

STS Excellence Reward Tour 2023

“Sustainability in Tour Operating”

Brienzen, 16th Feb, 2023

Urs Wagenseil
Prof- & Co-Head Department Tourism

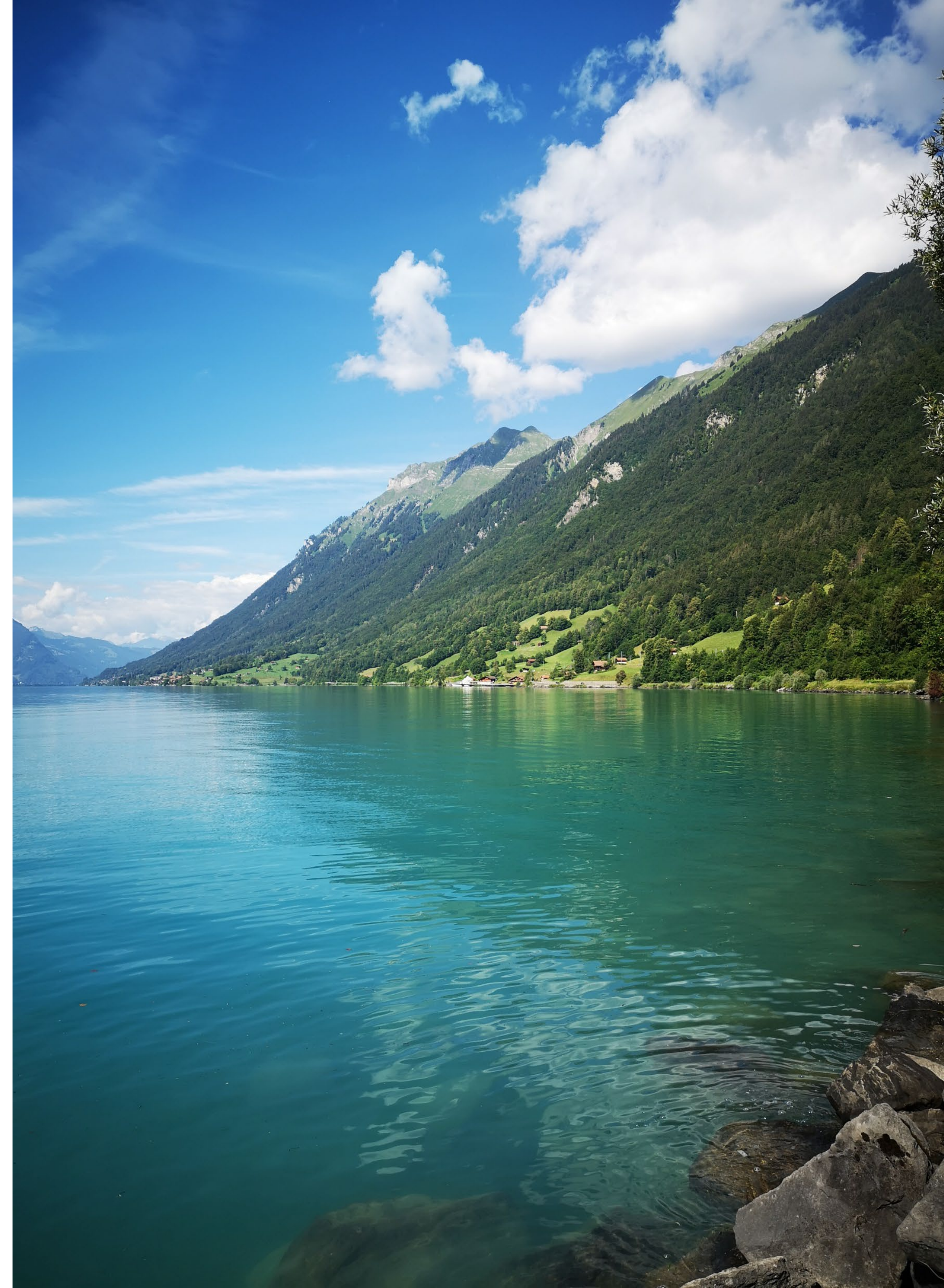
Business

February 16, 2023

FH Zentralschweiz



Schweiz.
mit Bahn, Bus und Schiff.



Agenda

1. The situation in the tourism market
2. An approach to sustainability in tourism
3. The journey of sustainability
4. Sustainability in tourism - an international view and a focus to Switzerland
5. Website examples from your ranks
6. Other tour operators' & big players' examples
7. Sustainability certifications & learning from each other



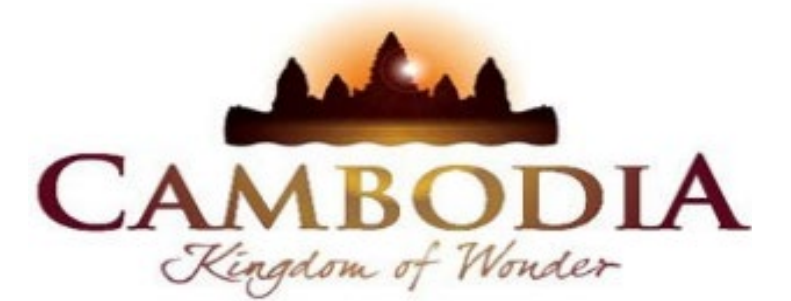
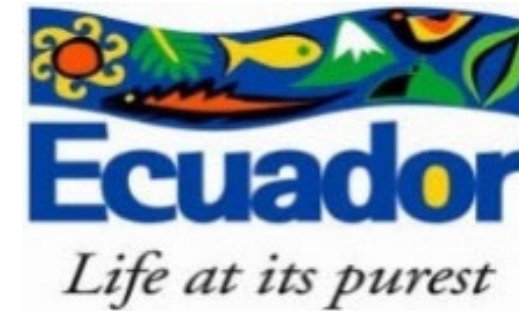
1. The situation in the tourism market



Your business environment - Where is your marketplace?



The tourism world today: ... 200 countries



... 200'000 Cities & Destinations



... and 200'000'000 businesses.



e+logo&tbm=isch&hl=de&safe=active&bih=1874&biw=3806&rlz=1C1GCEB_enCH845CH845&sa=X&ved=2ahUKEwi9-t2rkZD9AhXzkf0HHSqpDLMQrNwCKAB6BQgBELgC

This means, firstly, that we have highly intense competition in which entrepreneurial survival is not guaranteed.



2. An approach to sustainability in tourism



**Your business environment –
Where do you stand with "your sustainability"?**

Where does your company stand in terms of sustainability on an axis of 1-5?

1 = Nowhere

2 = Started a few things / projects, but rather random and unstructured

3 = Starting line left behind us - with clear intentions

4 = We are fans and act purposefully, but still have a long way to go

5 = We are sustainability professionals or could call ourselves "best practice"

What is sustainable management? A little theory can't hurt



Sustainability management or "Corporate Social Responsibility" (CSR)

Corporate Social Responsibility (CSR) is the **social responsibility of** companies in **the sense of sustainable business**.

The term CSR describes a **company's voluntary contribution** to sustainable development that goes beyond the legal requirements.

CSR stands for **responsible corporate action as a guiding principle in** the actual business activity (market), through ecologically relevant aspects (environment) to the relationships with employees (workplace) and the exchange with the relevant stakeholders.



What is sustainable tourism?

"Tourism that fully considers its current and future economic, social and environmental impacts, taking into account the needs of visitors, industry, the environment and host destinations."

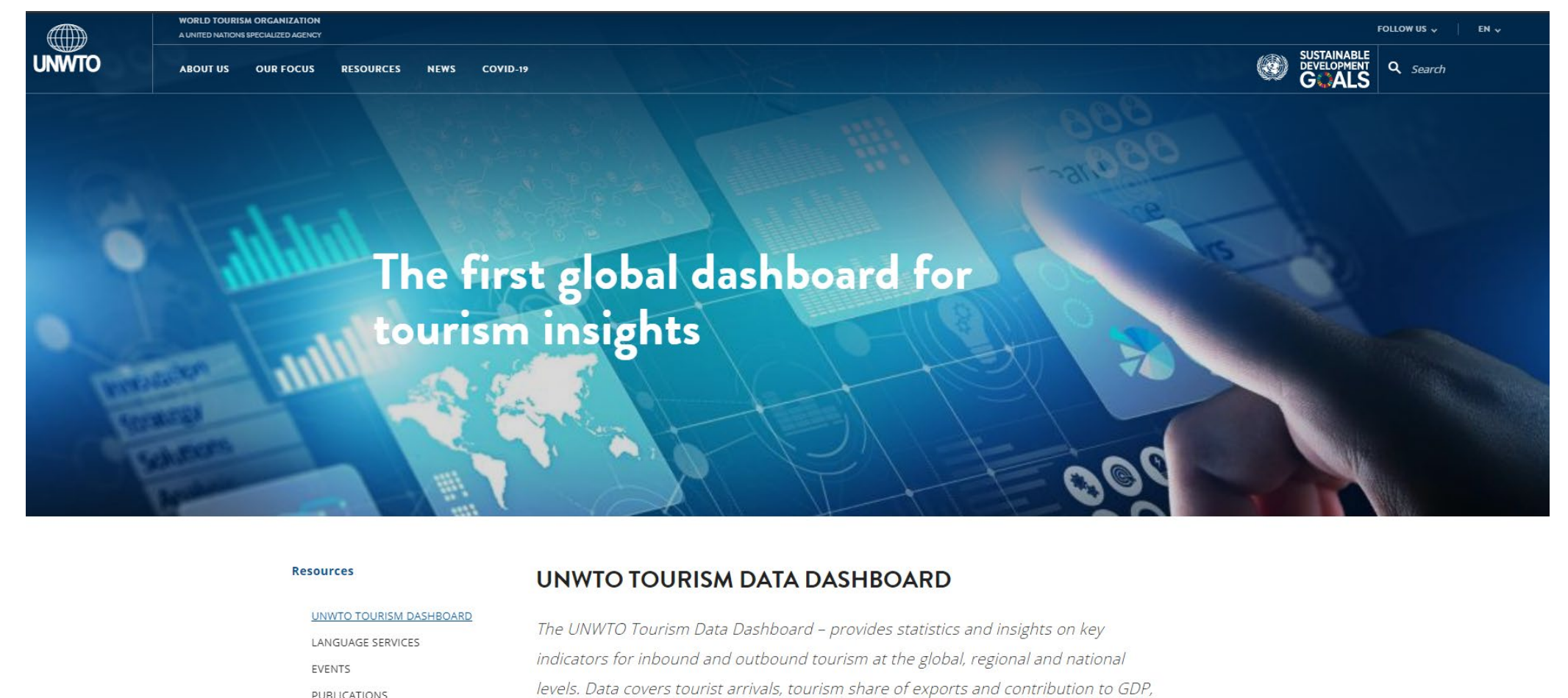
UNWTO, Sustainable Tourism - Definition



Why is sustainability important?

Tourism is fundamentally one of the strongest drivers of economic growth and development and has enormous economic significance in many places. Positive as well as negative!

Misguided developments have fatal consequences!



<https://www.unwto.org/unwto-tourism-dashboard>

But, tourism is not only an economic saviour in a beautiful, ideal world ...



The downside of the medals ...



**Who wants such conditions at
their holiday destination?**



**The
Guardian**

“Authorities in Thailand have ordered the temporary closure of the beach made famous by Leonardo DiCaprio in the movie The Beach.

Maya Beach, on the Thai island of Koh Phi Phi Leh, will be closed for four months from June.

According to officials, the closure is a bid to halt environmental damage caused by tourists”

**BBC
NEWS**

29 March 2018



We cannot simply close our eyes. After the boom, what often remains are the ruins ...



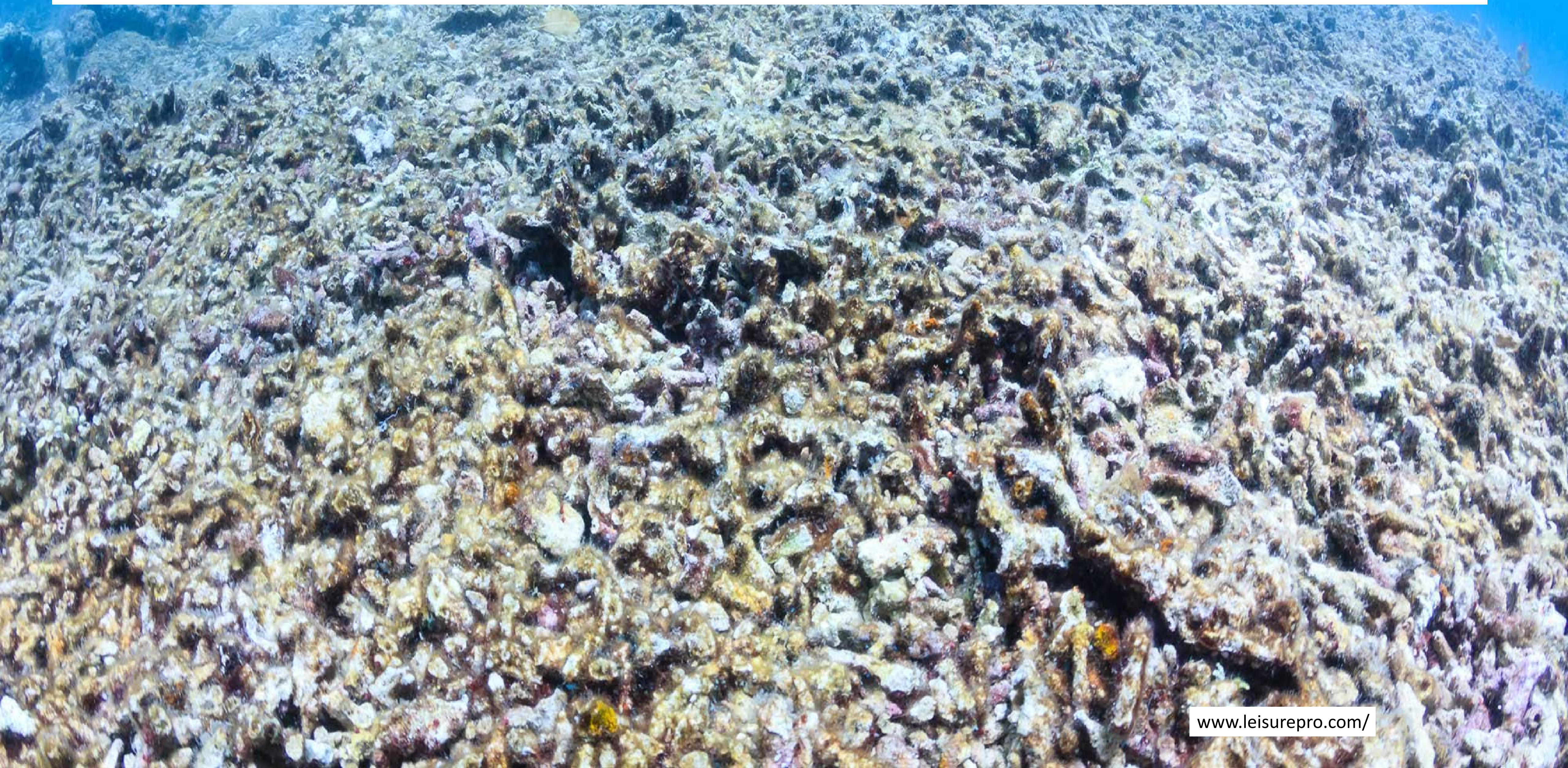
... here and there, and elsewhere.



**There are thousands!
Never nice for the neighborhood, for the place, for the local population, etc.
But the money earned is guaranteed to have already flown out.**



Not only because of tourism, but unfortunately also because of it. E.g., destruction of coral reefs ...



Climate change - bushfires, forest fires ...



Hurricanes, droughts ...



Social conflicts ...



Overtourism ... soon again at the first places.



Local conflicts with tourists or at least with the tourism service providers ...





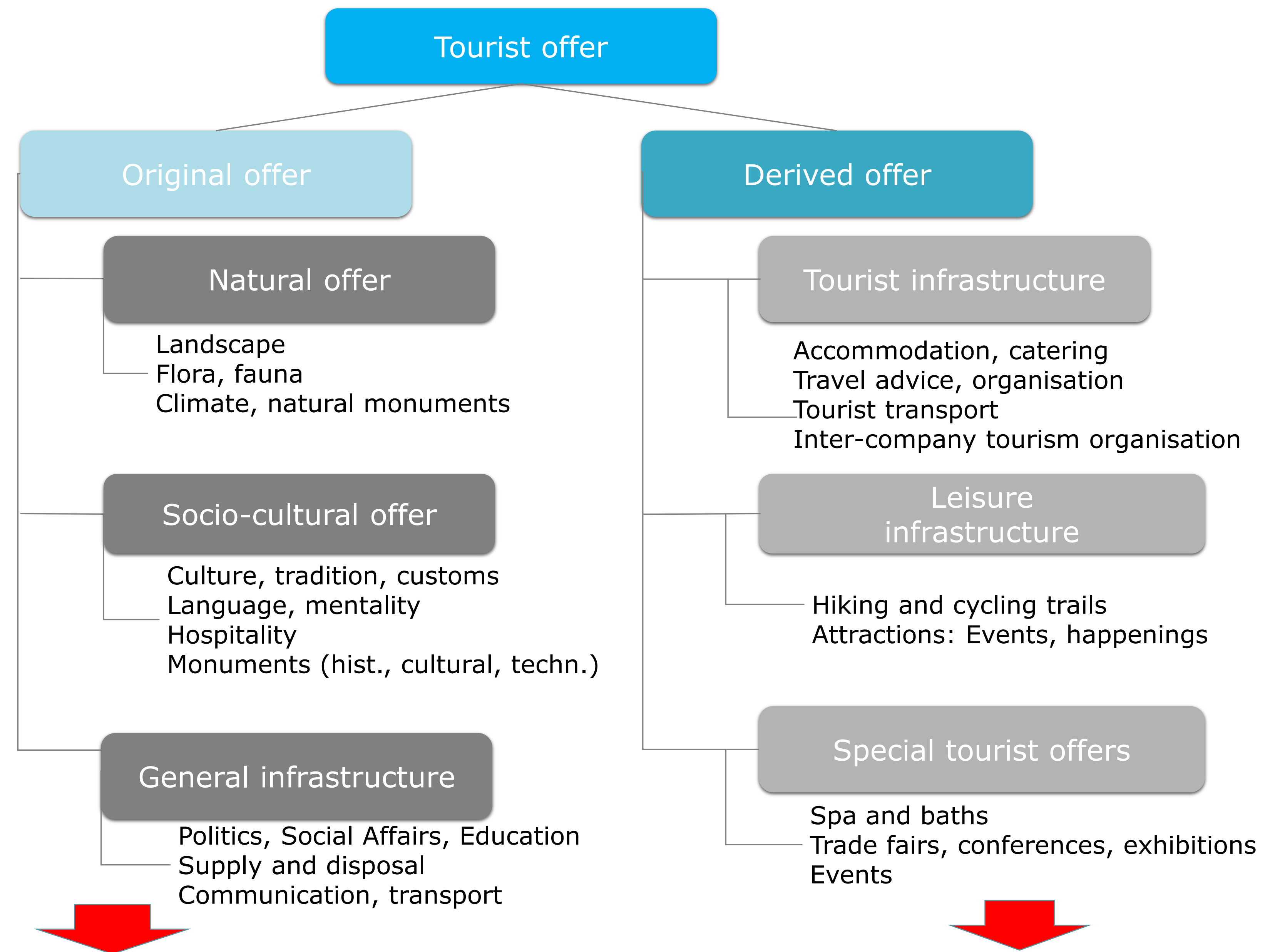
**It is not about banning tourism.
Our industry is not the devil or THE villain.**



The significance of sustainability in tourism



Original & natural offer



Care and mindfulness out of interest for a fit & authentic future

Care and mindfulness out of (private) self-interest

This means, secondly, that our industry cannot be indifferent to what happens to the world. We must do our part to avoid the disaster.



3. The journey of sustainability

The history of sustainability is quite old

- **1972:** UN Conference on Human Environment in Stockholm
- **1980:** World conservation strategy of the IUCN
- **1987:** 'Our common future' (i.e. Brundtland report) of the WCED
- **1992:** Rio Earth Summit/ UNCED - Agenda 21, etc.
- **2002:** Johannesburg Earth Summit
- **2012:** Rio+20/ UNCSD
- **2015:** Sustainable Development Goals
- **2021:** The Glasgow Climate Pact - UN Climate Conference

The United Nations Sustainable Development Goals (SDGs), which all UN member states (193) have agreed to achieve by 2030".

17 goals with 169 targets.

Tourism has the potential to contribute, directly or indirectly to all the goals.



Commitments, reaffirmations, acknowledges and “nice words” are not enough, especially when goals are not obligatory!

Actions and consequences if goals are not achieved, are needed. And will come. And such we will not love.



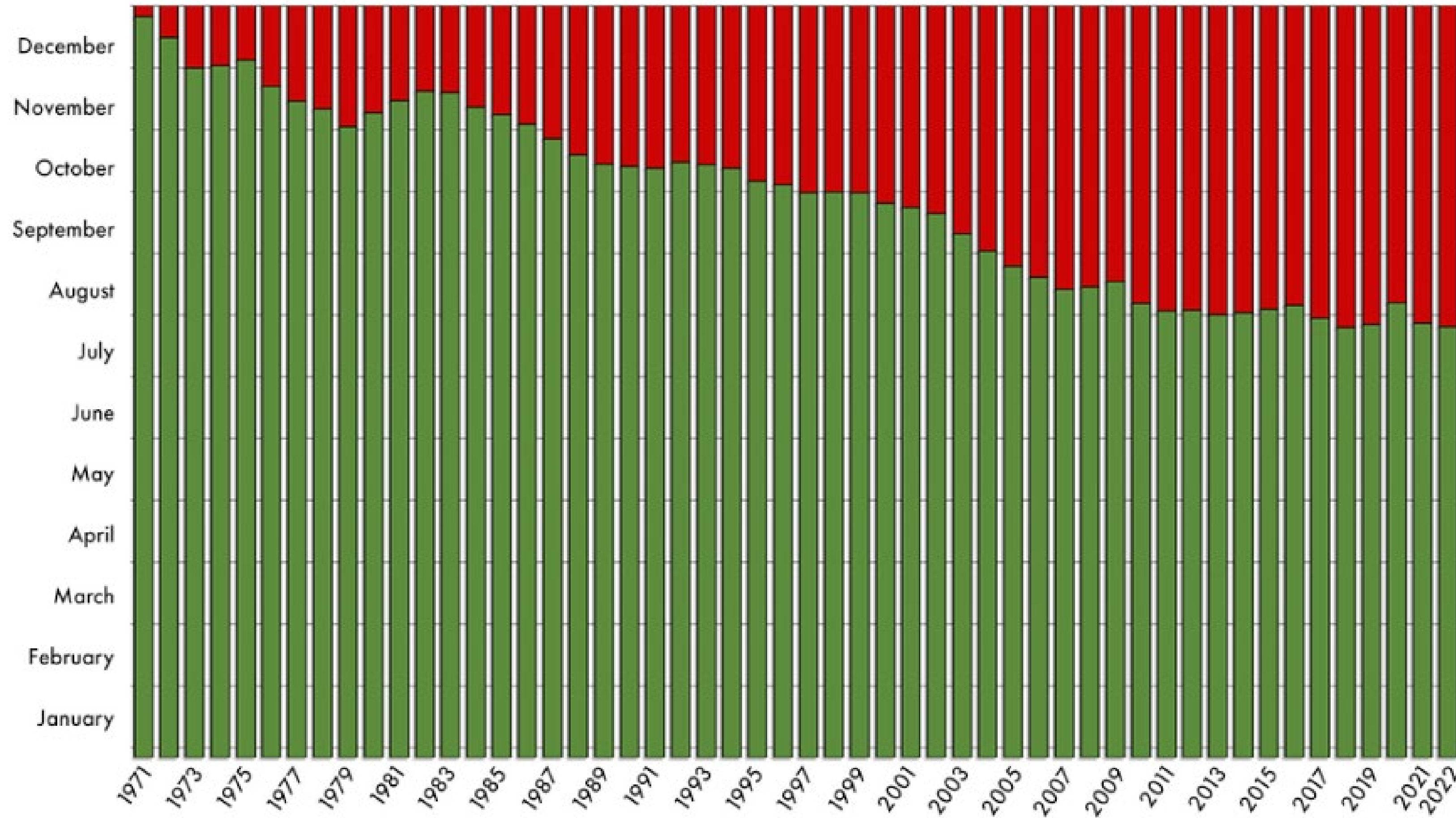
1 Earth

Earth Overshoot Day

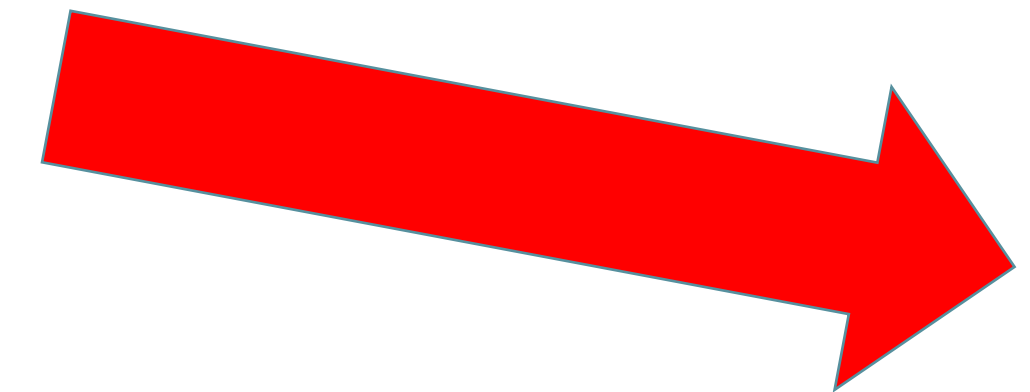
1971 - 2022



1.75 Earths



The trend is clear!



Ecological Footprint:
Earth Overshoot Days.org



Let's watch the actual situation

Travel agency employees' voices on the topic of sustainability at client level

"Customers are relatively indifferent to the issue of sustainability."

"[...] not a factor with our customers."

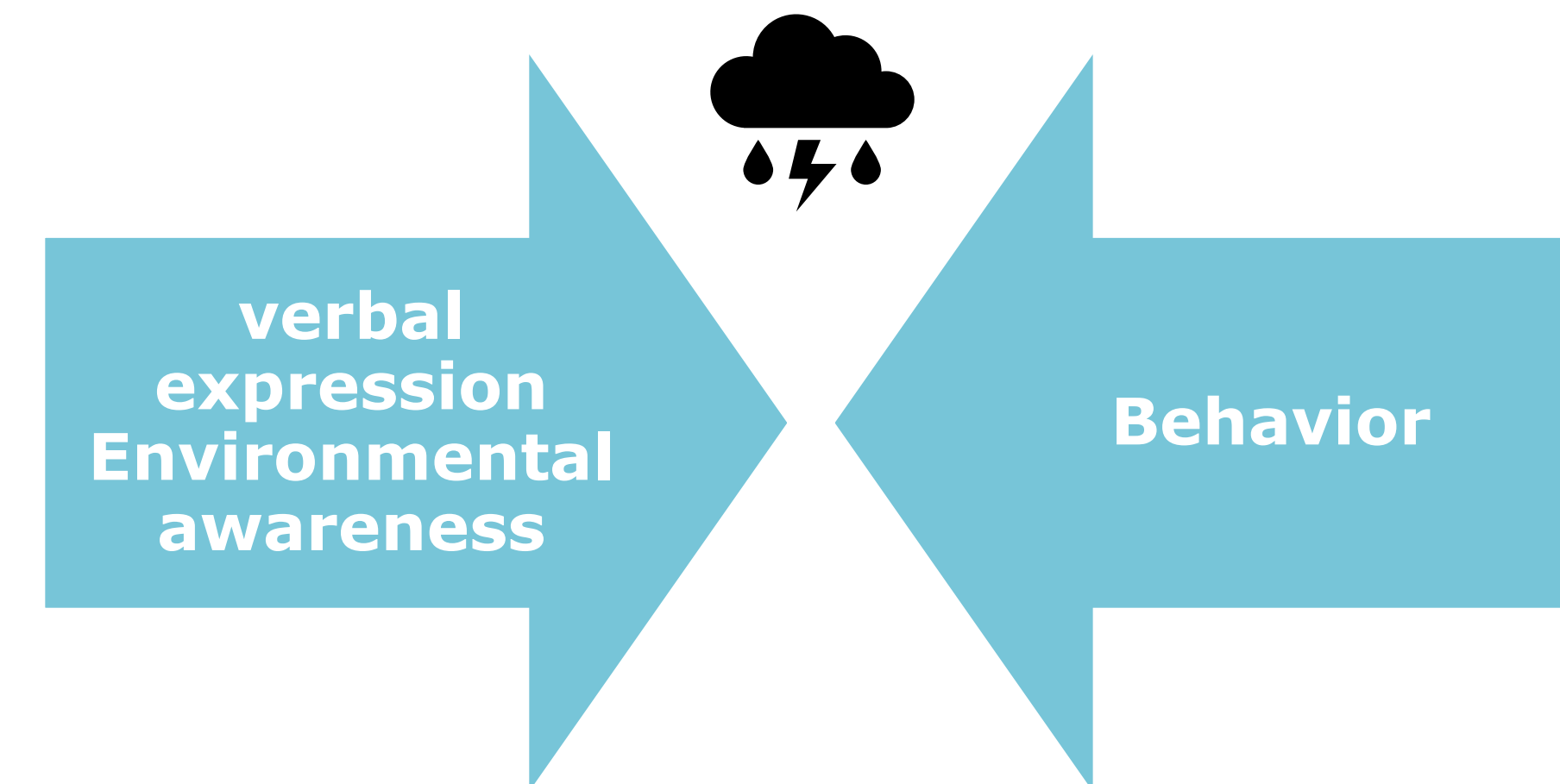
"Our customers buy on price 80% of the time."

