

## Nachhaltigkeits- bericht 2016

Für unsere gemeinsame Zukunft



## Inhalt

### Vorwort

1. Unternehmensportrait	4
2. CSR Management	10
3. Kunden	17
4. Mitarbeitende	20
5. Betriebsökologie	25
6. Reiseangebote	27
7. Leistungsträger	30
8. Soziales Engagement	34

### Kernindikatoren\*

CSR-Index Partneragenturen	52%
CSR-Index Unterkünfte	57%
CSR-Index Reiseleiter	74%
CSR-Index Produktgestaltung	48%
CSR-Index Kundeninformation	48%
Mitarbeiter-Zufriedenheit	67%
Kunden-Zufriedenheit	89,4%
Geschäftspartner-Zufriedenheit	87%

Alle Umfragen von TourCert sind neu, umfangreicher und präziser. Deshalb sind die Werte nicht mit denen der Vorjahre vergleichbar.

## Verantwortungsvoll in die Zukunft

„Gebeco – Gesellschaft für internationale Begegnung und Kooperation“: Der Reiseveranstalter für Studien- und Erlebnisreisen trägt seit der Firmengründung 1978 Nachhaltigkeit bereits implizit im Namen. Denn Begegnung und Kooperation waren von Anfang an die prägenden Inhalte der Gebeco-Reisen. Dazu zählt als oberstes Ziel der verantwortungsvolle Umgang mit den Menschen vor Ort, den ökologische Ressourcen, kulturellen Schätzen und sozialen Gegebenheiten – als Grundlage für einen zukunftsfähigen Tourismus. Somit ist es nicht verwunderlich, dass die meisten Kunden Gebeco als nachhaltiges Unternehmen mit nachhaltigen Reisen wahrnehmen.

Als Synonym für Nachhaltigkeit hat sich in den vergangenen Jahren der Begriff „Corporate Social Responsibility“, kurz CSR, herausgebildet. CSR umschreibt den Beitrag eines Unternehmens zu einer nachhaltigen Entwicklung, indem es über gesetzliche Vorgaben hinaus soziale und ökologische Verantwortung in seinem Kerngeschäft übernimmt. So lautet die Definition der unabhängigen Zertifizierungsgesellschaft „TourCert“, von der Gebeco erstmals 2011 als einer der ersten größeren Reiseveranstalter ausgezeichnet wurde.

Wirtschaftet Gebeco nachhaltig? Zur Analyse wurde der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht erstellt. Er basiert auf den von „TourCert“ normierten Kernindikatoren und enthält ein Verbesserungsprogramm. Denn Nachhaltigkeit bedeutet alles andere als Stillstand. So verbessert Gebeco sein Engagement nachhaltig – und macht die Entwicklung nicht nur für die Zertifizierungsgesellschaft „TourCert“, sondern auch für Dritte transparent.

Und all das um fortzuführen, wo die Geschichte der Gebeco begann: Mit dem Gedanken, verantwortungsvoll mit Mensch und Natur umzugehen.



  
Ury Steinweg  
Geschäftsführer/CEO

  
Thomas Bohlander  
Geschäftsführer

# 1. Unternehmensportrait

Am Anfang der Gebeco mbH & Co. KG stand die Entscheidung des Hochschulabsolventen Ury Steinweg, sein Hobby zum Beruf zu machen. Seine Vision: Über Grenzen hinaus Brücken zu schlagen. Verantwortung zu übernehmen. Reisen anzubieten, die die Begegnung mit fremden Menschen und ihren Kulturen ermöglichen, folglich das Verständnis der Menschen füreinander zu fördern. So wundert es nicht, dass die ersten Gebeco Reisen in damals schwer bereisbare Länder wie Russland und China führten. Auch im Firmennamen ist seither der nachhaltige Gedanke fest verankert: **Gebeco - Gesellschaft für internationale Begegnung und Cooperation**. Fast 40 Jahre später beherbergt Gebeco die verschiedensten Reiseformen unter einem Dach: Erlebnisreisen mit Gebeco Länder erleben, Dr. Tigges Studienreisen sowie Abenteuerreisen mit goXplore. Und noch immer wird die Philosophie vom Beginn der unternehmerischen Erfolgsgeschichte gelebt:

**Begegnung** Sei es geplant oder spontan: Besonderes Augenmerk legt Gebeco auf Begegnungen während der Reisen. Die Reisegruppen erhalten immer wieder die Gelegenheit, sich mit den Einheimischen im Gespräch auszutauschen. Der hochqualifizierte Reiseleiter hilft bei der Verständigung. Beispielsweise zu Gast bei einer Familie zum Essen oder bei dem Besuch einer lokalen Einrichtung. So entstehen authentische Einblicke in die Kultur des fremden Landes. Die Begegnungen helfen, Vorurteile abzubauen und Verständnis für andere Denkweisen zu fördern.

**Cooperation** Das Schlüsselwort für die geschäftliche Tätigkeit des Unternehmens. Dabei stehen die Reiseerwartungen und -wünsche der Gäste stets im Mittelpunkt. In Kiel arbeiten rund 200 kompetente Mitarbeiter täglich in enger Kooperation mit Geschäftspartnern in der ganzen Welt. Verlässlichkeit, Transparenz und Fairness sind die Leitbegriffe, die Gebeco gemeinsam mit den Reiseleiter/innen, Reisebüros und Partnern vor Ort die Herausforderungen des Marktes bewältigen und die Zukunft gestalten lässt.



**Zahlen und Fakten**

Gesellschaft	Gebeco – Gesellschaft für internationale Begegnung und Cooperation
Gesellschaftsform:	GmbH & Co. KG
Geschäftsführer:	Ury Steinweg (Vorsitzender der Geschäftsführung)
	Thomas Bohlander
Gesellschafter	49,9 % Ury Steinweg
	50,1 % TUI Deutschland GmbH & Co KG
Nationale Beteiligungen:	Creativ Werbe- und Beratungsgesellschaft, Kiel
	IRS, Inforeise-Service GmbH, Sigmaringen
	Atora GmbH, Kiel
Internationale Beteiligungen:	APTC, All Pacific Travel Concept (Sydney, Australien / Wellington, Neuseeland / Nadi, Fiji); ATC, African Travel Concept (Kapstadt, Südafrika / Windhoek, Namibia); LATC, Latin America Travel Concept (Rio de Janeiro, Brasilien)
Repräsentanz	Beijing, China

**Historie**

1978	Gründung der Gebeco mbH & Co. KG, Reisen nach Osteuropa.
1980	Reisen in das außereuropäische Ausland kommen hinzu. Die Zahl der angebotenen Reisen Länder steigt stetig.
1985	Der Kieler Spezialist bietet als erster deutscher Veranstalter Städtereisen nach Peking an. Gebeco ist einer der führenden europäischen Anbieter für China Reisen und bleibt dieses bis heute.
1993	Gebeco eröffnet ein eigenes Büro in Peking. Als erster ausländischer Reiseveranstalter betreibt Gebeco somit ein eigenes Büro in China und gewährleistet so eine optimale Betreuung der Gäste vor Ort.
1998	Gebeco wird Mitglied der „World of TUI“. Gleichzeitig kommt Dr. Tigges als neue Marke hinzu. So werden hochwertige Studienreisen insbesondere innerhalb Europas ins Portfolio aufgenommen.
2005	Die Kataloge für Wander- und Rad-Erlebnisreisen erscheinen erstmalig.
2008	Gebeco gründet die Abenteuer-Marke goXplore. Der erste Katalog erscheint.
2010	Neu ist das Angebot an weltweiten Reisen mit einer Durchführungsgarantie ab zwei Personen.
2011	Gebeco erhält das Nachhaltigkeits-Siegel der Zertifizierungsgesellschaft „TourCert“.
	Erstmals bietet Gebeco ärztlich begleitete Erlebnisreisen an. Die Privatreisen werden
2012	Alle Studienreisen sind nun unter der Marke „Dr. Tigges“ zusammengefasst.
2013	Gebeco feiert gleich drei Jubiläen: 35 Jahre Gebeco, 85 Jahre Dr. Tigges, 5 Jahre goXplore
2015	Neu: Erlebnis-Kreuzfahrten, bei denen die Gäste eine Erlebnisreise von Gebeco mit einer Kreuzfahrt von TUI Cruises oder Hapag Lloyd Cruises kombinieren.

## 1.2 Reisearten

Gebeco bietet eine breite Produkt-Palette an. Der Schwerpunkt liegt auf Erlebnisreisen und Dr. Tigges Studienreisen. Im Laufe der Geschäftstätigkeit sind weitere Angebote wie Privatreisen, Wander- und Rad-Erlebnisreisen, Erlebnis-Kreuzfahrten sowie die Abenteuerreise-Marke goXplore hinzugekommen. Individuell organisierte Sondergruppen-Reisen für Organisationen, Vereine, Unternehmen und andere Institutionen runden das Angebot ab. Gemeinsam ist allen Reisen: durch Begegnungen Land und Leute intensiv und unmittelbar kennen zu lernen.

## 1.3 Unternehmensstruktur

Gebeco begreift sich als mittelständisches Unternehmen mit Anschluss an einen großen Konzern, der TUI Deutschland. Der Unternehmensalltag ist von flachen hierarchischen Strukturen geprägt.

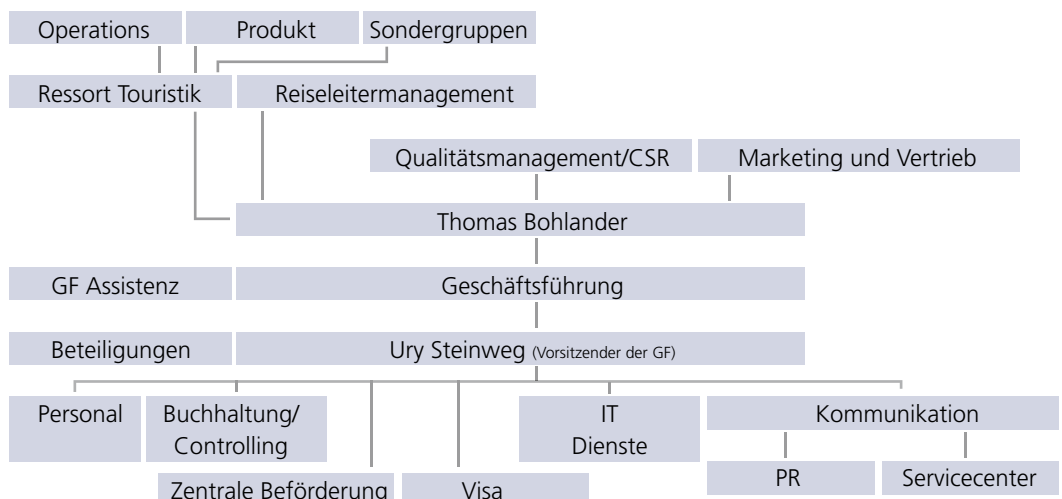
Gebeco hat zwei Geschäftsführer. Der Vorsitzende der Geschäftsführung Ury Steinweg ist auch gleichzeitig der Gründer von Gebeco. Er leitet hauptsächlich jene Ressorts, die im „nicht touristischen“ Bereich gebündelt sind. Darunter fallen unter anderen die Abteilungen Personal, Buchhaltung und Controlling, Kommunikation, IT und Zentrale Service Abteilung. Die Kommunikationsabteilung ist für die Pressearbeit, die interne Kommunikation wie auch für das Service Center zuständig. Gebeco unterhält ein eigenes Call Center, durch das die Kunden aus erster Hand Beratung erfahren. Die Zentrale Service Abteilung betreibt die Logistik,

den Versand, das Lager und die Hausverwaltung. Eine IT-Abteilung programmiert eigens das interne Buchungssystem, kümmert sich um die Kommunikations-Infrastruktur, die Hardware und gibt den Mitarbeitern Hilfestellungen in Form eines Help Desks.

Zwei weitere Abteilungen sind Ury Steinweg unterstellt. Sie sind näher an die touristischen Ressorts angelehnt: Eine eigene Visa-Abteilung bietet Gebeco Kunden besonderen Service. Sie nimmt den Kunden die meist aufwändigste Beantragung des Visums ab. Die Zentrale Beförderungsabteilung, ebenfalls Ury Steinweg unterstellt, kümmert sich um den Flugeinkauf und das Ticketing. Auch die nationalen und internationalen Beteiligungen sind Ury Steinweg zugeordnet.

Geschäftsführer Thomas Bohlander leitet die „touristischen“ Ressorts sowie die Abteilung Marketing und Vertrieb. Mit den touristischen Ressorts sind vor allem die Produkt- und Sondergruppenabteilung gemeint. Die Produktabteilung konzipiert die Gruppen- und Privatreisen, kauft die Leistungen ein und macht sie buchbar. Hier werden die Erlebnis- und Studienreisen für die Kataloge produziert. Die Sondergruppenabteilung organisiert Reisen für spezielle Gruppen für Reisebüros, Verbände und Unternehmen. Schritt für Schritt wird die Sondergruppenabteilung seit 2016 in die Produktabteilung integriert, um die Länderkenntnisse im Haus zu bündeln und Synergien besser zu nutzen. Ab der Buchung einer Reise übernimmt der „Operations“-

Die Organisations-Struktur wird anhand der folgenden Grafik dargestellt:



Bereich die weitere Bearbeitung von Erst- und Zweitversand bis Agenturkommunikation. Zwei weitere Teams arbeiten dem Ressort Touristik zu. Das Reiseleitermanagement disponiert und qualifiziert die lokalen und deutschen Reiseleiter. Das Qualitätsmanagement sichert die Qualität der Produkte über die ganze Leistungskette, bearbeitet eingehende Reklamationen und entspricht einer Rechtsabteilung. Im Qualitätsmanagement ist auch das Krisenmanagement angesiedelt. Der Bereich Marketing und Vertrieb betreut die Reisebüros sowie sämtliche Marketing-Maßnahmen von Katalogproduktion bis Online-Marketing. Auch Direktkundenbetreuung, Messeauftritte und Kundenveranstaltungen gehören zu den Aufgaben.

Darüber hinaus gibt es bei Gebeco die verschiedensten Arbeitsgruppen, die sich meist abteilungs- und hierarchieübergreifend zusammensetzen und unterschiedliche Themen vorantreiben. Eine davon ist die AG CSR, die sich dem Thema Nachhaltigkeit widmet. Insgesamt zählte das Unternehmen im Berichtsjahr 2014/2015 148 Vollzeit- und 34 Teilzeit-Mitarbeiter sowie 17 Auszubildende in Kiel. Hinzu kommen Mitarbeiter der Repräsentanzen und Beteiligungen sowie die Reiseleiter.

#### Externe Partner

Gebeco arbeitet mit einer Vielzahl von Partnern zusammen. Auf Seiten des Vertriebs sind dies die **Reisebüros, Reisebürokooperationen und Organisationen** wie Volkshochschulen, Vereine oder Verbände, die Reisen für geschlossene Gruppen anbieten. Damit die Vertriebspartner die Gebeco Produkte kennenlernen, lädt Gebeco mehrmals im Jahr Entscheider und Reisebüros zu Reisen ein. Allein in 2014/2015 fanden Produkterfahrungsreisen mit insgesamt 373 Expedienten und Sondergruppenentscheidungsträgern in Ländern wie Südafrika, Indien, Großbritannien, Türkei und Japan statt. Darüber hinaus veranstalten die Gebeco Vertriebsteams Roadshows und besondere Events, wie Katalogpräsentationen.

Zum anderen arbeiten die Produktabteilungen mit **Partneragenturen und Hotels** zusammen. Die Zusammenarbeit ist ebenfalls über Rahmenverträge geregelt. Es gibt interne Vorgaben zur Auswahl der Partneragenturen mit Mindestanforderungen, die sicherstellen, dass Gebeco Gäste ein optimales Preis-Leistungsverhältnis und eine qualitativ hochwertige Reise genießen. Die Rahmenverträge hat Gebeco in den letzten Jahren im Rahmen der Nachhaltigkeitsbemühungen überarbeitet. Seit 2012/2013 enthalten sie eine Klausel zur Nachhaltigkeit und

Menschenrechte im Tourismus. Auch ein Lieferantenkodex zum Thema Compliance wurde den Rahmenverträgen hinzugefügt. Neu im Jahr 2014/2015 ist ein Annex zur Einhaltung der Buslenkzeiten. Besondere Partner für Gebeco sind „G Adventures“ und „Geckos Reisen“. Denn deren Abenteuerreisen sind in Deutschland unter Gebecos Marke „goXplore“ buchbar. In den vergangenen zwei Jahren ist Gebeco weitere neue Kooperationen im Bereich der Erlebnis-Kreuzfahrten und der Aktivreisen eingegangen: Seit 2015 bietet Gebeco Erlebnis-Kreuzfahrten mit TUI Cruises, seit Anfang 2016 zudem mit Hapag Lloyd Cruises an. Wander- und Radreisen führt Gebeco seit 2015 mit Hauser Exkursionen und seit 2016 mit terranova gemeinsam durch. Bei beiden Veranstaltern handelt es sich ebenfalls um nachhaltig agierende Unternehmen.

#### 1.4 Mitgliedschaften

„In unserer Tätigkeit im Tourismus arbeiten wir täglich für und mit Menschen – seien es KundInnen, Beschäftigte bei uns und bei unseren Zulieferbetrieben oder sei es die Bevölkerung in den Zielgebieten. Wir achten ihre Menschenwürde und respektieren ihre Rechte.“ So lautet der erste Satz des Commitment zu Menschenrechten im Tourismus, zu dem sich auch Gebeco offiziell am 7.10.2013 bekannt hat. Gebeco ist Gründungsmitglied des „**Roundtable for Human Rights**“. Gebeco Geschäftsführer Thomas Bohlander zeichnet für den Verein als Schatzmeister. Erst kürzlich ist der DRV der Vereinigung zugunsten der Einhaltung von Menschenrechten beigetreten. Damit erhält der Verein eine größere Gewichtung. Der **Deutsche Reiseverband (DRV)** ist der größte Touristikverband Deutschlands. Gebeco ist in sechs Ausschüssen Mitglied, um die Interessen der Gäste und des Unternehmens zu vertreten. Aktive Mitgestaltung erfolgt in den Ausschüssen:

- Auslandstourismus
- Gruppen- und Incoming-Tourismus
- Nachhaltigkeit
- Recht
- Touristischer Flugverkehr
- Krisen- und Sicherheitsmanagement

Weitere Gebeco-Mitgliedschaften bestehen in der Nachhaltigkeitsinitiative Futouris, im Kinderschutzbund, in Anerkannte Spezialisten für Afrika-Reisen (ASA), Deutsche Gesellschaft für Reiserecht (DGfR), im Verbund deutscher Reisejournalisten (VDRJ), der IHK, der Arbeitsgemeinschaft Lateinamerika (ARGE), PATA (Pacific Asia Travel Association),

Handel und Gewerbe Kiel-West e.V., International Air Transport Association (IATA) und dem Marketing Club Schleswig-Holstein e.V. .

