



DIE MIT DEM OOOH & AAAH

# REISEN MIT SINNEN

## Nachhaltigkeitsbericht

REISEN MIT SINNEN

Pardon/Heider Touristik GmbH



Dieser Nachhaltigkeitsbericht ist entsprechend den Berichtsstandards von TourCert erstellt und von unabhängigen Gutachtern geprüft.

[www.tourcert.org](http://www.tourcert.org)



## Impressum

REISEN MIT SINNEN  
Pardon/Heider Touristik GmbH  
Erfurter Str. 23  
44143 Dortmund

0049 (0)231 589792-0  
info@reisenmitsinnen.de  
www.reisenmitsinnen.de

Kai Pardon  
Gründer & Geschäftsführung, CSR-Beauftragter  
0049 (0)231 589792-22  
kai.pardon@reisenmitsinnen.de

Jahr der Datenerfassung ist das Geschäftsjahr 2022/2023: 01.07.2022 – 30.06.2023

# VORWORT

## **Auf unserem Weg zu einem nachhaltigen und qualitätsbewussten Tourismus**

REISEN MIT SINNEN ist schon seit über 27 Jahren aktiv dabei nachhaltige Impulse im internationalen Tourismus zu setzen. REISEN MIT SINNEN ist eine Marke der Pardon/Heider Touristik GmbH. Ebenfalls die Marke Activida Wanderreisen.

2016 haben wir unser Unternehmen mit allerlei Maßnahmen neu justiert – dazu gehört das Rebranding. Wir haben die erfolgreiche Marke ONE WORLD Reisen mit Sinnen durch REISEN MIT SINNEN ersetzt. Wir glauben, dass wir uns mit diesem Brand noch klarer positionieren. Dabei möchten wir weg von touristischen Klischees und Weichzeichnern aus wirtschaftlichen Interessen.

2019 haben wir eine zweite Marke aufgebaut. Ziel von Activida Wanderreisen ist es im europäischen Raum nachhaltige Wandereisen „ohne Schnickschnack“ zu kreieren. Ökologische Unterkünfte, regionale, oft Bio-Verpflegung, eine qualifizierte Reiseleitung und besondere Routen in ausgewählten Zielgebieten sind die Säulen unserer neuen Marke.

Seit 2021 kompensieren wir CO<sub>2</sub> – sowohl die Emissionen der Flüge als auch die des Landprogramms zu 100%. Der Betrag ist eingepreist. Damit sind wir Vorreiter. Unsere Produkte sind nun schon im dritten Jahr zu 100% klimakompensiert. Wir arbeiten hier mit atmosfair, dem unserer Meinung nach bestem Partner, Hand in Hand zusammen.

Seit 2022 sind wir Exklusivpartner von Tchibo-Reisen, die uns für den Aufbau einer nachhaltigen Produktlinie ausgewählt haben. Zudem arbeiten wir inzwischen papierfrei.

Bei REISEN MIT SINNEN ist Nachhaltigkeit eine nicht verrückbare Säule der Produktqualität. Wir versprechen unseren Gästen, dass wir die gesetzten Nachhaltigkeits-Leitplanken nicht durchbrechen. Unsere Qualitäts-, also auch die Nachhaltigkeitsstandards, sind klar definiert. Unserer Überzeugung nach ist Integrität beim Handeln absolute und notwendige Bedingung für Qualität und Nachhaltigkeit. Eine touristische Dienstleistung ist ein Versprechen das spätestens bei der Realisierung der Reise eingelöst wird. Wenn „die Stunde der Wahrheit“ kommt, stellt sich für den Kunden die Frage, ob die qualitativ hochwertige und nachhaltige Reise auch tatsächlich so ist, wie sie ausgeschrieben ist. Dieses Qualitätsversprechen zu halten, verlangt von allen Mitarbeitenden und Leistungsträgern Integrität und Authentizität im täglichen Handeln – denn ohne diese Werte bleibt ein verantwortungsbewusstes und nachhaltiges Reisekonzept bei gleichbleibend hoher Qualität seelen- und wirkungslos.

Trotz scheinbar ernsthafter Bemühungen um einen nachhaltigen Tourismus, bei dem vor allem der Klimaschutz eine entscheidende Rolle spielen muss, sind leider nur wenig nennenswerte Erfolge zu verzeichnen. Änderungen des Kundenverhaltens und des Bewusstseins Richtung ökologischer und sozialer Verantwortung sind oft anderen Kriterien untergeordnet. Zudem setzt die Politik hier keine einheitlichen Normen.

Dennoch geht es voran. Kein einziger Reisegast hat – seitdem wir die Kompensation aller Emissionen in den Reiserpreis eingepreist haben – danach gefragt, ob wir das rausrechnen können. Reisen mit einem besseren Gewissen.



Kai Pardon  
Gründer & Geschäftsführer

Dortmund, den 1. April 2024

# INHALTSVERZEICHNIS

ALLGEMEINE INFORMATIONEN .....	6
KERNINDIKATOREN.....	6
1. UNTERNEHMENSPORTRAIT .....	7
1.1 Unternehmensdaten.....	7
1.2 Reisephilosophie.....	7
1.3 Leitbild.....	8
1.4 Engagement.....	10
1.5 Qualitätsmanagement .....	11
1.6 Teamwork.....	11
2. Management .....	12
2.1 Unternehmenszweige .....	12
2.2 CSR-Management .....	12
2.3 Legal Compliance.....	12
2.4 Supplier Code of Conduct.....	13
2.5 Menschenrechtliche Sorgfalt und Kinderschutzkodex.....	13
2.6 Stakeholdermap.....	14
2.7 Information und Kommunikation.....	14
2.8 Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement.....	15
3. Wirtschaftsdaten.....	15
3.1 Umsatz .....	15
3.2 Ausgaben.....	15
4. Reiseangebote.....	16
4.1 Angebotsportfolio.....	16
4.2 Produktgestaltung.....	17
4.3 CO <sub>2</sub> -Kompensation aller Reisen eingepreist.....	18
5. Kund:Innen .....	19
5.1 Kundenzufriedenheit .....	19
5.2 Kundeninformation .....	19
6. Mitarbeitende .....	20
6.1 Beschäftigtenstruktur .....	20
6.2 Personalentwicklung .....	20
6.3 Arbeitsbedingungen .....	21
6.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit.....	22
7. Betriebsökologie .....	22
7.1 Energie .....	22
7.2 Dienstreisen .....	22
7.3 Papier .....	23
8. Leistungsträger.....	23
8.1 Partneragenturen.....	23
8.2 Unterkünfte.....	24
8.3 Reiseleitung .....	24
8.4 Geschäftspartner .....	25
9. Community Involvement.....	25

## ALLGEMEINE INFORMATIONEN

Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalent) zum 30.06.2023	Anz	15
Gesamtübernachtungen	Anz	23.546
Gesamtreisende	Anz	2.428

## KERNINDIKATOREN

Anteil der Ausgaben, die ins Reiseland fließen	%	51,8
CO <sub>2</sub> pro Gast und Übernachtung	kg	304,04
Durch Kompensation eingespartes CO <sub>2</sub> (Gesamtunternehmen)	t	99.938,5
CSR-Index Kundeninformation	%	100
CSR-Index Mitarbeitende	%	81
CSR-Index Produktgestaltung	%	57
CSR-Index Partneragenturen	%	70
CSR-Index Reiseleiter/innen	%	84
CSR-Index Geschäftspartner	%	84
CSR-Index Unterkünfte	%	91

Mindestens 51 % des  
Reisepreises bleiben bei  
REISEN MIT SINNEN im  
Reiseland.

# 1. UNTERNEHMENSPORTRAIT

## 1.1 Unternehmensdaten

REISEN MIT SINNEN, ehemals ONE WORLD Reisen mit Sinnen, wurde 1995 gegründet und gilt in der Branche als innovativer, ungewöhnlicher Spezialveranstalter. Nicht umsonst sind wir Exklusivpartner von ZEIT REISEN, dem Reformhaus, von Tchibo oder der TAZ. Seit Bestehen wurde das Unternehmen mit 21 Tourismuspreisen ausgezeichnet. REISEN MIT SINNEN war zudem 1998 aktiv an der Gründung des Dachverbandes forum anders reisen e.V. beteiligt. REISEN MIT SINNEN-Chef Kai Pardon war zu Beginn und nochmals zwischen 2012 und 2022 aktives Vorstandsmitglied.

Kai Pardon gründete die Firma 1995. Seine



Biografie führte ihn sehr konsequent zur Gründung eines ambitionierten Reiseunternehmens. Das Studium der Raumplanung an der Uni Dortmund brachte ihn nur scheinbar von seiner späteren Berufswelt ab: Er lebte und forschte über Monate bei den Iban, ehemaligen Kopfjägern, lernte die malaiische Sprache und schrieb seine Diplomarbeit zum Thema „Borneo - Auswirkungen des Tourismus auf Altvölker und Entwicklung eines behutsamen Tourismuskonzepts“. 2003 gründete er auf den Kapverden die erste nachhaltige Incoming-Agentur und im Oktober 2022 wurde das erste Eco-Hotel mit dem Namen Mamiwata Eco Village auf der Kapverden-Insel Santo Antão eröffnet.

Seit 2009 ist REISEN MIT SINNEN, also die Pardon/Heider Touristik GmbH mit dem Corporate Social Responsibility-Siegel (CSR) zertifiziert, und das als einer der ersten Reiseveranstalter in Deutschland.