"[...] nobody travels to save the environment. And nobody wants to pay any more either."

"Environmental sustainability is a hot topic for politicians, but not so much for people".

Verbal-ideal value level and real behaviour

1. Strong discrepancy between environmental awareness and active environmental commitment
2. Even expert opinions differ (Does vegetation suffer more from artificial snow than from natural snow? Does tourism benefit or harm more in developing countries?)
3. Long process towards new actions in the leisure and holiday sector (low willingness to make personal sacrifices, restrictions on standard of living, voluntary CO2 compensation payments, etc.).
4. Negative effects of *one's own* behaviour are considered to be rather insignificant, often due to a lack of knowledge about ecological and social interrelationships.
5. Responsibility is attributed to politics, technology **or tour operators**



Paradox of a «soft mass tourism»



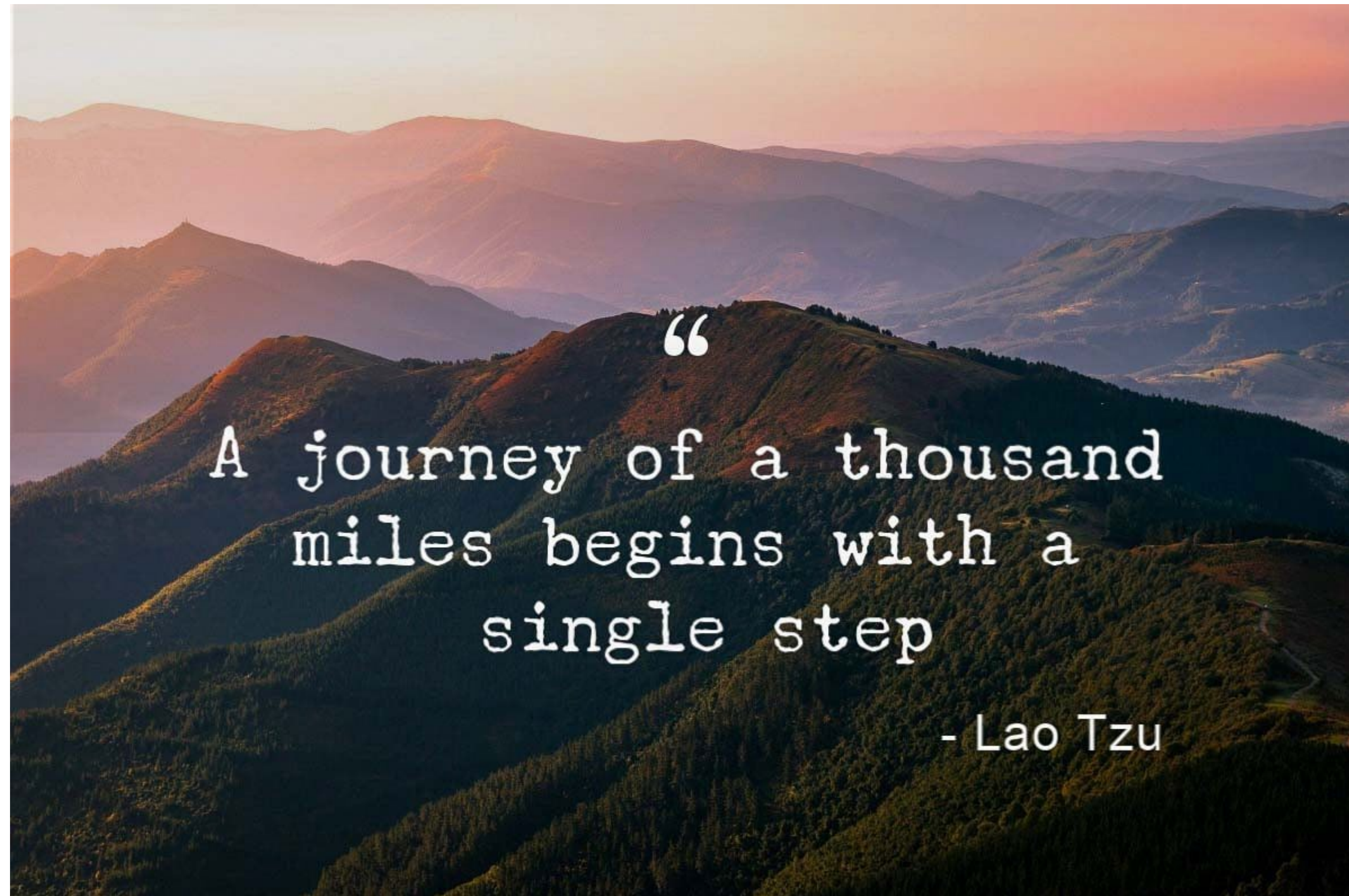
It is the duty of both sides: offer and demand need to change towards a more sustainable tourism!



The difficulty to motivate people to travel more responsible



How to motivate tourism actors?



Thirdly, this means that we, i.e. the politicians, the tourism companies and the travellers themselves, must massively increase our commitment to sustainability.



4. Sustainability in tourism - an international view



How are other countries positioning themselves?

Example Slovenia - Homepage slovenia.info

Green

Boutique

Identity &
Trust

THE STRATEGIC VISION FOR SLOVENIAN TOURISM

Slovenia is a global green boutique destination for demanding guests who are seeking a diverse and active experience, peace of mind and personal benefits.



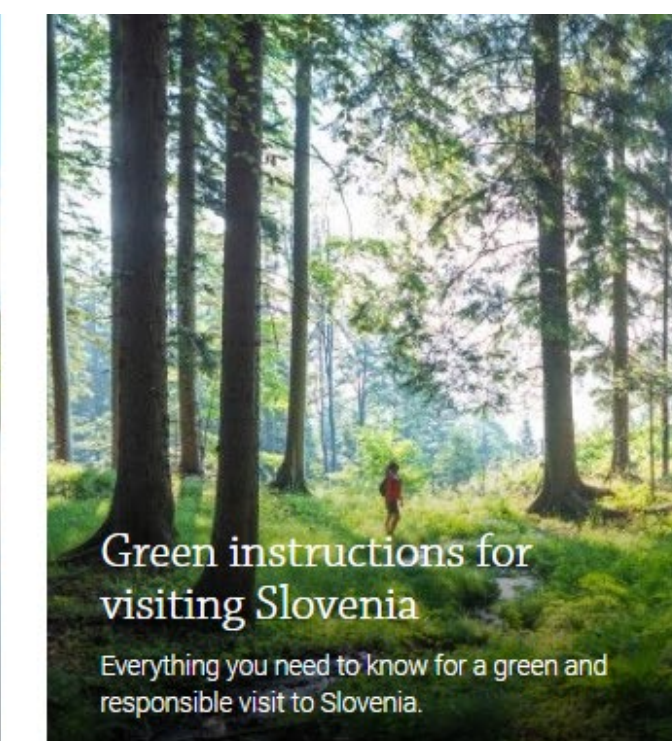
Let's act responsibly, safely and sustainably.

Discovering green Slovenia

In Slovenia, we are committed to sustainability. For generations we have lived and worked as one with nature and we hope to preserve it for generations to come. Here you will find ancient forests, crystal clear waters, unspoiled nooks and remarkable biodiversity. We reward the most sustainable destinations with the Slovenia Green label and there you can enjoy truly green holidays.

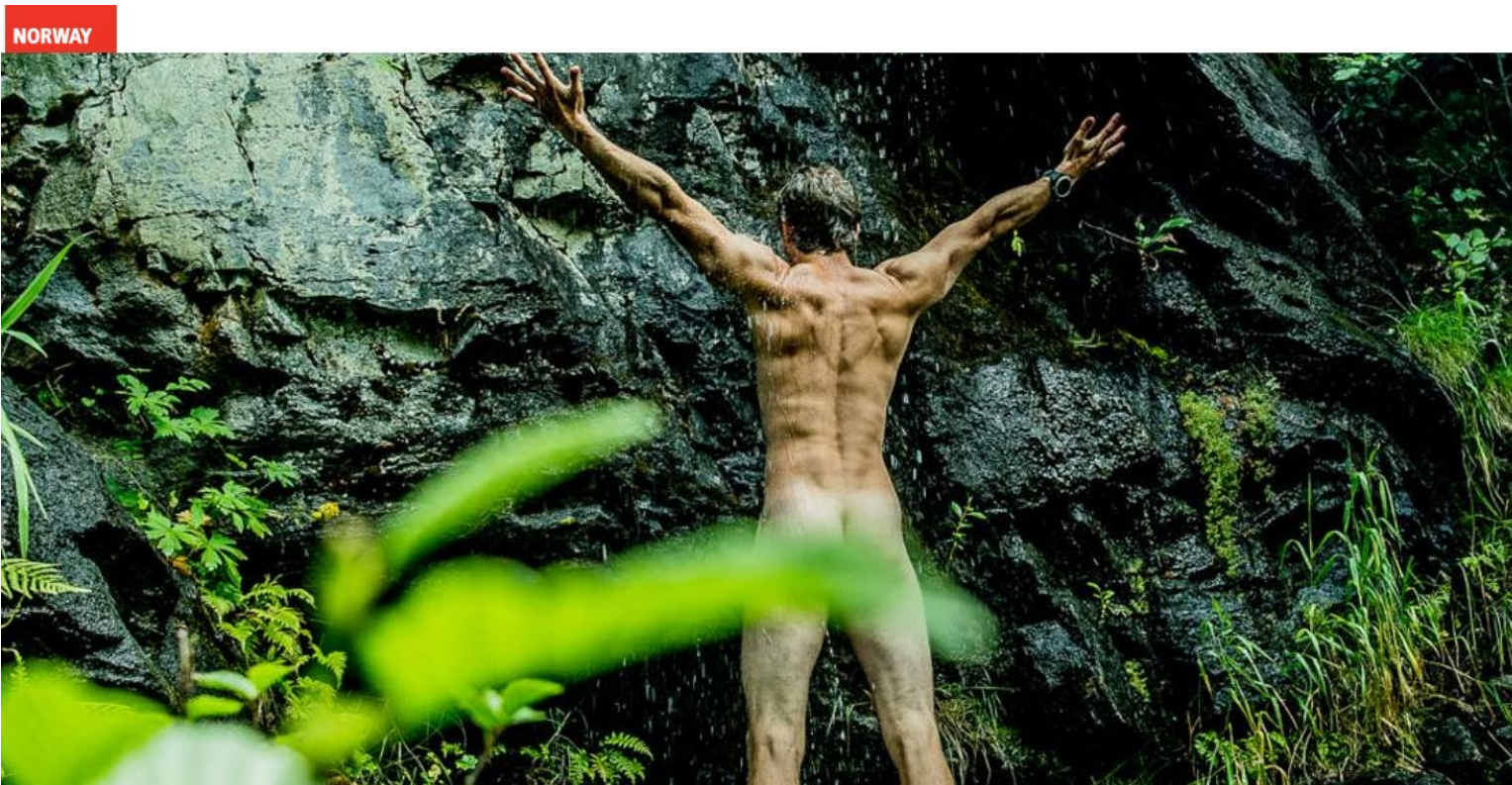
Trust the green

Slovenia is a land that tells a green story. We are surrounded by greenery wherever we look – towards the Alpine peaks, the green forests, the Adriatic, the mysterious Karst, the vineyards, or the Pannonian plains. Unspoiled green nature encourages us to be responsible in our actions and when protecting it. Under the auspices of the [Green Scheme of Slovenian Tourism](#), we are realising green policies and creating green adventures. The Slovenia Green label, which is a commitment to a green future, is being awarded within the framework of the relevant National Programme. An increasing number of green destinations, providers, parks and agencies wish to leave a beneficial impact on the environment and local community. You can trust those that have obtained the Slovenia Green label since they hold an internationally-recognised quality and sustainability rating.



How are other countries positioning themselves?

Example Norway - Homepage visitnorway.com



Greenspiration

Travel is all about feeling good. Discover how you can explore Norway with a cleaner conscience by traveling greener, visiting sustainable destinations, eating delicious local food, and participating in Instagram-friendly green adventures.

Green news from Norway



Culinary gold from leftover food

The fine dining restaurant Rest in Oslo tackles food waste with a menu based on surplus food and unsaleable produce.



The bee highway through Oslo

Thanks to a guild of urban beekeepers, businesses, and locals, the bees of Oslo can safely fly across town all the way from Holmenkollen to Lake Nøklevann.



The world's first plastic-free shipping company

Plastic bags, plastic cutlery and plastic packing will soon be blasts from the past as Hurtigruten bans all single-use plastic from their ships.



Join the battle against food waste today

More than 1,600 companies celebrate the International Environment Day with the campaign "Cut Food Waste 2020".

Green

Feeling good,
cleaner conscience

Authentic

Local food

Some places just care a bit more. About the environment, their unique culture, the local community, and last but not least – your wellbeing. Travel smooth and visit a more sustainable destination on your next adventure.



**SUSTAINABLE
DESTINATION**
LOCAL ENGAGEMENT
IN A LONG PERSPECTIVE

Sustainable Destination is the Nordic region's only national labelling scheme for travel destinations. It is a tool for sustainable development of businesses and destinations when it comes to the environment, the local community, the cultural heritage, and the economy.

The label does not mean that the destinations are 100 per cent sustainable yet, but in a long-term process. They are evaluated every three years.

Green local tips



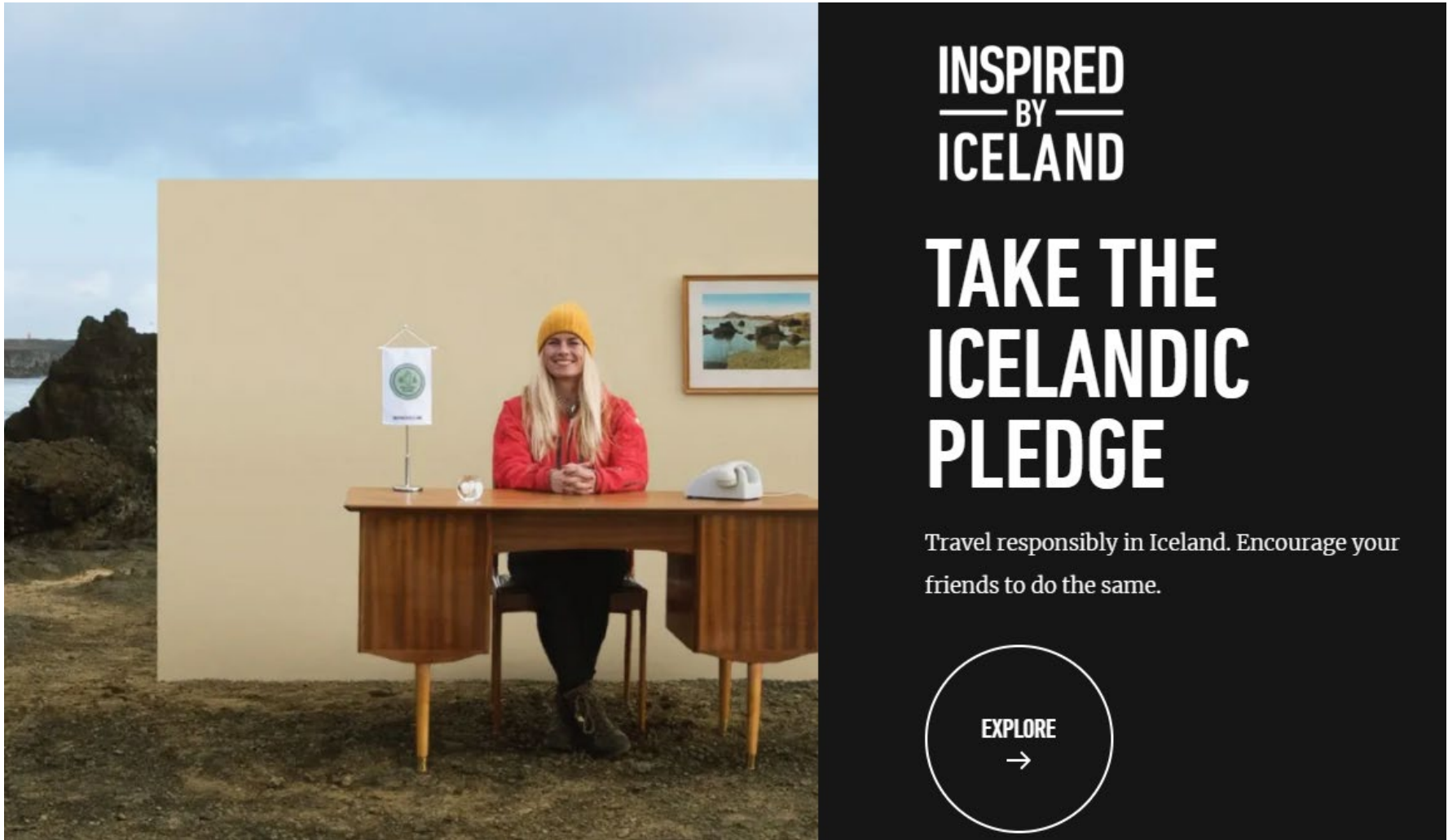
Travel greener

Make sure your holiday in Norway has the smallest footprint possible.



How are other countries positioning themselves?

Example Iceland - Homepage visiticeland.com



ICELAND IS ONE OF THE MOST AWE-INSPIRING PLACES ON EARTH. WE'LL SHOW YOU HOW TO RESPECT AND BE IN HARMONY WITH MOTHER NATURE, SO YOU CAN FEEL AT HOME.



ICELAND
ACADEMY

ENROLL IN THE
ACADEMY

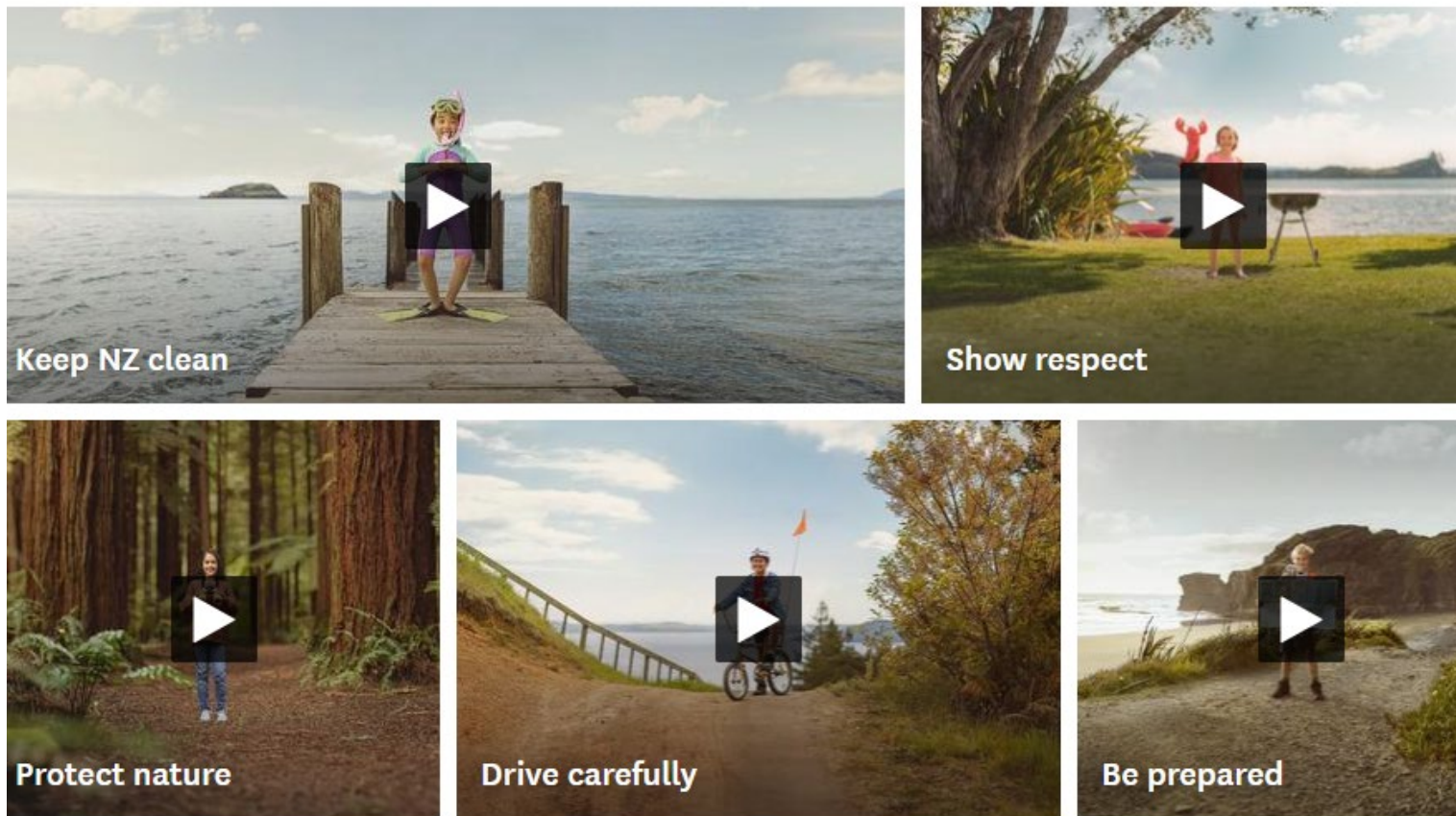


How are other countries positioning themselves?

Example New Zealand - sustainabletourism.nz



How to care for New Zealand



Tiaki promise
Please follow [Tiaki promise here](#) to help protect and preserve our home while travelling around New Zealand.

TIAKI MEANS TO
CARE FOR
PEOPLE AND
PLACE.



LEADING THE WORLD IN SUSTAINABLE TOURISM

The New Zealand Tourism Sustainability Commitment aims to see every New Zealand tourism business committed to sustainability by 2025.

ECONOMIC Economically sustainable, resilient and innovative businesses	VISITOR World-leading experiences that exceed visitor expectations	COMMUNITY Communities which benefit from and are supported by tourism	ENVIRONMENT Protecting, restoring and enhancing our natural environment and biodiversity
--	--	---	--



COMMITMENTS 1-3 Achieving Economic Sustainability



COMMITMENTS 7-9 Achieving Community Sustainability



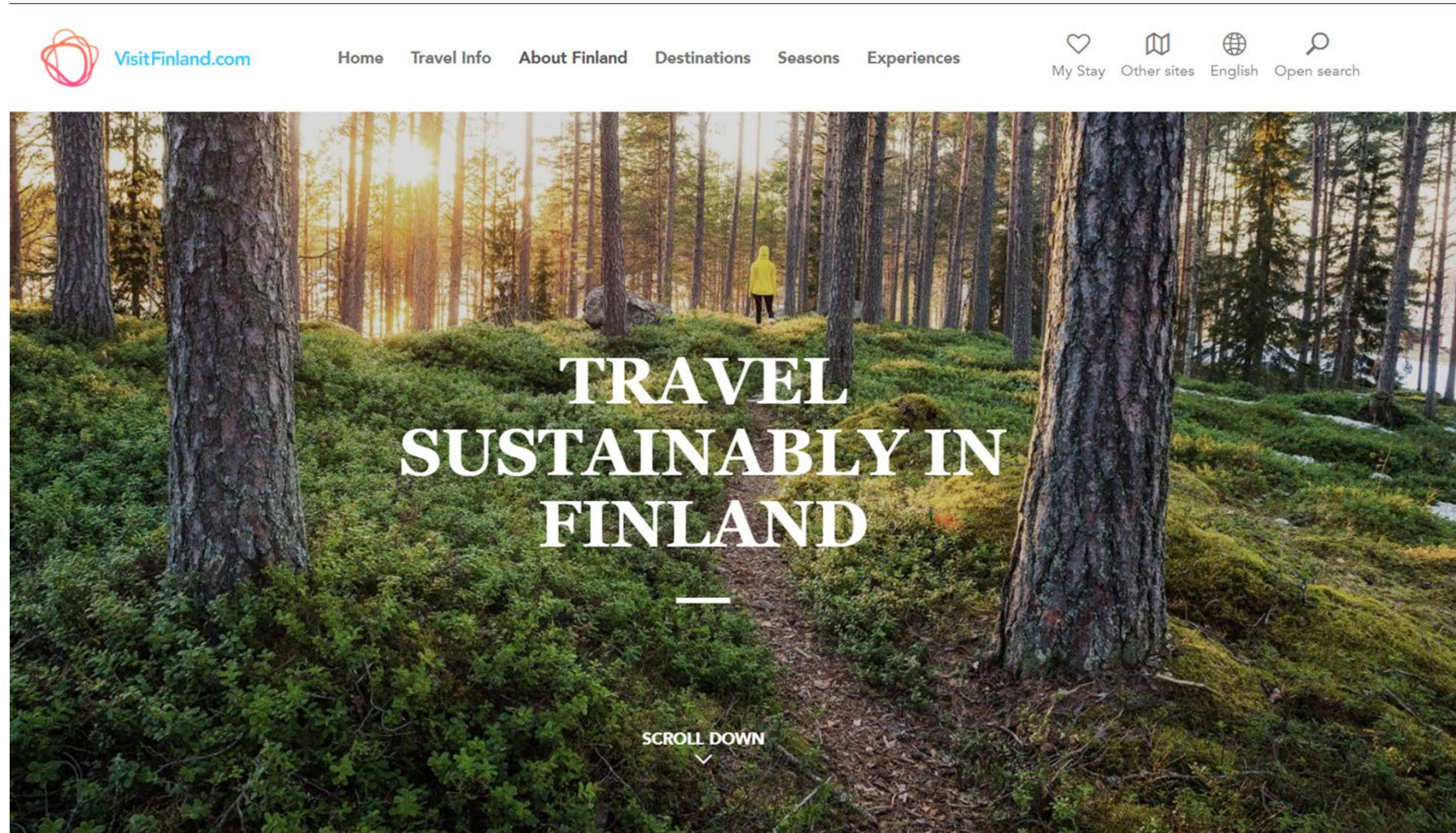
COMMITMENTS 4-6 Achieving Visitor Sustainability



COMMITMENTS 10-12 Achieving Environmental Sustainability

How are other countries positioning themselves?

Example Finland - visitfinland.com



A new case: Turkey



Türkiye signed a collaboration agreement with the world's top environment and sustainability platform Global Sustainable Tourism Council (GSTC). With the agreement, Türkiye and GSTC will introduce for the first time a National Sustainable Tourism Scheme an official GSTC status. Thanks to the new program, the Turkish tourism industry will accelerate its global sustainability practices.

Türkiye's National Sustainable Tourism Program

1

year verification/certificate

42

criteria

Stage ①

verification

Stage ②

verification

Stage ③

certification

convenience of compliance with criteria in

3 stages

Easy to meet sustainable standards
regardless of size and category of
facilities

GSTC FULL
COMPLIANCE

CONTROLUNION



Sustainable Tourism CERTIFICATION

This certificate is issued by Türkiye's National Sustainable Tourism Program and
Department Agency in Accordance with the Ministry of Culture and Tourism of
Turkey.

Control Union is authorized by the Ministry of Culture and Tourism of Turkey to
conduct the verification and certification process.

CONCORDE DE LUXE RESORT

Based on an audit according to the requirements issued in the Sustainable
Tourism Program Standard, Version 1.0, 14 May 2022, which is
approved by the Ministry of Culture and Tourism of Turkey, Control Union
certifies that the facility is in compliance with the requirements of the
Sustainable Tourism Program Standard, Version 1.0, 14 May 2022. This
certificate is valid for the period of 12 months from the date of issue.

Certificate Number	TU-AT-CD-0001
Date of First Issuance	17/11/2022
Valid Until	17/11/2023
Date of Issue	18/11/2022

Facility Name
Concorde de Luxe Resort

concorde



REPUBLIC OF TURKEY
MINISTRY OF CULTURE AND TOURISM

A new spectacular case.

An idea for a discussion
during lunch-time: how
do you evaluate the
Turkey-case? And how
would you feel if you
were forced?

