

Nachhaltigkeitsbericht 2018

Rhomberg Reisen

Impressum

Standortname: Rhomberg Reisen
Strasse: Eisengasse 12
PLZ, Ort: 6850 Dornbirn

Tel.: +43 5572 22420 - 13
Fax:
E-Mail: Stefan.Mueller@rhomberg.at
www: www.rhomberg-reisen.com

CSR-Beauftragte/-r: Johanna Tabea Wakolbinger
Tel.: +43 5572 22420 - 49
E-Mail: Tabea.Wakolbinger@rhomberg.at

Jahr der Datenerhebung: 2018

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen

Kernindikatoren

1. Unternehmensportrait

1.1 Unternehmensdaten

1.2 Leitbild

1.3 Management

1.3.1 CSR- Managementsystem

1.3.2 CSR- Verantwortung der Leitung/ CSR- Beauftragter

1.3.3 Legal Compliance

1.3.4 Vertragswesen/ Supplier Code of Conduct

1.3.5 Menschenrechtliche Sorgfalt

1.3.6 Kinderschutzkodex

1.3.7 Stakeholdermap

1.3.8 Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

1.4 Wirtschaftsdaten

1.4.1 Umsatz

1.4.2 Ausgaben

2. Reiseangebote

2.1 Angebotsportfolio

2.2 Angebotsgestaltung

2.3 CO₂-Emissionen der Reisen

2.4 Transport

2.5 Übernachtungen

3. Kunden

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Kundeninformation

4. Mitarbeitende

4.1 Personalentwicklung

4.1.1 CSR-Schulungen

4.1.2 Bezahlung und Mehrarbeit

4.1.3 Interessenvertretung

4.2 Beschäftigtenstruktur

4.3 Mitarbeitendenzufriedenheit

5. Unternehmensökologie

5.1 Energie

5.2 Emissionen

5.3 Papier

5.4 Beschaffung

6. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette

6.1 Partneragenturen

6.2 Unterkünfte

6.3 Reiseleitung

7. Community Involvement

8. Verbesserungsprogramm (siehe Anlage)

Allgemeine Informationen

Mindestanforderung TourCert: Zu jeder (Re-) Zertifizierung wird ein Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten eingereicht. Hinweis: Der Bericht muss nicht veröffentlicht werden.

	Einheit	2018
Gesamtumsatz	€	23.800.000
Festangestellte gesamt im Hauptsitz	Anz	41
Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr	Anz	203982
Reisende gesamt	Anz	23144
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt (gemessen am Gesamtumsatz)	%	60

Kernindikatoren

Mindestanforderung TourCert: Die 10 Kernindikatoren müssen auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht werden (bei KMU unter 250 Mitarbeitenden kann darauf bei max. 3 sensiblen Kernindikatoren verzichtet werden). Hinweis: Die Daten werden automatisch aktualisiert.

	Einheit	2018
Umsatzrendite	%	keine Angabe
CO2 pro Gast/ Übernachtung in kg	Kg	56,9
Index Kundenzufriedenheit	%	1,55
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	100%
CSR-Index Kundeninformation	%	53%
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	78%
CO2 pro Mitarbeitendem abzgl. Kompensation	T	0,877
CSR-Index Produktbewertung	%	49%
CSR-Index Partneragentur	%	51%
CSR-Index Unterkünfte	%	55%
CSR-Index Reiseleitung	%	Nicht befragt, da keine eigene Reiseleitung

1. Unternehmensportrait

1.1 Unternehmensdaten

Rhomberg Reisen ist Flugreiseveranstalter für handverlesene Reisedestinationen abseits des Mainstreams. Vor mehr als 50 Jahren in Österreich gegründet, beinhaltet das Produkteportfolio gegenwärtig die Destinationen Korsika, Madeira, die Azoren, Island sowie das griechische Lefkas & Epiros, Kefalonia am Ionischen Meer, Menorca und Kalabrien. Die Firmenzentrale des inhabergeführten Familienunternehmens befindet sich in Dornbirn/Vorarlberg ganz im Westen Österreichs nur wenige Kilometer von Deutschland, der Schweiz und Liechtenstein entfernt. Neben der Firmenzentrale gibt es noch eine Außenstelle in der Marktstraße. Dort sind in der Abteilung Touroperating das Produktmanagement, die Produktentwicklung sowie die Gruppenabteilung angesiedelt. Durch die zentrale geographische Lage verfügt Rhomberg Reisen über einen umfassenden Zugang zu allen deutschsprachigen Märkten. Die komplette Angebotspalette ist direkt über die kompetenten Reiseexpertinnen von Rhomberg Reisen, bei vielen guten Reisebüros und im Internet buchbar. Zum Eigentumsverhältnis ist zu sagen, dass Rhomberg GmbH 100% Eigentümerin der Rhomberg Reisen GmbH ist. Es gibt keine Beteiligungen oder Filialen. Die eingetragene Marke heißt „Rhomberg- die Reisemaßschneiderei“.

1.2 Leitbild

Mindestanforderung TourCert: Das Unternehmen hat ein Leitbild, das Nachhaltigkeitsaspekte beinhaltet und auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird. Hinweis: Bitte fügen Sie Ihr Leitbild in den Bericht ein.

Rhomberg Reisen steht für zeitlose Werte wie hohe Qualität, Seriosität, Verlässlichkeit und Professionalität, die das Unternehmen seit der Gründung prägen, andererseits aber auch für bleibende und bereichernde Reiseerlebnisse, für Begeisterung und Verbundenheit.

Rhomberg Reisen versteht sich als Experte für maßgeschneiderte Reisen in ausgewählte Zielgebiete. Die langjährige Erfahrung und die eigene Begeisterung machen unsere Angebote und Dienstleistungen unverwechselbar.

