



tourasia  
Nachhaltigkeitsbericht 2019



### 3. Nachhaltigkeitsbericht 2019

## Impressum

tourasia Roemer AG  
Grindelstrasse 5  
CH-8304 Wallisellen

Telefon +41 43 233 30 90

E-Mail [mail@tourasia.ch](mailto:mail@tourasia.ch)

Website [www.tourasia.ch](http://www.tourasia.ch)

CSR-Beauftragter Rene Cathrein

Telefon +41 43 233 30 62

E-Mail [rene.cathrein@tourasia.ch](mailto:rene.cathrein@tourasia.ch)

Zeitraum der Datenerfassung: 01.07.17 – 30.06.18

## Inhaltsverzeichnis

- 1. Unternehmensportrait**
  - 1.1. Wir über uns
  - 1.2. Umfang der Datenerhebung
  - 1.3. Unternehmensdaten
  - 1.4. Kernindikatoren
  - 1.5. Leitbild
  - 1.6. Management
    - 1.6.1. CSR Managementsystem
    - 1.6.2. Legal Compliance
    - 1.6.3. Supplier Code of Conduct
    - 1.6.4. Menschenrechte und Kinderschutzkodex
    - 1.6.5. Stakeholdermap
    - 1.6.6. Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement
    - 1.6.7. Notfall- und Krisenmanagement
- 2. Wirtschaftsdaten**
  - 2.1. Ausgaben
- 3. Reiseangebote**
  - 3.1. Angebotsportfolio
  - 3.2. Produktgestaltung
  - 3.3. CO<sub>2</sub>-Emissionen der Reisen
- 4. Unsere Kunden**
  - 4.1. Kundenzufriedenheit
  - 4.2. Kundeninformation
- 5. Mitarbeitende**
  - 5.1. Beschäftigtenstrukturen
  - 5.2. Arbeitsbedingungen
  - 5.3. Schulungen und Weiterbildungen
  - 5.4. Mitarbeitenden Zufriedenheit
- 6. Unternehmensökologie**
  - 6.1. Energie
  - 6.2. Emissionen und Kompensation
  - 6.3. Papier
  - 6.4. Beschaffung
- 7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette**
  - 7.1. Partneragenturen
  - 7.2. Unterkünfte
  - 7.3. Reiseleitungen
  - 7.4. Geschäftspartner
- 8. Community Involvement**
- 9. Verbesserungsprogramm 2018/2019**

## 1. Unternehmensportrait

### 1.1. Wir über uns

Im März 1992 haben die Verwaltungsrat Mitglieder Roger Geissberger (Direktor Knecht Reisen), Thomas Bolliger (Geschäftsführer rmr Rolf Meier Reisen) und Stephan Roemer die tourasia als Aktiengesellschaft gegründet. Als klar erklärtes Firmenziel stand fest, dass tourasia ein Spezialreiseveranstalter von bester Qualität für Asien sein soll. Als erstes Firmendomizil wurde ein kleines, umgebautes Wohnhaus an der Kriesbachstrasse in Wallisellen gewählt. Mit einem kleinen Team von drei Mitarbeitenden startete Stephan Roemer die Aktivitäten der tourasia. Heute befinden sich die Büros an der Grindelstrasse 5 in Wallisellen.

Der erste Katalog der Firma erschien schon im August 1992 und von da an erfolgte ein rasanter Ausbau. Das tourasia-Baukastenprogramm mit vielen Nischenprodukten und Spezialitäten erfreute sich vom ersten Tag an grosser Beliebtheit auf dem Markt.

Schon nach sechs Monaten wurde tourasia als Newcomer zur Überraschung der Reisebranche bei der Travel Star Verleihung unter die 5 besten Veranstalter nominiert. Im Jahr darauf, ergatterte tourasia die erste Travel Star Gold Auszeichnung als bester Reiseveranstalter für Asien & Pazifik. Dies beflügelt und motiviert uns zu weiteren Bestleistungen. Zwischenzeitlich ist tourasia 17-facher Gewinner des Swiss Travel Award (ehemals Travel Star). tourasia beschäftigt heute 33 Mitarbeitende, wovon 2 Auszubildende sind.

tourasia besitzt mit 49 % (und weiteren Optionen) einen kontrollierenden Anteil an der Diethelm Travel Holding. Diethelm Travel (gegr. 1957) ist eine der ältesten Destination Management Companies in Asien und verfügt über eigene Organisationen in 13 Ländern: Sri Lanka, Bhutan, Myanmar, Thailand, Malaysia, Borneo (Sarawak/Sabah), Singapore, Laos, Kambodscha, Vietnam, Hongkong (Franchise), China (Franchise) und den Philippinen. Diethelm Travel beschäftigt über 550 festangestellte Mitarbeitende und gilt als eine der grössten Destination Management Companies Asiens. Die Kontrolle und Führung von Diethelm Travel obliegt tourasia.