Systemic conclusion from an international comparison with selected countries

Rough categorisation of the different approaches



... and the situation in Switzerland

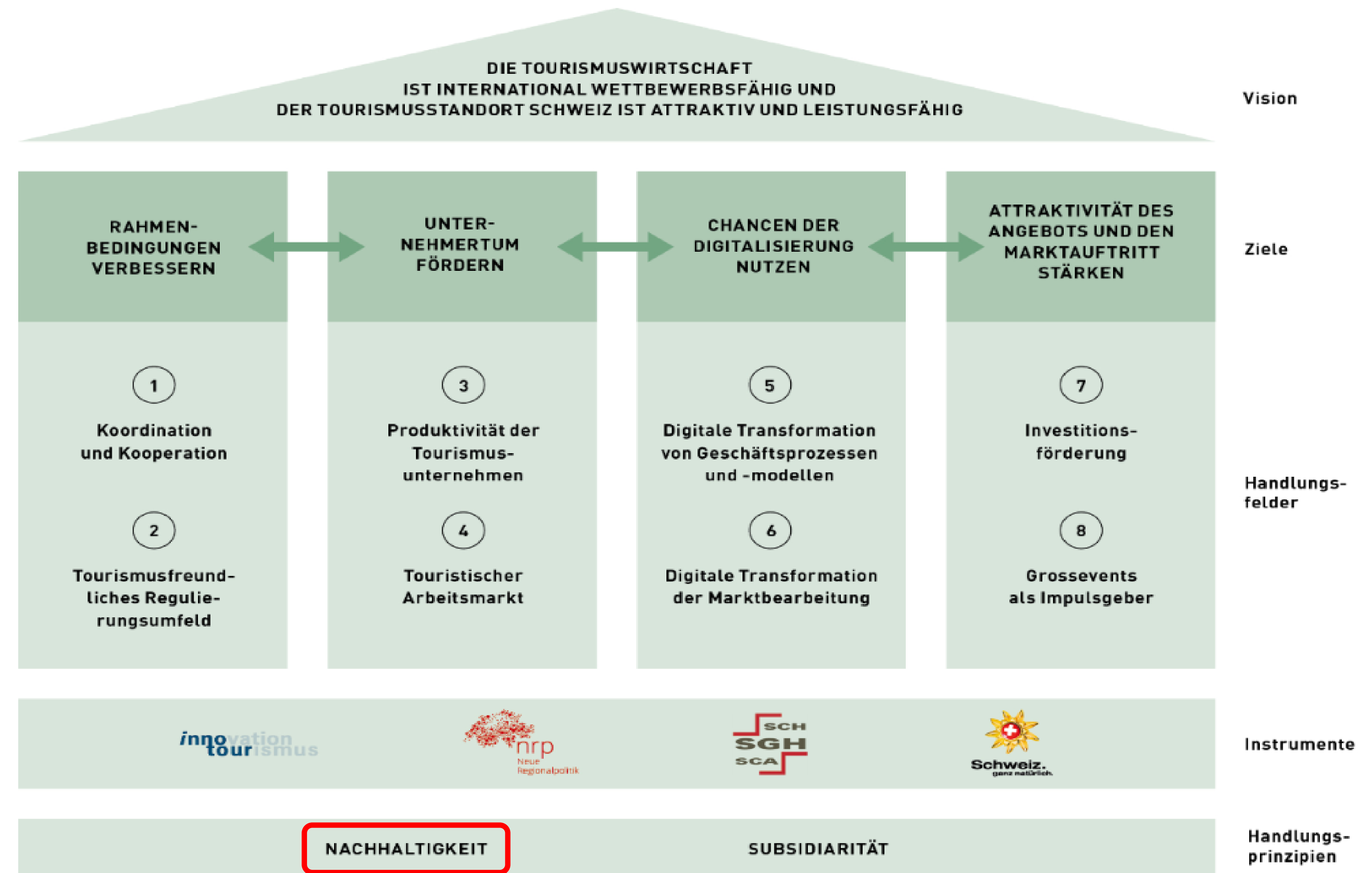


Movement also in Switzerland - the State Secretariat for Economic Affairs SECO will push

Tourism policy

Fields of action

Old tourism strategy until 2021



"Sustainability" was and
"action principle only.

Full report on:

<https://www.seco.admin.ch/seco/de/home/Standortfoerderung/Tourismuspolitik/Aktuell.html>

Auslegeordnung zur Berücksichtigung der nachhaltigen Entwicklung in der Tourismuspolitik des Bundes

Bericht an das Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO)

Auftraggeber

Staatssekretariat für Wirtschaft (SECO)
Holzikofenweg 36
3003 Bern

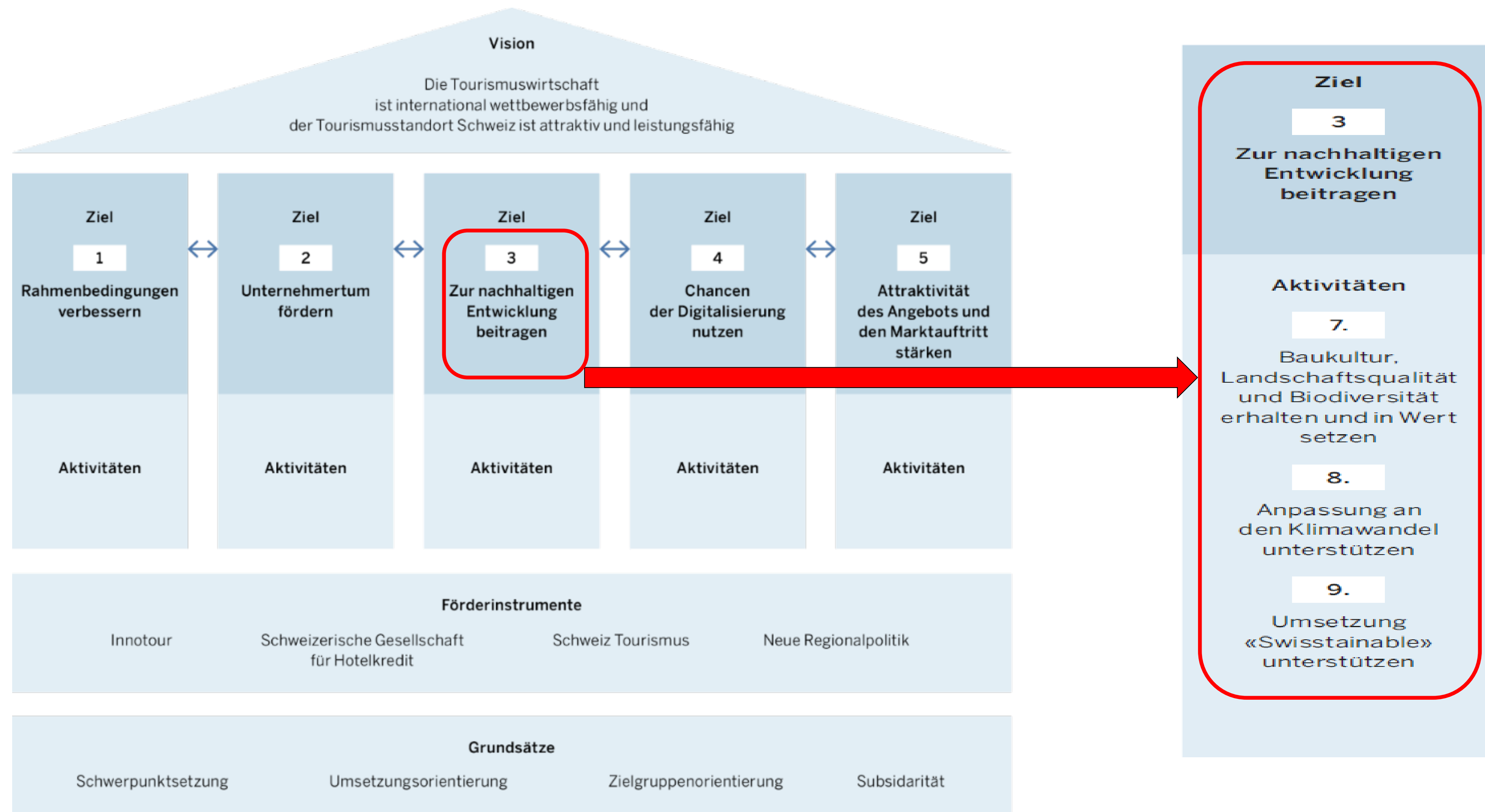
Auftragnehmer

Institut für Tourismus und Mobilität (ITM), Hochschule Luzern
Rütter Soceco AG
Center for Regional Economic Development (CRED), Universität Bern

Autorinnen und Autoren

Prof. Urs Wagenseil (Projektleitung)
Melanie Wyss
Julia Brandes, PhD
Dr. Carsten Nathani
Dr. Monika Bandi Tanner
Dr. Marcus Roller
Manuel Steiner
Romina Weber
Dr. Ursula Rütter-Fischbacher

New federal tourism strategy (from Nov 2021)



Systemic conclusion from an international comparison with selected countries

Rough categorisation of the different approaches

Strengths:

- ✓ Uniform approach
- ✓ Marketing to the outside world
- ✓ Pressure from national authority

Weaknesses:

- bureaucratic
- long processes
- high costs

Top-down

Meta-Governance Approach

- State government as initiator for a national sustainability system

Best Practices Top-Down



Your option for action as an association/community and as independent actors!

Voluntarily, before you are told what to do.

Bottom-up

Self-Governance Approach

- Various actors from the private sector/associations as initiators for different initiatives

Strengths:

- ✓ Low barriers to entry
- ✓ Higher acceptance, as co-developed by the company itself

Weaknesses:

- Too little commitment
- Lack of uniformity

Best Practices Bottom-Up



Schweiz Tourismus.



Sustainability credentials “Swisstainable”

Swisstainable

Strategy for the sustainable development
of Switzerland as a tourist destination



Where we are today.

Sustainability is no longer a niche topic

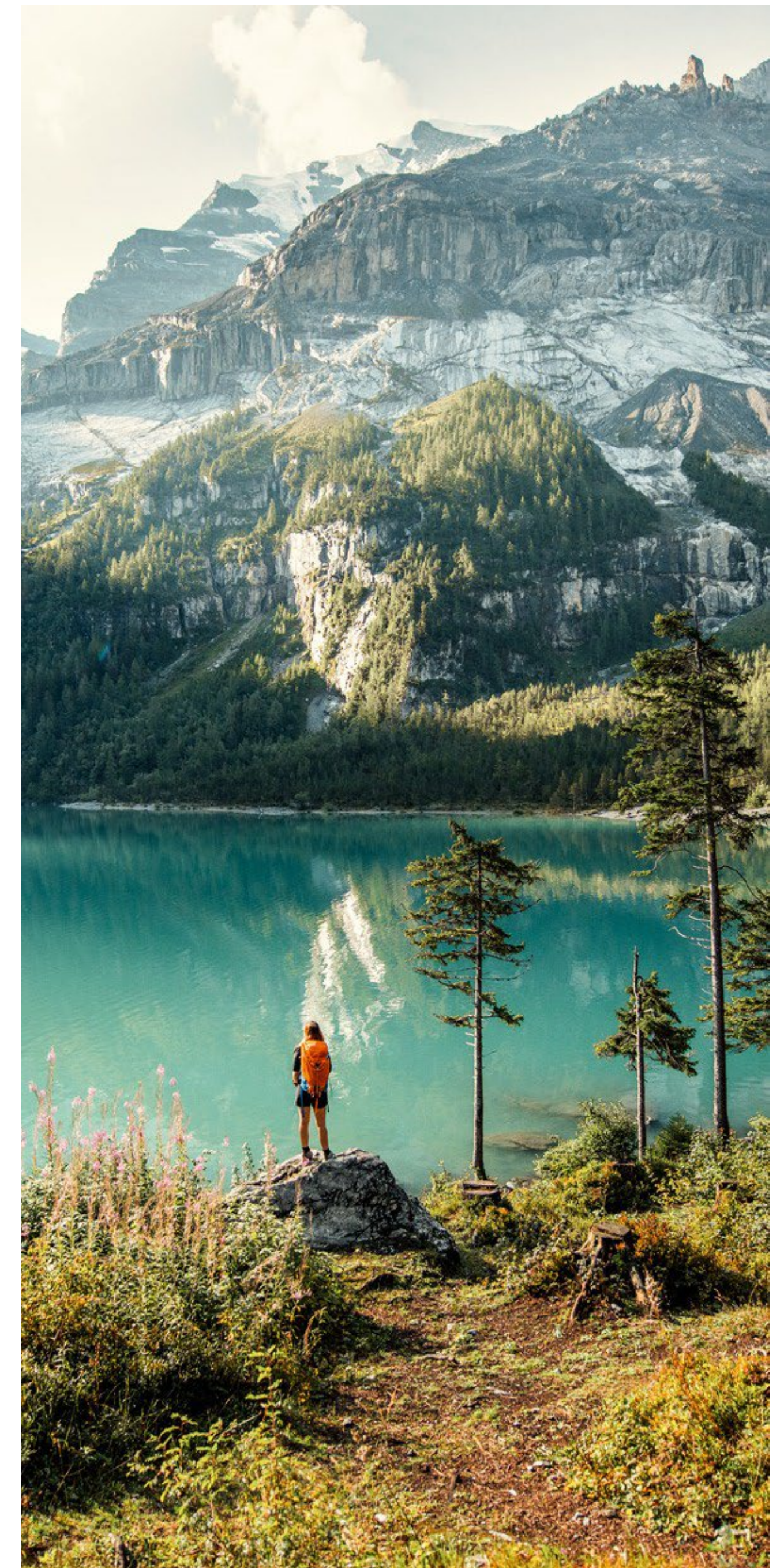
No future

Without sustainability.

Where the next journey goes will be influenced more
by the sustainability of the offer in the future.

Sustainability
as enrichment.

Sustainable travel does not mean doing without,
but travelling more consciously and with more
enjoyment.



The three levels of the Swisstainable programme.

Evidence instead of just fine words, promises and declarations of intent.

Level I - committed



The first level is aimed at businesses without certification or other proof of sustainability that want to commit to sustainable business management and develop their business further in the direction of sustainability.

Requirements

- Signing the Commitment to Sustainable Development
- Designation of a Sustainability Officer
- Carrying out a sustainability check
- Define at least three concrete measures that will be implemented within the next 24 months.

Level II - engaged



The second level also requires a commitment to sustainable corporate management and ongoing development. In addition, certification or other proof in at least one sustainability area must be available for this level.

Additional requirement

- Existing external itemised evidence of implemented measures

Level III - leading



This level is designed for companies that already have a comprehensive and recognised sustainability certification. Certifications that cover all dimensions of sustainability and are regularly externally audited are taken into account.

Additional requirement

- Documentation of a recognised sustainability certificate for Level III

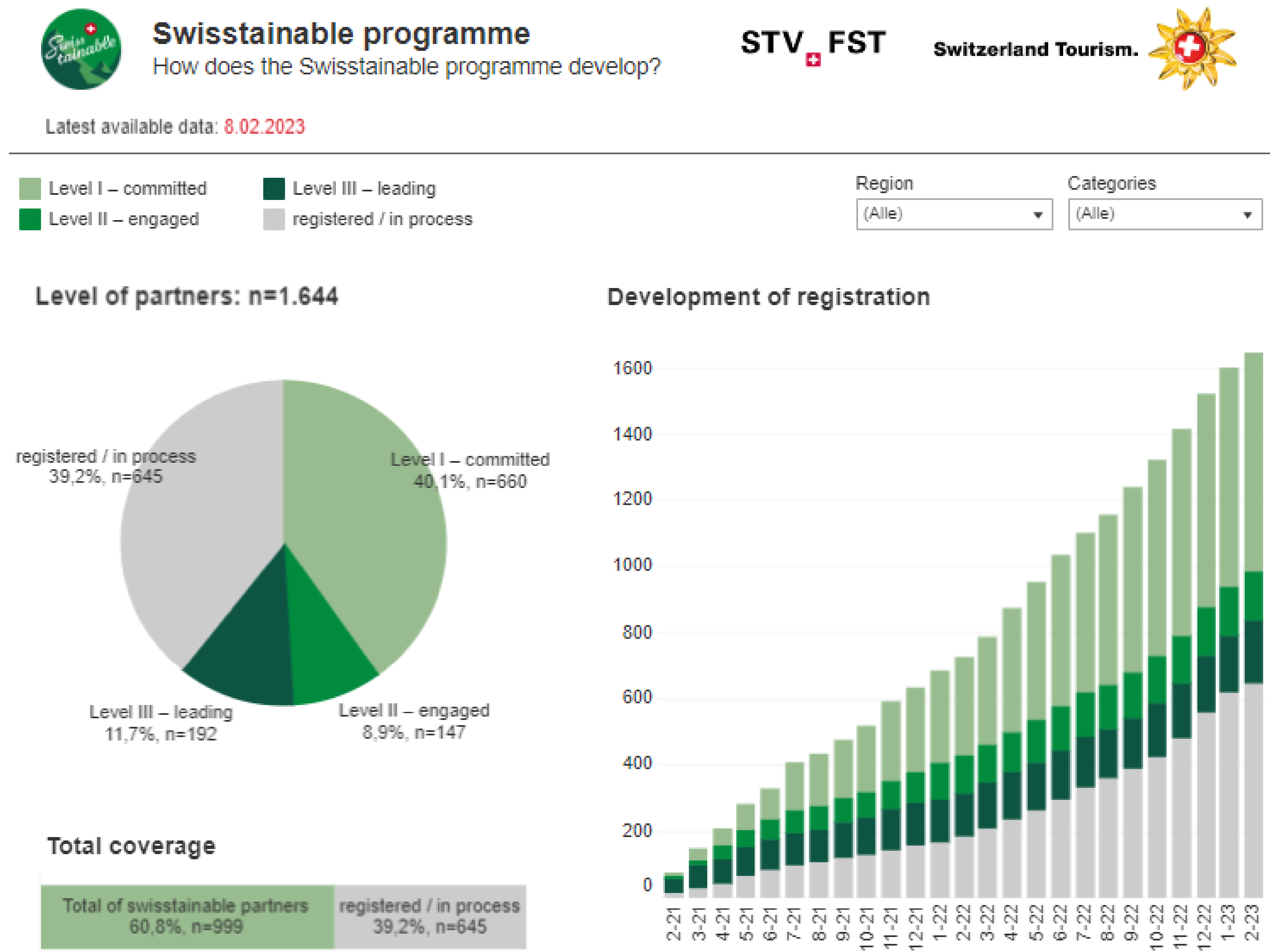
Now it's your turn!



**Choose to be the driver,
otherwise ...**



How does the Swisstainable program develop



Latest available data: 8.02.2023

Level I – committed

Level II – engaged

Level III – leading

registered / in process

Region

(Alle)

Categories

(Alle)

Level of partners: n=1.644



Total coverage

Total of swisstainable partners
60.8%, n=999

registered / in process
39.2%, n=645

Development of registration



<https://www.stnet.ch/de/swisstainable/swisstainable-dashboard/>

It looks good. But

Fourthly, this means that sustainability initiatives have been launched in some places. But seen as a whole, in far too many countries "nice promises" dominate or passivity even prevails. If governments do not act, it is up to us, the tourism industry, to take the reins.

5. Website examples from your ranks



... from websites of participants of this event today

<https://www.mystsnet.com/de/>



	LEGAL
<ul style="list-style-type: none"> - About - Our Leadership - Partners - Blog 	<ul style="list-style-type: none"> - User Agreement - Privacy Policy - Cookies Policy - Terms & Conditions - Cancellations

Vacation Types	Trip Planning	About Us
<ul style="list-style-type: none"> Most Popular Luxury Rail Famous Trains Lakes & Mountains 	<ul style="list-style-type: none"> Where to Start FAQs Accessibility Contact Us 	<ul style="list-style-type: none"> Our Blog Experience Careers Cookie Policy

Über uns

Unternehmen

Team

Jobs

halbtax

🇬🇧

☰

🛒0

About Us

Already Registered?

Book Now

WHAT'S NEXT

Contact Us

Insurance Request

About Us

Terms & Conditions

Privacy Policy

FAQ

Press

Promotions

Student Store

Gift

Points Card

Distributor Collaboration

Affiliate Program

Careers

Influencer Partnerships

Selected Promotions

Privacy Policy

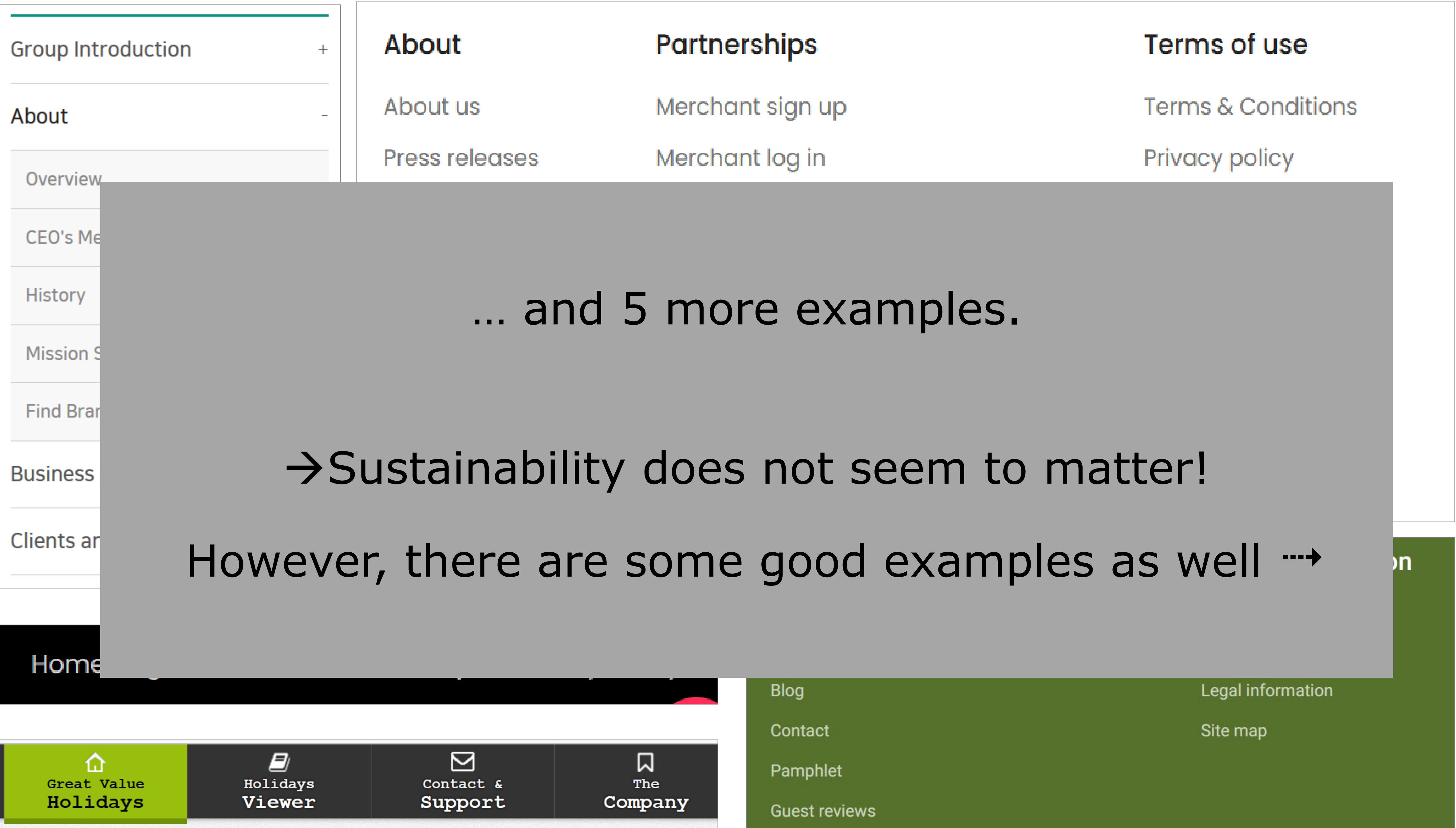
Expert Advice & Inspiration

Careers

Make a Payment

Groups

Travel Agents



... and 5 more examples.

→ Sustainability does not seem to matter!

However, there are some good examples as well ---->

Omio (GoEuro), Delaware

Who are we

History

Team

Fast Facts



As the ground transportation leader in Europe, we help you make sustainable choices

One in four Omio customers change their bookings from flights to trains, reducing their individual carbon footprint by more than 50 percent! Talk about down to earth!

In the office

Corporate

About us

Careers

Press centre

Become a partner

Hotelplan UK, United Kingdom



Hotelplan UK

Hotelplan UK is the UK subsidiary of [Hotelplan Group](#), a large pan-European travel group headquartered in Switzerland. We are a well-established family of five specialist tour operators, with a strong tradition of excellence & high standards of quality and service. We are passionate about the holidays we offer, and we always aim to meet or exceed the expectations of our customers'. **Sustainability and responsible tourism are at the heart of everything we do.**

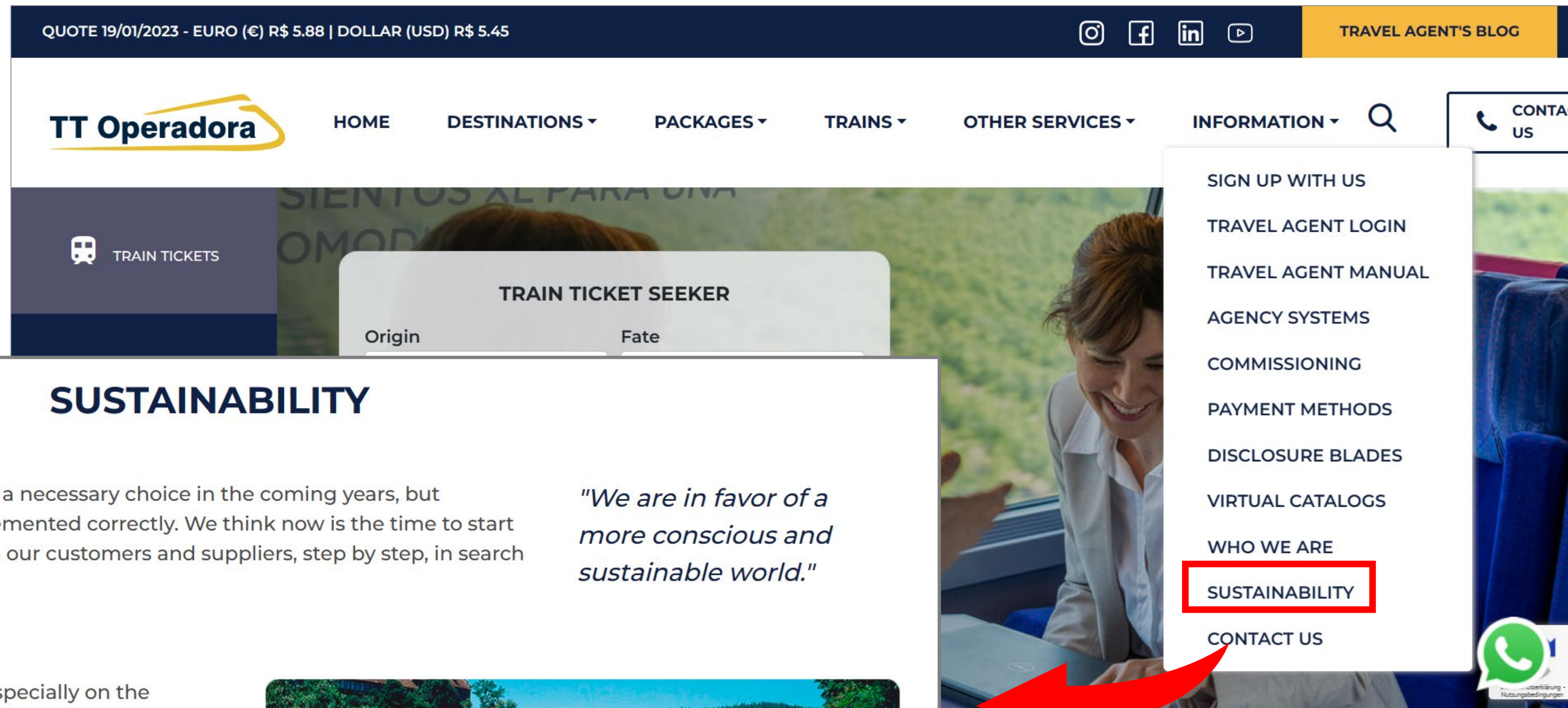
The Hotelplan UK family of brands includes Inghams, Esprit, Santa's Lapland and Explore Worldwide all based in Nelson House in Farnborough, together with Intravel based near York.