2015 hat Rhomberg Reisen im Zuge eines mehrmonatigen Leitbild- & Strategieprozesses ein gültiges Leitbild erstellt. In allen Phasen dieses Prozesses arbeitete ein Kernteam bestehend aus den beiden Geschäftsführern und den Abteilungsleiter/innen aller Bereiche an den diversen Aufgabenstellungen. V.a. in den anfänglichen Arbeitsschritten, wie z.B. der Analyse des Ist-Zustandes, der Analyse der gelebten Werte sowie der Handlungs- und Verhaltensgrundsätze, etc. waren zusätzlich alle, zum damaligen Zeitpunkt angestellten Mitarbeiter/innen involviert und aufgefordert, aktiv mitzuarbeiten.

Anhang 1: Leitbild_Reisemaßschneiderei

Anhang 2: Unsere Werte_2015_Reisemaßschneiderei

Anhang 3: Organigramm_RH_2019.pdf

Anhang 4: Prozesslandschaft Rhomberg.pdf



Leitbild



Unsere

ReisemassschneiderWerte_2015-Reisem:



Organigramm_RH_2
019.pdf



Prozesslandschaft
Rhomberg.pdf

1.3 Management

1.3.1 CSR- Managementsystem

Das CSR-Managementteam besteht aus insgesamt 6 Personen. Eine Zusammenstellung aus Personalabteilung (Andrea Hiebler), Marketing (Thomas Brandl), Produktmanagement (Simone Rüt & Johanna Tabea Wakolbinger), Gruppenabteilung (Susanne Burtscher) und der Geschäftsleitung (Stefan Müller). Gemeinsam erarbeiten wir die Themen, wie z.B. das Verbesserungsprogramm. Alle Mitglieder des CSR-Managementteams haben auch an den Workshops teilgenommen. Zudem haben wir uns intern dazu entschieden Ökoprofit und TourCert in einem Team zu erarbeiten, um so noch effizienter zu sein. Hauptverantwortliche für Ökoprofit ist Christina Aberer.

1.3.2 CSR- Verantwortung der Leitung/ CSR- BeauftragteR

Die Stelle der CSR-Beauftragten wurde bisher von Johanna Tabea Wakolbinger besetzt. Da Sie nun Mitte Februar 2019 in Karenz geht, übernimmt das Amt Susanne Burtscher. Sie ist als Group Travel Managerin in der Gruppenabteilung angestellt. Der Prozess der Re-Zertifizierung wurde bereits gemeinsam ausgearbeitet, um eine reibungslose Übergabe zu gewährleisten.

1.3.3 Legal Compliance

Anforderung TourCert: Kenntnis und Erfüllung aller relevanten Gesetze wird sichergestellt (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption). Hinweis: Bitte beschreiben Sie, wie Sie Kenntnis und Erfüllung aller relevanten Gesetze in Ihrem Unternehmen sicherstellen.

- Durch fortlaufendes Studium einschlägiger Fachmedien der Reisebranche, zum Steuerrecht
- Besuch fortlaufenden Besuch von Informationsveranstaltungen im Bereich Reiserecht, Steuerrecht,
- Durch Zertifizierung nach Ökoprofit und Tourcert
- Durch Zertifizierung nach dem E-Commerce Gütezeichen

- Mitgliedschaft im Ausschuss der Wirtschaftskammer Vorarlberg, Sektion Reiseunternehmen
- Durch regelmäßige Fachgespräche mit externen Partnern wie Steuerbüro, Notariat und Rechtsanwalt
- Ausübung eines reglementiertes Gewerbe nach österreichischem Recht mit Befähigungsnachweis
- Regelmäßige Inanspruchnahme von arbeitsmedizinischen Beratungsleistungen AUVA

1.3.4 Vertragswesen/ Supplier Code of Conduct

Mindestanforderung TourCert: Das Unternehmen hat standardisierte Verträge oder einen Supplier Code of Conduct, die von allen Leistungsträgern unterzeichnet werden und verbindliche Rahmenbedingungen definieren zu: Menschenrechten, Biodiversität, Klimaschutz und Arbeitsbedingungen. Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Umsetzung der Verträge/ Vertragspassi oder des Supplier Codes in Ihrem Unternehmen und fügen Sie einen beispielhaften Auszug ein.

- Ein ausführlicher Passus über Arbeitsbedingungen, Menschenrechte, Kinder- und Umweltschutz wurde in unserer Standardvertragsvorlage, die wir für Vereinbarungen mit Unterkünften in den Zielgebieten verwenden, eingebaut.
- Entsprechende Erläuterungen und Links haben wir ebenfalls auf der Website eingebaut.
- Für die Zukunft wollen wir den Code of Conduct auch von allen Incoming-Agenturen unterschreiben lassen.

Bsp. Auszug **Vertragsbestandteil:**

I. Menschenrechte

Der Leistungsträger lehnt jede Form der Diskriminierung gegenüber seinen Beschäftigten aufgrund ethnischer Herkunft, Hautfarbe, Geschlecht oder Religionszugehörigkeit, Behinderung oder Alter ab.

Der Leistungsträger bekennt sich zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung. Auffälliges Verhalten von Gästen, Mitarbeitern oder anderen Personen wird nicht geduldet und zur Anzeige gebracht. Als „Kind“ gilt eine Person unter 18 Jahren.

II. Arbeitsbedingungen

Der Leistungsträger hält alle gesetzlichen Vorgaben zur Sicherheit und zum Gesundheitsschutz seiner Angestellten am Arbeitsplatz ein.

Der Leistungsträger entlohnt seine Angestellten mindestens nach den gesetzlichen Vorgaben. Er hält die geregelten Arbeitszeiten, Urlaubs- und Krankheitstage ein und gewährt seinen weiblichen Mitarbeiterinnen die geregelten Schutzzeiten im Falle von Schwangerschaft.