### 1.2. Umfang der Datenerhebung

Für die Datenerhebung ist das tourasia Geschäftsjahr 2017/2018 massgebend vom 01.07.17 bis 30.06.18.

Wir bieten Reiseleistungen in 20 Ländern an und führen knapp 600 Hotels in unserem Asien Angebot. Eine detaillierte Analyse und Auswertung aller Leistungsträger in sämtlichen Destinationen ist mit einem enormen Aufwand verbunden. Darum haben wir die Auswertungen auf Thailand, Indonesien, Vietnam, Japan und Sri Lanka beschränkt. Dies sind unsere umsatzstärksten Destination und für 44% unseres Umsatzes verantwortlich.

### 1.3. Unternehmensdaten

tourasia Kennzahlen in der Übersicht

	Einheit	2014/15	2017/18
Festangestellte Gesamt (auf 100-Stellenprozente gerechnet)	Anz	23,8	28,8
Gesamtübernachtungen Personen im Berichtsjahr	Anz	348'755	331'056
Reisende gesamt	Anz	21'328	20'691

#### 1.4. Kernindikatoren

	Einheit	2014/15	2017/18
Cash Flow (Anteil am Umsatz)	%	1,40	1,65
Lokale Wertschöpfung	%	57,45	58,29
CO2 pro Gast/ Übernachtung in kg	kg	443,00	292,00
Zufriedenheitsindex Kunden	%	98,00	96,00
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	55,00	74,00
Index Kundeninformationscheck	%	53,92	45,63
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	80,00	66,42
CO2 pro Mitarbeiter/Mitarbeiterin	t	4,69	3,60
CSR- Index Partneragenturen	%	49,50	66,60
CSR- Index Unterkünfte	%	58,00	79,00
CSR- Index Reiseleitung	%	61,00	36,05*

\*Die Auswertung ist nicht repräsentativ da einige Teilnehmende die Online-Umfrage mangelhaft ausgefüllt haben

#### 1.5. Leitbild

##### *Das macht uns einzigartig*

tourasia wurde 1992 gegründet und ist zum grössten Kompetenzzentrum für Asienreisen in der Schweiz und vielleicht sogar in Europa gewachsen. Unsere Stärke ist es, die individuellen Reisewünsche unserer Kunden zu verwirklichen und zu einer gesamtheitlichen Reise zu veredeln. Dazu stellen wir kompromisslose Anforderungen an eine höchste Qualität unserer Dienstleistung in der Schweiz wie in Asien. Die tourasia Reiseinformationen und die Reisedokumentation sind hochwertig und von wertvollem Nutzen für den Kunden.

##### *Nachhaltigkeit ist uns wichtig*

Wir verfolgen eine Strategie der Nachhaltigkeit welche alle unsere Prozesse bestimmt. Dabei sind wir bestrebt, wo immer das Unternehmen tätig ist, hohe ethische Anforderungen an unser Handeln zu stellen. Dabei steht uns der faire und ehrliche Umgang mit unseren Partnern, die Anerkennung der Menschenrechte und der Respekt für andere Kulturen und Meinungen besonders am Herzen. Unsere Angebote sind so gewählt, dass sie dem Schutz unserer Umwelt Rechnung tragen. Wir setzen an den Reisezielen für Rundreisen und Fahrten die für jedes Bedürfnis optimal gewählten und nachhaltigsten Transportmittel ein. Umweltgerechtes Arbeiten und der sorgfältige Umgang mit Energie und Ressourcen, auch in Bezug auf Recyclingmöglichkeiten, wird seitens tourasia gefördert.

##### *tourasia in Asien – ein echter Mehrwert für den Kunden*

tourasia verfügt mit Diethelm Travel an den wichtigsten Orten in Asien über eigene Tochtergesellschaften und tourasia Concierge Teams, welche für unsere Gäste jederzeit bei der Erfüllung ihrer Wünsche zur Verfügung stehen. Während die tourasia Kundschaft ihre Ferien vollumfänglich geniesst und sich um nichts kümmern muss, arbeitet im Hintergrund ein erfahrenes Team von Leuten für sie. Diethelm Travel setzt sich für faire Arbeitsbedingungen mit idealen Sozialleistungen für die Mitarbeitenden in Asien ein.

##### *Unsere Partner sind uns wichtig*

Wir begegnen unseren Partnern auf Augenhöhe. Langfristige Beziehungen, faire Verhandlungen und ein respektvoller Umgang sind die Grundpfeiler unserer Partnerschaften. Wir arbeiten korrekt, bezahlen pünktlich und halten uns an die Vereinbarungen. Wir lassen unsere Partner auch in schwierigen Momenten nicht im Stich.

