Papaya Tours
leidenschaftlich reisen

Nachhaltigkeitsbericht 2016
Rezertifizierung

Papaya Tours GmbH – Im Mediapark 2 – 50670 Köln

Nachhaltigkeitsbericht 2016

Impressum
Standortname: Papaya Tours GmbH
Straße: Im Mediapark 2
PLZ, Ort: 50670 Köln

Tel.: 0221- 355577-0
Fax: 0221355577-20
E-Mail: info@papayatours.de
Internetseite: www.papayatours.de

CSR-Beauftragte: Birte Heidbreder
Tel.: 0221-355577-19
E-Mail: b.heidbreder@papayatours.de

Jahr der Datenerfassung ist 2014

Bei dem vorliegenden Bericht handelt es sich um eine gekürzte Fassung.

Unser Nachhaltigkeitsbericht ist entsprechend den Berichtsstandards von TourCert erstellt und von einem unabhängigen Gutachter überprüft. www.tourcert.org

Liebe/r Leser/innen/Reisende,

wir freuen uns, Ihnen nach erfolgreicher Rezertifizierung unseres Unternehmens nun den dritten CSR-Nachhaltigkeitsbericht vorlegen zu können. Erneut wurde Papaya Tours das CSR-Siegel für die nächsten drei Jahre (bis Juli 2019) verliehen.

Im Rahmen der Erst- und Rezertifizierung haben wir unser Unternehmen, welches seit Beginn auf ökologisch und sozial verträglichen Tourismus ausgelegt war, weiterhin in diese Richtung ausgebaut. Angesichts der Siegelvergabe durch TourCert haben Sie als Kunde und Interessent die Bestätigung einer unabhängigen Instanz, dass es sich bei Papaya Tours um einen Reiseveranstalter handelt, der sich zu seiner Verantwortung für einen nachhaltigen Tourismus bekennt. Zugleich gibt uns die externe Überprüfung regelmäßig den Anreiz die ökologischen und sozialen Auswirkungen unserer Reiseangebote zu überprüfen, und sowohl in unserem Büro in Deutschland als auch in unseren Länderbüros und mit unseren Partneragenturen weiterhin einen verträglichen Tourismus zu gestalten. Darüber stehen wir im Dialog mit unseren Leistungsträgern vor Ort und berücksichtigen bei der Ausarbeitung und Zusammenstellung unserer Reiseangebote ökologische und soziale Kriterien.

Unser Management- und Berichtssystem ist entsprechend dem Zertifizierungsstandard von TourCert aufgebaut und von einem unabhängigen Gutachter überprüft. Mit dem CSR-Siegel haben wir uns dazu verpflichtet, uns in den Bereichen Umweltschutz, Arbeitsbedingungen, Kundeninformationen, Menschenrechte und faire Geschäftsbeziehungen ständig zu verbessern.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Ingo Nösse
Geschäftsführer

Birte Heidbreder
CSR-Beauftragte

Köln im Oktober 2017

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen 6
Kernindikatoren 6
Unternehmensportrait 7
Umfang der Datenerhebung 9
1. Management 9
1.1 Leitbild 9
1.2 Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragte/r und CSR-Managementsystem 11
1.3 Legal Compliance 12
1.4 Supplier Code 12
1.5 Menschenrechte und Kinderschutz 12
1.6 Stakeholder-Analyse 13
1.7 Information und Kommunikation 14
1.8 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring 15
2. Wirtschaftsdaten 15
2.1 Umsatz 15
2.2 Ausgaben 17
3. Reiseangebote 18
3.1 Angebotsportfolio 18
3.2 Produktgestaltung 19
3.3 CO2-Emissionen der Reisen 21
3.4 CO2-Emissionen durch Transport 22
4. Kunden 22
4.1 Kundenzufriedenheit 22
4.2 Kundeninformation 24
5. Mitarbeitende 25
5.1 Beschäftigtenstruktur 25
5.2 Arbeitsbedingungen 28
5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit 29
5.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit 30
6. Unternehmensökologie 32
6.1 Energie 32
6.2 Ökostrom 33
6.3 CO2-Emissionen 33
6.4 Kompensation Flugdienstreisen 34
6.5 Papier 34
6.6 Beschaffung 35
7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette 35
7.1 Partneragenturen 35

7.2 Unterkünfte 36
7.3 Reiseleiter/innen..... 38
7.4 Geschäftspartner 40
8. Community Involvement 40
8.1. Unsere Reisen – entwicklungspolitische Instrumente 40
8.2. Finanzielle Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten 41
Anlage: Verbesserungsprogramm 43
Anhang..... 56

Allgemeine Informationen

	Einheit	2011	2014
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz	10,75	16
Gesamtübernachtungen	Anz	50,818.00	77,511.00
Gesamtpaxe (Reisende)	Anz	2,676.00	3,939.00
Ø Flugkilometer pro Gast	km	17.714	21.999

Kernindikatoren

	Einheit	2011	2014
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	56.44	55.84
CO2 pro Gast und Übernachtung (abzgl. Kompensation) in kg	kg	432.09	324.05
Zufriedenheits-Index Geschäftspartner	%	-	79
CSR-Index Kundeninformation	%	61.83	59
Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	77.66	64
CO2 pro Mitarbeitende/r abzgl. Kompensation	t	3.42	0
CSR-Index Produktgestaltung	%	-	50
CSR-Index Partneragenturen	%	82.54	52
CSR-Index Unterkünfte	%	82.09	53
CSR-Index Reiseleiter/innen	%	93.80	90.00

Unternehmensportrait

Papaya Tours GmbH ist einer der führenden Reiseveranstalter für Individualreisen und Kleingruppenreisen in Süd- und Mittelamerika. Das Unternehmen wurde im Dezember 2004 von dem Diplom-Touristiker Ingo Nösse gegründet und hat seinen Sitz in Köln. Papaya Tours entwickelt und führt seine Reisen eigenständig durch. Das Team besteht aus erfahrenen Touristikern, die alle den südamerikanischen Kontinent selbst bereist haben und Erfahrungen in den angebotenen Ländern gesammelt haben.

Das Unternehmen ist seit seiner Gründung stetig gewachsen und hat sich schnell zu einem Spezialisten für die Durchführung erlebnisreicher Südamerika Reisen entwickelt. 2005 wurden die ersten fünf Kleingruppenreisen in die Länder Ecuador, Peru und eine weitere Peru/Bolivien/Chile-Reise durchgeführt. Die Reisen hat der Geschäftsführer Ingo Nösse gemeinsam mit seiner ecuadorianischen Frau Margoth Romero vom Homeoffice aus geplant und verkauft. Mitte 2005 wurde das erste Papaya Tours Büro in Peru in der Stadt Arequipa gegründet, das insgesamt fünf Mitarbeiter beschäftigte. 2005 wurde außerdem das Individualprogramm in den Destinationen Peru, Ecuador und Argentinien konzipiert.

Das Jahr 2006 nutzte Papaya Tours erfolgreich um sein Reiseangebot zu vergrößern. Das Reiseangebot wurde erneut erweitert, indem die erste Gruppenreise nach Argentinien durchgeführt wurde und das dortige Büro mit zwei Mitarbeitern gegründet wurde. Das Programm der Individualreisen wurde ebenfalls ausgedehnt und die Länder Brasilien und Chile wurden mit ins Reiseangebot aufgenommen. Seit 2006 ist Papaya Tours außerdem Mitglied im *forum anders reisen*, ein Verbund von Reiseveranstaltern die sich für nachhaltigen Tourismus einsetzen.

Daraufhin wurde im folgenden Jahr das Papaya Tours Büro in Ecuador mit insgesamt vier Mitarbeitern gegründet. Außerdem wurde das Land Costa Rica mit in das Programm von Papaya Tours aufgenommen.

2008 wurde das Team von Papaya Tours in Köln erneut vergrößert. Die Anzahl der Reisenden im Jahr 2008 betrug bereits um die 1.600 Teilnehmer. Seit 2009 bis heute ist die Zahl der Reisenden stetig gestiegen und die Destinationen Panama, Nicaragua, Kolumbien und Kuba sind mit ins Angebot aufgenommen worden. 2011 war der Bezug neuer Büroräume notwendig, da das Team umfassend erweitert wurde. 2012 wurde Mexiko als neues Reiseland in das Portfolio aufgenommen. Aufgrund des Unternehmenswachstums entstand 2012 eine IT-Abteilung, die zu dem Zeitpunkt einen Mitarbeiter umfasste. Im darauffolgenden Jahr wurde zusätzlich zur Gruppenreiseabteilung eine Unterabteilung für Sondergruppenreisen gegründet. Obwohl auch vorher schon zahlreiche Sondergruppenreisen durchgeführt wurden, entschied man sich aufgrund der erhöhten Nachfrage eine eigene Unterabteilung zu gründen. Seit der Gründung dieser Unterabteilung, für die der Gruppenreisemitarbeiter Ingo Willems zuständig ist, ist ein steter Zuwachs im Bereich Sondergruppenreisen zu beobachten. 2014 kam ein weiterer Mitarbeiter in der Individualreiseabteilung hinzu und im Januar 2016 wurde auch die IT-Abteilung um eine neue Mitarbeiterin erweitert. Im aktuellen Jahr sollte außerdem nicht unerwähnt bleiben, dass neue Produktlinien im Bereich der Gruppenreisen eingeführt wurden, mit dem Ziel, unser Angebot zu erweitern und vor allem neue Zielgruppen zu gewinnen. Neben unseren klassischen Gruppenreisen arbeiten wir derzeit an der Einführung folgender neuer Produktlinien im Bereich der Gruppenreisen:

- Aktiv Fit
- Comfort Plus
- Flexi Adventure

Das positive Unternehmenswachstum wird auch in der gestiegenen Reiseteilnehmerzahl deutlich. 2010 reisten etwa 2000 mit Papaya Tours durch Lateinamerika. 2015 ist diese Zahl um ca. das Doppelte angestiegen.

In dem nachfolgendem Zeitstrahl ist die Entwicklung von Papaya Tours in den vergangenen Jahren zu erkennen:

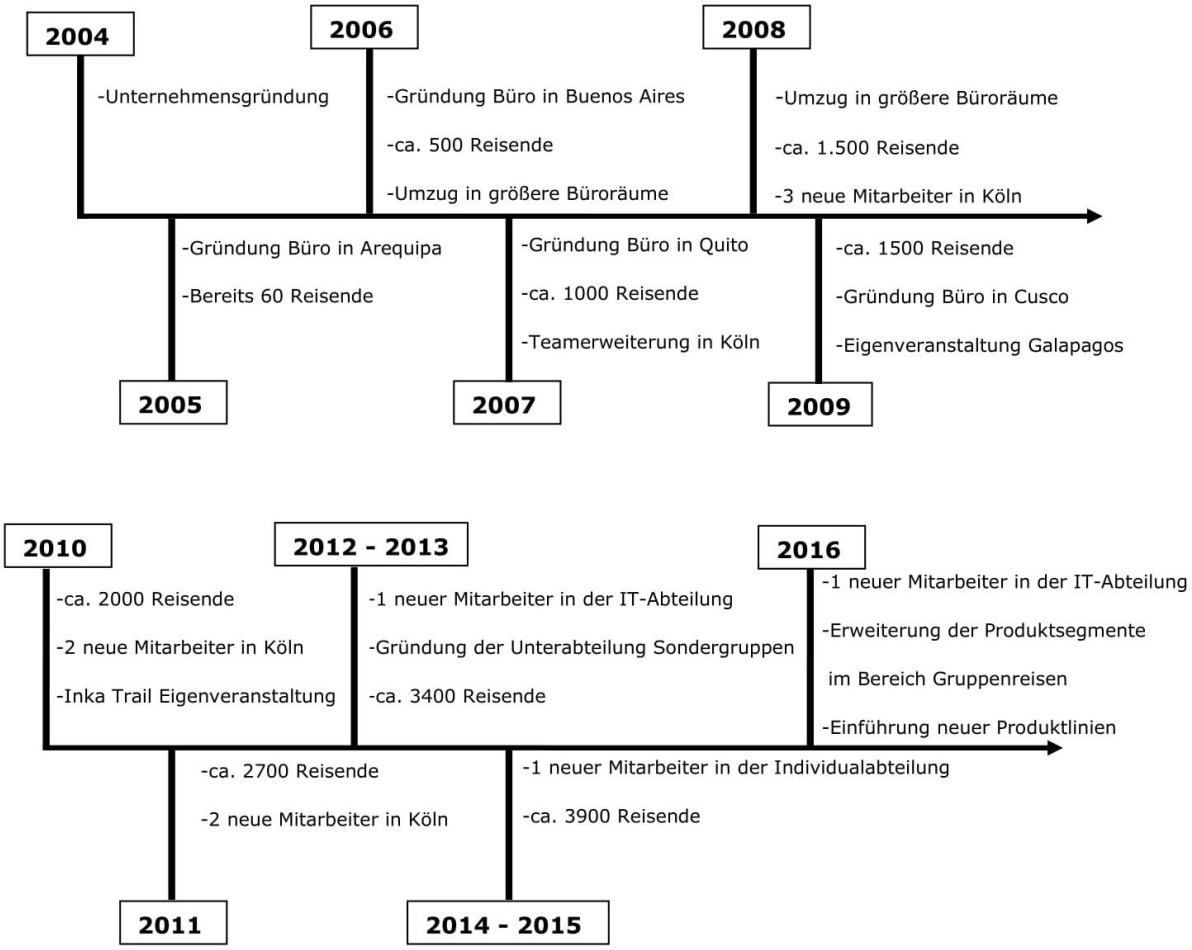


Abb. 1: Wichtigste Eckdaten zur Unternehmensgeschichte

Papaya Tours ist ein online Reiseveranstalter und verkauft seine Reisen im Direktvertrieb. Der Verkauf der Reisen findet hauptsächlich per Telefon und Internet statt. Durch unseren regionalen Vertrieb im gesamten deutschsprachigen Raum gibt es sehr wenig Laufkundschaft. Aufgrund der immer häufig werdenden Anfragen werden Reisen teilweise auch über Reisebüros verkauft, jedoch gibt es keinen Agenturvertrag.

In Ecuador, Peru und Argentinien arbeitet Papaya Tours mit eigenen Incoming-Agenturen zusammen. Die Büros vor Ort ermöglichen Papaya Tours eine schnelle und flexible Arbeitsweise. Außerdem haben die Kunden von Papaya Tours durch die Länderbüros stets einen kompetenten Ansprechpartner vor Ort. Für alle anderen Destinationen arbeitet Papaya Tours mit sorgfältig ausgesuchten Incoming-Agenturen zusammen. Zielsetzung ist hier immer eine langfristige und freundschaftliche Partnerschaft, um den Kunden besten Service garantieren zu können.

Die Papaya Tours Reisen sind grundsätzlich für alle Menschen konzipiert, die gerne aktiv unterwegs sind und für die authentische Erlebnisse im Vordergrund stehen. Die Reiseteilnehmer sind generell zwischen 30 und 65 Jahre alt; eine Altersbegrenzung gibt es jedoch nicht. Die Teilnehmer der Gruppenreisen sind im Durchschnitt etwas älter als die Individualreisenden. Viele Reisende sind Akademiker oder auch Lehrer, die Interesse an anderen Kulturen und neuen Erfahrungen haben. Die Kunden sind sehr aktiv und selbstständig und haben Interesse an Erlebnisreisen. Die meisten Kunden reisen ohne Kinder. Papaya Tours konzentriert sich auf den deutschsprachigen Reisemarkt und die meisten Kunden sind aus Deutschland, Österreich und der Schweiz.

Umfang der Datenerhebung

Für den folgenden Re-Zertifizierungsbericht wurde unser umsatzstärkstes Zielgebiet Peru ausgewählt. Bei den Gruppenreisen deckt Peru ungefähr 36% aller Reiseteilnehmer ab und bei den Individualreisen haben sich im Jahr der Datenerfassung etwa 26% für eine Reise nach Peru entschieden, weshalb diese Destination zu unseren beliebtesten Reisezielen gehört. Für die Bewertung wurden daher unsere Peru Reisen genauer untersucht und anhand von unterschiedlichen Dimensionen in Bezug auf die Nachhaltigkeit analysiert.

1. Management

1.1 Leitbild

Das Leitbild eines Unternehmens hat die Aufgabe, die grundsätzlichen Werte und Ziele des Unternehmens nach innen und außen bewusst zu machen. Im Rahmen des CSR-Prozesses haben wir die wichtigsten Kernaussagen, die teilweise schon in der Unternehmensphilosophie verankert sind, in einem Leitbild zusammengefasst. Es macht unseren Kunden deutlich, wofür wir stehen und was uns so besonders macht und dient gleichzeitig auch unseren Mitarbeitern und Partnern als wertvolle Richtlinie für den Arbeitsalltag.

Leidenschaftlich reisen
Papaya Tours ist Ihr Partner für erlebnisreiche Kleingruppen- und Individualreisen nach Südamerika. Unter Berücksichtigung eines sozial und ökologisch nachhaltigen Tourismus liegt unser Fokus darauf Ihnen intensive und authentische Erlebnisse, Begegnungen mit freundlichen Menschen und lebendigen Kulturen und das hautnahe Erleben einer einmaligen Natur- und Tierwelt zu ermöglichen ... einfach "leidenschaftlich reisen".

- Unsere Reisephilosophie
- Professionelles Team
- Papaya Büros in Südamerika
- Wir konzipieren alle Reisen selber
- Faire Preise
- Nachhaltiger Tourismus

Authentische Ländererfahrungen in der Gruppe erleben
Unsere Papaya Gruppen-Reisen sind in erster Linie auf maximales Ländererlebnis ausgelegt und für Menschen konzipiert, die gerne aktiv unterwegs sind und für die authentische Erlebnisse im Vordergrund stehen und nicht der pure Luxus. Unsere Reisen sind keine Erholungsreisen, aber ein erfrischender Mix aus Abenteuer, Komfort, Anstrengung und Entspannung gepaart mit Erlebnissen, Begegnungen verschiedenster Natur. Wir möchten dass Sie Ihre Reise mit uns intensiv erleben und bereichernden Erinnerung heimkehren. Dabei ist es unser Ziel Ihnen neue Blickwinkel auf die Vielfältigkeit und Schönheit unserer Welt zu ermöglichen, ohne dabei aber auch die existierenden Probleme der von uns bereisten Länder aus den Augen zu verlieren.

Um qualitativ hochwertige aber dennoch kostengünstige Reisen mit hohem Erlebnischarakter zu veranstalten bieten wir eine ausgewogene Kombination aus kleinen, landesnahen und atmosphärischen Hostals/Hotels, gemütlichen Haziendas oder Dschungel-Lodges bis hin zu Mittelklassehotels, teils aber auch mal sehr einfachen Unterkünften.

Individuell entdecken aber rund um die Uhr betreut
Die Papaya Individual-Reisen ermöglichen es uns ganz persönliche Reiseträume umzusetzen. Unsere Devise des "leidenschaftlich Reisen" nie aus den Augen verlierend sind diese Reisen auf maximale Flexibilität ausgelegt. Unabhängig reisen und dabei rund um die Uhr betreut sein ist das was Sie erwarten können.

Durch verschiedene Hotelkategorien kann ein persönlicher Mix aus Luxus- und einfachen Unterkünften mit Flair zusammengestellt werden.

Professionalität, Flexibilität & Leidenschaft
Wir leben davon Ihre Träume zu realisieren! Das ist eine sehr schöne und vertrauensvolle Aufgabe, die wir sehr ernst nehmen. Wir beraten Sie persönlich, gehen kompetent auf Ihre individuellen Reise-Vorstellungen ein und versuchen dabei alle Ihre Wünsche flexibel und vor allem kreativ umzusetzen. Unsere Leidenschaft für Südamerika und unsere individuellen Erfahrungen und Länderkenntnisse sind dabei ein wichtiger Faktor. Ihre Sicherheit und Zufriedenheit haben für uns höchste Priorität. Vor- während und nach der Reise stehen wir Ihnen stets als kompetenter Partner und Berater zur Seite.

Papaya Mitarbeiter sind das Papaya Erfolgsrezept
Unser motiviertes und dynamisches Team besteht aus erfahrenen Touristikern, die den südamerikanischen Kontinent selbst schon mehrfach bereist haben und Ihre Leidenschaft und Freude an Südamerika gerne mit Ihnen teilen möchten. Die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter ist uns dabei genauso wichtig wie Ihre Zufriedenheit. Unser Anspruch besteht darin unseren Mitarbeitern in Deutschland und Südamerika ein herzliches, familiäres, kreatives und flexibles Arbeitsumfeld zu bieten, in dem jede Meinung gehört und respektiert wird. Dies ist die Basis für unseren unermüdlichen und freundlichen Papaya Service in Deutschland und Südamerika. Unsere Mitarbeiter sind unser Erfolgsrezept!

Wir sind für Sie vor Ort
Mit unseren Papaya Büros in Argentinien, Ecuador und Peru gehören wir zu den wenigen Veranstaltern mit eigenen Incoming Büros im Zielgebiet. Das erlaubt uns Ihnen unseren persönlichen und individualisierten Papaya Service zu garantieren. Sie haben Ihren Ansprechpartner im Reiseland und können sich auch während der Reise auf professionelle Papaya Betreuung verlassen. Bei uns sind Sie in sicheren Händen, Probleme werden schnell gelöst und kurzfristige Wünsche vor Ort flexibel umgesetzt. Sie können sich somit auf ein umfangreiches Papaya Netzwerk und damit auf einen durchweg guten Papaya Service, schnelle Kommunikationswege und beste Preise freuen.

Papaya Tours seit 2010 Inka-Trail-Veranstalter!
Als Peru-Spezialist sind wir besonders Stolz uns mit unserem Büro in Cusco als den einzigen deutschen Veranstalter bezeichnen zu können, der den Inka Trail in Eigenveranstaltung mit eigenem Team und hochwertigem Equipment, durchführt! Damit können wir nun direkten Einfluss auf die faire Behandlung unserer Träger und Guides, ausüben.

Papaya Tours ist seit 2010 Galapagos-Veranstalter.
Auch unsere beliebten Galapagos Inselhopping Programme führen wir komplett in Eigenveranstaltung durch und können somit unsere Positionierung als Ecuador & Galapagos Spezialist weiter untermauern. Mit Repräsentanten auf den jeweiligen bewohnten Inseln hat unser Büro in Quito vom Festland aus die Fäden in der Hand.

Wir konzipieren alle Reisen selber
Wir kennen alle Länder, die wir bereisen aus erster Hand und konzipieren alle unsere Reisen selber. Auch fern der ausgetretenen Touristenpfade gestalten wir die Routen nach unseren Vorstellungen und Erfahrungen.