### 1.5 Leitbild

Die Unternehmensgrundsätze von Gebeco sind für die Mitarbeiter im Intranet und für Interessierte auf der Gebeco Homepage zu finden. Im Vordergrund stehen Kundenorientierung, das faire und vertrauensvolle Miteinander unter Kollegen und Partnern sowie die innovativen Reiseprodukte mit ihrer Philosophie der Begegnung. Neu: Das Thema Nachhaltigkeit wurde im Leitbild ausführlicher formuliert, z.B. sind nun der Kinder-, Umwelt- und Artenschutz explizit genannt.

#### **Leitbild: Gebeco – Gesellschaft für internationale Begegnung und Cooperation**

**Wir machen unsere KUNDEN glücklich** – Die Freude unserer Kunden ist auch unsere Freude! Die Wünsche und Bedürfnisse der Kunden stehen im Mittelpunkt unseres Handelns. Wir wollen sie mehr als erfüllen - wir wollen unsere Gäste mit unseren Reisen begeistern! Wir stellen unseren Kunden unsere ganze Kompetenz, Freundlichkeit, Flexibilität und Servicebereitschaft zur Verfügung. Wir engagieren uns dafür, dass unsere Kunden gerne wiederkommen, uns weiterempfehlen, uns klasse finden!

**Vorwärts kommen – wir steigern den WERT des Unternehmens** – Wir entwickeln und verkaufen attraktive und anspruchsvolle Reisen. Unsere Ideen und Erfahrungen sichern uns eine Spitzenstellung, wodurch wir die Tourismusbranche aktiv mit gestalten! Wir arbeiten effizient und zielorientiert und tragen allesamt zum wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens bei. Jedes positive Ergebnis begreifen wir als stabile Grundlage für die Zukunft. Wir verpflichten uns gegenüber unseren Gesellschaftern und erhalten strategische Vorteile und Sicherheit.

**Wir schaffen VERTRAUEN durch Seriosität** – Wir sind zuverlässig und aufrichtig gegenüber unseren Partnern und Kunden. Termine und Versprechen halten wir ein. Als sympathischer und angenehmer Partner pflegen wir unsere guten Geschäftsbeziehungen und erzielen gemeinsam starke Ergebnisse.

**Wir gestalten gemeinsam die ZUKUNFT** – Wir fördern unsere MitarbeiterInnen und motivieren

sie zu Spitzenleistungen. Die MitarbeiterInnen sind die Quelle unseres Erfolgs. Jeder einzelne trägt mit seiner Leistung zum Unternehmenserfolg bei und ist für das Erreichen vereinbarter Ziele mit verantwortlich. Dafür ist es notwendig, sich weiter zu qualifizieren und voneinander zu lernen. Wir sind aufgeschlossen für Neues und gestalten gemeinsam neue Wege und Lösungen für unsere täglichen Aufgaben.

**Als TEAM sind wir unschlagbar** – Unsere Zusammenarbeit ist geprägt von gegenseitigem Vertrauen und Respekt. Wir halten uns an Spielregeln, um mit Spaß und Engagement in einem angenehmen Klima erfolgreich zu arbeiten. Erfahrungsaustausch und Information finden offen, aktiv, klar und transparent statt.

**Wir tragen VERANTWORTUNG** – In unserem Handeln orientieren wir uns an den höchsten Standards und den Prinzipien der Nachhaltigkeit. Diese verfolgen wir systematisch und streben nach kontinuierlicher Verbesserung. Dabei achten wir besonders auf die Einhaltung der Menschenrechte und der Complianceanforderung. Ebenso gilt es, einen Beitrag zum Kinderschutz, wie auch zum Umwelt- und Artenschutz zu leisten. Wir schlagen Brücken zu anderen Kulturen und Völkern und tragen dazu bei, Vorurteile abzubauen. Das Wohl des Gastes bringen wir in Einklang mit den Bedürfnissen der gastgebenden Länder. Integrität bestimmt den Umgang mit unseren MitarbeiterInnen, Geschäftspartnern und Gästen.

### 1.6. Wirtschaftsdaten Umsatzverteilung

Gebeco vereint drei Reisemarken in sich, die mit unterschiedlichen Schwerpunkten und Reisekonzepten auf die vielseitigen Wünsche der angesprochenen Zielgruppen eingehen. Die Marke Gebeco Länder erleben macht den größten Anteil am Gesamtumsatz von Gebeco aus, gefolgt von der Traditionsmarke für Studienreisen Dr. Tigges. Seit einigen Jahren nun hat sich goXplore als die Abenteuermarke für junge, international zusammengesetzte Gruppen bei den Kunden etabliert, macht aber nach wie vor den kleinsten Anteil am Umsatz aus. Analog zu der Umsatzverteilung sehen die Übernachtungszahlen aufgeteilt auf die drei Marken aus. Im Vergleich zum Erfassungsjahr 2012/2013 können die Marken Dr. Tigges und goXplore einen erneuten Umsatzanstieg verzeichnen. Auch der Gesamtumsatz des Unternehmens ist im Geschäftsjahr 2014/2015





erneut gestiegen – auf rund 116 Mio € bei 58.500 Gästen.

### Ausgaben

Im Rahmen der Rezertifizierung hat Gebeco die Ausgaben aus dem Geschäftsjahr 2014/2015 und ihre Verteilung untersucht: Den größten Block bilden die im Reiseland verbleibenden Ausgaben. Im Verhältnis zu dem Gesamtumsatz beträgt der Anteil der lokalen Wertschöpfung 42,3 Prozent und ist somit im Vergleich zur letzten Erfassung 2012/2013 erneut um 2 Prozent gestiegen. Mit der Buchung lokaler Hotels und dem Einsatz lokaler Reiseleiter und Busunternehmen versucht Gebeco fortlaufend die lokale Wertschöpfung zu verbessern. Ebenfalls fließen die Eintrittsgelder für Besichtigungen und kulturelle Programmpunkte in die lokale Wertschöpfung ein. Um die lokale Wertschöpfung weiter auszubauen, versucht Gebeco zukünftig in erster Linie, einen noch stärkeren Fokus auf Eigentümergeführte Hotels zu legen und den Anteil örtlicher Reiseleiter zu erhöhen.

Mit 37 Prozent bilden die internationalen Ausgaben den zweitgrößten Kostenblock. Dazu zählen allen voran die Flugkosten. Denn Gebeco bietet viele Fernreisen an, bei denen die Flüge bereits inkludiert sind. Auch Ausgaben, die an TUI-eigene Agenturen oder Agenturen mit Gebeco Beteiligung fließen, sind in diesem Kostenblock eingeschlossen. Bei Betrachtung der Kostenverteilung geht das zu Lasten der lokalen Wertschöpfung. Generell bietet die Zusammenarbeit mit TUI oder Gebeco eigenen Agenturen jedoch viele Möglichkeiten und erhöht gleichermaßen den Einfluss von Gebeco auf Qualitätsstandards und nachhaltiges Wirtschaften der Agenturen. Deshalb begrüßt der Reiseveranstalter die Zusammenarbeit mit solchen Agenturen. Auf eine ausgewogene Balance ist zu achten. Rund 17 Prozent der Ausgaben stehen für die Geschäftsstelle. Das sind zum Beispiel Personalaufwendungen, Steuern und die Reisebüro-Provision. Die Ausgaben der Geschäftsstelle sind im Vergleich zu 2012/2013 gesunken, da hier z.B. Erträge aus Kurs-Veränderungen einfließen. Einen verschwindend geringen Anteil machen die „sonstigen Ausgaben“. Dazu zählen insbesondere Kosten für Reiseversicherungen.

Im Vergleich zum Erfassungsjahr 2012/2013 sind die Gesamtausgaben erneut gestiegen. Gesteigerte Kosten wurden vor allem im Bereich der internationalen Ausgaben, der Ausgaben im Reiseland und der Sonstigen Ausgaben verzeichnet.



## 2. CSR Management

### Arbeitsgruppe CSR

Gebeco hat eigens eine AG ins Leben gerufen, die sich ausschließlich mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt. Dabei geht es nicht nur um den Prozess der Rezertifizierung. Die „AG CSR“ tagt mindestens einmal monatlich, um das Verbesserungsprogramm umzusetzen, Verbesserungsvorschläge der Mitarbeiter zu prüfen, Maßnahmen zu ergreifen und den Nachhaltigkeitsbericht zu schreiben. Die AG übergreift Hierarchien. Sie besteht aktuell (Dezember 2016) aus einem Abteilungsleiter (Jens Hulvershorn, Leiter Marketing & Vertrieb), vier TeamleiterInnen (Nicole Prey, Leiterin der Visa-Abteilung und Compliance-Referentin/ Lena Prien, Pressesprecherin / Kirsten Hulvershorn, Produktmanagerin Afrika südlich der Sahara und Türkei / Justus Rodenwald, Leiter Qualitätsmanagement) sowie drei Fachkräften (Claudia Baldauf, Produkt Asien, Anna Flick, Sondergruppen-Abteilung und Sandra Wiese, Operations). So ist die AG bestens aufgestellt – beinahe jede Abteilung, welche Einfluss auf die Nachhaltigkeit nehmen kann, ist vertreten. Auch die Geschäftsführer Ury Steinweg und Thomas Bohlander nehmen regelmäßig an den Treffen der AG CSR teil.

### Compliance

„Es braucht oft 20 Jahre, um den guten Ruf eines Unternehmens aufzubauen, aber nur 5 Minuten, um ihn zu ruinieren.“ (Warren Buffet) . Compliance ist ein großes Thema bei Gebeco. Denn als Reiseveranstalter mit Anschluss zur TUI hält Gebeco sich an den TUI Verhaltenskodex (Konzern-Richtlinie). Nicole Prey, Mitglied der AG CSR, ist gleichzeitig Compliance-Referentin. Ury Steinweg ist der Compliance Verantwortliche. Jeder neue Mitarbeiter erhält durch die Compliance-Referentin eine persönliche Schulung, alle langjährigen Mitarbeiter erhalten alle 2-3 Jahre eine Auffrischung. Zusätzliche Bausteine dieser Schulung sind „Kinderschutz“ und „Menschenrechte im Tourismus“. Ein Handout dazu ist im Intranet für die Mitarbeiter hinterlegt. Neue Führungskräfte erhalten zusätzlich eine Kartellrecht-Schulung. Darüber hinaus ist das Thema Compliance über die Rahmenverträge mit den Partnern geregelt.

### Kinderschutzkodex

In einer gemeinsamen Kampagne haben ECPAT, die Arbeitsgemeinschaft zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung, UNICEF, das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen, die WTO, World Tourism

Organization, und die Europäische Kommission im Jahre 2000 den Verhaltenskodex zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung entwickelt. Ein Jahr später wurde der Kodex vom DRV unterzeichnet. Gebeco unterstützt die Kampagne und gehört zu den Unterzeichnern des Verhaltenskodexes zum Kinderschutz. In 2012/ 2013 reisten knapp 60.000 Gäste mit Gebeco – und alle bekamen mit den Reiseunterlagen aus dem Erstversand eine ECPAT-Broschüre. Diese findet sich seitdem für Gebeco Kunden wie auch für die Mitarbeiter zum Download im Inter- und Intranet. Zudem werden alle neuen Mitarbeiter und Azubis im Rahmen der Compliance Schulung auf das Thema Kinderschutz sensibilisiert. In den Gebeco Leitlinien ist der Kinderschutz ebenfalls verankert.

Gebeco erwartet, dass die internationalen Partner diese Verantwortung gemeinsam mit tragen und sich in Ihrem Handeln als Agentur von Gebeco an den genannten Leitlinien orientieren. Die Agentur verpflichtet sich mit ihrer Unterschrift im Agenturvertrag, die genannten Leitlinien gemeinsam mit Gebeco auf den Reisen des Veranstalters umzusetzen und zu realisieren.

### Menschenrechtliche Sorgfalt

Menschenrechte und Tourismus sind eng miteinander verzahnt. Sämtliche Touristikunternehmen stehen vor der großen Herausforderung, die Einhaltung der allgemeinen Menschenrechte bei ihren internationalen Partnern und generell vor Ort zu forcieren und Missstände aufzudecken. Die Achtung der Menschenrechte ist daher zwingend ein fester Bestandteil der Unternehmenspolitik. Gebeco achtet den „global code of ethics for tourism“, einen verpflichtenden Kodex für Tourismusunternehmen, und verankert die Wahrung der Umwelt sowie der Menschenrechte im Unternehmensleitbild. Doch nicht nur das: „In unserer Tätigkeit im Tourismus, arbeiten wir täglich für und mit Menschen – seien es KundInnen, Beschäftigte bei uns und bei unseren Zulieferbetrieben oder sei es die Bevölkerung in den Zielgebieten. Wir achten ihre Menschenwürde und respektieren ihre Rechte“. So lautet der erste Satz des Commitment zu Menschenrechten im Tourismus, zu dem sich auch Gebeco offiziell am 7.10.2013 bekannt hat. Gebeco ist Gründungsmitglied des „**Roundtable for Human Rights**“ und kommt den damit verbundenen Verpflichtungen nach. Haben Gebeco Gäste Missstände während ihrer Reise erkannt, sind

sie gebeten, diese an die eigens dafür eingerichtete E-Mail-Adresse „menschenrechte@gebeco.de“ zu senden. Auch die Reiseleiter werden auf die Achtung der Menschenrechte sensibilisiert: Bei Schulungen sowohl in Deutschland als auch vor Ort im Ausland, wie auch durch ein Kapitel im umfassenden Reiseleiter-Handbuch.

### **Partnerschaftliches Wirtschaften/ Vertragswesen**

Bei der Auswahl der internationalen Partner ist Gebeco darauf Bedacht, dass die geschaffenen wirtschaftlichen Werte im Land und bei den Mitarbeitern verbleiben. Die Rahmenverträge wurden in den letzten Jahren im Rahmen der Nachhaltigkeitsbemühungen überarbeitet. Seit 2012/2013 enthalten sie eine Klausel zur Nachhaltigkeit und Menschenrechte im Tourismus. Auch ein Lieferantekodex zum Thema Compliance wurde den Rahmenverträgen hinzugefügt. Neu im Jahr 2014/2015 ist ein Annex zur Einhaltung der Buslenkzeiten hinzugekommen.

### **Rechtskonformität und Versicherung**

Als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen gewährleistet Gebeco die Einhaltung aller gesetzlichen Pflichten und ist gegen viele Risiken versichert. Dazu zählen eine Betriebshaftpflicht-, Rechtsschutz- und Auslandsreiseversicherung für Mitarbeiter auf Dienstreisen u.v.m.

### **2.1 CSR-Schulungen**

Anfang 2014 ließ Gebeco von der Kate-Akademie in Stuttgart ein unternehmensinternes E-Learning Programm zum Thema „CSR im Tourismus und bei Gebeco“ konzipieren. Inhalte sind unter anderem die Folgen des globalen Tourismus aus ökonomischer, ökologischer und sozialer Sicht, Konzepte und Kriterien des nachhaltigen Tourismus sowie nachhaltiger Tourismus am Beispiel von Gebeco. Das Programm wurde allen im Unternehmen tätigen Fach- und Führungskräften, sowie Auszubildenden zur Verfügung gestellt. Seither erhalten in einem regelmäßigen Turnus auch alle neu beschäftigten Kollegen einen Zugang zum Programm. Nach erfolgreicher Rezertifizierung 2014 hat die AG CSR das Programm inhaltlich noch einmal angepasst. Im kommenden Jahr 2017 ist geplant, den Gebeco-Teil des E-Learnings in Kooperation mit der Kate-Akademie inhaltlich noch einmal komplett zu überarbeiten und zu aktualisieren.

Im Rahmen der für alle neuen Mitarbeiter obligatorischen Compliance Schulung werden unter

anderem Themen wie Korruption (insbesondere Zuwendungen) Datenschutz und Umgang mit vertraulichen Informationen thematisiert. Seit 2014 ist auch das Thema Menschenrechte fester Bestandteil jeder Compliance-Schulung.

Die Themen CSR und Nachhaltigkeit spielen auch bei den Reiseleiterschulungen, sowohl von örtlichen Reiseleitern als auch solchen ab/bis Deutschland, eine wesentliche Rolle. Hier wird regelmäßig diskutiert, was Reiseleiter tun können, um ihre Reise noch nachhaltiger zu gestalten und die Reisenden zu einem bewussten Umgang mit der Natur und Kultur im Gastland anzuregen. Darüber hinaus erhält jeder aktive Reiseleiter ein Handbuch, in dem ein umfangreiches Kapitel dem Thema Nachhaltigkeit gewidmet ist. Auch das Thema Kinderschutz soll in Zukunft verstärkt in die Reiseleiterschulungen mit aufgenommen werden.

Um auch den Vertrieb beim Thema Nachhaltigkeit stärker zu involvieren und somit den Reisenden bereits in seiner Reiseentscheidung aktiv und positiv beeinflussen zu können, sollen in den kommenden Jahren die Themen CSR und Nachhaltigkeit ebenso Teil aller Reisebüro-Schulungen und -Veranstaltungen werden.

### **2.2 Auszeichnungen**

Gebeco hat bereits viele Auszeichnungen für die Qualität der Reisen sowie für die Originalität und Kreativität der Reisekonzepte erhalten. Und auch für die nachhaltigen Bemühungen: So gewann Gebeco im Jahr 2015 etwa den Travel One Kompass, den begehrten Preis einer renommierten touristischen Fachzeitung. Rund 1.000 Reisebüro-mitarbeiter wählten die Studienreise „Naturschätze im südlichen Afrika“ inklusive Besuch des Gebeco Spurenleser-Projekts auf den ersten Platz. 2013 startete das Projekt, im März 2015 gingen die ersten Gebeco Gäste mit den Khwe auf Spurensuche: Gebeco bildete in Zusammenarbeit mit Futouris und dem WWF zehn Khwe im Caprivi-Zipfel zu touristischen Guides aus. Indem sie Touristen durch den Bwabwata Nationalpark führen und sie in die Tradition des Spurenlesens einweihen, bewahren sich die Khwe ein Stück weit mehr ihre Kultur. Denn diese droht den ausgefeilten Jägern verloren zu gehen – das Jagen hat ihnen die Regierung verboten und um Geld zu verdienen, fehlt den meisten Bildung und Akzeptanz in der Gesellschaft.

