

# **Auszug aus dem Prüfbericht zur Rezertifizierung**

Die Prüfung fand auf der Grundlage der TourCert-Zertifizierungsrichtlinie in der Fassung vom Juni 2015 statt. Im Rahmen einer Berichts- und Dokumentenprüfung sowie anschließenden Interviews, Stichproben und Plausibilitätsprüfungen wurde die Einhaltung der branchenspezifischen und allgemeinen Zertifizierungsanforderungen überprüft. Dieser Prüfbericht erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit.

## ***Unternehmensprofil***

Natours ist ein kleiner Spezialreiseveranstalter mit drei festen Mitarbeitern, der sich auf Naturreisen & Aktivreisen konzentriert, darunter Radreisen, Wanderreisen, Kanureisen und Skilanglauf. Sowohl Individualreisen als auch Gruppenreisen werden zu Zielen vornehmlich in Europa organisiert. Vereinzelt Langstreckenziele wie etwa Kuba oder Vietnam werden in der Regel in Kooperation mit weiteren Veranstalter-Partnern angeboten. Das Unternehmen ist Mitglied beim Forum Anders Reisen.

## ***Leitbild***

Natours reisen definiert sich als Spezialist für sanften Tourismus, bei dem der bewusste Umgang mit Natur und Umwelt im Mittelpunkt aller Reisen steht. Die Übernachtung erfolgt in kleinen landestypischen, familiär geführten Hotels und Pensionen, die sich zumeist durch eine regionale Küche auszeichnen. Natours legt großen Wert darauf, bereits die Anreise so umweltfreundlich wie möglich zu gestalten. So spielen Flugreisen eine eher untergeordnete Rolle und werden zum Teil gänzlich vom Veranstalter kompensiert; alternativ wird Atmosfair in aller Deutlichkeit als Teil des Beratungsprozesses angeboten.

## ***Verantwortung der Leitung***

Durch die überschaubare Unternehmensgröße ist die Leitung unmittelbar in alle CSR-Bemühungen involviert und sehr mit dem Nachhaltigkeitsgedanken identifiziert.

## ***CSR-Management***

Bedingt durch die begrenzte Teamgröße und die extrem flache Hierarchie sind alle Mitarbeiter gleichermaßen an der Umsetzung der CSR-Philosophie beteiligt.

## ***Datenerhebung***

Angesichts der geringen Größe des Veranstalters erfolgte keine Datenerhebung zu Unterkünften, Partneragenturen (ohnehin nur ausnahmsweise gegeben) oder Mitarbeitenden. Der Begutachtung liegt im wesentlichen das CSR-Bewertungsblatt zugrunde. Einzig Reiseleiter und einzelne Geschäftspartner wurden systematisch befragt, wobei sich keine nennenswerten Auffälligkeiten ergaben.

## ***Externe Kommunikation***

Das Marketing wird zum Teil über Drittanbieter wie MesseReiseMarkt (kooperativ organisierte Messestände, z.B. auf der ITB) realisiert. SEO der Webseite wurde verbessert und wird über einen externen Berater abgewickelt. Natours hat zahlreiche Pressemitteilungen auf seiner Homepage veröffentlicht und arbeitet bedarfsweise mit einer externen PR – Agentur. Die Nachhaltigkeitsorientierung ist auf der Homepage dargestellt, allerdings könnten bei den Reisebeschreibungen die jeweils relevanten Nachhaltigkeitsaspekte noch pointierter eingearbeitet werden. ...

## ***Angebotsgestaltung***

Die Angebotsgestaltung beruht zum Großteil auf den Erfahrungen mit den Unterkünften in der Vergangenheit. Mit den Natours-affinen Leistungsträgern, die überwiegend familiär geführt sind und regionale Küche anbieten, bestehen z.T. langjährig gewachsene Beziehungen. Der Anteil des Reisepreises, der im Gastland verbleibt, ist tendenziell etwas zurückgegangen, aber immer noch deutlich über dem Branchendurchschnitt.