##### *Unsere Kunden erfahren und erleben mehr von Asien*

Unsere Kunden verlassen sich auf unsere jahrelange Erfahrung und das Know-how unserer Mitarbeitenden. Sie wissen, dass die tourasia Profis ein Auge für das Spezielle, das Asiatische, haben. Ob es die asiatische Kultur oder das trendige Asien mit Design und Lifestyle ist; wir möchten, dass unsere Gäste genau das von Asien erleben, was sie sich wünschen. Unser Angebot an Rundreisen, Hotels und Reiseleistungen ist eine sehr sorgfältige Auswahl an Leistungen, die wir unseren Kunden empfehlen. Dieses Angebot ändert auch ständig, weil sich neue Hotels etablieren, neue Reisemöglichkeiten eröffnen und neue Produkte zur Verfügung stehen.

Wir verbinden diese Anforderungen mit unserem Angebot und dem individuellen Zusammenstellen der persönlichen Reise. Für unsere Gäste schaffen wir mit unseren Produkten und unserem Know-how Mehrwert. Wir nennen das die „persönliche Art des Reisens“.

### *Unsere Mitarbeitenden sind Asien Fans*

Die tourasia Mitarbeitenden sind höchst motivierte erfahrene Reiseprofis, die mit ihrem Know-how und der grossen Asienenerfahrung für jeden Gast die persönliche Traumreise ausarbeiten. Unsere Mitarbeitenden sind alle gewillt eine überdurchschnittliche Leistung zu erbringen. Wir unterhalten eine flache Führungshierarchie und fördern die effiziente Kommunikation und Entscheidungskraft jedes einzelnen Mitarbeitenden. Der Dialog und das Verständnis untereinander sind uns wichtig. tourasia schafft Raum für die interne Kommunikation.

Permanentes Lernen und Verbessern macht unser Team erfolgreich. Aus- und Weiterbildung wird intern und extern gefördert. tourasia unterstützt die Ausbildungen zeitlich und finanziell. Wir bieten unseren Mitarbeitenden einen leistungsbezogenen Lohn, gute Sozialleistungen und faire Arbeitsbedingungen. Die Mitarbeitenden werden leistungsbezogen am Firmenerfolg beteiligt und profitieren von Reisevergünstigungen und Studienreisen.

Die tourasia Mitarbeitenden leben die Werte unseres Leitbildes.

### *Unser Ziel für die Zukunft*

So ehrgeizig wir als tourasia Teammitglieder sind, so ehrgeizig sind auch unsere Ziele: Wir möchten der beste Reiseveranstalter für Asien sein und unsere Marktstärke weiter ausbauen. Innovationen wollen wir zugunsten unserer Kunden und unserer Mitarbeitenden einsetzen. tourasia ist wirtschaftlich erfolgreich und schafft nachhaltige Werte.