Das Spurenleser-Projekt gewann noch mehr Aufmerksamkeit: Bei der EcoTrophea 2015, dem

Nachhaltigkeitspreis des Deutschen Reiseverbandes, landete es unter die Top Drei nachhaltigen Initiativen. Und auch bei den GreenTec Awards, Europas größtem Umwelt- und Umwelttechnologiepreis, punktete das Spurenleser-Projekt und fand sich unter den Top Ten wieder.

**2.3 Verbesserungsprogramm und Gebeco Standards**

Das Verbesserungsprogramm ist ein wesentlicher Teil der Zertifizierung durch TourCert. Es dokumentiert Gebecos Bestrebung, noch nachhaltiger zu wirtschaften und sich kontinuierlich zu verbessern. Auch die Gebeco Mitarbeiter sind eingeladen, sich zu beteiligen: Für ihre Ideen und Anregungen hat die AG CSR eine eigene Email-Adresse eingerichtet.

<b>Verbesserungsprogramm 2016/17</b>		● offen	● läuft	● erledigt
Ziel	Maßnahmen	Wann	Status	
<b>Mitarbeiter (z. B. Zufriedenheit, Schulungen, Kommunikation)</b>				
Hierarchieübergreifende Entwicklung	Aktualisierung und Überarbeitung des CSR E-Learnings	2016	●	
	Anregung seitens Mitarbeiter: Teaminterne Meetings zur Stärkung von Zusammenarbeit und Vertrauen	2016	●	
	Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung und Fortbildung werden verstärkt kommuniziert	2016	●	
	Hospitanz-Möglichkeiten, Schnuppertage für Mitarbeiter in anderen Abteilungen	2016/2017	●	
Wert auf die Meinung aller Mitarbeiter legen	Alle Verbesserungsvorschläge aus der Mitarbeiterbefragung werden auf Realisierung geprüft und Entscheidungen kommuniziert	2016	●	
Maßnahmen zur Förderung der Arbeitsbedingungen, des Wohlbefindens und der Gesundheit der Mitarbeiter	Gebeco-Gesundheitstag und Nachhaltigkeitstag	2016	●	
	Anregung seitens Mitarbeiter: Handling von kostenlosen Fam-Trips überdenken, zentral einstellen (z.B. im Intranet – Personalabteilung – Weiterbildung) und kommunizieren	2016	●	
	Anregung seitens Mitarbeiter: Fahrkostenzuschüsse, Förderung für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel	2016	●	
	Anregung seitens Mitarbeiter: Gerechte Verteilung der Mitarbeiter-Arbeitsplätze auf die Räume	2017	●	
	Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung	Ergebnisse der Mitarbeiter-Befragung werden transparent kommuniziert	2016	●
Mitarbeiter werden über das Thema CSR/Nachhaltigkeit informiert und sensibilisiert	Auswertung der Mitarbeiter-Befragung Teil der Unternehmensstrategietagung USTRA 2016, zu der alle Führungskräfte geladen sind	2016	●	
	Die Mitarbeiter-Befragung wird ausgewertet und konkrete Maßnahmen zur Verbesserung ergriffen	2016/2017	●	
	Maßnahmen und auch nicht realisierbare Anregungen werden den Mitarbeitern vorgestellt	2016	●	
	Der Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016 wird ins Intranet gestellt. Im Newsletter wird darauf aktiv hingewiesen.	2016	●	
	Das Thema Kinderschutz wird in den Compliance-Schulungen ausführlicher behandelt	2017	●	

	Das Thema Nachhaltigkeit (nachhaltige Elemente in Volumenreisen, besuchte Hilfsprojekte) wird in die Katalogschulungen mit aufgenommen	2017	●
	Einen freiwilligen Nachhaltigkeitspaten pro Abteilung benennen und schulen	2016	●
<b>Geschäftspartner (z. B. Partneragenturen, Reisebüros, Reiseleiter)</b>			
Partneragenturen	Buslenkzeiten ist das erste große Thema des neugegründeten Vereins „Roundtable for human rights“, Gebeco schreibt die Einhaltung der Buslenkzeiten den Agenturen vor. Gebeco zieht eine Zwischenbilanz, kontrolliert.	2016	●
	Alle Agenturen werden dazu verpflichtet, an der Partneragenturen-TourCert-Umfrage teilzunehmen	2016/ 2017/ 2018	●
Reisebüros	CSRNachhaltigkeit wird in allen Reisebüro-Schulungen und -veranstaltungen 2016 und 2017 thematisiert	2016/17	●
	Mitentwicklung von Kennzeichnung nachhaltiger Reiseprodukte in Reisebüro Systemen („Green Travel Transformation“). Gebeco ist Projektpartner des vom Bundesministerium für Forschung und Bildung gefördertern Projektes, das von Leuphana Universität, Frauenhofer Institut, DRV und Futouris umgesetzt wird. Ziel ist es, Branchenstandards für die Kennzeichnung nachhaltiger Reiseprodukte zu erstellen und in den Reisevertriebssystem zu verankern. So soll dem Reisebürovertrieb das Erkennen und Verkaufen „Besserer Produkte“ erleichtert werden.	2017	●
	Das Thema Compliance wird bei der nächsten Überarbeitung der Agenturverträge integriert. Diese Anpassung wird erst vorgenommen, wenn auch TUI ihre Agenturverträge überarbeitet.		●
Reiseleiter	Das Thema Kinderschutz soll in den RL-Schulungen stärker behandelt werden. Dazu zählt auch, dass der RL die Gäste bzgl. Kinderschutz sensibilisiert.	2016/2017	●
<b>Produktgestaltung (z. B. Angebot, Unterkünfte, Checklisten)</b>			
Steigerung der nachhaltigen Programmpunkte in allen Reisen	In jedem Produktbereich wird jährlich mindestens eine wichtige Volumenreise noch nachhaltiger gestaltet, z.B. Zugfahrten statt Inlandsflüge/ regionale Verpflegung/ nachhaltige Lunchboxen	2016/2017	●
	Kontrolle, ob jeder PM mindestens eine seiner Volumenreisen um ein nachhaltiges Element ergänzt hat (rechtzeitig während der Katalogerstellung)	2016/2017	●
	Orientierungsliste mit CSR-Kriterien für Volumenreisen entwickeln und allen Produktmanagern zur Verfügung stellen (inklusive Liste aller relevanten Siegel und Label)	2016	●
	Wiederbefüllbare Flaschen für die Kunden anstelle von Plastikflaschen. Wasserkanister für die ganze Gruppe	2016/2017	●
Sicherung der Qualität der „nachhaltigen Reisen“ (gelabelte Reisen)	Katalogtexte 2017 und 2018 überprüfen (nicht nur textlich, sondern auch in Bezug auf die besuchten Projekte, Hotel Sinnhaftigkeit der Reisen etc.)	2016	●
	Überprüfung der nachhaltigen Reisen: Die Produktmanager sollen selbst eine Checkliste während der Reisegestaltung ausfüllen pro nachhaltiger Reise	2016/2017	●

Qualitäts- und Sicherheits-Checklisten	Ergänzung der Qualitäts- und Sicherheitschecklisten (füllt der Mitarbeiter während Inspektionsreisen aus) um CSR Kriterien (regionale Produkte, Mülltrennung etc.)	2016	●
Um das Verhältnis von CO <sub>2</sub> pro Reisegast pro Reisetag zu verbessern, sollen Gäste im Schnitt möglichst länger in den Destinationen bleiben.	Es werden verstärkt Reisen konzipiert, die miteinander zu kombinieren sind. Katalog 2017 und 2018 + Kontrolle	2016/2017	●
	Es werden mehr Vor- und Nachprogramme angeboten. Katalog 2017 und 2018	2016/2017	●
<b>Transport (z. B. CO<sub>2</sub>-Kompensation)</b>			
CO <sub>2</sub> -Kompensation	Dienstflüge, die im Rahmen von Dienstreisen unternommen werden, werden zu 100% kompensiert	2017/ 2018	●
<b>Kunden (Zufriedenheit, Information, Kommunikation, Rücklaufquote)</b>			
Steigerung der Kundenzufriedenheit auf über 90 Prozent und Verbesserung der Rücklaufquote	Workflow überprüfen: Kunden-Feedbacks werden intensiv ausgewertet und an die relevanten Bereiche weiter gegeben, diese Bereiche geben die Feedbacks wiederum an die Leistungspartner weiter	2016	●
	Zusätzlich: Ausführlicher Online Feedbackbogen	2016	●
	Ausfüller des Onlinebogens erhalten einen 10€ Gutschein.	2016	●
Gäste werden über CO <sub>2</sub> Kompensation informiert.	Möglichkeit der Flugkompensation auf der Homepage besser darstellen: a) unter Service, b) bei der Reiseausschreibung, c) in der Internet Booking Engine	2016	●
Gäste werden für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert	Das Thema Nachhaltigkeit taucht in den Katalogen 2017 und 2018 auf den Intro-Seiten auf.	2016/ 2017/ 2018	●
	Besonders nachhaltige Reisen werden in den Katalogen 2017 und 2018 und im Internet mit einem speziellen Symbol ausgewiesen.	2016/ 2017/ 2018	●
Zertifizierte Hotels	Zertifizierte Hotels mit Label und Siegel als Qualitätsmerkmal in Katalogen und Website kennzeichnen	2016/ 2017/ 2018	●
	Kleine Print-Broschüre (Booklet) zum nachhaltigen Engagement von Gebeco und „dos & don'ts"/Verhaltensregeln für Kunden im Gastland / Kinderschutz / Artenschutz-Fibel / Versand mit Reiseunterlagen	2016/ 2017/ 2018	●
	Im Rahmen des Internet-Relaunches wird Gebeco das Engagement zum Thema Nachhaltigkeit sowie die Mitwirkungsmöglichkeiten des Kunden besser darstellen	2016	●
	Das Thema CSR wird auch auf der Gebeco Startseite prominenter eingebunden	2016	●
	Der Nachhaltigkeitsbericht 2015/2016 wird auf der Homepage veröffentlicht	2016	●
	Den Kriterienkatalog für Nachhaltige Reisen auf der Homepage publik machen	2016	●
	NH-Seite in Reiseunterlagen wird optimiert: Link zu Ecpat, Zoll/Tier-Souvenirs, Do's & Don'ts für Touristen (z.B. Kinderschutz), Kompensation, etc.	2016	●
<b>Unternehmensökologie (z. B. Materialbeschaffung, Strom, Umweltbewusstsein)</b>			

Richtlinie	Öko-faire Anbieter und Kriterien identifizieren und in einem Beschaffungsleitfaden formalisieren	2016	●
Reinigung	Anregungen seitens Mitarbeiter: Anstelle von aggressiven Putzmitteln (Reinigungsfirma) lieber umweltfreundlichere einsetzen	2016	●
Energiesparen	Solaranlage auf dem Dach	2017	●
Papier	Anregungen seitens Mitarbeiter: Umstellung von Briefpapier auf Umweltpapier	2016	●
	Anregungen seitens Mitarbeiter, wird geprüft: Maßnahmen zum Papier sparen	2016	●
Toiletten	Austausch Papierhandtücher gegen wiederverwendbare Handtücher-Rollen	2016	●
Die Gebeco Dienstleister handeln im Sinne der Nachhaltigkeit	zu prüfen: Klimaneutraler Postversand	2016	●
Konsequente Mülltrennung und entsprechende Entsorgung	Anregungen seitens Mitarbeiter: größere Müllbeutel, weniger Plastikmülleimer, Bereitstellung zusätzlicher Bio Mülleimer	2016	●

**Standards bei Gebeco**

**CSR Management und Unternehmen**

Arbeitsgruppen zum Thema Nachhaltigkeit	Die Arbeitsgruppe CSR trifft sich mindestens einmal im Monat
<b>Mitarbeiter (z. B. Zufriedenheit, Schulungen, Kommunikation)</b>	
Hierarchieübergreifende Entwicklung	Alle Mitarbeiter erhalten eine Auffrischungs-Online-Compliance-Schulung CSR-E-Learning für alle neuen Mitarbeiter obligatorisch
Führungskräfte-Entwicklung	Jeder neue Stationsleiter besucht einen Workshop für Stationsleiter Jede neue Führungskraft erhält eine Compliance Schulung und nimmt an regelmässigen Führungsworkshops teil
Fachkräfte- und Auszubildenden-Entwicklung	Jede neue Fachkraft erhält eine Compliance Schulung
Fachkräfte- und Auszubildenen-Entwicklung	Alle neuen Fachkräfte besuchen einen Werte-Workshop; auch das Thema CSR ist hier enthalten
Fachkräfte- und Auszubildenen-Entwicklung	Tourismus-Azubis erhalten tiefere Einblicke in die Gebeco Messewelt: Sie dürfen die jeweiligen Kollegen auf die regionalen Messen begleiten (unter Anrechnung der Arbeitszeit)
Fachkräfte- und Auszubildenen-Entwicklung	Azubi Workshops (verschiedene nicht-touristische Abteilungen wie Pressestelle, Marketing&Vertrieb stellen den Azubis 1x im Jahr ihre Arbeitswelt in ein- bis mehrtägigen Seminaren sowohl theoretisch als auch in praktischen Übungen vor)
Wert auf die Meinung aller Mitarbeiter legen	Alle Verbesserungsvorschläge, von den Mitarbeitern herangetragen an die AG CSR werden auf Realisierung geprüft und Entscheidungen kommuniziert (Newsletter).
Maßnahmen zur Förderung der Arbeitsbedingungen, des Wohlbefindens und der Gesundheit der Mitarbeiter	Freiwillige Augenuntersuchung für alle Mitarbeiter  Die Kursprogramme „Rückenschule“, „Aktive Kurzpause am Arbeitsplatz“ und „Yoga“ oder Vergleichbares werden weiter geführt.  Teilnahme an BKK Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“

	Gebeco übernimmt Anmeldegebühr für den jährlichen Kiellauf sowie den Business Run 2017
	Der Betriebsarzt überprüft die Ergonomie und die Arbeitsplatzsituation der Mitarbeiter
	Die Fachkraft für Arbeitssicherheit prüft mögliche Gefährdungen am Arbeitsplatz und initiiert Brandschutzübungen etc.
	Angebote der BKK TUI betreffend Gesundheitskurse werden weitergegeben
	Kostenlose Gripeschutzimpfung
	Mobile Massage
	Betriebssport-Angebote: Beach-Volleyball, Eisstock-Schießen und Bowling
	Diverse Mitarbeitervergünstigungen (Tankstelle, Fitness-Studio, etc.)
	Die Gebeco-Fahrräder stehen den Mitarbeitern zur Verfügung und werden regelmäßig gewartet
	Einladung zum Lunch für Azubis und Fachkräfte gemeinsam mit GF Austausch
Betriebsveranstaltungen	Gebeco-Feierabende (3-4 pro Jahr)
	Sommerfest
	Weihnachtsfeier
Mitarbeiter werden über das Thema CSR/Nachhaltigkeit informiert und sensibilisiert	Im Rahmen der Jahresversammlung und weiterer Betriebsveranstaltungen wird die Bedeutung des Themas regelmäßig dargestellt
	Eine eigene Rubrik „CSR & Wohlfühlen“ im monatlichen internen Newsletter greift regelmäßig Aspekte der Nachhaltigkeit auf

### ***Geschäftspartner (z. B. Partneragenturen, Reisebüros, Reiseleiter)***

Reiseleiter	Reiseleiter in den Zielgebieten und aus Deutschland werden geschult. Darin enthalten: Die Themen Nachhaltigkeit und Menschenrechte.
	Jeder Reiseleiter verfügt über ein Reiseleiterhandbuch mit einem ausführlichen Kapitel über das Thema CSR

### ***Kunden (z. B. Zufriedenheit, Information, Kommunikation, Rücklaufquote)***

Steigerung der Kundenzufriedenheit auf über 90 Prozent und Verbesserung der Rücklaufquote	Regressrunden und Qualitätsprotokollen werden regelmäßig geführt
Gäste werden über CO <sub>2</sub> Kompensation informiert.	Auf Möglichkeiten der CO <sub>2</sub> Kompensation wird im Internet und in den Katalogen hingewiesen
Gäste werden für das Thema Nachhaltigkeit sensibilisiert	Die Reiseleiter werden geschult und weisen während der Reise auf das Thema hin
Soziales Engagement (Hilfsprojekte, Initiativen)	
Hilfsprojekte	Gebeco fördert eigene wie auch fremde Hilfsprojekte in den Zielgebieten
Roundtable für Menschenrechte	regelmäßige Treffen
DRV, Ecpat und andere	Vertretung Gebeco

### ***Unternehmensökologie (z. B. Materialbeschaffung, Strom, Umweltbewusstsein)***

Die Gebeco Dienstleister handeln im Sinne der Nachhaltigkeit.	Die Dienstleister der Geschäftsstelle (vor allem das Reinigungspersonal) werden regelmäßig über die Wichtigkeit von Mülltrennung, Heizung, Energie etc. unterwiesen
Konsequente Mülltrennung und entsprechende Entsorgung.	Papiermüll-, Gelber Sack- und Restmülleimer stehen an jedem Arbeitsplatz



## 3. Kunden

### 3.1 Kundenzufriedenheit

Die Kundenzufriedenheit ist von 84,5 (2012/13) auf 89,4% (2014/2015) gestiegen. Auch die Reklamationsquote war 2014/15 rückläufig und liegt nun unter 3%. Gebeco hat zuletzt die Reiseauswertungen überarbeitet und eine Online-Feedback-Option neu eingerichtet. Deshalb konnte auch bei der Rücklaufquote eine Verbesserung erreicht werden: Diese liegt nunmehr bei 25,5% und steigt weiter.

Der Net Promoter Score (kurz NPS) wurde erfolgreich ins System integriert und vom Qualitätsmanagement über die Reiseauswertungen abgefragt bzw. anhand dieser ermittelt. Der NPS basiert auf einer einheitlichen Berechnung der Weiterempfehlungsquote und wird branchenintern bereits von einigen Veranstaltern ausgewertet und kommuniziert. Auch Firmen außerhalb der Touristik wenden seit einigen Jahren diesen Bewertungsindex an.