## ***Transport***

Natours legt höchsten Wert auf die Vermeidung von Flügen, ist jedoch dabei, aufgrund der Nachfrage für bestimmte Destinationen und der Verschiebung hin zu Individualreisen das Flugangebot entsprechend anzupassen. Flüge werden vorbildlich bei bestimmten Arrangements zu 100% kompensiert; bei anderen wird

mit Nachdruck die CO2-Kompensation beworben, was in einer ebenfalls vorbildlich hohen freiwilligen Kompensationsrate von 60% über den Partner Atmosfair zum Ausdruck kommt.

## **Kunden**

Zur Ermittlung der Kundenzufriedenheit kommt vorrangig ein Online-Fragebogen zum Einsatz, der auch einige nachhaltigkeitsrelevante Aspekte abfragt. Der Stammkunden-Anteil beläuft sich auf geschätzte 25%, mit Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, aber auch Bayern und Baden-Württemberg als Hauptquellmärkten. 95.6% der Gäste urteilen, dass Ihre Erwartungen erfüllt oder übertroffen wurden.

## **Mitarbeitende und Schulung**

Im Backoffice-System sind Wikis mit Hintergrund-Infos zu den angebotenen Reisen hinterlegt. Dank Telefonanlage mit Weiterleitungs-Schaltung kann eine Kundenbetreuung flexibel sichergestellt werden, die zum Teil auch vom Homeoffice aus erfolgt. Interne Koordinations-Gespräche finden zum Teil via Google Hangouts statt. Dank effizienter Arbeitsorganisation herrscht insgesamt eine gute Zusammenarbeit und ausgeglichene Arbeitsweise.

## **Unternehmensökologie**

Durch digitale Abwicklung der Buchung fällt kaum noch Papier an - einzig die Rechnung muss aus gesetzlichen Gründen noch gedruckt werden. Gelegentlich werden bei fremdveranstalteten Reisen die Reiseunterlagen noch in Papierform verschickt, etwa Sympathiemagazine. Der auf umweltfreundlichem Papier gedruckte Katalog mit 66 Seiten hat eine Auflage von 17000 und ist damit im Vergleich zu 2010 (damals 30.000 Auflage) von der Auflage her halbiert. Die Anreise zum Arbeitsplatz erfolgt weitestgehend ohne Auto, stattdessen vorrangig mit Fahrrad (E-Bike) oder ÖPNV; oder fällt gar nicht an wegen Arbeit vom Homeoffice. Der Bürobetrieb läuft unter Beachtung ökologischer Prinzipien.

## **Partneragenturen**

Im Wesentlichen kommen Partneragenturen nicht zur Verwendung, da Natours die Kontakte zu Unterkünften selbst pflegt und auf Vermittler verzichtet. Es wird jedoch bedarfsweise mit spezialisierten, lokal arbeitenden Tour Operatoren gearbeitet (beispielsweise für Tagestouren und ähnliches).

## **Unterkünfte**

Bei der Auswahl der Leistungsträger wird Wert auf landestypische, familiär geführte Unterkünfte gelegt, Bio-Essen aus der Region anbieten. Eine Checkliste kommt dabei nicht zum Einsatz, entscheidend ist der Gesamteindruck; eine verstärkte Orientierung entlang der GSTC-Kriterien wurde angeregt.

## **Reiseleitung**

Zumeist wird eine Reiseleitung vor Ort unter Vertrag genommen, bei bestimmten Reisen reist jedoch ein Reiseleiter aus Deutschland mit. Die Reiseleiterbefragung ergibt ein insgesamt kohärentes Bild, wobei positiv auffällt, dass die RL ausnahmslos über viele Jahre Arbeitserfahrung verfügen.

## **Gesamtbewertung**

Nachhaltigkeit ist in der DNA von Natours seit jeher spürbar verankert und bestimmt das tägliche Denken und Handeln auch ohne Checklisten. Zur Nachhaltigkeit gehört jedoch auch eine organische wirtschaftliche Entwicklung, die Hauptaugenmerk zukünftiger Anstrengungen sein sollte, um den Nachhaltigkeitsanspruch von Natours einem breiteren Kundenkreis zugute kommen zu lassen. Dabei wird die Festlegung realistischer und messbarer Zwischenziele in Bezug auf konkrete Marktnischen hilfreich sein.

Die Vergabe des CSR-Zertifikats wird empfohlen.

26. Juni 2017 Hendrik Wintjen