Our Brands



Online www.ingham.co.uk | By Phone 01483 791 111

Inghams have been taking people skiing for over 85 years. Founder Walter Inghams pioneered the ski holiday business and is famed as 'The man who took Britain skiing'. Over the years we've built up experience, respect and trust within the ski industry and take great pride in continuing Walter's vision and



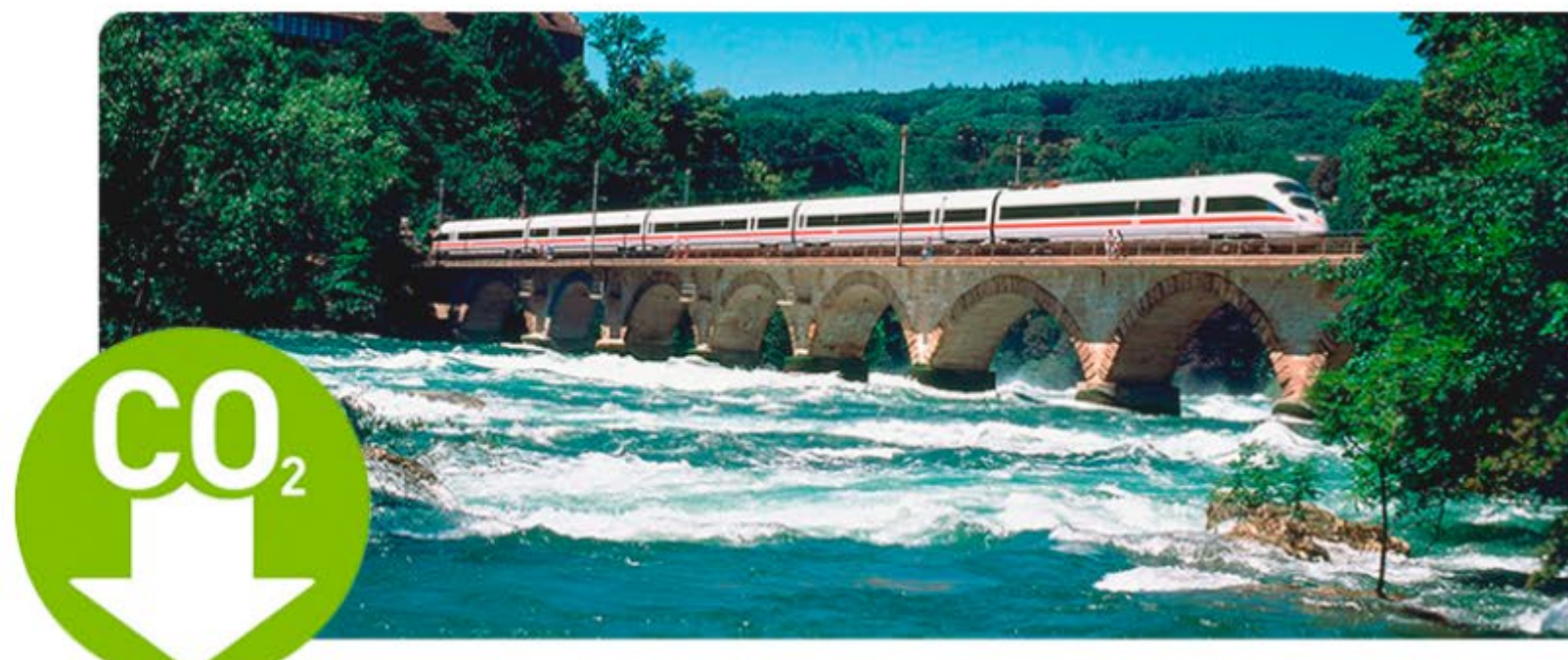
SUSTAINABILITY

TT Operadora believes that sustainability will be a necessary choice in the coming years, but unfortunately it will still take a while to be implemented correctly. We think now is the time to start embarking on this journey, working closely with our customers and suppliers, step by step, in search of this concept of sustainable travel.

"We are in favor of a more conscious and sustainable world."

We specialize in train travel around the world, especially on the European continent. TT Operadora is increasingly inserting this effective means of transport in the preparation of its travel packages.

In addition to the European train being fast, punctual, comfortable, **It is ONE OF THE MEANS OF TRANSPORT THAT LESS EMITS CO₂**, which makes it sustainable transport and that harms the environment little.



Bucher Travel Inc., Switzerland

Sustainability



It's time to take responsibility!

The tourism market is dynamic and tourism companies are constantly confronted with new social and economic developments. New travel trends and the associated changes in travel behavior, the digitalization of all areas of life and increasing competition are just some of the factors. Sustainable planning ensures the long-term prospects of our company and the environment. All of our employees act in accordance with the company's own charter that allows us to make a long-term contribution of our own.

Who w

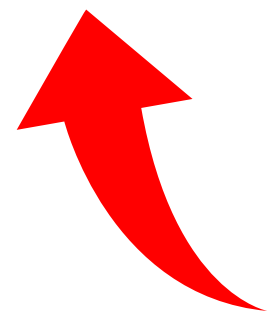
We are here possible and decades of experience, proven workflows, creative solutions, extensive network and a good dose of fun at work, we create trust and successfully implement your travel project.

OUR VALUES

HISTORY

SUSTAINABILITY

CHARITY



Switzerland Tourism, Switzerland



Swisstainable – sustainable travel in Switzerland.

A NEW APPROACH TO TRAVEL FACTS AND FIGURES PLAN A MORE SUSTAINABLE HOLIDAY OUR TIPS FOR RESPONSIBLE AND MINDFUL TRAVEL EATING, SLEEPING AND GOING

Untouched nature touches our hearts. As a travel destination, Switzerland is synonymous with spectacular mountains, wild gorges and mystical forests; our nature has the power to provide energy. We aim to preserve this – for many generations to come.



My Swisstainable Journey

**Real people, true stories:
bringing sustainable
tourism to life.**

[Learn more](#) →

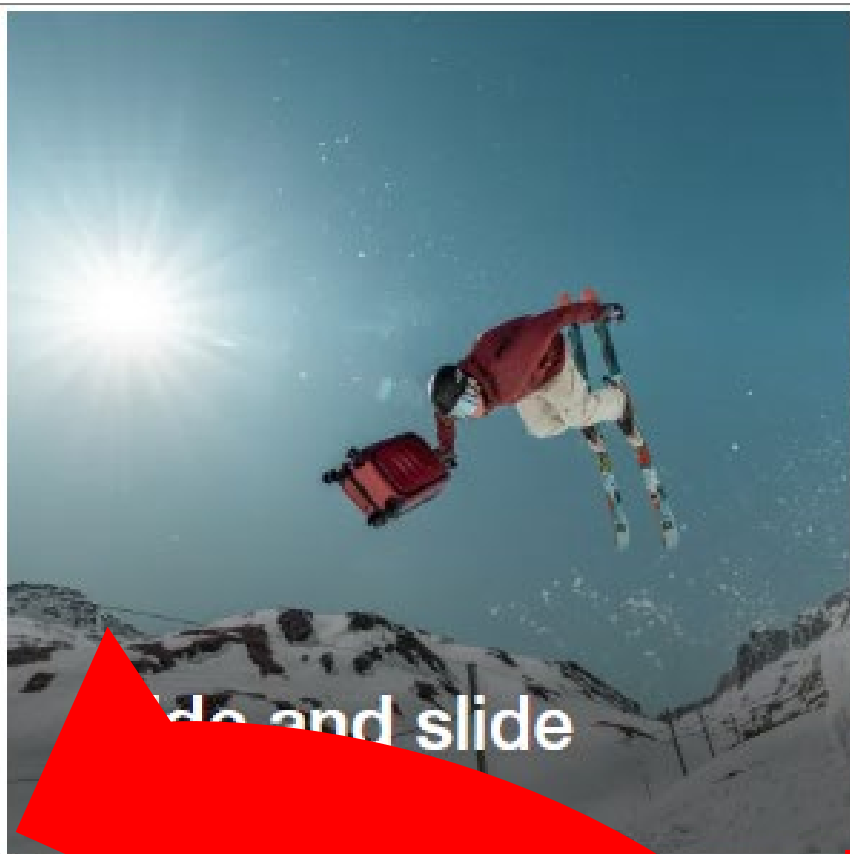
A new approach to travel

Sustainable travel doesn't necessarily mean having to go without. Sustainable travel means greater awareness and depth and more enjoyment. With this in mind, Switzerland follows its own sustainability strategy: Swisstainable.

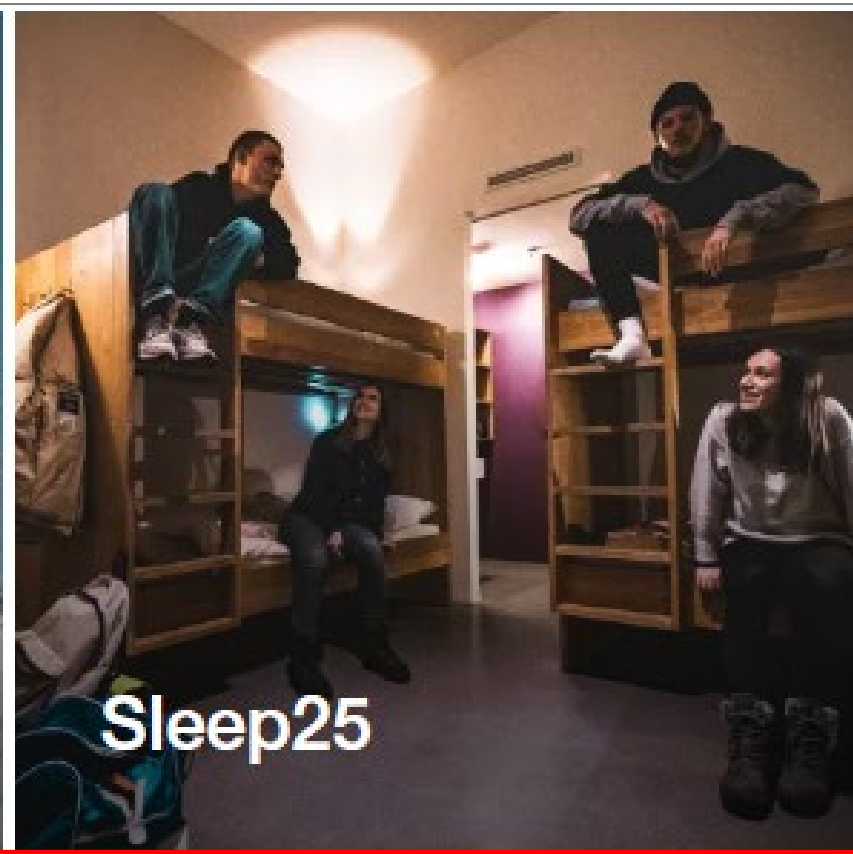
Swisstainable is all about having one's finger on the pulse – and maximum relaxation in a natural setting:

1. Enjoy nature up close and at first hand

ow!



Slide and slide



Sleep25




Choice: The
and



Sustainability

Railtour Suisse sa, Switzerland



SUSTAINABLE TRAVEL

SEARCH



THE SPEC

SUSTAINABLE TRAVEL

RAILTOUR-FRANTOUR SETS ITSELF THE FOLLOWING THREE ENVIRONMENTAL PRINCIPLES

- THE ENVIRONMENT CONCERNS US ALL
- BY TRAIN FOR THE SAKE OF THE ENVIRONMENT
- WE BELIEVE IN CLIMATE-FRIENDLY TOURISM

SUSTAINABLE TRAVEL WITH RAILTOUR-FRANTOUR

railtour-Frantour booking tool, sustainable accommodations that have been awarded independent certifications are marked with the «Green» label. We focus on certification programs that are recognized by the Global Sustainable Tourism Council (GSTC) and thus meet the minimum global

Service

- » Reisebüro-Infonet
- » Unser Service
- » Reiseversicherung
- » Bahntickets
- » Gutscheine

Unternehmen

- » Hilfe / Häufige Fragen
- » Kataloge
- » Kontakt & Beratung
- » Reisebüro finden

- » Über uns
- » Karriere & Ausbildung
- » Nachhaltigkeit
- » Partnerprogramm

Social Media

- » Facebook
- » Twitter
- » Youtube
- » Instagram

Nachhaltigkeit



Ausgezeichnete Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit gehört bei uns zu jedem Angebot dazu. Wenn Sie mit der Bahn anreisen, fahren Sie mit 100% Ökostrom.

International Rail, United Kingdom

Destinations

- › Train Tickets UK
- › Train Tickets USA
- › Australia Train Tickets
- › Train Tickets South Korea
- › Canada Rail Pass
- › Japan Train Tickets
- › Vietnam Train Tickets

Rail Companies

- › Trenitalia
- › Tilt Train
- › The Blue Train
- › Eurostar
- › Thalys
- › Thello
- › TGV

Legal information

- › Conditions of Use
- › T&C's for social media competitions, prizes and giveaways

Sustainability

- › Sustainability Policies

Travel the world

- › Rail Flexipass
- › Rail Train Pass
- › Interrail Global Pass

Practical

- › Sitemap
- › Careers
- › Contact us

Home | visitengland




Home Rail Tickets Rail Passes ▼ Countries ▼ Special Trains ▼ Blogs Contact Us

Business



SUSTAINABILITY

Sustainable travel means finding a way that travel and tourism can be maintained long-term, without causing harm to both  natural and cultural environments. It is about valuing our natural resources and choosing the greenest and most environmentally friendly way of travelling. Train travel is one of the most sustainable means of travel, as trains emit up to 75% less carbon compared to cars and aeroplanes. International Rail are dedicated to finding the very best rail tickets and passes across the world, so that we can encourage our customers, wherever possible, to think green, avoid the plane and take the train.



Company

[Group](#)

[Business c](#)

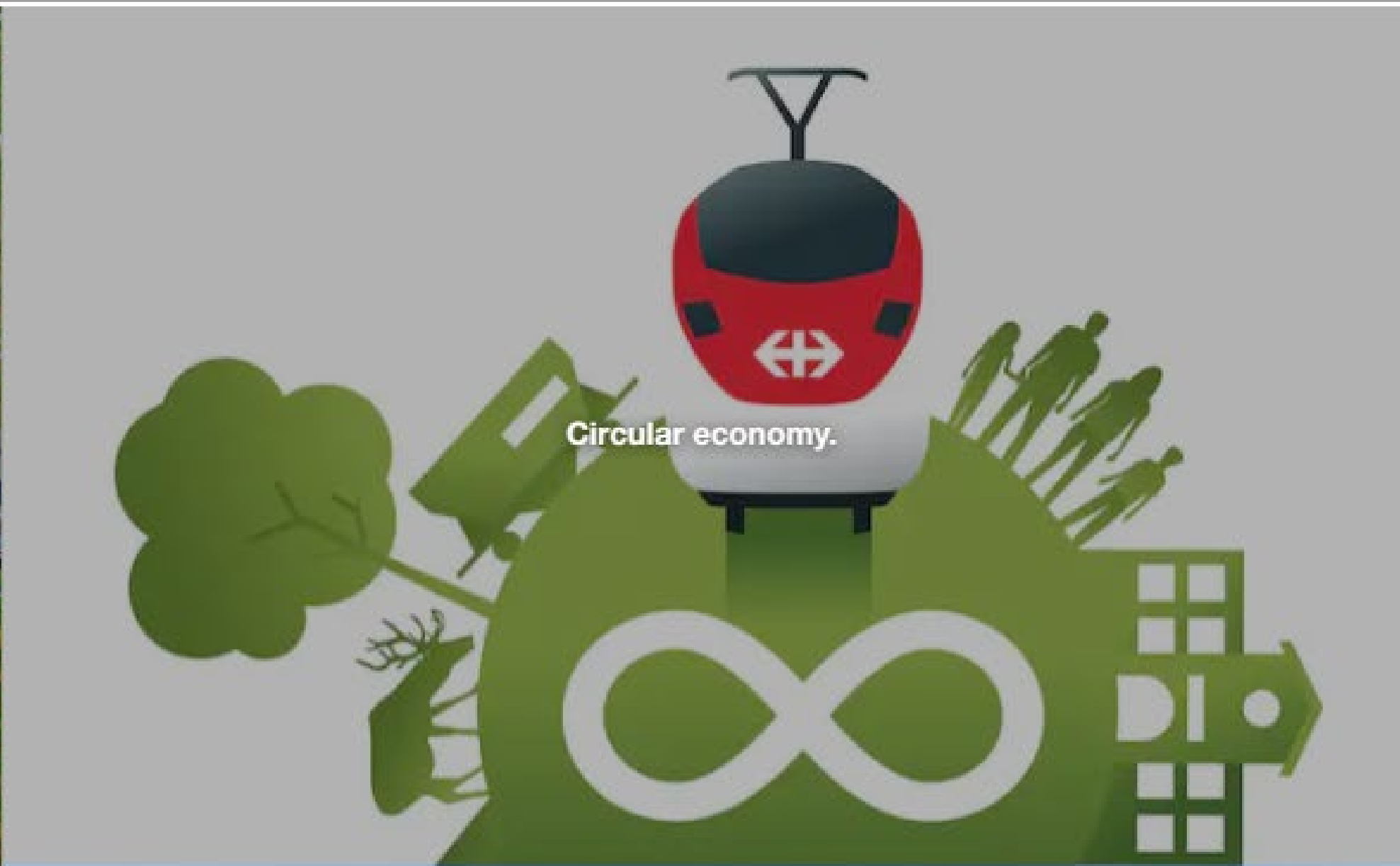
[Real estate](#)

[Jobs & care](#)


[Media](#)

"Do something great. (moving with us." Discover and fantastic job oppo


[More information →](#)





TGV Lyria, France




[Tickets & Fares](#)
[My Travel](#)
[My Stay](#)
[Lyria Company](#)



EN


Suisse



BOOKING






Our environmental commitment

Ecology: TGV Lyria, the champion of travel between France and Switzerland

TGV Lyria has always striven to offer a service that combines convenience and speed and respects the environment. Incidentally, the environmental factor takes second place in your choice of train over other means of transport between France and Switzerland.

More information



TGV Lyria, France

TGV Lyria

Tickets & Fares

My Travel

My Stay

Lyria Company

About TGV Lyria

Who are we?

CSR

Rail partners

New Lyria Offices

TGV Lyria

Tickets & Fares

My Travel

My Stay

Lyria Company

EN

Suisse

BOOKING


HOME > CSR

CSR

TGV Lyria - Committed to the environment

Lernidee Erlebnisreisen GmbH, Germany






TrainsCruisesAbout UsContactPartner Page

Our Responsibility

In close cooperation with various organizations, Lernidee supports a number of social projects to take responsibility for the people and nature in our destinations and in our hometown, Berlin.

About LernideeOur VisionOur ResponsibilityOur TrainsOur ShipsBrochures

Acknowledging Our Responsibility

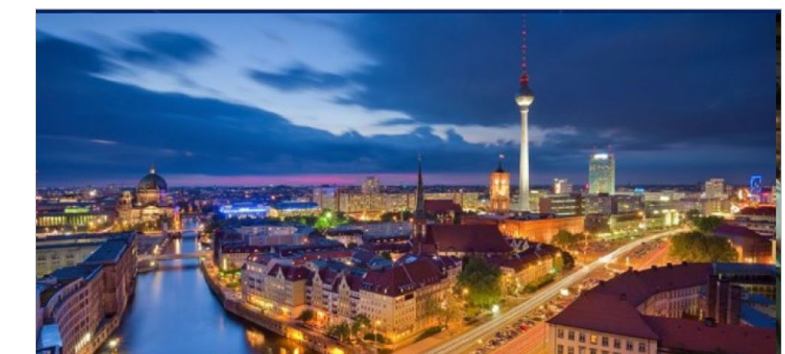


The operation of our international journeys makes it possible for us not only to acknowledge our responsibility but to do something



In Our Destinations

In close cooperation with various organizations, Lernidee supports a number of social projects that take responsibility for the people and places in our destinations.



In Our Hometown, Berlin

At Lernidee, it is a time-honored tradition to support social projects in Berlin.



Projects Supported by Our Guests and Partners

For many years, we have supported numerous social projects in our destinations with the help of our guests and partners.

Lernidee Erlebnisreisen GmbH, Germany



In Our Destinations

In close cooperation with various organizations, Lernidee supports a number of social projects that take responsibility for the people and places in our destinations.

- Namibia
- Mongolia
- Russia
- Laos
- South Africa
- Doctors without Borders

Lernidee Erlebnisreisen GmbH, Germany



In Our Hometown, Berlin

At Lernidee, it is a time-honored tradition to support social projects in Berlin.

- Integration of Refugees
- School Trips for Berlin Students
- Language Week Neukölln

Lernidee Erlebnisreisen GmbH, Germany



Projects Supported by Our Guests and Partners

For many years, we have supported numerous social projects in our destinations with the help of our guests and partners.

- South Africa: Noluthando Kindergarten in Cape Town
- Namibia: Katora Primary School
- Zambia: Robert Dean School in Ngwerere



... and other examples from a non-representative selection of tour operators' websites



Alsharq Reisen Berlin (political study tours and nature tours)



AKTUELLES
 REISEN
 AUF ANFRAGE
 SPRACHKURSE
 DIGITALE REISEN
 ÜBER ALSHARQ
 SERVICE
 EN | DE
 

FLEXIBILITÄT, AKTUELLHEIT UND SPONTANITÄT

Wir greifen aktuelle Ereignisse, beispielsweise Wahlen, bei unseren Reisen auf und versuchen diese ins Programm zu integrieren, indem wir zum Beispiel ein Wahllokal besuchen. Dies gilt ebenso für Ausstellungen, Konzerte oder lokale Kulturfestivals. Wenn solche Ereignisse das Interesse der Gruppe wecken, versuchen wir spontan hierauf einzugehen. Wir sind stets offen für inhaltliche Anregungen aus der Gruppe. Indem wir die Teilnehmenden ermutigen, sich aktiv an der Reisegestaltung zu beteiligen, verhindern wir das klassisch passive Gruppenverhalten anderer Gruppenreisen.

INTENDIERTER IMPACT VON ALSHARQ-REISE

Wir erhoffen uns von den Reisen, dass die Teilnehmenden ihr politisches und/oder zivilgesellschaftliches Engagement ausbauen und das Erlebte weitertragen. So haben sowohl Gesprächspartner*innen von vor Ort als auch Teilnehmende durch unsere Vermittlung Vorträge zu ihren Themenschwerpunkten in Deutschland gehalten. Auch sind Kooperationen zwischen Hochschulen in Deutschland und in den Zielländern entstanden.

ALSHARQ-REISELEITER*INNEN


Sehr gute Orts- und Sprachkenntnisse sowie zahlreiche Kontakte zu Politik und Zivilgesellschaft zeichnen unsere Reiseleiter*innen aus. Mindestens eine Person pro Leitungsteam hat längere Zeit im Zielland verbracht und spricht dessen lokale Sprache(n) gut. Häufig hat mindestens eine Person im Reisetem einen familiären Bezug zum Zielland. Dementsprechend sind unsere Reise-Teams im Zielland bestens vernetzt. Wir setzen uns bei jeder Reise zum Ziel, geschlechtergemischte Leitungsteams einzusetzen.

FAIRNESS UND NACHHALTIGKEIT

Fair bedeutet für uns, dass all diejenigen, die an der Entwicklung und Durchführung der Reise beteiligt sind, eine angemessene Entlohnung erhalten. Wir unterstützen lokale Strukturen, Projekte und Initiativen in den Reiseländern – insbesondere auch dort, wo die (vermeintliche) politische Situation zu starken Einbrüchen im Tourismussektor geführt hat. Unsere lokalen Partnerorganisationen wählen wir auch unter den Gesichtspunkten von Umweltschutz und Sozialverträglichkeit aus.

Wir agieren nachhaltig und schonen die Natur so gut wir können. Auf unseren Camping- und Wanderreisen legen wir besonderen Wert auf einen verantwortlichen Umgang mit der Umwelt und natürlichen Ressourcen. Begegnungen mit Umweltorganisationen stehen bei vielen unserer Reisen auf der Agenda, insbesondere dem drängenden Problem der Wasserknappheit schenken wir viel Aufmerksamkeit. Darüber hinaus streben wir ein Produktportfolio an, in welchem die CO2-Emissionen, die durch unsere Reisen entstehen, in einem ausgewogenen Verhältnis zur Reisedauer stehen und ermutigen die Teilnehmenden auch zu individuellen Verlängerungen vor und nach der Reise.

cG Touristic Lower Bavaria (hiking tour specialist)



Fragen? +49 (0) 8536 919178
Mo-Fr 9-13 und 15-18 Uhr

Ihr Wanderziel finden ...

Reisesuche ▾ Inspiration ▾ Infos ▾ Wandern.de ▾

Das CSR-Leitbild von wandern.de

Nachhaltigkeit

Die Nachhaltige Wanderreise
Auf einen Blick: 10 Tipps für nachhaltige Wanderreisen
Nachhaltigkeit bei wandern.de
Das CSR-Leitbild von wandern.de
Informationen zum forum anders reisen (far)
Informationen zu KATE
Mehr Informationen zu TourCert
Nachhaltigkeitsinformation für wandern.de Kunden
10 Nachhaltige Wanderreisen

Wandern.de ist eine Marke der cG Touristic. Die cG Touristic ist ein auf Wandereisen spezialisiertes Reisebüro und darüber hinaus auch Reiseveranstalter für ausgesuchte Wanderreisen weltweit. Leitung und Mitarbeiter der cG Touristic sind sich Ihrer **Verantwortung gegenüber Gesellschaft und Umwelt** bewusst und streben eine **nachhaltige Arbeits- und auch Lebensweise** an.

Im Rahmen unserer Unternehmenstätigkeit bedeutet CRS, dass:

- die Umweltfreundlichkeit einer Reise ein wichtiges Kriterium zur Aufnahme in unser Verkaufsprogramm ist
- Leistungsträger und auch alle sonstigen Partner hinsichtlich Ihrer Nachhaltigkeit von uns kritisch hinterfragt werden
- Leistungserbringer, die über die CSR tourism certified Auszeichnung verfügen, von uns bevorzugt werden
- Sorge getragen wird, dass unser Arbeitsprozess ressourcenschonend angelegt ist
- sämtliche Mitarbeiter in einer Atmosphäre des Vertrauens, selbständig, Kunden- und Unternehmensorientiert arbeiten
- unsere Kunden aus einer großen Anzahl von ausgewählten, umweltfreundlichen Reisen wählen können
- eine kompetente Beratung, freundlich und individuell von uns erfolgt, so dass unsere Kunden vollumfänglich informiert, die passende Reise buchen

Wir wissen, dass unsere Zielsetzung, ein nachhaltig arbeitendes Unternehmen zu werden, das **ständige Überprüfen von gesetzten Anforderungen, Änderungen und Neuorientierungen** bedarf. Wir gehen gerne diesen Weg, da das Ziel uns anspornt!

Auf und Davon Reisen

Gummersbach (Focus
Asienreisen)

- CSR report available
- Mission statement also mentions sustainability



REISEZIELEREISEARTENSERVICEÜBER UNSKONTAKT

STARTSEITE - CSR / NACHHALTIGKEIT

CSR und Nachhaltigkeit

Faires und nachhaltiges Reisen

Seit der Gründung von Auf und Davon Reisen ist Nachhaltigkeit in Hinblick auf Umwelt- und Sozialverträglichkeit grundlegender Bestandteil unserer Reisekonzepte. Dieses Engagement wurde 2009 mit Hilfe der „CSR-Reporting Initiative im Tourismus“ offiziell bestätigt.

Als eines von nur 15 Pilotunternehmen in Deutschland wurde Auf und Davon Reisen bereits 2009 von einem unabhängigen, neutralen Gremium anhand dieser Standards auf „Corporate Social Responsibility“ (CSR), verantwortungsvolles wirtschaftliches Handeln, geprüft.

Auf der weltgrößten Touristikmesse ITB in Berlin im März 2009 erhielt Auf und Davon Reisen erstmalig das EU-geförderte Gütesiegel für nachhaltiges Reisen verliehen.

Am 11. März 2009 wurde das Siegel feierlich vom früheren deutschen Umweltminister und „Umweltpapst“ Prof. Dr. Klaus Töpfer überreicht.

Im CSIPapierErgebnisDieserEntwickVerbraSchlüs

Den CSR-Bericht können Sie bei uns anfordern.

t. Vom
tet. Das

CO2 -

Ihnen als Kunde bietet das CSR-Siegel nun die Möglichkeit, einen Veranstalter zu erkennen und auszuwählen, der neben ökonomischen auch soziale und ökologische Ziele in seinem Handeln und seinen Angeboten verfolgt.

Diese Zertifizierung wird regelmässig alle 3 Jahre wiederholt. Zur Zeit befinden wir uns im Prozess dieser Re-Zertifizierung

Den CSR-Bericht können Sie bei uns anfordern.