Faire Preise
Qualität hat seinen Preis, muss aber nicht teuer sein! Das ist unsere Devise und mit ein wenig Stolz können wir Ihnen sagen, dass Sie bei uns stets ein exzellentes Preis-Leistungs-Verhältnis erhalten. Mit schlanker Struktur, klarer Linie, einer kundenorientierten Kalkulation und natürlich durch unseren direkten Weg über unsere Papaya Büros in unseren Hauptreiseländern, können wir Ihnen verlässlich gute Preise garantieren. Vergleichen Sie unsere Leistungen!

Verantwortung gegenüber Umwelt & Gesellschaft
Nachhaltigkeit und verträglicher Tourismus ist für uns ein sehr wichtiges Thema und beginnt in unserem Büro in Deutschland, wo wir stets darauf bedacht sind uns ökologisch verantwortlich zu handeln. Bei unseren Reisen legen wir seit jeher großen Wert darauf, Natur und Landschaft zu schonen sowie den Ortsansässigen mit dem gebührenden Respekt gegenüberzutreten und eine Chance auf fairen Profit aus dem Tourismus zu geben. Menschenrechte haben dabei Priorität und wir achten insbesondere bei verletzlichen Personengruppen wie Kindern darauf, dass deren Rechte eingehalten werden und kein Missbrauch oder Ausbeutung in jeglicher Hinsicht stattfindet. Es gilt die negativen Einflüsse des Tourismus zu minimieren und die Positiven zu verstärken.

Unterstützung sozialer Projekte
Die Unterstützung sozialer und ökologischer Projekte in den Ländern die wir bereisen ist ein wichtiger Bestandteil unserer Philosophie. Mit 15 EUR Spende pro Teilnehmer unserer Gruppenreisen unterstützen wir ein paar ausgewählte Organisationen, die sich vorbildlich und professionell in Südamerika einsetzen. Zudem versuchen wir, wo es möglich und nach unserer Auffassung sinnvoll ist, soziale und ökologische Tourismusprojekte in unsere Reisen mit einzubeziehen.

1.2 Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragte/r und CSR-Managementsystem

Bei Papaya Tours gibt es eine qualifizierte CSR Beauftragte, die zuständig ist den CSR Prozess zu begleiten und zu überwachen. Die CSR Beauftragte ist Birte Heidbreder, die im Berichtsjahr 2014 die Stelle der Assistentin der Geschäftsleitung, der Marketingbeauftragten und der Abteilungsleitung der Individualreiseabteilung bekleidete. Zu erwähnen ist, dass aufgrund der Größe des Unternehmens die Bereiche PR und Marketing zusammenfallen. Im Rahmen ihrer CSR Zuständigkeit ist Birte Heidbreder verantwortlich dafür zu sorgen, dass die beschlossenen Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt werden und Neuregelungen fortlaufend umgesetzt werden. Für die Umsetzung der Maßnahmen, aber auch für die regelmäßigen Reporte bzw. die jährliche Aktualisierung des Verbesserungsprogramms steht ihr grundsätzlich eine studentische Aushilfe zur Verfügung. Zum Zeitpunkt der Erstzertifizierung im Jahr 2011 war Claudia Zieher (damals Claudia Jonak) CSR Beauftragte und durchlief eine entsprechende Schulung der Kate e.V. Als Frau Zieher 2012 in Elternzeit ging übernahm die derzeitige CSR Beauftragte Birte Heidbreder dieses Aufgabenfeld. Neben einer eintägigen Update Schulung zur Re-Zertifizierung war hier keine weitere Schulung nötig, da sie schon aus Ihrem Studium und der Thematik ihres Themas der Abschlussarbeit umfassende Kenntnisse aus diesem Themenbereich mitbrachte. Genauso wichtig für die Umsetzung einer erfolgreichen Nachhaltigkeitsstrategie ist eine umfassende Kenntnis des Produktes und der Bedingungen vor Ort. Diese bringen alle Beteiligten durch Langzeitaufenthalte in verschiedenen Regionen Lateinamerikas mit.

Die studentische Aushilfe und die CSR Beauftragte haben zweiwöchentlich und damit regelmäßig ein Meeting in dem die Fortschritte und die nächsten Schritte des Verbesserungsprogramms besprochen werden. Die studentische Aushilfe steht zur Umsetzung der Maßnahmen und zur Erstellung der regelmäßigen Berichte durchschnittlich fünf Stunden in der Woche zur Verfügung. Bei der Entscheidung über neue Maßnahmen ist die Geschäftsführung stets involviert und wird immer über die neusten wichtigen Entwicklungen informiert. Zudem entwickelt die Geschäftsführung mit unseren eigenen Büros vor Ort neue Projekte zur Unterstützung eines nachhaltigen Tourismus (siehe in weiteren Kapiteln dieses Berichtes z.B. Reiseleiterschulungen, Gastfamilienbesuche, Arbeitsbedingungen der Träger auf dem Inka Trail).

1.3 Legal Compliance

Das Thema wird für viele Unternehmen immer wichtiger – auch für uns als Reiseveranstalter. Die Einhaltung nationaler sowie internationaler Rechtsvorschriften ist daher Teil unserer Unternehmenskultur.
Zur Gewährleistung der Rechtskonformität unseres Unternehmens, ziehen wir unterschiedliche rechtliche Instanzen heran. So arbeiten wir beispielsweise mit drei verschiedenen Rechtsinstitutionen zusammen. Im Bereich Reiserecht steht uns die TAS Touristik Assekuranzmakler und Service GmbH zur Seite. Bei rechtlichen Fragen können wir somit jederzeit den Service der Rechtsberatung der TAS in Anspruch nehmen. Im Schadensfall übernimmt unser Versicherungspartner die Bearbeitung sowie die Kosten im Schadensfall und sorgt für eine unkomplizierte Abwicklung. Des Weiteren haben wir einen Rechtsanwalt, Herrn Pröhl, der für die Überarbeitung unserer Allgemeinen Geschäftsbedingungen zuständig ist und uns ebenfalls berät. Im Falle eines Prozesses vertritt er uns vor Gericht. Das Arbeitsrecht, Vertragsrecht etc. wird hingegen durch die ARAG Versicherung geregelt. Neben der Rechtsberatung erhalten wir auch vom Dachverband forum anders reisen e.V. weitere Informationen zu rechtlichen Angelegenheiten. Einmal im Monat werden wir per Newsletter über wichtige Themen im Bereich Reiserecht informiert. Durch den Erhalt der Newsletter, die viele nützliche Rechtstipps sowie Informationen über mögliche Rechtsänderungen enthalten, werden wir stets auf dem aktuellen Stand gehalten. Die Zusammenarbeit mit den oben genannten Organen ermöglicht uns rechtlich konform zu handeln, indem wir die Rechtsberatung in Anspruch nehmen und in richtiges Handeln umsetzen.

1.4 Supplier Code

Um nachhaltige Zusammenarbeit zu gewährleisten haben wir uns für die Arbeit mit Checklisten entschieden, die wir an die Agenturen vor Ort schicken werden. Wir erachten das Aufstellen von Vertragsklauseln gerade in südamerikanischen Ländern als aktuell noch nicht zielführend. Durch die Checklisten werden die Leistungsträger auf praktischem Wege sensibilisiert. Die Checklisten werden jährlich verschickt, weshalb die Agenturen regelmäßig an nachhaltiges Wirtschaften erinnert werden und sich so einfach und vorteilhaft selbst kontrollieren können. Die Ausnahme stellt das Jahr der Rezertifizierung dar. In dem Jahr erhalten die Leistungsträger keine Checklisten, da die Agenturen vor Ort bereits genügend Aufwand für den CSR betreiben und dadurch ohnehin an Nachhaltigkeitsaspekte erinnert werden.
Die Checklisten wurden individuell für Ausflugsagenturen, Kreuzfahrtschiffe, Mietwagenfirmen und Transferagenturen erstellt. Diese sind natürlich jederzeit anpassbar und können immer auf den neusten Stand gebracht werden. Auch das stellt einen positiven Aspekt dar.

1.5 Menschenrechte und Kinderschutz

Menschenrechte und Kinderschutz haben bei uns oberste Priorität. Insbesondere verletzliche Personengruppen wie Kinder müssen besonderen Schutz erfahren, weshalb wir auch Mitglied der Kinderrechtsorganisation „The Code" sind. Durch die Mitgliedschaft befinden wir uns in einem fortlaufenden Verbesserungsprogramm, wodurch wir daran gebunden sind vorgebebene Maßnahmen laufend zu erfüllen und daran zu arbeiten. So können wir in unserem Büro in Deutschland als helfende Hand für die Agenturen vor Ort zur Seite stehen.
Die Mitgliedschaft mit „The Code" hilft uns als Unternehmen uns stetig im Bereich des Kinderschutzes zu verbessern und die Lage vor Ort zu optimieren. Auf unserer Internetseite ist in unserer Unternehmensphilosophie als auch unter dem Reiter „Umwelt&Soziales" der Punkt Kinderschutz aufgeführt und ist für jeden ersichtlich. Im Folgenden möchten wir ein paar Maßnahmen anführen, die wir als Unternehmen für uns festgelegt haben!
Sowohl in unserem Büro als auch in den Agenturen vor Ort wurden Online-Schulungen durchgeführt und über Meldestellen und Verhaltensweisen informiert. Neue Mitarbeiter verpflichten sich die ECPAT E-Learning Kurse zu machen (Büro in Deutschland und Länderbüros sowie Partneragenturen).
Weiterhin haben wir in jeder unserer Auslandsagenturen einen entsprechenden Ansprechpartner bestimmt, der in Situationen der Kindesmisshandlung angesprochen werden kann. In unserer

Reiseleiterschulung soll das Thema Menschenrechte und explizit Kinderschutz integriert werden und Reiseleiter so geschult werden, dass diese die Informationen auch an die Kunden weitergeben können. Auch in den Reiseleiterguidelines werden diese Punkte aufgegriffen.
Im Rahmen des CSR Prozesses haben wir anstelle eines „Supplier Code of Conduct" Checklisten für Agenturen vor Ort, Leistungsträger und Hotels erstellt. In diesen Checklisten sind explizite Fragen zur Wahrnehmung des Themas Kinderschutz und zum Umgang mit Verstößen gegen den Kinderschutz eingegliedert.
Zu den Reiseunterlagen werden Flyer beigelegt, so dass sich die Kunden bei Interesse im Vorfeld direkt informieren und sich in die Thematik einlesen können. Weiterhin ist geplant auch unter dem, Reiter „Reiseziele" Informationen zu den betroffenen Ländern einzufügen.
Über unsere sozialen Medien wie Facebook oder den Newsletter wird ebenfalls informiert und aufgeklärt.

Wir legen großen Wert auf faire Arbeitsbedingungen in unserem Büro in Köln, aber auch in unseren Reiseländern und möchten den Ortsansässigen mit dem gebührenden Respekt gegenübertreten und eine Chance auf fairen Profit aus dem Tourismus geben. Die Einhaltung von Gesetzen und die Bewahrung der Kultur vor Ort stellen für uns eine Selbstverständlichkeit dar. Um ein Beispiel zu nennen: Als Peru-Spezialist sind wir beispielsweise nicht nur stolz auf unseren eigenveranstalteten Inka Trail, sondern auch darauf, dass wir mit eigenem Team direkten Einfluss auf die faire Behandlung unserer Träger und Guides ausüben (respektvoller Umgang, faire und pünktliche Bezahlung), was sich auch in langjähriger und freundschaftlicher Zusammenarbeit mit dem gesamtem Team zeigt.

1.6 Stakeholder-Analyse

Die Stakeholder (also die verschiedenen Anspruchsgruppen des Unternehmens) sind ein wichtiger Bestandteil des Erfolges, aber auch der Nachhaltigkeit von Papaya Tours. Gemeinsam im Team wurde eine Übersicht von allen Stakeholdern von Papaya Tours erstellt, die in der folgenden Grafik dargestellt sind. Bei der Erstellung der Stakeholder Landkarte ist dem gesamten Team deutlich geworden, wie umfassend und lang die Wertschöpfungskette unserer Produkte ist und wie viele andere von unserer Arbeit direkt betroffen bzw. abhängig sind. Unsere Arbeit und unser Handeln hat Einfluss auf viele verschiedene Branchen und Personen und unsere Verantwortung diesen gegenüber ist dem gesamten Team noch einmal deutlich geworden. Am wesentlichsten Einfluss auf ein nachhaltiges touristisches Angebot können wir natürlich bei der Konzeptionierung unserer Reisen vor Ort nehmen. Daher sind unsere Partneragenturen vor Ort absolute Schlüsselakteure und werden am stärksten in den CSR Prozess eingebunden. Nur durch unsere Partner vor Ort können wir einen engen Kontakt zu den Leistungsträgern halten und gemeinsam mit diesen zu einer nachhaltigeren Entwicklung beitragen. Auch wenn in dieser Richtung schon viele Bestrebungen laufen, liegt hier natürlich weiterhin Potenzial zur Optimierung und für weitere Maßnahmen. So fragen wir regelmäßig bei unseren Agenturen nach Verbesserungsvorschlägen und Änderungswünschen, um die Zusammenarbeit in Bezug auf die Nachhaltigkeit zu optimieren. Des Weiteren haben wir kürzlich E-Learning Maßnahmen eingeführt, beispielsweise zum Thema Kinderschutz. Mithilfe der Online-Schulung sollen alle Mitarbeiter im deutschen Büro als auch in den Agenturen vor Ort über das sensible Thema Kinderschutz und Kinderrechte aufgeklärt werden.

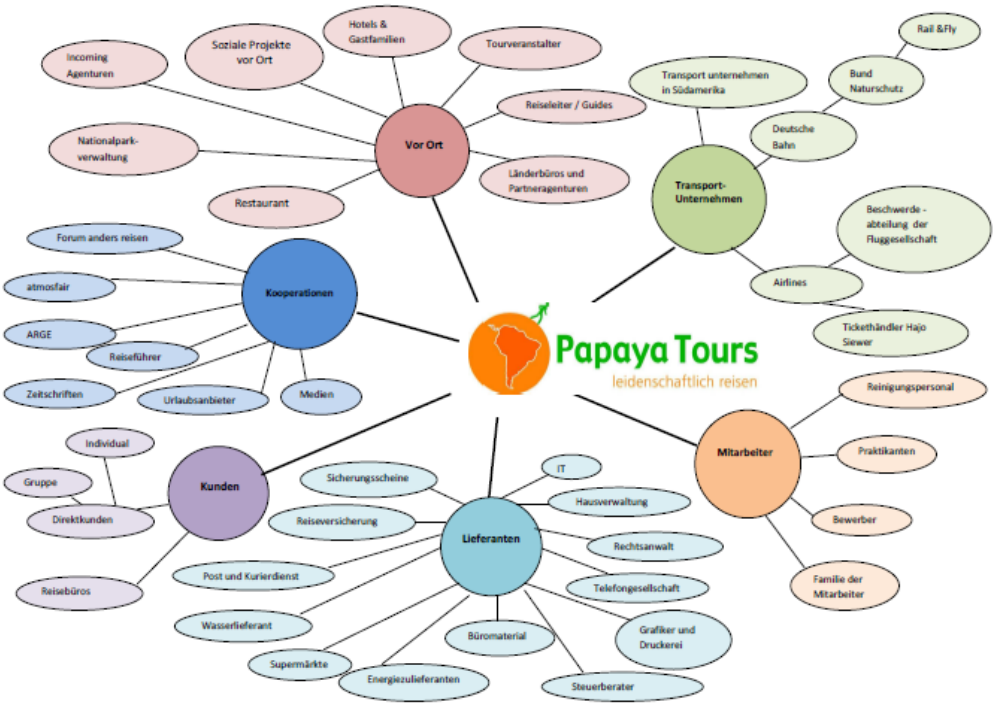


Abb. 3: Stakeholder Landkarte der Papaya Tours GmbH

1.7 Information und Kommunikation

Als Online-Reiseveranstalter kommuniziert Papaya Tours ausschließlich über die Kommunikationskanäle Telefon und Internet. Der meist genutzte Kommunikationskanal stellt allerdings das Internet dar. Mithilfe von unserer Internetseite, der Nutzung von sozialen Netzwerken sowie der E-Mail Kommunikation bauen wir den Kontakt zu unseren Kunden auf. Neben allgemeinen Informationen zu unseren Reisen, informieren wir auch über wichtige Themen wie die Nachhaltigkeit. Diese Informationen werden sowohl auf der Homepage (z.B. in den FAQs), als auch im persönlichen Beratungsgespräch, mit dem Reiseangebot, mit der Rechnung oder mit den Reiseunterlagen übermittelt. In unseren E-Mail Signaturen weisen wir beispielsweise unsere Kunden darauf hin, dass man zum Schutz der Bäume sparsamer mit Papier umgehen soll und das Ausdrucken der erhaltenen E-Mail überdacht werden sollte. (siehe Kapitel 6.5.). Dies ist auch der Grund dafür, weshalb wir unseren Kunden keine Reisekataloge zur Verfügung stellen. Durch einen „Druck-Symbol" auf der Homepage hat der Kunde die Möglichkeit selbstständig auszuwählen, welche Seiten der Reisebeschreibung er ausgedruckt haben möchte. Auf unserer Internetseite sowie in den Reiseunterlagen wird zudem auf wichtige Verbände und Organisationen wie atmosfair aufmerksam gemacht, die wir als umweltbewusster Reiseveranstalter unterstützen. Den besten Überblick darüber erhält der Kunde auf der Internetseite. Wichtige Partner werden durch Logos unten auf der Homepage präsentiert. Durch den Reiter „Über uns" wird der Kunde zu den für Papaya Tours wichtigen Themen „Umwelt & Verantwortung" weitergeleitet. Hier werden aktuelle Umwelt- und Sozialprojekte vorgestellt, die zur nachhaltigen Tourimusentwicklung beitragen. Bei mündlichen Verkaufsgesprächen empfehlen unsere Mitarbeiter stets das Rail&Fly Angebot der Deutschen Bahn, um auf diese Weise den CO^2 Ausstoß bereits bei der Anreise zum Flughafen zu minimieren. Allerdings sollte an dieser Stelle nicht unerwähnt bleiben, dass es weiterhin schwierig ist in einem persönlichen Kundengespräch CSR Aspekte einzubringen. Grund dafür ist hauptsächlich das fehlende Interesse seitens des Kunden. Die Ergebnisse der Kundeninformations-Bewertung und Vorschläge zur Verbesserung werden in Kapitel 4.2. genauer thematisiert.

1.8 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring

In unserem Verbesserungsprogramm haben wir folgende Handlungsfelder vorliegen:

- CSR-Management
- Mitarbeitende
- Reiseleiter
- Kunden
- Unternehmensökologie
- Partneragenturen
- Angebotsgestaltung
- Unterkünfte

Die genannten Handlungsfelder umfassen alle Bereiche unseres Unternehmens und reichen bis zu allen Stakeholdern, wie z.B. den Reiseleitern und den Agenturen vor Ort.
Das Handlungsfeld CSR-Management beinhaltet die Pflichtanforderungen von Tourcert. Daher sind alle Punkte in dem Bereich schon umgesetzt.
Die Punkte Mitarbeitende, Unternehmensökologie, Angebotsgestaltung und Kunden erfassen unsere tägliche Arbeit in unserem Büro in Deutschland.
Die Handlungsfelder Reiseleiter, Partneragenturen und Unterkünfte befassen sich mit den Bedingungen in Südamerika. Damit sind alle Bereiche von Papaya Tours im Verbesserungsprogramm enthalten.

Zentrale Ziele des Verbesserungsprogramms sind die Nachhaltigkeit vor Ort im Rahmen unserer Möglichkeiten zu bessern, unser eigenes Büro ökologisch zu nutzen und unseren Kunden die beste Beratung in allen Bereichen (auch der Nachhaltigkeit) zu geben.

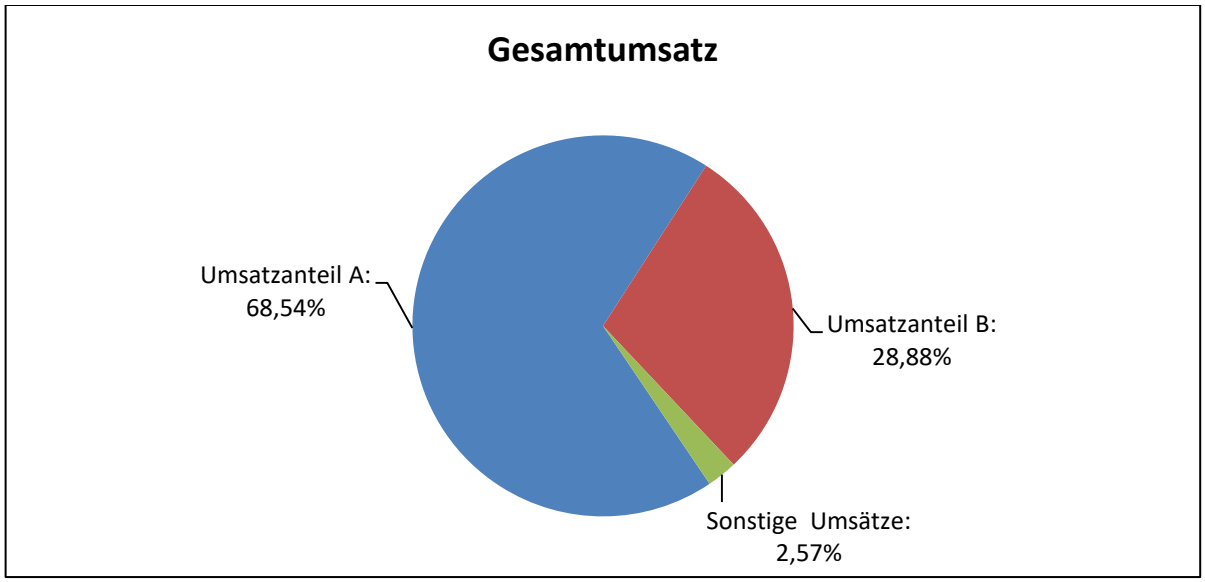
Für die Koordination des Verbesserungsprogramms sind Birte Heidbreder und eine studentische Aushilfskraft kontinuierlich tätig. Das Verbesserungsprogramm entspricht der von TourCert gewünschten Strukturierung und hilft uns den Überblick zu halten und effizient an der Umsetzung zu arbeiten. Natürlich sind für einzelne Felder, wie beispielsweise Bereiche der IT, auch andere Personen in die Umsetzung der Maßnahmen involviert. Allerdings werden diese Personen ebenso initiiert von Frau Heidbreder und der SHK um Mithilfe gebeten.