Der Leistungsträger lehnt gegenüber seinen Angestellten jegliche Art von psychischer und körperlicher Aggression, sowie anderen Formen der Einschüchterung ab.

III. Umweltschutz und Biodiversität

Der Leistungsträger kennt die Quellen seines Energie- und Wasserverbrauchs und unternimmt Maßnahmen, um die Verbräuche zu reduzieren.

Der Leistungsträger reduziert Abwässer und Abfall soweit möglich und entsorgt diese angemessen, sodass keine Umweltschäden entstehen.

Der Leistungsträger stellt sicher, dass seine Leistungen keine negativen Auswirkungen auf ökologisch sensible Gebiete und der Artenvielfalt haben.

1.3.5 Menschenrechtliche Sorgfalt

Anforderung TourCert: Das Unternehmen hat die für ihn relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert. Hinweis: Bitte beschreiben Sie, wie Sie die Wahrung Ihrer Sorgfaltspflicht sicherstellen.

Mehrmals jährlich besuchen wir unsere Leistungsträger vor Ort. Hierbei wenden wir einen standardisierten Quality Check unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien an. Des Weiteren haben wir schon bei der Auswahl all unserer Leistungsträger systematisierte Auswahlverfahren.

1.3.6 Kinderschutzkodex

Wir haben den Kinderschutzkodex noch nicht unterzeichnet, schließen aber nicht aus dies in der Zukunft zu tun. Wir bekennen uns zum Einen in unserem Code of Conduct als auch auf unserer Website zum Thema Menschenrechten und Kinderschutz und werden diesen Part der Website in Zukunft auf noch weiter ausbauen. Link: <https://www.rhomberg-reisen.com/haben-sie-lust-mit-uns-die-welt-zu-verbessern>. Des Weiteren stellen wir unseren Gästen die "Brot für die Welt" die Broschüre "Fair reisen mit Herz und Verstand" zur Verfügung, die das Thema ebenfalls aufgreift.

1.3.7 Stakeholdermap

Anforderung TourCert: Das Unternehmen hat eine Stakeholder Landkarte erstellt und bewertet. Hinweis: Bitte fügen Sie die Stakeholder Landkarte ein und beschreiben Sie die wichtigsten Erkenntnisse aus ihrer Bewertung.



Stakeholder
Landkarte.pdf

Gesellschaft:

In unserer Gesellschaft gibt es ein stark wachsendes Interesse an Unternehmen die sich in sozialen und ökologischen Fragen eindeutig positionieren. Unternehmen mit glaubwürdiger Nachhaltigkeitsorientierung werden positiv bewertet.

Staat/Behörden:

Die Behörden, der Staat und die internationale Staatengemeinschaft sind zunehmend von negativen Auswirkungen der Globalisierung und der Umweltverschmutzung betroffen. Es gibt ein stärkeres Eigeninteresse die daraus resultierenden Probleme anzugehen. Klimaschutz und andere Abkommen werden von der Bevölkerung positiv bewertet.

Lieferanten:

Unsere Leistungsträger/Lieferanten in den südlichen Zielgebieten haben grundsätzlich Interesse an unserem Nachhaltigkeitsprojekt. Umweltschutz, Menschenrechte, Kinderschutz und Soziale Gerechtigkeit sind auch dort ein Thema. Allerdings befinden Sie sich zumeist auf einem tieferen Level. Auch wird es viel Zeit benötigen, von den Entscheidungsträgern dort die proaktive Zusammenarbeit zu diesem Projekt zu bekommen um gemeinsam an den Zielen zu arbeiten.

Lieferanten in unserem direkten Umfeld regieren positiv auf Nachhaltigkeitsprojekte.

Eigentümer:

Die Eigentümer haben ein hohes Interesse an einem nachhaltig, sozial und ökologisch korrekt ausgerichteten Unternehmen. Ansehen und Wert des Unternehmens können dadurch gesteigert werden.

Mitarbeiterinnen:

Unsere Mitarbeiterinnen haben ein hohes Interesse daran in einem sozial und ökologisch korrekten und engagierten Unternehmen zu arbeiten. Es lohnt sich dafür zu arbeiten. Es gibt hier gerade bei jungen Mitarbeiterinnen eine hohe Wertekonsistenz. Die Reaktion auch bei Bewerber/innen ist sehr positiv.

Gäste:

Für Gäste werden Tourismusunternehmen, die die gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen, zunehmend attraktiver. Auch beim Reisen möchte man ein gutes Gefühl in Bezug auf sozial und ökologisch korrekte Verhältnisse haben. Reiseveranstalter, die Ihre gesellschaftliche Verantwortung diesbezüglich wahrnehmen werden immer mehr bevorzugt. Die Reaktion der Gäste fällt zunehmend positiv aus.

1.3.8 Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

Das CSR-Managementteam erarbeitet und aktualisiert in regelmäßigen Meetings den Verbesserungsplan. Hierzu benutzen wir das von TourCert vorgegebene Tool, in dem wir Feststellungen, sowie entsprechende Maßnahmenvorschläge festhalten. Anschließend bewerten wir diese nach technischer und finanzieller Machbarkeit. Außerdem prüfen wir ihre Auswirkung auf Arbeitsabläufe, Mitarbeitermotivation und ihr Image in der Öffentlichkeit.

1.4 Wirtschaftsdaten

1.4.1 Umsatz

Anforderung TourCert: Zusammensetzung des Umsatzes (Hauptbereiche) und wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen drei Jahre. Hinweis: Bitte beschreiben Sie die wichtigsten Umsatzbereiche und die wirtschaftliche Entwicklung der vergangenen drei Jahre, auch bezogen auf Erfolgskennzahlen.