## 1.2 Reisephilosophie

### Die Idee

Aufmerksam sein für die Dinge und Menschen, die einen umgeben. Wahrnehmen, dass der Aufenthalt in der Natur mehr Luxus bereithält als der im 5-Sterne-Hotel – so definieren wir die wichtigste Marke REISEN MIT SINNEN. Mit viel Spaß und voller Intensität tauchen wir ein in unsere Zielregionen. Was wir dort an neuen Blickwinkeln, oft abseits der klassischen Touristenattraktionen, entdecken, geben wir auf unseren Reisen an unsere Gäste weiter. So nehmen wir teil am authentischen Alltagsleben, an ursprünglichen Traditionen, sind mittendrin in einer fremden Welt und können uns dabei komplett entspannen.

Unsere Reisen sind nah dran an der Natur und an den Menschen. Sie verknüpfen Aktivitäten und Entdeckungen mit viel Genuss und Begegnungen. Unsere Gäste haben die Möglichkeit sich aktiv mit einzubringen – beim Kochkurs auf dem Weingut, beim Affenspielzeugbasteln im Tierschutzprojekt oder bei der Trüffelsuche im Piemont. Was man selbst mit allen Sinnen erlebt hat, wirkt lange nach.

Unser Bestreben einen schonenderen, bewussten oder nachhaltigeren Tourismus zu betreiben ist seit Gründung von REISEN MIT SINNEN vor über 27 Jahren Motivation für das tägliche Geschäft. Wir sehen und übernehmen Verantwortung für das, was wir tun. Reisen wirkt auf Umwelt und Gesellschaft. Genau hier setzen wir an. Wir minimieren negative Auswirkungen und fördern das Positive. Wir sind überzeugt, dass Nachhaltigkeit eine wichtige Säule der Qualität darstellt. Diese Erkenntnis hilft uns dabei Standards zu setzen, wenn wir Destinationen, Unterkünfte und andere Inhalte für Ihre Reise auswählen.

### Aktiv unterwegs sein

Reisen sind Erlebnisse. Wir betrachten Berge und Seen nicht nur durch die Windschutzscheibe. Wir möchten, dass unsere Gäste das Gehölz unter den Sohlen knacken hören, dass sie spüren, wie

erfrischend ein Sprung ins kühle Nass nach einer Wanderung ist oder wie es sich anfühlt, auf einem Kamelrücken durch die Mongolei zu schaukeln. Aktivitäten machen eine Reise für uns bewegend.



Natürlich kommen wir dabei auch der lokalen Bevölkerung nahe, machen Begegnungen auf Augenhöhe und lernen so ganz neue Blickwinkel und Perspektiven kennen. Immer dabei: unsere ausgezeichneten Reiseleiter, die unsere Gäste jederzeit dabei unterstützen, Hindernisse und Kommunikationsbarrieren zu überwinden.

### **FAIR verreisen**

Urlauberlebnisse sind oft flüchtig – kaum hat einen der Alltag wieder, verblassen die Erinnerungen. Durch unsere Form des Reisens hoffen wir, dass Sie die schönste Zeit des Jahres nicht so schnell wieder vergessen. So wie wir in Ihrem Gedächtnis lange präsent bleiben möchten, so setzen wir uns dafür ein, dass auch umgekehrt die Urlauber einen Eindruck in dem bereisten Land hinterlassen. Dafür binden wir



nachhaltig arbeitende Organisationen vor Ort in unsere Tour-Programme ein, Initiativen, deren Mitarbeitende unmittelbar von Ihrem Besuch profitieren. Sie erhalten finanzielle Zuwendung, aber erfahren auch Interesse an ihren Anliegen.

Durch mehr Bewusstsein und Aufmerksamkeit kann viel erreicht und die Verhältnisse zum Positiven verändert werden. Das mag mit einem Projekt für ökologischen Landbau und einem Schulungszentrum für Jugendliche in Sri Lanka beginnen und hört bei der CO<sub>2</sub>-Kompensation durch Klimainitiativen noch lange nicht auf. Gemeinsam mit unseren Gästen engagieren wir uns für einen zukunftsweisenden Tourismus mit Respekt und auf Augenhöhe der lokalen Bevölkerung.

### **Hochwertig und genussvoll reisen**

Rückhaltlos genießen, aus dem Vollen schöpfen, Reiseschätze heben, mittendrin sein – wir bieten unseren Gästen einzigartige Momente. Momente, die effektiv in Erinnerung bleiben, weil sie so besonders waren, sich unerwartete Gespräche ergaben und unsere Gäste sich selbst mit einbringen konnten.

Wir genießen den Bummel über den Markt, bei dem wir die regionalen Zutaten auswählen, bevor wir mit dem *são-tomé*ischen Fernsehkoch unser eigenes Süppchen kochen. Unsere Gäste nehmen die Düfte der Plantage wahr, während uns Farm-Mitarbeitende erklären, wie das Projekt so tickt. Wir riechen den harzigen Geruch der Bäume oder das samtige Bukett der Blumen, während wir mit unserem erfahrenen Guide auf Abenteuerpfaden wandern und wandeln.

Unsere Reiseleitung kennt ihre Gegend wie ihre Westentasche und ermöglicht durch ihre Detailkenntnisse Erlebnisse jenseits ausgelatschter Wege.

## **1.3 Leitbild**

### **Zukunftsorientierte Tourismus-Entwicklung**

Sozialverantwortlich und umweltfreundlich sollen unsere Reisen sein. Dazu gehört die Beteiligung der lokalen Bevölkerung an der Ausgestaltung. Die wirtschaftlichen Erträge sollen den Menschen in den Zielgebieten zugutekommen. Wir zahlen vor Ort angemessene Preise und Löhne, die zur Entwicklung des Gemeinwohls beitragen.

### **Wertschöpfung im Land – mindestens 51% bleiben in der Destination**

Ab Herbst 2023 sind wir noch transparenter, was unsere Nachhaltigkeitsbemühungen angeht. Jede

Reise wird gecheckt. Wie viel Geld bleibt im Land? Was kommt der lokalen Bevölkerung zugute? Die Zahlen werden auf unserer Website bei jeder unserer Reisen veröffentlicht. Ziel ist, das mindestens 51% des Reisepreises in der Destination bleiben.

Der Rest besteht aus der Anreise, Vertriebs- und Abwicklungskosten, unserer Marge und weiteren kleineren Posten. So gewährleisten wir einen faireren Tourismus.

Kompetente, individuelle Beratung schafft Zufriedenheit auf allen Seiten



Wir kennen unsere Reiseziele aus dem Effeff und halten engen Kontakt zu unseren Partnern vor Ort. Unsere Leistungsträger unterschreiben einen umfassenden Rahmenvertrag sowie unseren Code of Conduct. Die schönsten Wochen des Jahres liegen uns am Herzen. Natürlich. Unsere Gäste vertrauen uns. Und wir möchten das mit hoher Qualität und Wertschätzung zurückgeben. Zudem verhindern wir so: falsche Erwartungen, Unzufriedenheit oder eine Reise in ein nicht passendes Reiseziel.

### **Integer, aktuell & transparent**

Wir versprechen nicht das Blaue vom Himmel und wir schenken reinen Wein ein. Nichts ist schlimmer, als wenn Gäste mit falschen Erwartungen eine Reise antreten. Jede unserer Reisen läuft durch eine interne Qualitätskontrolle. Wir checken, ob das Produkt zu unserem REISEN MIT SINNEN-Reisestil passt. Auch über die tagesaktuelle Situation im Reiseland sind wir informiert und geben diese Infos weiter. Sollten Unsicherheiten bestehen, was die Reisesicherheit angeht, wird das kommuniziert oder auch von einer Reise abgeraten.

### **Aktive und klimaschonende Reiseinhalte**

Mal geht es ein Stück des Weges mit dem Ochsenkarren durch Myanmar oder mit dem Drahtesel durch Venetien. Aktive Entspannung nennen wir das. Wir wandern über die Kapverden und über die Azoren oder im Piemont. Bewegung tut gut und macht den Kopf frei. Unsere Routen sind intelligent – lange Busfahrten sind die Ausnahme. Bewegung aus eigener Kraft generiert zudem kein CO<sub>2</sub>.

### **Die mit dem OOOH und AAAH**

Unsere Reisen haben den Anspruch, mit unseren Gästen die vielfältigen Realitäten in den Zielgebieten zu erleben. Wir steuern dabei niemals nur die Kulissen an. Wir gehen nicht in All-Inclusive-Hotels oder ins folkloristische Touristendorf. Das sind Tabus. Sollten wir indigene Menschen treffen, wissen wir, was wir tun. Diese Art von Programmpunkten gehört nicht zu unserem Portfolio.

### **Erfahrene Reiseleitung mit Sinn für nachhaltiges Erleben**

Mit der Reiseleitung kann eine Reise stehen oder fallen. Das mussten wir natürlich schon erleben. Wo Menschen arbeiten, passieren Fehler. Wo Menschen zusammenkommen, kann es sein, dass die Chemie nicht stimmt. Umso mehr Bedacht zeigen wir bei der Auswahl der Menschen, die unsere Gäste vor Ort begleiten. In regelmäßigen Qualifizierungs-Workshops werden unsere Guides auf Herz und Nieren geprüft und auch im Bereich Nachhaltigkeit geschult.

### **Gut schlafen & essen und das möglichst mit hoher Wertschöpfung vor Ort**

Wir wissen, wie wichtig entspannter Schlaf auf Reisen ist. Nur ausgeschlafen können unsere Gäste alle Erlebnisse wertschätzen und genießen. Auch die Wahl der Restaurants ist uns enorm wichtig: gesundes, gutes Essen für regionalen Genuss. Wir bevorzugen Hotels und Restaurants in einheimischer Hand. Das Ambiente hat für uns einen höheren Stellenwert als die Sterne. Einfache Übernachtungen in Jurte, Baumhaus oder Privatunterkunft sind oft Teil einer Reise.