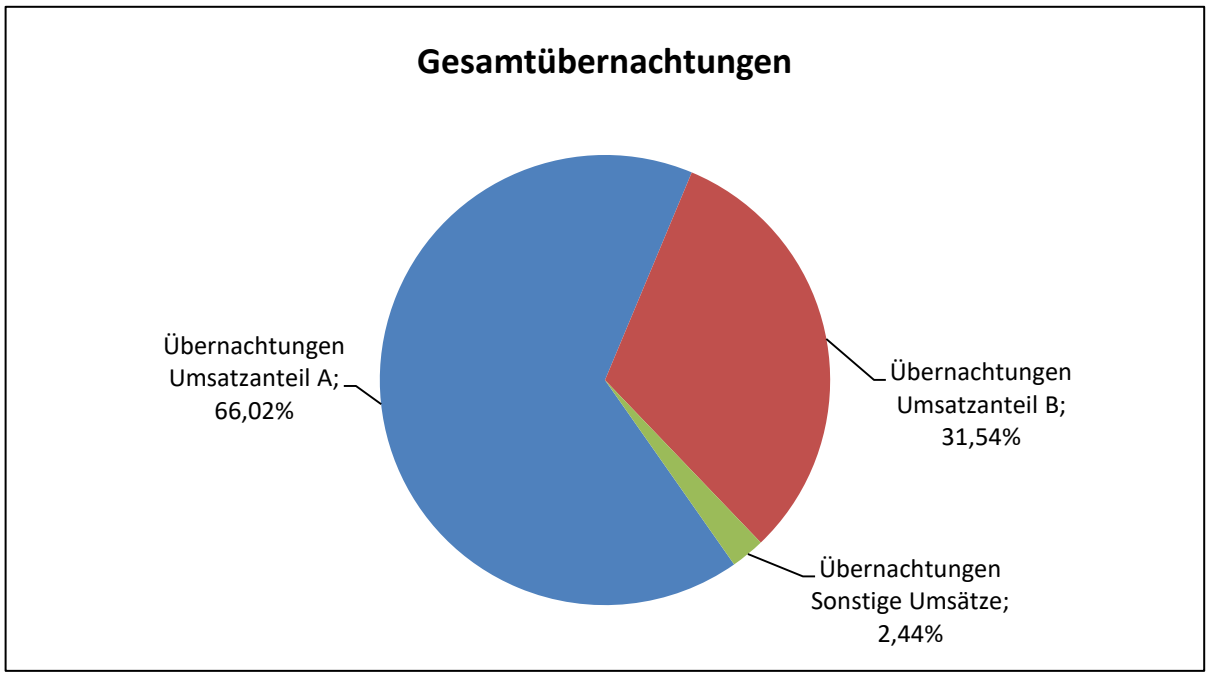
Die gesetzten Fristen werden im Rahmen der zeitlichen Ressourcen versucht einzuhalten. Dies ist leider nicht immer möglich, aber sollte ein Zeitrahmen nicht eingehalten werden, wird dieser nur nach hinten verschoben, wenn es unabsehbare andere Prioritäten oder Verzögerungen gab. Der Stand der Dinge wird stets im Bemerkungsfeld protokolliert.

2. Wirtschaftsdaten

2.1 Umsatz

Papaya Tours verzeichnet seit der Unternehmensgründung jährlich eine wachsende Zahl von Reisenden. Der Erfolg von Papaya Tours lässt sich auch an den wachsenden Umsatzahlen der letzten Jahre ablesen. Dieser teilt sich folgendermaßen auf:





Anteil A: Gruppenreisen

Der größte Umsatzanteil entfällt im Jahr 2014 mit knapp 70% auf unsere Gruppenreisen. Davon wurden rund 60% durch unsere Reisen nach Peru erwirtschaftet. Damit verhalten sich die Werte gleich wie im letzten Jahr der Datenerfassung 2011.

Anteil B: Individualreisen

Der Anteil der maßgeschneiderten Individualreisen stagniert und lag im Berichtsjahr 2014 wie 2011 bei knapp 29 % des Gesamtumsatzes. Besonders beliebt sind nach wie vor die Reiseländer Peru und Ecuador, welche Papaya Tours von Beginn an im Portfolio hatte. Mit einem Buchungsanteil von 20% liegt das Reiseland Peru weiterhin an der Spitze der Individualreisen, gefolgt vom peruanischen Nachbarland Ecuador mit 17%. Besonders hervorzuheben ist die Entwicklung der Buchungszahlen des Karibikstaates Kuba. Während 2011 der Buchungsanteil Kubas nur 2% betrug, stieg dieser Wert 2014 bereits auf starke 14% an. Im Zuge des Reise Booms löste das beliebte Reiseziel Kuba im Ranking des Jahres 2014 Argentinien ab.

2.2 Ausgaben

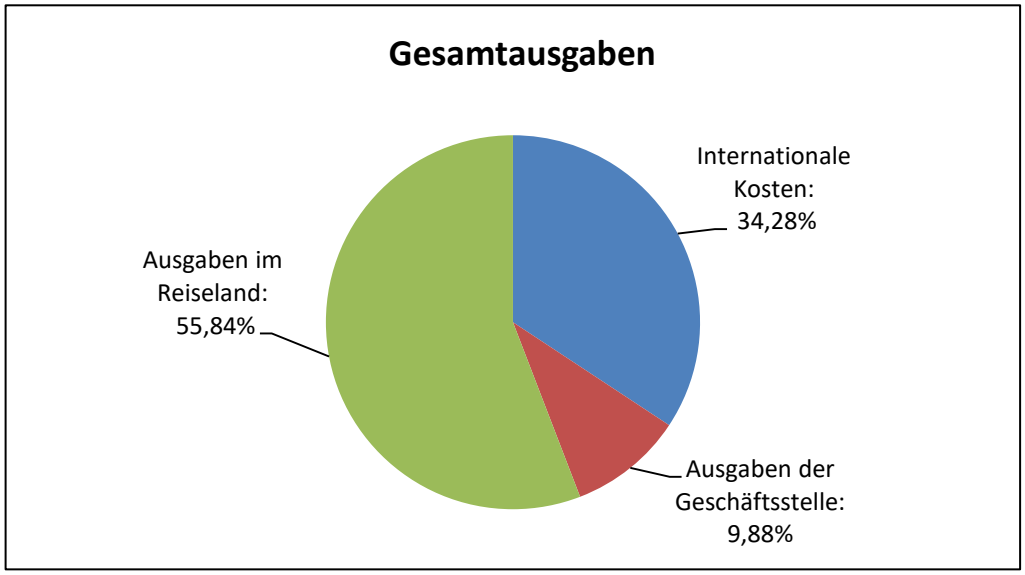
Mit 55,84% fließt der größte Anteil der Ausgaben an unsere Partneragenturen vor Ort. Dieser Wert hat sich zum letzten Berichtsjahr nur sehr gering verändert, der 2011 bei 56,44% lag.

Da wir großen Wert auf die Zusammenarbeit mit lokalen Dienstleistern, wie z.B. familiengeführte Unterkünfte, einheimische Reiseleiter und Transportunternehmen legen, bleiben diese Beträge auch in den entsprechenden Reiseländern. Das bedeutet, dass eine hohe lokale Wertschöpfung gewährleistet ist, die sich positiv auf die einheimische Wirtschaft auswirkt und somit auch der dortigen Bevölkerung zu Gute kommt.

Da wir weder mit internationalen Agenturen noch Hotelketten kooperieren, bezieht sich der Anteil der internationalen Ausgaben mit 34.28% lediglich auf die internationalen Flüge, die über einen renommierten deutschen Ticket-Consolidator bezogen werden. Der Consolidator (Tickethändler) ist auf Lateinamerika spezialisiert und sucht aus allen vorhandenen Flugangeboten immer den günstigsten Tarif für unsere Kunden heraus. Bei der Erstellung der Angebote achten wir darauf, unnötige Inlandsflüge zu vermeiden.

In den Ausgaben der Geschäftsstelle, die insgesamt 9,88% der Ausgaben ausmachen, sind neben den Personalkosten auch die Ausgaben für die Büromiete, für IT und Ausgaben für Marketingaktionen enthalten.

Im Berichtsjahr 2014 hat Papaya Tours insgesamt 37.000 Euro für nachhaltige Projekte gespendet. Im Berichtsjahr 2011 lag diese Summe noch bei rund 25.000 Euro. Hier konnte also durch die erhöhte Buchungszahl auch mehr gespendet werden. Wir hoffen, dass sich der Trend weiterhin fortsetzt, so dass mehr Geld an unsere Projekte gespendet werden kann.



3. Reiseangebote

3.1 Angebotsportfolio

	Einheit	2014
Gesamtübernachtungen	Anz	78.980
Reiseangebote gesamt	Anz	283
Reisende gesamt	Anz	3.939
Ø Reisedauer Individualreisende	t	18
Ø Reisedauer Gruppenreisende	t	21.30

Papaya Tours hat zwei Angebotssegmente und zwar Kleingruppenreisen und Individualreisen innerhalb Süd- und Mittelamerikas. Alle Reiseangebote sind darauf bedacht dem Kunden authentische Erfahrungen mit den Menschen, der Kultur und der Natur des Reiselandes zu ermöglichen. Die Reisen haben alle einen aktiven Charakter und bieten dem Kunden eine erlebnisreiche Reiseerfahrung. So wird bewusst von Papaya Tours auf große Hotelketten verzichtet und die Kunden übernachten in landestypischen Hotels, Haciendas oder Dschungel Lodges. Auch wird bei den Gruppenreisen darauf geachtet, dass unsere Reisenden Kontakt zu den Menschen vor Ort haben und sich austauschen. Außerdem beträgt bei den Gruppenreisen die Mindestreisedauer zwei Wochen. Des Weiteren spendet Papaya Tours für jeden Teilnehmer einer Gruppenreise 15 Euro an ein Projekt in Südamerika. Papaya Tours bietet seinen Kunden außerdem die Möglichkeit sich ausführlich über die angebotenen Destinationen auf der Homepage zu informieren. Unter dem Reiter „Reisziele" informiert Papaya Tours unter anderem über optimale Reisezeiten, Highlights des Landes, aber auch über die Menschen und Kulturen.

Seit 2010 ist Papaya Tours außerdem der einzige deutsche Reiseveranstalter, der in Eigenveranstaltung den Inka Trail in Peru durchführt. Papaya Tours besitzt sein eigenes Team und auch sein eigenes hochwertiges Equipment vor Ort. Ebenfalls seit 2010 ist Papaya Tours Galapagos-Veranstalter und bietet seinen Kunden Galapagos Inselhopping Programme in Eigenveranstaltung an.

Die Kleingruppenreisen von Papaya Tours bestehen aus 8-15 Reisenden und haben ein festes Programm zu einem festgelegten Termin mit deutschsprachiger Reisebegleitung. Des Weiteren kann der Kunde neben dem auf der Homepage ausgeschriebenen Programm zwischen verschiedenen Zusatzaktivitäten oder optionalen Ausflügen wählen, wie z.B. Stadtrundfahrten oder Bootsfahrten. Die Kunden können sich auch für ein maßgeschneidertes Vorprogramm oder eine Verlängerung entscheiden und so Ihrer Gruppenreise eine individuelle Note geben. Der Kunde kann außerdem zwischen verschiedenen Abflughäfen wählen und ein Rail und Fly Ticket hinzubuchen. Bei allen Terminen mit der Fluggesellschaft LAN ab Frankfurt ist das Rail und Fly Ticket im Reisepreis bereits inbegriffen. Die Kunden können die gewünschten Reisen online über die Homepage, per E-Mail, über ein Reisebüro oder am Telefon buchen. Derzeit hat Papaya Tours 21 verschiedene Gruppenreisen.

Die Individualreisen sind für Kunden gedacht, die auf eigene Faust reisen möchten aber gerne organisatorische Hilfe und Betreuung in Anspruch nehmen. Die Individualreisen können flexibel an die Kundenwünsche angepasst werden. Sie lassen sich in drei Segmente unterteilen. Es gibt vorgefertigte Individualreisen, Reisebausteine und auch die Möglichkeit sich seine Reise speziell auf seine eigenen Wünsche maßschneidern zu lassen. Für die Länder Costa Rica, Panama, Brasilien, Chile, Argentinien, Ecuador und Kuba werden außerdem Mietwagenreisen angeboten.

Die Individualreisen sind fertig zusammengestellte Reisen mit einem interessanten und abwechslungsreichen Programm. Die einzelnen Ausflüge auf den Individualreisen sind jeweils von einem qualifizierten Guide begleitet. Außerdem sind alle benötigten Transfers in den Reisen inbegriffen. Sie sind meist bereits ab einer Person buchbar und können zum gewünschten Termin durchgeführt werden. Mit den Reisebausteinen kann der Kunde eigene Reisen ergänzen, oder eine neue Reise zusammenstellen. Die Reisebausteine sind ebenfalls in der Regel bereits ab einer

Person und zu verschiedenen flexiblen Startterminen buchbar. Die maßgeschneiderten Reisen werden nach den Wünschen der Kunden neu konzipiert. Die Kunden können Ihre Reisevorstellungen angeben und bekommen eine maßgeschneiderte Reise von einem der Mitarbeiter angeboten. Nach telefonischer Beratung oder Beratung per E-Mail erhält der Kunde ein unverbindliches Angebot. Der Kunde kann das Angebot dann entweder buchen oder noch abändern lassen.

Welche Reisen oder Destinationen bei der aktuellen Zertifizierung untersucht wurden, zeigt das folgende Kapitel.

3.2 Produktgestaltung

	Einheit	2014
CSR-Index Produktgestaltung (Alle)	%	50

Papaya Tours achtet darauf seine Reisenden in die vielen sensiblen Gebiete vor Ort nur in Begleitung von erfahren Guides zu schicken. In manchen Gebieten vor Ort ist es sogar Pflicht, spezielle Guides zu buchen und dies wird auch von unserer Agentur eingehalten. Durch die Begrenzung der Papaya Tours Gruppenreisen auf 15 Personen wird Rücksicht auf die Sensibilität der Umwelt und der Natur genommen. Außerdem bietet Papaya Tours in der Regel keine off-Road Touren, Fahrten mit Motorrädern oder Helikopterflüge an. Des Weiteren ist es z.B. nicht möglich nur eine 4-tägige Galapagosreise bei Papaya Tours zu buchen. In Peru wird jedoch eine Strandbuggy Tour in der Huacachina Oase als optionaler Ausflug mit Aufpreis angeboten. Die Gruppenreisen werden außerdem in Kleinbussen durchgeführt, die der Größe der Gruppen angepasst werden. Für Individualreisende werden auch öffentliche Verkehrsmittel benutzt. Mietwagenreisen werden in fast allen Destinationen angeboten. In Peru und Bolivien ist die Buchung eines Mietwagens über Papaya Tours z.B. nicht möglich. Bisher werden Mietwagen in Costa Rica, Panama, Mexiko, Nicaragua, Brasilien, Chile, Argentinien, Ecuador und Kuba angeboten, da den Kunden die Flexibilität während Ihrer Reise sehr wichtig ist und sie sich ein authentischeres Ländererlebnis versprechen. Da auch wir dies bestätigen können und um diesen zusätzlichen CO2 Ausstoß jedoch auszugleichen, zahlt Papaya Tours auf eigene Kosten eine entsprechende Kompensierungszahlung für jede einzelne Reise an *atmosfair.* Des Weiteren wählt Papaya Tours in der Regel kleine landestypische Unterkünfte für unsere Kunden, diese sind jedoch nicht überall energie- oder ressourcenschonend, da oft auch das Angebot vor Ort nicht vorhanden ist. Es werden jedoch bewusst große Hotelketten gemieden. Generell bevorzugen wir nachhaltig operierende Hotels immer wo vorhanden und die Hotelkasse und das Preisniveau in unseren Produktgruppen passt und uns erlaubt preislich konkurrenzfähig zu bleiben. Ein weiterer Aspekt bezüglich der ökologischen Nachhaltigkeit der Papaya Tours Reiseangebote ist, dass bei der Konzipierung der Reisen darauf geachtet wird, dass die meisten Strecken mit dem Bus oder Zug bewältigt werden können. Bei längeren Strecken werden in Peru auch Inlandsflüge verwendet. In Ecuador werden nur Flüge auf die Galapagosinseln verwendet. Um den Kunden eine energieeffiziente An- und Abreise zu ermöglichen bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit bequem über uns ein Rail und Fly Ticket zu buchen. Außerdem sind bei allen Gruppenreisen mit der LAN ab Frankfurt Rail und Fly Tickets für die Kunden im Preis inklusive.

Die Mitarbeiter von Papaya Tours haben alle einschlägige Reiseerfahrung in Lateinamerika gesammelt und haben Erfahrungen mit der Kultur im Zielgebiet. Bei offenen Fragen besteht immer die Möglichkeit durch die Rücksprache der eigenen Büros vor Ort weitere Informationen über das Zielgebiet zu bekommen und die Kunden entsprechend zu informieren und vorzubereiten. Außerdem erhalten unsere Kunden interkulturelle Erfahrungen durch Übernachtungen in Gastfamilien oder dem Besuch von Einheimischen.

Darüber hinaus ist Papaya Tours bemüht die Privatsphäre der Einheimischen zu respektieren. In Gegenden mit sozialen Brennpunkten oder zu Kinderschutzprojekten nimmt Papaya Tours seine Kunden zum Beispiel daher nicht mit und unterstützt die Einheimischen stattdessen rein finanziell. So gehen 15 Euro pro Reisenden der Gruppenreisen an ein Projekt vor Ort und Papaya Tours vermeidet bewusst einen „Weihnachtsmanntourismus". Des Weiteren ist Papaya Tours darauf bedacht nur mit Partner zu kooperieren die menschenwürdige Arbeitsbedingungen und

Mindestnormen einhalten, soweit dies für Papaya Tours einsehbar ist.

Papaya Tours unterstützt im hohen Ausmaß durch seine Reiseangebote lokale Strukturen. Papaya Tours setzt lokale Guides ein, greift auf lokale Transportunternehmen zurück und bringt Kunden in landestypischen Unterkünften unter, die im Besitz der Menschen vor Ort sind. Durch diese Vorgehensweise wird darauf geachtet, dass die Menschen vor Ort vom Tourismus in Ihrem eigenen Land ebenfalls profitieren. Papaya Tours versucht außerdem nur mit Partnern zu arbeiten, die einen fairen Lohn zahlen, jedoch ist dies natürlich nicht überall kontrollierbar. Bei der Auswahl der Reiseleiter achtet Papaya Tours darauf, dass diese eine Lizenz haben, wie es in z.B. Ecuador Pflicht ist. Außerdem werden die Reiseleiter in Peru und Ecuador zusätzlich von Papaya Tours geschult. Diese könnten jedoch weiter ausgebaut werden. Papaya Tours wird auch weiterhin bei der Auswahl seiner Leistungsträger verstärkt darauf achten, dass diese eine Zertifizierung haben, bezüglich ihrer Umwelt- und Sozialverträglichkeit sowie der Qualität.

Die Nachhaltigkeit des Angebots von Papaya Tours in der untersuchten Destination Peru wurde anhand von sechs Dimensionen analysiert: Grundlagen, Transport & Mobilität, Leistungsträger & Partner, Aktivitäten im Zielgebiet, CSR-Herausforderungen in der Destination und Förderung von Nachhaltigkeitsprojekten. Insgesamt ergibt sich ein CSR–Index der Produktbewertung Peru von 50%. Schwachstellen befinden sich vorrangig in der internen Kommunikation. Dort sind einige Punkte nicht oder falsch beantwortet, die eigentlich mit einem „Ja" hätten beantwortet werden müssen. Diese Schwachstelle lässt sich für uns leicht schließen und ist in Zukunft auch durch einfache Mittel vermeidbar. Wir sind die unklaren Themenkomplexe wie beispielsweise den Bereich „Schulung der Reiseleiter" mit den Produktmanagern einmal durchgegangen und haben Aufklärungsarbeit zu unklaren Themengebieten besprochen. Zusätzlich wurde eine Rundmail an das ganze Team geschickt mit Information der Schwachstellen: Schulung der Reiseleiter, Vermeidung negativer Auswirkungen auf die Ökosysteme und Auswirkungen unserer Reisen. So wurde das Wissen durch schriftliche und mündliche Kommunikation weiter getragen. Zudem sind einige Fragestellungen für unsere Produktmanager gar nicht konkret zu beantworten gewesen, da Sie sich nicht vor Ort befinden und dieses Wissen gar nicht haben können. Schwierig ist auch die Frage der Abfalltrennung, die in dem Fragebogen mehrmals angesprochen wird. Leider ist die Trennung von Müll in Südamerika ein sehr schwieriges Thema und wird meist nicht praktiziert.

Zu den Grundlagen zählen Fragestellungen wie das Nutzen eines verbindlichen Kriterienkataloges in Bezug auf Nachhaltigkeit zur Auswahl unserer Partnerveranstalter und ob wir unsere Partner zur Einhaltung dieser Kriterien auffordern. Mit solchen Kriterienkatalogen arbeiten wir noch nicht, da unser Papaya Team vor Ort stets in einem engen Kontakt zu unseren Partnern steht und sich in persönlichen Gesprächen und bei Besuchen ein Bild darüber macht, ob die jeweilige Leistung unseren Ansprüchen genügt. Auch unsere Reiseleiter vor Ort sind stets dazu angehalten dies im Blick zu halten, wenn sie mit ihrer Gruppe eine bestimmte Leistung in Anspruch nehmen. Es wurden allerdings Checklisten für die unterschiedlichen Stakeholder erarbeitet, die es uns in Zukunft erleichtern sollen die Nachhaltigkeit vor Ort zu prüfen und vor allem zu dokumentieren.

Im letzten Berichtsjahr 2011 lag der CSR – Index der Angebotsgestaltung bei 81,62%. Im Jahr 2014 lag der Wert bei nur noch 50%. Das ist natürlich ein drastischer Rückgang, den wir uns nur durch die geänderte Fragestellung und den geänderten Befragten-Kreis der Umfrage erklären können. Unser Programm hat sich natürlich verändert, aber nicht in eine negative Richtung, sondern wir haben das Programm eher weiter ausgebaut. Bereits bestehende Reisen sind grundsätzlich gleich geblieben, dies betrifft auch die Nachhaltigkeitsaspekte die uns grundsätzlich sehr wichtig sind.

Papaya Tours bietet seinen Kunden verschiedene Destinationen in ganz Lateinamerika an. Mögliche Reisedestinationen sind Peru, Ecuador, Bolivien, Costa Rica, Panama, Nicaragua, Mexico, Argentinien, Chile, Kolumbien, Uruguay, Kuba und Brasilien. Im Jahr 2014 sind fast 2.500 Reisende mit den Gruppenreisen von Papaya Tours verreist. Die beliebtesten Destinationen im Angebot von Papaya Tours sind Peru, Ecuador und Argentinien. Von den Gesamtreisenden der Gruppenreisen haben sich 50 % für eine Tour in Peru entschieden. Die beliebteste Reise im Angebot ist die Reise "Auf den Spuren der Inkas", die seit Beginn von Papaya Tours fast immer ausgebucht ist. Im Individualbereich sind die beliebtesten Reiseländer ebenfalls Peru, Ecuador und Argentinien. Schon 2014 zeigte sich aber auch der aufkommende Kuba-Boom sehr deutlich.