	Einheit	2018
Gesamtumsatz	€	23.800.000
Umsatz pro Mitarbeitendem	€	770.000
Umsatz aus eigenen Reisen	€	23.800.000
Umsatzrendite	%	Keine Angabe
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt (gemessen am Gesamtumsatz)	%	Ca. 60%

Vergleicht man die Erfolgskennzahlen der vergangenen Jahre, stellt man schnell ein stetiges Wachstum fest. Beispiel Umsatz: Umsatz 2016: ca. 19.069.000, Umsatz 2017: ca. 20.600.000, Umsatz 2018: ca. 23.800.000. Der wichtigste Umsatzbereich für Rhomberg Reisen ist Korsika mit ca. 55% des Gesamtumsatzes.

1.4.2 Ausgaben

Anforderung TourCert: Ausgabenstruktur und Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt. Hinweis: Bitte kommentieren Sie die Zusammensetzung der Ausgaben Ihres Unternehmens sowie insbesondere den Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt (lokale Wertschöpfung).

	Einheit	2018
Gesamtausgaben	€	14.000.000

Unsere Gesamtausgaben (14.000.000€) setzen sich zusammen aus 12 Mio € internationale Kosten (=Kosten, die ins Reiseland fließen) und 2 Mio € Geschäftsstellenkosten.

2. Reiseangebote

2.1 Angebotsportfolio

Im Jahr 2018 beinhaltete das Produktportfolio die Destinationen Korsika, Madeira, die Azoren, Island, das griechische Lefkas & Epiros am Ionischen Meer, sowie Kefalonia und Menorca. Die Verteilung war wie folgt: Korsika (14.444 Paxe), Lefkas & Epiros (2.754 Paxe), Madeira (626 Paxe), Azoren (189 Paxe), Island (561 Paxe), Kefalonia (1.325 Paxe) und Menorca (2.634 Paxe). Es handelt sich bei allen Reisen um eigene Reisen.

	Einheit	2018
Reiseangebote	Anz	322
Reisende gesamt	Anz	23.144
Individualreisende	Anz	21.904
Gruppenreisende	Anz	1240
Ø Reisedauer Individualreisen	d	8,81
Ø Reisedauer Gruppenreisen	d	9
Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr	Anz	203.982

Die Untersuchung der Produkte und der Wertschöpfungskette, bezog sich neben Korsika überwiegend auf Menorca und Lefkas/Epiros, das diese nach Korsika die nächst-wichtigeren Reiseziele für uns sind.

2.2 Produktbewertung

Simone RUF (beschäftigt als Head of Touroperating und Einkäuferin Korsika) hat die Produktbewertung für unser Hauptprodukt Korsika gemacht. Anhand der Produktbewertung haben wir z.B. intern erkannt, dass Korsika sich in Sachen Nachhaltigkeit bereits „auf den Weg gemacht hat“, wir aber als Veranstalter weiterhin viel Arbeit bzgl. der Bewusstseinsbildung leisten müssen. Ein konkretes Ziel von uns ist es in unserem Feriendorf zum Störrischen Esel das komplette Verpflegungsangebot umzustrukturieren und nachhaltiger zu gestalten. Außerdem möchten wir die Reisekategorie „Nachhaltig und Fair“ noch konkreter werden lassen und bei jeder dort gelisteten Unterkunft genau herausarbeiten was diese genau für die Umwelt tut. Des Weiteren möchten wir mit Garantieunterkünften besondere Kooperationen eingehen und wegweisende „Leuchtturm“-Projekte ausarbeiten.

	Einheit	2018
CSR- Index Produktbewertung	%	49

2.3 CO2-Emissionen der Reisen

Anforderung TourCert: Ausweis der Gesamt CO2-Emissionen (Transport), Kennzahl: CO2 pro Gast/ Tag, Gesamt CO2-Kompensation, Anteil Klimakompensation Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Ermittlung der repräsentativen Reisen Ihres Angebotsprofils: Auswahl und Anzahl überprüfter Angebote, Vorgehen bei der Bewertung und Bewertung der Ergebnisse (erkannte Stärken und Schwächen). Bitte beschreiben Sie die Menge an CO2- Emissionen, die durch die Reisen entstehen sowie den Anteil und Menge von Kompensation, nennen Sie hierbei den Anbieter und dessen Standard.

Zur Ermittlung der folgenden Zahlen haben wir die CO2 – Emissionen anhand von Menorca untersucht. Hierzu haben wir folgende Daten als Grundlage genommen:

CO2-Emissionen im Jahr 2018 für Reisen nach Menorca

Abflughafen	Zielflughafen	hin und zurück in km	Anzahl Passagiere	CO2-Menge in t pro Passagier
Wien	Mahón	2.700	515	0,597
Altenrhein	Mahón	2.000	2.119	0,447

	Einheit	2018
CO2 gesamt Reisen	t	308.402,19
Kompensierte CO2 Emissionen Reisen	t	0
CO2 pro Gast/ Übernachtung ohne Kompensation	t	0,0592
CO2 Reisen abzüglich Kompensation	t	0,0592
Anteil Klimakompensation	%	0
Flugkilometer gesamt	km	5.628.500
Ø Flugkilometer pro Gast	km	2.136,864

2.4 Transport

Anforderung TourCert: Ausweis der CO2-/ Kilometer für Transport gesamt, sowie von/ zum Zielort, im Zielgebiet Hinweis: Bitte kommentieren Sie die Verteilung der Kilometer und CO2- Emissionen für alle Reisen, auf An- und Abreise sowie den Transport im Zielgebiet.

Um die CO2-Emissionen zu minimieren, haben wir z.B. Shuttlebusverbindungen zu den verschiedenen Flughäfen für unsere Gäste eingerichtet. Des haben wir die geplante Einführung von 12 E-Bikes in unserem Feriendorf auf Korsika erfolgreich umgesetzt. Die 1-Tages-Mietwagenbuchungen sind dadurch bemerkbar zurückgegangen.