### *Auszeichnungen motivieren uns und spornen uns gleichzeitig an*

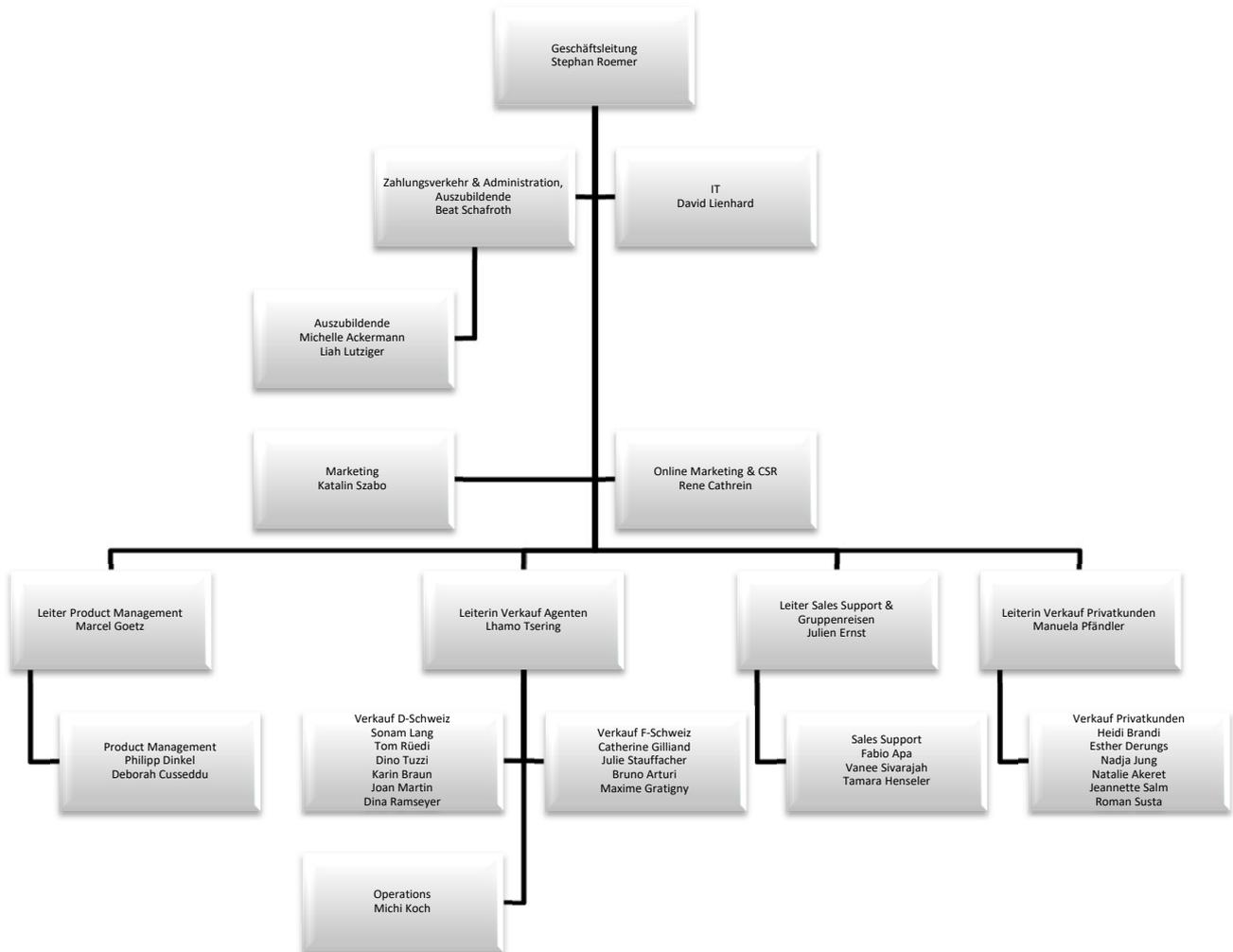
Wir dürfen mit Stolz verkünden, dass tourasia der am meist ausgezeichnete Schweizer Reiseveranstalter ist. tourasia wurde wiederholt mit dem «Goldenen Travel Star» als bester Schweizer Reiseveranstalter für Asien ausgezeichnet. 2014, 2015 und 2018 erhielten wir zudem den «Swiss Travel Award» als besten individuellen Reiseveranstalter in der Schweiz für Langstreckenreisen. Auch international durften wir bereits mehrere Preise entgegennehmen, die unsere Qualität und von uns eingebrachte Innovationen würdigen.



## 1.6. Management

Das Unternehmen ist nach Aufgaben und Kundenprofilen unterteilt und in folgende Bereiche organisiert

- Geschäftsführung, Administration, HR, Marketing, IT
- Verkauf Privatkunden
- Verkauf Agenten Deutschschweiz und Westschweiz
- Sales Support & Gruppenreisen
- Product Management



### 1.6.1. CSR Managementsystem

Wir verfolgen eine Strategie der Nachhaltigkeit und integrieren diese in unsere Betriebsstrukturen und Abläufe.

Die Initiierung und Leistungskontrolle kommt direkt vom Geschäftsführer Stephan Roemer. CSR ist den Stabstellen zugeordnet und wird seit Januar 2014 von René Cathrein als Beauftragten mit dem gesamten Team umgesetzt. René Cathrein koordiniert als interne Stelle die einzelnen Abteilungen und stellt die Schnittstelle zu allen Stakeholdern dar. Er ist für die zukünftige Berichterstattung zuständig.

### 1.6.2. Legal Compliance

Wir übernehmen die Legal Compliance in Eigenkontrolle durch drei unterschiedliche Stellen:

1. Die Geschäftsleitung: Sie ist verantwortlich dass alle relevanten Gesetze und Anforderungen sowie die von der Firma festgelegten Standards eingehalten werden.
2. Der Verwaltungsrat: Überprüft in seiner Verantwortung die Geschäftsleitung
3. Die Kontrollstelle: tourasia unterzieht sich freiwillig der Finanzkontrolle und der Kontrolle der Legal Compliance durch eine unabhängige, externe Kontrollstelle. Dieses Mandat hat die RVS AG in Schaffhausen inne.

### 1.6.3. Supplier Code of Conduct

tourasia verfügt über standardisierte Verträge für Hotels und DMC's mit dem von tourasia festgelegten «Code of Conduct». Darin sind unsere ethischen und ökologischen Standards bezüglich dem Schutz von Kindern, Arbeitsbedingungen, Verzicht auf Diskriminierung und ökologischen Standards festgehalten. Die Verträge bilden Basis für unsere Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern. Unsere Partner verpflichten sich mit der Unterzeichnung zur Einhaltung unserer Standards.