BASIS Reisen

Bad Brückenau
(focus on India
tours)

BASIS REISEN



HOME

REISEN

ÜBER UNS

NACHHALTIGKEIT

PRESSE

BILDERGALERIE

SERVICE

KONTAKT

Home

Projekte

Handproducts

Praktika

Wir über uns

Partner

Reisen

Kontakt/Impressum

Laufende Projekte

Soziales Engagement

Umweltschutz und
Landwirtschaft

HIER FINDEN SIE UNS

BASIS

MOOZHIL HOMES

SREEKANDAMANGALAM P.O. KOTTAYAM

686562 KERALA / INDIA

KONTAKT

RUFEN SIE EINFACH AN UNTER

09741 726 3398

SCHREIBEN SIE UNS AN

[INFO@BASIS-PROGRAMS.COM](mailto:info@basis-programs.com)

ODER NUTZEN SIE UNSER

[REISE-KONTAKTFORMULAR](#)

BASIS PROJEKTE



Den Bewohnerinnen und Bewohnern des Dorfes soll mit Hilfe von BASIS-Programms die Möglichkeit gegeben werden, durch Eigeninitiative ihre Talente zu entdecken, Selbstständigkeit zu entwickeln und dadurch ihre Lebenssituation zu verbessern.

Das geschieht durch die Teilnahme an verschiedenen Projekten wie Nähen und Sticken in der Nähsschule, Malen und Siebdruck in der Kunstwerkstatt, Buchbinderei, Holz- und Metallbearbeitung in Werkstätten, Lernen von Gesang, Tanz und landwirtschaftlichen Tätigkeiten. Die landwirtschaftlichen Geräte können ausgeliehen und mitbenutzt werden. Weiter gibt es eine Baumschule, eine Fischzuchtanlage und eine Bio-Kläranlage für die Aufbereitung von Abwasser sowie verschiedene Projekte in den Bereichen Tierhaltung und Trinkwasserversorgung.

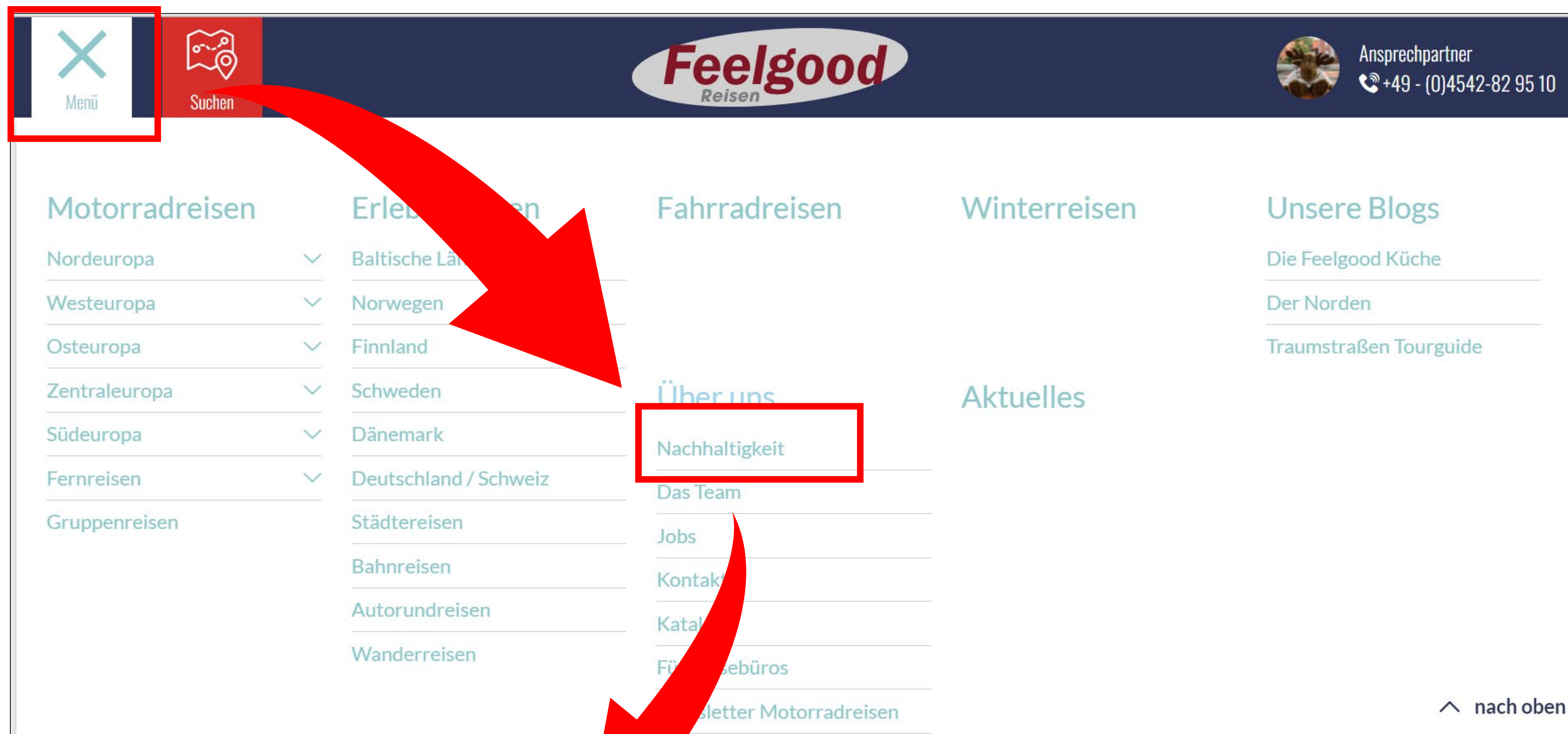
Es wird auch Beratung zum biologischem Anbau und zur Abfallbewirtschaftung für Schulen und Universitäten angeboten. In allen Bereichen wird unter fachkundiger Anleitung durch hauptamtliche regionale Kräfte, jedoch nicht formell, ausgebildet. Um insbesondere Frauen die Teilnahme an den Angeboten zu ermöglichen, wurde 1996 ein Kindergarten eröffnet.

Für weitere Informationen schreiben Sie uns auf info@basis-programs.com

- Sustainability mentioned on main page
- Sustainability projects listed

Feelgood Reisen

Möln (focus on Northern Europe)



- Mission statement
- Local value creation
- Climate protection
- CO2 compensation

Galapagos Pro

Frankfurt (Galapagos Specialists)

ÜBER UNS

Wer wir sind

Das Profi Team

Sicherheitskonzept

Nachhaltiges Reisen

Charles Darwin Station
und Freiwilligenarbeit

Jetzt reisen und die
Welt retten

HSLU

Nachhaltiges Reisen mit Galapagos PRO



Nachhaltiges Reisen nach Ecuador und Galapagos mit Galapagos PRO

Wir verstehen uns als Reiseveranstalter mit Verantwortung für die lokale Wirtschaft, Respekt vor der Natur und Erhaltung einer gesunden Umwelt auf den Galapagos-Inseln, in Ecuador und Südamerika. Ecuador ist geschaffen für nachhaltigen Tourismus. Hier begegnen Sie der Natur hautnah. Außerdem hat Ecuador den Naturschutz als Grundrecht in seiner Verfassung verankert. **Wir fördern individuelles und nachhaltiges Reisen und die Begegnung mit den Einheimischen.**

Wie setzen wir das um?

- Wir arbeiten mit lokalen Unternehmen vor Ort und unterstützen privat geführte Hotels
- Wir fördern umweltfreundliche und nachhaltige Projekte in Ecuador und auf den Galapagos-Inseln nach Kräften und informieren aktiv darüber
- Wir bieten unseren Gäste die Kompensation ihrer Flüge mit **Atmosfair** an (aktuell 142 Euro pro Person)
- Wir sind Mitglied im Verband **Forum anders reisen** und stellen unsere Organisation nach dessen Statuten auf den Prüfstand
- Wir spenden für jeden unserer Gäste 25 US-Dollar an die **Charles Darwin Stiftung**
- Wir unterstützen die indigene **Shuar-Gemeinde TAWASAP** in Palora Ecuador
- Wir pflegen langjährige Beziehungen und Freundschaften mit all unseren Partnern.

Tour de sens Stuttgart (round trips for the visually impaired and blind)

Startseite
⊕ Reiseprogramm
Anmeldeformular
⊕ Reisekonzept & Hinweise
⊕ Reiseberichte & Presse
Über uns
Jobs
3D Tastmodelle
Blog
Reisen in Zeiten der Corona-Pandemie
Inklusiv – Der Reisepodcast
Nachhaltiges Reisen mit tour de sens
Barrierefreie Bedienung
Kontakt
Katalog & Newsletter
Inhaltsverzeichnis

HSLU





es
-
en

Sprache



Schwarz-Weiß

+

-

Schrift

Sie sind hier: [tour de sens](#) » Nachhaltiges Reisen mit tour de sens



Nachhaltiges Reisen mit tour de sens

Unsere Kriterien

tour de sens setzt alles daran, Ihnen ein möglichst nachhaltiges Reiserlebnis zu ermöglichen, in dem wir bei der Reiseplanung und – durchführung darauf achten Umweltressourcen zu schonen und zur sozialen Nachhaltigkeit in unseren Reiseländern beizutragen. Dafür haben wir uns Kriterien gesetzt, die wir bei unserer Arbeit einhalten. Dies bedeutet, dass wir:

- wenn möglich Direktflüge organisieren
- für Reisen mit Langstreckenflügen eine Mindestreiselänge von 13 Tagen einplanen
- mindestens 25% unserer Reisen innerhalb Deutschlands und dessen Nachbarländer anbieten, deren Anfangs- und Endpunkt mit dem Zug erreichbar sind
- Ihnen die Möglichkeit bieten, den durch Ihre Flüge verursachten CO2-Ausstoß über die gemeinnützige Organisation atmosfair auszugleichen (s. unten).
- keine Kreuzfahrtreisen anbieten, die mit Schiffen mit einer Kapazität von mehr als 50 Kabinen durchgeführt werden
- im Reiseland, wenn es möglich und komfortabel genug ist, auch auf öffentliche Verkehrsmittel zurückgreifen

Unsere Firmenph
einem umwelt-, k
sowie in den Reis
Thema sensibilis

Mit dem TourCer
Tourismus. Unser
TourCert aufgeba
Siegel haben wir
Kundeninformati
Darüber stehen v
Ausarbeitung und



UNSERE VO
NACHHALTIG

Inhaltsverzeichnis

Umfang der Datenerhebung	5
1. Management	6
1.1 Leitbild asia365	6
1.2 Verantwortung der Leitung, CR-Beauftragte/r und CR-Managementsystem	9
1.3 Organigramm CR innerhalb der DER Touristik Suisse AG	10
1.4 Organigramm CR Fachstelle und CR Steuerungsausschuss	10
1.5 Organigramm CR Austausch	11
1.6 Legal Compliance	13
1.7 Supplier Code of Conduct	13
1.8 Tierschutzrichtlinie	14
1.9 Menschenrechte und Kinderschutz	14
1.10 Stärken-Schwächen Profil 2017	17
1.11 Stakeholder-Map 2019	18
1.12 Stakeholder Matrix und Bewertung 2019	20
1.13 Information und Kommunikation	23
1.14 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring	26
2. Wirtschaftsdaten	27
3. Reiseangebote	27
3.1 Angebotsportfolio	27
3.2 Produktgestaltung	28
3.3 Zertifizierte Unterkünfte in Thailand	29
3.4 CO2-Emissionen der Reisen	30
4. Kunden	31
4.1 Kundenzufriedenheit	31
4.2 Kundeninformation	32
5. Mitarbeiter	34
5.1 Beschäftigtenstruktur	34
5.2 Arbeitsbedingungen	34
5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit	36
5.4 Mitarbeiter-Zufriedenheit	37
5.5 Pendelverkehr	39

6. Unternehmensökologie	40
6.1 Energie	40
6.2 Ökostrom	40
6.3 CO2-Emissionen	41
6.4 Kompensation Flugdienstreisen	41
6.5 Papier	42
6.6 Beschaffung	43
7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette	44
7.1 Zufriedenheitsbefragung der Geschäftspartner	44
8. Community Involvement	46
Anlage: Verbesserungsprogramm	50

Cotravel Zurich (focus on study and group travel)

REISEANGEBOTE

FACHBEGLEITUNG

TOURCERT ZERTIFIZIERUNG

cotravel übernimmt unternehmerische Verantwortung und setzt sich weltweit für zukunftsfähigen Tourismus ein. Wir sind uns den Weiten und Grenzen unseres Wirkungsbereichs bewusst und verfolgen strategisch das Ziel, Nachhaltigkeit bestmöglich entlang unserer Wertschöpfungskette 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, weitet sich auf unsere Kunden, Partner und Leistungsträger aus, und erstreckt sich bis zu den Destinationen.

An der ITB 2019 haben wir das TourCert-Siegel entgegennehmen dürfen. Mit diesem international anerkannten Gütesiegel gehen wir die Verpflichtung ein, eine kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsleistung zu erzielen. Unsere Ambition ist es, in den Belangen der Nachhaltigkeit – vom Kinderschutz bis hin zum Klimawandel – unseres Wirkungsbereiches konkrete Massnahmen zu ergreifen, um so unseren Beitrag zu verantwortungsvollem und zukunftsfähigem Tourismus zu leisten.

Unseren Nachhaltigkeitsbericht 2018 finden Sie hier: [Nachhaltigkeitsbericht 2018](#)

TRAVEL FOR TOMORROW

•

TOURCERT

•

CERTIFIED

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

TOURCERT

ÜBER

Mit dem TourCert-Siegel bekennen wir uns zu unserer Verantwortung für ein nachhaltiges Reisen, das entsprechend dem Zertifizierungsstandard von TourCert aufgebaut und von unabhängigen Gutachtern überprüft wird.

MIT KEN

Wir von Dorado Latin Tours haben in Amerika ein Unternehmen für Mittel-

Mit dem TourCert-Siegel haben wir uns dazu verpflichtet, uns in den Bereichen Menschenrechte und faire Geschäftsbeziehungen ständig zu verbessern.

Darüber stehen wir im Dialog mit unseren Leistungsträgern vor Ort und berücksichtigen bei unseren Reiseangeboten ökologische und soziale Kriterien.

Lernen

[Mehr Informationen über TourCert](#)

UNTERNEHMEN

[Nachhaltigkeitsbericht Dorado Latin Tours](#)

Alles ist möglich. Hautnah. Authentisch.

Dorado Latin Tours ist der führende Reiseveranstalter für authentische und nachhaltige Reiseerlebnisse in Mittel- und Südamerika. Und dies seit über 20 Jahren. Wir bieten massgeschneiderte Individualreisen, sowie auch Gruppenreisen an. Einmalige Erlebnisse sollen bleiben. Durch kontinuierliche Recherchen und Reisen in diese Länder sind wir immer auf dem aktuellsten Stand und wissen um die neusten Projekte und Geheimtipps bestens Bescheid. Mit viel Leidenschaft zu den Destinationen, gelingt es uns auf die persönlichen Reiseideen der Kunden einzugehen und die Reise zu einem aussergewöhnlichen Erlebnis werden zu lassen.



TourCert

Nachhaltigkeitsbericht
2019

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

Helvetic Tours Zurich

(tour operator for holidays worldwide)



Engagement

Wir haben nur eine Welt!

Helvetic Tours übernimmt unternehmerische Verantwortung im Tourismus ein. Wir sind uns den Weiten und Grenzen unserer Welt bewusst und setzen strategisch das Ziel, Nachhaltigkeit bestmöglich entlang unserer Wertschöpfungskette zu verankern.

Nachhaltigkeit lebt nicht durch den Einzelnen, sondern im Zusammenwirken verschiedener Anspruchsgruppen. Darum beginnt unser Engagement mit uns selbst und reicht auf unsere Kunden, Partner und Leistungsträger aus, und endet bei der Umwelt.

TourCert

Wir sind für unser Engagement TourCert-zertifiziert worden. Mit diesem international anerkannten Gütesiegel gehen wir die Verpflichtung ein, eine kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsleistung zu erzielen. Unsere Ambition ist es, die Belangen der Nachhaltigkeit – vom Kindersoldat bis hin zu Klimawandel – unseres Wirkungsbereichs konkrete Massnahmen zu ergreifen, um so unseren Beitrag zu verantwortungsvollem und zukunftsfähigem Tourismus zu leisten.

Nachhaltigkeitsbericht 2018



Kontiki Baden (North Specialist)

UNSER VERSPRECHEN

Persönliches
Erlebnisprogramm

Kontiki-Direktflüge

Betreuung vor Ort

Rund um die Uhr für Sie da

Nachhaltigkeit

Die Kontiki-Labels

Unsere Reiseleiter

Kontiki Reisen engagiert sich für eine nachhaltige Tourismusentwicklung. 2013 mit Stolz. Es gilt als wichtigste Auszeichnung der Reisebranche für Umwelt und Nachhaltigkeit. Wir haben unsere Geschäftstätigkeit systematisch gemäss TourCert Standards hin überprüft und Nachhaltigkeitskriterien im Unternehmen integriert.

Wir haben uns gegenüber TourCert verpflichtet, unsere Nachhaltigkeitsleistungen zu verbessern. Die Schwerpunkte finden sich im TourCert Verbesserungsprogramm, welches jährlich aktualisiert wird.

Zum Beispiel

- Haben wir für unseren Stromverbrauch der Jahre 2011 bis 2013 am Standort Baden das Geld floss über South Pole Carbon in ihr Windprojekt in Neukaledonien investiert? Ja, das haben wir. Seit Ende 2013 beziehen wir 100 % Ökostrom.
- Kontiki Reisen hat einen Leitfaden für die interne Beschaffung mit Fokus auf Nachhaltigkeit. Die Kontiki Kataloge und das Nordland Magazin werden auf Recyclingpapier gedruckt. Die weiteren Papierprodukte werden das Papier Refutura von Fischer Papier (100 % FSC-zertifiziert, Nordic Swan, CO2 neutral) verwendet. Ausserdem wird das Papier aus Glinde (100 % FSC-zertifiziert, Nordic Swan, CO2 neutral) verwendet. Ausserdem wird das Papier aus Glinde (100 % FSC-zertifiziert, Nordic Swan, CO2 neutral) verwendet. Ausserdem wird das Papier aus Glinde (100 % FSC-zertifiziert, Nordic Swan, CO2 neutral) verwendet.

Zum Download

- [Kontiki TourCert Bericht](#), Kernindikatoren und Verbesserungsprogramm
- [TourCert Kriterien für Reiseveranstalter](#)

Tierschutz

Wir arbeiten nur mit Anbietern zusammen, die unsere Tierschutzrichtlinie einhalten.

Mehr

Partnerschaften & Zertifizierungen

Wir arbeiten nur mit Nachhaltigkeitsorientierten und -zertifizierten Partnern zusammen.

Mehr

Menschenrechte & Kinderschutz

Wir arbeiten nur mit Anbietern zusammen, die unsere Richtlinien zu Menschenrechten und Kinderschutz einhalten.

Mehr



TourCert-Bericht 2018

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



Dieser Bericht bezieht sich auf die Daten aus dem Jahr 2017. Er ist entsprechend den Berichtsstandards von TourCert erstellt und durch unabhängige Gutachter überprüft.
www.tourcert.org



TourCert

Nachhaltigkeitsbericht
2019

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

RESPONSIB LICHKEIT UND VERANTWORTUNG

... unsere Verantwortung
... gegenüber den Mer
... in Augen besuchen wir a
... lachten bei der Zusam
... ind.

... r offen für Anregungen

E

anda
frika

TOURCERT

Anfang 2020 wurde Private Safaris erneut mit dem angesehenen TourCert Siegel ausgezeichnet. Es ist die wichtigste Auszeichnung für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus. Wir haben unsere Geschäftstätigkeit systematisch gemäss TourCert Standards auf Nachhaltigkeit hin überprüft und Nachhaltigkeitskriterien gezielt im Unternehmen integriert. Darüber hinaus haben wir ein Verbesserungsprogramm erarbeitet, das jährlich seitens TourCert überprüft wird. Mit dem TourCert-Siegel bekennen wir uns zu unserer Verantwortung für einen nachhaltigen Tourismus. Unser Management- und Berichtssystem ist entsprechend dem Zertifizierungsstandard von TourCert aufgebaut und von einem/einer unabhängigen GutachterIn überprüft. Mit dem TourCert-Siegel haben wir uns dazu verpflichtet, uns in den Bereichen Umweltschutz, Arbeitsbedingungen, Kundeninformationen, Menschenrechte und faire Geschäftsbeziehungen ständig zu verbessern. Darüber stehen wir im Dialog mit unseren Leistungsträgern vor Ort und berücksichtigen bei der Ausarbeitung und Zusammenstellung unserer Reiseangebote ökologische und soziale Kriterien.

[TourCert Zertifikat 2020](#)

[TourCert Nachhaltigkeits-Bericht 2019](#)

[Projekt "Tourism Excellence Uganda"](#)



Tourasia Wallisellen (Asia Specialist)

Wir übernehmen Verantwortung

„Mit der TourCert-Zertifizierung bekennen wir uns zu unserer Verantwortung für einen nachhaltigen Tourismus. Unser Management- und Berichtssystem ist entsprechend dem Zertifizierungs-Standard aufgebaut und von einem/einer unabhängigen GutachterIn überprüft. Mit der TourCert-Zertifizierung haben wir uns dazu verpflichtet, uns in den Bereichen Umweltschutz, Arbeitsbedingungen, Kundeninformationen, Menschenrechte und faire Geschäftsbeziehungen ständig zu verbessern. Darüber stehen wir im Dialog mit unseren Leistungsträgern vor Ort und berücksichtigen bei der Ausarbeitung und Zusammenstellung unserer Reiseangebote ökologische und soziale Kriterien.“

Alle drei Jahre durchlaufen wir den Rezertifizierungs-Prozess mit TourCert. Lesen Sie unseren aktuellen Nachhaltigkeitsbericht 2019 und nehmen Sie Einblick in unser Verbesserungsprogramm.

[Nachhaltigkeits-Bericht als PDF herunterladen »](#)

[Verbesserungsprogramm als PDF herunterladen »](#)

[Zurück zu Verantwortungsvoll reisen »](#)








Dreamtime Travel Baden (travel agency)

Engagement

Weit reisen - weiter denken

Ferne Länder und Kontinente entdecken. Exotische Regionen bereisen, neue Kulturen und Menschen kennen lernen, an tollen Stränden abtauchen und wilde Landschaften erkunden. Den Moment geniessen, jeden Augenblick auskosten. Damit wir das alle noch lange tun können, denkt Dreamtime über den unmittelbaren Horizont hinaus. Wir beobachten die gesellschaftlichen, ökologischen und sozialen Auswirkungen des Tourismus kritisch. Die positiven Auswirkungen unserer täglichen Arbeit wollen wir verstärken, die negativen verringern. Die Förderung von nachhaltigen Tourismusprodukten ist Teil unserer Strategie und unserer Firmenkultur. Wir wählen sorgfältig aus und schauen genau hin. Wir sind überzeugt, dass die Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Aspekten nicht nur der lokalen Bevölkerung des Reiseziels Vorteile bringt, sondern auch Ihre Reise wertvoller macht. Weit reisen – weiter denken!

 Kontakt  Team  Termin  Kataloge  Webcode

[Home](#) > [Über uns](#) > [Engagement](#)

TourCert Zertifizierung



Das Siegel für Nachhaltigkeit und Unternehmens-Verantwortung im Tourismus.

Was bleibt im Land, wenn die Reisesaison vorbei ist? Zahlen die Unterkünfte den Beschäftigten faire Löhne? Nimmt die Reiseplanung Rücksicht auf natürliche Ressourcen und die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung? Bewusst setzt Dreamtime auf nachhaltigen und fairen Tourismus. Unsere gesamte Geschäftstätigkeit überprüfen wir regelmässig und verpflichten uns, die Nachhaltigkeitsleistungen kontinuierlich zu verbessern. Darum wurden wir von Tourcert zertifiziert und mit dem Siegel für Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung im Tourismus ausgezeichnet.

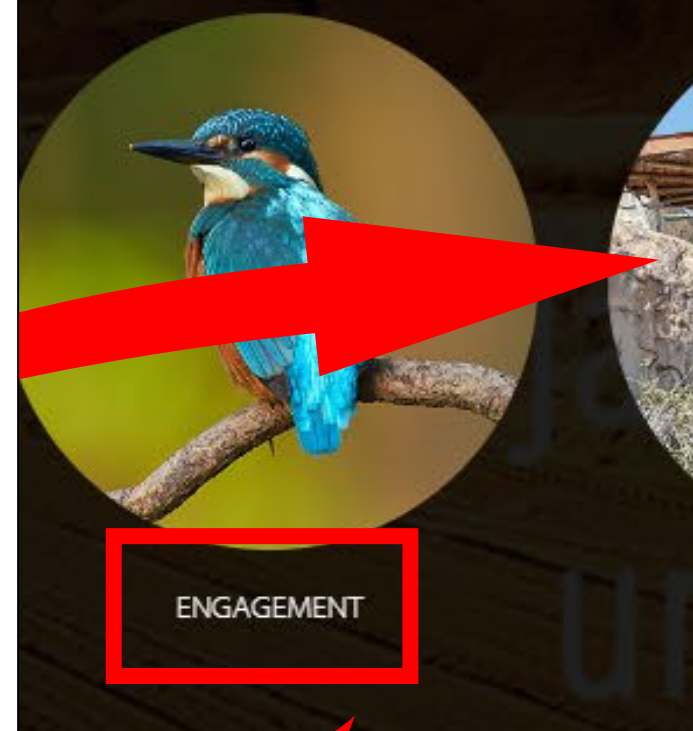
Wer ist TourCert?



Fair unterwegs sein heisst: Menschen mit Respekt begegnen und Lebensräume achten. Wo immer die Reise hinführt, müssen wir uns bewusst machen, dass unser Erholungsraum für die Einheimischen Lebensraum ist. Vor allem in ärmeren Regionen kann dies zu Konflikten führen. Deshalb engagiert sich «fair unterwegs» für eine faire Reisekultur, die Reisende zu einer neuen Lebensqualität inspiriert, dabei knappe Ressourcen schont und der Bevölkerung in den Urlaubsregionen neue Perspektiven eröffnet. [mehr...](#)



ZIELE TRAUMREISEN REIS



sis für einen langfristig
tigen und umweltsensiblen

Tourismus ein. In unserer gesamten Geschäftstätigkeit bemühen wir uns aktiv, die Umweltbelastungen stetig zu verringern.

Auf **Nachhaltigkeit** setzen




Dreamtime Travel setzt bewusst auf nachhaltigen und fairen Tourismus. Wir sind überzeugt, dass die Berücksichtigung von sozialen und ökologischen Aspekten nicht nur der lokalen Bevölkerung in Ihrem Reiseziel Vorteile bringt, sondern auch Ihre Reise wertvoller macht. Dreamtime Travel ist TourCert zertifiziert.

**Big players:
there is a big movement among "heavyweights" as well**



Costa Genua, Italy (cruise company)



Destinationen ▾
Reisen mit Costa ▾
Schiffe ▾
Angebote ▾
Sicherheit

Eine neue Art zu reisen

Eine Kreuzfahrt mit Costa ist ein besonderes Erlebnis für Groß und Klein. Freuen Sie sich auf komfortable Kabinen, Menüs von Sterneköchen und internationale Küche, ereignisreiche Ausflüge und genießen Sie jede Menge Shows, Unterhaltung und Wellness an Bord.

[Meine erste Kreuzfahrt →](#)

MIT COSTA ERLEBEN

Landausflüge [Neues](#)

Restaurants [Neue Menüs](#)

Nachhaltigkeit

Unterhaltung

Kabinen

Wellness & Sport

Einkaufen an Bord

Sicherheit an Bord

Barrierefrei reisen

IDEAL FÜR

Familien

Flitterwochen

Der Schutz des Meeres ist unsere Priorität



Ressourcen, anstatt Abfall

Auf unseren Schiffen trennen wir **100% unserer Abfälle**.

Diese sind für uns nicht nur Müll, der sorgfältig entsorgt werden muss, sondern sie werden durch Recycling zu wertvollen Rohstoffen für neue Produkte.



Immer weniger Kunststoff

Schon seit Jahren verzichten wir fast vollständig auf die Verwendung von **Einwegkunststoffartikeln**.

Es befindet sich kein meeresschädigendes Mikroplastik in unseren Reinigungsprodukten, Duschgels, Seifen oder den Produkten in unseren Spas.



Wasser, unser wertvollstes Gut

Süßwasser ist ein knappes Gut, weshalb 2/3 des **an Bord verwendeten Wassers durch Entsalzungs- und Reinigungsprozesse aus dem Meer** stammen, so dass es aufbereitet wieder eingesetzt werden kann



Schiffe mit LNG-Antrieb

Für die **Costa Smeralda** und die **Costa Toscana** haben wir uns für das innovativste Antriebssystem der Kreuzfahrtbranche entschieden. Flüssigerdgas (oder LNG) garantiert die derzeit **beste Umweltleistung**.

MSC Geneva, Switzerland (cruise co

Nachhaltigkeit

Für eine nachhaltige Zukunft

Unser Engagement für Nachhaltigkeit bedeutet für uns mehr als nur die Reduzierung der Umweltbelastung. Es spiegelt sich auch in der Art und Weise wider, wie wir unsere Mitarbeiter und unsere Gäste unterstützen, sowie in der Art und Weise, wie wir mit unseren Partnern und den Gemeinden und Orten, die wir besuchen, umgehen.