2.5 Übernachtungen

Anforderung TourCert: Ausweis der Anzahl der Übernachtungen je Unterkunfts-kategorie, Gesamtzahl Übernachtungen,

	Einheit	2018
Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr	Anz	203.982

3. Kunden

3.1 Kundenzufriedenheit

Anforderung TourCert: Zufriedenheitsindex Kunden (jährliche Auswertung der Kundenbefragung inklusive CSR-Kernfragen). Rücklaufquote der Kundenbefragung. Betreuerschlüssel (Gruppengröße pro Betreuer). Hinweis: Bitte beschreiben Sie das Verfahren zur Erfassung der Kundenzufriedenheit. Sie können den Fragebogen auszugsweise oder vollständig anfügen. Bitte nennen Sie die Rücklaufquote sowie das Verfahren zur Auswertung der (Häufigkeit, Verantwortlichkeit, Umgang mit Beschwerden und Feedbacks). Wenn zutreffend kommentieren Sie den Betreuerschlüssel/ Gruppengröße pro Betreuer.

Zur Ermittlung unserer Kundenzufriedenheit haben wir das Gästemonitoring des Feriendorfes zum Störrischen Esel auf Korsika benutzt.

Hauptprodukt Feriendorf Gästemonitoring

Online Befragung für Feriendorfgäste

Scala 1 bis 7 (1 sehr zufrieden bis 7 nicht zufrieden)

Allgemeine Zufriedenheit: 1,55

Datenmenge : 655

Wiederbesuch: 78%

Datenmenge: 792

Weiterempfehlung 92%

Einheit

2018

Index Kundenzufriedenheit	Note 1-7	1,55
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	83
Betreuerschlüssel	Anz	20

3.2 Kundeninformation

Anforderung TourCert: Der Reiseveranstalter bewertet sein Kundeninformation nach vorgegebenen Kriterien; aus der Bewertung ergibt sich der CSR-Index Kundeninformation Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Bewertung Ihrer Kundeninformation: Auswahl und Anzahl teilnehmender KundenberaterInnen, Vorgehen bei der Bewertung und Bewertung der Ergebnisse (erkannte Stärken und Schwächen).

Wir haben 3 Kundenberaterinnen befragt und bei der Auswahl der Beraterinnen darauf geachtet, dass all unsere Zielgebiete abgedeckt sind. Neben einigen Stärken (existierende Beratungsstandards, wichtige Informationsweitergabe an die Kunden, regelmäßige Schulungen, etc.) haben sich auch Schwächen herausgestellt. Eine der befragten Mitarbeiterinnen war aufgrund von Abwesenheiten nicht ausreichend über die TourCert Zertifizierung informiert. Und auch der Kinderschutz ist noch immer zu wenig thematisiert in unserem Unternehmen. Des Weiteren fällt es den Mitarbeiterinnen im Verkauf noch nicht ganz leicht das Thema Nachhaltigkeit ins Verkaufsgespräch zu integrieren. Auch diese erkannten Schwächen möchten wir als Chance ansehen und haben Sie deshalb in unserem Verbesserungsprogramm mit aufgenommen.

	Einheit	2018
CSR-Index Kundeninformation	%	53

4. Mitarbeitende

4.1 Personalentwicklung

4.1.1 CSR-Schulungen

Anforderung TourCert: Alle Mitarbeitenden erhalten CSR-Schulungen (mindestens jährlich einmal) zu den Themen Menschenrechte, Biodiversität, Klimaschutz und Arbeitsbedingungen (inklusive Sicherheit und Gesundheitsschutz). Unternehmen über 50 Mitarbeitende: Schulungsstunden pro Mitarbeitendem/ Schulungsstunden pro Mitarbeitendem zu den Themen Menschenrechte, Biodiversität, Klimaschutz und Arbeitsbedingungen (inklusive Sicherheit und Gesundheitsschutz). Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Anzahl und Inhalte von Schulungen, gehen Sie dabei insbesondere auf Schulungen zu den Themen Menschenrechte, Biodiversität, Klimaschutz und Arbeitsbedingungen (inklusive Sicherheit und Gesundheitsschutz ein).

Unterweisung zur Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz

Für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Eintritt ins Unternehmen; in mündlicher Form, zusätzlich wird eine Informationsbroschüre zum Nachlesen ausgeteilt.

- Ersthilfe, Brandschutz, Fluchtwege, Gefahrenquellen am Arbeitsplatz, Verhalten bei Unfällen, Betriebliche Ersthelfer, Brandschutzbeauftragte, Sicherheitsvertrauensperson
- Ausstattung und Gestaltung von Bildschirmarbeitsplätzen (korrekte Einstellung der Bürostühle, der Bildschirme, Schonen der Augen, Gelenke, etc.)
- Gesundheit am Arbeitsplatz (Bewegung, Pausen, Rücken, Ernährung etc.)
- Klimaschutz & Ökoprotit: Verhaltensregeln im Büroalltag zum schonenden Umgang mit den Ressourcen (Strom- und Papierverbrauch, Klimaanlage)

TourCert-Schulung

inkl. Web-based-Training finden jährlich statt. Über aktuelle Themen, sowie den Stand des Verbesserungsprogrammes wird zusätzlich informiert.

Die letzte Informationsschulung war im Dezember 2018 mit allen Mitarbeiter/innen. Hier wurden eine PowerPoint Präsentation, Filme, Zitate, das Verbesserungsprogramm und der Nachhaltigkeitsbericht eingesetzt.

Themen: Präsentation der Organisation TourCert, Anliegen von TourCert, Involvement und Bekenntnis von Rhomberg Reisen zur Nachhaltigkeit.

Einschulung neuer Mitarbeiter/innen

CSR Themen wurden erfolgreich in den regulären Einschulungsplan aufgenommen.