Original Text in den Verträgen (englisch):

#### *Corporate Social Responsibility - Supplier Code of Conduct*

*tourasia is a TourCert-certified tourism enterprise. This binding agreement with our suppliers ensures sustainable business operations. The TourCert Supplier Code of Conduct is based upon the Global Sustainable Tourism Criteria (GSTC) and the ILO labour standards.*

*The agreement partners acknowledge their social responsibility within their sphere. Negative social and ecological impact is systematically minimized and avoided. Positive impact is increased. In case of the non-adherence of these basic principles, tourasia is allowed to terminate the cooperation.*

#### *Working conditions*

*The agreement partners ensure health and safety for employees at the workplace. They pay their employees at least the minimum wages, which are regulated by law and respect the existing regulations in regards to working time, annual leave and sick days. Protection times for pregnant employees are warranted. The agreement partners do not accept physical and psychological violence as well as sexual harassment and all other forms of intimidation.*

#### *Environmental protection*

*The agreement partners measure their energy and water consumption and take action to minimize those accordingly. They also minimize the use of hazardous material including pesticides, colours, disinfectant for pools as well as cleaning agents and substitute those, if possible, with hazard-free products. The correct usage of all chemical substances is secured. The agreement partners ensure that their offers and services have no negative impact on ecologically sensitive areas and their biodiversity.*

#### *Protection of children from sexual exploitation*

*tourasia condemns any and all activities related to any sexual abuse and exploitation of children, i.e. sexual exploitation, trafficking, violence and pornography. We are committed to abide by and implement The Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism in collaboration with ECPAT International ([www.ecpat.net](http://www.ecpat.net)).*

*By adding this clause to our contractual agreement, we are not insinuating that your company is engaged in any activities related to sexual exploitation of children, but encouraging you to support and sign The Code of Conduct. By signing this Contract, the business partner agrees to:*

- Refrain from knowingly engaging or dealing with companies who are engaged in sexual exploitation of children.*
- Prohibit storage or use of images which sexually exploit children.*
- Report sexual exploitation to local law enforcement authorities should your company become aware of such exploitation*

*either on your company's premises or on that of a supplier.*

*tourasia reserves the right to cancel the contract if it is discovered that your company is not complying with this clause or that your company is involved in a way in the facilitation, encouragement or toleration of sexual exploitation of children within the context of your company.*

*The conditions listed above form a constituent part of this contract.*

#### **1.6.4. Menschenrechte und Kinderschutzkodex**

Die Achtung von Menschenrechten ist uns wichtig und wir sind uns unserer Verantwortung bewusst. Wir suchen nach Wegen um lokalen Mitarbeitenden (Reiseleitende, Fahrern, Hotelangestellten usw.) einen fairen Lohn zu sichern. Wir werden uns noch vertiefter mit den Möglichkeiten beschäftigen, wie wir lokale Unternehmen und deren Mitarbeitenden fördern und unterstützen können.