Das MSC-Nachhaltigkeitsprogramm ist auf vier Säulen aufgebaut: Planet, Menschen, Orte und Beschaffung. Dieses Programm spiegelt unseren Weg zu einer umweltfreundlichen Position in der globalen Kreuzfahrtbranche und unsere kontinuierlichen Bemühungen wider, nachhaltigere Kreuzfahrten zu gestalten.

MSC FOUNDATION



Vielfältiges Engagement auf der ganzen Welt

Als Familienunternehmen mit einem globalen Erbe in der Seefahrt, das bis ins Jahr 1675 zurückreicht, liegt uns das Meer besonders am Herzen und wir lieben es die wundervollen Orte und inspirierenden Kulturen auf der ganzen Welt mit unseren Gästen zu erkunden. Deshalb haben wir im Laufe der Jahre viele bedeutende Initiativen gestartet.

Die **MSC Foundation** wurde 2018 gegründet, um unser Engagement für Naturschutz und im Bereich der humanitären Hilfe weltweit zu koordinieren. Unsere Stiftung entwickelt außerdem die langjährigen Wohltätigkeitspartnerschaften aller Unternehmen der MSC Gruppe, baut diese aus und ruft neue Initiativen ins Leben.

Vision

Wiederherstellung des kritischen Gleichgewichts zwischen Mensch und Natur.

Eine nachhaltigere Kreuzfahrt

Die MSC World Europa wurde mit Blick auf die Zukunft und dem Ziel, einen nachhaltigen Schiffsbetrieb zu erreichen, gestaltet.

Als erstes Kreuzfahrtschiff der MSC Flotte mit LNG-Antrieb gelingt mit der MSC World Europa der nächste Schritt in eine nachhaltige Zukunft. Der derzeit sauberste Schiffskraftstoff reduziert die Schiffsemissionen erheblich und stellt dadurch einen wichtigen Meilenstein auf unserem Weg zum emissionsfreien Betrieb bis

umfassen außerdem eine fortschrittliche
e, die die Unterwassergeräusche erheblich reduzieren.

AUSZEICHNUNGEN



ISO 50001
Energieeffizienz



ISO 14001
Umweltmanagement



ISO 22000
Lebensmittelsicherheits-
management



OHSAS 18001
Sicherheitsmanagement



ISO 9001:2008
Qualitätsmanagement



7 Golden Pearls
Umweltfreundlichstes Schiff -
Clean Ship 2 - AWT (Weitgehende
Abwasserreinigung), Clean Sea 2
& Clean Air (Emissionskontrolle)

AIDA Cruises Rostock, Germany (cruise company)

			Nachhaltigkeit bei AIDA	
Vorwort des Präsidenten	03	Wir arbeiten zukunftsorientiert		05
Über diesen Bericht	04	Unsere Ziele im Einklang mit den UN-Zielen für nachhaltige Entwicklung		06
		Nachhaltiges Wirtschaften und Governance		07
		Risikomanagement und Lieferantenmanagement		08
		Compliance und Standards		09

	Verantwortung für unsere Gäste	
Unser Versprechen – Mit Sicherheit der schönste Urlaub	10	
Das erweiterte AIDA	11	
Gesundheits- und Sicherheitskonzept		
Unsere Hygiene- und Sicherheitsstandards	12	
Das AIDA Versprechen & Im Dialog mit unseren Gästen	13	
Die Zufriedenheit unserer Gäste & Authentische Reiseerlebnisse	14	
Vielfalt und Inklusion leben	15	

	Verantwortung für unsere Mitarbeiter	
Wir sind ein Team – gemeinsam Herausforderungen meistern	23	
Verbindende Werte leben	24	
Sichere Arbeitsbedingungen	25	
Faire Vergütung	26	
Nachwuchskräfte gewinnen, Entwicklungsperspektiven eröffnen	27	

	Verantwortung für Natur und Umwelt	
Unser Engagement für mehr Klima- und Ressourcenschutz	16	
Unser Kurs Richtung klimaneutrale Kreuzfahrt	17	
Erforschen und einsetzen: innovative Umwelttechnologien	18	
Erforschen und einsetzen: Ressourcen schonen	19	
Forschungsprojekte & Operation Oceans Alive	20	
	22	

	Partnerschaften und gesellschaftliche Entwicklung	
Transparenter Dialog und offener Austausch	28	
AIDA Cruise & Help	31	
Impressum	32	



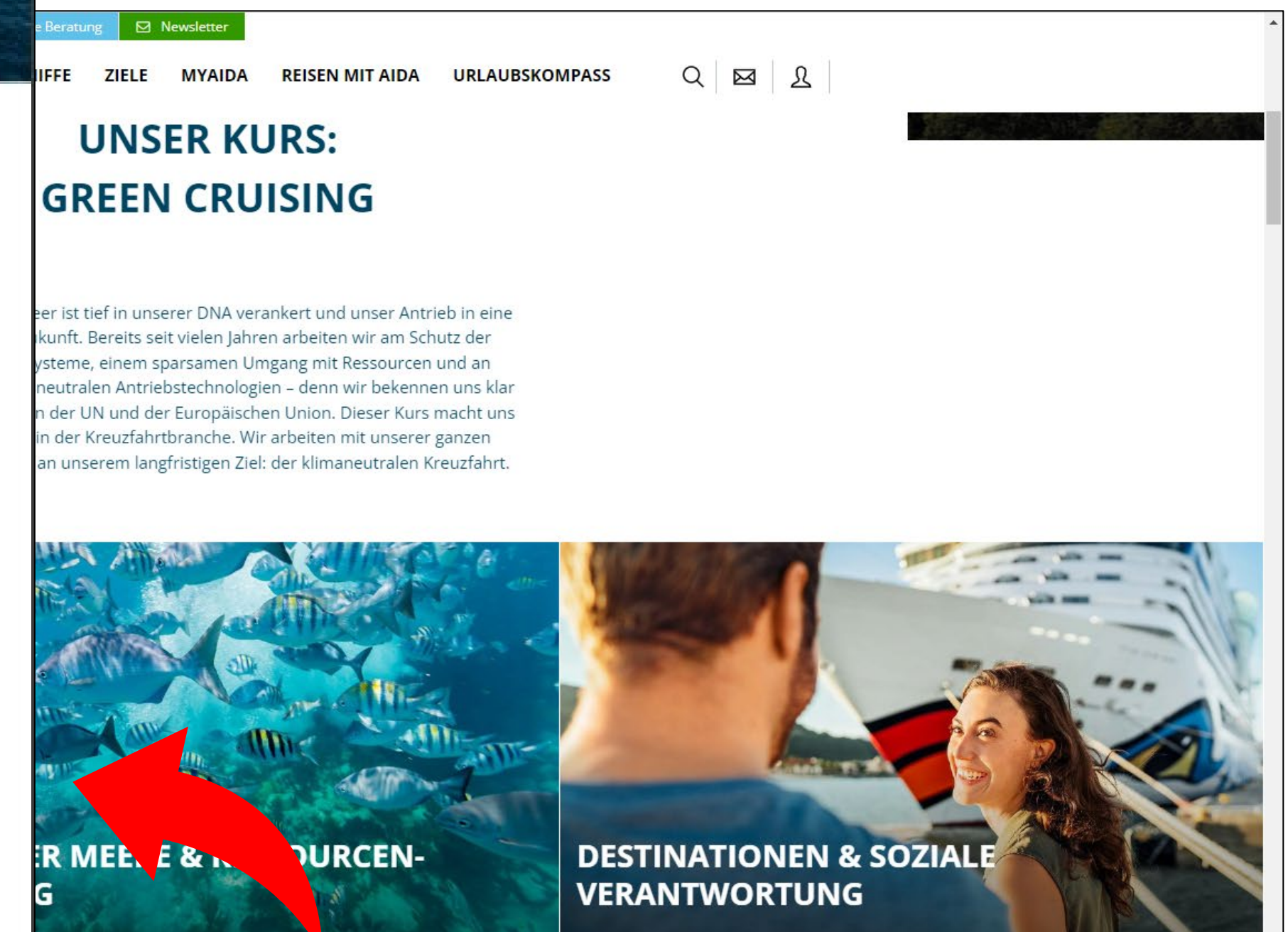
Redaktionelle Anmerkung

In Bezug auf eine geschlechtergerechte Sprache und im Sinne einer guten Lesbarkeit orientieren wir uns in diesem Bericht an den Empfehlungen des Rates für deutsche Rechtschreibung vom 26.03.2021. Gleichwohl werden stets alle Geschlechter gleichermaßen adressiert.

Format und Kontakt

Dieser Bericht steht allen Interessierten in deutscher und englischer Sprache als Download auf der AIDA Cruises Website im Bereich Unternehmen/Nachhaltigkeit zur Verfügung. Zentraler Ansprechpartner bei Rückfragen und Hinweisen zum Nachhaltigkeitsbericht ist Hansjörg Kunze, Vice President Communication & Sustainability, unter aidacares@aida.de.

Inhaltsverzeichnis | 02



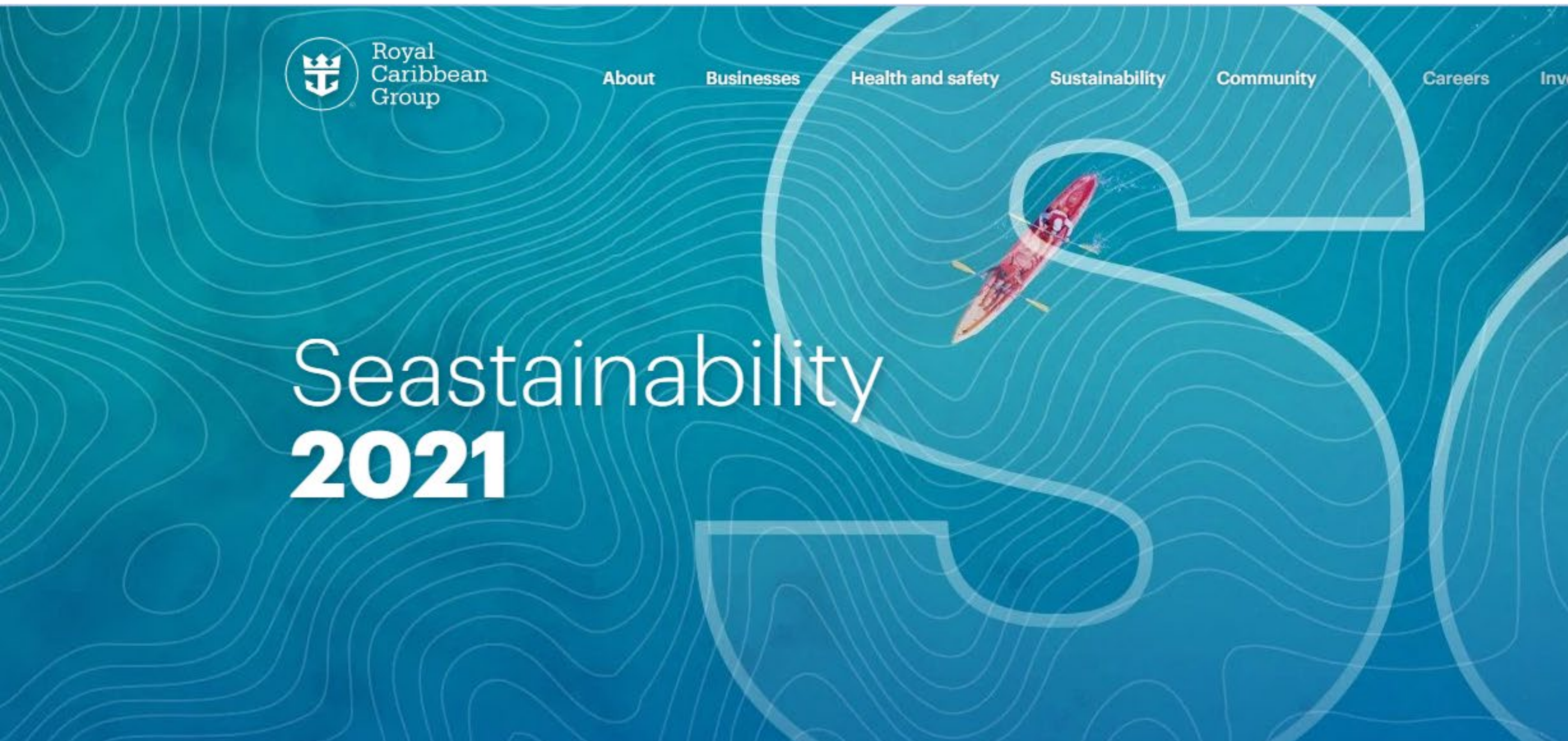


Table of Contents

Executive Letters	3	Supply Chain	29
Message From Our CEO.....	4	Supplier Management and Principles.....	30
Message From the Chairman of our Board Committee on Safety, Environment, Sustainability and Health.....	5	Sustainable Sourcing.....	31
About This Report	6	Social	33
Our Business	7	Our Guests.....	34
About Royal Caribbean Group.....	8	Our Team.....	35
Delivering Great Vacation Experiences Responsibly.....	9	Human Rights.....	49
Our Strategic ESG Framework.....	10	Our Communities.....	50
Goals at a Glance.....	11	Governance, Ethics, and Risk Management	54
Our Material Topics.....	12	Board of Directors.....	55
Stakeholder Engagement.....	13	ESG Governance.....	56
Environment	17	Ethics.....	57
Destination Net Zero™.....	18	Risk Management.....	58
Energy Use and Air Emissions.....	21	Appendix	61
Water Management.....	26	Performance Tables.....	62
Waste Management.....	27	SASB Table.....	63
		Assurance Statements.....	66
		GRI Index.....	70

We deliver great vacations **responsibly**

Our five-pillar Environmental, Social and Governance (ESG) framework anchors everything we do.

[2021 Seastainability Report | Download PDF](#)

Booking.com Amsterdam (digital travel company)

The screenshot shows the top navigation bar of the Booking.com website. Three red arrows point from the 'Climate Action', 'Travel Sustainable', and 'Industry & Insights' links to their respective content boxes below. The background of the website header features a scenic image of a waterfall and a river.

Climate Action

A lot of information, for example, regarding:

- Sustainable business
- Facilitating the booking of sustainable travel
- Cooperations
- Various projects and commitments

Travel Sustainable

A lot of information, for example, regarding:

- Sustainability Recognition Programme
- "Travel Sustainable Badge"

Industry & Insights

Various reports such as:

- Sustainability Report 2021
- Climate Action Plan
- Contribution to a sustainable travel industry
- Important developments in the field of sustainable travel

Booking.com Amsterdam (digital travel company)



EasyJet Holidays Meyrin, Switzerland (airline)



CREATE
BETTER
HOLIDAY
CHOICES

More details ^



KEEP OUR
HOLIDAYS
SPECIAL

More details ^



TRANSFORM
TRAVEL FOR
EVERYONE

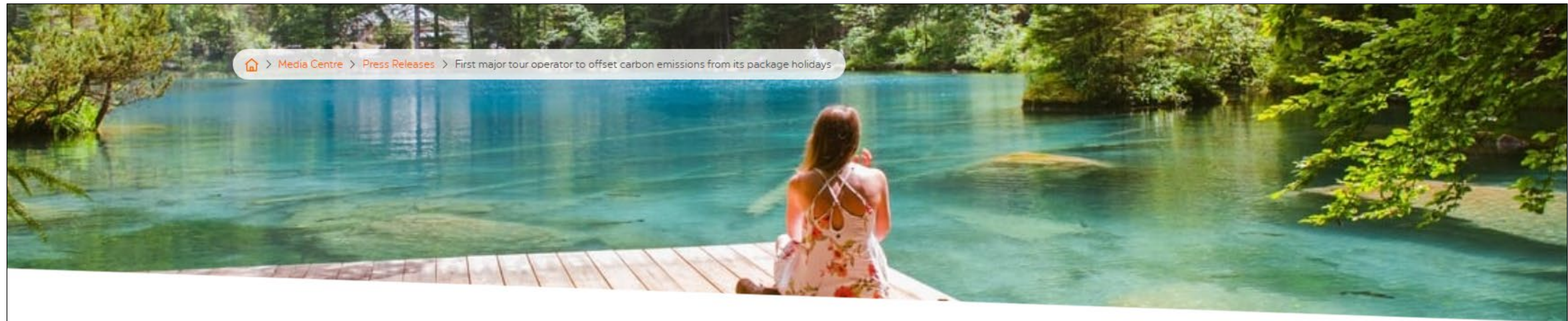
More details ^

CUSTOMER SAFETY &
WELLBEING CENTRE

SUSTAINABILITY

impact through travel. Find out more
about our sustainability journey...

EasyJet Holidays Meyrin, Switzerland (airline)



[Home](#) > [Media Centre](#) > [Press Releases](#) > First major tour operator to offset carbon emissions from its package holidays

easyJet holidays becomes the first major tour operator to offset carbon emissions from its package holidays

20th May 2021 • [Our news, Our business, Sustainability](#)

- From today easyJet holidays is the first major tour operator to offset the carbon emissions from its package holidays – comprising the fuel used for flights and in-destination transfers, as well as the energy used from hotel stays
- Today's announcement means holiday packages are offset without any cost being passed on to its customers

EasyJet Holidays Meyrin, Switzerland (airline)



ABOUT GSTC CRITERIA CERTIFICATION TRAINING MEMBERSHIP EVENTS NEWS DONATE  

easyJet holidays launches new 'eco certified' collection, in partnership with the GSTC

easyJet holidays is making it easier for its customers to make sustainable choices for their holiday, by identifying a new 'eco certified' collection on its website.

The hotels included in the collection will be identified by a green leaf motif, and all have certification or have met GSTC-recognized standards for hotels.



A new webpage called 'sustainable holidays' will help customers identify which hotels have sustainability certification to help them make a decision on a holiday that's right for them.

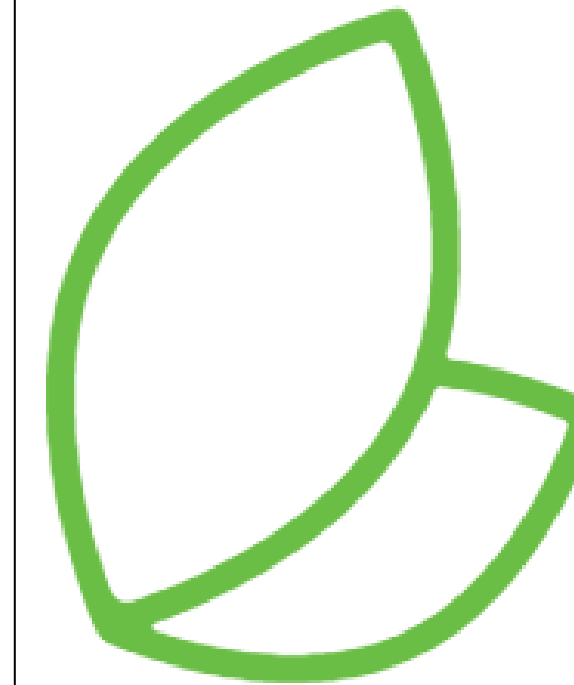
Matt Callaghan, easyJet Holidays' Customer and Operations Director, said: "We know from our own research that sustainability is an important factor when booking a holiday, and that consumers are looking to cut their impact on the environment when going abroad. As travel starts to thrive again, our customers are actively seeking more information and asking more questions, which is why we're making it clear to them what makes their holiday a sustainable choice by launching our 'eco certified' range, which includes all our GSTC certified hotels and hotels meeting GSTC recognised standards."

In September 2021, easyJet holidays became one of the first UK holiday providers to become a member of the GSTC and is encouraging all of its hotel partners to achieve certification by 2025, working with them to understand the benefits of becoming certified and the attributes of which they are certified against.

Randy Durband, Chief Executive Officer, GSTC, said: "We applaud easyJet holidays' move to feature certified hotels both to 'green' their own product line but to use their contracting power to push hotels at their destinations to step up to higher levels of sustainability."

In 2021 easyJet holidays launched its inaugural sustainability strategy and became the first major UK tour operator to offset the carbon emissions from its package holidays, comprising the fuel used for flights and in-destination transfers, as well as the energy used from hotel stays. Read more about the GSTC Criteria.

August 30th, 2022



The green leaf motif shows hotels which are eco-certified and have a Global Sustainable Tourism Council certification or have achieved GSTC recognised standards for hotels. This means the accommodation complies with the highest social and environmental standards on the market, through the highest assurance level that exists. We are encouraging our hotels to be certified by the end of 2025 and working with them to understand the benefits of becoming certified. Read more about [GSTC criteria](#).

TUI Group Berlin and Hanover (tourism company)

Unser Engagement

Home > Verantwortung > Nachhaltigkeit > Unser Engagement

tweet

f teilen

in teilen

Nachhaltigkeit ▾

Nachhaltigkeits-News

Nachhaltigkeitsstrategie

Unser Engagement ▾

Airlines

Kreuzfahrten

Am Standort

Hotels & Resorts

Indizes & Auszeichnungen >

Berichterstattung & Downloads >

Ansprechpartner

Politik >

TUI Care Foundation

Als weltweit führender integrierter Touristikonzern sind wir stolz auf die positive Rolle, die unsere Branche weltweit spielt. Die Reise- und Tourismusbranche hat einen Anteil von 10% am weltweiten BIP und macht 7% der weltweiten Exporte aus.* Weltweit entsteht jeder 10. Arbeitsplatz im Tourismus* und in jedem dritten Entwicklungsland stellt der Tourismus die wichtigste Devisenquelle dar.**

Zugleich stehen wir vor großen Herausforderungen. Das Reise- und Tourismusgewerbe hat einen Anteil von 5% an den weltweiten CO₂-Emissionen** – die Hälfte davon ist auf den Flugverkehr zurückzuführen. Wir haben uns dazu verpflichtet, unsere CO₂-Emissionen zu reduzieren. Dies ist für TUI eine der wichtigsten Herausforderungen.

Unsere Vision: Wir wollen außergewöhnliche Reiseerlebnisse schaffen. Hierbei minimieren wir unseren ökologischen Fußabdruck, respektieren Kulturen und Menschen und fördern die wirtschaftliche Entwicklung in den gastgebenden Ländern.

* United Nations World Tourism Organisation, 2017

** United Nations Environment Programme, 2017

*** Three Stars

GLOBAL CODE OF ETHICS



Global Code of Ethics
for Tourism
For Responsible Tourism

Die TUI hat den Globalen Ethikkodex der UNWTO unterzeichnet.

KONTAKT ▾

weet

f teilen

in teilen

> Nachhaltigkeitsstrategie

> Unser Engagement

> Indizes & Auszeichnungen

> TUI Care Foundation

> Berichterstattung & Downloads

> Kontakt

TUI Group Berlin und Hanover (tourism company)

TUI Care Foundation

Home > Verantwortung > TUI Care Foundation

tweet

teilen

teilen


Gemeinsam mit Urlaubsgästen nutzt die TUI Care Foundation die Chancen des Tourismus, um Gutes für die Menschen und die Natur in Urlaubsdestinationen auf der ganzen Welt zu bewirken.

JUNGE MENSCHEN BESTÄRKEN

Wir ermutigen junge Menschen, indem wir ihnen neue Möglichkeiten und Perspektiven durch Ausbildungen und Schulungen eröffnen.

Bis 2020 verbessern wir die Lebenschancen von über 100.000 Kindern und Jugendlichen.

- Wir unterstützen 10.000 Berufslaufbahnen mithilfe der **TUI ACADEMY**.
- Wir ermöglichen 100.000 Kindern bessere Lebenschancen durch die **TUI JUNIOR ACADEMY**.
- Wir helfen Kindern und Jugendlichen in Katastrophensituationen durch den **TUI FUTURE FUND**.



„Tourismus ist weit mehr als Sonne und Meer. In vielen Ländern der Welt ist er der wichtigste Entwicklungsmotor, mit ihm wachsen Bildung und Wohlstand. Vielen ermöglicht er den Start in ein besseres Leben und ist vielleicht die effizienteste Form von Entwicklungspartnerschaft. Wir sind uns aber auch bewusst, dass der Tourismus Herausforderungen für Mensch und Natur mit sich bringen kann. Mit der TUI Care Foundation wollen wir die positiven Seiten des Tourismus stärken und Lösungen für diese Herausforderungen finden.“



Thomas Ellerbeck, Vorsitzender des Kuratoriums der TUI Care Foundation


DOMINIKANISCHE REPUBLIK

Neue Chancen für Jugendliche in der Dominikanischen Republik

Die TUI ACADEMY bietet 150 benachteiligten Jugendlichen eine Qualifizierung als Einstieg für eine Beschäftigung im Tourismus. Im Rahmen der Ausbildung erhalten sie auch die Chance, ein kurzes Praktikum in einem der Hotels des TUI-Partners Blue Diamond Resorts zu absolvieren. Nach erfolgreichem Abschluss der Schulung erhalten die Auszubildenden ein offizielles Zertifikat und einen mindestens sechsmonatigen Arbeitsvertrag, um ihnen einen beruflichen Einstieg im Tourismus zu ermöglichen.

[Mehr erfahren](#)




TUI CARE FOUNDATION

SPENDEN

EN DE FR NL


STIFTUNGSPROGRAMMENEWSROOMAKTIV WERDENÜBER UNS



SCHILDKRÖTEN-ADOPTION


Lust was Gutes zu tun? Wie wäre es mit der Adoption einer Baby-Schildkröte für Ihre Liebsten. [➤](#)

AKTUELLES




22. August 2022

Vom Feld direkt auf die Gabel - Landwirtschaft und Lebensmittelproduktion auf den Kapverden



2. August 2022

Aus Alt mach Neu: TUI Care Foundation und Green Phenix starten Upcycling-Programm auf Curaçao



26. Juli 2022

Internationaler Tag zur Erhaltung des Mangroven-Ökosystems

[WEITERE NEWS LESEN](#) [➤](#)

Quellen: <https://www.tuigroup.com/de-de/verantwortung/tui-care-foundation?spenden-fuer-tui-care-foundation/spende>
<https://www.tuicarefoundation.com/de>

TUI Group



CREDIBILITY THROUGH CERTIFICATION

We expect our own hotels and hotel partners to implement credible, independent sustainability certifications to demonstrate social and environmental good practice. Our ambition is to increase the number of hotels with sustainability certifications to accommodate 10 million customers a year by 2020.

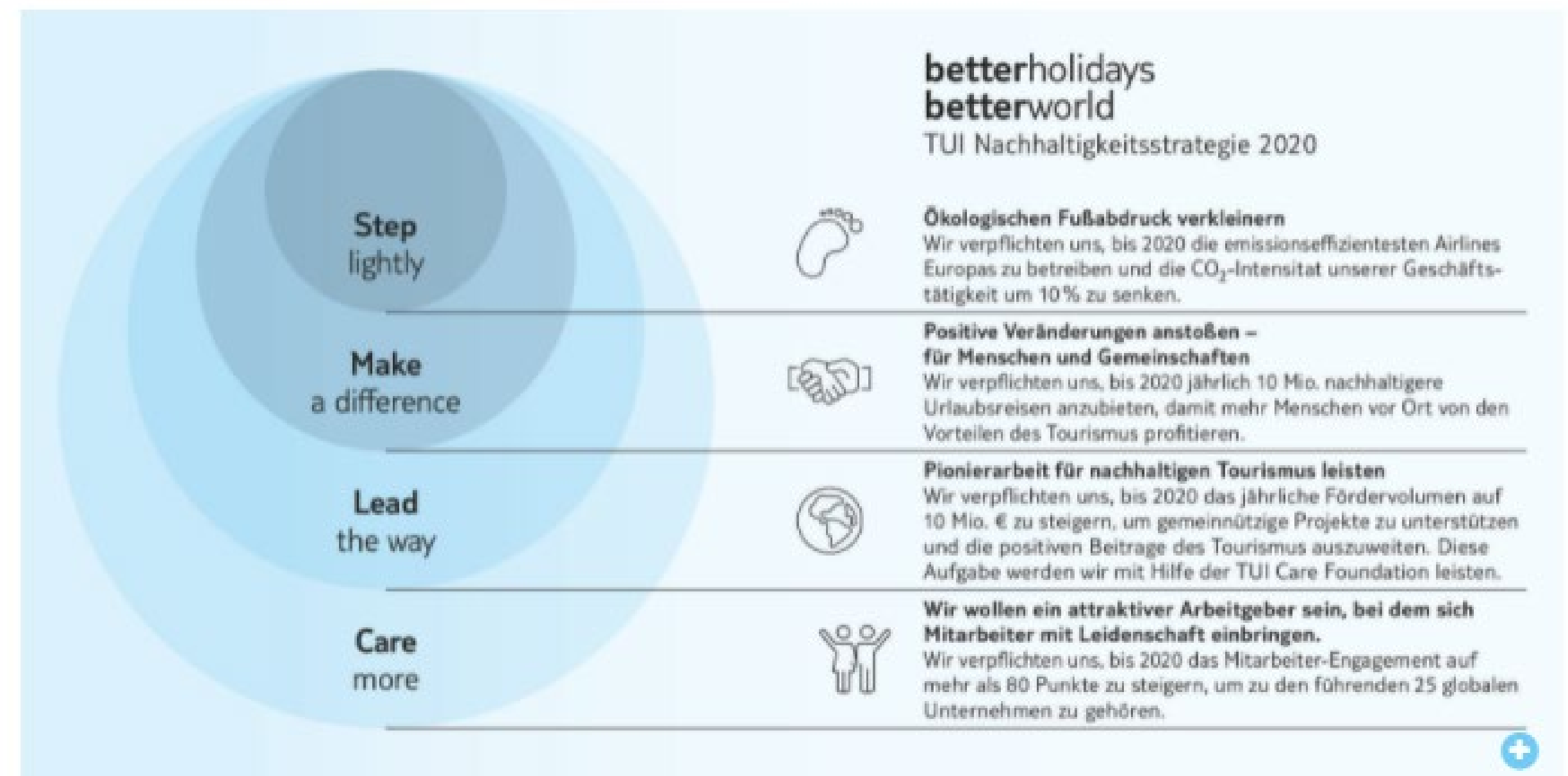
We encourage our hotels to aim for certification that meets the Global Sustainable Tourism Council (GSTC) standard. A mandatory clause in contracts with our accommodation suppliers outlines minimum expectations and requires them to work towards credible GSTC-recognised sustainability certification.

