllt	Das Kriterium wird vollständig oder weitgehend erfüllt und es besteht nur wenig Verbesserungspotential.	
	Verbesserungswürdig	Das Kriterium wird teilweise erfüllt und es besteht Verbesserungsbedarf.	
	Kriterium nicht erfüllt	Das Kriterium wird nicht oder nur in unzureichendem Maße erfüllt. Es besteht dringender Verbesserungsbedarf.	
n/a	nicht zutreffend	Das Kriterium ist für den Reiseveranstalter nicht zutreffend (z.B. aufgrund der Regelung für Kleinveranstalter).	

# Kernindikatoren

			Ø	2017
1	Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	57,2	63,6
2	CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Gast/Tag	kg	272,0	212
3	Zufriedenheitsindex Geschäftspartner	%	83,9	-
4	Qualitätsindex Kundeninformation	%	67,2	-
5	Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	77,0	-
6	CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Geschäftsstelle pro MA	t	2,6	23*
7	CSR-Index Produktgestaltung	%	61,0	75
8	CSR-Index Partneragenturen	%	63,5	79
9	CSR-Index Unterkünfte	%	54,0	55
10	CSR-Index Reiseleitung	%	77,5	-

\*Sehr hoch, da 2017 noch nicht kompensiert wurde. Das wird ab 2018 nachgeholt, da Umsatzlage es nicht möglich gemacht hat. Dafür werden 100% der verkauften Reisen kompensiert, was weitaus höher ist.