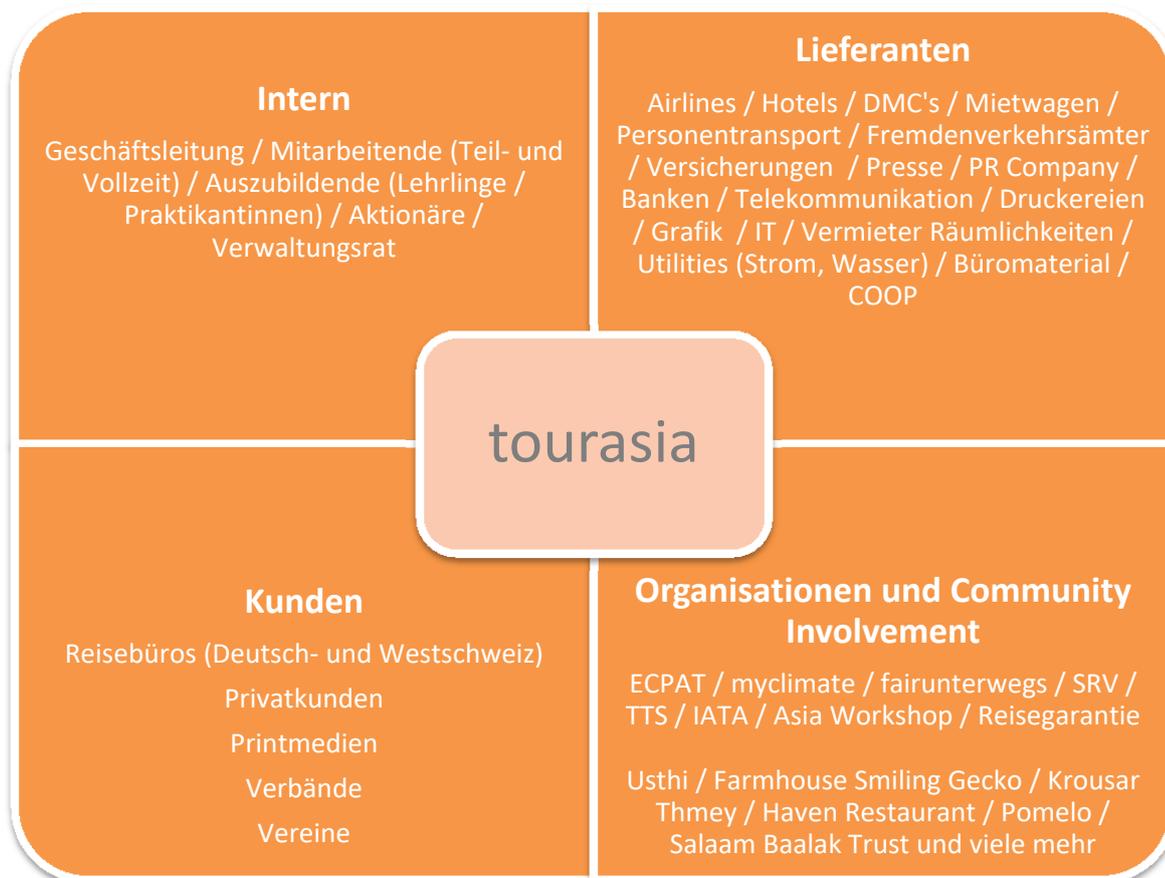
tourasia hat den Kodex der ECPAT zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung durch den Tourismus am 10. Dezember 2013 unterzeichnet und verpflichtet sich damit präventiv zu handeln um jegliche Form von Ausbeutung von Kindern zu verhindern. Unsere Mitarbeitenden sind entsprechend geschult und können präventiv reagieren. Über unseren «Supplier Code of Conduct» nehmen wir unserer Vertragspartner in Pflicht und zeigen auf wie sie im Verdachtsfall reagieren sollen. [www.thecode.org](http://www.thecode.org)

#### **1.6.5. Stakeholdermap**

Unsere Stakeholder

Der authentische Dialog mit unseren Anspruchsgruppen wandelt unsere Beziehungen tiefgreifend. Er hilft uns dabei, unsere Ziele an die Bedürfnisse der Gesellschaft anzupassen und erfolgreich umzusetzen. Die eigenen Leistungen werden durch die Augen der Kunden sichtbar. Wir lernen aus der Zusammenarbeit mit unseren Anspruchsgruppen durch die Beachtung ihrer Interessen. tourasia beteiligt sich zudem bei zahlreichen Organisationen aktiv mit dem Ziel, tragfähige Lösungen zu finden.

Wir organisieren alle zwei Jahre einen Workshop mit unseren wichtigsten Reisebüropartnern. Dies gibt uns die Möglichkeit um spezifische Themen zu diskutieren und somit eine bestmögliche Handlungsweise und Qualität sicherzustellen.



tourasia engagiert sich aktiv bei folgenden Organisationen und Anlässen:

- tourasia ist Gründungsmitglied des Asia Workshop Komitees. Alljährlich findet ein ganztägiger Anlass statt für die Aus- und Weiterbildung von Reisebüromitarbeitenden
- tourasia ist Mitglied des Verwaltungsrates der TTS Gruppe. Die TTS Gruppe ist eine Interessensvereinigung zur Sicherung und Förderung von mittelständischen, unabhängigen Schweizer Reisefirmen
- tourasia engagiert sich bei relevanten Themen im Schweizerischen Reisebüro Verband und ist Sponsor der Gruppe «Umwelt & Soziales»
- tourasia organisiert und unterstützt die Reisetätigkeit der Stiftung Usthi, die sich für die Gesundheit, Geborgenheit und Bildung, hauptsächlich von Kindern und Frauen, in Indien und Nepal einsetzt
- tourasia stellt Know-how und Engagement bei verschiedenen Leistungsträgern in Asien zur Verfügung
- tourasia bietet Mitarbeitenden unserer Tochtergesellschaften ein Berufspraktikum in der Schweiz
- tourasia nimmt an den drei wichtigen Ferienmessen in St. Gallen, Bern und Zürich teil. Im direkten Kundenkontakt und während unseren Vorträgen geben wir unser Wissen und Informationen weiter
- tourasia informiert Mitarbeitende von Reisebüros über aktuelle Trends und Neuigkeiten aus Asien an den jährlich von tourasia organisierten Roadshows in der Deutschschweiz und der Romandie
- tourasia organisiert spezielle Themen-Anlässe für Direktkunden mit spannenden Vorträgen

## 1.6.6. Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

Jeden ersten Dienstag im Monat trifft sich die gesamte Belegschaft. Alle Mitarbeitenden werden aufgerufen, sich aktiv an den Sitzungen zu beteiligen und somit den Wissenstransfer sicher zu stellen. An dieser Plattform werden alle möglichen Belange der Firma im Team behandelt. Vorschläge können mit dem gesamten Team diskutiert werden.