Im Jahr 2014 hatte Papaya Tours 283 Reiseangebote im Programm. Insgesamt sind 3.939 Kunden im Jahr 2014 mit Papaya Tours nach Lateinamerika verreist. Die Reisenden von Papaya

Tours haben insgesamt 78.980 Nächte im Jahr 2014 in Lateinamerika verbracht. Die Anzahl der Individualreisenden betrug 1.384 und die Anzahl der Gruppenreisenden betrug 2.448 im Jahr 2014. Im Durchschnitt reisen die Individualreisenden 18 Tage lang und die durchschnittliche Gruppenreisedauer im Jahr 2014 betrug 21,3 Tage.

	Einheit	**2014**
Reiseangebote	Anz	283
Reisende gesamt	Anz	3.939
Individualreisende	Anz	1.384
Individualreisende (Peru)	Anz	363
Gruppenreisende	Anz	2.448
Gruppenreisende (Peru)	Anz	880
Ø Reisedauer Individualreisen	d	18,0
Ø Reisedauer Gruppenreisen	d	21.30
Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr	Anz	78.980

3.3 CO2-Emissionen der Reisen

	Einheit	**2014**
CO2 gesamt Peru Reisen	t	7608,2 t
Kompensierte CO2-Emissionen der Reisen	t	nicht nachvollziehbar
Anteil kompensierter CO2-Emissionen der Reisen	%	nicht nachvollziehbar
CO2 pro Gast und Übernachtung (abzgl. Kompensation) in kg	kg	313,88

Der gesamte CO2-Ausstoß der Reisenden von Papaya Tours betrug im Jahr 2011 15.914,01 Tonnen und hat sich damit im Vergleich zum vorherigen Berichtsjahr 2009 ca. verdoppelt. Dies ist kohärent mit der doppelten Anzahl an Reisenden in den beiden Vergleichsjahren. Im aktuellen Berichtsjahr 2014 lässt sich hierzu leider keine Angabe nennen (siehe Tabelle), da dieser Wert bei der aktuellen Unternehmensbewertung nicht abgefragt wurde. Dementsprechend lässt sich zum CO^2-Ausstoß der gesamten Reisen kein Vergleich mit den vorherigen untersuchten Jahren ziehen.

Derzeit hat Papaya Tours noch keine Maßnahmen zum CO^2-Ausgleich für die Reisenden getroffen. Jedoch werden die Kunden bei jeder Buchung über mögliche CO^2-Kompensationen informiert, indem ein Flyer von *atmosfair* beigelegt wird. Neben dem ist geplant den CO^2-Rechner auf die Homepage zu setzen, so dass der Kunde direkt die Möglichkeit hat seine Reisen zu kompensieren. *Atmosfair* setzt sich für das Kompensieren von Emissionen, die z.B. bei Flügen entstehen, ein. Somit lag der CO^2-Ausstoß bei unserem untersuchten Land Peru im Jahr 2014 bei 313,88 kg pro Gast und Tag, womit sich der Wert verglichen mit 2011, um ca. 110 kg reduziert hat. Dies liegt vor allem daran, dass bei der aktuellen Unternehmensbewertung nur unser umsatzstärkstes Land Peru untersucht wurde, wohingegen im Jahr 2011 auch die Länder Argentinien und Ecuador in die Umfrage einflossen. Da Peru eine wesentlich kleinere Destination ist und es sich um kürzere Inlandsstrecken als in einem flächenmäßig großen Land wie Argentinien handelt, liegt der aktuelle Wert deutlich niedriger. Im Allgemeinen sollte bei der Befragung eventuell verstärkt darauf geachtet werden, dass Fragepunkte und Untersuchungsgegenstände möglichst einheitlich bleiben, da es andernfalls zur Verwirrung beim Kunden führt und die Werte nur schwer oder sogar gar nicht vergleichbar sind.

Zu erwähnen gilt ebenfalls, dass wir seit 2014 alle Mietwagenreisen komplett kompensieren. Die Kosten für die Kompensation übernimmt Papaya Tours, so dass der Kunde am Ende keine zusätzlichen Kosten tragen muss. Da beispielsweise in Argentinien längere Strecken zurückgelegt werden als in Costa Rica, bedienen wir uns für die Berechnung der Kompensation fester Durchschnittbeträge, die für die einzelnen Länder, im Vorfeld festgelegt wurden. Durch die Kompensation der Emissionen leisten wir somit einen Beitrag zum weltweiten Klimaschutz.

Seit 2009 können wir einen Erfolg bei der Reduzierung des CO^2-Ausstoßes verzeichnen. Da

seitdem verstärkt und mit Nachdruck die Rail & Fly Umwelt-Plus Tickets angeboten werden, verzeichnen wir weitaus höhere Buchungsraten der Anreise per Bahn zum Abflughafen, als in den vorherigen Jahren. Dies wirkt sich natürlich nicht direkt auf die CO^2-Zahlen unserer Reisen aus, da die Bemessung der Emissionen mit dem Flug ins Reiseziel beginnt. Dennoch freut uns diese Entwicklung sehr.

3.4 CO2-Emissionen durch Transport

	Einheit	2014
Flugkilometer gesamt	km	27.345.000
Ø Flugkilometer pro Gast	km	21.999
Ø Flugkilometer pro Übernachtung	km	-
CO2 Transport gesamt	t	7.608,2

Als Anbieter von Fernreisen ist der Flugverkehr für unser Unternehmen leider unverzichtbar. Für die An- und Abreise sind im Berichtsjahr 2011 bei zurückgelegten 43.435.323 km, CO2-Werte in Höhe von 14,437.95 t für unsere gesamten Reisen angefallen. Dass diese Zahl 2014 im Vergleich zur letzten Re-zertifizierung im Jahr 2011 um mehr als die Hälfte gesunken ist, hängt wieder damit zusammen, dass im aktuellen Bericht nur ein Land untersucht wurde.

Unsere Verantwortung liegt darin die Wertschätzung der Reisen bei unseren Kunden zu fördern und ihr Bewusstsein für die Auswirkungen des Fliegens zu steigern. Der Schaden an der Umwelt, der durch die Langstreckenflüge verursacht wird, soll durch den sozialen Nutzen in den Zielländern wieder ausgeglichen werden. Dafür ist ein gewisser Mindestaufenthalt in den Ländern notwendig. Unsere Papaya Tours Rundreisen werden daher erst aber einer Reisedauer von mindestens zwei Wochen angeboten und fast alle unsere Gruppenreisen sind dreiwöchig. Damit erfüllt Papaya Tours auch einen wichtigen Punkt des *forumandersreisen* Kriterienkatalogs.

Für die Anreise zum Flughafen empfehlen wir stets das Rail & Fly Angebot der Deutschen Bahn und haben hierbei kürzlich auf das Rail & Fly Ticket Umwelt-Plus umgestellt, bei dem der CO^2-Ausstoß der Bahnfahrt anteilig direkt kompensiert wird. Von Zubringerflügen innerhalb Deutschlands raten wir unseren Kunden dringend ab.
Auch für den Transport in den Zielländern versuchen wir Inlandsflüge so viel wie möglich zu umgehen und gestalten unsere Reiseprogramme dementsprechend. Bei unseren Gruppenreisen ist das Haupttransportmittel ein Reisebus mit 12 bis 18 Personen. Für unsere Individualreisen bieten wir zum größten Teil SIB Transfers als Fortbewegungsmittel an.
In unserer Angebotspalette bieten wir auch Mietwagenreisen an, die jedoch lediglich einen kleinen Teil unserer Reisen ausmachen. Von den insgesamt 7.958.034 km zurückgelegten Kilometern innerhalb der Zielländer wurden 2011 36,06% mit dem Reisebus, 53,34% mit dem Flugzeug, 3,43% mit dem Pkw, 2,36% mit der Fähre, 2,18% mit dem Geländewagen und 1,14% mit der Bahn zurückgelegt. Auch dieser Punkt war nicht mehr Bestandteil der aktuellen Befragung, so dass hier kein Vergleich zu den letzten Berichtsjahren gezogen werden kann.

4. Kunden

4.1 Kundenzufriedenheit

	Einheit	2011	2014
Index Kundenzufriedenheit	%	85.00	85.00
Rücklaufquote Kunden-Befragung	%	45.56	27.00
Betreuerschlüssel	Anz	12.00	12

Mittlerweile haben wir auch eine wachsende Zahl von Wiederholungsbuchern, die teilweise schon das zweite oder dritte Mal mit Papaya Tours unterwegs sind. Kunden, die schon an zwei unserer Gruppenreisen teilgenommen haben, erhalten bei der dritten Gruppenreisebuchung einen Treue-Rabatt. Auch die Mund-zu-Mund Propaganda nimmt zu und die persönlichen Weiterempfehlungen zeigen, dass die Kunden sehr zufrieden mit unseren Leistungen sind.

Eine Möglichkeit, die Zufriedenheit unserer Kunden zu messen, ist die Auswertung der Kundenfeedback-Fragebögen. Die Fragebögen bitten zum einen um eine Bewertung einzelner Aspekte des Angebotes nach dem Schulnotensystem und lassen zum anderen Raum für individuelle Anmerkungen. Jedes Feedback wird vom Geschäftsführer und den Abteilungsleiterinnen gelesen und von einem zuständigen Mitarbeiter bearbeitet. Für diese Aufgabe ist eine SHK Stelle vorgesehen, die sich vorrangig um die Bearbeitung der Feedbacks kümmert. Anhand der Ergebnisse der ausgefüllten Fragebögen der Gruppen- und Individualreisen schätzen wir den Zufriedenheitsindex der Kunden weiterhin auf 85% ein. Theoretisch wird ein Index von 100% angestrebt, aber in diesem Fall müssten alle Kunden jede Frage mit der Bestnote bewerten, was in der Praxis nie der Fall sein wird. Durch die Umstellung auf das neue Back Office System ist leider noch immer keine genaue digitale Erfassung möglich. Ursprünglich war dies für Ende 2013 vorgesehen. Da die Einführung und Weiterentwicklung des neuen Systems aber aufwendiger und komplexer war als gedacht, hat sich dafür noch kein offenes Zeitfenster ergeben. Aktuell läuft das neue System in der ersten Version nun seit einem Jahr und es sind noch immer Optimierungen und Anpassungen zu treffen. Die elektronische Erfassung der Feedbacks ist aber weiterhin angedacht und es wird weiterhin daran gearbeitet.

Trotz sorgfältiger Reiseplanung können bei einer Reise in ein lateinamerikanisches Land immer mal wieder unvorhergesehene Ereignisse eintreten, die zu einer Abweichung vom ursprünglich geplanten Programm führen. Manchmal werden auch einfach die Erwartungen der Kunden an die Reise nicht zu 100% erfüllt. Daher lässt es sich nicht vermeiden, dass wir auch mal kritische Anmerkungen zu unseren Reisen erhalten. Jede Beschwerde oder kritische Anmerkung wird von uns ernst genommen und umgehend bearbeitet. Dafür prüfen wir den Sachverhalt in Absprache mit den Büros vor Ort und verschicken anschließend eine ausführliche Stellungnahme an den Kunden. Je nach Sachlage werden auch Reisegutscheine als Entschädigung angeboten. Einer der Gründe für Kundenunzufriedenheit steht sicherlich im Zusammenhang mit dem boomenden Reiseland Kuba. Die schwierige Situation vor Ort macht eine komplett reibungslos ablaufende Reise schwierig. Nicht jeder Kunde ist darauf entsprechend vorbereitet, auch wenn wir uns bemühen die Kunden durch umfassende Informationen zu sensibilisieren.

Die Mehrheit der Kunden kommt jedoch begeistert von ihrer Reise zurück. Deswegen haben wir auch aus dem Berichtsjahr 2014 ein paar positive Worte der Kunden herausgesucht. Anbei ein Auszug:

Argentinien Gruppenreise: Vom Norden bis ans Ende der Welt

„ Diese Reise war für uns ein "Ereignis". Ob im Norden bei den Iguazu-Wasserfällen, in den Ibera-Sümpfen, in Buenos Aires oder im wilden Patagonien - Argentinien ist ein beeindruckendes Land. Die gesamte Reise lief ab wie ein Uhrwerk - danke an das Team von Papaya-Tours und vor allem an unsere Reiseleiterin Vanina, die während der gesamten Zeit diese Reise mit uns "lebte".

Peru Gruppenreise: Auf den Spuren der Inkas

„Die Reise nach Peru war sehr abwechslungsreich und toll, ein richtiges Highlight. Die Organisation ist perfekt, unser Reiseleiter Christian Grau super. Unbedingt empfehlenswert und gerne beim nächsten Mal wieder mit den Papayas!"

„Peru ist ein wunderbares Land. Uns begeisterte die große Vielfalt an Natur, aber auch die Inka-Kultur, das gute peruanische Essen und die Menschen, mit ihrer freundlichen Art. Diese Reise ist eine gelungene Zusammenstellung von Kultur, Land, Leuten und Aktivurlaub. Vielen Dank noch mal an unseren sehr engagierten Reiseleiter Roberto Valderrama, der stets ansprechbar war, viele Tipps auf Lager hatte und uns mit immer guter Laune begleitet hat."

Ecuador Gruppenreise: Naturparadies hautnah

„Wir haben eine wunderschöne Reise erlebt und viele neue Erfahrungen gemacht. Besonders gut haben uns die Wanderungen, das Reiten und das Schnorcheln gefallen. Viel Glück hatten wir mit unserem geduldigen und stets gut gelaunten Reiseleiter Pablo. Für manche Touren ist schon ein wenig Kondition erforderlich. Aber die Tour ist für alle zu empfehlen, die ein Land aktiv bereisen und sich auf Neues einlassen möchten!"

Argentinien Individualreise

„Aufgrund Ihrer hervorragenden Organisation wurde unsere 4-wöchige Individualreise zu einem unvergesslichen Erlebnis. Papaya Tours war so flexibel, dass wir unser ganz individuelles massgeschneidertes Programm zusammenstellen konnten. Herr Wirtz hat jeweils umgehend unsere Änderungswünsche aufgenommen und neue Varianten vorgeschlagen, bis alle Details für uns stimmten. Wir können auf eine Fülle von Eindrücken zurückblicken, die uns in bester Erinnerung bleiben werden. Dazu hat massgeblich auch Ihre hervorragende Organisation beigetragen. Wir werden Sie in unserem Bekanntenkreis weiterempfehlen!"

Südamerika Individualreise

„Wir waren insgesamt äußerst zufrieden mit der Planung und Organisation der Reise durch Papaya-Tours! Die Betreuung vor der Reise war sehr kompetent, immer freundlich und individuell auf unsere Bedürfnisse zugeschnitten, ebenso die Organisation der Reise an sich. Alle Transfers etc. vor Ort haben reibungslos funktioniert, die Unterkünfte waren in allen Fällen funktional und zufriedenstellend, in einigen Fällen waren wir äußerst zufrieden. Auch als wir bereits unterwegs waren, stellte Papaya-Tours durch die örtliche Agentur sicher, dass uns weitere / nähere Informationen (in diesem Fall über den Nachtbus) rechtzeitig erreichten. Wir würden weitere Reisen gern wieder über Papaya-Tours buchen!"

4.2 Kundeninformation

	Einheit	2014
CSR-Index Kundeninformation	%	59

Der Kundeninfo-Check wurde von acht Sales Mitarbeitern ausgefüllt. Mit dem Fragebogen wurde überprüft, ob und in welcher Form den Kunden Informationen zum Thema Nachhaltigkeit zur Verfügung gestellt werden. Diese Informationen können sowohl auf der Homepage, als auch im persönlichen Beratungsgespräch, mit dem Reiseangebot, mit der Rechnung oder mit den Reiseunterlagen übermittelt werden. Insgesamt wurde die Qualität der Kundeninformation mit einem Index von 59% bewertet. Im Rückblick zur letzten Umfrage (61,83%) lässt sich feststellen, dass keine Verbesserung, aber auch keine extreme Verschlechterung zu vermerken ist. Der Wert ist fast gleich geblieben. Dies liegt nach wie vor an der Schwierigkeit, in einem pointierten mündlichen Kundengespräch CSR Aspekte einzubringen und oft auch am fehlenden Interesse seitens der Kunden an dieser Materie. Es wird weiter über Wege einer besseren Einbindung nachgedacht und diskutiert, wobei wir im Austausch mit anderen zertifizierten Reiseveranstaltern festgestellt haben, dass die Kundensensibilisierung auf CSR- Aspekte ein verbreitetes Problem darstellt.

Positiv herausstellen lässt sich, dass unsere Mitarbeiter Kunden über die Tour Cert Zertifizierung

aufklären und diesbezüglich Fragen beantworten können. Weiterhin wird auch auf die umweltfreundliche Anreise zum Flughafen mit der Bahn hingewiesen. Sehr wichtig ist für uns der Schutz der Kinderrechte, weshalb wir Kunden natürlich darüber informieren, sofern in dem gewünschten Zielland eine akute Gefahr von sexueller Ausbeutung von Kindern besteht. Dies gilt auch für die allgemeine Menschenrechtslage in unseren Zielgebieten. So achten wir beispielsweise auf die Einhaltung fairer Arbeitsbedingungen und darauf, dass alle Beteiligten über das Thema Menschenrechte regelmäßig informiert werden.

In der Umfrage haben wir hier leider nur 13% erzielt. Dies liegt vermutlich daran, dass nur eine Person der insgesamt acht befragten Mitarbeiter diese Frage beantwortet hat. Um zukünftig ein erneutes niedriges Ergebnis zu vermeiden, wurde eine Rundmail an die Mitarbeiter verfasst in der das Thema Kinderrechte durch eine Online-Schulung noch einmal aufgegriffen wurde. Aus diesem Grund sind wir positiv gestimmt, dass sich dieser Wert bald wieder positiv entwickeln wird, da es offensichtlich an mangelnder interner Kommunikation lag.

Ebenfalls schlecht ausgefallen ist der Wert zum Thema „Artenschutz" (38%). Hier überlegen wir uns zukünftig Maßnahmen, wodurch wir Kunden besser über natürliche Schutzgebiete aufklären können. Der Punkt wurde in das Verbesserungsprogramm aufgenommen.

Im schriftlichen Bereich ist der Hinweis auf nachhaltiges Reisen besser eingebunden: In den FAQs haben die Kunden die Möglichkeit, den CO^2 Ausstoß der Flüge ihrer Reise nachzulesen und werden auf eine mögliche Kompensation durch *atmosfair* aufmerksam gemacht. In der Individualreiseabteilung wird zudem durch einen Link im Angebot auf die Kompensation hingewiesen. Auch wenn unsere Kunden nur einen Reisebaustein und keine Flugleistung über uns buchen, werden Sie über die Organisation *atmosfair* informiert. Weiterhin ist geplant den CO^2 Rechner auf unsere Internetseite einzupflegen, so dass Kunden in Zukunft selbst aktiv werden können. Die Literaturtipps verweisen nun auch auf die Sympathiemagazine der einzelnen Länder. Auf der Internetseite finden die Kunden unter dem Reiter „Umwelt & Verantwortung" vielseitige Informationen und Verlinkungen zum Thema. Unter diesem Reiter wurden nun auch Informationen zu ECPAT bereitgestellt. In der E-Mail Signatur unserer Mitarbeiter wurde das CSR Logo mit aufgenommen. Die CSR-Zertifikate und die Plakette sind im Büro sichtbar für Mitarbeiter und Kunden im Eingangsbereich an die Wand angebracht worden.

5. Mitarbeitende

5.1 Beschäftigtenstruktur

	Einheit	2011	2014
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz	10.75	16
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	100.00	100.00
Freie Mitarbeiter/innen	Anz	0	1 ¼
Mitarbeiter/innen im Ausland	Anz	0	0

Nach dem erfolgreichen Start des Unternehmens Ende 2004 wurden im Jahr 2007 die ersten beiden Mitarbeiterinnen eingestellt. Durch das stetige Wachstum vergrößerte sich das Unternehmen von Jahr zu Jahr.

Papaya Tours besitzt zwei Hauptgeschäftszweige, die sich in Kleingruppenreisen und Individualreisen nach Lateinamerika unterteilen.

Neben dem Geschäftsführer Ingo Nösse und seiner Frau Margoth Romero, die sich mit einer halben Stelle um die Administration & Buchhaltung kümmerte, bestand das Papaya Tours Team in Köln zum Berichtsjahr 2014 aus 14 weiteren Festangestellten in Vollzeit, einer Festangestellten

in einer halben Stelle, drei studentischen Hilfskräften und drei Praktikanten. Zu diesem Zeitpunkt arbeiteten acht Festangestellte in der Individualreiseabteilung (eine davon in einer halben Stelle) und fünf Festangestellte in Vollzeit in der Gruppenabteilung. Aufgrund der immer größer werdenden Belegschaft hat jede der beiden Abteilungen seit 2010 jeweils eine Abteilungsleiterin. Birte Heidbreder ist zum Zeitpunkt der Datenerhebung die Abteilungsleiterin der Individualreiseabteilung und zugleich Assistentin der Geschäftsführung sowie Marketingbeauftragte von Papaya Tours. Tatjana Weber ist Abteilungsleiterin der Gruppenreiseabteilung. Neben Margoth Romero ist eine weitere Festangestellte für die Buchhaltung und Administration verantwortlich, die seit 2012 von einer der drei oben genannten studentischen Aushilfen unterstützt wird. Des Weiteren beschäftigt das Unternehmen seit Ende 2012 einen eigenen Webentwickler. Ebenfalls ist zu erwähnen, dass 2014 ein starker Personalwechsel stattgefunden hat. Eine Mitarbeiterin hat Ihre Arbeitsstelle in Köln gegen eine neue Arbeitsstelle im Papaya Büro in Argentinien gewechselt. Der Großteil der Mitarbeiterinnen, die das Team verlassen haben, ist allerdings in Elternzeit gegangen.

Fast alle Teammitglieder in Köln haben bereits mehrere Länder in Lateinamerika bereist oder sogar dort gelebt und können somit ihre Erfahrung bestens in die Kundenberatung einbringen. Eine wichtige Voraussetzung für die Arbeit im Unternehmen ist das persönliche Interesse und die Begeisterung für den lateinamerikanischen Kontinent. Alle Festangestellten haben studiert und einen touristischen, wirtschaftswissenschaftlichen oder sprachwissenschaftlichen Hintergrund. Die Mehrheit der Angestellten hat vor Beginn des Arbeitsverhältnisses bereits ein Praktikum im Unternehmen absolviert, so dass sich Arbeitgeber und Arbeitnehmer vorab kennenlernen konnten.

