

# Prüfbericht TourCert Zertifizierung

Akwaba Travel GmbH

Datum des Audits: August 2020



# Prüfbericht

Name des Reiseveranstalters	Akwaba Travel GmbH	
Anzahl Mitarbeitende (in Vollzeitäquivalenten) *	4,5	
Flugkategorie	Flugart	Kategorie
	Langstreckenflug 2	Kategorie D: 4,6694 t CO2/Gast
	Durchschnittliche KM	
Andere Transportmittel		
Zertifiziert seit	01.08.2018	

Auditor/in	Dr. Peter Zimmer
Datum des Audits	12.08.2020
Art des Audits	Fernaudit

	Name	Position
Gesprächspartner/innen	Johannes Soeder	stellvertr. GF und NH-Beauftragter

\* 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"

## Zusammenfassung

### Gesamtbewertung

Akwaba Travel GmbH/ Akwaba Afrika ist ein noch relativ junges, nachhaltig orientiertes Reiseunternehmen, dass auf individuelle Aktiv-, Abenteuer- und Erlebnisreisen in Afrika spezialisiert ist. Seit der Gründung im Frühjahr 2014 planen, organisieren und führen sie Privatreisen in Afrika mit höchstem qualitativen und nachhaltigen Anspruch sowie mit hohem Begegnungsfaktor durch. Die Zusammensetzung des Reisepreises wird auf der wenseite nach Anteilen für lokale Wertschöpfung, Nachhaltigkeit, Flug inkl. Steuern, Akwaba Afrika und sonstigen Kosten transparent gemacht und die einzelnen Positionen werden erklärt. Die CO2-Kompensation ist im Reisepreis integriert und wird über atmosphärisch abgewickelt. Das Team hat sowohl an Nachhaltigkeits- wie auch ECPAT-Schulungen teilgenommen. Nach dem Büroumzug konnte auch auf Ökostrom umgestellt werden. Alles in allem ein wirklich vorbildliches Unternehmen.

Das Unternehmen wird zur (Re-) Zertifizierung empfohlen:	<input checked="" type="checkbox"/>	Ja	Dr. Peter Zimmer 24.08.2020
	<input type="checkbox"/>	Ja, mit Auflagen	
	<input type="checkbox"/>	Nein	

Auflagen	Terminierung
Supplier Code of Conduct in die Verträge aufnehmen oder separat an die Partner senden.	Ende 2020

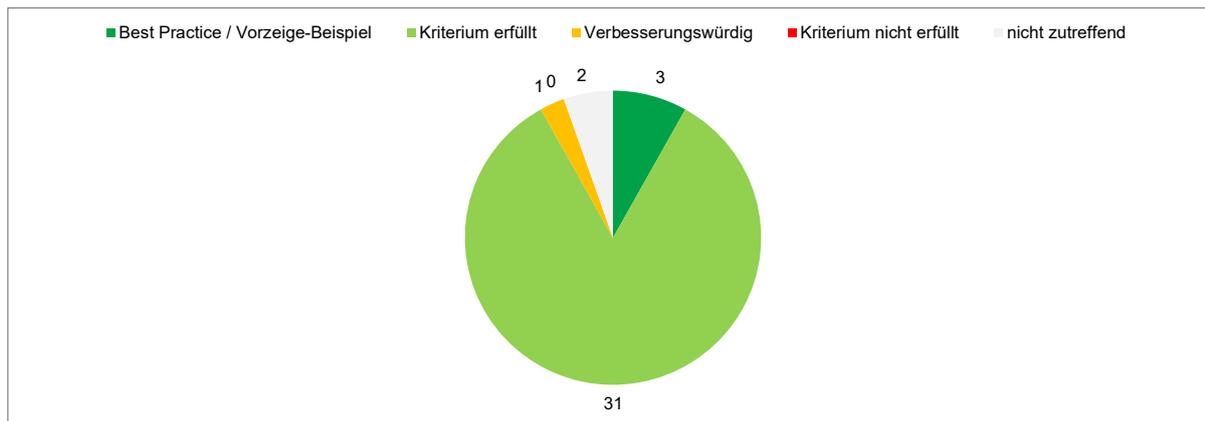
### Empfehlungen

Ziele im Verbesserungsprogramm präziser formulieren (quantitative oder qualitative Formulierungen)

### Erfüllung der Kriterien

		Anzahl	Anteil
■ ■ ■ ■	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	3	9%
■ ■ ■	Kriterium erfüllt	31	89%
■ ■	Verbesserungswürdig	1	3%
■	Kriterium nicht erfüllt	0	0%
n/a	nicht zutreffend	2	

Erfüllungsgrad	Akwaba Travel GmbH
Best Practice & Kriterium erfüllt	97%



# 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.	■■	Die Rahmenverträge werden gerade überarbeitet und entsprechendes wording integriert
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.	■■■	
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.	■■■	
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.	■■■	

2. Wirtschaftsdaten			
2.1	<b>Ökonomische Nachhaltigkeit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur ökonomischen Nachhaltigkeit.		Transparenzoffensive: Der jeweilige Anteil des Reisepreises, der im Land, bei der Fluggesellschaft und bei Akwaba bleibt wird ausgewiesen.
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.		Transparenzoffensive
3.3	<b>CO2-Emissionen der Reisen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen.		Die CO2-Kompensationszahlungen werden im Reisepreis integriert und via atmosfair abgeführt.
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.		Das Team hat an NH-Schulungen teilgenommen und schult auch die Partner vor Ort.
5.2	<b>Bezahlung</b> Das Unternehmen orientiert sich an den Tariflöhnen 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.		
6.2	<b>Ökostrom</b> Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.		
6.3	<b>CO2-Emissionen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO2-Emissionen am Bürostandort.	n/a	100% Ökostrom
6.4	<b>Kompensation Flugdienstreisen</b> Das Unternehmen kompensiert die eigenen Flugdienstreisen mindestens zu 50%.		
6.5	<b>Papier</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.		Keine Jahreskataloge mehr, Imagebroschüre bis 2021
6.6	<b>Beschaffung</b> Das Unternehmen bezieht nachhaltige (regional produzierte, biologische, umweltfreundliche und fair gehandelte) Produkte und Dienstleistungen.		

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.	■■■
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

			Benchmark	2020	2017
1	Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	58,5	69	63,6
2	CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Gast/Tag	kg	396,0	245	212
3	Zufriedenheitsindex Geschäftspartner	%	83,0	83	-
4	Qualitätsindex Kundeninformation	%	76,0	95	-
5	Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	76,6	74	-
6	CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Geschäftsstelle pro MA	t	2,6	1,2	23
7	CSR-Index Produktgestaltung	%	53,5	70	75
8	CSR-Index Partneragenturen	%	79,8	67	79
9	CSR-Index Unterkünfte	%	76,3	61	55
10	CSR-Index Reiseleitung	%	86,7	46	-