Die Kadermitglieder treffen sich im Schnitt zweimal monatlich auf eine rund 2-stündige Sitzung. In diesem Gremium werden strategische Entscheidungen getroffen und mögliche Probleme diskutiert.

### 1.6.7. Notfall- und Krisenmanagement

tourasia verfügt über einen detaillierten Ablaufplan für das Notfall- und Krisenmanagement. Die Vorgehensweisen sind klar und verständlich formuliert. Es ist auch klar ersichtlich wer die Verantwortung hat und wer in welchem Fall involviert werden muss.

## 2. Wirtschaftsdaten

### 2.1. Ausgaben

Mit 58,28% fließt der grösste Anteil unserer Ausgaben in das Reiseland und dient der lokalen Wertschöpfung. Die internationalen Kosten entstehen durch die Flüge von der Schweiz in unserer Zielgebiete. Da es sich um Langstreckenflüge handelt, ist dieser Anteil vergleichsweise hoch.

Erfreulicherweise konnten wir den Wert der lokalen Wertschöpfung wiederum erhöhen.

Die Ausgaben der Geschäftsstelle repräsentieren die gesamten Bürokosten (Mitarbeitende, IT, Kommunikation und Marketingkosten)

	Einheit	2014/15	2017/18
Lokale Wertschöpfung	%	57,45	58,28

## 3. Reiseangebote

### 3.1. Angebotsportfolio

Als spezialisierter Veranstalter für Reisen nach Asien teilt sich unser Umsatz im Geschäftsjahr 2017-2018 unter den nachfolgenden Destinationen auf.

Anteil in % nach Umsatz	Einheit	2014/15	2017/18
Thailand	%	25	26
Indochina inkl. Myanmar	%	14	16
Indonesien	%	8	9
Indien / Sri Lanka	%	4	4
China / Hongkong	%	4	4
Japan / Korea	%	3	4
Gruppenreisen	%	4	2
Flüge Schweiz nach Asien	%	33	30
Übrige	%	5	5

Thailand ist nach wie vor der Spitzenreiter in unserem Angebot (die Flüge von der Schweiz nach Asien sind NICHT den Destinationen zugeteilt). Ein Viertel des Umsatzes (ohne Flüge) wird in Thailand generiert, dahinter folgen Indochina inkl. Myanmar und Indonesien.

### Individual-/Gruppenreisen

Unsere Reisen wurden zu 98,3% als Individualreisen durchgeführt. Die restlichen 1,7% reisten in einer Gruppe.

	Einheit	2014/15	2017/18
Reisende gesamt	Anz	23'576	20'691
Individualreisende	Anz	23'006	20'301
Gruppenreisende	Anz	570	390
Ø Reisedauer Individualreisen	Tage	16,8	16
Ø Reisedauer Gruppenreisen	Tage	14,5	14
Gesamt erfasste Personenübernachtungen	Anz	348'755	331'056
CO2 Ausstoss Reisende insgesamt	t	154'580	96'615

### 3.2. Produktegestaltung

tourasia steht für Professionalität, Qualität und Kompetenz und das seit über 25 Jahren. Unsere Stärke ist das Ausarbeiten von massgeschneiderten Reisen nach Asien. Mit diesem Versprechen wollen wir die Reiseräume unserer Kundschaft für unbeschwerte, unvergessliche Ferien in Asien erfüllen. Unsere Mitarbeitende erarbeiten die Programme mit viel Herzblut. Die angebotenen Hotels sind alle persönlich geprüft und gelten als unsere Empfehlung an unser Kundenprofil. Unsere Rundreisen sind sorgfältig erarbeitete Reiseabläufe wo jede Tagesetappe im Detail geplant wurde. Bei den Unterkünften suchen wir jeweils nach landestypischen Hotels oder Pensionen um dem Gast ein authentisches Erlebnis zu vermitteln. In unserem Katalog fehlen grösstenteils die Angebote internationaler Kettenhotels, weil wir, wo verfügbar, Akzente auf lokale Angebote setzen. Augenmerk legen wir auf kleine Restaurants wo der Gast authentische Lokalküche erlebt. Bei den Fahrzeugen konnten wir in Thailand mit einer Partnergesellschaft (50% im Besitz unseres Geschäftsführers) individuelle Fahrer überzeugen, als eigenständige Unternehmer unserem Netzwerk beizutreten. Bei diesem System besitzen die Fahrer ihr eigenes Fahrzeug welches unseren Vorgaben entspricht und durch uns gewartet wird oder die Firma (SR Deluxe Transport) stellt den Fahrern ein Fahrzeug zur Verfügung. Dank dem über fünf Jahre hinaus erwirtschafteten Erfolg, sind ähnliche Systeme an den anderen Destinationen, wo wir über eigene Tochtergesellschaften verfügen, in Aufbau.