## **Klein und besonders fein – mehr erleben mit weniger negativem Impact**

Uns macht es auch keinen Spaß, mit großen Gruppen auf Reisen zu sein. Unsere Gruppenreisen finden teilweise ab vier Gästen statt. Maximal nehmen wir, je nach Reisetil, 8, 12 oder 14 Gäste mit. Das bringt höhere Flexibilität und Erlebnis-Mehrwert.



Das REISEN MIT SINNEN-Team – Innovation auch zuhause

Ein respektvoller, unterstützender und ehrlicher Umgang ist uns sehr wichtig. Montags bis freitags haben wir füreinander ein offenes Ohr und greifen uns unter die Arme, wenn es nötig ist. Das Team ist unser Erfolg.

Seit Jahren nutzen wir die Möglichkeiten jeden im Team weiterzuentwickeln. 2019 haben wir eine Potentialberatung über ein Jahr gemacht, um jedem Mitarbeitenden im Team die Möglichkeit zu geben nicht nur im, sondern auch am Unternehmen zu arbeiten. Das führte zu mehr Agilität und Identifikation. 2023 haben wir diesem Prozess wieder aufgenommen. Im Juni 2023 haben wir mit allen Mitarbeitenden einen mehrtägigen Workshop veranstaltet. Unter anderem ging es um Themen wie New Work, Agilität oder Kommunikationsstrukturen. Einige Mitarbeitende arbeiten nun in firmenrelevanten Projekten. Die Themen wurden aus dem Team heraus entwickelt.

Unser Team ist unsere größte Stärke.

## 1.4 Engagement

### **forum anders reisen e.V.**

Das forum anders reisen e.V. ist ein Verband kleiner und mittelständischer Reiseveranstalter, der sich aktiv für eine sinnvoll gestaltete Zukunft im Tourismus einsetzt. Die etwa 130 Mitglieder legen bei ihren Produkten Wert auf die Belange der Umwelt und der Menschen in den bereisten Ländern. REISEN MIT SINNEN war von Anfang an, seit 1998, bei der Entwicklung des Verbandes beteiligt. Der REISEN MIT SINNEN-Gründer, Kai Pardon, ist Gründungsmitglied und langjähriges Vorstandsmitglied (1998-2004, 2014-2022).

### **Futouris**

Auch die Arbeit von Futouris ist sehr wichtig. Uns geht es nicht um Alleinstellungsmerkmale durch Nachhaltigkeit, sondern um eine generelle Entwicklung der Branche in diese Richtung. Es ist gut sich mit den „Großen Playern“ der Branche auszutauschen, um deren Situation zu verstehen und möglichst Akzente für eine nachhaltige Entwicklung zu setzen.

### **Kinderschutz im Tourismus**

Wir bekennen uns ausdrücklich zum Schutz der Kinder vor sexueller und wirtschaftlicher Ausbeutung in den Reisedestinationen. Mit unserer Mitgliedschaft bei The Code verpflichten wir uns zur Einhaltung des Kinderschutzkodex.

### **Klimaschutz – Kompensation mit atmosfair – wir kompensieren zu 100%**

Flugreisen belasten die Umwelt stark durch den Ausstoß von CO<sub>2</sub>. Ein Flug nach Asien zum Beispiel verursacht eine dreimal so hohe CO<sub>2</sub>-Emission wie ein Jahr Autofahren (ca. 15.000 km).

Wir wissen, dass Kompensation nur eine Krücke ist, doch...

Unsere Erdatmosphäre verträgt nur eine bestimmte Menge an Kohlendioxid. Um diese Emission auszugleichen, können Flugpassagiere freiwillig einen vor allem von den Flugkilometern abhängigen Klimaschutzbeitrag an die Klimaschutzorganisation atmosfair zahlen.

Dieser wird hauptsächlich in sich entwickelnden Ländern dazu verwendet, erneuerbare Energien

auszubauen oder eine effiziente Modernisierung zu finanzieren.

Durch das Engagement von atmosfair kann CO<sub>2</sub> eingespart werden. Gleichzeitig profitieren die Menschen vor Ort, da sie häufig zum ersten Mal Zugang zu sauberer und ständig verfügbarer Energie erhalten. Das ist eine wichtige Voraussetzung für Entwicklung, Bildung und Chancengleichheit.

Es ist uns ein Herzensanliegen, die NGO atmosfair zu unterstützen, die 2003 auf Initiative des forum anders reisen e.V. in Zusammenarbeit mit dem Bundesministerium für Umwelt entstanden ist.

Gemeinsam mit unseren Gästen tun wir was. Die Kompensation ist bereits inklusive. 100% - ob Flug oder Landprogramm alles wird kompensiert. Unsere Gäste schätzen dieses Engagement und unterstützen uns sehr dabei.

### **Arten- und Naturschutz**

Als nachhaltiger Reiseveranstalter liegt uns der Schutz unserer Natur und der Arten besonders am Herzen. In vielen unserer Destinationen (Vietnam, Azoren, São Tomé und Príncipe, Malaysia, Kapverden, Indonesien, Tansania, Laos, etc.) unterstützen wir Artenschutzprojekte. Mit unseren Gästen besuchen wir diese Projekte.



Unsere Gäste sind oft sehr emotional von der Arbeit. Das hinterlässt Spuren.

Auch einige soziale Projekte werden von uns gefördert und unterstützt. Wir denken, dass wir durch unseren Reiestil und mit unserem Wertesystem – 51% des Reisepreises bleiben in der Destination – schon einiges bewirken. Das



Konzept verhindert Armut und verbessert die Lebensbedingungen. Es unterstützt lokale Gemeinschaften und verhindert auch Emigrationsbestrebungen.

### **1.5 Qualitätsmanagement**

Wir haben bei REISEN MIT SINNEN die Überzeugung, dass Qualität und Nachhaltigkeit unabdingbar zusammengehören. Ein Produkt kann nur qualitativ hochwertig sein, wenn es auch nachhaltig ist.

Daher müssen alle Produkte eine Qualitätskontrolle durchlaufen. Es gibt festgelegte Leitplanken, in denen unsere Reisen gestaltet werden können. Diese Leitplanken werden im Produkt- und Qualitätsmanagement festgelegt und stetig überprüft. Über diese Leitplanken werden die Gestaltung der Reise aber auch die Auswahl von Incoming Agenturen, Hotels und Reiseleitung gesteuert.

Auch die eingesetzten Reiseleitenden werden bei uns stetig geschult und weiterentwickelt. Unser Chef-Reiseleiter kümmert sich um die Belange der Reiseleitenden und lokalen Guides und führt regelmäßig Schulungen über eine Webinar-Software durch.

### **1.6 Teamwork**

Der Teamgedanke nimmt eine wichtige Rolle ein. Dies gilt vom Praktikanten bis zur Geschäftsführung.

## 2. Management

### 2.1 Unternehmenszweige

REISEN MIT SINNEN wurde 1995 von Kai Pardon als Einzelunternehmen gegründet. Im Jahre 2000 wurde Marion Heider zur Mitgesellschafterin; das Einzelunternehmen wurde in eine GbR umgewandelt. 2009 erfolgte eine Umwandlung in eine OHG, 2016 wurde REISEN MIT SINNEN zur GmbH mit dem Namen Pardon/Heider Touristik GmbH. Geschäftsführer ist Kai Pardon. Ebenfalls ist er Miteigentümer der Firma vista verde tours lda. (Kap Verde), die für nachhaltige Entwicklung in diesem kleinen westafrikanischen Land steht.

2019 hat die Pardon/Heider Touristik GmbH die in Konkurs gegangene Wandermarke „Activida Wanderreisen“ integriert. Activida bietet, bis auf eine Ausnahme, ausschließlich Wanderreisen in Europa an.

Im Oktober 2022 wurde auf den Kapverden das erste Eco-Resort eröffnet. Das abgelegen auf der Insel Santo Antão liegende Mamiwata Eco Village arbeitet nicht nur ökologisch (Photovoltaik, eigener Brunnen, Grauwassernutzung für die Gärten, eigene Landwirtschaft mit Bio-Produkten, etc.), sondern auch sozial nachhaltig. RMS unterstützt Weiterbildungsmaßnahmen der ländlichen Bevölkerung.

Die Geschäftsführung hat sich entschieden, dass der Fokus immer stärker auf die Gestaltung von Produkten in Europa liegen wird. Fernreisen werden nicht entfernt, da wir eine große und langjährige soziale Verantwortung vor Ort haben, aber eingeschränkt.

Das Unternehmen hat folgende Abteilungen: Reise-Gestaltung (Product Management), Reiseberatung (Sales Management), Marketing und Vertrieb, Buchhaltung, Qualitätsmanagement, etc. Die Hierarchien sind flach. Zum 01.07.2023 wurde die Geschäftsführung erweitert. Ein zweiter Geschäftsführer übernimmt federführend die Bereiche Marketing, Vertrieb, Digitalisierung und Technik.

### 2.2 CSR-Management

Das CSR-Management liegt zzt. noch bei der Geschäftsführung. Die ehemalige CSR-Beauftragte, die bereits die letzten drei CSR Rezertifizierungen betreut hat, ist nicht mehr im Unternehmen, sondern in Elternzeit.

Die Pardon/Heider Touristik wird die Stelle in absehbarer Zeit neu besetzen.