Mitarbeitergespräche

finden jährlich statt – zu Beginn des Arbeitsverhältnisses oder bei Bedarf auch öfters.

U.a. werden Arbeitsbedingungen, Arbeitsklima, Zufriedenheit und etwaige psychische Belastungen am Arbeitsplatz besprochen. In den bestehenden Fragenkatalog sollen nun zusätzlich Fragen zu Nachhaltigkeitsrelevanten Themen (Menschenrechte, Kinderschutzkodex, Klimaschutz, Biodiversität, etc.) eingebaut, um zukünftig regelmäßig den Wissensstand aufzufrischen – ein Informationshandout wird mit der Einladung zum Gespräch mitgeschickt (muss noch erstellt werden).

TourCert-Mitarbeiterbefragung

Die TourCert-Mitarbeiterbefragung (anonym) wird jährlich durchgeführt. Die erste Befragung war im Januar 2016. Den TourCert-Fragenkatalog haben wir mit Fragen ergänzt, welche die Psychischen Belastungen am Arbeitsplatz ermitteln. Diese sind thematisch verwandt bzw. ergänzend.

Die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung werden allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in einem eigens dafür vorgesehenen Meeting präsentiert und besprochen.

Maßnahmen zur Verbesserung werden gemeinsam mit den Abteilungsleiter/innen ausgearbeitet.

4.1.2 Bezahlung und Mehrarbeit

Anforderung TourCert: Der Reiseveranstalter bezahlt seine Mitarbeitenden in Anlehnung an die Tariflöhne. Der Reiseveranstalter hat eine Überstundenregelung. Der Reiseveranstalter hat ein System von freiwilligen Sozialleistungen. Hinweis: Bitte beschreiben und kommentieren Sie das Lohnniveau der Mitarbeitenden, die Regelungen zu Überstunden und das System von freiwilligen Sozialleistungen.

Grundlage für die Höhe der Gehälter ist der Österreichische Kollektivvertrag für Angestellte in Reisebüros. Unsere Gehälter liegen alle über dem im Kollektivvertrag festgelegten Mindestlohn.

Persönliches Engagement, Kompetenz und Qualität der Arbeit sind die Grundpfeiler für die Lohnentwicklung. Der Wille zur Weiter-/Fortbildung sowie die Bereitschaft, Verantwortung zu übernehmen werden gefördert. Führungspositionen werden nach Möglichkeit intern besetzt, sodass eine Weiterentwicklung möglich und Perspektiven für unsere Mitarbeiter/innen vorhanden sind.

Mit dem Gehalt sind 10 Überstunden pro Monat abgegolten (bei Teilzeitbeschäftigung anteilmäßig). Weitere Mehr- und Überstunden werden im Ausmaß von 1:1 in Freizeit abgegolten.

Für unsere Führungskräfte sind ebenfalls 10 Überstunden pro Monat mit dem Gehalt abgegolten. Weitere Mehr- und Überstunden sind inkludiert. Jede/r Abteilungsleiter/in ist angewiesen, die Mehrstunden in einem vertraglichen Rahmen zu halten.

Freiwillige Sozialleistungen für jede/n Mitarbeiter/in

- Kostenübernahme der Jahreskarte für die Öffentlichen Verkehrsmittel für alle Mitarbeiter/innen, die mit Bus oder Bahn zur Arbeit fahren.
- 12 Essensgutscheine im Wert von € 53,- pro Monat (bei Teilzeitbeschäftigung anteilmäßig), die in den umliegenden Restaurants, Cafés und Bäckereien eingelöst werden können.
- täglich frisches Obst zur freien Entnahme im Büro
- Kaffee und Tee zur freien Entnahme im Büro
- gratis Parkplatz beim Büro

4.1.3 Interessenvertretung

Anforderung TourCert: Wird eine MA-Interessenvertretung / Betriebsrat gefördert? Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Einbindung der Interessenvertretung / des Betriebsrats.

Es gibt keinen Betriebsrat. 2013 wurde eigens eine Personalabteilung eingerichtet, die sich verstärkt um die Personalentwicklung sowie alle sonstigen Belange der Mitarbeiter/innen kümmert.

4.2 Beschäftigtenstruktur

Anforderung TourCert: Struktur der Mitarbeitenden, Anteil Frauen und Anteil Frauen in Führungspositionen. Hinweis: Bitte kommentieren Sie die Zusammensetzung der Beschäftigten am Hauptsitz, sowie die Anzahl von freien Mitarbeitenden und Mitarbeitenden im Ausland. Kommentieren Sie den Anteil Frauen und Anteil von Frauen in Führungspositionen.

	Einheit	2018
Festangestellte gesamt im Hauptsitz	Anz	41
Freie MitarbeiterInnen	Pers	1
MitarbeiterInnen im Ausland	Pers	
An der Spitze des Unternehmens stehen 2 männliche Geschäftsführer. Von den 41 Festangestellten sind 5 Männer und 36 Frauen. 4 der 5 Männer sind in Führungspositionen. 5 der 36 Frauen sind in Führungspositionen. 10 der 36 Frauen arbeiten in Teilzeit (im Ausmaß von 20% - 90%). 5 der 36 Frauen sind derzeit in Mutterschutz. Die freie Mitarbeiterin ist weiblich.		

4.3 Mitarbeitendenzufriedenheit

Anforderung TourCert: Das Unternehmen führt eine anonyme Mitarbeitendenbefragung durch. Aus der Bewertung für „Strategie und Management“ und „Arbeitsbedingungen“ wird die Mitarbeitendenzufriedenheit ermittelt. Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Durchführung der Mitarbeitendenbefragung: Ankündigung, Durchführung, Dauer, Gewährleistung der Anonymität, Beteiligung/ Quote, Bewertung der Ergebnisse (erkannte Stärken und Schwächen).