Um den NPS ermitteln zu können, befragt Gebeco die Gäste nach der Wahrscheinlichkeit, dass sie die gebuchte Reise weiterempfehlen. Kreuzt der Kunde auf der Skala von 10 (äußerst wahrscheinlich) bis 0 (absolut unwahrscheinlich) eine 10 oder 9 an, so wird er als „Promoter“, als Weiterempfehlen gewertet. Gäste, die eine Note zwischen 6 und 0 vergeben, werden als Kritiker erfasst. Bewertungen zwischen 8 und 7 werden zur Kenntnis genommen, laufen allerdings nicht in die Berechnung ein – obwohl der Gast mit diesen Noten ebenfalls Zufriedenheit ausdrückt. Teilt man nun die Anzahl der Promoter und der Kritiker durch die Anzahl der Befragten, so bekommt man aus der Differenz beider Quotienten den NPS. Dieser liegt bei Gebeco zur Zeit bei 41%.

### Betreuerschlüssel

Der Betreuerschlüssel ist um einen Gast auf 16,5 gestiegen. Die durchschnittliche Größe einer Reisegruppe liegt damit weiterhin deutlich unter 20 Gästen, was ein sensibles Auftreten im Gastland ermöglicht.

### 3.2 Kundeninformation

Reisebüros und Kunden informiert Gebeco über die unterschiedlichsten Kanäle. Die wichtigsten Informationskanäle sind die Kataloge sowie die Gebeco Website. Im Geschäftsjahr 2014/ 2015 erschienen zwei Dr. Tigges (Ferne Länder und

Europa), acht Gebeco Länder erleben (Aktivreisen, Privatreisen, Europa, China, Südostasien, Amerika, Afrika und Orient, Australien, Neuseeland und Südpazifik), ein Sondergruppen- und ein goXplore-Katalog. Darüber hinaus veröffentlichte Gebeco drei Sonderbroschüren: zum Dr. Tigges Themenjahr „Märchen, Mythen und Legenden“, Bestpreis und den Erlebnis-Kreuzfahrten. Details wie Reisedauer, Preis und eingeschlossene Leistungen sind in den Katalogen transparent dargestellt. Die charakteristischen Merkmale einer Reise sind optisch hervorgehoben. Ausführlich ist der Reiseverlauf beschrieben und durch eine kartografische Darstellung des Routings ergänzt. Den jeweiligen Zielgebieten sind Einführungsseiten mit Tipps und Hintergrundinformationen vorangestellt. Bei Rad- und Wanderreisen werden die Fahr- und Wanderzeit sowie die Höhenunterschiede angegeben. In den Katalogen von Dr. Tigges stimmen Kurzporträts der Studienreiseleiter auf das Gastland ein.

Eine Doppelseite weist darüber hinaus auf das Thema verantwortliches Reisen hin. Seit 2011 sind in den Katalogen von Gebeco Länder erleben die „nachhaltigen Reisen“ ausgeschrieben. Entsprechende Symbole kennzeichnen diese speziellen Erlebnis- und Aktivreisen, die sich den verschiedenen Aspekten der sozialen oder ökologischen Nachhaltigkeit widmen.

Zusätzlich zu den im Oktober veröffentlichten Ganzjahres-Katalogen erscheinen für Gebeco Länder erleben und Dr. Tigges zum zweiten Halbjahr **Termin- und Preisergänzungen** zur Einlage in die Jahreskataloge. Damit vermeidet Gebeco den ressourcenverbrauchenden Druck eines zweiten kompletten Katalogsatzes pro Jahr. Die Termin- und Preisergänzungen sind notwendig, um dem Kunden eine langfristige Planung zu ermöglichen.

Postalische **Kunden-Mailings** informieren interessierte Kunden über das Erscheinen der neuen Jahreskataloge sowie der Termin- und Preisergänzungen. Weitere Direktmarketing Maßnahmen sind: Der Versand eines „e-Newsletters“ per Mail – je Marke einmal im Monat und bis zu viermal im Jahr der Versand der Kundenzeitschrift „Fernweh“.

Die meisten Gebeco und Dr. Tigges Gäste informieren sich im Reisebüro und buchen ihre Reise dort. Alle Reisen sind auch online auf den **Inter-**

**netseiten** [www.gebeco.de](http://www.gebeco.de) und [www.drtingges.de](http://www.drtingges.de) dargestellt und buchbar. Neben Service-Leistungen wie Katalogbestellungen, Kontaktinformationen und Online-Blätterkatalogen ist hier auch die Möglichkeit der Direktbuchung gegeben. Weitere Features: Kunden können beispielsweise selbst die Verfügbarkeit eines Wunsch-Flugs überprüfen. Ergänzende Informationen zu Katalogreisen werden tagesaktuell dargestellt. Für beide Internetseiten gibt es eine umfangreiche Suchfunktion, die thematische Reisesuchen und Abfragen nach Ländern oder Wunschterminen ermöglicht. Ergänzt wird die Reise-Darstellung durch ausführliche Hinweise zu Landesdaten und Geschichte sowie praktische Tipps zum Beispiel zu Einreise, Klima oder Währung.

Im Zuge der Kundeninformation ist das **Gebeco Service Center** elementar. Gebeco hat im Haus ein eigenes Call Center. Hier gehen täglich Anrufe von Reisebüromitarbeitern und Kunden ein, die Fragen zu den Reisen haben. Das Service Center berät wochentags von 8-20 Uhr und samstags von 9 Uhr bis 13 Uhr.

Ist die Reise gebucht, erhält jeder Kunde spätestens 14 Tage nach Buchung eine detaillierte Reisebestätigung und Versicherungsinformationen. Dr. Tigges Studienreise-Gäste erhalten zusätzlich einen Büchergutschein für einen Reiseführer Ihrer Wahl, der ihnen nach Bestellung separat zukommt. Gäste von Gebeco Länder erleben erhalten schon mit der Reisebestätigung einen Reiseführer zu ihrem Gastland. Die **Reiseunterlagen** werden unter anderem mit Voucherheft und Kofferanhängern in einer Unterlagentasche circa 26 Tage vor Reisebeginn an die Gäste verschickt.

Vor Ort, im Reiseland, informieren die Gebeco **Reiseleiter** und Dr. Tigges **Studienreiseleiter**. Sie zeigen den Gästen das Land in allen Facetten. Zu ihren Aufgaben zählt auch, die Gäste für den verantwortungsvollen Umgang während ihres Aufenthaltes zu sensibilisieren.

Die Kanäle der Kundeninformation und der Reiseunterlagen-Versand der Marke goXplore weichen von den anderen zwei Marken ab. Auch goXplore veröffentlicht einen jährlichen Print-Katalog, die Reisebeschreibungen sind jedoch weniger umfangreich. Sie enthalten die wichtigsten Details zu Reisedauer, Preise und Leistungen; die Reiseverläufe sind knapp zusammengefasst. Im Katalog findet sich der Hinweis, dass detaillierte Informationen zu den Reisen im Internet in Form eines „Trip Dos-

siers“ zu finden sind. Das Trip Dossier enthält u.a. Informationen über das Gastland und praktische Tipps zu Gesundheit, Geld und Notfall-Kontakten. Auch eine Checkliste zu Gepäck und Dokumenten enthält das Tripdossier. Da die Gäste bei „goXplore“ in internationalen Gruppen unterwegs sind und die Reisesprache Englisch ist, ist auch das „Trip Dossier“ auf Englisch verfasst. Der Versand der „goXplore“-Reiseunterlagen erfolgt digital. Die Reisenden erhalten ihre Voucher als PDF. Auf diese Weise entsteht auch keinerlei Materialverbrauch, da auf haptische Reiseunterlagen, Kofferanhänger und Literatur verzichtet wird. Den Katalog ergänzt Gebeco außerdem um eine Vielzahl an Reisen, die exklusiv auf der Website [www.goxplore.de](http://www.goxplore.de) zu finden sind. Der jungen, Internet-affinen Zielgruppe entsprechend werden die Informationen also hauptsächlich im Internet bereitgestellt.

### **Sensibilisierung für verantwortliches Reisen:**

Seit Firmengründung ist ein sensibler Umgang mit den Gastgebern und -ländern Inhalt der Gebeco-Philosophie. Auf der Unternehmens-Website informieren sich Kunden unter dem Punkt „Nachhaltigkeit“ über diese Philosophie und über das sozio-ökologische Engagement des Unternehmens. So stellt Gebeco hier beispielsweise die Hilfsprojekte einzeln vor. In den Katalogen von Gebeco Länder erleben und Dr. Tigges ist der Grundsatz eines achtsamen Umgangs mit anderen Kulturen sowie der Umwelt auf einer Doppelseite formuliert. Auch die Reiseunterlagen informieren zum Thema Nachhaltigkeit. Im Geschäftsjahr 2015/ 2016 hat die Arbeitsgruppe CSR dem Voucherheft eine Seite hinzugefügt mit dem Appell an den Kunden, auf die Menschenrechts- und Kinderschutz-Situation vor Ort zu achten. Fällt dem Kunden eine kritische Situation auf, ist er gebeten, den Fall dem CSR-Team unter der Mail-Adresse [menschenrechte@gebeco.de](mailto:menschenrechte@gebeco.de) mitzuteilen. Darüber hinaus sind die Reiseleiter angehalten, die Gäste für einen sensiblen Auftritt im Gastland zu sensibilisieren.

Im Rahmen der Rezertifizierung durch TourCert schaltete Gebeco eine Umfrage zur Kundeninformation. Die Umfrage ist neu, weshalb ein Vergleich mit den Werten der Vorjahre nicht möglich ist. An der Umfrage haben 29 Mitarbeiter aus den Abteilungen Service Center, Operations, Marketing & Vertrieb, Visa-Service, Produkt und Sondergruppen teilgenommen. Der erreichte CSR-Index liegt bei 48%. Ein Grund für den recht niedrigen Wert liegt vermutlich in der Auswahl der Befragten. Denn: Zwar haben all die befragten Abteilungen Kunden-

kontakt – die Intensität, insbesondere in der Beratung, variiert jedoch stark. Sie alle nahmen an der Umfrage teil, alle Antworten flossen in die Umfrage ein. Es dürfte aber vielen der Befragten schwer gefallen sein, Fragen zur Kundeninformation qualitativ zu beantworten bzw. diese zu bewerten.

Dies spiegelt sich zum Beispiel in der Frage „Ich erhalte regelmäßig Schulungen“ wider. Dies bestätigten nur 38%. Da eine Visa- und Produktabteilung gar nicht aktiv in der Kundenberatung tätig ist, benötigen sie auch keine expliziten Schulungen. Die Mitarbeiter im Service Center und Operations hingegen erhalten regelmäßig Schulungen, z.B. Länder- und Modulschulungen sowie Schulungen zu neuen Produkten in der Beratung wie kürzlich der Erlebnis-Kreuzfahrten oder Abenteuerreisen von goXplore. Nur 10% der Befragten gaben an, Schulungen zum Thema Kinderschutz zu erhalten. Dabei ist Kinderschutz Bestandteil der Compliance-Schulung, die jeder neue Mitarbeiter erhält. Damit dieses wichtige Thema stärker in den Köpfen der Mitarbeiter verankert bleibt, wird die Compliance-Referentin den Block zukünftig ausbauen. In den Katalogschulungen erhält allgemein das Thema Nachhaltigkeit mehr Raum: Auf die nachhaltigen Reisen wie auch Hilfsprojekte und nachhaltige Bezüge in den Volumenreisen wird zukünftig verstärkt hingewiesen.

„Ich kenne die Kriterien der TourCert Zertifizierung und kann darüber informieren“ - dieser Punkt erzielte in der Umfrage einen Wert von 45%. Nimmt man den Satz für bare Münze ist der Wert hoch: Denn die Kriterien der TourCert Zertifizierung sind sehr umfangreich. Selbst unmittelbar Involvierten fällt es nicht leicht, den Prozess aus dem Stehgreif zu erklären. Jedoch berichtet der Interne Newsletter regelmäßig in einer festen Rubrik über die nachhaltigen Bemühungen Gebecos sowie über die Zusammenarbeit mit TourCert. Die Kunden informiert Gebeco vorwiegend via Homepage und Katalog über die Zertifizierung. Da Gebeco den Reiseunterlagen keinen „runden TourCert Flyer“ oder „TourCert Leporello“ beilegt, kommt es hier trotzdem zu einer Verschlechterung des Schnitts.

Irritierend und nicht nachvollziehbar ist der Punkt: „Bei Flugreisen bieten wir Rail & Fly an“ - dieser erhielt einen Wert von nur 59%. Gebeco bietet schon seit Jahren grundsätzlich zu jeder Reise, bei der der Flug über Gebeco gebucht wird, kostenfrei ein Zug-zum-Flug-Ticket an und fügt es unaufgefordert

allen Reiseunterlagen zu. Hier ist es unabdingbar einen Wert von 100% zu erreichen.

Laut der Umfrage weist Gebeco den Kunden noch nicht ausreichend genug auf die Möglichkeit der CO<sub>2</sub> Kompensation der Flüge hin. Zwar informiert Gebeco darüber auf der Homepage, die CO<sub>2</sub> Kompensation der Flüge ist aber noch nicht konkret im Buchungsprozess integriert. Hier gibt es Ansätze zur Verbesserung.

Erfreuliche Werte finden sich in den Rubriken „Sicherheit“, „Menschenrechte, lokale Bevölkerung und Natur“, „Angemessenes Verhalten vor Ort“, „Kulturelles Erbe“ sowie „Artenschutz“. Hier sind es vor allem die sehr gut geschulten Gebeco Reiseleiter, die ihr Wissen intensiv an die Gäste weitergeben. Auch im Bereich „Literatur“ erhält Gebeco mit 83% einen sehr guten Wert. Jeder Kunde erhält zur Einstimmung auf das Gastland kostenfrei einen Reiseführer von Gebeco. Dr. Tigges Gäste können sich sogar nach einem Punkteprinzip die gewünschte Reiseliteratur aussuchen. Zur Wahl stehen auch die Sympthiemagazine, die ganz besonders über die Kultur und ein sensibles Auftreten im Reiseland informieren.

	2014/2015
CSR-Index Kundeninformation	48,00%
Zufriedenheitsindex Kunden	89,40%
Rücklaufquote der Kundenbefragung	25,50%
Betreuerschlüssel	16,5

Reiseauswertung

The image shows a collage of survey forms and a feedback card. The survey forms include questions about customer information, travel expectations, and service quality. The feedback card on the right says "Ihre Meinung ist uns wichtig!" and "Gebeco Landa Reisen".

## 4. Mitarbeitende

### 4.1 Beschäftigtenstruktur

Gebeco beschäftigt Mitarbeiter aus 15 Nationen. Fügt man die Arbeitszeit der Teilzeitkräfte zu Vollzeitkräften zusammen, waren im Berichtsjahr 2014/2015 bei Gebeco 184,60 Vollzeitkräfte festangestellt. 124 sind Frauen, die Männer unterliegen mit 58. Darüber hinaus gab es im Berichtsjahr 2014/2015 17 Auszubildende bei Gebeco.

72 Mitarbeiter sind über 40 Jahre alt, das Durchschnittsalter liegt in der Gebeco-Familie bei 37,5 Jahren. Fast die Hälfte aller Mitarbeiter sind Gebeco schon seit über 10 Jahren treu, z.T. arbeiten sie sogar freiwillig über das Rentenalter hinaus. Neben den Mitarbeitern mit einer Wochenarbeitszeit von 40 Stunden sind 34 Mitarbeiter beschäftigt, die in Teilzeit arbeiten. Diese variiert zwischen 50 Prozent und 75 Prozent. Vor allem Mütter profitieren davon. Der kollegiale Zusammenhalt der Mitarbeiter ist stark. Neue, offene Mitarbeiter haben die Chance, sich schnell zu integrieren.

Bei Gebeco gab es im Geschäftsjahr 2014 / 2015 34 Führungskräfte. Generell strebt der Reiseveranstalter bei der Suche nach Führungskräften den internen Aufstieg an. So sind zwei Drittel aller Führungspositionen intern besetzt. Von den 34 Führungskräften sind elf Frauen, das entspricht 32,4%.

	2014/ 2015	2012 / 2013	2011
Beschäftigte Gesamt in Vollzeitäquivalenten (Voll- und Teilzeitkräfte inkl. Azubis, exkl. MA in Elternzeit)	184,6	175,63	171,43
Vollzeit	148	142	k.A.
Teilzeit (inkl. Aushilfen)	34	26	k.A.
Anzahl Auszubildende	17	18	k.A.
Anzahl Frauen (inkl. Teil- zeit, exkl. Azubis + MA in Elternzeit)	110,35	117,25	104,93
Anzahl Männer (inkl. Teilzeit, exkl. Azubis + MA in Elternzeit)	57,25	58,38	66,5
Führungskräfte Frauen	11	12	10
Führungskräfte Männer	23	22	23

### 4.2 Personalentwicklung

Kompetenzmodelle und Jahresmitarbeitergespräche  
Welche Kompetenzen muss ich haben, um meinen Job sehr gut zu machen? Welche Kompetenzen muss ich noch erlangen? Wie unterscheiden sich die Kompetenzen zwischen Führungs- und Fachkräften? Um den Mitarbeitern zum einen Orientierung zu bieten, und zum anderen den Führungskräften einen Rahmen für die Bewertung ihrer Mitarbeiter zu stecken, existieren bei Gebeco sowohl für die Fachkräfte als auch für die Führungskräfte sogenannte Kompetenzmodelle. Einmal im Jahr finden auf ihrer Grundlage Mitarbeitergespräche statt, um im Dialog die Arbeitsleistung zu bewerten und Ziele zur Weiterentwicklung zu definieren.

In 2013 fanden Workshops mit allen Mitarbeitern statt, um die Kompetenzmodelle zu überarbeiten. Es war also die Meinung aller Mitarbeiter gefragt, welche Kompetenzen sie für die Arbeit bei Gebeco mitbringen müssen. Die neuen Kompetenzmodelle wie auch die daraus resultierenden neuen Jahresmitarbeitergesprächs-Bögen wurden 2014 den Führungs- und Fachkräften vorgestellt.