### 2.3 Legal Compliance

Durch den immerwährenden Austausch im Unternehmen, mit Agenturen, mit denen wir einen sehr respektvollen und vertrauenswürdigen Umgang pflegen, und Zielgebietsvertretungen, sind wir bezüglich relevanter Gesetze immer aktuell informiert. Unsere Mitarbeitende unternehmen regelmäßig Erkundungsfahrten in unseren Zielländern, auf denen sie die aktuelle Situation vor Ort erfassen können. Hotels werden geprüft und Agenturen besucht.

Die Pardon/Heider Touristik GmbH erfüllt die Richtlinien der Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte. Die Einhaltung dieser wird direkt von der Geschäftsführung sichergestellt. Beispielhaft werden hier folgende Punkte aufgeführt:

- Unsere AGBs, die Vermittlungsbedingungen sowie das Formblatt zur EU-Pauschalreiserichtlinie regeln die Rechte und Pflichten der Reisegäste.
- Wir halten die Arbeitsbedingungen gemäß dem Arbeitsschutzgesetz ein.
- Es bestehen Arbeitsverträge mit allen Mitarbeitenden.
- Reiseleitungen werden auf Grundlage von Honorarverträgen beschäftigt.
- Wir bieten moderne Arbeitsbedingungen und stellen Getränke und Bio-Obst kostenlos zur Verfügung.
- Flexible Arbeitszeiten und hybrides Arbeiten ist im Unternehmen möglich und gewünscht.
- Wir subventionieren eine Mitgliedschaft in einem nahegelegenen Fitnessstudio mit der Hälfte des Mitgliedschaftsbeitrags.

- VL und Betriebsrente wird allen Mitarbeitenden angeboten.
- Firmen-Events werden regelmäßig organisiert und den Mitarbeitenden angeboten.
- Ein Datenschutz-Konzept liegt vor. Der Bereich wird von einem externen Datenschutzbeauftragten betreut.

## 2.4 Supplier Code of Conduct

In unserem Supplier Code of Conduct beschreiben wir ausführlich, wie wir uns die Zusammenarbeit mit unseren Leistungsträgern vorstellen. Wir behandeln die Themen Umwelt- und Artenschutz und den Schutz der Biodiversität. Ebenso fordern wir faire Arbeitsbedingungen hinsichtlich Gleichbehandlung, Antidiskriminierung, Arbeitszeiten und gesundheitlichen Belangen. Wir thematisieren Kinderarbeit und den Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung durch Tourismus.

Im Vertrag lassen wir uns von dem Leistungsträger bestätigen, dass er unseren Supplier Code of Conduct gelesen und verstanden hat.

## 2.5 Menschenrechtliche Sorgfalt und Kinderschutzkodex

Eine tragende Säule im Leitbild von REISEN MIT SINNEN sind faire Beziehungen mit Leitungsträgern

und Geschäftspartnern in unseren Destinationen und die Übernahme unserer unternehmerischen Verantwortung. REISEN MIT SINNEN berücksichtigt als Gründungsmitglied des forum anders reisen e.V., die im Kriterienkatalog manifestierten Merkmale für einen sozialverantwortlichen Tourismus.

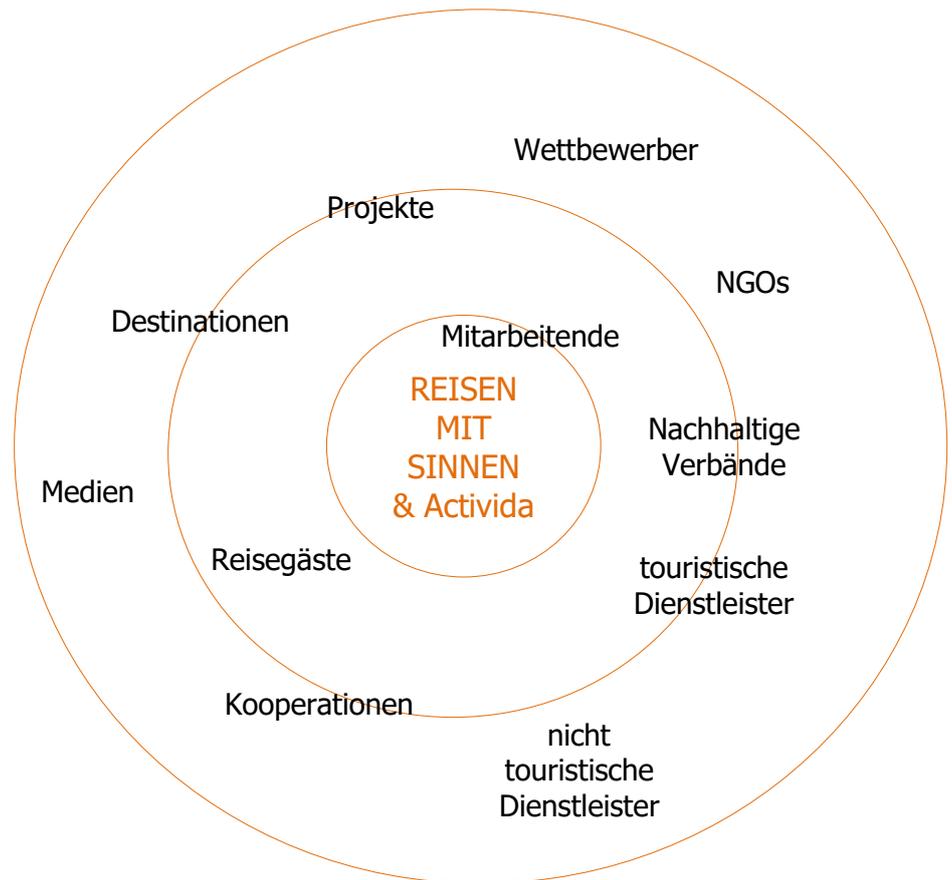
2013 haben wir mit sieben anderen Reiseveranstaltern das „Commitment zu Menschenrechten im Tourismus“ unterzeichnet.

REISEN MIT SINNEN hat den Kinderschutzkodex im Januar 2014 unterzeichnet. Wir freuen uns Mitglied zu sein und nehmen die uns übertragene Verantwortung sehr ernst.

Es finden intern immer wieder Schulungen und Gespräche zu diesem Thema statt und Mitarbeitende haben die Möglichkeit an Webinaren (u.a. vom forum anders reisen e.V.) teilzunehmen. Mit unseren Partnern in den Destinationen tauschen wir uns regelmäßig hierüber aus und im Supplier Code of Conduct sowie in unserem Leitbild bekennen wir uns eindeutig zum Schutz der Kinder vor sexueller Ausbeutung.

Unsere Gäste werden in Reiseunterlagen bezüglich dieses Themas sensibilisiert und aufgefordert verdächtiges Verhalten an die örtlichen Polizeistellen oder an Ecpat/The Code zu melden.

## 2.6 Stakeholdermap



Nur durch eine gute Zusammenarbeit mit Stakeholdern und eine bewusste Auswahl von Partnern und Leistungsträgern kann Tourismus in auch in weniger touristischen Regionen nachhaltig sein. Exemplarisch ist hier die Stakeholder Landkarte von REISEN MIT SINNEN aufgezeigt.

Stakeholder bei REISEN MIT SINNEN sind all diejenigen Personen, Gruppen, Unternehmen oder Verbände, die das Erreichen unserer Ziele nachhaltig und positiv beeinflussen können. Ein offener Austausch mit den Stakeholdern hilft, uns immer wieder selbst zu hinterfragen und die Strategie unserer unternehmerischen Verantwortung an die Bedürfnisse dieser Gruppen anzupassen und zu justieren. So können externe Erwartungen geklärt sowie Belastungen für das Unternehmen identifiziert und ausgeglichen werden. Daraus können Wettbewerbsvorteile entstehen, die nachhaltig zum Erfolg des Unternehmens beitragen.

Wir können unsere Stakeholder in zwei Gruppen trennen. Zum einen all diejenigen Personen, die direkten Einfluss nehmen können, wie Kunden, Mitarbeitende und unsere Destinationen. Indirekten Einfluss auf unsere Arbeit nehmen Medienvertreter, nichttouristische Dienstleister und NGOs.

Wir fokussieren uns auf eine stetige Weiterentwicklung und Verbesserung. Jedes Jahr werden in intensiven Gesprächen neue Ziele und eventuelle Änderungen im Hinblick auf die Destinationen oder eine Verfeinerung der Produkte geplant, sodass wir ständig verbesserte und neue interessante Angebote für unsere Gäste erarbeiten.

## 2.7 Information und Kommunikation

Das Thema Nachhaltigkeit ist zentral in unserer Kommunikation. Auf unserer Website gibt es eigene Unterseiten, in unseren Printprodukten kommunizieren wir stark über dieses Thema und in den spezifischen Kundeninformationen geben wir Ratschläge und Tipps für ein nachhaltiges Reiseverhalten in dem entsprechenden Reiseland.

Ebenso thematisieren wir die aktuelle politische, ökologische und soziale Lage im Reiseland und stellen explizit die Projekte vor, die auf den Reisen besucht werden.

Dabei versuchen wir immer, Nachhaltigkeit modern und spaßbringend und nicht belehrend zu kommunizieren. Nachhaltigkeit muss Mehrwerte bieten und nicht Verzicht bedeuten.

## 2.8 Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

Das Verbesserungsprogramm entsteht durch Gespräche, Diskussionen und Ideen und ist ein umfangreiches und präzises Instrument zur Analyse des Ist-Zustandes und zur Planung möglicher strategischer Entwicklungen.