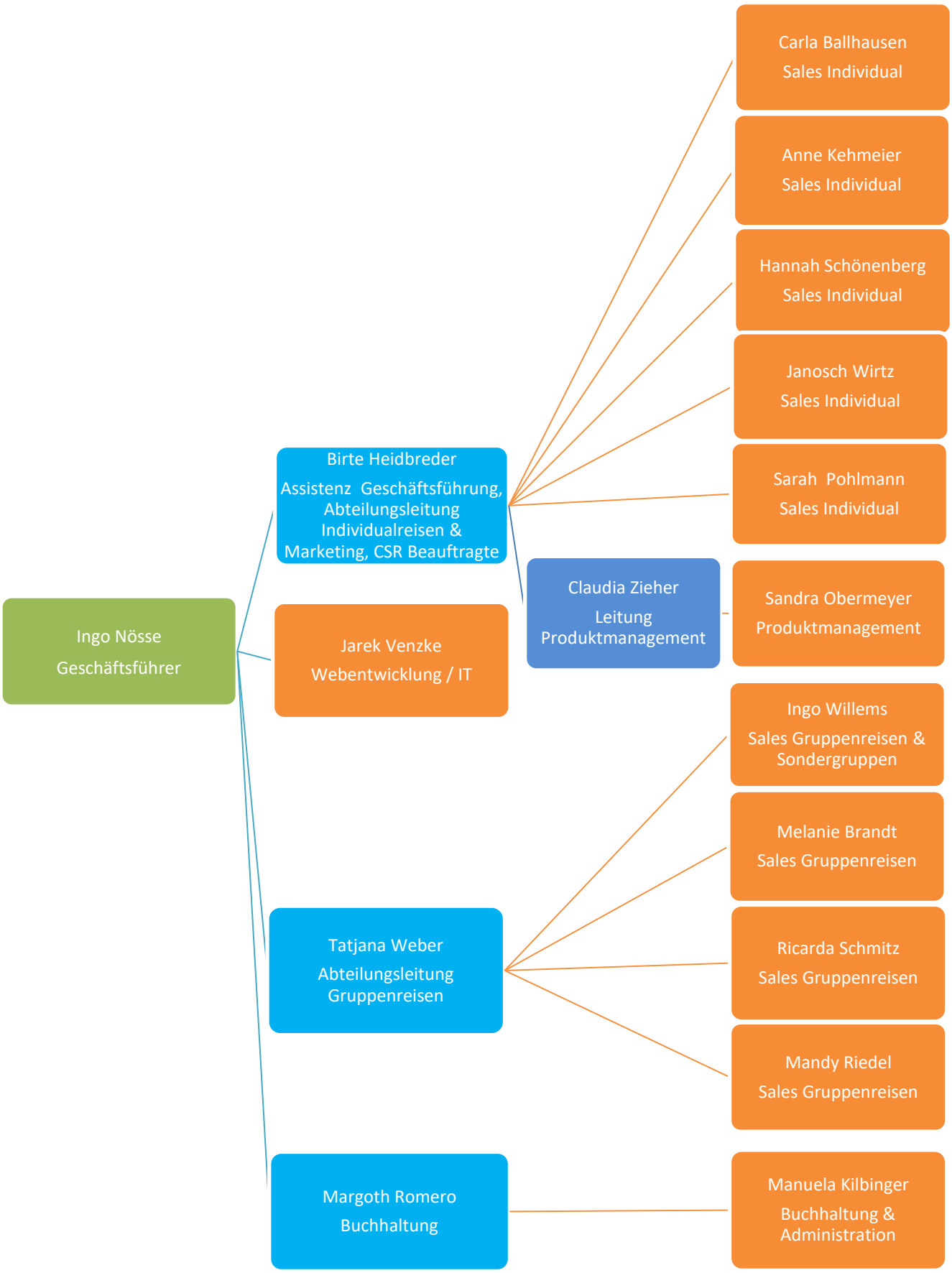
Bis zum Jahr 2009 lag der Frauenanteil bei den Mitarbeitern neben der Geschäftsleitung noch bei 100%. In den darauffolgenden Jahren bis 2012 wurde das Team jährlich durch einen männlichen Festangestellten ergänzt, was die Frauenquote im Berichtsjahr 2014 auf 81,25% gesenkt hat.

Die Hierarchie bei Papaya Tours ist sehr flach und jeder der Festangestellten kann selbstständig und mit hoher Eigenverantwortung arbeiten. Die Arbeitsatmosphäre ist informell und die Kollegen sprechen sich mit dem Vornamen an. Durch das kleine Team gibt es viel direkte Kommunikationswege und Probleme, Fragen und Anregungen können sofort besprochen werden.

Die Arbeit jedes einzelnen Mitarbeiters wird sehr geschätzt, weshalb im Büro eine Fotowand mit Fotos aller aktueller und ehemaliger Mitarbeiter und Praktikanten unter der Überschrift „Die Gesichter hinter dem Erfolg" gestaltet wurde.

Im untenstehenden Organigramm ist die Mitarbeiterstruktur 2014 zu sehen.

Organigramm über die Unternehmensstruktur im Kölner Büro im Berichtsjahr 2014



5.2 Arbeitsbedingungen

Zwischen den Mitarbeitern herrscht eine freundliche und kollegiale Atmosphäre. Mitarbeiter und Chef sind per „Du" und es wird ein offener und freundlicher Kommunikationsstil praktiziert. Bei Fragen und Problemen hilft man sich selbstverständlich untereinander aus und auch die Tür zum Chef steht immer offen. Durch die flache Hierarchie ist eine recht selbstständige Arbeitsweise möglich; Eigeninitiative ist ausdrücklich erwünscht und jeder kann sich mit eigenen Ideen & Vorschlägen einbringen. Dies kann z.B. im Rahmen der Teambesprechungen geschehen, die sowohl in der Individualabteilung als auch in der Gruppenabteilung einmal monatlich stattfinden, was von den Mitarbeitern positiv angenommen wird und auf Zuspruch trifft. Bei den Meetings werden dann gemeinsam Wünsche & Vorschläge zur Produktgestaltung, der internen Organisation und aktuellen Ereignissen in Politik & Wirtschaft besprochen. Im Jahr 2014 hat zusätzlich ein monatliches Gesamtteammeeting stattgefunden. Dies hat sich allerdings als nicht sinnvoll und vor allem wenig effizient dargestellt. Daher ist die Frequenz verringert worden und es finden aktuell zweimal im Jahr umfassendere Gesamtteammeetings statt. Aufgrund der flachen Hierarchie und der kleinen Betriebsgröße gibt es bisher keinen Betriebsrat und Probleme werden im direkten Gespräch gelöst. Als Ansprechpartnerinnen stehen die Abteilungsleiterinnen der Gruppen- und Individualabteilungen ebenso zur Verfügung wie der Geschäftsführer persönlich.

Die Arbeitszeiten sind Montag bis Freitag von 9 bis 18 Uhr, inkl. einer Stunde Mittagspause. Es gibt auch eine Art Gleitzeit, bei der die Mitarbeiter nach vorheriger Absprache auch von 8 bis 17 Uhr oder von 10 bis 19 Uhr arbeiten können. Meist gehen mehrere Kollegen gemeinsam in die Mittagspause; im Büro steht auch eine Küche mit Kühlschrank, 2 Herdplatten, Mikrowelle und Wasserkocher zur Verfügung. Mineralwasser, Tee, Kaffee und Milch (auch Soya & Laktosefreie Milch für die Allergiker) stehen den Mitarbeitern kostenlos zur Verfügung.

Zehn Überstunden pro Monat können nicht gegen Freizeit ausgeglichen werden, alles was darüber hinausgeht, kann gebündelt in einem Tag oder auch aufgeteilt auf einzelne Stunden ausgeglichen werden. Die meisten Überstunden fallen in der Hochsaison über einen Zeitraum von ca. sechs bis acht Wochen in der Individualabteilung an. Da die Individualabteilung auf Provisionsbasis arbeitet, werden die Überstunden auf dieser Basis entsprechend anteilig monetär vergütet.

Jedem Mitarbeiter stehen ein eigener Schreibtisch und ein Telefon zur Verfügung; der Arbeitsplatz kann individuell gestaltet werden. Allgemeiner Bürobedarf kann bei Bedarf jederzeit eingekauft bzw. bestellt werden, ohne dass es jedes Mal mit dem Geschäftsführer abgesprochen werden muss. Sitzbälle und Handauflagen für die Tastatur und die Mouse wurden angeschafft. Weiterhin wurden Arbeitsplätze geschaffen, an denen im Stehen gearbeitet werden kann.

Nach dem Umzug in ein größeres Büro Ende 2011 wurde auch auf eine ausreichende Begrünung der Büroräume geachtet, um ein angenehmes Arbeitsklima zu schaffen. Des Weiteren ist in Planung, die Wände mit schönen Leinwanddrucken mit lateinamerikanischen Motiven zu verschönern.

Mehrmals im Jahr werden gemeinsame Aktivitäten auf Firmenkosten durchgeführt. Dazu zählen neben der alljährlichen Weihnachtsfeier und dem Sommer-Betriebsausflug auch gemeinsame Restaurantbesuche und der jährliche Besuch der „Lachenden Köln Arena" zur Zeit des Kölner Karnevals. Die gemeinsamen Events tragen zur guten Stimmung und zur Förderung des Teamgeistes bei. Zum 5-jährigen Firmenjubiläum wurde 2009 ein 2-tägiger Betriebsausflug an die Mosel unternommen und zum 10-jährigen Jubiläum 2015 ein 3-tägiger Ausflug an die Nordsee unternommen.

Einer Tarifgemeinschaft gehört Papaya Tours nicht an, weshalb sich an Tariflöhnen nicht orientiert werden kann. Durch einen regen Austausch innerhalb der Branche ist jedoch bekannt, dass die Löhne über dem Branchendurchschnitt liegen. Im Individualverkauf erhalten die Mitarbeiter zusätzlich zu einem Grundgehalt eine Provision auf jede verkaufte Reise.

Jedes Jahr wird zudem vom Geschäftsführer ein Jahresziel bekanntgegeben. Wird dieses erreicht, erhalten alle Mitarbeiter eine Bonuszahlung und sind so direkt am Erfolg des Unternehmens beteiligt. Nach einer aktiveren Bewerbung nehmen nun sieben Mitarbeiter eine private

Altersvorsorge in Form einer Gehaltsumwandlung in Anspruch (im Vergleich zu drei Mitarbeitern im Jahr 2011). Seit 2014 wird den Mitarbeitern zudem eine kostenfreie Firmenmitgliedschaft in einem benachbarten Fitnessstudio angeboten und für bis zu fünf Mitarbeiter pro Jahr ist eine kostenfreie Teilnahme an einer Gruppenreise in eins der Länder mit einem eigenen Büro möglich.

5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit

Angebote zur Fort- und Weiterbildung stellen für Mitarbeiter eine große Motivation dar und verbessern zudem die Qualität der Kundenberatung bzw. der effizienten Arbeitsweise.

Zudem nehmen wir das Thema Produktschulungen sehr ernst und bieten pro Jahr nun 5 Mitarbeitern die Möglichkeit, auf einigen unserer Papaya-Gruppenreisen mitzureisen. Dieses Angebot ist für die Mitarbeiter kostenfrei und dient als Anreiz, sich intensiv mit unseren Produkten auseinanderzusetzen und sich weiterzubilden.

Seit 2012 gibt es jährlich ein regelmäßiges Inhouse Seminar zu verschiedenen Themen wie z.B. Kommunikation mit dem Kunden, Zeitmanagement und Teamarbeit. Bis dahin wurden Kosten für Seminare zu ausgewählten Themen (z.B. Beschwerdemanagement, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit etc.) bei Bedarf stets von Papaya Tours übernommen. 2015 sind die Führungskräfte über mehrere Termine verteilt intensiv für ihre Tätigkeit geschult worden und regelmäßige Meetings innerhalb des Führungskreises sind eingeführt worden, um die abteilungsübergreifende Kommunikation zu verbessern. Damit soll auch gewährleistet werden, dass die Unternehmensphilosophie, die die Nachhaltigkeit umfasst, wieder tiefer ins Team getragen wird. 2016 fand neben Schulungen einzelner Mitarbeiter zu bestimmten Themen eine Teamschulung des Individualteams zum Thema „Emotionales Verkaufen" statt. Im Büro liegt weiterhin ein VHS-Katalog & Katalog zum Thema Bildungsreisen aus, sodass sich jeder über Weiterbildungsangebote informieren kann und Vorschläge werden gerne angenommen.

Sofern dem Unternehmen Angebote für Expedienten- bzw. Infoabende und E-Learnings der Ländervertretungen nach Lateinamerika vorliegen, wird den Mitarbeitern die Teilnahme an solchen Reisen und Angeboten ermöglicht, sofern es zeitlich machbar ist.

Jeder Mitarbeiter hat an dem E-Learning Tool von ECPAT zum Thema „Schutz vor sexuellem Missbrauch von Kindern im Tourismus" teilgenommen und wurde somit auf diesen Aspekt sensibilisiert.

In der aktuellen Umfrage war auffällig, dass dem gesamten Team nicht mehr so viele Informationen rund um die Bestrebungen im Sinne der Nachhaltigkeit von Papaya Tours bekannt sind. Dies ist auf einen starken Mitarbeiterwechsel 2014 und 2015 zurückzuführen. Um dies in Zukunft besser aufzufangen werden jährlich Update Emails zum Thema Verbesserungsmaßnahmen im Rahmen des Siegels, im Rahmen von The Code und die Aufforderungen sich mit den Berichten auseinanderzusetzen rumgeschickt. Auch in den zwei Mal jährlichen Gesamtmeetings wird regelmäßig daran erinnert sich auch mit diesen Inhalten unserer Arbeit auseinanderzusetzen.

5.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit

	Einheit	2011	2016
Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	77.66	64
Index Strategie & Management	%	82.39	70
Index Arbeitsbedingungen	%	72.94	59
Index Umweltschutz im Büro	%	64.41	76
Index Umweltverhalten Mitarbeitende	%	76.00	68

	Einheit	2016
Beteiligungsquote Mitarbeitenden-Befragung	%	87,5
Ø Betriebszugehörigkeit	%	3,5

Der Fragebogen zur Mitarbeiterzufriedenheit wurde von vierzehn Kollegen anonym ausgefüllt. Die Links hierzu wurden per Mail verschickt und es wurde eine Bearbeitungsfrist von zwei Wochen gesetzt. Die Anonymität war gewährleistet, dadurch ließ sich auch nicht nachvollziehen welcher der Mitarbeiter nicht an der Umfrage teilnahm. Allerdings zeigt die hohe Teilnahmequote von 87,5%, dass die Gelegenheit sich in einem anonymen Rahmen auch über „heikle" Fragen ehrlich äußern zu können positiv an- und wahrgenommen wurde. Da die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit in der Umfrage nicht abgefragt wurde, kann in der oberen Tabelle der geforderte Wert nicht angegeben werden.

Das **Gesamtergebnis** der Mitarbeiterbefragung hat sich mit 64% im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2011 (77,6%) um etwa 13% verschlechtert. Es gibt deutliche Unterschiede in der Bewertung der einzelnen Kategorien. Am besten wurde der Bereich *„Betrieblicher Umweltschutz im Büro"* mit einem Index von 76% bewertet. Im Vergleich zum letzten Bericht ist dieser Wert um ca. 12% gestiegen. Allerdings ist es auch der einzige Untersuchungsbereich der angestiegen ist, da die anderen drei Bereiche leider einen Rückgang erfahren mussten – insbesondere die Bereiche „Strategie und Management" und „Arbeitsbedingungen". Die negativen Ergebnisse dieser beiden Bereiche sind vor allem auf die strukturellen Umstellungen im Unternehmen zurückzuführen, die erst einmal Unruhe und allgemeine Unzufriedenheit verursacht haben. Umstrukturierungen dieser Art, lassen sich in verschiedenen Wachstumsphasen leider nicht immer vermeiden und fanden bei uns genau zum Zeitpunkt der Erhebung statt. Wir sind uns sicher, dass wir hier in den nächsten Monaten wieder mindestens die Werte des Vorjahresberichtes erreichen werden. Im Bereich „**Strategie und Management**" wird deutlich, dass die Entscheidungen der Führungskräfte für die Mitarbeiter nicht ganz klar und nachvollziehbar sind. Diese Wahrnehmung war dem Unternehmen bereits vor der Umfrage bekannt. Aus diesem Grund wurde 2016 der Führungskreis einberufen mit dem Ziel, eine transparentere Kommunikation sicherzustellen und Entscheidungen umfassender an das Team weiterzugeben. Eine Maßnahme zur Verbesserung dieses Punktes war die Einführung von Gesamtmeetings, die regelmäßig und zwei Mal jährlich stattfinden. Zu einer gut funktionierenden Kommunikation gehören alle Beteiligten, was bedeutet, dass nicht nur der Führungskreis kommuniziert, sondern dass auch Mitarbeiter deutlicher ermuntert werden sollen, offene Fragen, Wünsche oder Unsicherheiten äußern zu dürfen. Dies geschah, indem die Mitarbeiter auf diese Erwartungshaltung der Führungskräfte im letzten Gesamtmeeting hingewiesen wurden und dazu motiviert wurden, Anregungen an die Tafel des Meetingraums zu schreiben, die dann in der nächsten Teamsitzung besprochen werden.

Zu einer gelungenen Kommunikation gehören auch nachvollziehbar strukturierte Arbeitsprozesse. Um die Arbeitsabläufe im Unternehmen zu vereinheitlichen und zu beschleunigen, wurde unser internes Verwaltungsprogramm vereinfacht und überarbeitet. Durch neue technische Funktionen soll die Angebotserstellung zukünftig beschleunigt werden und der Mitarbeiter automatisch durch die Prozesse geführt werden.

Im Bereich **Arbeitsbedingungen** werden, obwohl mittlerweile ca. eine Schulung pro Jahr und Mitarbeiter durchgeführt wird, nach wie vor besonders die fehlenden Angebote der Fort- und Weiterbildung bemängelt. Die Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung bleiben aufgrund der Unternehmensgröße weiterhin beschränkt, doch wird hier über weitere Möglichkeiten

nachgedacht. Außerdem werden die Mitarbeiter ermuntert im Rahmen des Bildungsurlaubes selbst ihren gewünschten Schwerpunkt der Weiterbildung auszuwählen und diesen rechtlichen Anspruch geltend zu machen. Es zeigte sich, dass eine Mehrzahl der Arbeitnehmer das Verhältnis zwischen Arbeitsmenge und zur verfügbaren Arbeitszeit in der Hochsaison kritisiert. Es wird ebenfalls deutlich, dass besonders der eingeschränkte Ausgleich von Überstunden zur Unzufriedenheit führt. Obwohl sich an der oben beschriebenen Regelung zu den Überstunden seit dem letzten Erhebungsjahr 2011 nichts verändert hat, wird dieser Punkt in der aktuellen Erhebung deutlich schlechter bewertet. Die letzte Erhebung fand 2014 statt und natürlich spiegelt die damalige Befragung die Stimmung des Erhebungsjahres wieder und damit nicht die der Situation 2011, die im übrigen Bericht beschrieben wurde. Im Jahr 2014 fielen nicht viele Überstunden an, weshalb dies mit Sicherheit damals nicht so gravierend, wie in der aktuellen Erhebung, bewertet wurde.

Die oben genannten strukturellen Umstellungen sorgen natürlich bei den Mitarbeitern für Unruhe und Verunsicherung, weshalb die Frage zur Arbeitsplatzsicherheit relativ schlecht bewertet wurde. Dies stellte natürlich auch das Management vor neue Herausforderungen, es ist jedoch sehr zuversichtlich und bemüht, das Sicherheitsgefühl schnellstmöglich wieder aufzubauen. Des Weiteren wurde der Punkt „Flexible Arbeitszeitgestaltung" trotz des 2010 eingeführten Gleitzeitmodells relativ niedrig bewertet. Grund dafür ist, dass der Wunsch bereits länger im Unternehmen besteht, auch Pausen flexibler zu gestalten. Allerdings stellt uns dieser Wunsch derzeit noch vor technische Herausforderungen, da wir für unsere Kunden zwischen 9:00 Uhr und 18:00 Uhr durchgehend erreichbar sein müssen. Wir sind der Meinung, dass wir nach wie vor ein gutes Maß an Flexibilität anbieten und die Unzufriedenheit auch damit zusammenhängt, dass wir das Thema zu lange offen gelassen haben. Generell geht unser langfristiges Ziel hier zu mehr Flexibilität, je nach Umsetzbarkeit.

Trotz vieler negativer Ergebnisse, gibt es auch Punkte in der Kategorie „Arbeitsbedingungen", die relativ erfreuliche Werte liefern. Weiterhin wurde beispielsweise das gute Betriebsklima gelobt sowie die Gleichberechtigung zwischen Geschlechtern, Altersgruppen und Kulturen. Des Weiteren wurde die Wertschätzung der einzelnen Mitarbeiter hervorgehoben.

Wie bereits zu Beginn erwähnt, schneidet der Bereich „**Umweltschutz im Büro"** mit 76% am besten ab. Gleichzeitig ist es die Kategorie, wo der einzige Anstieg stattfindet. Um diesen Anstieg zu erreichen, wurde insbesondere die Büro- und Verbrauchsgüterbeschaffung intensiviert. Somit kaufen wir heute ausschließlich Bio-Tee und Bio-Kaffee aus ökologischem Anbau ein. Zusätzlich zum Kauf von biologischen Produkten wurde durch ein schönes und interessantes Projekt, das wir in Äthiopien zum Thema Kaffee unterstützen (siehe Anhang), verstärkt im Unternehmen auf Bio-Kaffee aufmerksam gemacht. Auch in privaten Gesprächen im Büro wurde das Thema der nachhaltigen Produkte immer häufiger thematisiert. Außerdem werden unsere Mitarbeiter kontinuierlich durch sämtliche kleine Erinnerungen (z.B. selbst erstellte Schilder mit der Aufschrift: „Licht ausschalten") auf die Reduzierung des Energie- oder Papierverbrauchs hingewiesen. Der Punkt „Abfall" weist wie im vorherigen Bericht weiterhin Spielraum für Verbesserungen auf, weshalb diese Frage nicht besonders gut ausfiel.

Die Gebäudeorganisation verweigert uns leider nach wie vor die Stellung einer Recyclingtonne, doch wir werden unseren Wunsch hier weiterhin deutlich vertreten. Leider ist auch der Wert der Kategorie **„Eigenes Umweltverhalten"** zurückgegangen. Dies führt auf das persönliche Verhalten jedes einzelnen Mitarbeiters zurück und lässt sich durch den starken Personalwechsel 2014 erklären. Obwohl wir bereits bei der Personalauswahl darauf achten, dass der Bewerber in unser Team passt und unsere Unternehmensphilosophie vertritt, können wir diesbezüglich nicht mehr tun als mit gutem Beispiel voranzugehen und das Thema Nachhaltigkeit zu thematisieren. Obwohl wir auch vorher schon viele weitere Pläne zur Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit hatten, sehen wir uns nun natürlich bestärkt diese noch weiter zu fokussieren. Nach Abschluss dieses Berichtes ist bereits ein Meeting des Managements geplant, um weitere Punkte aus diesem Bereich in unser Verbesserungsprogramm auf zu nehmen.