### Fortbildung

Die Jahresmitarbeitergespräche bieten die Gelegenheit, neben der Analyse des Status Quo, gemeinsam Ziele für die fachliche und berufliche Weiterentwicklung zu definieren. Nachdem jeder Mitarbeiter das erste Mal auf Grundlage der neuen Kompetenzmodelle ein Jahresmitarbeitergespräch erfahren hat, lud Gebeco in 2015 und 2016 jeden Mitarbeiter zu einem Fortbildungs-Workshop ein. So wurde jeder Mitarbeiter in dem Bereich, in dem er Weiterentwicklungspotenzial aufwies, geschult. Zur Wahl standen für die Fachkräfte die Seminare:

- Workshop 1 / Selbstbewusstsein und Motivation
- Workshop 2 / Kundenorientierung und Kostenorientierung
- Workshop 3 / Kommunizieren und Verhalten im Team
- Workshop 4 / Selbstmanagement und Agieren in arbeitsteiligen Strukturen
- Workshop 5 / Die Wertewelt der Gebeco und das Kompetenzmodell

Jede Führungskraft erhielt ein Seminar in Personalführung. Abgesehen von dieser groß angelegten Fortbildungs-Offensive bietet Gebeco einzelnen Mitarbeitern nach Bedarf Zielgebietsreisen und

Englischkurse sowie IT-Anwendungskurse, teilweise inhouse und teilweise auf externen Seminaren an. Auch ein Einzel-Coaching oder die Übernahme von Kosten für ein berufsbegleitendes Studium sind Förderungsmaßnahmen, mit denen die Gebeco die berufliche Entwicklung der MitarbeiterInnen und Führungskräfte unterstützt. Vor allem mit dem Ziel die MitarbeiterInnen zu binden.

### **Ausbildung**

Mehrfach zeichnete die IHK den Kieler Reiseveranstalter für hervorragende Ausbildungsleistungen und Gebeco-Auszubildende für ihren erfolgreichen Berufsabschluss aus. Gebeco bildet schon seit 1982 Jahre junge Menschen aus, immer eine Übernahme zur Festanstellung im Visier. So haben von den derzeit aktiven Beschäftigten 56 KollegInnen eine Ausbildung im Haus absolviert. Nun sind sie in allen Ebenen, auch in Führungspositionen, zu finden. Zwei Kollegen arbeiten heute auf Abteilungsleiter-, sechs auf Teamleiter- und 48 auf Fachkräftebene. Zu den 56 aktiven MitarbeiterInnen kommen noch 3 Mitarbeiterinnen auf Fachkräftebene, die sich zurzeit in Elternzeit befinden.

Aktuell, im Lehrjahr 2016, bildet Gebeco in zwei Berufen aus: Tourismuskaufrfrau/-mann und IT-FachinformatikerInnen. Auch in den Berufen Fachkaufrfrau/-mann Marketing und FachlageristIn bildet Gebeco regelmäßig aus. Der Schwerpunkt liegt jedoch im Bereich Reiseverkehr: Die Tourismus-Azubis durchlaufen in einem Regelausbildungszeitraum von drei Jahren derzeit sieben Abteilungen. Die Ausbildung ergänzt Gebeco ab dem nächsten Jahr um ein Reisebüro-Praktikum.

Neben einem Personalreferenten nehmen sich Stationsleiter in den einzelnen Abteilungen der Betreuung der Auszubildenden an. In regelmäßigen Stationsleitertreffen erfolgt ein Erfahrungsaustausch direkt mit der Personalleitung. Regelmäßige, formalisierte Feedbackgespräche gewährleisten, dass der jeweilige Ausbildungsstand dokumentiert wird und notwendige Schulungen erfolgen, zum Beispiel zu Systemanwendungen oder Arbeitstechniken.

### **Traineeprogramm**

Fachkräfte mit Potenzial bereitet Gebeco mit einem einhalbjährigen Traineeprogramm auf Führungsaufgaben vor. Dabei lernen die ausgewählten MitarbeiterInnen alle Aufgaben eines Produktmanagers/ Teamleiters und alle relevanten Abteilungen kennen. So sind sie bestens qualifiziert für eine Leitungsaufgabe.

In 2012 / 2013 hat eine Mitarbeiterin erfolgreich ihr Traineeprogramm abgeschlossen und führt nun als Teamleiterin den Asien, Pazifik und Amerika-Sondergruppenbereich mit sieben Mitarbeitern. Eine weitere Mitarbeiterin schließt Ende 2016 ihr Traineeprogramm ab.

### **4.3 Arbeitsbedingungen Flexibles Arbeitszeitmodell**

Gebeco arbeitet mit einem flexiblen Arbeitszeitmodell. Die reguläre Arbeitszeit beträgt 40 Stunden. Überstunden werden ab der ersten Minute angerechnet. Ein Arbeitszeitkonto als „Ampelkonto“ nimmt positive und negative Zeitsalden auf. Das schafft gegenseitige Flexibilität. Zu saisonalen Belastungsspitzen arbeiten die Beschäftigten über die 40-Stunden Woche hinaus, zu ruhigen Zeiten können sie die aufgebauten Mehrstunden in Freizeit genießen. Auf Wunsch des Mitarbeiters werden in Ausnahmefällen Überstunden auch ausgezahlt. Für Teilzeitkräfte können sehr individuelle und flexible Vereinbarungen getroffen werden – entsprechend der Bedürfnisse der Mitarbeiter und des Betriebs. Aktuell sind 38 Mitarbeiter Teilzeit aktiv. Auch für sie gilt das Gleitzeitmodell.

### **Sozialleistungen**

Mit übergesetzlichem Urlaubsanspruch, Mitarbeiterrabatten (z.B. auf Gebeco-Reisen, bei einer Tankstelle, im Fitness-Studio), vermögenswirksamen Leistungen, Riesterrente, Weihnachts- und Urlaubsgeld sowie einer Sonderzahlung zum 10- und 20jährigen Dienstjubiläum bringt Gebeco den Mitarbeitern seine Wertschätzung entgegen.

### **Gesundheitsförderung**

Mobile Massage, Yogakurse, Rückenschule und Betriebssport: Viele Aktivitäten, die der Gesundheit guttun, werden von Gebeco gefördert. Regelmäßig finden Betriebsbegehungen zur Optimierung von Luft-, Licht- und Sitzplatzverhältnissen statt. Zudem bestehen Angebote zu regelmäßigen betriebärztlichen Untersuchungen. Gebeco ermöglicht Krankenkassen-Check-ups während der Arbeitszeit und schon seit Jahren kostenlose Gripeschutzimpfungen. Die Betriebskrankenkasse TUI BKK übernimmt außerdem die Kosten für Impfungen für Auslandsreisen. Im Falle dauerhafter Krankheit ermöglicht Gebeco bei entsprechender ärztlicher Indikation die stufenweise Wiedereingliederung in den Betrieb.

In 2015/2016 sahen die Maßnahmen zur Gesundheitsförderung konkret so aus:

- › Betriebssport: Beach-Volleyball, Bowling, Eisstock-Masters, KIEL.Lauf
- › Mobile Massage
- › Rückenschule
- › Aktion Darmkrebsvorsorge
- › Augenuntersuchung (Verschreibung von Bildschirmarbeitsbrillen)
- › Gripeschutzimpfung
- › Erste-Hilfe-Kurs
- › Online-Kurse myWEIGHTcoach und myHEALTH-coach
- › Aktion: „Mit dem Rad zur Arbeit“ der AOK und des ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club)
- › Betriebliches Eingliederungs-Management: Für Kollegen, die mindestens dreißig Krankheitstage innerhalb von 12 Monaten.

### Interne Kommunikation

Ein wesentlicher Bestandteil der internen Kommunikation ist der Gebeco-Newsletter von der Geschäftsführung, den die Kommunikationsabteilung einmal monatlich per E-Mail an alle Mitarbeiter versendet. Hierzu werden alle relevanten Themen bei den Abteilungsleitern abgefragt. Der Newsletter informiert vor allem über die wirtschaftliche Lage, Produktneheiten, aktuelle Veranstaltungen, Personalnews etc. Die feste Rubrik „CSR und Wohlfühlen am Arbeitsplatz“ führt den Mitarbeitern monatlich das nachhaltige Engagement vor Augen und stärkt das Bewusstsein zur Nachhaltigkeit. Weitere Informationen finden die Mitarbeiter in einem Intranet. Mehrmals im Jahr finden Gebeco-Feierabende statt. Der Beginn dieser Veranstaltung wird genutzt, um abteilungsübergreifende Informationen zu geben – z.B. die Arbeitsergebnisse einer AG oder eine neue Kooperation vorzustellen. Darüber hinaus werden Informationen bei der jährlich stattfindenden Hauptversammlung, regelmäßigen Teamsitzungen, Jour fixe der Geschäftsführung mit den Abteilungs- bzw. Teamleitern sowie in einem wöchentlichen Führungskräfte-Kreis weitergegeben.

### Sichere Arbeitsplätze

Die Personalpolitik bei Gebeco hat eine langfristige Bindung qualifizierter Arbeitskräfte zum Ziel. Trotz diverser Krisen im Tourismus (Sars, 9/11, usw.) hat Gebeco seit ihrem Bestehen keine betriebsbedingte Kündigung vollzogen. Grundlagen hierfür sind ein inhabergeführtes Management, flache Hierarchien, schnelle Entscheidungswege sowie Flexibilität im Umgang mit Marktveränderungen.

### Freizeitaktivitäten bei Gebeco

Unter dem Motto „Gemeinsam stark: Erst die

Arbeit, dann das Vergnügen“ richtet Gebeco regelmäßige „Gebeco-Feierabende“ aus. Der Beginn der Veranstaltung wird genutzt, um in entspannter Atmosphäre abteilungsübergreifend zu informieren – z.B. über die Arbeitsergebnisse einer AG oder eine neue Kooperation. Die Zeit dafür schreibt Gebeco je nach Dringlichkeit der Information den Mitarbeitern auf ihrem Zeitkonto gut. Im Anschluss wird der Feierabend zelebriert, bei von Gebeco gestellter Speis und Trank im Gemeinschaftsraum „Skylounge“. So werden auch außerhalb der Arbeit persönliche Kontakte aufgebaut und das „Wir-Gefühl“ gestärkt. In 2014/2015 beispielsweise hat die AG CSR ihre Arbeit vorgestellt. In 2015/2016 fanden gleich vier Feierabende statt, um die Kooperationen mit Hauser Exkursionen, terranova, TUI Cruises und Hapag Lloyd Cruises vorzustellen. Gebeco-Sommerfeste und Weihnachtsfeiern sind weitere Höhepunkte der betrieblichen Freizeitaktivitäten. Viele Mitarbeiter nutzen auch den Betriebssport, um außerhalb des Büros gemeinsam Zeit zu verbringen.

### Arbeitsplatz

Die Mitarbeiter arbeiten an modern und hochwertig ausgestatteten Arbeitsplätzen mit 22-Zoll Flachbildschirmen. Kleine Lesegeräte mit persönlicher Chip-Karte ermöglichen flexibles Arbeiten an jedem Arbeitsplatz bei Gebeco. Denn mit der persönlichen Chip-Karte kann sich jeder Mitarbeiter, egal an welchem Rechner, ins Gebeco-System einloggen. Die so genannten „Ultra-Thin Clients“ greifen auf zentrale Server zu, auf denen die Rechenleistung abläuft und die Daten gespeichert werden. Die Umstellung von den üblichen Computern auf die „Ultra Thin Clients“ hat damals den Stromverbrauch stark reduziert. Zusätzlich verringerte sich dadurch die Geräusch- und Wärmeentwicklung in den Büros.



Die Skylounge

### Gemeinschaftsräume

Mit der „Sky Lounge“ steht ein großer Gemeinschaftsraum mit Terrasse zur Verfügung. Tageszei-

tungen liegen hier aus, zwei Computer mit Internet stehen bereit für den privaten Gebrauch. Eine weitere, kleinere Küche mit Sitzgelegenheiten befindet sich im Erdgeschoss.

#### 4.4 Interessenvertretung

##### Betriebsrat

Bei Gebeco gibt es einen Betriebsrat, der sich für die Mitarbeiterschaft einsetzt und aktiv mitgestaltet. Zusammen mit dem Betriebsrat wurden eine Reihe von Betriebsvereinbarungen verabschiedet, in denen die Rechte und Pflichten der Betriebsparteien definiert und die Normen für alle Arbeitnehmer festgeschrieben sind.

##### Beteiligung der Mitarbeitenden

Gebeco entwickelt sich stetig weiter – und die Mitarbeiter wirken daran mit. In abteilungs- und hierarchieübergreifenden Arbeitsgruppen (AGs) werden Prozesse erarbeitet, die dann der Geschäftsführung vorgeschlagen werden. Das bedeutet: Viele Prozesse beruhen auf Vorschlägen aus der Mitarbeiterschaft.

In 2013 gab es ein großes Projekt, an dem alle Mitarbeiter mitgewirkt haben. Es ging um die Überarbeitung der Kompetenzmodelle und des Gesprächsbogen für Jahresmitarbeitergespräche. Es gab 13 Workshops, zu denen je 10 bis 16 Mitarbeiter, darunter auch die Führungskräfte, eingeladen waren. Der Personalleiter und ein externer Berater führten die Workshops und arbeiteten die Ergebnisse der Workshops auf. Das überarbeitete Kompetenzmodell und die neugestalteten Jahresmitarbeitergespräche, an denen also alle Mitarbeiter mitgewirkt haben, traten 2014 in Kraft.

#### 4.5 Mitarbeiterzufriedenheit

Wie zufrieden sind die Mitarbeiter mit ihrer Arbeit bei Gebeco? Wie hat sich die Mitarbeiterzufriedenheit entwickelt? Das galt es herauszufinden, bei einer großen Umfrage. Alle Mitarbeiter erhielten die Möglichkeit, an der Befragung teilzunehmen. Aufgeteilt auf vier Kern-Bereiche (Strategie & Management, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz im Unternehmen und Eigenes Umweltverhalten) haben die Mitarbeiter 37 Fragen beantwortet. 108, also ähnlich viele Mitarbeiter wie beim letzten Mal, nahmen an der Umfrage teil. Die Ergebnisse der Umfrage hat die AG CSR in Form eines vierseitigen Berichts an die gesamte Belegschaft verschickt.

Generell lässt sich festhalten, dass die Mitarbeiterzufriedenheit kontinuierlich gestiegen ist. Seit der ersten Mitarbeiter-Befragung 2011 ist die Zufriedenheit von 63% um 4 Punkte auf jetzt 67% gestiegen. Das ist eine sehr gute Entwicklung. Für ein Unternehmen von Gebecos Größe liegt der Gesamtwert von 67% im durchschnittlichen Bereich. Im Vergleich zum Vorjahr ist die Mitarbeiterzufriedenheit in acht zum Teil sehr wichtigen Einzelfragen (z.B.: Sie haben die Möglichkeit, im Rahmen Ihrer Zuständigkeiten selbständig zu handeln und zu entscheiden; Die Aufgaben sind im Unternehmen angemessen verteilt; Ihr Unternehmen bietet familienfreundliche Arbeitsbedingungen; An Ihrem Arbeitsplatz sehen Sie die Sicherheit oder Gesundheit gewährleistet) um mehr als 5% besser geworden. In keiner Einzelfrage hat sich dagegen die Zufriedenheit um mehr als 5% verschlechtert.

Das meiste Verbesserungspotential besteht nach wie vor im Bereich Strategie und Management. Jedoch sei hervorzuheben, dass Gebeco bei den Fragen „Für Sie bestehen Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung im Unternehmen“ und „Mit der Möglichkeit der Fortbildung sind Sie sehr zufrieden“ bereits eine hervorragende Verbesserung erzielt hat. Beide Werte sind seit der ersten Rezertifizierung vor fünf Jahren um 10% gestiegen. Maßnahmen, die zu dieser Verbesserung geführt haben sind z.B.:

- ▶ Workshops auf der Unternehmensstrategietagung (USTRA) 2016, zu der alle Führungskräfte geladen waren, um die Arbeitseffizienz bzw. Team-Arbeit innerhalb der Abteilung und zwischen den Abteilungen voranzutreiben. Verbesserungsvorschläge der Fachkräfte, welche diese auf den vorangegangenen Werte-Workshops eingebracht haben, wurden auf der USTRA diskutiert.
- ▶ Alle Mitarbeiter wurden zu Gebeco „WerteWelt-Workshops“ zur Überarbeitung des Kompetenzmodells und der Mitarbeitergespräche eingeladen. Jeder neue Mitarbeiter besucht ebenfalls einen Werte-Welt-Workshop.
- ▶ Durchführung der Sommerakademie / Workshopreihe: Alle Fachkräfte haben ein externes Seminar, angelehnt an die Kompetenzmodelle/ Jahresmitarbeitergespräche, erhalten.
- ▶ Tourismus-Auszubildende erhalten tiefere Einblicke in die Gebeco Messewelt: Sie dürfen die Kollegen unter Anrechnung der Arbeitszeit auf die regionalen Messen begleiten.
- ▶ Tour Director-Schulungen für alle, die Seminar-, Produktpräsentations- und Pressereisen begleiten.
- ▶ Azubi Workshops: Verschiedene nicht-touristische

Abteilungen wie Pressestelle, Marketing&Vertrieb stellen den Azubis ihre Arbeitswelt in ein- bis mehrtägigen Seminaren sowohl theoretisch als auch in praktischen Übungen vor.

- Trotz verhaltener Buchungslage im Tourismus gab es eine Gehaltserhöhung für alle Empfangsberechtigten mit dem Juli-Gehalt 2016 sowie die freiwillige Zahlung von Urlaubs- und Weihnachtsgeld.

Bei 20 von 37 Fragen haben die Mitarbeiter ihre Zufriedenheit voll zum Ausdruck gebracht. Sie zeigen einen Wert von über 70 Prozent. Allein an der Menge der überdurchschnittlich guten Bewertungen im Vergleich zu denen unter 60 Prozent ist zu erkennen, dass es sehr viel gibt, womit die Mitarbeiter bei Gebeco zufrieden sind. Besonders hervorzuheben seien die Werte: „Sie würden sich wieder in Ihrem Unternehmen bewerben, wenn Sie heute nochmals entscheiden könnten (74%)“ und „Alles in allem betrachtet, gefällt Ihnen Ihre Tätigkeit sehr gut (78%)“ sowie „Sie erfahren von KollegInnen Wertschätzung (78%)“ - das ist, was die Mitarbeiter an Gebeco bindet.





## 5. Betriebsökologie

### 5.1 Energie Energiequelle

Gebeco nutzt Ökostrom vom Anbieter „Lichtblick“ und bezieht damit Strom aus 100 Prozent regenerativen Energiequellen wie Wasser, Biomasse, Sonnenenergie und Windkraft. Da die Webseite des Unternehmens auf dem firmeneigenen Server gehostet wird, findet auch hier die Nutzung von Ökostrom Anwendung. Der Stromverbrauch konnte weiterhin reduziert werden – von 237.776 kWh auf 224.974 kWh. Grund dafür könnte das wachsende Bewusstsein in der Belegschaft zum Thema Energiesparen sein.