Ablauf der letzten Mitarbeiterbefragung 2018

Zu Beginn stand eine einstündige Informationsveranstaltung für alle Mitarbeiter/innen mit folgenden Themen:

- * Inhalte & Ziele der Organisation TourCert
- * Bekenntnis von Rhomberg Reisen zur Nachhaltigkeit (Verweis auf Leitbild) & Zertifikat
- * Pflichten & Nutzen für Rhomberg Reisen
- * Ankündigung der Mitarbeiterbefragung

Am selben Tag startete die Befragung.

- * Dauer: 14Tage lang hatten die Mitarbeiter/innen für die Beteiligung an der Umfrage Zeit
- * Methode: schriftliche, anonyme Befragung. Alle Mitarbeiter/innen erhielten per Email den Link zum computererfassten Fragebogen. Zum Einloggen wurde kein personalisiertes Passwort benötigt.

23 von den 36 beschäftigten Mitarbeiter/innen haben an der Umfrage teilgenommen (63%).

	Einheit	2018
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	78
Index Strategie und Management	%	77
Index Arbeitsbedingungen	%	79
Index Umweltschutz im Büro	%	82
Index eigenes Umweltverhalten	%	77

Bewertung der Ergebnisse aus der TourCert Mitarbeiter-Befragung

Erkannte Stärken

- Die Weiterbildungsmöglichkeiten im Unternehmen werden von den Mitarbeitern geschätzt.

- Die familienfreundlichen Arbeitsbedingungen (vor allem für wieder-kehrende Mütter nach dem Mutterschutz) werden Rhomberg als Arbeitgeber ebenfalls hoch angerechnet.
- Unsere Mitarbeiter/innen fühlen sich respektiert und wohl im Unternehmen.
- Sie identifizieren sich mit der Firma, sind loyal und stehen hinter unseren Produkten.
- Das Betriebs- und Arbeitsklima ist gut und der Zusammenhalt im Team funktioniert gut; dies gilt für „alt & jung“ genauso wie für Mann & Frau und auch zwischen Mitarbeiter & Führungskraft.
- Die jahrelangen Bemühungen im Zuge von Ökoproofit werden wahrgenommen und als wichtig angesehen.

Erkannte Schwächen

- Unzufriedenheit mit Gehalt.
- Mehr Lob/Feedback gewünscht. Die Kommunikation und das Feedback sind nicht immer ausreichend und erzeugen Unsicherheit/Unklarheit.
- Arbeitsmenge und verfügbare Arbeitszeit sind nicht immer ausgeglichen (Saisonspitzen, Aufgabenverteilung, etc.).

5. Unternehmensökologie

5.1 Energie

Mindestanforderung TourCert: Das Unternehmen bezieht 100% Ökostrom. Ausweis des Strom- und Heizenergieverbrauchs (gesamt und pro Mitarbeitendem) Hinweis: Bitte nennen Sie Ihren Stromanbieter und kommentieren Sie die Energieverbräuche (Strom und Wärme).

Stromanbieter: Vorarlberger Kraftwerke AG (<https://www.vkw.at>), seit Mitte 2015 haben wir auf Ökostrom umgestellt. Der Holzpellets-Verbrauch bis 2015 lag bei 29.274 kWh (Energie in kWh 4,8)

	Einheit	2018
Stromverbrauch	kWh	43.920
Gesamt kwh	kWh	4,8

5.2 Emissionen

Anforderung TourCert: Das Unternehmen kompensiert mindestens 50% der eigenen Flugdienstreisen. Ausweis der CO2-Emissionen/ Kilometer pro Transportmittel für Pendelverkehr und Dienstreisen; Ausweis der CO2-Emissionen der Büroökologie nach Verursacher (Strom, Wärme, Transport) sowie pro Mitarbeitendem Hinweis: Bitte kommentieren Sie die entstehenden Emissionen. Bitte geben Sie die Menge sowie den Anteil und Menge von Kompensation an, nennen Sie hierbei den Anbieter und dessen Standard

	Einheit	2018
CO2 Gesamt Unternehmensökologie	t	38,8982
CO2 pro Mitarbeitendem	t	1,2548
CO2 Gesamt Unternehmensökologie abzgl. Kompensation	t	11,017
CO2 pro Mitarbeitendem abzgl. Kompensation	t	0,877
CO2 Kompensationen (DR)	t	29,667
CO2 Dienstreisen	t	27,881
CO2 Flugdienstreisen	t	27,881
Anteil klimakompensierter Flug-Dienstreisen	%	100%

Anmerkung: Wir haben unsere Flug-Dienstreisen des Jahres 2018 zu 100% kompensiert.

Flugzeug (CO2 Emissionen)	29,667 T
Kompensierte CO2-Emissionen der Flugdienstreisen	27,881
Anteil kompensierter CO2-Emissionen der Flugdienstreisen	100,0%
Gespendeter Beitrag an Atmosfair:	728€

5.3 Papier

Anforderung TourCert: Ausweis des Papiergewichts pro Mitarbeitenden, pro Reisendem; Anteil Recyclingpapier am Gesamtpapierverbrauch. Hinweis: Bitte kommentieren Sie den Papierverbrauch, sowie die Qualität des verwendeten Papiers.

Wir verwenden überwiegend Recycling Papier. Alle Mitarbeiter versuchen den Papierverbrauch so gering wie möglich zu halten und sofern es möglich ist, drucken wir beidseitig. Im Jahr 2018 wurden bei Rhomberg Reisen insgesamt 100.000 Blätter Recycling Papier und 54500 Blätter FSC Papier verbraucht.