2015- 2020

„Better Holidays, Better World“

Als weltweit führendes Touristikunternehmen setzt sich die TUI Group für einen nachhaltigeren Tourismus ein. Unsere „Better Holidays, Better World“-Strategie beruht auf vier Pfeilern. Dies sind die Bereiche, in denen wir positiven Einfluss nehmen müssen, um in großem Maßstab Veränderungen herbeizuführen – in unserem eigenen Unternehmen, über unsere Wertschöpfungskette und in der gesamten Branche und darüber hinaus.

Wir arbeiten derzeit intensiv an der Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie – ein Update folgt.



TUI fly GmbH

TUI FLY UNTERNEHMENSPOLITIK ZUR NACHHALTIGEN ENTWICKLUNG

Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst

Als Fluggesellschaft der TUI bringen wir unsere Gäste sicher und komfortabel in die schönsten Urlaubsgebiete und tragen dazu bei, dass sie einzigartige Reiseerlebnisse haben. Wir sind uns bewusst, dass Reisen und Flugverkehr Auswirkungen auf Mensch und Umwelt und in besonderem Maße auf das Klima haben.

Wir bewerten die Auswirkungen unseres Handelns

Wir stellen uns aktiv unserer Verantwortung für die Umwelt und Gesellschaft und streben eine hohe Klima- und Ressourceneffizienz, sowie einen positiven Einfluss in unseren Zieldestinationen an. Unser Ziel ist es, negative Auswirkungen unseres Handelns zu vermeiden oder zu reduzieren.

Wir wollen uns kontinuierlich verbessern

Wir setzen auf systematische und kontinuierliche Verbesserung unserer eigenen Standards im Flugbetrieb, an Bord unserer Flugzeuge, in der Technik und am Verwaltungsstandort Hannover.

Wir setzen auf Innovation und moderne Technologien

Gemeinsam mit unseren Partnern, Dienstleistern und Passagieren optimieren wir Abläufe und Verfahren kontinuierlich und setzen modernste Technologien effizient und zielgerichtet ein.

Wir stehen für Transparenz und Offenheit

Wir informieren unsere Mitarbeiter, Passagiere und die Öffentlichkeit über unseren Beitrag zu einem nachhaltigeren Tourismus und nehmen die gesellschaftliche Diskussion offen an.

Wir verstehen nachhaltige Entwicklung als die Aufgabe aller Mitarbeiter

Umweltrelevante Gesetze und Vereinbarungen zur nachhaltigen Entwicklung einzuhalten ist uns eine dauerhafte Verpflichtung. Wir schaffen die Voraussetzungen, dass jeder Mitarbeiter ressourcen-effizient und rechtskonform handeln und durch eigene Ideen aktiv dazu beitragen kann, unsere Umweltleistung weiter zu verbessern. Alle Unternehmensbereiche tragen ökologische und soziale Verantwortung.

<https://www.tuigroup.com/de-de/verantwortung/nachhaltigkeit>

2020

TUI fly Umwelterklärung Zwischenbericht



INHALT

- 1 Nachhaltigkeitspolitik
- 2 Umweltaspekte
- 3 Nachhaltigkeitsprogramm
- 4 Kennzahlen
- 5 Gültigkeitserklärung
- 6 Kontakt & Impressum



Dies ist die aktualisierte Umwelterklärung 2020 der TUI fly GmbH, welche die Informationen aus der Umwelterklärung 2018 und 2019 fortführt und über den Fortschritt der Ziele und Maßnahmen sowie über die Kennzahlen für den Zeitraum Oktober 2019 bis September 2020 berichtet. Für ausführliche Informationen zu unseren Umweltaspekten und Informationen zur TUI fly lesen Sie bitte die Umwelterklärung 2018 im TUI fly Nachhaltigkeitsbericht 2018 unter [tui-nachhaltigkeit.com](https://www.tuigroup.com/de-de/verantwortung/nachhaltigkeit).

Royal Dutch Airlines

Kontakt

[Alle Kontaktmöglichkeiten](#)

Über KLM

[Unternehmenswelt](#)

[Newsroom](#)

[Nachhaltigkeit](#)

[Karriere-Website](#)

[Partner](#)

[Partner-Website](#)

Nachhaltigkeit

Wir wissen, dass Fliegen nicht die nachhaltigste Art zu reisen ist. Eine Fluggesellschaft zu sein, ist daher mit einer großen Verantwortung verbunden. Deshalb setzen wir uns für eine nachhaltigere Zukunft der Luftfahrt ein. Erfahren Sie, wie wir das tun und wie Sie uns unterstützen können.

Was wir tun und wie Sie uns unterstützen können



Nachhaltiger Flugkraftstoff

SAF kann bis zu 75 % der CO₂-Emissionen im Vergleich zu fossilem Kerosin reduzieren. Gemeinsam können wir daran arbeiten, die Menge an SAF zu erhöhen und eine direkte Wirkung zu erzielen.



Wiederaufforstung

Ihr Beitrag zu unseren ausgewählten Wiederaufforstungsprojekten wird dazu beitragen, CO₂ in der Atmosphäre zu reduzieren und Ökosysteme wiederherzustellen.



Sustainable Flight Challenge

16 airlines, 1 challenge: to fly their most sustainable flight, share the experience, and boost innovation.

South African Airways



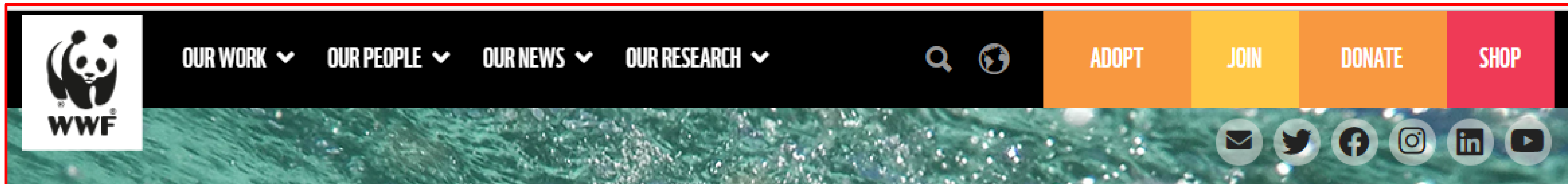
Sustainable Alternative Fuels



Recycling



South African Airways



Philanthropic giving

Philanthropic relationships raise money for the conservation of important places and species, developing the capability and tools to deliver on environmental goals. These companies support and add value to efforts that underpin economic development.

For more information, contact: Tsitsi Mkombe on +27(0)11 339 1152 or tmkombe@wwf.org.za.

Boeing

Boeing supports WWF and the Round Table on Sustainable Biomaterials (RSB) in creating workable solutions for aviation biofuels. WWF's active research role with government, **South African Airways**, farmers and related stakeholders, serves to understand the physical and environmental limits to the supply of biofuels for aviation in terms of available resources and its potential impact on land, water and energy demands in the region, as well as the socio-economic benefits such alternatives may create.

HSBC

HSBC's contribution towards the Rhino Programme helps to implement its innovative approach to tackling the poaching crisis. These funds are instrumental in facilitating key areas around developing understanding around demand for rhino horn, supporting bilateral cooperation, strengthening the judicial and forensic chain to support arrests, prosecutions and sentencing of those involved in rhino crime, engaging communities living near rhino populations and working to ensure



Accor Issy-les-Moul

Unternehmen

Accor Gruppe

Management & Franchise

Jobs

Nachhaltige Entwicklung

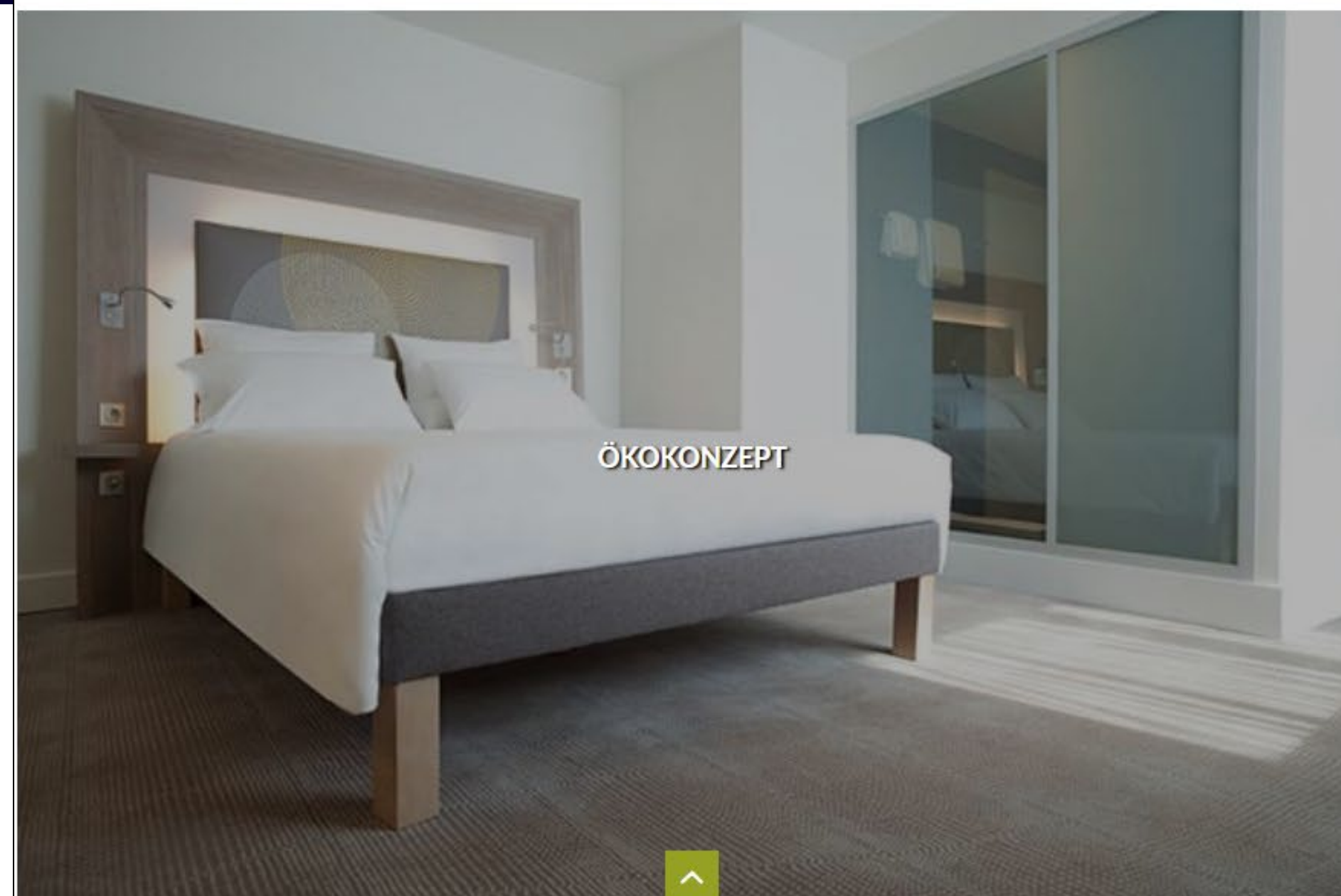
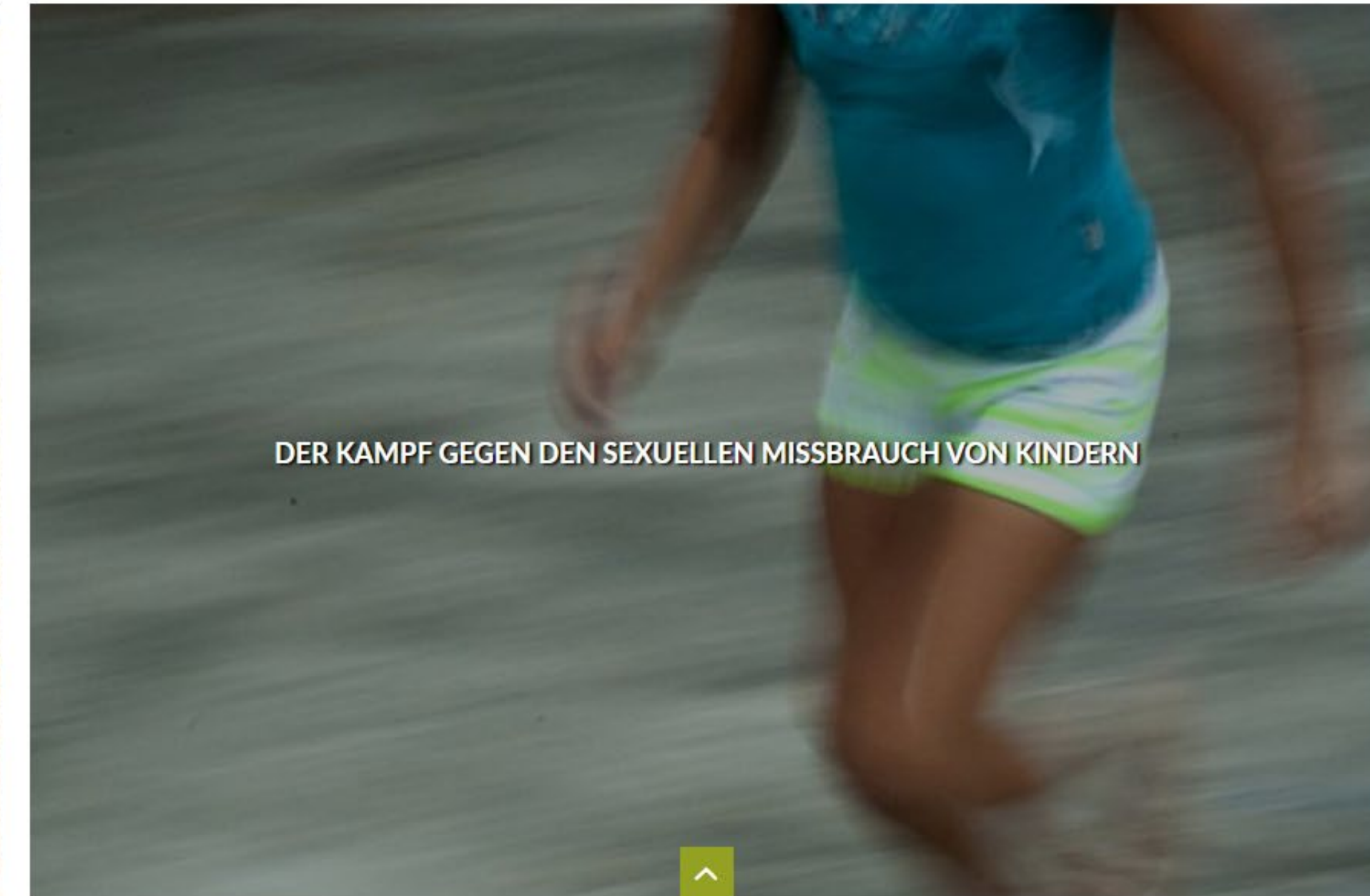
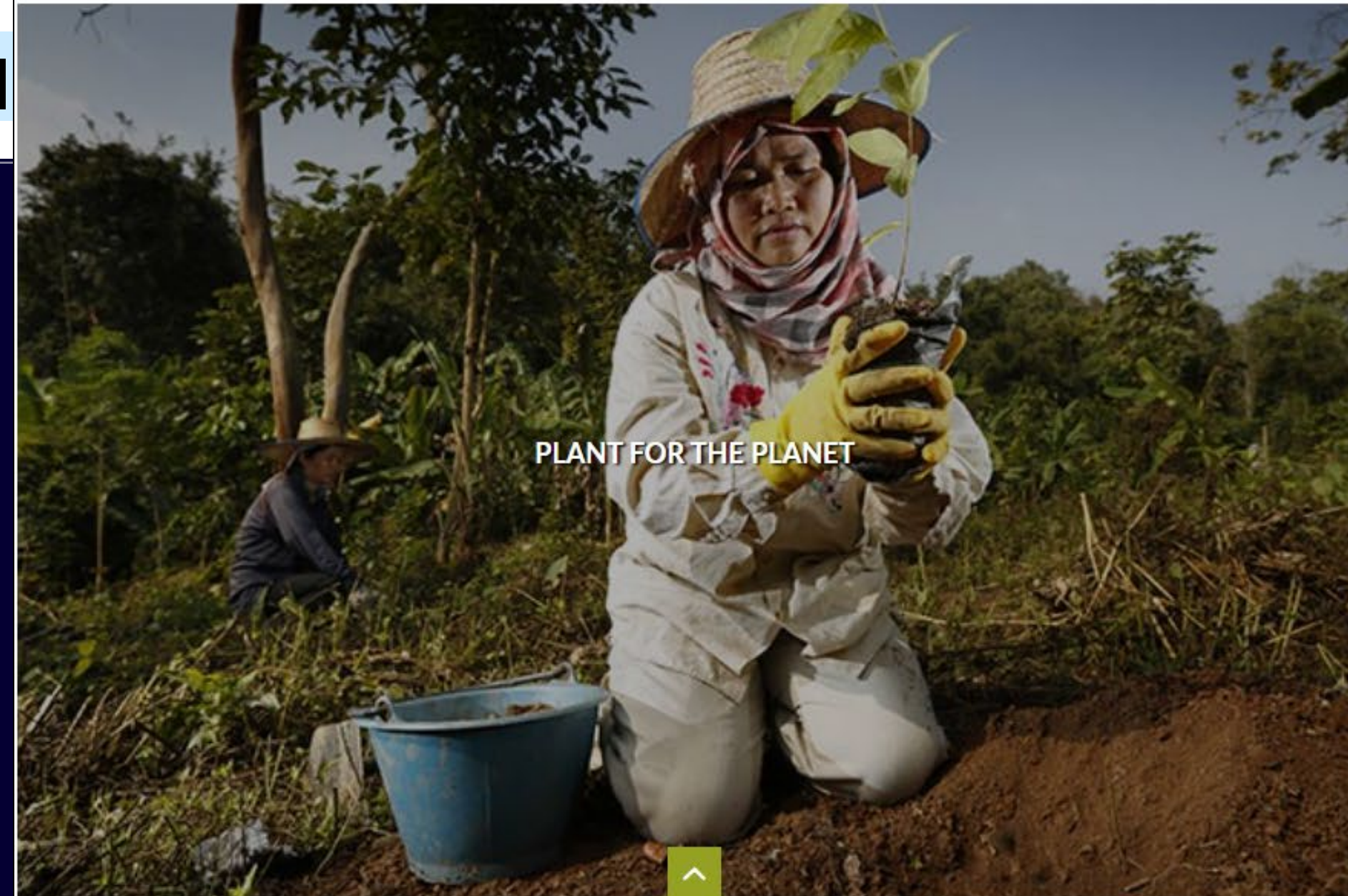
Partnerprogramm



HSLU

UNSERE WICHTIGSTEN ERRUNGENSCHAFTEN

dank unserer stark engagierten Teams weltweit



Quelle: <https://all.accor.com/de/sustainable-development/index.shtml>

Accor Issy-les-Moulineaux, France (hotel and catering sector)



MIT PLANET 21 SETZEN ACCOR POSITIVE GASTFREUNDSCHAFT IN DIE TAT UM...

Accor ist bereits seit vielen Jahren sehr engagiert und macht vieles möglich. Mit dem Programm Planet 21 setzt sich das Unternehmen ehrgeizige Ziele, die es bis 2020 anhand von 4 Leitlinien erreichen will: mit seinen Angestellten zusammenarbeiten, seine Gäste ins Zentrum rücken, mit seinen Partnern gemeinsam Innovationen einführen, mit den Menschen vor Ort an zwei wichtigen Faktoren, der Ernährung und Gebäuden, zu arbeiten.



Sustainability for which types of business?

"... applicable to all forms of tourism & product offerings ..." !!!

Airlines, cruise companies, destinations, cable car companies, hotels, outdoor tourism, snow sports schools, event organisers, tour operators, incoming agencies, for all in tourism also after Covid-19.



"This photo" by Unknown Author is licensed under [CC BY-NC-ND](#)

"This photo" by Unknown Author is licensed under [CC BY](#)



Start or continue/intensify your sustainability journey

Sixthly, this means that there are already many great and even excellent approaches and examples in our sector. They prove a) the feasibility and b) the manifold benefits. The time for waiting, in the sense of "does it bring anything?", has expired and is no longer justified.

7. Sustainability certificates to support the journey



"Many labels... much confusion..."



... perhaps also a "label jungle"!





Founding organisations:

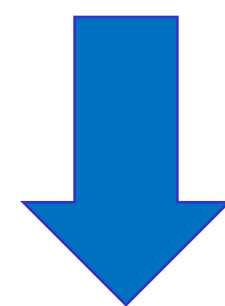


+

UNWTO, UNEP, Rainforest Alliance

+

a coalition of 32 partners



Global Sustainable Tourism Council

Three different "standards" or criteria catalogues:

- Destinations
- Hotels
- **Tour Operators**

<https://www.gstcouncil.org/>



ABOUT GSTC CRITERIA CERTIFICATION TRAINING MEMBERSHIP EVENTS NEWS DONATE   

GSTC Criteria

Global standards for sustainable travel and tourism



For Hotels &
Accommodations



For Tour
Operators



For Destinations
& Governments



For Corporate &
Business Travel



For Certification
Bodies



For Travelers



GSTC Criteria Development

First development of GSTC criteria - definitely not a quick fix:

- More than 80,000 relevant persons were invited to comment
- Analysis of more than 4,500 criteria from more than 60 existing certification standards and other voluntary criteria, principles and guidelines.
- Worldwide applicability
- Revision every few years

GSTC criteria as basic standards

The GSTC criteria provide the **framework, NOT the solution.**

The criteria and indicators indicate **what should be done, NOT how it should be **done** or whether the goal has been achieved.**

The genius of it all: 100% individual application! The structure, character and identity of the company/destination remain untouched! I.e. the standards are not a template and not a restrictive corset!

Levels of safety & quality



3rd party certification by an accredited certification body

3rd-Party Certification
(Only supposedly impartial)

2nd-Party verification
(Impartiality is not assured)

1st-party evaluation
(Partisan, biased)

Zero check

Different quality of
certification labels

Sustainability certification "theoretical" pros & cons

Disadvantages

- Resources: Time & Money & Competences

Advantages

- Roadmap, structured
- Developed, checked, optimised, tested, practical
- Comprehensive view
- Keeping at it, motivation, internal commitment, expectations

A certificate as a management tool: Why become certified?

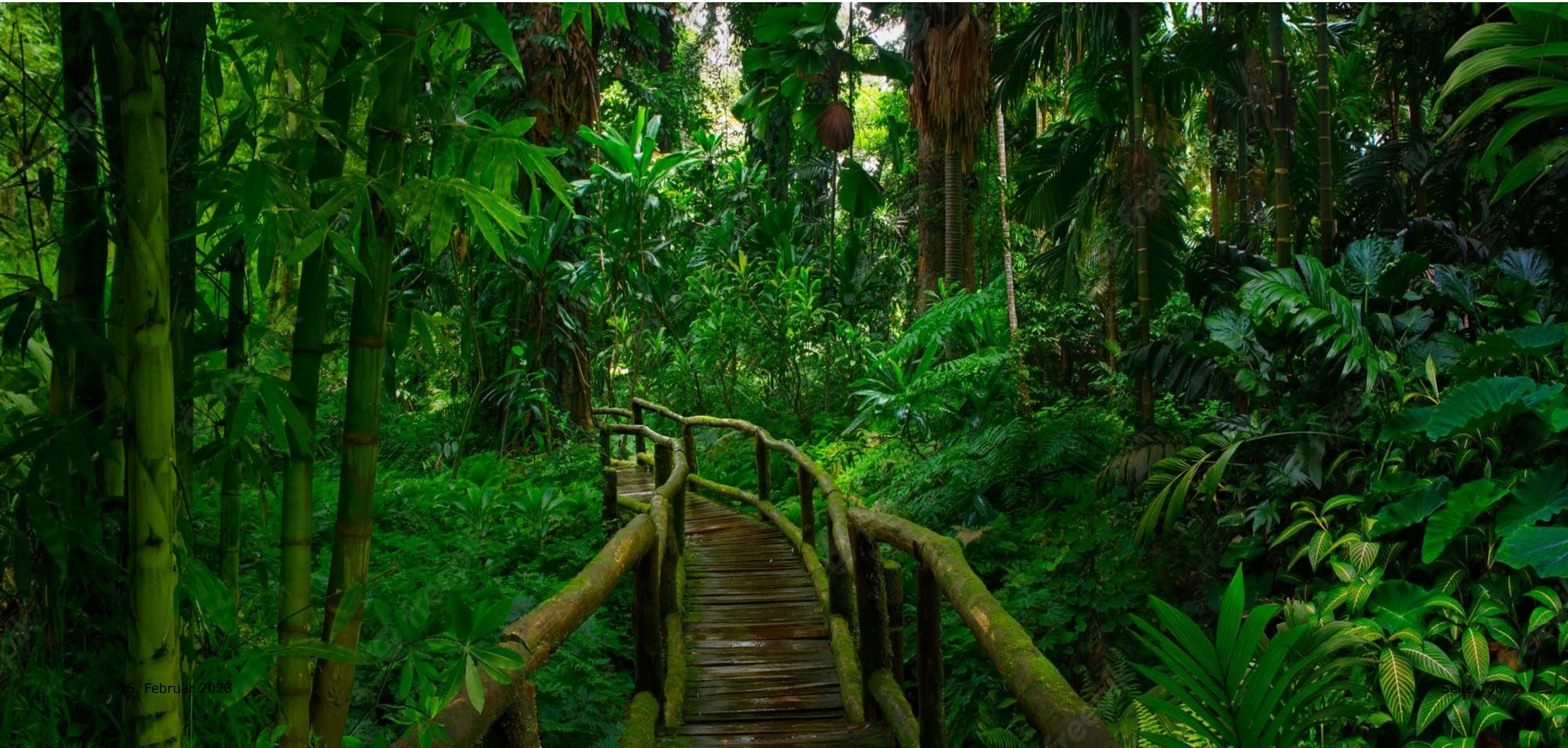
- 1. Credibility:** Develops entrepreneurial performance in a structured way for the benefit of the company, the guests/customers and the business environment.
- 2. Visibility:** Shows guests / partners / stakeholders that the company/destination has sound management.
- 3. Efficiency:** Improves strategic and operational work and one works more efficiently.
- 4. Goal-oriented:** no more hip shots, but structured and comprehensive sustainability management




Label - Jungle ?



Not really anymore - there are clear signposts and directions.




Actively Green Standard



The Actively Green standard is the core component used in the Actively Engagement Program. It was launched as an innovative legacy initiative Beaver Creek, Colorado, USA through a partnership with Sustainable Travel businesses incorporate sustainability best practices into their business. Another component of the Program is the Mountain IDEAL destination s

Adventure Green Alaska Standards



Adventure Green Alaska began in 2007 as a statewide effort to grow sustainable practicing economic, environmental and social sustainability. It is Alaska's created entirely by volunteers. The program came under the Alaska Travel program in Alaska and increase the programs credibility through the development the GSTC Criteria for tour operators and accommodations.

Biosphere Standard for Tour Operators



Biosphere Tourism is a standard by the Responsible Tourism Institute (RTI) more than 20 years responsible tourism at an international level. Through Development by measuring the contribution of tourism to the 17 Sustainable indications of the Paris Agreement against Climate Change.