Dieses Verbesserungsprogramm wird regelmäßig aktualisiert sowie erweitert

## 3. Wirtschaftsdaten

### 3.1 Umsatz

Im Vergleich zur letzten Bilanz vor COVID-19 erreichten wir im gerade ausgelaufenen Geschäftsjahr 01.07.22-30.06.23 über 83 % des Umsatzes. Beim Ertrag liegen wir bei über 94 %. Realistisches Ziel für das Geschäftsjahr 2023/2024 ist die Erreichung des Umsatzes des Vor-Corona-Jahrs 2019.

Die COVID-Pandemie hat das Unternehmen wirtschaftlich sehr gut überstanden.

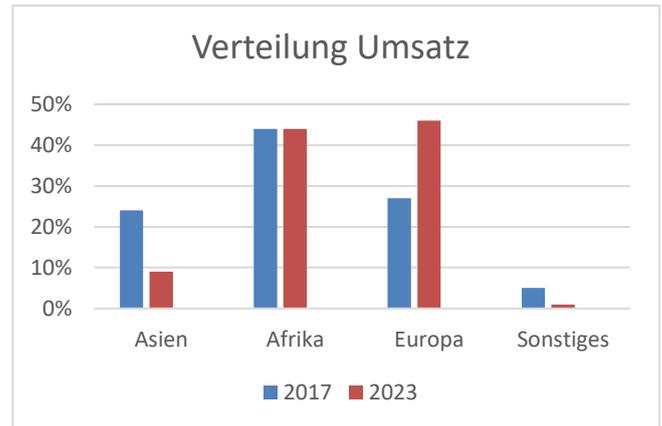
Anteil an Ausgaben, die ins Reiseland fließen	%	51,8
---	---	------

Der Umsatz aus eigenen Reisen, also selbst veranstalteten, beträgt 100 %. Wir bieten keinerlei Fremdreisen an. Auf Grund unserer detailliert definierten Qualitätskriterien setzen wir seit Jahren verstärkt auf eigene Produkte – auf 100% REISEN MIT SINNEN.

Im Folgenden wird die Entwicklung der Umsatzanteile der Geschäftsfelder Asien, Afrika und Europa innerhalb der letzten drei Jahre beschrieben.

Der Asienbereich verzeichnet einen Rückgang von ca. 15 % auf nunmehr 9 %. Das hat strategische Gründe.

Der Afrikabereich bleibt stabil bei 44 %. Allerdings ist dabei zu berücksichtigen, dass zwei sehr umsatzstarke Reiseländer (Kapverden und Sao Tomé) im Geschäftsjahr 2012/2013 noch zum



Geschäftsbereich Inselräume im Atlantik zählten. Diesen gibt es in dieser Form heute nicht mehr.

Ebenfalls gestiegen ist das Volumen im Europabereich auf nunmehr 46 % - 2017 waren es noch 27%.

Über 20 Jahre ist das Unternehmen mit einem intuitiven Marketing und geringen Marketingbudgets gewachsen. Immer mehr größere und vor allem finanzstarke Anbieter kommen nun mit vermeintlich nachhaltigen Produkten auf den Markt, sodass wir durchaus über eine klarere Positionierung am Markt nachdenken müssen. Dies hat uns dazu veranlasst, stark in unser Marketing zu investieren. Wir haben zuletzt unser Marketingteam aufgebaut von einer auf zweieinhalb Stellen.

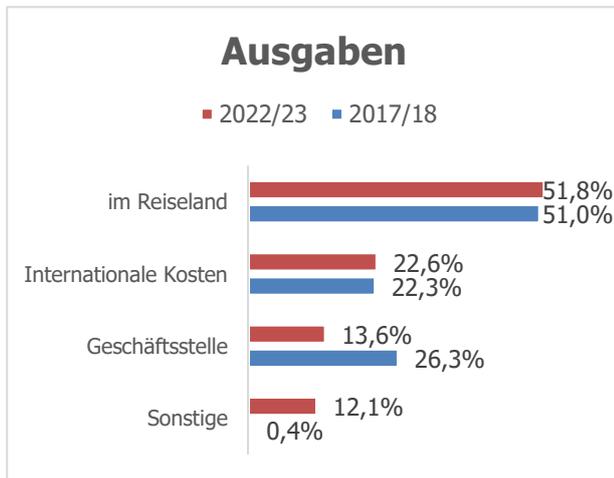
### 3.2 Ausgaben

Die Gesamtausgaben sind im Vergleich zur letzten Berichterstattung 2017 etwa gleichgeblieben.

Die lokale Wertschöpfung ist von 47,5 % im Jahr 2014 und 50% in 2017 erneut gestiegen, auf nun 51,8 %. Dies zeigt unser starkes Engagement in den Gastländern.

Ein großes Zukunftsthema ist unsere Positionierung am Markt.

Mit der Buchung lokaler und eigentümergeführten Hotels und dem Einsatz lokaler Reiseleiter sowie durch die Zusammenarbeit mit lokalen Incoming Agenturen versucht REISEN MIT SINNEN fortlaufend die lokale Wertschöpfung zu verbessern. Ebenfalls fließen die Eintrittsgelder für



Besichtigungen und kulturelle Programmpunkte in die lokale Wertschöpfung ein.

Mit 22,3 Prozent bilden die internationalen Ausgaben den drittgrößten Kostenblock. Dazu zählen allen voran die Flugkosten. Denn REISEN MIT SINNEN bietet fast ausschließlich Reisen an, bei denen die Flüge bereits inkludiert sind.

Rund 26 Prozent der Ausgaben stehen für die Geschäftsstelle. Das sind zum Beispiel Personalaufwendungen, Gebäude- und IT-Kosten. Außerdem werden hier Aufwendungen für Marketing und Öffentlichkeitsarbeit mitgezählt.

## 4. Reiseangebote

### 4.1 Angebotsportfolio

REISEN MIT SINNEN veranstaltet Erlebnis- und Begegnungsreisen in Kleingruppen bis maximal 14 Gästen.

#### Reisetypen

Ob aktiv oder entspannt, kulturell oder sportlich, komfortabel oder authentisch – jeder reist gerne auf seine ganz persönliche Art und Weise. Unsere verschiedenen Reisetypen kommen den Bedürfnissen unserer Gäste nach.

#### ErlebnisReise

4-6, 4-8, 6-12 oder 8-14 Gäste

Eben typisch REISEN MIT SINNEN, mit geplanten Begegnungen, intensiven Erlebnissen und vielfältigen moderaten Aktivitäten. Wir schlafen in ausgewählten Unterkünften. Natürlich werden unsere Gäste kompetent durch unsere geschulte und deutschsprachende Reiseleitung sowie von lokalen Guides begleitet.

#### WanderReise

4-6, 4-8, 6-12 oder 8-14 Gäste

Wandern ist Bewegung und Entspannung in der Natur. Mal meditativ, mal gesellig. So kann man die Seele am besten baumeln lassen. Auf besonderen Pfaden geht es durch faszinierende Landschaften – und das in einer kleinen, persönlichen Gruppe.

#### KulturReise

8-14 Gäste

Schon seit 10 Jahren sind wir Exklusivpartner von „Die ZEIT“. Die Reisen haben ihren eigenen Charakter. Unsere Gäste entdecken die Highlights des Landes und treffen auf Menschen, die etwas zu erzählen haben. Die Unterkünfte bieten immer einen guten Komfort.

#### NaturReise

4-10 oder 6-12 Gäste

Wir sind unterwegs mit Experten für die lokale Fauna & Flora. Wir besuchen Projekte und treffen auf Ranger, Biologiestudenten und Primatenforscher. Geschlafen wird in Unterkünften mit ökologischer Ausrichtung. Aktiv wird es beim



Radfahren oder Wandern. Alle Reisen sind vollständig klimakompensiert.

#### FotoReise

6-12 Gäste

Mit dem Finger am Auslöser, begleitet von unseren Fotografen, sehen unsere Gäste die Welt aus einer

neuen Perspektive. Begegnungen und Aktivitäten sollen dabei nicht zu kurz kommen und Fotobesprechungen mit Profi-Tipps machen unsere Fotoreisen zu einer runden Sache.

### EcoVolunteer

Gobibären, Primaten und die Big 5. Unsere Gäste arbeiten Hand in Hand mit Rangern und Projekt-Mitarbeitenden in ausgewählten Natur- und Artenschutzprojekten.

### BioHotels

Individuelle Reise-Arrangements für Individualisten, die gesund und nachhaltig unterwegs sein wollen. Neben viel Freiraum werden inkludierte, teilweise aktive, genussvolle oder Kulturelle Exkursionen integriert.

### Individuelle Reise

Viele Gäste bevorzugen inzwischen eine Privatreise. So können sie besser ihre individuellen Vorlieben und Interessen auf der Reise genießen. In allen Kompetenzgebieten stellen wir in Zusammenarbeit mit den Gästen deren Wunschreise zusammen.

## Zahlen und Daten

Gesamtübernachtungen	Anz	23.546
Reiseangebote gesamt	Anz	923
Reisende gesamt	Anz	2.428
Ø Reisedauer Individual	Tage	19,9
Ø Reisedauer Gruppe	Tage	12,1

Im Berichtsjahr hat REISEN MIT SINNEN 481 Reisen angeboten: 20 Fremdreisen, 79 Gruppenreisen und 382 Individualreisen. Hierbei ist anzumerken, dass bei den Gruppenreisen nicht die Termine einzeln gezählt, sondern lediglich die Gesamtzahlen der unterschiedlichen Gruppenangebote im Portfolio erfasst wurden. Hingegen ist jede Individualreise gezählt, da sich diese voneinander individuell unterscheiden und nicht bündeln lassen.