	Einheit	2018
Kataloggewicht pro ReisendeR	kg	0,90
Papiergewicht pro Mitarbeitendem	kg	18,89
Anteil 100% Altpapier	%	100

5.4 Beschaffung

Das Unternehmen verfügt über eine öko-faire Beschaffungsrichtlinie zu Büromaterial, Bewirtung, Give Aways, Veranstaltungen. Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Richtlinien und Vorgaben bei der Bürobeschaffung.

Rhomberg Reisen hält sich an die Richtlinien und Empfehlungen von Öko-Profit. Umgesetzte Maßnahmen sind im jährlichen Öko-Profit Bericht auch nachzulesen.

Auszüge/Beispiele:

Büromaterial: wird bei nach Möglichkeit bei Ökoprofit zertifizierten Partnern aus der Region bestellt, damit Lieferwege kurz gehalten werden. Kopierpapier aus Recyclingpapier; Papiertücher, Toilettpapier, etc. aus recycelten Getränkekartons/Tetrapack; ...

Bewirtung: frisches Obst aus der Region, Fair-trade Kaffee, regionale Anbieter (Metzgereien, Partyservice).

Veranstaltungen: An-/Abreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln; Veranstaltungsorte in der Nähe, um die regionale Wirtschaft zu stärken; ...

6. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette

6.1 Partneragenturen

Anforderung TourCert: Die Bewertung der Partneragenturen erfolgt zunächst durch den Leistungsträger selbst und anschließend korrigierend durch den Reiseveranstalter. Die Überprüfung erfolgt nach vorgegebenen Kriterien. Daraus ergibt sich der CSR-Index Partneragenturen. Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Bewertung Ihrer Partneragenturen: Auswahl und Anzahl überprüfter Agenturen, Vorgehen bei der Bewertung und Bewertung der Ergebnisse (erkannte Stärken und Schwächen).

66% unserer Partneragenturen haben sich an der Umfrage beteiligt und bewiesen, dass Sie bereits viele Stärken mitbringen (feste Standards oder Kriterien/Anforderungen zu Nachhaltigkeit für Lieferanten bzw. Partner, qualifizierte Reiseleiter, ein funktionierendes Verbesserungsmanagement, feste Umwelt- und Sozialstandards, uvm.). Uns ist negativ aufgefallen, dass Kinderschutz noch keine große Rolle bei den Agenturen spielt und auch der Verantwortungsbereich für Umweltmanagement/Nachhaltigkeit selten klar geregelt sind (keine Ansprechpartner). Ein weiterer Punkt, der verbessert werden sollte, ist die Messung von Verbräuchen. Unser Ziel ist es unsere Partneragenturen „abzuholen“ und für unser Projekt TourCert und entsprechende Umweltaspekte zu sensibilisieren.

	Einheit	2018
Anzahl Partneragenturen gesamt	Anz	6
Anzahl geprüfter Partneragenturen	Anz	4
Anteill geprüfter Partneragenturen	%	66%

	Einheit	2018
CSR-Index Partneragentur	%	55

6.2 Unterkünfte

Anforderung TourCert: Die Bewertung der Unterkünfte erfolgt zunächst durch den Leistungsträger selbst und anschließend korrigierend durch den Reiseveranstalter. Die Überprüfung erfolgt nach vorgegebenen Kriterien. Daraus ergibt sich der CSR-Index Unterkünfte. Hinweis: Bitte beschreiben Sie die Bewertung Ihrer Unterkünfte: Auswahl und Anzahl überprüfter Unterkünfte, Vorgehen bei der Bewertung und Bewertung der Ergebnisse (erkannte Stärken und Schwächen).

Wir haben in diesem Jahr die wichtigsten Partner-Unterkünfte (Topseller) auf Menorca befragt. Die Beteiligung der Unterkünfte an der Umfrage war erneut sehr, sehr gering. Zudem kam, dass der Zeitpunkt der Befragung (zwischen Oktober und Ostern ist in den meisten unserer Zielen keine Saison und die Hoteliers meist auch nicht vor Ort) sehr unglücklich war. Die Steigerung der Rücklaufquote steht nach wie vor als eines unserer wichtigsten Ziele in unserem Verbesserungsprogramm. Wir möchten die Hoteliers „abholen“ und für unser Projekt TourCert und entsprechende Umweltaspekte zu sensibilisieren. Hierzu möchten wir weiterhin die Gespräche vor Ort suchen und auch beim Fragenkatalog mehr Hilfestellung geben.

	Einheit	2018
Anzahl Unterkünfte gesamt	Anz	Ca. 30
Anzahl geprüfter Unterkünfte	Anz	15
Anteil geprüfter Unterkünfte	%	50%

	Einheit	2018
CSR-Index Unterkünfte	%	55

6.3 Reiseleitung

Da wir auf Korsika nicht mit Reiseleitern im klassischen Sinne zusammenarbeiten und auch in den anderen Destinationen keine eigenen Reiseleiter beschäftigen, haben wir diese Umfrage nach Absprache mit Frau Knopp, nicht gemacht.

7. Community Involvement

Anforderung TourCert: Hat das Unternehmen Kriterien zur Auswahl von Projekten definiert (bspw. In den Bereichen Umwelt, Soziales, Bildung, Gesundheit, etc.); Durchschnittliche Dauer von Projekten und Partnerschaften Hinweis: Bitte nennen und beschreiben Sie Projekte, die Ihr Unternehmen unterstützt, sowie die (standardisierten) Kriterien, die zu deren Auswahl führten.

Umwelt und Soziales:

- Atmosfair
- Ökoprotit
- Tourcert

Kriterien:

- Potential/Relevanz
- Ressourceneffizienz
- Kosten
- Zeitaufwand
- Außenwirkung
- Strategische Ziele

8. Verbesserungsprogramm (siehe Anlage)

Sie erhalten eine gesonderte Tabelle für die Erstellung des Verbesserungsprogramms von TourCert.