6. Unternehmensökologie

Als langjähriges Mitglied des forumandersreisen e.V. sind wir stets darauf bedacht bei unserem Handeln sowohl im ökologischen, als auch im sozialen Bereich Verantwortung zu übernehmen. Umweltschutz hat dabei eine ganz besonders hohe Priorität, nicht zuletzt da wir als Veranstalter von Natur- und Kulturreisen an den dauerhaften Erhalt ökologischer Funktionen gebunden sind. Diese Art des Tourismus kann nur mit dem Vorhandensein einer ausreichenden Qualität der natürlichen Ressourcen in den Gastgeberländern funktionieren.

Es ist allgemein bekannt, dass Tourismus in vielfältigen Formen eine Bedrohung für die Umwelt darstellt. Die Überlegung, Tourismus völlig zu unterbinden, ist jedoch als utopisch zurückzuweisen. Vielmehr müssen wir versuchen durch gezielte Steuerung die negativen Auswirkungen des Tourismus zu beschränken und ihn als Potenzial für die Entwicklungsländer nutzen. Neben dem ökonomischen Aspekt, ist es genau das worauf Papaya Tours mit seinem sanften Tourismus abzielt. Dafür sind wir bemüht sowohl unser eigenes Bewusstsein als auch das unserer Kooperationspartner und Kunden dahingehend zu stärken und einen Wissensaustausch zwischen allen Akteuren zu fördern. Durch eine selbstkritische Beobachtung unserer Geschäftstätigkeit haben wir erkannt, dass noch Verbesserungspotential in Bezug auf Umweltschutz vorhanden ist. Mit der Teilnahme an dem Zertifizierungsprozess von TourCert haben wir die Möglichkeit ergriffen unsere Selbstverpflichtung im sozialen- und im ökologischen Bereich weiter auszubauen.

Weiterhin bleibt der aktive Umweltschutz im Büro ein wichtiger Punkt für uns. Durch den Umzug in ein größeres Büro sind wir hier aber leider auf unerwartete Schwierigkeiten gestoßen, beispielsweise wird der Müll im Gebäude nur nach Papiermüll und Restmüll getrennt und es besteht für uns keine Möglichkeit Plastikmüll separat zu entsorgen. Nichtsdestotrotz haben wir seit 2011 bereits Fortschritte im Bereich „Umweltschutz im Büro" gemacht und in der Mitarbeiterbefragung einen Anstieg von 64,41% (2011) auf 76% (2014) erreicht.

6.1 Energie

	Einheit	2014
kWh Stromverbrauch	kWh	13.876
kWh Wärmeenergie gesamt	kWh	9.868
kWh Energieverbrauch gesamt	kWh	23.096
kWh Energieverbrauch gesamt pro Mitarbeitende/r	kWh	778

Die Herausforderung in einem wachsenden Betrieb Strom einzusparen bleibt für uns maßgebend, erweist sich aber auch aufgrund des Wachstums als schwierig. Im Jahr 2014 hatten wir im täglichen Bürogeschäft, bei einer Anzahl von 17 Beschäftigten (inkl. Geschäftsführer) und einer Bürofläche von 250m² einen jährlichen Stromverbrauch (inklusive Heizenergie über Fernwärme) von 13.876kWh zu verzeichnen. Das liegt fast bei dem gleichen Stromverbrauch von 2011 (13.053,18kWh). Die minimale Steigerung des Stromverbrauchs, lässt sich durch die Schaffung neuer Arbeitsplätze erklären. Somit ist der Gesamtverbrauch zwar minimal gestiegen, der durchschnittliche Verbrauch pro Mitarbeiter konnte allerdings durch das vergrößerte Team von 1.087kWh auf 778,11kWh (bei 17 Festangestellten) enorm gesenkt werden. Im Rahmen des ersten Verbesserungsprogramms wurde jede PC-Insel mit ausschaltbaren Mehrfachsteckern ausgestattet um Standby Modi der elektrischen Geräte zu vermeiden. Beim Kauf neuer Elektrogeräte wird nun besonders auf Energieeffizienz geachtet. Aufgrund des wachsenden Teams und der Bürogegebenheit sind uns bei der Einsparung allerdings leider reelle Grenzen gesetzt: eine technische Trennung des Flurlichtes vom Licht der Gruppenabteilung ist leider nicht möglich. Daher haben wir, wie im Verbesserungsprogramm hinterlegt, einige Glühbirnen herausgeschraubt, die nicht nötig sind.

Durch den oben genannten Stromverbrauch wurde im Geschäftsjahr 2011 eine Menge von 4.587,39 kg CO2 im gesamten Papaya Büro produziert. Der Wert ergibt sich aus der Strom – und Wärmerechnung die sowohl den Verbrauch in kWh, als auch den Energieträger bzw. die Bezugsquelle berücksichtigt und wurde nicht kompensiert. Da wir seit 2012 Strom von einem Ökostromanbieter (*naturstrom*) beziehen, der zu 100% mit regenerativen Energien arbeitet, haben wir erfreulicherweise keinen CO2-Ausstroß mehr zu vermerken.

6.2 Ökostrom

Wir beziehen seit 2012 Ökostrom des Anbieters *naturstrom*. Der Strom ist 100% umweltfreundlich, stammt von erneuerbaren Energien und wird von unabhängigen Anlagebetreibern erzeugt. Unser Strom ist also unabhängig, fair und nachhaltig.
Der Anbieter *naturstrom* hat das „Grüner Strom-Label", mehrfache Öko-Test Auszeichnungen und ist TÜV bescheinigt. Die großen Umweltverbände BUND und NABU empfehlen und nutzen ebenfalls *naturstrom*. Weiterhin baut *naturstrom* erneuerbare Energien immer weiter aus und unterstützt bei der Errichtung neuer Öko- Kraftwerke: beispielsweise Windparks und Solarkraftwerke.

6.3 CO2-Emissionen

	Einheit	2011	2014
CO2 Unternehmensökologie gesamt	kg	36,78	0
CO2 pro Mitarbeitende/r	kg	3,42	0
CO2 Flugzeug (Dienstreisen)	kg	31.850	56.000

Erfreulicherweise beziehen wir an unserem Standort in Köln seit 2012 *naturstrom* und haben hier keinen CO^2-Ausstoß mehr aufzuweisen.
Somit belaufen sich hier die CO^2-Emissionen lediglich auf die Dienstreisen, wobei wir diese seit 2013 über *atmosfair* kompensieren. Der Wert des CO^2-Ausstoßes der Dienstreisen hat sich von 2011 zu 2014 fast verdoppelt. Grund dafür ist, dass statt wie sonst üblich einer Reise nach Lateinamerika, 2014 zwei Reisen nötig wurden.

Der durch Dienstreisen entstandene CO^2-Austoß im Jahr 2014 beläuft sich auf 56.000 kg. Dieser hohe Ausstoß ist auf die weiten Entfernungen der Destinationen und die Häufigkeit der Flüge zurückzuführen. Es ist in unserem Geschäft leider unmöglich auf Dienstreisen zu verzichten. Neben unseren Büros vor Ort sind Destinationskenntnisse die Basis unseres Geschäfts und eine Voraussetzung für realistische nachhaltige Bemühungen in den Zielgebieten. Auch aufgrund der Tatsache, dass wir Papaya Büros in Südamerika haben, lassen sich Dienstflüge leider nicht komplett vermeiden. So musste die Geschäftsleitung 2014 zwei Langstreckenflüge nach Südamerika antreten. Dabei versuchen wir die Geschäftsmeetings mit unseren drei Papaya Büros möglichst zusammenzulegen. So haben wir es beispielsweise geschafft die Meetings in Peru und Ecuador zusammenzufassen. Bewusst haben wir hierfür mehrere Kurzstreckenflüge zwischen diesen beiden Ländern vorgenommen, mit dem Ziel, die Langstreckenflüge zu reduzieren und somit weniger CO^2-Ausstoß zu verursachen. Leider ließen sich 2014 nicht alle drei Länder, in denen wir unsere Papaya Büros haben, auf eine Geschäftsreise zusammenfassen, weshalb nach Argentinien eine zusätzliche Dienstreise erfolgen musste.

6.4 Kompensation Flugdienstreisen

	Einheit	2011	2014
Anteil kompensierter CO2-Emissionen (Flug-Dienstreisen)	%	0	50
CO2 pro Mitarbeitende/r abzgl. Kompensation	t	2962,8	1750

Seit 2013 werden die Flugdienstreisen der Geschäftsführung über *atmosfair* zu 50% kompensiert, um den Kunden mit gutem Beispiel voranzugehen. Die Kompensation betrug 2014 somit 28.000 kg Co² (siehe Kompensationszertifikate im Anhang). Dienstreisen innerhalb Deutschlands wie der Besuch der ITB Touristikmesse in Berlin werden von unseren Mitarbeitern mit der Bahn zurückgelegt.

6.5 Papier

	Einheit	2011	2014
Gesamtgewicht Papier	kg	7.081	16.780
Anteil 100% Recyclingpapier	%	0,00	0,00
Papiergewicht (Kataloge) pro Reisende/r	kg	0,00*	0,00*
Papiergewicht (Büro) pro Mitarbeitende/r	kg	411,6**	714**

*****Anmerkung: Dieser Wert ergibt sich aus dem Papier-Kataloggewicht pro Reisendem. Da wir bewusst keine Kataloge produzieren ergibt sich hier dieser Wert. Der Papierverbrauch für Reiseunterlagen etc. wird im folgenden Wert mit berücksichtigt.

**Anmerkung: Die Mitarbeiterzahl bezieht sich auf alle Mitarbeiter und umfasst ebenfalls studentische Aushilfen und Praktikanten.

Durch den Verzicht auf Kataloge erreichen wir eine große Einsparung bei dem jährlichen Papierverbrauch. Durch enorm ansteigende Buchungszahlen, ist auch der Papierverbrauch von 88.500 Seiten im Jahr 2011 auf 209.760 Seiten angestiegen. Weiterhin wird auf konsequente mehrfache Benutzung von Papier als Schmierpapier (auch im Drucker) geachtet, den Ersatz von Notizzetteln durch interne Mails und ein insgesamt bewussterer Umgang mit der Ressource Papier. Zur Erinnerung hieran wurde im Druckerraum ein Bilderrahmen mit Tipps zur Verringerung des Papierverbrauchs aufgehängt, so dass die Maßnahmen immer präsent sind.

Der gesamte Papierverbrauch durch Papaya Tours im Berichtsjahr 2014 belief sich auf rund 209.706 Seiten, das macht einen Papierverbrauch pro Mitarbeiter von ca. 714 kg Frischfaserpapier aus. Im Gegensatz zum Jahr 2011 hat sich die gesamte Mitarbeiterzahl (inkl. Praktikanten) von 17 auf 23,5 Mitarbeiter im Jahr 2014 erhöht. Dadurch steigt natürlich ebenfalls der Papierverbrauch. Allerdings erscheint uns der Wert für das Papiergewicht pro Reisender wichtiger. Hier mussten wir leider feststellen, dass sich das Papiergewicht pro Person von 2,68 kg pro Reisender (2011) auf 4,25 kg (2014) fast verdoppelt hat. Obwohl wir seit 2011 zahlreiche Maßnahmen zur Reduzierung des Papierverbrauchs unternommen haben, sind wir mit diesem Ergebnis nicht zufrieden, weshalb wir dieses Thema nach der Zertifizierung erneut analysieren werden, um die Gründe hierfür zu ermitteln und weitere Maßnahmen zu ergreifen. Wir vermuten, dass dieses Ergebnis auf die Änderung des Papiers zurückzuführen ist. Für die Reiseunterlagen wird schwereres nachhaltig produziertes Papier genutzt, was eine höhere Blattstärke besitzt als herkömmliches Papier.

Dass wir ständig nach neuen Mitteln und Wegen zur Reduzierung unseres Papierverbrauchs suchen, zeigt das nächste Beispiel. In den E-Mail Signaturen aller Papaya Tours Mitarbeiter wird auf das Thema Papierverbrauch deutlich hingewiesen:

„Bitte denken Sie an die Umwelt, bevor Sie diese Email ausdrucken. Vielen Dank!"

Der größte Teil unseres Papierverbrauchs ist dem Versenden von Reiseunterlagen zuzuschreiben, die neben Reisevouchern und Flugtickets auch nützliche Reiseinformationen (Reiseprogramm,

Kontaktdaten, Klima, Währung, Verhaltensregeln etc.) enthalten. An diesem Service für unsere Kunden möchten wir unbedingt festhalten. Um den Papierverbrauch allerdings einzugrenzen drucken wir unsere Reiseunterlagen seit 2014 doppelseitig und auf nachhaltig produziertem Papier. Speziell für die Reiseunterlagen vorgedrucktes Papier und eine weitere Variante für Briefpapier und Rechnungen wird bei einem Produzenten bestellt, der seine Produktion über „First Climate" Co2 kompensiert. Für die Reiseunterlagenmappen beziehen wir zertifizierte Umwelt Kartonagen von der Firma Swedex.

Die schadstofffreie Herstellung der Kartonagen erfolgt aus nachhaltigen Rohstoffen der Waldwirtschaft und auch die Farbherstellung ist Umwelt- und gesundheitsfreundlich.

Rechnungen werden seit 2015 in der Individualabteilung ausschließlich und in der Gruppenabteilung vermehrt per E-Mail verschickt, wodurch wir den Verbrauch des Briefpapiers deutlich reduzieren konnten. Für den internen Gebrauch (nicht vorgedrucktes Papier) wird im Berichtsjahr weiterhin nur Frischfaserpapier benutzt, eine teilweise Umstellung auf nachhaltig produziertes Papier befindet sich in der Umsetzung. Außerdem wird geprüft inwieweit eine digitale Zustellung der Reiseunterlagen in fernerer Zukunft möglich sein könnte.

6.6 Beschaffung

Die Idee ökologische Putzmittel einzusetzen wurde leider schon im Berichtsjahr 2013 verworfen, da nach Rücksprache mit der Reinigungsfirma die Benutzung ökofairer Putzmittel mit einem zu hohen Aufpreis verbunden ist und wir leider auch keine Putzmittel selbst besorgen dürfen. Immerhin liefert die Reinigungsfirma nach Absprache nur noch recyceltes Toilettenpapier.
Die Wahl unserer Küchenreinigungsmittel für die Spülmaschine und Spülmittel fällt allerdings soweit möglich auf ökologische Anbieter.

Außerdem beziehen wir Fair Trade Kaffee (siehe Zertifikat im Anhang) und kaufen ebenfalls ausschließlich ökologisch angebauten Tee. Getränke werden von regionalen Anbietern bezogen, um weite Anfahrtswege zu vermeiden.

Nach der Erstzertifizierung legen wir bei der Anschaffung von Büromaterial noch mehr Wert darauf, dass nachhaltige Produkte bei der Bestellung bevorzugt werden. Leider sind Büromateriallieferanten, die rein nachhaltige Produkte vertreiben zu teuer. Daher wählen wir im Angebot der herkömmlichen Bürolieferanten jeweils die nachhaltigen Produkte aus, sofern vorhanden. Um die Häufigkeit der Lieferungen einzuschränken wurde mit einer Inventurliste gearbeitet, welche leider nicht immer genutzt wurde und so die Lagerbestände unübersichtlich worden. Daher wird nun bei einem Bestellungswunsch direkt einer Mitarbeiterin Bescheid gegeben und es wird geschaut, was sonst noch bestellt werden muss. So versuchen wir die Häufigkeit der Bestellungen zu reduzieren und Emissionen einzusparen.

7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette

7.1 Partneragenturen

Bei der Partneragentur haben wir unsere Agentur in Peru gewählt und sie an der Umfrage teilhaben lassen. Da unsere untersuchte Destination Peru ist, haben wir uns ausschließlich auf diese beschränkt.
Aktuell besitzt unsere Agentur noch keine der Auszeichnungen, woran allerdings gearbeitet wird. Der Tour Cert Check für unsere Peru Agentur ist angedacht und soll demnächst eingeführt werden. Für die ecuadorianische Agentur haben wir das Siegel bereits erhalten. In Südamerika sind solche Auszeichnungen noch lange kein Standard und es benötigt einiges an Zeit und Arbeit bis ein solches Projekt erfolgreich durchgeführt wird.

Daher wird dieser Vorgang eine gewisse Zeit in Anspruch nehmen und es ist noch nicht absehbar

wann unsere Agentur diese Auszeichnung erhält. Zukünftig wird dann auch eine Person in jeder Agentur als CSR Beauftrage/r festgelegt. Dieser Punkt wurde daher auch in das Verbesserungsprogramm aufgenommen (siehe Verbesserungsprogramm im Anhang).
Der Punkt 4.2. Kundeninformation liegt nicht im Aufgabenbereich unserer Agentur, daher wurden diese Fragen nicht beantwortet. Die Kundeninformation übernehmen wir und nicht unsere Partneragentur. Positiv anzumerken ist das Umweltbewusstsein unserer Agentur. Es werden Energiesparlampen verwendet, der PC wird in Arbeitspausen in den Energiesparmodus geschaltet und Elektrogeräte werden über Nacht ausgeschaltet, sofern möglich.
Weiterhin wird der Müll getrennt, was wie bereits erwähnt in südamerikanischen Ländern absolut ungewöhnlich ist.

	Einheit	2014
CSR-Index Partneragenturen	%	52
Anteil befragter Partneragenturen mit GSTC-anerkanntem Nachhaltigkeitslabel	%	0
Anteil befragter Partneragenturen mit weiteren Auszeichnungen (Referenz DestiNet)	%	0
Anteil befragter Partneragenturen mit TourCert Check	%	0
Anteil befragter Partneragenturen mit Zertifizierung/Gütesiegel gesamt	%	0

	Einheit	2014
Anzahl Partneragenturen gesamt	Anz	3
Anteil befragter Partneragenturen	Anz	1

7.2 Unterkünfte

	Einheit	2014
CSR-Index Unterkünfte	%	53
Anteil befragter Unterkünfte mit GSTC-anerkanntem Nachhaltigkeitslabel	%	0
Anteil befragter Unterkünfte mit weiteren Auszeichnungen (Referenz DestiNet)	%	0
Anteil befragter Unterkünfte mit TourCert Check	%	0
Anteil befragter Unterkünfte mit Zertifizierung/Gütesiegel gesamt	%	0

	Einheit	2014
Anzahl Unterkünfte gesamt	Anz	45
Anteil befragter Unterkünfte	Anz	6

In fast all unseren Reisezielen bieten wir unseren Kunden für Individualreisen die Möglichkeit zwischen den Hotelkategorien Standard, Komfort und Superior zu wählen und achten dabei stets darauf, dass es sich bei den Besitzern der Unterkünfte um Einheimische der entsprechenden Destinationen handelt. Für die Gruppenreisen treffen wir die Auswahl für einen gelungenen Mix aus Komfort und authentischen Ländererlebnissen selbst. Damit wollen wir gewährleisten, dass ein Großteil der Einnahmen durch unseren Tourismus den bereisten Ländern und Regionen zu Gute kommt. Wo immer es möglich ist greifen wir auf landestypische Unterkünfte zurück, bei denen es sich meist um kleine Familienbetriebe handelt. Besonders großen Wert bei der Auswahl der Unterkünfte legen wir auf die Unterstützung von regionalen Tourismusprojekten.

Lodges oder Wild Life Center, die eigene Sozial- und Umweltprojekte verfolgen, oder durch deren

Einnahmen umliegende Naturreservate oder Kulturschätze unterstützt werden, werden von uns deutlich bevorzugt gebucht.

An einer Befragung in Bezug auf ökologische, soziokulturelle und ökonomische Aspekte haben insgesamt sechs peruanische Hotels mit denen wir zusammenarbeiten teilgenommen. Fünf der befragten Hotels in Peru gehören einer nationalen Hotelkette an, ein Hotel ist eine Unterkunft in Familienbesitz. Die befragten Hotels mussten zur Datenerhebung den Fragenkatalog des Tourcert Siegels beantworten, bei dem sie ihre Handlungsweisen bezüglich der genannten drei Bereiche einschätzen mussten. Wir haben den Link zu der Befragung an unser Büro in Peru geschickt, welches den Link allen 45 Unterkünften, mit denen wir vorrangig zusammenarbeiten, weitergeleitet hat. In dem Fragenkatalog wurden folgende Punkte untersucht:

- Zertifizierungen
- Management
- Kunden/Gäste
- Mitarbeitende
- Reiseangebote
- Umweltmanagement
- Beschaffung
- Soziales Engagement

Zu Beginn sollte erwähnt werden, dass sich die Auswertung der Umfrage als relativ schwer erwies. Bei der letzten Re-Zertifizierungsumfrage gab es drei Oberpunkte (Indices), die durch prozentuale Werte dargestellt wurden. Dies ermöglichte einen besseren Vergleich der Ergebnisse. Bei der aktuellen Umfrage gibt es nur noch einen Gesamtindex und viele kleine neue Teil-Indices hinzu, was den Vergleich der vorherigen Ergebnisse der Re-Zertifizierungsumfrage mit den aktuellen Angaben wesentlich erschwert hat.

Der einzige prozentuale Wert der verglichen werden kann, ist der allgemeine Index zu den Unterkünften in Peru, der im Jahr 2014 53% beträgt. Dieser Index ist im Vergleich zu 2011 (82%) stark gefallen. Wir vermuten, dass dieses eher wenig zufriedenstellende Ergebnis zum größten Teil auf die aufgeschlüsselte Fragestellungen zurückzuführen ist. Darüber hinaus haben einige Hotels die Fragen nicht exakt beantwortet, so z.B. die Frage „sicherheitsrelevante Verhaltensweisen bei speziellen Sportarten". Hier wurden Angaben gemacht, obwohl diese gar keine anbieten.

In dem sonst relativ gut ausgewerteten Bereich „Management" ist der Wert zum Thema „Biodiversität" mit 33,3% vergleichsweise niedrig ausgefallen. Dieses Ergebnis ist für uns noch nicht zufriedenstellend, weshalb wir uns Maßnahmen für das Verbesserungsprogramm überlegen möchten, durch die wir die Hotels diesbezüglich zu Verbesserungen motivieren können. Wir bemühen uns zukünftig sicherzustellen, dass die Hotels mit denen wir zusammenarbeiten, wichtige Informationen zum Artenschutz der Natur vor Ort bereitstellen.

Aufgefallen ist auch der Punkt 3.6.: Ähnlich wie bei unseren Partneragenturen, wurde auch bei unseren Unterkünften noch kein CSR Beauftragter pro Hotel festgelegt, der alle wichtigen Nachhaltigkeits-Aufgaben vor Ort in der Unterkunft koordiniert. Nur ein Hotel der sechs befragten Hotels konnte einen CSR-Beauftragten vorweisen.