2.893 Reisende waren mit REISEN MIT SINNEN im Berichtsjahr unterwegs. Die Aufteilung auf Destinationen ergibt sich wie folgt:

### Neue Marke: Activida

Zur Saison 2019/2020 hat sich Die Pardon/Heider Touristik GmbH mit einer neuen Marke auf dem Markt präsentiert: Activida.

Wegen COVID haben wir die Marke mehr oder weniger ruhen lassen und sind zzt. mit dem Neuaufbau beschäftigt.

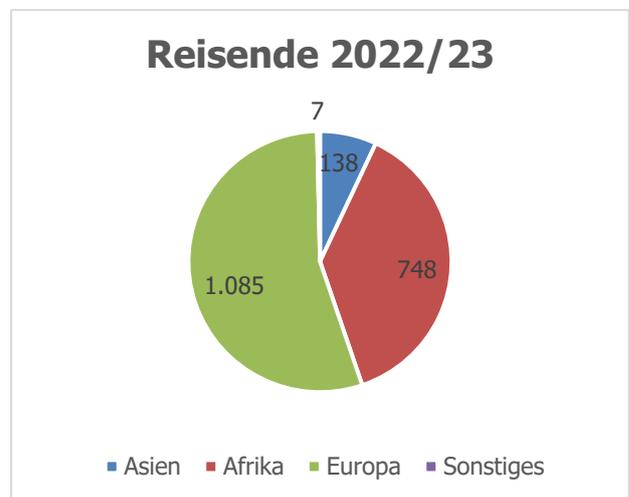
Bei diesen Reisen finden die Übernachtungen in ausgewählten ökologischen Unterkünften statt und die Verpflegung wird meist BIO-Qualität haben.

## 4.2 Produktgestaltung

Der Fragebogen wurde via Link an die Product Entwickler bei REISEN MIT SINNEN gesendet.

CSR-Index	%	57
Produktgestaltung		

Geprüft wurden die Produkte im in Europa, auf den



Kapverden, für das südliche Afrika sowie für Südostasien.

Unsere Reisearrangements werden grundsätzlich von uns in Zusammenarbeit mit der lokalen Agentur ausgearbeitet. Die Abwicklung vor Ort geschieht in etwa 85% der Fälle über die lokale Agentur.

## Leitplanken der Produktgestaltung

Für alle unsere Reisetypen wurden Vorgaben für die Produktgestaltung in übersichtlichen Checklisten festgelegt. Dabei werden folgende Themen abgefragt:

- Die Gruppengröße muss für das Zielgebiet angemessen sein
- Die Reisedauer/Anreise wird gemäß dem Kriterienkatalog vom forum anders reisen e.V. festgelegt
- Die Auswahl der Reiseleitung erfolgt hinsichtlich Qualifikation und Erfahrung
- Bei der Programmgestaltung muss der negative Impact auf lokalen Ökosysteme möglichst geringgehalten werden und die Begegnung mit der lokalen Bevölkerung respektvoll und auf Augenhöhe stattfinden
- Festlegung des Routings, z.B. ohne unnötige Inlandsflüge
- Bei der Auswahl der Unterkünfte wird auf Qualität und soziale wie ökologische Nachhaltigkeit geachtet
- Die Verpflegung sollte einheimisch (regional) und dem Zielgebiet angepasst sein

Innerhalb dieser Leitplanken dürfen sich die Produkte bei REISEN MIT SINNEN bewegen.



## Soziale und ökologische Komponente

Grundsätzlich möchten wir bei der Gestaltung der Produkte mit der lokalen Bevölkerung zusammenarbeiten, sodass möglichst viel Geld im Land bleibt. Wir möchten mit zuverlässigen

Partnern arbeiten, die unseren Qualitätsanspruch und unsere Auffassung von Nachhaltigkeit mittragen. Wo möglich und sinnvoll, werden kleine Projekte mit einbezogen.

Mit den meisten Agenturen arbeiten wir seit sehr vielen Jahren zusammen und pflegen freundschaftliche Beziehungen. Neue Agenturen werden von uns überprüft, Treffen zum Kennenlernen auf Tourismusmessen sind obligatorisch.

Den Großteil unserer Hotels buchen wir über Agenturen, nur die wenigsten direkt. Da wir vertrauensvoll mit unseren Partnern umgehen, schätzen wir ihre Meinung sehr und respektieren diese. Hotелеmpfehlungen werden von uns vor Ort bei Erkundungsreisen überprüft.

Grundsätzlich passen wir in ökologisch oder sozial sensiblen Gebieten die Gruppengröße unserer Reisen an, so dass der negative Einfluss auf ein Minimales reduziert werden kann. Wir weisen Reisende und Reiseleiter in Unterlagen und Telefonaten auf ein angemessenes Verhalten hin. Der Reisende ist für uns in touristisch weniger entwickelten Ländern ein Repräsentant unserer Welt und sollte sich dementsprechend verhalten.

Ebenso ist es uns ein Anliegen die Müllproduktion auf unseren Reisen zu minimieren. Verpackungen bei Picknicks werden niemals zurückgelassen.

Für die Prüfung wurden die Reisen aus den Destinationen Kapverden und Vietnam herangezogen. Knapp 50 % aller Reisenden sind im Berichtsjahr in eine der beiden Destinationen gereist.

## 4.3 CO<sub>2</sub>-Kompensation aller Reisen eingepreist

Alle Transporte, alle Flüge und das Landprogramm bei allen Reisen, ob Gruppe oder individuelle Reise wurden CO<sub>2</sub>-kompensiert.

Seit 2021 preisen wir die CO<sub>2</sub>-Kompensation zu 100% ein. Hierbei arbeiten wir mit atmosfair zusammen. In dem letzten Geschäftsjahr haben wir 100.000 t kompensiert.

## 5. Kund:Innen

### 5.1 Kundenzufriedenheit

Die Kundenzufriedenheit haben wir bereits von der ersten Zertifizierung in 2010 zur Rezertifizierung in 2014 steigern können. Und erneut konnten wir für das nun aktuelle Berichtsjahr einen sehr guten Indexwert feststellen, ähnlich wie 2017 – trotz Corona, einem kleineren Team und weniger professionell arbeitende Partneragenturen, durch COVID.

Zufriedenheitsindex (Bewertungsskala 1-6)		1,28
Rücklaufquote	%	62

Die Bemühungen hinsichtlich Qualitätssicherung haben sich ausgezahlt. Vor allem eine gute Reiseleitung trägt maßgeblich zum Erfolg einer Reise bei. Daher arbeiten wir sehr intensiv an der Schulung und Ausbildung unserer Guides.

Die Auswertung der Fragebögen wird im Anschluss der Reise an unsere Reiseleiter gesendet, so dass diese ebenfalls mögliches Verbesserungspotential erkennen können.

Natürlich trägt auch ein niedriger Betreuerschlüssel zur Qualität einer Reise bei. Je intensiver sich ein Guide um einen Gast kümmern kann, umso stärker sieht dieser seine Interessen wahrgenommen.

Ebenso konnten wir die Rücklaufquote um 19 % steigern. Dies hängt sicherlich mit der Möglichkeit, den Fragebogen online auszufüllen, zusammen und auch mit dem Hinweis unserer Reiseleiter am Ende einer Reise.

### 5.2 Kundeninformation

Mitarbeitende in der Kundenberatung arbeiten nach einem Leitfaden zum Buchungsablauf. So wird sichergestellt, dass alle relevanten Informationen abgefragt werden und der Reisende über bestimmte Umstände zum Reiseland informiert wird.

Grundsätzlich werden unsere Gäste zu folgende Themen aufgeklärt/beraten:

- umweltschonendere Alternative des Non-Stop-Flugs
- Anreise zum Flughafen per Bahn oder Shuttle-Bus
- Wenig oder keinen Verbrauch von z.B. Plastikflaschen im Reiseland
- der sozialen, ökonomischen und kulturellen Lage der örtlichen Bevölkerung
- Schutz von Flora und Fauna
- Schutz kulturellen Erbes und zum Verbot, Antiquitäten und sonstige Kulturgüter außer Landes bringen zu dürfen
- Kinderschutzkodex
- angemessenem Verhalten im Gastland (Fotografieren, Trinkgeld, Kleidung)
- einem angemessenen Verhältnis zwischen Reiseziel und Aufenthaltsdauer

Der CSR-Index zur Kundeninformation ergibt sich auf der Befragung von zwei Mitarbeitenden, die die Umfrage per Link erhalten haben. Die beiden befragten Mitarbeitende beraten und verkaufen die beiden untersuchten Destinationen Kapverden und Vietnam.

CSR-Index Kundeninformation	%	100%
--------------------------------	---	------

Durch atmosfair-Kompensation wurden 100.000 t CO<sub>2</sub> „eingespart“!

Jede unserer Gruppenreisen ist in ausführlichen Detailinformationen genauestens beschrieben. Für jedes Land aus unserem Portfolio werden Länderinformationen bereitgestellt. Vor der Reise erhalten die Reisegäste ein Paket mit ausführlichen Informationen zum Reiseland und der Reise selbst. Außerdem werden folgende Materialien mit den Letzten Reiseinformationen versendet:

- Reiseführer oder andere Literatur zum Land, Landkarte
- Sympthiemagazin zum Land oder „Fremdes verstehen“
- Flyer "atmosfair"
- Flyer „CSR“

## 6. Mitarbeitende

### 6.1 Beschäftigtenstruktur

Die Pardon/Heider Touristik GmbH beschäftigt insgesamt (Stichtag 30. Juni 2023) 18 Mitarbeitende, davon sind 13 weiblich. 12 Mitarbeitende arbeiten in Vollzeit (32 W-Std. oder mehr), fünf in Teilzeit und 1 Mitarbeitende durchläuft ein duales Studium.