### Energieeffizienz

Zur Reduzierung des Energieverbrauchs und der CO<sub>2</sub>-Emissionen nutzt Gebeco Energiespar- und LED-Lampen, die Computer schalten bei Arbeitspausen automatisch in den Energiesparmodus, über Nacht werden die Elektro-Geräte ausgeschaltet. Außerdem tritt eine Klimakompensation der Dienstreisen in Kraft.

### Energieverbrauch

Einheit	2014/15	2012/13
Stromverbrauch	224.974 kWh	237.776 kWh
CO <sub>2</sub> Strom	11,9 t	12,6 t
CO <sub>2</sub> -Äquivalent		
Strom	0,053 kg/kWh	0,053 kg/kWh
Wärmeenergie Öl	125018,7 kWh	262865,4 kWh
CO <sub>2</sub> Öl	37,75 t	79,38 t

Der Stromverbrauch konnte weiterhin reduziert werden – von 237.776 kWh auf 224.974 kWh. Dies ist sicherlich auch darauf zurückzuführen, dass die Mitarbeiter sensibilisiert sind, ihren Bildschirm und das Licht am Arbeitsplatz in den Pausen und nach Feierabend auszuschalten.

Der erfreulich reduzierte Ölverbrauch erklärt sich zum einen aus dem relativ milden Winter, zum anderen durch konsequentes Abdrehen der Heizungen nach Feierabend. Verzerrungen durch unterschiedliche Tankzeitpunkte sind jedoch möglich.

### 5.2 Dienstreisen

	Kilometerangaben Dienstreisen	CO <sub>2</sub> -Emissionen (kg)
Flugzeug	643996 km	193126 kg
Bahn	48629 km	864 kg
PKW	13844 km	3589 kg

Kompensierte CO<sub>2</sub>-Emissionen der Flugdienstreisen: 96,56 t.

Einheit	2014/15	2012/13
CO <sub>2</sub> Gesamt (CO <sub>2</sub> Energie + CO <sub>2</sub> Dienstreisen)	245,88 t	193,32 t
CO <sub>2</sub> pro MA	1,24 t	1,10 t

Der gestiegene CO<sub>2</sub> Verbrauch Energie und Dienstreisen erklärt sich durch das höhere Dienstreisevolumen. Durch die vermehrten Dienstreisen ist auch die Steigerung des CO<sub>2</sub> Verbrauchs pro Mitarbeiter von 1,10 t auf 1,24 t zu erklären. 50 Prozent der Flugdienstreisen hat Gebeco freiwillig kompensiert.

### 5.3 Papier

Zur Reduzierung des Papierverbrauchs hat Gebeco das doppelseitige Drucken als Standard eingestellt. Druckauflagen für Kataloge, Broschüren, Flyer etc. werden sinnvoll kalkuliert.

Die Gebeco und die goXplore Kataloge sind aus Altpapier. Bei allen Recyclingpapieren muss jedoch immer ein bisschen Frischfaser enthalten sein. Da beim Recyceln immer Fasern brechen und diese nur 3-4 mal wiederverwendet werden können, würde ohne Frischfasern das Papier auseinanderfallen.

#### Gebeco Kataloge 2015

Umschlag: FSC RecyMago 150 g/m<sup>2</sup>  
Inhalt: Steinbeis Charisma Silk, 65 g/m<sup>2</sup>, 100 % Altpapier, Blauer Engel, Papierfabrik in Schleswig-Holstein, Sammlung aus der Region

#### goXplore 2015

Umschlag: FSC RecyMago 150 g/m<sup>2</sup>  
Inhalt: Steinbeis Charisma Silk, 57 g/m<sup>2</sup>, 100 % Altpapier, Blauer Engel, Papierfabrik in Schleswig-Holstein, Sammlung aus der Region

**Dr.Tigges 2015**

Die Dr. Tigges Kataloge bestehen aus Papier mit Frischfaseranteil.  
 Umschlag: 200 g/m<sup>2</sup> doppeltgestrichen Bilderdruck  
 Inhalt: UPM Satin 65 g/m<sup>2</sup>, 45 % Primärfaser, 55 % Sekundärfaser

**Sondergruppen-Katalog 2015**

7.000 Exemplare  
 Umschlag: 150g Tauro, weißes Offset-Naturpapier, holzfrei mit natürlich matter Oberfläche, PEFC-zertifiziert  
 Inhalt: 90g Inaset, Inaset Plus Laser ist ein Naturpapier, Zertifizierung FSC Mix Credit FSC® C010497

Ein Ausblick: Mit den Hauptkatalogen 2017 werden alle Dr. Tigges Reisen in die Gebeco Kataloge integriert und Doppelausschreibungen somit vermieden. Auch die Darstellung der Privat- und Aktivreisen beschränkt sich auf die jeweiligen Kataloge und werden nur noch in begründeten Einzelfällen mehrfach ausgeschrieben. Mit einer Einsparung von Papier ist deshalb zu rechnen.

**Papierverbrauch**

	Frishfaser	FSC/PEFC
Anzahl DIN 1612086 A4-Papier		0
Anzahl gedruckter Kataloge	417800	806250
Gewicht gedruckter Kataloge	144,53 t	313,10 t

Die Angaben sind inklusive Preisteil, aller Sonderkataloge und Broschüren.

**5.4 Umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen**

Zur Reduzierung der Umweltauswirkungen nutzt Gebeco folgende Produkte und Dienstleistungen: Umweltfreundliche Büroausstattung und Büromaterialien, klimaneutralen Druck sowie klimaneutrales Webhosting. Gebeco zieht bei der Beschaffung ein öko-faires Produkt dem nicht öko-fairen vor, sofern es maximal 10 % teurer ist.



## 6. Reiseangebote

Allein 47% des Umsatzes wurde 2014/2015 in zehn Destinationen erwirtschaftet. Markant: Es gibt keine Destination, die einen dominanten Teil des Gesamtumsatzes vereinnahmt. Dies ist kein Zufall, sondern eine auf Erfahrungen in der Unternehmensgeschichte beruhende Konsequenz. In den 80er Jahren hat Gebeco als China-Spezialist nach dem Massaker auf dem Platz des Himmlischen Friedens einen starken Einbruch der Gästezahlen erlebt. Aus dieser Situation hat das Unternehmen gelernt und profitiert heute von einem weltweiten Reiseangebot. Diese Diversifikation ist in zweierlei Hinsicht wertvoll. Zum einen bedeutet sie für Gebeco eine wichtige Risiko-Streuung. Sie hat sich in jüngster Zeit bei Krisen (zum Beispiel Fukushima, der Krim-Konflikt und der arabische Frühling) wieder bewährt.

Zum anderen können so die Reisegäste ihre Reise mit „Gebeco Länder erleben“ oder „Dr. Tigges“ in fast alle Länder der touristischen Weltkarte buchen. Im untersuchten Zeitraum hat Gebeco 530 Studien- und Erlebnisreisen in rund 100 Länder angeboten. Hinzu kommen noch Privatreisen, Reisebausteine sowie Verlängerungsangebote. Unter der Marke goXplore zählte Gebeco zudem 793 Reiseprodukte.

### 6.1 Angebotsgestaltung

Seit der Gründung von Gebeco und im Firmennamen fest verankert: Die Begegnung. Ob bei einem Abendessen bei einer palästinischen Familie, einem Gespräch mit Mönchen in Myanmar oder gemeinsamen Spurenlesen mit den Khwe in Namibia: Bei der Reisegestaltung achten die Produkt Manager darauf, dass die Gäste vor Ort immer wieder mit den Einheimischen in Kontakt treten. Durch diese besondere Art des Reisens, durch kleinere Gruppen und einen qualifizierten Reiseleiter fördert Gebeco den interkulturellen Austausch sowie ein gegenseitiges Verständnis bei Reisegästen und Gastgebern. Auf diese Weise erlebt der Reisegast aus erster Hand die Lebensumstände vor Ort. Und Bewohner des Gastlandes berichten nicht nur von ihren alltäglichen Freuden und Sorgen, sondern erfahren auch wie der Besucher in Deutschland lebt.

Über diese gelebte Philosophie hinaus bringt Gebeco auf zwei Wegen Nachhaltigkeit in die Reisen:

Seit 2011 gibt es in den Katalogen die „nachhaltigen Reisen“. Mit einem entsprechenden Symbol

gekennzeichnete Reisen widmen sich den verschiedenen Aspekten der sozialen oder ökologischen Nachhaltigkeit. Die Gäste dieser Reisen nutzen teilweise öffentliche Verkehrsmittel, besuchen lokale Hilfsprojekte und wohnen häufig in zertifizierten Öko-Hotels und Lodges. Den Reisenden soll so ermöglicht werden, ohne Einschränkungen des Standards einen Beitrag zum umweltverträglichen Tourismus zu leisten. Ausschlaggebend für die Wahl der Hotels sind dabei Aspekte wie Wärmedämmung der Gebäude, Verwendung einheimischer Lebensmittel von lokalen Kleinbauern oder sinnvolle Bepflanzung der Anlagen. Ein Beispiel ist die Reise ‚Usbekistan natürlich aktiv‘: Die Anreise erfolgt per Direktflug mit Uzbekistan Airways, ein großer Teil der Verpflegung erfolgt mit regionalen Produkten, Unterbringung bei und somit Unterstützung von Gastfamilien (Jurten), Besichtigungen mittels Wanderungen und öffentlichen Verkehrsmitteln.

Ein weiteres Beispiel für eine nachhaltige Reise ist die ‚Natürlich Sri Lanka‘. Sämtliche Unterkünfte erfolgen in öko-zertifizierten Hotels, eines davon hat ein Premium-Zertifikat. Programmpunkte auf der Reise sind unter anderem der Besuch eines Community Village Projects (traditionelles Handwerk) und einer ökologischen Agrarwirtschaft.

Waren im ersten Jahr 2011 noch lediglich zehn „besonders nachhaltige Reisen“ in den Katalogen platziert, zählt Gebeco im aktuell neu erschienen Katalog 2017 33 nachhaltige Reisen.

#### Kriterienkatalog „nachhaltige Reisen“

Die nachhaltige Reise zeichnet sich durch mindestens fünf der sieben folgenden Hauptcharakteristika aus:

1. Mindestens 50 Prozent der Übernachtungen erfolgen in Unterkünften mit nachhaltigem Bezug. Dies können sein: zertifizierte Hotels, Unterkünfte eines nachhaltigen Verbandes z.B. „green globe“, „ecoclub“, für Nachhaltigkeit ausgezeichnete Hotels z.B. „GoTo“, „First Choice responsible Award“, klimaneutrale Hotels, „FLO in Tourism“- Unterkünfte, zertifizierte TUI Hotels etc.
2. Die Anreise findet möglichst CO<sub>2</sub>-sparend statt. Hierfür werden vorzugsweise moderne Airlines mit Maschinen mit geringem Verbrauch und möglichst direkte Verbindungen genutzt
3. Die Buslenkzeiten müssen eingehalten wer-



den. Dies ist ein fester Bestandteil der Gebeco Rahmenverträge für alle Reisen und mit den Partnern vereinbart.

4. Mindestens ein Besuch eines Umwelt- oder Sozialprojekts mit hohem Begegnungsanteil findet statt.
5. Es finden mindestens zwei weitere Aktivitäten mit nachhaltigem Bezug statt. Dies können Projektbesuche, ein Mittagessen in einem nachhaltigen Restaurant, eine Führung mit nachhaltigem Bezug oder Ähnliches sein.
6. Die Nutzung lokaler Strukturen muss gewährleistet sein, Einbeziehung der lokalen Wertschöpfungskette (kleine und mittlere örtliche Unternehmen, Fokus auf einheimische Services, Pro Poor Initiativen) nachhaltige fakultative Programmpunkte.
7. Die Reiseteilnehmerzahl wird begrenzt, wenn andernfalls ein sensibler Umgang z.B. mit Dorfgemeinschaften, nicht möglich ist.

Darüber hinaus sind folgende Punkte bei der Erstellung einer „nachhaltigen Reise“ wichtig:

1. Überlandfahrten (z.B. mit Bus, Bahn, Fähre) werden Inlandsflügen vorgezogen. Inlandsflüge in der Zieldestination dürfen dann Bestandteil einer nachhaltigen Reise sein, wenn die Verwendung bodengebundener Transportmittel zu einem im Vergleich zum Flugzeug als Transportmittel unzumutbaren Aufwand für den Reisenden in zeitlicher und/oder finanzieller Art führen würde oder Sicherheitsaspekte eine Überlandfahrt nicht zulassen.
2. Bei der Auswahl der Fahrzeuge in den Destinationen ist auf einen umweltschonenden und energieeffizienten Betrieb zu achten.
3. Transfers in der Zieldestination sind möglichst erdgebunden, z.B. durch die Einbeziehung von öffentlichen Verkehrsmitteln wie Zügen.
4. Nur lokale Reiseleiter, keine aus Deutschland mitreisenden Reiseleiter werden eingesetzt.

## Nachhaltigkeit im Volumengeschäft

Die zweite Stellschraube, mit der Gebeco Nachhaltigkeit in den Tourismus bringt, ist der Einbau von nachhaltigen Elementen in volumenstarken Reiseprogrammen. Sprich: Die besonders gut gebuchten Reisen gestalten die Produkt Manager Schritt für Schritt nachhaltiger, z.B. durch den Einsatz von nachhaltigen Transportmitteln, zertifizierten Hotels, nachhaltigen regionalen Produkte sowie Besuche von sozialen Projekten und Inhalten, die den Gästen Land und Leute näher bringen. Dies ist ein ständiger

Prozess mit extrem viel Wirkung. Mittlerweile wurden in einer Vielzahl verschiedenster Reisen nachhaltige Aspekte stärker berücksichtigt: So werden z.B. in China sukzessive, wo möglich und sinnvoll alle Inlandsflüge durch Bahnverbindungen ersetzt. Gebeco legt großen Wert auf Hotels, die ökologisch ausgerichtet sind und/oder einen starken regionalen Bezug haben. Verstärkt wird auf Privatbusse für die Gruppen verzichtet und Besichtigungsprogramme finden mit öffentlichen Verkehrsmitteln, zu Fuß oder mit dem Fahrrad statt.

Alle Produktmanager haben sich intensiv mit dem Thema „nachhaltiges Reisen“ auseinandergesetzt. Allein von 2014 bis zum Katalog 2017 haben die Produkt Manager 76 Volumenreisen nachhaltiger gestaltet.

	Einheit 2014/15
CSR-Index Produktbewertung	57,00%

## 6.2 CO<sub>2</sub>-Emissionen der Reisen

Gebeco ist ein Reiseveranstalter, der Reisen weltweit anbietet. Ein überwiegender Teil des Umsatzes wird auf der Fernstrecke generiert. Die durchschnittliche Reisedauer der Individualreisenden liegt bei 14, die der Gruppenreisenden bei 11,5 Tagen. Daher ergibt sich ein relativ hoher Anteil des CO<sub>2</sub> pro Gast/Nacht. Das Wachstum beruht jedoch zu einem erheblichen Teil auf dem Europageschäft, welches zwar weniger Umsatz pro Reisegast generiert, jedoch auch deutlich weniger CO<sub>2</sub> / Gast emittiert.

Für die CO<sub>2</sub> Berechnung hat Gebeco die teilnehmerstärksten Reiseserien herangezogen.

Einheit	2014/15
CO <sub>2</sub> gesamt Reisen:	46358,43 t
CO <sub>2</sub> pro Gast/ Übernachtung	
ohne Kompensation:	0,28 t
Reisende (Anzahl)	13856
Übernachtungen (Anzahl)	165102

## 6.3 Transport

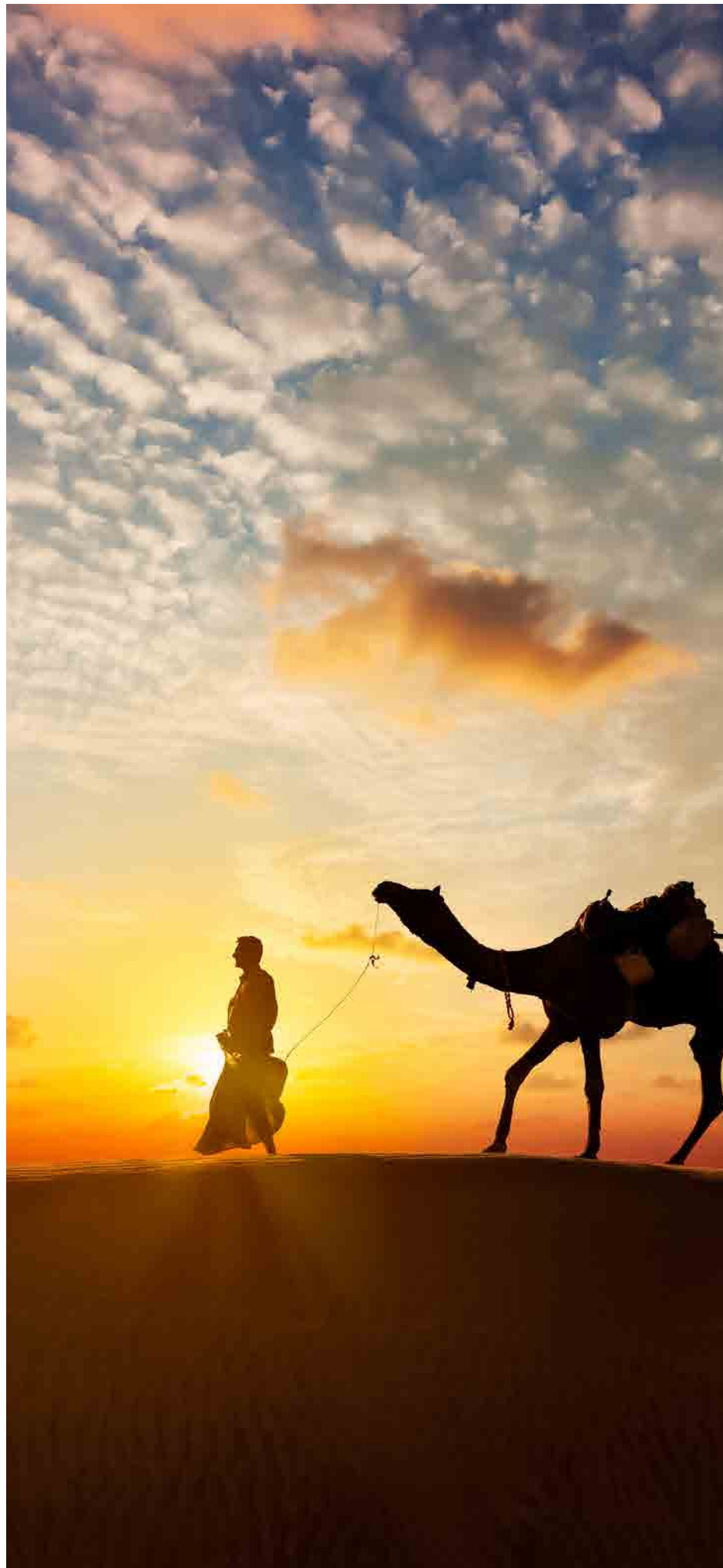
Gebeco bietet Gästen ein sehr flexibles und komfortables Anreisensystem mit einer Vielzahl von Abflughäfen. Hierdurch sind gerade in der Nah- und Mittelstrecke viele Direktverbindungen wählbar. Diese werden auch bevorzugt gebucht. Alternativ ist bei allen Reisen von „Gebeco Länder erleben“ und „Dr. Tigges“ ein Zug-zum-Flug Ticket ohne Aufpreis inkludiert.