Auch fiel der Indice „Umweltmanagement" nicht ganz zufriedenstellend aus. Einige Aspekte können wir durchaus beeinflussen. So können wir bei der Auswahl der Hotels verstärkt darauf achten, dass die Unterkünfte zur Reduzierung des Abfallaufkommens z.B. nachfüllbare Seifen- und Shampoospender einsetzen. Gleiches gilt für die Reduzierung des Wasserverbrauchs. Auch hier sollten Hotels möglichst umweltbewusst handeln und Regenwassernutzungsanlagen o.ä verwenden. Dies soll durch eigene jährliche Befragungen der Leistungsträger, zu denen alle verpflichtet werden, sichergestellt werden. Die Ergebnisse sollen mehr Details als die des TourCert Siegels liefern und in einer Datenbank umfassender gesammelt werden. Diese wird dann den Partneragenturen zur Hotelvorauswahl zur Verfügung gestellt, aber auch unser Team in Deutschland wird dazu angehalten diese Liste bei ihrer endgültigen Hotelauswahl zu berücksichtigen. Bei der aktuellen Re-Zertifizierungsbefragung stellten wir fest, dass auch das TourCert Siegel die Fragebögen nun deutlich detaillierter gestaltet hat und nun werden wir

prüfen, ob wir diese jährlich einsetzen werden oder unsere eigenen weiterverwenden.

Auch zu beachten ist, dass der Standard in Lateinamerika nun mal nicht mit europäischem Standard zu vergleichen ist. So ist z.B. die Auswahl für die Hotelbetreiber an umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen nicht immer und überall gleich gegeben wie in Europa.

Bei anderen Fragepunkten wiederum sehen wir uns als Reiseveranstalter nicht verantwortlich oder können nur schwer Einfluss nehmen. So ist beispielsweise die Unterkunft selbst dafür verantwortlich, dass sie ihre Kunden über eine umweltbewusste Anreise informiert. Da wir die Anreise unserer Kunden eigenständig und unter Berücksichtigung der Nachhaltigkeitskriterien, mit von uns organisierten Verkehrsmitteln durchführen, sehen wir uns nicht in der Verpflichtung und Verantwortung hier einzugreifen. Nichtsdestotrotz nehmen wir diese Auswertung sehr ernst und werden auch zukünftig weiter daran arbeiten, die negativen Ergebnisse zu beseitigen und Maßnahmen für eine Verbesserung zu finden. Neben einiger Verbesserungsmaßnahmen werden unsere Hotels zusätzlich auch allein durch die Teilnahme der Umfrage auf viele Punkte aufmerksam gemacht. So erhoffen wir uns beispielsweise, dass das nicht zufriedenstellende Ergebnis von 16,7% zum Thema „Automatische Stromabschaltung bei Verlassen der Hotelzimmer", zu Herzen genommen wird. Doch vermuten wir, dass dies aufgrund einer hohen Investition meist nur größere 4-5 Sterne Hotels umsetzen können. Wir blicken optimistisch in die Zukunft und sind uns sicher, dass unsere Unterkünfte diese Anregungen wahrnehmen und sie soweit wie möglich versuchen umzusetzen.

7.3 Reiseleiter/innen

	Einheit	2014
CSR-Index Reiseleiter/innen	%	90

	Einheit	2014
Anzahl Reiseleiter/innen gesamt	Anz	13
Anteil befragter Reiseleiter/innen	%	6

Einen entscheidenden Beitrag zur Durchführung einer rundum perfekten Reise liefern unsere Reiseleiter. Bei unseren Gruppenreisen und geführten Individualreisen stehen sie in direktem Kontakt mit unseren Kunden und repräsentieren das Unternehmen vor Ort. Gerade beim Umgang mit unvorhergesehenen Situationen sind die Persönlichkeit und das kompetente Verhalten der Reiseleiter ausschlaggebend für den Erfolg. Unser Anliegen ist es daher, die Reiseleiter möglichst langfristig an uns zu binden und ihnen attraktive Arbeitsmöglichkeiten zu bieten.

Unsere Reiseleiter sind in erster Linie dafür da, einen sicheren und reibungslosen Reiseablauf sicher zu stellen, sich um das Wohl und die gute Laune unserer Kunden zu kümmern , ihnen mit Rat und Tat zur Seite zu stehen und natürlich auch über das Reiseland zu informieren. Gemäß unserer Philosophie beschäftigen wir meistens einheimische Reiseleiter, die über gute bis sehr gute Deutschkenntnisse verfügen, ihr Land lieben und es unseren Kunden mit viel Spaß bei der Sache zeigen und näher bringen wollen.

Die Auswahl und Beschäftigung der Reiseleiter erfolgt direkt durch unsere Büros vor Ort bzw. den Partneragenturen. Die Zusammenarbeit erfolgt auf freiberuflicher Basis und die meisten Guides arbeiten schon seit mehreren Jahren mit uns zusammen. Neben den einheimischen Reiseleitern sind auch deutschsprachige Europäer als Reiseleiter beschäftigt, die dann aber bereits seit mehreren Jahren in dem Reiseland wohnen. Das bedeutet, dass unsere Reiseleiter bereits vor Ort sind und nicht für jeden Termin aus Europa anreisen müssen, was eine deutliche Erhöhung der CO2-Bilanz pro Reise mit sich bringen würde.

Abgesehen von unseren Reiseleitern sind wir bei bestimmten Orten (z.B. in Nationalparks und

Naturschutzgebieten) dazu verpflichtet, noch zusätzlich lokale Guides einzusetzen, die dann von der jeweiligen Parkbehörde gestellt werden. Diese externen Guides sprechen häufig Spanisch und Englisch und verfügen über Spezialwissen über die besuchte Region. Unsere Reiseleiter fungieren dann als Übersetzer und Begleiter.

Dass unsere Reiseleiter weiterhin einen tollen Job machen, zeigen die begeisterten Feedbacks unserer Kunden, die wir auch bei dieser Rezertifizierung anfügen möchten. Anbei ein paar kleine Auszüge:

Argentinien/Chile Gruppenreise – Wildes Patagonien

„Wir waren eine tolle Truppe. Unser Reiseleiter Martin war spitze. Die Nationalparks waren sehr schön, der Perito Moreno Gletscher war gigantisch. Wir waren auch im Glaciarum in El Calafate. Hat uns gut gefallen."

Peru Gruppenreise – Auf den Spuren der Inkas

„Der Reiseleiter Andre (während der Reise) und Marco (am Inkatrail) sind absolute Spezialisten in Ihrem Fach, konnten alle Probleme lösen bzw. machten die Reise zu einem wirklichen Erlebnis."

Ecuador/Galapagos Gruppenreise – Naturparadies hautnah

„Reiseleiter Carlos Diaz hat uns eine völlig neue Welt erschlossen. Er hat unsere Begeisterung geteilt, unser Wissen vermehrt und uns hervorragend betreut. Mit viel Umsicht, Humor und Einfühlungsvermögen. Er und unser absolut sicherer und fröhlicher Fahrer Angelito waren unser Dreamteam."

Costa Rica Gruppenreise – Paraíso Tropical

„Hallo, uns konnte gar nichts besseres passieren Simone Krüger als Reiseleiterin zu bekommen. Mit ihrem Wissen und ihrem freundlichen/ruhigen Wesen hat sie uns Costa Rica auf sehr schöne Weise näher gebracht. Auf jeder Frage wusste sie eine Antwort, was nicht selbstverständlich ist."

Gesamtanzahl der Reiseleitungen und Anteil gecheckter Reiseleitungen

Unsere Länderbüros beschäftigen einen Pool von 28 Reiseleitern, die unsere Gruppenreisen und geführten Individualreisen betreuen. Im Rahmen der Reiseleitung-Checks haben sechs Reiseleiter aus unserer Destination Peru an der Befragung teilgenommen. Insgesamt haben wir 13 Reiseleiter in Peru.

Als Ergebnis der Befragung wurde ein Reiseleiter-Nachhaltigkeitsindex von 90% ermittelt, der im Vergleich zur vorherigen Bewertung von 93,8% also ungefähr gleich geblieben ist. Allerdings lässt sich dieser Wert nur schwer mit dem etwas höher liegenden Wert von 2011 vergleichen. Auch hier ist der Grund, dass 2011 drei Länder untersucht wurden und 2014 nur ein Land in der Umfrage berücksichtigt wurde. Zu dem weiterhin erfreulichen Ergebnis des Nachhaltigkeitsindexes der Reiseleiter haben sicherlich auch unsere seit der Erstzertifizierung eingeführten Reiseleiterguidelines geführt. In Zusammenarbeit mit den Partneragenturen wurde eine Reiseleiter Guideline erstellt, die zunächst für die Guides in Peru, Ecuador und Argentinien verwendet wird und auch Bestandteil des Vertrags zwischen Reiseleiter und Partneragentur ist. Diese Guidelines sollen ohne länderspezifische Hinweise auch an die anderen Partneragenturen versandt und um eine Berücksichtigung gebeten werden. Sind die Partneragenturen bereit auch länderspezifische Hinweise zu entwickeln begrüßen wir dies. In Peru hat sicher auch die 2014 erstmals und 2015 wiederholt durchgeführte, mehrtägige Schulung in Zusammenarbeit mit dem Studienkreis für Tourismus zu einer Steigerung des Indexes geführt. Die Schulung stieß auf großen Anklang und wurde von den Reiseleitern sehr gelobt und sehr gut angenommen.

7.4 Geschäftspartner

Unsere Geschäftspartner stellen einen sehr wichtigen Teil unseres Unternehmens dar. Ohne gute Zusammenarbeit würden viele Abläufe unseres Unternehmens nicht so reibungslos funktionieren und sich als schwierig gestalten. Eine vertrauensvolle, faire und freundliche Zusammenarbeit sowie gute Kommunikation sind daher sehr wesentliche und unverzichtbare Bestandteile unserer alltäglichen Arbeit.
Für die Umfrage haben wir einen repräsentativen Mix an Geschäftspartnern gewählt, mit denen wir im regelmäßigen Kontakt stehen und die sich in die verschiedene Bereiche unseres Unternehmens verteilen. Unsere Auswahl betrifft die Flugbuchung durch Hajo Siewers, die Airline LAN, die IT Abteilung durch unseren unabhängigen IT Service sowie den Bürofachhandel Lyreco. Selbstverständlich stellen auch unsere Partneragenturen in Südamerika einen sehr wichtigen Teil unserer Geschäftspartner dar (siehe Kapitel 7.1.). Für die Umfrage wurde allerdings nur das peruanische Büro berücksichtigt.

Der ermittelte Zufriedenheits-Index unserer Geschäftspartner liegt bei 79%. Gerade weil dieser Teil der CSR Umfragen neu mit dabei ist, sind 79% erstmal ein zufriedenstellendes Ergebnis. Die Teil-Indexe haben uns genaueren Aufschluss geben können. Der Teil-Index „Zusammenarbeit & Geschäftsbeziehung" ist von enormer Wichtigkeit für uns. Das Ergebnis mit 83% ist sehr gut ausgefallen, was uns positiv stimmt. Bei dem Unterpunkt „Partnerschaftliches Wirtschaften" liegt die Prozentzahl bei 75. Dort ist also noch etwas Handlungsbedarf.

Der Teil-Index „Nachhaltigkeits-Engagement des Reiseveranstalters" liegt mit 92% sehr hoch, worüber wir uns als nachhaltiges Unternehmen natürlich besonders freuen. Die Kommunikation mit unseren Geschäftspartnern ist auf dieser Ebene also besonders erfolgreich und unsere Unternehmensphilosophie wurde ergebnisreich weitergetragen.

	Einheit	2014
Zufriedenheits-Index Geschäftspartner	%	79
Teil-Index „Zusammenarbeit & Geschäftsbeziehung"	%	83
Teil-Index „Nachhaltigkeits-Engagement des Reiseveranstalters"	%	92

	Einheit	2014
Anzahl befragter Geschäftspartner	Anz	4

8. Community Involvement

	Einheit	2014
Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten	€	37.000

8.1. Unsere Reisen – entwicklungspolitische Instrumente

Tourismus ist ein weltweites Phänomen dessen stetiges Wachstum nicht aufzuhalten ist. Fehlplanungen und Habgier zahlreicher Reiseveranstalter, sowie fehlendes Wissen und Machtlosigkeit der Menschen in den Zieldestinationen führen dabei zu Ausbeuterei vieler Bevölkerungsgruppen und der Zerstörung derer Lebensräume.

Papaya Tours versucht als kleiner individueller Reiseveranstalter durch gezielte Steuerung seiner Handlungsweisen, die Negativeffekte des Tourismus zu beschränken und diesen vielmehr als Potenzial für die bereisten Partnerländer zu nutzen. Wir sind darauf bedacht in Bezug auf heutige wie auf zukünftige Generationen, ethisch und sozial gerecht zu handeln und unsere Reisen ökologisch tragfähig sowie wirtschaftlich sinnvoll zu gestalten.

In diesem Rahmen ist Papaya Tours Mitglied des forum anders reisen, das sich aktiv für die Verbreitung einer großen Angebotspalette nachhaltiger touristischer Angebote einsetzt und den Endkunden durch ein umfassendes Marketing über die Möglichkeiten und den Nutzen des nachhaltigen Reisens informiert.

8.2. Finanzielle Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten

Neben der aktiven Entwicklungsförderung durch die starke Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung und der Teilnahme an nachhaltigen Tourismusprojekten in den Zielländern, unterstützt Papaya Tours außerdem verschiedene Umwelt- und Sozialprojekte mit finanziellen Mitteln. Als Kriterien zur Auswahl gelten hierbei die Selbstverwaltung der Vereine und deren Fokus auf Hilfe zur Selbsthilfe, um keine Abhängigkeiten oder Fremdlenkung zu schaffen.

In dem Berichtsjahr 2014 hat sich der Betrag an jährlichen Spenden mit 37.000,- Euro fast verdreifacht im Vergleich zu 11.000,- Euro im Jahr 2009. Mit jeder Buchung einer Gruppenreise bei Papaya Tours gehen 15,- Euro an die folgenden Umwelt- und Sozialprojekte:

Im sozialen Bereich unterstützen wir bereits seit mehreren Jahren die Vereine Pro Vita Andina e.V. und Ayudame e.V. 2010 sind wir auch auf die Futuro Sí Initiative für Kinder in Lateinamerika aufmerksam geworden, denen wir seitdem bei Ihren Kinderhilfsprogrammen finanzielle Hilfe bieten. Es ist für uns wichtig langfristige Partnerschaften mit den Projekten einzugehen, um dauerhaft unterstützend wirken zu können und ein verlässlicher Partner zu sein. Auf alle drei Initiativen verweisen wir auf unserer Homepage.

Pro Vita Andina e.V. - www.andina.de

Der Verein konzentriert sich bei seiner Arbeit hauptsächlich auf Ecuador. Die Einsatzorte im Andenhochland sind Pomasqui, Tocachi, Guaraqui und Cruz del Arenal, Pile an der Pazifikküste und Sarayaku im südöstlichen Amazonien (Provinz Pastaza). Die vom Verein unterstützten Projekte haben den Charakter „Hilfe zur Selbsthilfe".

Ayudame e.V. - www.ayudame-peru.de

Ayúdame e.V. ist ein Verein, der verschiedene Kinderhilfsprojekte in Peru unterstützt und selbst durchführt. Der Verein bündelt verschiedene Hilfskräfte in sich, durch die unter anderem Waisenhäuser in Huanuco und Abancay, sowie Kindergärten entstanden sind.

Futuro Sí - www.futuro-si.de

Der Verein unterstützt ausschließlich Projekte in Südamerika und befasst sich dabei mit Themen wie die Erziehungsarbeit und Gesundheitsvorsorge in Armutsvierteln, Sozial- und Bildungsarbeit mit Straßenkindern, Verbesserung der Umwelt- und Lebensbedingungen, der Durchsetzung von Menschenrechten und der Unterstützung der Selbsthilfeorganisationen der Urbevölkerung Lateinamerikas befasst.

Im Bereich des Umweltschutzes unterstützt Papaya Tours die Initiative Atmosfair, eine GmbH die im Jahr 2005 aus einer Kooperation des Bundesumweltministeriums und des forumandersreisen e.V. zur Unterstützung weltweiter Klimaschutzprojekte ins Leben gerufen wurde. Auf unserer Homepage wird die Initiative genau beschrieben und auch unseren Rechnungen liegen Flyer bei, durch die wir unsere Kunden darauf aufmerksam machen eine freiwillige Entschädigung für den durch die Flüge verursachten Ausstoß von Kohlendioxid zu entrichten. Aus vielen Faktoren wie beispielsweise Flugzeugtyp, Flughöhe, Flugstrecke, Temperatur, Luftfeuchtigkeit, etc. wird der Emissionswert errechnet. Dieser wird anschließend mit Hilfe eines Emissionsrechners in einen Euro-Betrag umgerechnet. Jeder Reisende kann jedoch selbst entscheiden ob und in welcher Höhe er spenden möchte. Für jede Spende überreicht Atmosfair eine Spendenbescheinigung sowie ein Zertifikat.

Priorität haben bei uns auch Menschenrechte, weshalb wir darauf achten, dass wir die Rechte verletzlicher Personengruppen wie Kindern einhalten um Missbrauch oder Ausbeutung zu vermeiden.

Daher sind wir Partner der Kinderrechtsorganisation „The Code", die in Deutschland von dem

Verein ECPAT repräsentiert wird und haben 2014 deren internationalen Kinderschutzcodex (Code of Conduct) unterzeichnet.

Neben der Unterstützung von Umwelt- und Sozialprojekten ist uns auch die Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung bei nachhaltigen Tourismusprojekten wichtig. So werden auch touristische Projekte vor Ort unterstützt wie z.B. die Übernachtung bei einer Gastfamilie in Llachon. Dort wird auch darauf geachtet, dass Kunden den Einheimischen nur nützliche Geschenke mitbringen.
Auch in Ecuador werden durch die Übernachtungen bei den Indigenas in Cotacachi und in Otavalo soziale Projekte vor Ort unterstützt, ebenso wie die Kleinbauerorgansiation El Guabo. Durch den Besuch der Kapawi Lodge oder des Bellavista Nebelwaldes werden ebenfalls Projekte sozialer und ökologischer Natur unterstützt. Auf diese Weise erhalten unsere Kunden interkulturelle Erfahrungen durch Übernachtungen in Gastfamilien oder dem Besuch von Einheimischen.

Anlage: Verbesserungsprogramm

Handlungs-feld	**Ziel**	**Maßnahme**	**Verantwortung**	**Erstelldatum** (Jahr)	**Frist** (Monat/ Jahr)	**Umsetzungsstand**
Unternehmens-ökologie	Papierver-brauch verringern	Interne Infos per E-mail schicken und keine Notizzettel benutzen	alle	2011	ab sofort	umgesetzt
Unternehmens-ökologie	Papierver-brauch verringern	Mehrseitig drucken (2 Seiten pro Blatt)	alle	2011	ab sofort	umgesetzt
Unternehmens-ökologie	Stromver-brauch verringern	Computerbild-schirm auch während der Mittagspause ausschalten (kann automatisch eingestellt werden)	alle	2011	ab sofort	umgesetzt
Unternehmens-ökologie	Verbes-serung von Nachhaltig-keitsaspek-ten im Büro	Bezug von nachhaltigem und fairem Kaffee von Coffee Circle	Lena & Birte	2014	ab sofort	umgesetzt
CSR-Management	Pflichtan-forderunge n Tourcert	Unterzeichnung der Kinderschutzkodex	Birte	2013	01.06. 2014	umgesetzt
CSR-Management	Pflichtan-forderunge n Tourcert	Implementierung eines Supplier Code of conduct mit verbindlichen Rahmenbe-dingungen zu Menschenrechten, Arbeitsbe-dingungen, Umweltschutz, Biodiversität	Lena & Birte	2013	01.03. 2015	umgesetzt

Partner-agenturen	Verbes-serung der Nachhaltig-keitsaspek-te bei den Partner-agenturen	Kriterien zur Auswahl von neuen Partneragenturen festlegen und eine Art Checkliste anfertigen	Ingo N. & Geschäfts führer der Partner-agenturen	2011	01.09. 2015	noch nicht begonnen
Kunden	Verstär-kung von Nachhaltig-keitsaspek-ten bei Kunden-information en & Reisean-geboten	Nachhaltigkeit der Kundenfeedbacks verbessern • Nachhaltigkeits-aspekte in die Kundenfragebögen aufnehmen • Ein System zur automatischen Auswertung der Kundenfeedbacks ist im Rahmen des neuen Back Office Programms in Arbeit.	Lena & Birte	2011	01.03. 2015	umgesetzt
Reiseleiter	Kommuni-kation & Austausch zwischen Partner-agenturen & Kölner Büro fördern	Aktiveren Austausch zwischen Kölner Büro und Büros in Südamerika und Reiseleitern fördern (z.B Videos)	Lena & Birte	2011	01.03. 2015	in Bearbei-tung

Mitarbeitende	Interne und externe Kommunikation von CSR-Aspekten verstärken	Leitfaden für Festangestellte fertig stellen und Informationen zum CSR einbinden	Lena & Birte	2012	01.03. 2015	in Bearbeitung
Unterkünfte	Verbesserung der Nachhaltigkeitsaspekte bei den Partneragenturen	Infos von den Partneragenturen über nachhaltig agierende Hotels stärker bei der Angebotsgestaltung berücksichtigen zu können. Bei der Hotelbeschreibung sollte dann auch ein Hinweis auf die Nachhaltigkeit eingebaut werden. Entsprechende Hotels in den Tarifarios farblich hervorheben	Lena & Birte	2011	01.11. 2014	in Bearbeitung
Angebotsgestaltung	CO2 Emissionen pro Reise senken & CO2 Kompensation fördern	Atmosfair stärker bewerben: Einbindung des atmosfair Rechners auf unsere Homepage	Lena, Birte & Jarek	2011	01.06. 2015	in Bearbeitung

Angebotsgestaltung	CO2 Emissionen pro Reise senken & CO2 Kompensation fördern	CO2-Emissionen pro Gruppenreise in den FAQs und bei dem Buchungsprozess angeben	Lena & Birte	2011	01.06. 2015	in Bearbeitung
Kunden	Verstärkung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Kundeninformationen & Reiseangeboten	Tipps zur Routenplanung in FAQs um unsinnige Reiseplanung zu vermeiden	Lena & Birte	2013	01.10. 2015	in Bearbeitung
Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	Interne Schulung vorbereiten, um Mitarbeitern zu zeigen, wie man CSR-Aspekte aktiv in die Prozesse der Kundenberatung und Buchung einbindet	Lena & Birte	2013	01.10. 2015	in Bearbeitung
Unternehmensökologie	Einkauf nachhaltiger Produkte	Nachhaltig gedrucktes Papier kaufen (auf Siegel wie Blauer Engel achten)	Lena & Birte	2011	01.10. 2014	umgesetzt
CSR-Management	Interne und externe Kommunikation von CSR-Aspekten verstärken	Auf der Homepage Links zu Videos und TV-Beiträgen zum Thema CSR-Siegel aufnehmen sowie Neugestaltung des Reiters „Umwelt und Verantwortung“	Lena & Birte	2012	01.10. 2015	in Bearbeitung

Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	Monatlich stattfindende Meetings sollen dem Austausch sowie Anregungen dienen	Lena & Birte	2013	01.07. 2014	umgesetzt
Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	Anschaffung von Headsets für Mitarbeiter die Telefondienst haben, diese werden dann entsprechend rumgereicht (prüfen, ob technisch möglich)	Lena & Birte	2013	01.06. 2014	umgesetzt
Angebotsgestaltung	CO2-Emissionen pro Reise senken und CO2 Kompensation fördern	Mietwagenangebote: CO2 Kompensation über atmosfair, bei unserer Ausschreibung mehr hervorheben & direkt auf Papayakosten kompensieren	Lena & Birte	2013	01.05. 2014	umgesetzt
Unternehmensökologie	Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten im Büro	Glühbirnen im Flur ausschrauben, da diese nicht durch einen separaten Lichtschalter betätigt werden können	Lena & Birte	2013	01.05. 2014	umgesetzt
CSR-Management	Interne und externe Kommunikation von CSR-Aspekten verstärken	CSR-Siegel in Angebote aufnehmen	Lena & Birte	2012	01.05. 2014	umgesetzt
CSR-Management	Verbesserung der Nachhaltigkeitsaspekte im Reiseland	Organigramm mit Zuständigkeiten an die Länderbüros verschicken, um die Kommunikation zwischen den Büros zu verbessern	Lena & Birte	2013	01.02. 2014	umgesetzt
Unternehmensökologie	Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten im Büro	vermehrt digitaler Versand der Unterlagen		2013	31.12. 2013	umgesetzt

Angebotsgestaltung	CO2 Emissionen pro Reise senken & CO2 Kompensation fördern	Atmosfair stärker bewerben: • Link zu Atmosfair in die Buchungseingangsbestätigung, • Flyer digital in Buchungsmails mitschicken (bzw. Link zum Flyer), • bei Individualreisen den Link zu Atmosfair direkt unter das Flugangebot in die Angebotsvorlage setzen.		2011	01.11. 2013	umgesetzt
Kunden	Verstärkung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Kundeninformationen & Reiseangeboten	Sympathie Magazine den Reiseunterlagen beilegen	Lena	2013	01.11. 2013	umgesetzt
Kunden	Verstärkung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Kundeninformationen & Reiseangeboten	Veröffentlichung des Logos von Studienkreis auf unserer Homepage		2013	01.11. 2013	umgesetzt
Reiseleiter	Verbesserung der Nachhaltigkeitsaspekte bei unseren Reiseleitern	Mehr Schulungen für Reiseleiter vor Ort anbieten bzw. Merkblätter o.ä verteilen, um die Guides für nachhaltiges Reisen zu sensibilisieren	Ingo N. & Geschäftsführer der Partneragenturen	2011	01.11. 2013	umgesetzt

Kunden	Verstärkung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Kundeninformationen & Reiseangeboten	Mehr Bewerbung von ECPAT unter dem Reiter „Umwelt und Soziales" sowie Beilage der ECPAT Broschüre bei den Reiseunterlagen (in den Krisenländern: Mexiko, Costa Rica, Kuba und Brasilien)		2013	01.10. 2013	umgesetzt
Community Involvement	Interne und externe Kommunikation von CSR-Aspekten verstärken	Vereine ayudame und Futuro Sí unter dem Reiter „Umwelt- und Sozialprojekte" als weitere unterstützte vereine aufführen		2013	01.10. 2013	umgesetzt
Unternehmensökologie	Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten im Büro	Mehr Druckervorlagen erstellen um Missdrucke zu vermeiden.		2013	01.09. 2013	umgesetzt
Unternehmensökologie	CO2-Emissionen pro Reise senken und CO2 Kompensation fördern	Teilnahme an der Initiative GO GREEN der Deutschen Post (CO2 neutrales Briefpapier versenden)		2013	01.07. 2013	umgesetzt
Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	verschiedene Rufnummern für Gruppen- und Individualabteilung ; eventuell eine Einstellung „Anruf blockieren" (prüfen ob technisch möglich)		2013	01.06. 2013	umgesetzt
Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	Anschaffung ergonomischer Sitzbälle		2013	01.06. 2013	Umgesetzt
Unternehmensökologie	Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten im Büro	Die Reiseunterlagen und Rechnungen bzw. Briefe werden auf nachhaltig produziertem, vorgedrucktem Papier doppelseitig ausgedruckt (es		2013	01.06. 2013	umgesetzt

		erfolgt eine Emissionsaus-gleichszahlung)				
Unternehmens-ökologie	Verbes-serung von Nachhaltig-keitsaspekt en im Büro	Anzahl der Seiten bei den Informationen zur Reisevorbereitung reduzieren (evtl. kleinere Schriftgröße wählen)		2011	01.05. 2013	umgesetzt
Unternehmens-ökologie	Verbes-serung von Nachhaltig-keitsaspek-ten im Büro	Anschaffung eines neuen Druckers, der im Verhältnis zu der Druckmenge sowohl im Bezug auf Energie- als auch auf den Patronenverbrauch effizienter arbeitet		2013	01.02. 2013	umgesetzt
Reiseleiter	Verbes-serung der Nachhaltig-keitsaspek-te bei unseren Reiseleitern	Entwicklung einer einheitlichen Reiseleiter-Richtlinie, die den Guides die Papaya Philosophie nahebringt und Richtlinien für nachhaltiges Reisen vorgibt. Diese Richtlinie ggf. zum Bestandteil des Vertrages machen	Ingo N. & Geschäfts führer der Partnerag enturen	2011	01.11. 2012	umgesetzt
Reiseleiter	Kommuni-kation & Austausch zwischen Partner-agenturen & Kölner Büro fördern	Papaya Leitbild an unsere Reiseleiter und Partneragenturen schicken	Claudia	2011	01.04. 2012	umgesetzt
Mitarbeitende	Verbes-serung der Mitarbeiter-zufrieden-heit im Bereich Arbeitsbe-dingungen	Einholen von qualifizierten Informationen in Bezug auf einen gesunden und ergonomischen Arbeitsplatz. Berücksichtigung individueller Bedürfnisse	Ingo N., Claudia	2011	01.11. 2011	umgesetzt

Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	Umstellung auf moderne PCs und Stühle für alle Mitarbeiter	Ingo N.	2011	01.11. 2011	umgesetzt
Unternehmensökologie	Stromverbrauch verringern	Strom-Steckerleisten (ggf. mit Überspannungsschutz) für alle Computer kaufen und jeden Tag ausschalten	Elisabeth	2011	01.11. 2011	umgesetzt
Unternehmensökologie	Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten im Büro	Bezug von Ökostrom		2011	01.09. 2011	umgesetzt
Kunden	Verstärkung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Kundeninformationen & Reiseangeboten	Informationen zur Reisevorbereitung und FAQs um folgende Punkte erweitern: • Bei Literaturtipps auf Sympathiemagazin hinweisen; • Mehr Informationen zur Nachhaltigkeit bei Reisen mit Papaya Tours aufführen; • Infos über ECPAT einfügen; • Auf Ausfuhrbestimmungen von kulturellen Gütern o.ä. Eingehen,	Claudia und Birte	2011	01.06. 2011	umgesetzt
Unternehmensökologie	Papierverbrauch verringern	Anzahl der Seiten bei den Informationen zur Reisevorbereitung reduzieren (evtl. kleinere Schriftgröße wählen)	Claudia, Tatjana	2011	01.06. 2011	umgesetzt
Angebotsgestaltung	CO2 Emissionen pro Reise senken & CO2 Kompensation fördern	Generellere Umstellung auf das Rail&Fly Umwelt-Plus Ticket	Claudia	2011	01.05. 2011	umgesetzt

Angebotsgestaltung	CO2 Emissionen pro Reise senken & CO2 Kompensation fördern	Verstärkung der Rail & Fly Angebote im Individualreisebereich	Claudia	2011	01.03. 2011	umgesetzt
Unternehmensökologie	Einkauf nachhaltiger Produkte	Ökofaire Putzmittel kaufen (lassen)	Birte, Reinigungskraft	2011	01.03. 2011	nicht möglich
Unternehmensökologie	Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten im Büro	Recherche über Einsatzmöglichkeiten alternativer Suchmaschinen (z.B Forestle oder Znout)	Felix	2011	01.03. 2011	umgesetzt
Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	Einführung eines Telefondienstes um konzentriertes Arbeiten zu ermöglichen	Elisabeth	2011		umgesetzt
Mitarbeitende	Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit im Bereich Arbeitsbedingungen	Mehr interne Schulungen, Länderworkshops (z.B von AGRE) & Einladungen zu Inforeisen generieren. Bedarf an Fortbildungen ermitteln und verstärkt anbieten	Lena & Birte	2011		fortlaufend
Unternehmensökologie	Stromverbrauch verringern	Beim Kauf von neuen technischen Geräten auf Energieeffizienz achten	Jarek	2011		fortlaufend
Unternehmensökologie	Verbesserung von Nachhaltigkeitsaspekten im Büro	Ökofaire Produkte kaufen (Toilettenpapier, Büromaterialien Kaffee, Milch etc.)	Katha & Birte	2011		fortlaufend
CSR-Management	Pflichtanforderun-	Kommunikation des Leitbildes auf		2011		umgesetzt

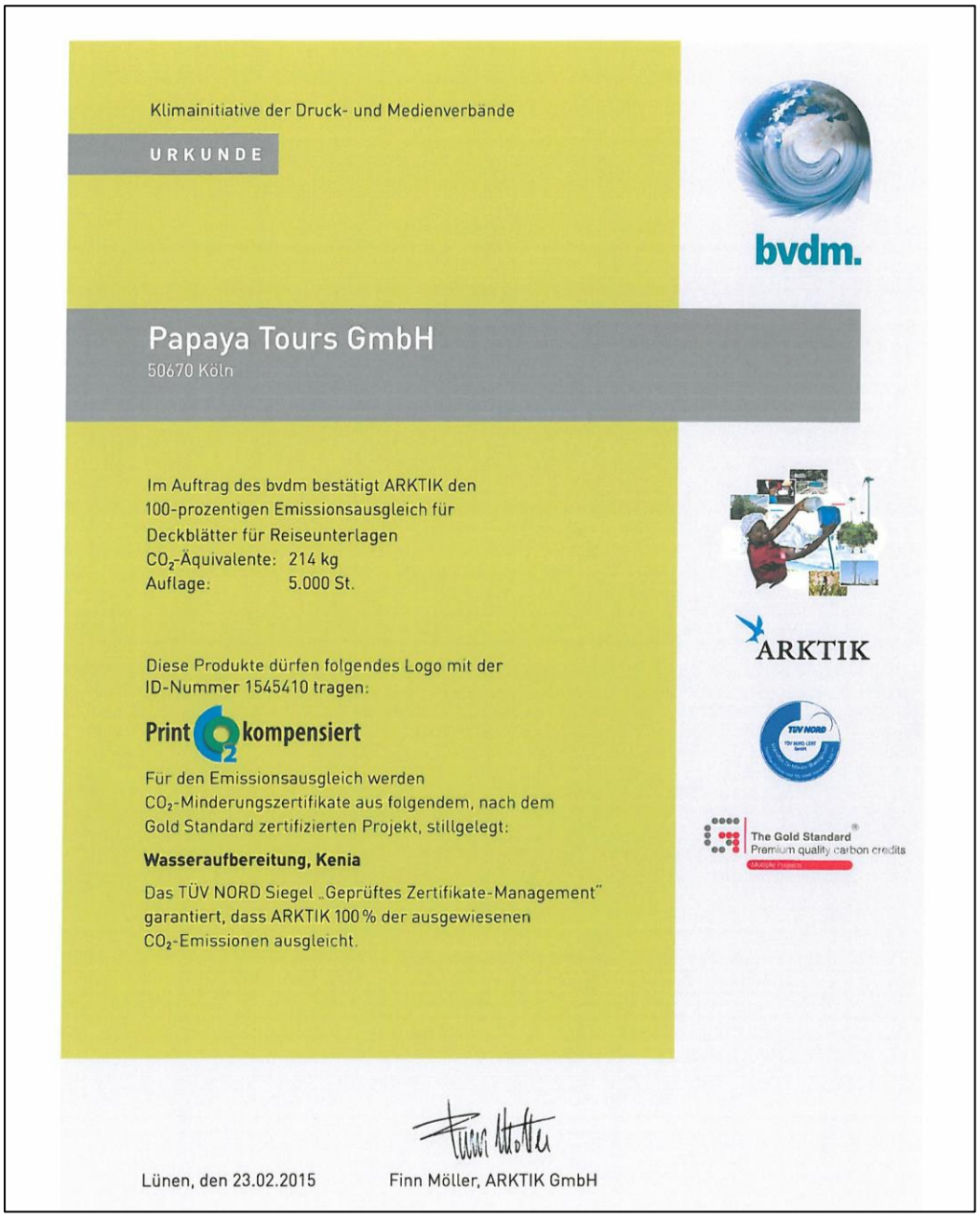
	gen Tourcert	der Unternehmens-website				
CSR-Management	Pflichtan-forde-rungen Tourcert	CO2-Kompensation der eigenen Flugdienstreisen zu mindestens 50%	Lena & Birte			fortlaufend
CSR-Management	Pflichtan-forde-rungen Tourcert	Aktive Werbung bei den Kunden für nachhaltiges Reisen		2013		umgesetzt
CSR-Management	Interne und externe Kommunika tion von CSR-Aspekten verstärken	CSR-Siegel in E-Mail und auf Briefpapier		2012		umgesetzt
CSR-Management	Interne und externe Kommunika tion von CSR-Aspekten verstärken	Verbesserungs-wesen bzw. die Umsetzung des Verbesserungs-programms strukturieren und intensiver in den Büroalltag integrieren		2013		umgesetzt
CSR-Management	Interne und externe Kommunika tion von CSR-Aspekten verstärken	Incoming Agenturen auf Zertifizierung prüfen und falls vorhanden Kompatibilität mit unserem Siegel prüfen. Aufführen, wieviele aller Agenturen zertifiziert sind	Lena & Birte	2015	01.06. 2016	in Bearbei-tung
Mitarbeitende	Verbes-serung der Mitarbeiter-zufrieden-heit im Bereich Arbeitsbe-dingungen	Anschaffung von Handgelenk-auflagen für Maus und Tastatur zur Vorbeugung von Sehnenscheidenent zündungen	Lena & Birte	2014	01.12. 2014	umgesetzt
CSR-Management	Interne und externe Kommunika tion von CSR-Aspekten verstärken	CSR Flyer den Reiseunterlagen beigelegen		Jul 15	01.10. 2016	umgesetzt
Partneragen-turen	Ansprech-partner für CSR Aspek-te vor Ort	CSR Beauftragten in den Agenturen und Hotels vor Ort bestimmen	Katha & Birte	Jun 16		noch nicht begonnen

Partner-agenturen	Zufriedenheit und Arbeitsbedingungen vor Ort verbessern	In den Agenturen vor Ort Mitarbeiterumfragen durchführen.	Katha & Birte	Jun 16		noch nicht begonnen
CSR-Management	Prüfung der Wertigkeit des Siegels	CSR Diskussionsrunde mit dem ganzen Team: Wie wird das Siegel bewertet, was ist uns Positiv aufgefallen? Was ist uns negativ aufgefallen? Gibt es Verbesserungsvorschläge	Katha & Birte	Jun 16		noch nicht begonnen
Mitarbeitende	Kommunikation in Team verbessern	jährlich eine Mail an alle Mitarbeiter schicken, die über den CSR, Nachhaltigkeit und Kinderschutz informiert.	Katha & Birte	Jun 16		umgesetzt
Reiseleiter	Informationsstand verbessern	Die Reiseleiterguidelines auf für lokale Reiseleiter bereitstellen	Katha & Birte	Jun 16		in Bearbeitung
Kunden	Aufklärung über Kinderschutz	Erweiterung des Leitbildes, um Kinderschutz , die Mitgliedschaft bei "the Code" & unsere Maßnahmen. Dies auch über facebook kommunizieren	Katha & Birte	Apr 16		umgesetzt
Partner-agenturen	Kommunikation in den Partneragenturen zum Thema Kinderschutz	Ansprechpartner in den Partneragenturen benennen, so dass Kunden und Reiseleiter Vorfälle weitergeben können und diese dann gemeldet werden.	Katha & Birte	Apr 16		umgesetzt
Mitarbeitende	Schulung Thema Kinderschutz	Jeder Mitarbeiter muss verpflichtend einen E Learning Kurs zum Thema Kinderschutz (von Ecpat) abschließen. Auch die Mitarbeiter der Länderbüros	Katha & Birte	Apr 16		umgesetzt

Kunden	Aufklärung über Kinder-schutz	Aufklärung über das Thema Kinderschutz in die Reiseinformationen einfügen	Katha & Birte	Apr 16		umgesetzt
Reiseleiter	Aufklärung über Kinder-schutz	Reiseleiter Guidelines, um den Punkt "Kinderschutz" erweitern. Hilfestellung geben & über Meldemöglich-keiten informieren	Katha & Birte	Apr 16		in Bearbei-tung
Unternehmens ökologie	Plastikein-sparung	Die Mitarbeiter dazu aufrufen bei dem Kauf von Essen "to go" in der Mittagspause eigene Tupperware mitzunehmen und diese zu nutzen anstatt immer wieder neue Plastikbehälter.	Katha & Birte	Jun 16		umgesetzt
Mitarbeitende	Verbes-serung der Mitarbeiter-zufrieden-heit im Bereich Arbeitsbe-dingungen	Es wurden 2 Arbeitsplätze geschaffen, an denen im Stehen gearbeitet werden kann. Die Konstruktion ist aus Pappe und kann individuell weitergegeben werden, an den der sie gerade benötigt.	Carla & Birte	July 16		umgesetzt
Kunden	Informa-tionen zum Artenschutz der Natur vor Ort bereit-stellen	Ideen sammeln	Katha & Birte	Jun 16		noch nicht begonnen

Anhang

1. Emissionsausgleich für Deckblätter der Reiseunterlagen



Klimainitiative der Druck- und Medienverbände

URKUNDE

bvdm.

Papaya Tours GmbH
50670 Köln

Im Auftrag des bvdm bestätigt ARKTIK den
100-prozentigen Emissionsausgleich für
Deckblätter für Reiseunterlagen
CO_2-Äquivalente: 214 kg
Auflage: 5.000 St.

ARKTIK

Diese Produkte dürfen folgendes Logo mit der
ID-Nummer 1545410 tragen:

Print CO_2 kompensiert

Für den Emissionsausgleich werden
CO_2-Minderungszertifikate aus folgendem, nach dem
Gold Standard zertifizierten Projekt, stillgelegt:

Wasseraufbereitung, Kenia

Das TÜV NORD Siegel „Geprüftes Zertifikate-Management"
garantiert, dass ARKTIK 100 % der ausgewiesenen
CO_2-Emissionen ausgleicht.

The Gold Standard
Premium quality carbon credits

Lünen, den 23.02.2015 Finn Möller, ARKTIK GmbH

2. Zertifikat zur CO²-Kompensation durch *atmosfair*

nachdenken • klimabewusst reisen

atmosfair

Zertifikat

für kompensierte Treibhausgase

Papaya Tours GmbH
kompensiert mit atmosfair
8.402 kg CO_2 Treibhausgase.

Was bewirkt Ihr Klimaschutzbeitrag?

Mit Ihrem Klimaschutzbeitrag in Höhe von 205,00 Euro unterstützen Sie u.a. folgende Projekte:

Effiziente Kochsysteme für Familien in Nigeria

Mit Ihrem Beitrag können 3 Kochsysteme finanziert werden. Diese sparen 80% Energie ein.

Stromerzeugung aus Senfernte-resten in Indien

Mit Ihrem Beitrag können 11 Haushalte ein Jahr lang mit erneuerbarem Strom versorgt werden

Bau von Biogasanlagen für Haushalte in Kenia

Mit Ihrem Beitrag kann etwa ein Biogaskocher, der mit dem Gas einer Anlage läuft, finanziert werden.

atmosfair betreibt seine Projekte nach den im Kyoto-Protokoll verankerten Regeln des Clean Development Mechanism (CDM) und zusätzlich dem von internationalen Umweltorganisationen etablierten „Gold Standard". Unabhängige, von den Vereinten Nationen zugelassene Organisationen (z.B. TÜV) kontrollieren die tatsächliche CO_2-Minderung der Projekte.

The Gold Standard®
Premium quality carbon credits
100% Portfolio Pledge

United Nations
Framework Convention on
Climate Change

Mehr auf atmosfair.de

3. CO²-Kompensation durch *atmosfair (Zahlungsbeleg Teil I)*

atmosfair gGmbH, Zossener Str. 55-58, 10961 Berlin

Papaya Tours GmbH
Papaya Tours
Im Mediapark 2
50670 Köln

nachdenken • klimabewusst reisen
atmosfair

Buchungsdatum: 05.02.2016
Rechnungsnummer: AX1000010422

Zahlungsbeleg

Sehr geehrter Herr Papaya Tours,

vielen Dank, dass Sie mit atmosfair einen Beitrag zum Klimaschutz geleistet haben.

Hiermit bestätigen wir Ihnen den Zahlungseingang für folgende Buchung:

Datum	Beschreibung		Betrag
05.02.2016	Rechnungsnummer: AX1000010422 Zahlungsart: Kreditkarte		205,00 Euro
		Enthaltene MwSt.:	0,00 Euro

Bei Rückfragen erreichen Sie uns wie folgt:

E-Mail: info@atmosfair.de
Telefon: +49 - (0)30 - 627 35 50 0

Mit freundlichen Grüßen

Dr. Dietrich Brockhagen, Geschäftsführer atmosfair gGmbH

atmosfair gGmbH

Zossener Str. 55-58
D - 10961 Berlin

Geschäftsführer
Dr. Dietrich Brockhagen

Tel.: +49 - (0) 30-627 3550-0
Fax: +49 - (0) 30-627 3550-29
mail: info@atmosfair.de
web: www.atmosfair.de

Sitz der Gesellschaft: Bonn
Amtsgericht Bonn
HRB 13789

Bankverbindung
GLS Gemeinschaftsbank eG
Kontonummer: 4009153300
BLZ: 43060967
BIC: GENODEM1GLS
IBAN: DE06430609674009153300

Steuernummer: 27/601/53604

4. Zahlungsbeleg Teil II:

Liste der Klimaschutzbeiträge

nachdenken • klimabewusst reisen
atmosfair

Nr.	Datum	Details	Stichwort	CO_2 in kg	Betrag in €
1	05.02.2016	DUS-BUE, 1 Flug, 1 Pers.	-	1.662	40,00
2	05.02.2016	UIO-CGN, 1 Flug, 1 Pers.	-	1.340	33,00
3	05.02.2016	CGN-UIO, 1 Hin- und Rückflug, 1 Pers.	-	2.700	66,00
4	05.02.2016	UIO-CGN, 1 Hin- und Rückflug, 1 Pers.	-	2.700	66,00

5. Unterstützung nachhaltiger Projekte

6. Zertifikat vom Stromanbieter *naturstrom*