In vollzeitäquivalenten arbeiten bei REISEN MIT SINNEN 15 Mitarbeitende.

Drei weitere Einstellungen sind für den Herbst 2023 geplant.

Mitarbeitende (Vollzeitäquivalent)	Anz	15
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	72

Von den 15 vollzeitäquivalenten Mitarbeitenden besetzen zwei Frauen, neben dem Geschäftsführer, die Führungspositionen im Unternehmen.

Die Teams besprechen sich wöchentlich in einem festen jour fixe.

Freie Mitarbeitende im In- und Ausland sind fast ausschließlich Reiseleiter, die auf Honorarbasis für die jeweilige Reise beschäftigt werden. Die Zahl der freien Mitarbeitenden ist unstat, daher ist sie hier nicht genannt.

### 6.2 Personalentwicklung

Die Personalentwicklung ist für die Pardon/Heider Touristik GmbH ein wichtiges Instrument, um Mitarbeitenden die Möglichkeit zu geben, für das eigene Unternehmen wichtig zu werden und sich selbst zu entfalten. Wir fördern aktiv die Entwicklung des Teams.

Turnusmäßige Mitarbeitenden-Gespräche sind der Schlüssel für eine erfolgreiche Personalentwicklung. In diesen Mitarbeitenden-Gesprächen werden bereits vorhandene Kompetenzen besprochen, aber auch das Entwicklungspotential wird aus dem Blickwinkel des Unternehmens und des Mitarbeitenden erörtert.

Im Dialog wird gemeinsam die Arbeitsleistung bewertet und Ziele definiert, vor allem inhaltlicher Art.

Sofern festgestellt wird, dass zur Erlangung bestimmter Kompetenzen oder zur Erreichung der festgelegten Ziele Fortbildungen notwendig sind, werden diese gerne angeboten.

Häufig veranstalten wir Fortbildungen als Inhouse-Seminare, an denen dann auch alle Mitarbeitenden oder Teams teilnehmen können. Im Berichtsjahr wurden Workshops zum Thema „Agiles Arbeiten“ veranstalten. Drei Lab-Teams sind nun über einige Monate dabei verschiedene relevante Themen nach vorne zu bringen.

Darüber hinaus finden immer wieder Schulungen zum Thema CSR und Nachhaltigkeit statt.

#### Zweiter Zukunftsworkshop nach COVID

Derzeit läuft intern ein groß angelegter Zukunftsworkshop. Damit will REISEN MIT SINNEN einen Schritt zu mehr Agilität gehen. In Einzelgesprächen mit einem externen Coach und mit dem gesamten Team wurden Entwicklungsfelder im Unternehmen identifiziert. Die Bearbeitung dieser Entwicklungsfelder findet dann in Arbeitsgruppen (LAB-Teams) und nicht in der Geschäftsführung statt.

#### Ausbildung

REISEN MIT SINNEN bildet schon seit vielen Jahren junge Menschen aus, immer eine Übernahme zur Festanstellung im Visier. Zzt. beschäftigen wir eine

duale Studentin. Am 1. Okt. werden zwei weitere dazu kommen.

### 6.3 Arbeitsbedingungen

Die Arbeit bei der Pardon/Heider Touristik GmbH findet hauptsächlich am Hauptsitz in Dortmund statt. Unsere Räumlichkeiten verteilen sich über drei Etagen. Es sitzen nie mehr als vier Mitarbeitende in einem Büro.

Zu saisonalen Belastungsspitzen arbeiten die Beschäftigten über die 40-Stunden Woche hinaus, zu ruhigen Zeiten können sie die aufgebauten Mehrstunden in Freizeit genießen.

Für Teilzeitkräfte können sehr individuelle und flexible Vereinbarungen getroffen werden – entsprechend der Bedürfnisse der Mitarbeitende und des Betriebs.

#### **Flexible Arbeitszeiten und hybrides Arbeiten**

Flexible Arbeitszeiten haben wir schon seit 2018. Nach dem Homeoffice-Phasen durch Corona, haben wir danach hybrides Arbeiten eingeführt. Zum 1.1.2024 steht es, und das ist der nächste Schritt allen Kolleginnen frei, 50% der Arbeitszeit außerhalb des Firmensitzes zu absolvieren.

Die Pardon/Heider Touristik GmbH besitzt seit 2019 ein Zeiterfassungs-System.



#### **Entlohnung und soziale Leistungen**

Mitarbeitende bei der Pardon/Heider Touristik GmbH erhalten eine faire Entlohnung. Das Unternehmen übernimmt freiwillige Sozialleistungen wie vermögenswirksame Leistungen, Betriebsrente

oder den Abschluss einer Betriebsversicherung, die finanziell bezuschusst wird. Rabatte für Mitarbeitende auf eigene Reisen sind obligatorisch.

Mit mehr als der Hälfte der Kosten beteiligt sich das Unternehmen an einer Fitnessstudio-Mitgliedschaft, in dem auch Yoga und eine Rückenschule angeboten werden.

#### **Kommunikation**

Die interne Kommunikation ist uns sehr wichtig. Zweimal im Monat trifft sich das gesamte Team von REISEN MIT SINNEN zum Austausch aktueller Informationen. Darüber hinaus finden regelmäßig Team-Meetings und -Events statt.

#### **Stabilität**

Die Personalpolitik hat eine langfristige Bindung qualifizierter Arbeitskräfte zum Ziel. Trotz diverser Krisen im Tourismus hat die Pardon/Heider Touristik GmbH bisher nur Während der Corona-Pandemie betriebsbedingte Kündigung vornehmen müssen.

Ein stabiles und inhabergeführtes Management, flache Hierarchien mit schnellen Entscheidungswegen sowie Flexibilität im Umgang mit Marktveränderungen sind entscheidend für das Unternehmen.

#### **Arbeitsplatz**

Die Mitarbeitenden arbeiten an modern ausgestatteten Arbeitsplätzen mit jeweils 22- Zoll Flachbildschirmen. Eine servergesteuerte IT mit sogenannten Mini-PCs ermöglicht flexibles Arbeiten an jedem Arbeitsplatz und auch von unterwegs.

Die Umrüstung von den üblichen Computern auf die Mini-PCs hat den Stromverbrauch stark reduziert. Zusätzlich verringerte sich dadurch die Geräusch- und Wärmeentwicklung in den Büros.

Alle besitzen ein Laptop, etc. für mobiles Arbeiten

Es wird Wasser, Kaffee, Tee, Milch, Zucker und wöchentlich ein Obstkorb gestellt.

#### **Gemeinschaftsraum**

In unserem Gemeinschaftsraum mit angeschlossener Küchenzeile verbringt ein Großteil der Belegschaft die gemeinsame Mittagspause von

einer Stunde. Im Sommer steht ein kleiner Garten mit Sitzgelegenheiten zur Verfügung.

## 6.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit

Die Befragung der Mitarbeitenden wurde während eines Teammeeting angekündigt. Alle Mitarbeitende erhielten per E-Mail den Link zum anonymen Fragebogen mit der Bitte diesen auszufüllen. Die Rücklaufquote beträgt 83 %.

In der Mitarbeitenden-Befragung zur Rezertifizierung im Jahr 2017 erzielten wir einen Zufriedenheitsindex von 80 %(2014, 76,55 %). Demnach konnten wir die Zufriedenheit vieler Mitarbeitenden erneut steigern – trotz der schwierigen Situation der letzten drei Jahre.

CSR-Index Mitarbeitenden-Zufriedenheit	%	81
CSR-Index Strategie & Management	%	84
CSR-Index Arbeitsbedingungen	%	83
CSR-Index Umweltschutz im Büro	%	90
CSR-Index Umweltverhalten Mitarbeitende	%	68

## 7. Betriebsökologie

### 7.1 Energie

Wir beziehen seit ca. 2011 Ökostrom vom Anbieter Naturstrom. Trotz größerer Büroräume (350 qm) und weiteren Mitarbeitenden ist unser Stromverbrauch gesunken und ebenso wurde weniger Wärmeenergie verbraucht.

Stromverbrauch	kWh	7.556*
Wärmeenergie	kWh	26.699**
CO <sub>2</sub> -Äquivalent Strom		0,0

\* 1.9.21 – 31.8.22

\*\*15.10.21 – 12.10.22

Alle Mitarbeitenden sind dazu angehalten, sparsam mit Wasser und Strom umzugehen. Die

Toilettenspülungen im Büro haben Stopp-Funktionen, alle Lampen haben Energiesparbirnen.

Bei kürzeren Pausen sollen alle Computer auf Standby gestellt und die Monitore ausgeschaltet werden, bei längeren Pausen und abends sind alle Geräte abzuschalten.

Die Heizung besitzt programmierbare Thermostate und wird so im Winter nachts und über die Wochenenden auf Minimaltemperatur heruntergefahren.

### 7.2 Dienstreisen

Dienstreisen umfassen im Inland vor allem Reisen zu Messen sowie z. T. Reisen der Geschäftsführung zu Geschäftsbesprechungen mit Partnern. Wenn möglich werden Dienstreisen mit dem Zug unternommen, bei Messefahrten sind teilweise für den Transport der Materialien Pkw (Mietwagen) nötig.

Weitere Dienstreisen betreffen Reisen zu Planungs- und Besprechungszwecken in die angebotenen Destinationen. Hier erfolgt die Anreise mit dem Flugzeug.