Einheit	2014/2015	2012/ 2013
Flug-km Gesamt	151.654.272 km	284.522.890,00 km
Ø Flug-km pro Über- nachtung	918,55 km	1.201,76 km
CO <sub>2</sub> gesamt für Transport	46.358,43 t	88.700,81 t

Die enorme Verbesserung der CO<sub>2</sub>-Werte pro Gast resultiert daraus, dass viele der teilnehmerstärksten Reisen 2014/2015 in Europa stattfanden. Das bedeutet weniger Fernstrecken- und weniger Inlandsflüge.

Auf Inlandsflüge kann Gebeco jedoch nicht ganz verzichten. Denn viele Reisen von Gebeco führen durch sehr weitläufige Destinationen wie China, Indien und Südamerika. Wenn der Reisegast sich ein umfassendes Bild vom Land machen will, sind Inlandsflüge obligatorisch. In Destinationen wie China wird das Eisenbahnnetz rasant ausgebaut – das nutzt auch Gebeco, um immer mehr Inlandsflüge durch Zugfahrten zu ersetzen.

Ebenfalls ein wesentlicher Bestandteil der meisten Rundreisen ist der Reisebus. Aus ökonomischen Gründen wird hier versucht eine möglichst hohe Auslastung zu erreichen, was auch niedrigere CO<sub>2</sub> Emissionen verspricht. Insgesamt betrachtet ist jedoch der CO<sub>2</sub> Anteil des landgebundenen Transportes verschwindend gering im Vergleich zu den Flugemissionen der Anreise und der Flüge in der Destination.



## 7. Leistungsträger

Um dem Kunden qualitätsvolles Reisen zu ermöglichen, arbeitet Gebeco mit unterschiedlichen Partnern zusammen. In erster Linie handelt es sich um Partneragenturen, Hotels und Reiseleiter. Damit Gebecos nachhaltiges Engagement auch bei den Gästen vor Ort, während der Reise, gewährt ist, müssen die Leistungsträger die Qualitäts- und Nachhaltigkeitsstandards kennen und leben. In umfangreichen Umfragen im Rahmen der Zertifizierung wurde dies gemessen.

### 7.1. Partneragenturen

Mit allen Partneragenturen hat Gebeco Verträge geschlossen, welche auch Nachhaltigkeitsstandards enthalten. Die Rahmenverträge hat Gebeco in den letzten Jahren im Rahmen der Nachhaltigkeitsbemühungen überarbeitet. Seit 2012/2013 enthalten sie eine Klausel zur Nachhaltigkeit und Menschenrechte im Tourismus. Auch ein Lieferantenkodex zum Thema Compliance wurde den Rahmenverträgen hinzugefügt. Neu im Jahr 2014/2015 ist ein Annex zur Einhaltung der Buslenkzeiten hinzugekommen.

Zum großen Teil handelt es sich um Partneragenturen in lokalem Besitz. Ein nicht unwesentlicher Teil sind jedoch auch TUI Agenturen oder Agenturen, an denen Gebeco beteiligt ist. Gebeco ist der Überzeugung, dass Partneragenturen mit internationalen Beteiligungen im Sinne der Nachhaltigkeit sehr vorteilhaft sein können. Dies gilt vor allem für Destinationen mit prekären Arbeitsverhältnissen und unsicheren sozialen Netzen. Denn Partneragenturen, an denen Gebeco beteiligt ist, wie auch die TUI Agenturen, halten sich an Arbeitsnormen, die in Deutschland selbstverständlich sind. Diese liegen teilweise weit über der in den Zielgebieten üblichen Norm. Das betrifft zum Beispiel Gehälter, Arbeitszeiten, soziale Sicherung, Lohnfortzahlung und Arbeitsplatzschutz im Krankheitsfall.

Um das Volumen unter Rücksichtnahme auf die Gebeco-Qualitätsstandards zu bewältigen, benötigt der Veranstalter effektive und flexible Partneragenturen, die große Gästezahlen bewältigen können. Es ist Gebeco aber auch wichtig, sich selbst tragende lokale Strukturen zu fördern – gerade in sich entwickelnden Ländern und Schwellenländern. Daher werden nach Möglichkeit Klein- und Kleinstunternehmen in Reiseabläufe integriert,

kleine familienbetriebene Lodges und Hotels als Unterkünfte gewählt und lokale Kooperativen und Initiativen besucht.

Insgesamt achtet Gebeco bei der Auswahl der Partneragenturen auf die ökologische sowie soziokulturelle Verantwortung, ausreichenden Versicherungsschutz, gute Arbeitsbedingungen, Förderung der regionalen Wirtschaft, Verbindung zur Regionalkultur und aktives Bekenntnis zum Kinderschutz. Umwelt-, Nachhaltigkeits- oder Qualitätssertifikate spielen ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Auswahl von Leistungsträgern.

In 2016 wurden alle 151 Agenturen, mit denen Gebeco zusammenarbeitet, aufgefordert an der Befragung teilzunehmen. 35 Agenturen haben sich beteiligt. Die Auswertung der Fragebögen ergab: Die Partneragenturen haben einen Nachhaltigkeitsindex von 52% erreicht. Dieser Wert ist angesichts der neuen, extrem detaillierten Befragung respektabel. Indem Gebeco die Agentur-Befragung zukünftig für alle Agenturen verpflichtend macht, ist für die nächste Rezertifizierung eine höhere Beteiligung zu erwarten.

Positiv fällt auf, dass 71 Prozent der Agenturen in ihrem Leitbild Nachhaltigkeit integriert haben. Ebenfalls 71 Prozent haben wiederum mit ihren Geschäftspartnern feste Kriterien zu Umwelt- und Sozialstandards vereinbart. Nahezu alle Agenturen führen ein funktionierendes Verbesserungsmanagement. Hohe Punktzahlen erhielten die Agenturen im Bereich Arbeitsbedingungen und in der Erhebung der Mitarbeiterzufriedenheit. In der Angebotsgestaltung bestätigt sich der Nachhaltigkeitsgedanke von Gebeco: Alle Agenturen geben an, in ihren Programmen die Einbeziehung der einheimischen Bevölkerung zu berücksichtigen, Rücksicht auf die kulturellen Belange, Erwartungen und Lebensumstände der lokalen Bevölkerung zu nehmen, lokale Guides einzusetzen, lokale Unterkünfte zu buchen und die Gruppengröße an ökologische oder soziale Umstände anzupassen. Diese Werte sind für Gebeco maßgeblich.

Schlechte Werte erzielten die Agenturen im Bereich der Kundeninformation. Diese Werte wirken sich unnötiger Weise stark auf das Gesamtergebnis aus. Denn: Die Agenturen selbst sind gar nicht ange-

halten, in den direkten Kontakt mit den Gästen zu gehen. Das ist die Aufgabe des Reiseveranstalters Gebeco und die der Reiseleiter. Dieser vorgegebene Frageblock ist leider nicht zielgruppen-orientiert und verschlechtert den Nachhaltigkeitsindex.

Verbesserungsansätze für die Agenturen sind zum Beispiel einen Nachhaltigkeitsbeauftragten zu bestimmen sowie an der eigenen Büroökologie zu arbeiten: Strom, Wasser und umweltfreundliche Büromaterialien.

2014/2015

---

Nachhaltigkeitsindex Partneragenturen 52,00%

## 7.2 Unterkünfte

Gebeco Gäste übernachten während ihrer Rundreise gleich in mehreren Hotels, dabei handelt es sich größtenteils um 3 bis 5 Sterne Hotels. 65 Hotels waren eingeladen, an der Umfrage teilzunehmen. 29 haben sich an der Umfrage beteiligt. Der Gesamt-CSR-Index der von Gebeco befragten Unterkünfte liegt bei 57 Prozent. Auch hier ist der Wert angesichts der extrem detaillierten und neuen Umfrage respektabel. 69 Prozent der Hotels haben das Thema Nachhaltigkeit in ihrem Leitbild verankert. Ein Drittel der Befragten hat eine Nachhaltigkeits-Auszeichnung erhalten. 59 Prozent gaben an, einen Nachhaltigkeits-Beauftragten benannt zu haben. Die Arbeitsbedingungen für Mitarbeiter weisen in fast allen Aspekten einen überdurchschnittlichen Wert aus. Gebeco sieht nach Auswertung der Befragung Optimierungsbedarf beim Thema Kinderschutz: Knapp die Hälfte hat zwar den Verhaltenskodex für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung im Reisen und Tourismus unterzeichnet, doch nur 17 Prozent informieren die Gäste aktiv darüber. Weitere Stellschrauben zur Verbesserung sind in der Büroökologie zu finden: Strom, Klimakompensation, Einkauf von Mehrwegverpackungen, Regenwassernutzung und Recyclingpapier.

2014/2015

---

CSR-Index Unterkünfte 57%

## 7.3 Reiseleitung

Die Reiseleiter von Gebeco Länder erleben und Dr. Tigges sind der Schlüssel zu einem eindrucksvollen und umfassenden Reiseerlebnis. Als Begleiter, Organisationstalente und Kulturvermittler ermöglichen sie den Gästen, das Reiseland in allen Facetten zu

erleben. Die hohe Qualität der Gebeco Reiseleiter beruht dabei auf drei Säulen: Hervorragendem landeskundlichen Wissen, tiefgründiger Lebens- und Berufserfahrung und einer außergewöhnlichen Persönlichkeit.

### Erlebnisreiseleiter

Die Gebeco-Erlebnisreiseleiter führen nah an die Seele des Reiselandes. Mit ihnen schlendern die Gäste gemeinsam über Märkte, begegnen den Einheimischen und schauen hinter die Kulissen. Wenn die Gäste auf eigene Faust losziehen möchten, gibt der Erlebnisreiseleiter gern die besten Insider-Tipps.

### Studienreiseleiter

Der Anspruch an den Dr. Tigges Studienreiseleiter ist besonders hoch. Denn der Gast möchte das Reiseland nicht nur kennenlernen, sondern intensiv in die Geschichte, die Kultur und in aktuelle Themen einsteigen. Als echte Kenner öffnen die Dr. Tigges Studienreiseleiter ansonsten verschlossene Türen, erweitern Horizonte und machen die Reise in einer kleinen Gruppe Gleichgesinnter zu einem unvergesslichen Erlebnis.

### Reiseleiter-Schulungen

Die Mehrheit der Reiseleiter kommt zugunsten der lokalen Wertschöpfung aus dem jeweiligen Gastland. So bietet Gebeco auch den Bewohnern die Möglichkeit, Gastgeber zu sein. Damit dies gut gelingt, schult Gebeco die lokalen Reiseleiter seit Jahren umfassend und persönlich vor Ort. So fanden in 2014 und 2015 in China, Costa Rica, Kuba, Marokko, Südafrika, Usbekistan, Iran, Rumänien und Indonesien Gebeco Reiseleiterschulungen statt. Allein in diesen beiden Jahren schulte Gebeco 183 lokale Reiseleiter. Damit kommt Gebeco im Zeitraum von 2008 bis 2015 auf 910 geschulte lokale Reiseleiter.

Seit der ersten CSR Zertifizierung in 2011 enthalten die Schulungen einen bis zu drei Stunden dauernden Unterrichtsblock „Nachhaltigkeit im Tourismus“. Die Kernthemen der Schulungen sind:

- › Unternehmensgeschichte und Unternehmensphilosophie
- › Marken und Markenphilosophie
- › Methodik und Didaktik
- › Grundzüge Deutsches Reiserecht
- › Kommunikation
- › Beschwerdemanagement
- › Interkulturelles Verständnis
- › Nachhaltigkeit im Tourismus

Um den Kontakt zu den lokalen Reiseleitern aufrecht zu erhalten und eine fortlaufende Schulung zu gewährleisten, gibt es drei aufeinander aufbauende Schulungsstufen:

1. Basic Schulung: Unternehmen (Geschichte, Marken, Produkte, Philosophie), Methodik & Didaktik, Grundzüge Deutsches Reiserecht, CSR und Nachhaltigkeit sowie praktische Übungen
2. A I = Advanced I: zzgl. zu dem oben Genannten noch Rollenspiele, Sprachschatzübungen und Gruppenarbeit (Erarbeiten einer Reisedramaturgie)
3. A II =Advanced II: zzgl. zu dem unter Basic und Advanced I Genannten noch Fachseminar (z.B. Geologie, Tropische Pflanzen etc.) und/oder Teambuilding

Rund 1400 lokale Reiseleiter beschäftigt Gebeco im Laufe eines Jahres. Dem stehen circa 110 Reiseleiter gegenüber, die Gebeco aus Deutschland einsetzt. Auch für diese von aus Deutschland disponierten Reiseleiter bietet Gebeco in regelmäßigen Abständen Schulungen und Workshops an, um neue Themen, die für die Tätigkeit als Reiseleiter wichtig sind, zu vermitteln und den Austausch zwischen Veranstalter und Reiseleitern zu fördern. Die letzte Schulung für aus Deutschland disponierte Reiseleiter fand im Januar 2015 statt, die nächste ist für Januar 2017 geplant. Auch hier ist Nachhaltigkeit im Tourismus ein Thema.

Neben den Schulungen transportiert auch das Gebeco Reiseleiter-Handbuch die nachhaltige Philosophie des Veranstalters. Die Kapitel „Soziale und ökologische Verantwortung“ (1.2) sowie „Compliance und Verhaltenskodex“ (1.3) widmen sich den Inhalten

- Menschenrechte
- Verhaltenskodex zum Kinderschutz
- Nachhaltigkeitsinitiative
- CSR-Zertifizierung
- Hilfsprojekte
- Compliance und Verhaltenskodex
- Gesellschaft und Umwelt

Im Rahmen der Rezertifizierung 2016 hat Gebeco 65 Reiseleiter in besonders relevanten Destinationen angeschrieben, um die Nachhaltigkeitsausrichtung der Reiseleiter zu überprüfen. Beteiligt haben sich 41. Der errechnete CSR-Index von 74% ist ein erfreulicher Wert. Seit der ersten Zertifizierung hat Gebeco deutliche Fortschritte bei der Sensibilisierung und Schulung der Reiseleiter gemacht. Dies ist angesichts der tragenden Rolle des Reiseleiters auch

zielführend: Die Reiseleiter haben den längsten und intensivsten Kontakt innerhalb der Wertschöpfungskette mit dem Gast. Sie sind daher wichtigster Repräsentant der Gebeco und ihrer CSR-Strategie, Vorbild für die Kunden, Multiplikator und Feedback-Geber zurück ins Unternehmen. So geben auch 93% der Reiseleiter an, die Erwartungen des Auftraggebers (Gebeco bzw. Incoming Agentur) bezüglich Umwelt- und Sozialstandards zu kennen.

Obwohl das Thema Nachhaltigkeit sowohl beim Jahres-Reiseleitertreffen der ab/bis Deutschland disponierten Reiseleiter als auch bei allen regionalen Schulungen für einheimische Reiseleiter elementarer Seminarinhalt ist, geben in der Befragung erst 48% der Reiseleiter an, eine dedizierte Schulung zu Nachhaltigkeit erhalten zu haben. Die Rückmeldung zeigt die Problematik auf, die Informationsqualität bei einem weltweiten Reiseangebot und mehrheitlich als Freelancer tätigen, einheimischen Reiseleitern sicher zu stellen.

Die hohen Indizes bezüglich der Kenntnisse von Kultur (96%) und Natur (86%) der vom Reiseleiter betreuten Regionen zeigen die hohen Anforderungen, die Gebeco an die Kompetenzen stellt. Das eigene sozial- und umweltverträgliche Verhalten schätzen die Reiseleiter mit 96% bzw. 98% ebenfalls erfreulich hoch ein.

Bei der Gästeinformation bewerten sich die Reiseleiter als durchaus aktiv. Alle informieren die Reisenden über angemessenes Verhalten im Gastland, nahezu alle über lokale Wertschöpfung und richtiges Verhalten zum Kulturerhalt. Schwächer sind die Werte zu Müllentsorgung und Möglichkeiten, zum Kinderschutz beizutragen. Da gerade der letzte Punkt Gebeco sehr am Herzen liegt, wird dieser unter der Rubrik „Reiseleiter“ explizit ins Verbesserungsprogramm“ aufgenommen.

	2014/2015
Nachhaltigkeitsindex Reiseleitung	74%

## 7.4 Geschäftspartner-Zufriedenheit

Die in 2016 erstmals durchgeführte Geschäftspartner-Befragung hat zwei Ziele: Zum einen die Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit und Geschäftsbeziehung zu ermitteln, zum anderen das Nachhaltigkeitsmanagements von Gebeco aus Sicht der Partner zu bewerten. Gebeco hat für die anonyme Umfrage 176 Partner aus dem Bereich



der Incoming-Agenturen kontaktiert. 40 haben sich beteiligt. Der Gesamt-Zufriedenheitsindex liegt mit 87% zufriedenstellend hoch. Die Punkte „Partnerschaftliches Wirtschaften“, „Faire Preise, Honorare oder Provisionen“, „Rechnungen begleichen“ sowie „Allgemeine Zufriedenheit“ erhalten alle Werte von über 90 Prozent.