Costa Rica Certification for Sustainable Tourism (CST)



The Certification for Sustainable Tourism (CST), established by guidelines for hotel properties and service providers to build the management and impact of the natural, cultural and social award certification include: business management; social, cultural management of specific indicators according to category. [More](#)

GSTC-Recognized Standards for Tour Operators


GreenStep Sustainable Tourism Standard



Sustainable Tourism


GreenStep's Sustainable Tourism standard is used by GreenStep Solution: program which provides tools, resources, and consultative support to the tourism industry. The Sustainable Tourism standard enables tourism business performance in several key categories; management, social, economic, natural, cultural, and environmental.

Mauritian Standard on Sustainable Tourism: Blue Oasis



The Mauritian Standard on Sustainable Tourism (MS 165:2019), Blue Oasis, was developed to guide the tourism industry in Mauritius. The focus of the Sustainability Tourism Standard is to address requirements its effect on land, air, water and other organism and ecosystem of the island. The social-cultural impact structure and cultures as well as economic impacts categorised as direct, indirect or induced. These requirements monitored and evaluated for continual improvement of the sustainability of the tourism industry in Mauritius.

Preferred by Nature Sustainable Tourism Standard for Tour Operators




The Preferred by Nature (Formerly NEPCo) Sustainable Tourism Standard for Tour Operators former Rainforest Alliance sustainable tourism standard that is divided in three fields of organization's performance regarding their business, sociocultural and environmental performance. The Tourism Standard for Tour Operators is structured around destinations are preserved through the implementation of ecosystems, promote the rational use of natural resources, the protection of biodiversity and derived from climate change; That the social and cultural development of the communities: activities that they are involved in, and as a result, their livelihoods; That tourism activities cultural expressions, while at the same time protecting and emphasizing the importance of

Sustainable Travel Ireland




Sustainable Travel Ireland, formerly Ecotourism Ireland, is leading sustainable and responsible tourism, training and certifying Ireland set out to develop ecotourism in Ireland, and to high heritage and environment were preserved for this and future mission but broader, aiming to drive the development of a new, sustainable model for ALL Criteria to be used in Ireland by accommodations and tour operators.

TOFTigers Initiative's Pug mark Eco Certification




The India & South Asian based nature tourism focused organisation as a part of its attempts to help use the booming market in nature conservation of forest and wildlife, including tigers. Alongside over lodge members, it promotes a purchasing supply chain campaign monitoring and advises Governments, States, parks, providers and visitors on best practice in nature visitors and bordering park communities.

TourCert Industry Criteria




All criteria catalogues of TourCert are based on the international according to ISO and EMAS as well as the ISO guidelines for con the international regulations of the Global Sustainable Tourism

Travelife Standard for Tour Operators & Travel Agents



The **Travelife** Standard for Tour Operators & Travel Agents integrates on leading international sustainability and CSR standards and guides tool to improve their own sustainability as well as that of their suppliers sustainability (based on GSTC) and Corporate Social Responsibility conservation; Water and waste management; Greenhouse gas emissions relations; Ecosystem conservation; Cultural impacts; Health and safety Welfare


Chile Sistema de Distinción en Turismo Sustentable (SER)S



DISTINCIÓN Turismo Sustentable

The Chilean national system for distinction of sustainable tourism progressed in any field of sustainability, differentiating its member organization's commitment to sustainability.


EarthCheck Evaluate and Company Standard



EARTHCHECK

The purpose of **EarthCheck** Company Standard is to provide organisation sustainability. This Standard includes requirements specific to other management occupational health and safety, risk management and corporate social responsibility other management systems. The Standard ensures a high level of alignment HCMI, the SDGs, and the GSTC Criteria. EarthCheck Evaluate assesses an


Ecotourism Australia's ECO Certification Standard



ECO TOURISM australia

Ecotourism Australia (EA) is a non-government, not-for-profit organisation, established the eco and sustainable tourism industry in Australia through building capacity, operations and systems. Our key program – ECO Certification – was the world's We are recognised as a credible, national peak body for sustainable and nature-

GREAT Green Deal Certification



The **GREAT Green Deal Sustainable Certification Program (GGD)** represents a way of doing stakeholders involved in the tourism operations. The GGD standard has more than 400 operators a map that takes executives and entrepreneurs on a path to be more successful with employees and their families, the community, the cultural heritage and traditions

GSTC Industry Criteria for Tour Operators

GSTC Industry Criteria with performance indicators for Tour Operators

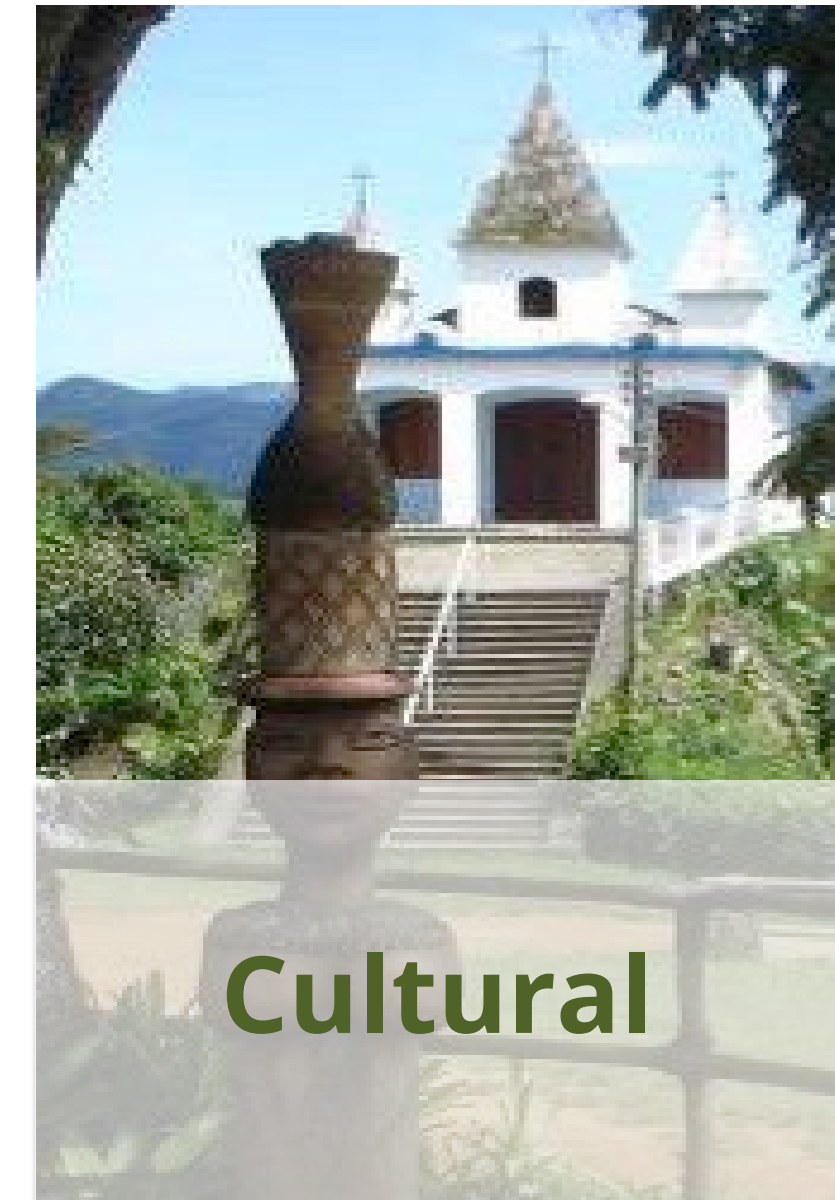
The Global Sustainable Tourism Council (GSTC) Criteria and Suggested Indicators for Tour Operators were created in an effort to come to a common understanding of sustainable tourism, and are the minimum that a Tour Operator (a provider, operator, and/or seller of travel products) business should aspire to reach.

The Tour Operator Criteria are organized around four main themes: effective sustainability planning, maximizing social and economic benefits for the local community, enhancing cultural heritage, and reducing negative impacts to the environment.

The Criteria for Tour Operators are the same as for Hotels, and both are identical to the GSTC Industry Criteria, but the Performance Indicators vary between Tour Operators and Hotels. NOTE: Prior to December 2016, GSTC offered the combined Hotel & Tour Operator Criteria, but have now separated them for two reasons: 1) to create distinct Performance Indicators for each; and, 2) to create a framework for future additional subsector Criteria (examples may include Attractions, Cruise, MICE, Transport, etc.)

GSTC Criteria

Four Pillars of Sustainability



- (A) Demonstrate sustainable destination management
- (B) Maximize economic benefits to the host community and minimize negative impacts
- (C) Maximize benefits to communities, visitors, and culture; minimize negative impacts
- (D) Maximize benefits to the environment and minimize negative impacts

Criteria & Indicators = they are not coercive measures, but motivation & creativity ideas!













GSTC Criteria & Indicators
Industry – Tour Operators

A7.4 Access for all ...provide access and information for persons with special needs, where appropriate.	<div>a. Sites, buildings and activities are accessible to persons with physical disabilities and other special needs, as appropriate to the nature of the operation.</div> <div>b. Clear and accurate information is provided on the level of accessibility.</div> <div>c. Accessibility is certified or checked with relevant experts/user bodies.</div>	<div>9 POSITIVE INNOVATION AND INFRASTRUCTURE</div> <div>10 REDUCED INEQUALITIES</div>
A8 Land, water, and property rights Acquisition by the organization of land and water rights and of property is legal, complies with local communal and indigenous rights, including their free, prior and informed consent, and does not require involuntary resettlement.	<div>a. On sites owned and operated by the organization or over which they have direct influence/control, land ownership and tenure rights are documented.</div> <div>b. User and access rights for key resources, including land and water, are documented where applicable.</div> <div>c. There is documentary evidence of communication, consultation and engagement with local and indigenous communities.</div> <div>d. Evidence of free, prior and informed consent of local communities is documented, where relevant (showing no involuntary resettlement or land acquisition).</div>	<div>1 NO POVERTY</div> <div>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</div>
A9 Information and interpretation The organization provides information about and interpretation of the natural surroundings, local culture, and cultural heritage, as well as an explanation of appropriate behaviour while visiting natural areas, living cultures, and cultural heritage sites.	<div>a. Information/interpretation material about the natural and cultural heritage of areas visited is available and provided to customers.</div> <div>b. Staff are informed and trained about the natural and cultural heritage of the areas visited.</div> <div>c. Information is provided to customers about appropriate behaviour in the areas visited.</div>	<div>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</div> <div>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</div>
A10 Destination engagement The organization is involved with sustainable tourism planning and management in the destination, where such opportunities exist.	<div>a. The organization is in contact with the local Destination Management Organization or equivalent body in those locations where it is most active.</div> <div>b. The organization engages in the planning and management of sustainable tourism in those destinations where it is most active.</div>	<div>11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES</div> <div>17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS</div>



GSTC Criteria & Indicators
Industry – Tour Operators

B4 Local entrepreneurs The organization supports local entrepreneurs in the development and sale of sustainable products and services that are based on the area's nature, history and culture.	<div>a. Where appropriate, the organization provides advice and support to local service providers with whom it engages, on the quality and sustainability of their service.</div> <div>b. Opportunities for joint ventures and partnerships with local entrepreneurs are considered and pursued where appropriate.</div>	<div>8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH</div> <div>12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION</div>
B5 Exploitation and harassment The organization has implemented a policy against commercial, sexual or any other form of exploitation or harassment, particularly of children, adolescents, women, minorities and other vulnerable groups.	<div>a. The organization has a documented policy against exploitation and harassment of vulnerable groups.</div> <div>b. Action is taken to communicate and implement the policy.</div> <div>c. The organization engages with the local community, in destinations where it is particularly active, in working against exploitation and harassment.</div> <div>d. Records of employee ages are kept and show absence of any form of child labour (as defined by ILO).</div> <div>e. The organization supports action against child sex tourism.</div> <div>f. Services providers and premises where there is any evidence of possible exploitation are not contracted or visited.</div>	<div>5 GENDER EQUALITY</div> <div>10 REDUCED INEQUALITIES</div> <div>16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS</div>
B6 Equal opportunity The organization offers employment opportunities, including in management positions, without discrimination by gender, race, religion, disability or in other ways.	<div>a. The organization has identified groups at risk of discrimination, including women and local minorities.</div> <div>b. The proportion of employees drawn from each of these groups is monitored.</div> <div>c. Internal promotion includes members of these groups.</div>	<div>5 GENDER EQUALITY</div> <div>10 REDUCED INEQUALITIES</div>

SECTION A: Demonstrate effective sustainable management				
Criteria	Indicators	SDGs		
<p>A1 Sustainability management system</p> <p>The organization has implemented a long-term sustainability management system that is suitable to its size and scope, addresses environmental, social, cultural, economic, quality, human rights, health, safety, risk and crisis management issues and drives continuous improvement.</p>	<p>1. The Sustainability Management System is clearly documented.</p> <p>2. The SM System covers environmental, social, cultural, economic, quality, human rights, health and safety issues.</p> <p>3. The SM System includes consideration of risk and crisis management.</p> <p>4. Documentary evidence shows implementation of the SM system.</p> <p>5. The SM System includes a process for monitoring continuous improvement in sustainability performance.</p>			
<p>A2 Legal compliance</p> <p>The organization is in compliance with all applicable local, national and international legislation and regulations including, among others, health, safety, labour and environmental aspects.</p>	<p>1. An up to date list of all applicable legal requirements is maintained.</p> <p>2. Certificates or other documentary evidence show compliance with all applicable legal requirements.</p> <p>3. Legal requirements in all countries of operation are understood and met.</p>		<p>e tourism planning and opportunities exist.</p>	<p>1. The organization is in contact with the local Destination Management Organization or equivalent body in those locations where it is most active.</p> <p>2. The organization engages in the planning and management of sustainable tourism in those destinations where it is most active.</p>
				 
<p>A3 Reporting and communication</p> <p>The organization communicates its sustainability policy, actions and performance to stakeholders, including customers, and seeks to engage their support.</p>	<p>1. Regular reports are made available on sustainability performance.</p> <p>2. Sustainability policies and actions are reported in external and internal communication material.</p> <p>3. Communications contain messages inviting consumer and stakeholder support.</p>	 	<p>benefits to the local community and minimize negative impacts</p>	
			Indicators	SDGs
			<p>s for local infrastructure les of initiatives include nd projects which address</p>	<p>1. The organization supports initiatives with local communities in areas where it is particularly active.</p> <p>2. The level and nature of contributions made to schemes in the local communities is recorded.</p> <p>3. In selecting service providers and products/experiences to feature in programmes, the organization favours those that engage with and support local communities.</p>
				  
	<p>B2 Local employment</p> <p>Local residents are given equal opportunities for employment and advancement, including in management positions.</p>			<p>1. The organization seeks to provide employment opportunities for local residents in its operations and activities.</p> <p>2. The organization monitors the level and proportion of</p>
				

GSTC Criteria publicly available in many languages:

- **Arabic**
- **Catalan**
- **Chinese**
- **Czech**
- **French**
- **German**
- **Greek**
- **Indonesian**
- ***Japanese***
- ***Korean***
- ***Lao***
- ***Portuguese***
- ***Russian***
- ***Spanish***
- ***Thai***
- ***Vietnamese***

Criteria Catalogue for Companies

May 2021

1 Management	
1.1	Mission Statement/Guiding principles The company has a set of guiding principles or a mission statement which has been published on its website and includes the management of following aspects: (i) human rights, (ii) working conditions, (iii) environmental protection, (iv) biological diversity, (v) continuous improvement.
1.2	Sustainability Manager The management takes responsibility for CSR and has appointed a person in charge of CSR, with sufficient competencies and time budget. The sustainability representative coordinates the internal sustainability duties, engages and motivates staff and is contact person for external stakeholders.
1.3	Legal Compliance The company ensures that all relevant laws and all applicable local, national and international obligations are met (e.g. health, safety, labour, environmental, anti-corruption).
1.4	Human rights The company has identified the relevant human rights aspects and risks and established procedures for carrying out due diligence. The company guarantees that its business practices comply with the rights and co-determination of local communities and is guided by internationally and nationally best practices and locally agreed guidelines.
1.5	Risk management The company has a crisis or risk management plan to protect tourists in an emergency and, if necessary, to draw consequences for tourism services. Responsible employees are trained for acute safety and health risks for tourists by appropriate bodies.
1.6	Stakeholder Analysis The company has identified its internal and external stakeholders (e.g. by stakeholder mapping) and has assessed mutual interactions.
1.7	Stakeholder Dialogue The company is in an active CSR dialogue with its stakeholders, provides information on its own CSR management, and promotes sustainable development among the stakeholders.
1.8	Prioritisation of Fields of Action The company has carried out an evaluation, established priorities regarding sustainability topics, and has identified its most important spheres of activity (portfolio analysis).
1.9	Monitoring and Continuous Improvement The company has a functioning suggestion system and improvement management in place. As part of the monitoring of continuous improvements, the improvement programme is updated annually.
1.10	Sustainability Report For each certification and recertification, the company prepares and publishes a sustainability report with current data and indicators.
1.11	Sustainable tourism planning on site The company contributes positively to sustainable tourism planning and management at the destination.

A concrete example of implementation

2 Business Data	
2.1	Economic stability The company regularly collects data on economic stability. <ul style="list-style-type: none"> 2.1.1 Revenue structure 2.1.2 Development of turnover over the past three years 2.1.3 Turnover per employee 2.1.4 Turnover sales 2.1.5 Expenditure pattern 2.1.6 Proportion (%) of the price remaining in the destination 2.1.7 Turnover per guest/night 2.1.8 Average duration of stay (Days)
3 Offer	
3.1	Development of offers The company regularly evaluates the degree of sustainability in its own travel products. <ul style="list-style-type: none"> 3.1.1 CSR Index (%) product development
3.2	Accessibility The company provides barrier-free access and surveys the proportion of barrier-free beds. Appropriate information is provided for persons with special needs (e.g. on the website). <ul style="list-style-type: none"> 3.2.1 Percentage (%) of accessible beds

4 Customers

- 4.1

Information and Communication

The company actively promotes sustainable travel to its customers through transparent communication. Information about the sustainability of the service providers is provided in an appropriate place. The advertising messages and images used in the marketing activities present the places or the destination respectfully and give an authentic, realistic image of the destination or the product.
- 4.2

Customers Satisfaction

The company regularly gathers data on customer satisfaction including perception of sustainability issues.

4.2.1

Satisfaction index (%) customers

4.2.2

Response rate (%) to customer survey

4.2.3

Guide to customer ratio (group size per guide)

4.2.4

Percentage (%) of guests who come back (regular guests)
- 4.3

Guest Information and management of complaints

The company regularly surveys the degree of quality and sustainability in its customer information. The company actively informs guests on (i) environmentally friendly travel to the destination, (ii) environmentally friendly mobility in the destination and (iii) environmentally and socially compatible behaviour on site.

4.3.1

CSR Index (%) customer information

5 Employees

- 5.1

Security

The company ensures a safe working environment for its employees.
- 5.2

(Sustainability) training

All employees (including those in the destinations) receive training at least once a year on at least one of the following topics: (i) human rights, (ii) working conditions (including health and safety, risk and crisis management, efficiency and quality), (iii) environmental protection, (iv) biodiversity and (v) their role and responsibility in the implementation of these aspects.
- 5.3

Incentive system and social benefits

The company offers its employees voluntary social benefits, promotion opportunities and other additional benefits (e.g. mobility allowance, free meals, etc.).

- 5.4

Salary

The company undertakes to comply with the minimum wage and collective agreements. Wages must be at least living wages and cover the local cost of living.
- 5.5

Overtime regulations

The company has overtime regulations.
- 5.6

Representation of interests

The company supports the formation of an employee representative body or a works council.
- 5.7

Fairness and inclusion

The company offers fair and equal training and employment opportunities, irrespective of origin, ethnicity, age, religion, gender, sexual orientation or disability. Local residents are given equal opportunity for employment, advancement and recruitment in management positions.
- 5.8

Employment structure

The company regularly gathers data on employment structure.

5.8.1

Number of employees (full-time equivalent)

5.8.2

Number of managerial positions, specialist personnel, apprentices, other employees

5.8.3

Proportion (%) of women in managerial positions
- 5.9

Employee satisfaction

The company regularly surveys levels of employee satisfaction.

5.9.1

Satisfaction index (%) employee

5.9.2

Proportion (%) of participants answering survey

5.9.3

Average length of employment (years)

6 Service providers

- 6.1

Suppliers Involvement of service providers

The company involves local businesses in the development and sale of products and services based on the nature, history and culture of the region.
- 6.2

Supplier Code

The company ensures (e.g. through contractual clauses or a supplier code of conduct) that their suppliers adhere to basic sustainability principles in the following areas: (i) human rights, (ii) working conditions, (iii) environmental protection and (iv) biodiversity.
- 6.3

Survey of service providers

The company regularly conducts a survey of service providers and suppliers and surveys their level of sustainability.

6.2.1

CSR index (%) Suppliers

6.2.2

Total number of suppliers

6.2.3

Proportion (%) of suppliers surveyed

6.2.4

Proportion (%) of suppliers with sustainability label
- 6.4

Business Partners

The company regularly carries out a survey of its business partners and assesses their level of satisfaction as well as the quality of the own sustainability communication.

6.4.1

CSR Index (%) business partners

The concrete results: Sustainability reports

- **As proof of fitness.**
- **And as an inspiration?**



Nachhaltigkeitsbericht 2022

Nationalparkregion Schwarzwald GmbH
Rosenplatz 3/1
72270 Baiersbronn



Natur- und Tierpark Goldau, Parkstrasse 26, Postfach, CH-6410 Goldau
Telefon +41 859 06 06, info@tierpark.ch, www.tierpark.ch, CHE-105.929.659 MIVST
Spendenkonto IBAN CH79 0900 0000 6000 2762 9

Eine lebenswerte Zukunft für alle Der Nachhaltigkeitsbericht des Natur- und Tierparks Goldau 2020-2030

17. Juli 2020

Als Kompetenzzentrum für Tier-, Arten- und Naturschutz zeigt, pflegt, erhält und schützt der Natur- und Tierpark Goldau das lebendige Netzwerk, welches Pflanzen, Tiere und Menschen in gegenseitiger Abhängigkeit voneinander bilden. Er hat den Anspruch, alle Zeildimensionen der Nachhaltigkeit zu berücksichtigen und nimmt seine ökonomische, soziale und ökologische Verantwortung konsequent wahr.

Der Natur- und Tierpark Goldau stützt seinen Nachhaltigkeitsbericht auf die 17 Nachhaltigkeitsziele der International Union for Conservation of Nature (IUCN) und orientiert sich an den Werten und Verpflichtungen der World Association of Zoos and Aquariums (WAZA).

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



Abbildung 1: Die Nachhaltigkeitsziele der IUCN

This means, seventhly, that sustainability orientation and the focus on more sustainable corporate development is feasible and certainly not witchcraft. But it requires a real commitment, suitable structures and consistent action.



Concluding remarks

Important considerations

1. Just because you can't do something perfectly doesn't mean you shouldn't do it at all.
2. Everywhere there are **concrete and achievable steps** to make improvements or reduce negative impacts.
3. There are plenty of good examples in the industry – learn from each other.
4. If your own resources and competences are not (yet) sufficient, why not take a coach on board? As a third opinion, driver, motivator, provider of tact and ideas ...
5. Sustainable travel products should NOT be seen as an addition to the existing offer, and NOT as niche products.
6. Step by step, the tourism sector must be made more sustainable! From the supplier side - but also from the traveller side!
7. The larger the market share of sustainable travel offers, the less alternatives our travellers will have and the fewer resources are needed.

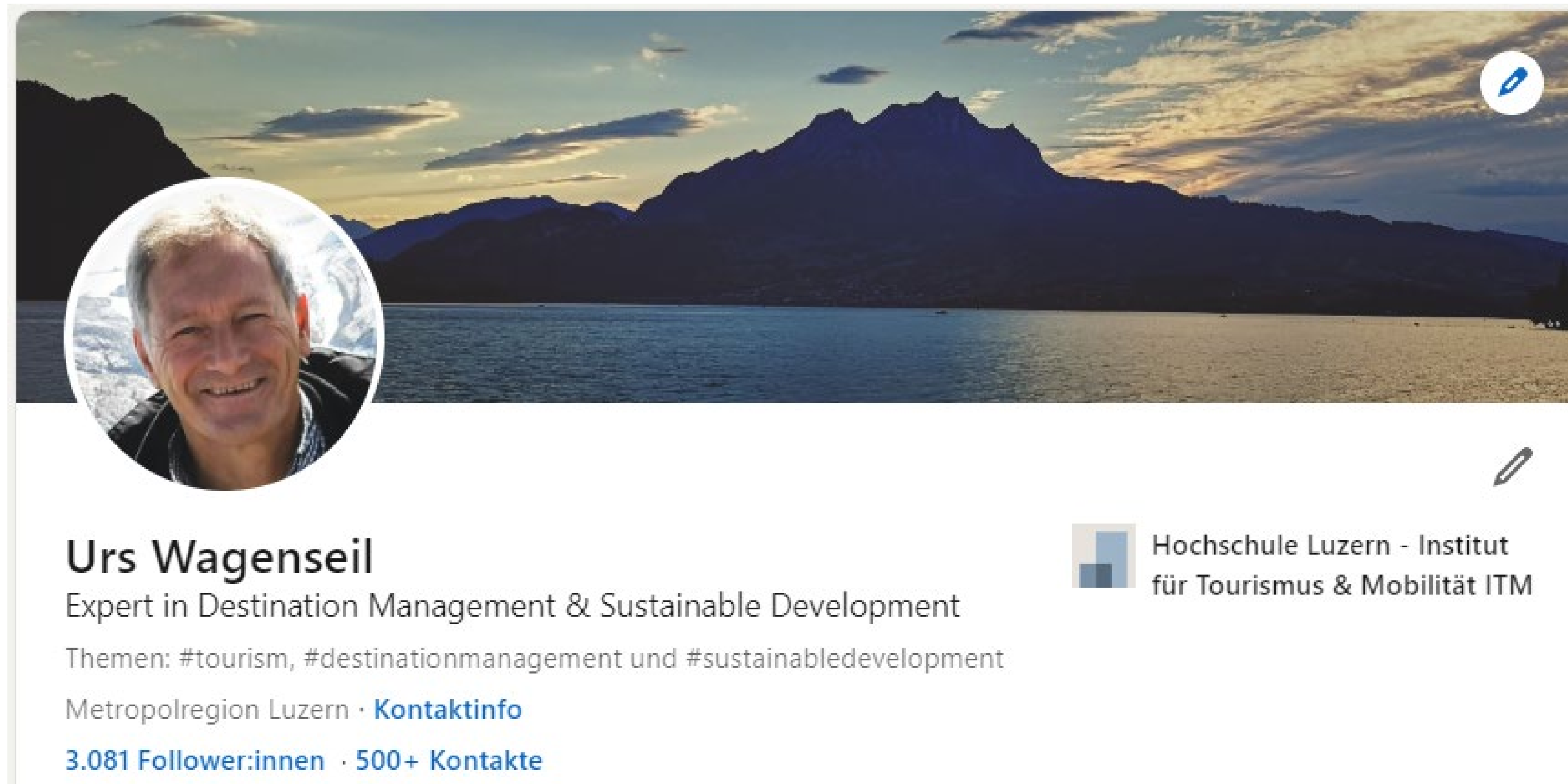
**I know that becoming (more) sustainable is a demanding path.
But it is worth it!**



Once at the top, the view is breathtaking.
Resp. the entrepreneurial performance will be more valuable.

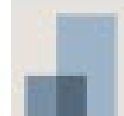


... I look forward to digital networking to continue the exchange.



A screenshot of a LinkedIn profile for Urs Wagenseil. The profile picture is a circular portrait of a smiling man with grey hair. The background image is a landscape with a lake, mountains, and a sunset sky. The profile name is "Urs Wagenseil" in bold. Below the name is the title "Expert in Destination Management & Sustainable Development". The "About" section lists themes: "#tourism, #destinationmanagement und #sustainabledevelopment". The location is "Metropolregion Luzern" with a link to "Kontaktinfo". The follower count is "3.081 Follower:innen" and the contact count is "500+ Kontakte". To the right of the profile is the logo and name of the "Hochschule Luzern - Institut für Tourismus & Mobilität ITM".

Urs Wagenseil
Expert in Destination Management & Sustainable Development
Themen: #tourism, #destinationmanagement und #sustainabledevelopment
Metropolregion Luzern · [Kontaktinfo](#)
[3.081 Follower:innen](#) · [500+ Kontakte](#)

 Hochschule Luzern - Institut für Tourismus & Mobilität ITM

Thank you for your interest and attention.

“All the best” on the coming (sustainability) path!

Hochschule Luzern

Wirtschaft

Institut of Tourism & Mobility ITM

Prof. Urs Wagenseil

Co-Head Competence Center Tourism

T direct +41 41 228 99 24

urs.wagenseil@hslu.ch