Insgesamt wurden im Berichtsjahr für Dienstreisen 2.532 km mit der Bahn zurückgelegt und 866 km mit dem Pkw. Nur sieben Dienstreisen wurden mit dem Flugzeug angetreten.

Dies entspricht folgenden CO<sub>2</sub>-Emissionen: Bahn: 0,0 t, Pkw: 0,04 t, Flugzeug: 4,7 t.

Die Geschäftsreisen wurden zu 100% kompensiert.

## 7.3 Papier

Es wird ausschließlich Recycling und FSC-Papier verwendet und im Duplexdruck gedruckt. Buchungsbestätigungen erhalten unsere Reisegäste seit Anfang 2013 per E-Mail. Dadurch konnte der



Papierverbrauch je Reisenden von 9 kg auf 6,64 kg reduziert werden.

Druckauflagen für Kataloge, Broschüren, Flyer etc. werden sinnvoll kalkuliert.

		FSC	Recycling
DINA4 Papier	Anz	20.150	20.150
gedruckte Magazine	Anz	22.500	22.500
Gewicht gedruckter Magazine	t	3,3	0

## 8. Leistungsträger

### 8.1 Partneragenturen

Mit allen Partneragenturen hat die Pardon/Heider Touristik GmbH Verträge geschlossen, welche eine Klausel zur Nachhaltigkeit und Menschenrechte im Tourismus beinhalten. Ebenso bestätigen die Agenturen mit der Unterschrift des Vertrages, dass sie unseren Code of Conduct gelesen und verstanden haben.

Ausschließlich arbeiten wir mit Partneragenturen, die in lokalem und/oder einheimischen Besitz sind.

Es ist uns ein Anliegen, 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 die die Pardon/Heider Touristik GmbH 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.

Viele unserer Agenturen sind langjährig und eng mit der Pardon/Heider Touristik GmbH und unserer Philosophie verbunden. So war der Chef unserer Agentur in Vietnam vorher viele Jahre als Reiseleiter für uns tätig. Der Gründer der mongolischen Agentur ist außerdem politisch aktiv in der Grünen Partei der Mongolei und setzt sich besonders für Eco-Camps und nachhaltigen Tourismus ein, die laotische Agentur fördert Elefantenschutz und Fair Trek Projekte.

Im Berichtsjahr wurden die beiden Agenturen für die beiden untersuchten Destinationen Kapverden und Vietnam befragt. Eine der beiden Agenturen ist mit dem TourCert Check-Siegel ausgezeichnet.

CSR-Index	%	70
Partneragenturen		

Doch COVID hat sich die Qualität der Services der Agenturen tlw. verschlechtert. Verständlich.

Einige Angeturen mussten aufgeben, da keine staatliche oder sonstige Unterstützung in den meisten Ländern bereitgestellt wurde.

## 8.2 Unterkünfte

Bei unseren Unterkünften möchten wir stets mit lokalen und eigentümergeführten Unterkünften zusammenarbeiten. Dadurch sollen vor allem lokale Strukturen gestärkt werden. Dies führt zu einer indirekten Wertschöpfung, von der Einheimische profitieren.

Grundsätzlich bevorzugen wir kleine landestypische Unterkünfte, um unseren Reisenden das Leben in diesem Land näher zu bringen. Nur selten greifen wir auf Hotelketten zurück.

Unsere Unterkünfte werden über unsere Agenturen gebucht. Dies ermöglicht eine doppelte Kontrolle und eine bewusste Auswahl – durch unsere Agenturen und durch uns. Da wir nicht direkt mit Unterkünften zusammenarbeiten, entfällt der CSR-Check für Unterkünfte.



*Mamiwata Eco Village auf den Kapverden*

### **Mamiwata Eco Village auf den Kapverden**

2022 wurde das erste Öko-Hotel auf den Kapverden eröffnet. Es ist ein Herzensprojekt des Gründers und Geschäftsführers Kai Pardon. Das Mami Wate Ecovillage achtet auf Klimaschutz (Fotovoltaik und Speicher), Ressourcenschutz und auf die soziale Nachhaltigkeit.

## 8.3 Reiseleitung

Die Pardon/Heider Touristik GmbH arbeitet mit etwa 100-köpfigen, internationalen Team von Reiseleiter:innen auf Basis der freien Mitarbeit zusammen. Hinzukommen etliche lokale Guides.

Eine Zahl kann hier nicht konkret benannt werden.

Reisen bei der Pardon/Heider Touristik GmbH werden entweder von der Pardon/Heider Touristik GmbH-Reiseleitung oder von lokalen Guides begleitet. In vielen Fällen ist ein Reiseleiter von uns dabei, der zusätzlich von einem lokalen englischsprachigen Guide unterstützt wird. Hierdurch ergibt sich eine maximal mögliche

CSR-Index Reiseleitung	%	84
------------------------	---	----

Betreuung der Gäste.

Die Information über die Art der Reiseleitung ist in den Leistungen festgehalten und wird auch in den Detailinformationen zu den Reisen beschrieben. Wo möglich, hat ein Reiseleiter zwei bis drei Einsätze nacheinander, so dass nicht jedes Mal eine neue Anreise notwendig wird.

### **Reiseleitung-Schulung**

Die Qualität eines Reiseleiters trägt nachhaltig zum Erfolg einer Reise bei. Darüber hinaus hat der Reiseleiter den einzigen direkten Kontakt zum Gast. Er ist somit Sprachrohr und Identifikationsfigur.

Eine konsistente Reiseleiter-Schulung ist also mitentscheidend für den Erfolg.

Reiseleiterschulungen finden bei REISEN MIT SINNEN zum einen über eine Webinar-Software statt und auch vor Ort in den Destinationen.

Zu den Webinaren lädt unsere Chef-Reiseleiter:in eine ausgewählte Gruppe an Reiseleitern oder lokale Guides gezielt zu bestimmten Themen ein. Vor Ort finden die Briefings im Rahmen von Erkundungsreisen unserer Product Manager statt oder virtuell.

Neben den Schulungen transportiert auch das Reiseleiter-Handbuch die Philosophie und Ausrichtung von der Pardon/Heider Touristik GmbH. Darüber hinaus findet vor jeder Gruppenreise ein telefonisches Briefing statt.

### **CSR-Check**

Für den Check wurden 10 unsere Reiseleiter und Lokale Guides aus den beiden untersuchten Destinationen Kapverden und Vietnam befragt.

Mit einem Index von knapp 84 % konnten wir auch schon wie bei der Rezertifizierung im Jahr 2018 die gute Qualität unserer Reiseleiter belegen.

Der Fragebogen wurde via Link direkt an die Reiseleiter oder die Agenturen vor Ort gesendet.

## 8.4 Geschäftspartner

Die für diese Zertifizierung erstmals durchgeführte Geschäftspartner-Befragung soll die Zufriedenheit der Geschäftspartner in der Zusammenarbeit ermitteln und das Nachhaltigkeitsmanagement von der Pardon/Heider Touristik GmbH aus Sicht der Partner bewerten.

Es wurden im Rahmen der Zertifizierung fünf Geschäftspartner anonym befragt. Der Link zur Befragung wurde per E-Mail gesendet.

CSR-Index Geschäftspartner	%	84
----------------------------	---	----

Alle befragten Geschäftspartner geben an, Leitbild und die Grundwerte von der Pardon/Heider Touristik GmbH zu kennen. Ebenfalls alle bestätigten, dass sie über die CSR-Zertifizierung durch TourCert informiert wurden. In jedem Fall verbesserungsfähig ist der Nachhaltigkeits-Dialog mit den Agenturen.

## 9. Community Involvement

REISEN MIT SINNEN integriert schon seit Gründung soziale oder naturschutzorganisierte Projekte weltweit. Wir möchten unserer Verantwortung gerecht werden und Zeichen setzen. Zu unseren Partnern gehören u.a. das Fair Trek Projekt in Laos, ein Przewalski-Pferde-Projekt in der Mongolei, das Nam Ha Ecotourism Projekt in Nord Laos, das Seeing Hands Projekt in Vietnam, die Turtle Foundation und SOS Tartarugas auf den Kapverden und viele, viele andere kleine Projekte in Asien, Afrika und Europa.

Auf den Kapverdischen Inseln haben wir mit vista verde tours erfolgreich eine eigene Niederlassung aufgebaut. Dort unterstützen wir neben den Schildkrötenprojekten auch einige Sozialprojekte, wie eine Krankenstation auf Fogo, ein Kinderprojekt auf Santiago oder ein Schulprojekt auf Santo Antão.

Neben den üblichen Reisprogrammen bieten wir seit 2016 Eco-Volunteers zu reduzierten Margen an.



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 Das TourCert-System für Reiseveranstalter ist so konzipiert, dass sämtliche Partner entlang der Wertschöpfungskette in den Zertifizierungsprozess integriert werden. Nur wenn möglichst viele Beteiligte sensibilisiert sind und nachhaltig handeln, stimmt das Gesamtangebot.

Um komplexe Sachverhalte wie die Nachhaltigkeitsleistung eines Reiseveranstalters überhaupt steuern zu können, wurden messbare Indikatoren entwickelt. Ein wichtiger Bestandteil des Zertifizierungsprozesses ist daher die Analyse des Ist-Zustandes auf Unternehmensebene und in der Wertschöpfungskette. Kennzahlen wie der Wasser- und Stromverbrauch, Finanzdaten, die Anzahl der Beschäftigten im Unternehmen, die Zufriedenheit der Mitarbeitenden sowie Maßnahmen zur Weiterbildung sind hier relevant.