Im zweiten Frageblock bewerteten die Agenturen das Nachhaltigkeitsengagement von Gebeco. 100 Prozent geben an, das Leitbild und die Grundwerte von Gebeco zu kennen. Ebenfalls 100 Prozent bestätigten, dass Gebeco sie über die CSR-Zertifizierung durch TourCert informiert hat. Dass zwischen Gebeco und der Agentur ein regelmäßiger Austausch stattfindet, bestätigten 79 Prozent. Dieser Wert ist respektabel, spornt dennoch zur Verbesserung an. Gebeco wird darauf achten, das Thema Nachhaltigkeit bei Agenturbesuchen und Treffen mit Partnern in den Zielgebieten in den Vordergrund zu rücken. Insbesondere im letzten Jahr hat Gebeco bereits aufgrund der Aufnahme der Buslenkzeiten in die Agenturverträge das Augenmerk in der Agenturkorrespondenz verstärkt auf Nachhaltigkeit gelegt.

2014/2015

Zufriedenheitsindex Geschäftspartner 87%

### 7.5 Lieferanten- und Einkaufspolitik

Bei der Auswahl von Lieferanten achtet Gebeco grundsätzlich auf gute Arbeitsbedingungen, gemessen z.B. an faire Löhne, geregelte Arbeitszeiten sowie die Einhaltung der gesetzlichen Mindestnormen. Umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen sowie Recyclingpapier werden herkömmlichen Produkten vorgezogen.



## 8. Soziales Engagement

### Verantwortung

Seit über 35 Jahren organisiert Gebeco Reisen. Begegnungen mit der Bevölkerung waren – und bleiben – dabei immer ein essenzieller Bestandteil. Gebeco Gäste erhalten Einblicke in das alltägliche Leben und lange nachklingende Begegnungen dank der Zusammenarbeit mit lokalen Projekten und sozialen Organisationen. Erst die Offenheit der Gastgeber und ihre Gastfreundschaft ermöglichen diese Art des Reisens – und dafür möchte Gebeco etwas zurückgeben.

### 8.1 Hilfsprojekte

Gebeco fördert seit Jahrzehnten verschiedene Hilfsprojekte weltweit. Das Ziel ist dabei, Hilfe zur Selbsthilfe zu leisten und so den Betroffenen eine nachhaltige Perspektive zu geben. Einige Projekte finanzieren sich mittlerweile selbst. In den vergangenen zwei Jahren hat Gebeco gleich drei neue Hilfsprojekte in Leben gerufen: Das Spurenleser-Projekt in Namibia, der Wiederaufbau einer Schule in Nepal sowie der Bau neuer Klassenräume in einer Schule in Mandalay, Myanmar.

Neben finanzieller und konzeptioneller Unterstützung kann Gebeco noch eines beitragen: Tourismus. Bei vielen Reisen von Gebeco Länder erleben, Dr. Tigges und goXplore besuchen die Gäste Gebeco-eigene und fremde Hilfsprojekte. Im Geschäftsjahr 2014/2015 waren es 2.676 Gäste. Zum einen geraten die Menschen beider Seiten so in Austausch, zum anderen kurbeln Touristen die Wirtschaft im Zielgebiet an und helfen so dabei, Traditionen wie das Kunsthandwerk oder Spurenlesen zu erhalten.

Wie überprüft Gebeco die Hilfsprojekte? Durch die Agenturen vor Ort, die nun auch durch die neuen Rahmenverträge zum Thema Menschenrechte und Nachhaltigkeit sensibilisiert wurden, aber auch durch persönliche Besuche. Ury Steinweg besuchte beispielsweise in 2012/2013 das Apna Jatan Center in Indien, Thomas Bohlander Anfang 2014 das Aufforstungsprojekt Himmapaan in Nordthailand sowie Jens Hulvershorn und Lena Prien das Spurenleser-Projekt in Namibia.

Folgende Kriterien müssen die Hilfsprojekte erfüllen:

- Hilfe zur Selbsthilfe
- zeitliche Befristung
- Gebeco Gäste besuchen die Hilfsprojekte

➤ Gebeco wird als Unterstützer vor Ort präsentiert Die durchschnittliche Dauer der Hilfsprojekte beträgt ca. 3 Jahre.

### Aktuelle Hilfsprojekte:

#### Das Spurenleser-Projekt in Namibia: Die Professoren der Wildnis

Rund 6000 Khwe leben im Bwabwata-Nationalpark. Sie sind Teil des San-Volkes und haben eine jahrtausendealte Tradition als Jäger und Sammler. Doch in 1982 verhängte die Regierung ein Jagdverbot. Nicht nur, dass die Khwe dadurch ihre Nahrungsquelle verloren haben. Viel schlimmer beschreibt einer von ihnen das Gefühl, dass ihnen „die Kultur aus dem Herzen gerissen“ wurde. „Stellen Sie sich vor, Ihnen würde die einzige Fähigkeit genommen, die Sie ihr Lebtag mit Herz und Seele ausgeübt haben, die auch schon Ihre Vorfahren immer getan haben und von der Sie meinten, sie an Ihre Kinder weiterzugeben. Das entwurzelt Sie.“ Diese Entwurzelung bringt mit sich: Die Auflösung einer Kultur. Verunsicherung, wo und auf welche Weise von nun an Nahrung beschafft werden soll – hat man doch nichts gelernt, womit sich Geld verdienen lässt. Für viele bedeutet es auch die Flucht in Alkohol und Kriminalität. So entstand das Hilfsprojekt „Spurenleser“, das Gebeco konzeptionell wie auch finanziell unterstützt. Gemeinsam mit Futouris und dem WWF Namibia, engagiert sich Gebeco dafür, den Khwe wieder einer Perspektive zu geben und ihr Wissen und kulturelles Erbe zu wahren. Im Rahmen des Hilfsprojektes haben sie zehn Khwe ein Jahr lang zu „Spurenlesern“ für Touristen ausgewählt und ausgebildet. Während der Ausbildung absolvierten die Khwe zum Beispiel ein Praktikum in einer Lodge, um den Umgang mit Touristen kennenzulernen.

#### No. 19 Primary School in Mandalay, Myanmar

Seit Dezember 2015 unterstützte Gebeco in Zusammenarbeit mit der Partneragentur in Myanmar die Renovierung und Erweiterung der No. 19, Primary School im Shin Daw Kong Village, etwa 45 Minuten Fahrzeit von Mandalay entfernt. Fokus bei dem Hilfsprojekt war der Bau eines komplett neuen Klassenzimmers, denn das bisherige Gebäude war zu klein für die insgesamt 150 Schüler. Darüber hinaus war eine Renovierung der Decken und des Schornsteins, der Toiletten, des Klassenzimmerflurs und

der Wasserleitungen nötig. Die Installation einer Wasseraufbereitungsanlage und die Anschaffung von Tafeln und Standventilatoren standen ebenfalls auf der Agenda.

### **Wiederaufbau der Shree Rudrayini Secondary School in Nepal**

Durch die Erdbeben in Nepal im April und Mai 2015 kamen unzählige Menschen ums Leben, viele wurden obdachlos. Gleich zwei Gebäude der öffentlichen Ganztagschule „Shree Rudrayini Secondary School“ waren betroffen, zehn Klassenräume gingen verloren. Die alte Schule ist noch aus Zeiten des Rana Regimes und befindet sich in Khokhana, auf dem Land südlich von Kathmandu. Die Regierung unterstützte zwar den Bau eines neuen Gebäudes aus Bambus, damit waren aber nur drei Klassenräume geschaffen. Da der Platz für die Kinder nicht ausreicht, finanzierte Gebeco den Abriss eines der zerstörten Gebäude und den Bau eines neuen mit sieben weiteren Klassenräumen. Das neue Schulgebäude wurde im Frühjahr 2016 fertig. Zurzeit besuchen wieder 205 Schüler die Schule – 120 Mädchen und 85 Jungen. Pro Klasse unterrichten die Lehrer rund 15 Kinder. Viele der Kinder sind Waisen oder haben nur noch einen Elternteil. Sie kommen direkt aus Khokhana oder aus den umliegenden Dörfern.

### **Indien: Apna Jatan Center**

Das Apna Jatan Center deckt die Bedürfnisse von Kindern vor allem in Bezug auf Bildung und Gesundheit in einem der Slums von Udaipur ab. Momentan werden im Center rund 60 Kinder betreut und unterrichtet. Im projekteigenen Kindergarten werden permanent 15 ein- bis dreijährige Kinder betreut. Berufstätige Mütter können das Zentrum auch als Tagesstätte nutzen. Das Zentrum feiert zahlreiche Erfolge. So konnte sowohl die medizinische Vorsorge als auch der Bildungsstand vieler Kinder verbessert werden. Das Apna Jatan Center wurde mit finanzieller und konzeptioneller Hilfe der Gebeco im Oktober 2010 eröffnet. Seitdem unterstützt Gebeco die Weiterführung dieses für die Region sehr wichtigen Projekts. Dadurch fandne in 2014 zum Beispiel folgende Aktivitäten statt: Sechs Gesundheits-Checkups, zwei zahnärztliche Vorsorgeuntersuchungen, Impfungen und zahlreiche Informationsveranstaltungen, beispielsweise zu den Themen Hygiene, Zahnpflege, Ernährung. Bei einem 10-tägigen Workshop lernten die Mütter der betreuten Kinder nähen. Ein Banksystem wurde eingeführt, mit dem die Kinder beispielsweise Geld für eingetauschte Pfandflaschen sparen können und so spielerisch lernen, mit Geld umzugehen. In 2014

fand darüber hinaus der erste Computer im Apna Jatan Center Einzug.

### **Myanmar: Taung Ba Schule**

Taung Ba - ein kleines Dorf mit 1.262 Einwohnern, etwa 7 Kilometer von Bagan entfernt. Die Bewohner des Dorfes sind fast alle Bauern, sie leben hauptsächlich vom Anbau von Erdnüssen, Sesam und verschiedenen Bohnen. Ihre Kinder gehen in eine Schule, die Gebeco seit 2010 systematisch fördert und ausbaut. Bislang errichtete man mit Gebecos Hilfe drei neue Klassenhäuser. Einst waren es Bambushütten, heute sind es robuste Gebäude aus Zement und Ziegelsteinen. Die Möbel, Schulbänke und Stühle, stammen im Auftrag von Gebeco von einem ortsansässigen Schreiner. Neben den neuen Klassenzimmern richtete Gebeco 2014 neue Toilettenräume und eine Regenauffangananlage ein, die die Schule mit Wasser versorgt. Neun Lehrer unterrichten etwa 200 Schüler von der 1.-5. Klasse (Grundschule) und der 6.-9. Klasse (Mittelschule). Drei Lehrer werden im Rahmen der Gebeco-Förderung bezahlt.

### **Abgeschlossene Hilfsprojekte:**

#### **Namibia: Augaikhas Primery School**

An dieser Grundschule bei Windhoek waren die Gebäude und die sanitären Einrichtungen desolat, Lehrkräfte fehlten. Aufgrund fehlender Klassenräume wurde der Unterricht im Schichtbetrieb durchgeführt. Gebeco engagierte sich für den Ausbau und die Erneuerung der Klassenräume.

#### **Costa Rica: Hip'n'verde**

Das lokale Unternehmen Hip'n'verde gibt Frauen die Möglichkeit zur Verbesserung ihrer eigenen sozioökonomischen Lage. Die Frauen verantworten die Produktion von kreativen und umweltfreundlichen Recyclingprodukten. Damit können Frauen aus den ländlichen Regionen Costa Ricas ihre Existenzgrundlage mit dem von Gebeco geförderten Futouris-Projekt sichern.

#### **Ecuador: Cutuglagua-Schule**

Die kleine Schule in Quito bietet 65 Schülern ein Vorschulprogramm. Gebeco förderte hier den Bau von sanitären Anlagen und einer Wasseraufbereitungsanlage, um sauberes Trinkwasser zur Verfügung zu stellen.

#### **Thailand: Himmappaan Aufforstungsprojekt**

Abholzungen haben die im Norden Thailands vorherrschende üppige Vegetation stark in Mitleidenschaft gezogen. Um die einheimische Pflanzenwelt



zu erhalten, wurde das Himmapaan Aufforstungsprojekt ins Leben gerufen. Gebeco unterstützte den Baumgarten, in dem außerhalb der Anpflanzungszeiten die Jungpflanzen aufgezogen werden. Auch den Bau eines Besucherhauses samt Ausstattung förderte Gebeco. Hier begrüßen Mitarbeiter die Gäste und stellen das Projekt vor. Mittlerweile finanziert sich das Projekt selbst.

Darüber hinaus besuchten Gebeco-Gäste in 2014/15 17 weitere Hilfsprojekte. 5 davon stehen heraus, denn sie wurden von besonders vielen besucht:

### **Peru: Awamaki-Weber-Projekt**

Das Weberinnen-Projekt stärkt die Frauen vor Ort und hilft ihnen, ihre Familie mit traditionellem Handwerk zu unterstützen.

### **Nepal: Samata Shiksha Niketan School**

Die Schule in Kathmandu versorgt Straßen- und Waisenkinder und ermöglicht ihnen eine schulische Ausbildung. Gebeco setzte sich hier für den Bau sanitärer Anlagen und eine optimale Wasserversorgung ein.

### **Namibia: Living Museum of the Damaras**

Hier lernen die Gäste die in Vergessenheit geratene traditionelle Kultur der „Ureinwohner“ Namibias kennen, um so einerseits zu deren Erhalt beizutragen und andererseits der Community der Damara, die das Museum aufbauten, zu einem geregelten Einkommen zu verhelfen.

### **Thailand: Doi Tung Development Project**

Dieses Projekt des Königshauses wurde mit dem Ziel konzipiert, Hilfe zur Selbsthilfe und Koexistenz von Menschen und Wald in einer nachhaltigen Art und Weise zu ermöglichen und insbesondere die Bauern vom Opium zum Anbau anderer Feldfrüchte zu bewegen.

### **Weltweit: Planeterra Hilfsprojekte**

Neun der besuchten Hilfsprojekte sind Planeterra Hilfsprojekte des Partners G Adventures. Es sind durchweg Projekte ortsansässiger Kommunen, gemeinnütziger Organisationen und internationaler Wohltätigkeitsorganisationen zur Förderung der Bereiche Gesundheit, Bildung, kommunale Entwicklung, Umweltschutz und Schulung von Angestellten.

### **8.2 Engagement am Standort**

Der Schwerpunkt des sozialen Engagements liegt ganz klar im Ausland. Dies ist eine Grundsatzentscheidung: Gebecos Art des Reisens ist nur möglich, weil die Gastgeber die Kunden von Gebeco herzlich empfangen und ihnen Einblicke in ihre Kultur gewähren. So möchte Gebeco mit der Förderung von Hilfsprojekten der Bevölkerung etwas zurückgeben – und Dankbarkeit zeigen.

In Deutschland ist Gebeco Mitglied im Kinderschutzbund. Der Bundesverband setzt sich für den Schutz von Kindern vor Gewalt, gegen Kinderarmut und für die Umsetzung der Kinderrechte in Deutschland ein. Es geht um eine kinderfreundliche Gesellschaft, in der die geistige, psychische, soziale und körperliche Entwicklung von Kindern und Jugendlichen gefördert wird. Dabei sollen Kinder und Jugendliche bei allen Entscheidungen, Planungen und Maßnahmen, die sie betreffen, beteiligt werden.

Gebeco beteiligt sich jedes Jahr an der umweltfreundlichen Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“, initiiert von der AOK und des ADFC (Allgemeiner Deutscher Fahrrad-Club). Dabei lassen die Gebeco Mitarbeiter an so vielen Tagen wie möglich das Auto in der Garage und treten stattdessen in die Pedale. Auch in 2016 haben wieder viele Mitarbeiter an der Aktion teilgenommen und so einen kleinen Beitrag zum Schutz der Umwelt geleistet.



Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist entsprechend den Berichtsstandards von TourCert erstellt und von unabhängigen Gutachtern überprüft.  
[www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)

#### **Über die CSR Zertifizierung und TourCert**

CSR-zertifizierte Tourismusunternehmen haben ihre Geschäftspraxis systematisch auf Nachhaltigkeit geprüft. Entsprechend den Standards von TourCert haben sie ökologische und soziale Kriterien quantitativ und qualitativ gemessen sowie Schwachstellen identifiziert; ebenso haben sie ihre Leistungsträger entlang der Wertschöpfungskette überprüft. Sie haben CSR dauerhaft im Unternehmen verankert, einen CSR-Beauftragten benannt, einen Nachhaltigkeitsbericht und ein Verbesserungsprogramm erstellt; zudem verpflichten sie sich, ihre Nachhaltigkeitsleistung kontinuierlich zu verbessern und von einem externen Gutachter überprüfen zu lassen.

TourCert, die gemeinnützige Gesellschaft (GbR) für Zertifizierung im Tourismus, vergibt das CSR-Siegel und führt das Register der CSR-zertifizierten Unternehmen. TourCert vereint Experten aus Tourismus, Wissenschaft, Umwelt, Entwicklung und Politik. Mit ihrer langjährigen Erfahrung stehen sie für eine qualifizierte Schulung, Beratung und Zertifizierung. Die CSR-Zertifizierungsrichtlinie definiert die Anforderungen an das CSR-System im Tourismus und regelt das Prüfungs- und Zertifizierungssystem. Der unabhängige und ehrenamtliche CSR-Zertifizierungsrat entscheidet über die Vergabe des Siegels.

#### **CSR – Corporate Social Responsibility im Tourismus**

CSR umschreibt den Beitrag eines Unternehmens zu einer nachhaltigen Entwicklung, indem es über gesetzliche Vorgaben hinaus soziale und ökologische Verantwortung in sein Kerngeschäft übernimmt.

#### **Impressum**

Gebeco GmbH & Co. KG, Holzkoppelweg 19, 24118 Kiel, Germany  
Telefon: 0431- 5446 0, Fax: 0431- 5446 111, E-Mail: [contact@gebeco.de](mailto:contact@gebeco.de)  
[www.gebeco.de](http://www.gebeco.de)

#### **Nachhaltigkeitsbeauftragte**

Nicole Prey

#### **CSR-Team**

Claudia Baldauf, Anna Flick, Jens Hulvershorn, Kirsten Hulvershorn, Nicole Prey, Lena Prien, Justus Rodenwald, Sandra Wiese  
E-Mail: [nachhaltigkeit@gebeco.de](mailto:nachhaltigkeit@gebeco.de)

#### **Jahr der Datenerfassung**

Geschäftsjahr 2014 / 2015 (01.10.14 – 30.09.15)

#### **Veröffentlicht im Dezember 2016**

Dieser Nachhaltigkeitsbericht richtet sich nach den Berichtsstandards von TourCert und wurde von unabhängigen Gutachtern geprüft.  
[www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)



Gebeco GmbH & Co KG, Kiel