Wir gleichen unser Portfolio an Reisevorschlägen regelmässig mit den Entwicklungen vor Ort ab, damit unsere Gäste von den bestverfügbaren Leistungen profitieren.

Seit einigen Jahren legen wir ein Augenmerk auf ökologische und sozio-kulturelle Werte. Dabei geht es uns vor allem darum, dass wir Vorschläge und Angebote erarbeiten, welche nicht massentauglich sind, sondern mit entsprechenden Abstrichen punkto Komfort oder Angebot einen verträglichen Tourismus in unbekannte Regionen bietet. Eine solche Art von Tourismus kann nur dank gutem Verständnis der Kulturen, dem Einverständnis aller Beteiligten und den jahrelangen persönlichen Beziehungen in solche Gebiete erarbeitet werden. Solche interkulturelle Begegnungen werden sorgfältig vorbereitet. Durch alle Angebote hindurch werden lokale Strukturen unterstützt.

Wir erkennen zukünftiges Verbesserungspotential indem wir alle unsere Leistungsträger mittels unseres Zusammenarbeitsvertrages in den Code of Conduct einbinden wollen. Bei den direkten Hotelverträgen können wir dies schon jetzt zu fast 100 % verwirklichen.

	Einheit	2014/15	2017/18
CSR-Index Produktbewertung	%	48	55

Das Vermitteln unserer Werte an unsere Partneragenturen, Hotels und Reiseleiter ist uns wichtig. Wir werden daher unsere Vorstellungen und Anforderungen schriftlich in einer Broschüre erfassen und unseren Partnern übergeben.

### 3.3. CO2 Emissionen der Reisen

Wir bieten unseren Gästen die Möglichkeit, freiwillig einen Ausgleich über Klimaschutzprojekte von myclimate zu schaffen. Diese Möglichkeit wird auf allen unseren Bestätigungen/ Rechnungen aufgedruckt und auf der Homepage veröffentlicht. In Diskussion ist bei uns, die Kompensation zukünftig auf den Reisevorschlägen auszuweisen. Da unsere Kundschaft die Kompensation bis jetzt direkt tätigen, ist es für uns nicht möglich zu wissen wie viel kompensiert wird.

Für die Anreisen zu den Flughäfen empfehlen wir, wenn immer möglich, die Anreise mit öffentlichen Verkehrsmitteln und bieten auch keine vergünstigten Parkier-Pakete an.

	Einheit	2017/18
CO2 gesamt Reisen	t	96'614
Kompensierte CO2 Emissionen	t	-
Anteil Klimakompensationen	%	-
Flug-Km Gesamt	km	374'507'100
Ø Flugkilometer pro Gast	km	18'100
CO2 pro Gast und Tag	Kg	292

### 4. Unsere Kundschaft

Die fast täglichen Veränderungen in Asien mit neuen Reiserouten, Grenzen die sich öffnen und Neueröffnungen von Hotels, sind eine grosse Herausforderung für einen Reiseveranstalter. Wir stellen uns mit Freude dieser Herausforderung und sind stets auf der Suche nach den neusten, trendigsten und reisetechisch besten Angeboten für unsere Kundschaft. Wir möchten mit unseren profunden Kenntnissen und der sorgfältigen Auswahl von Leistungen einen echten Mehrwert für unsere Kundschaft bieten. Es liegt uns viel daran die Beziehung zu unserer Kundschaft auf Augenhöhe zu unterhalten und einen echten Dialog zu führen. Unsere Kundschaft ist im vollen Umfang über unsere Angebote und Destinationen informiert. Wir bieten dies mit unserer persönlichen Beratung durch unser speziell geschultes Verkaufsteam, unseren Informationen im Internet und seit Januar 2014 mit einer ausgeklügelten Smartphone-App wo nebst den Reisedokumenten auch Destinationsinformationen, GPS-geführte Landkarten und ein Reiseführer zur Verfügung stehen.

Zur individuellen Reiseplanung dienen in erster Linie unser Katalog oder die Angaben auf unserer Website. Einfach und übersichtlich gegliedert für jede Destination findet der Reisende die Einreise- und Gesundheitsbestimmungen des jeweiligen Zielgebietes, besondere Anforderungen und Besonderheiten zur Reise. Wir führen allgemein interessante Informationen zur Kultur und Religion des Ziellandes, die wichtigsten Feiertage und Feste sowie Tipps zu Essen & Trinken, Währung, Land & Leute, beste Reisezeit und Ausflüge und Shopping auf.

Jeder Destination widmen wir ein Kapital „Mit den Augen von tourasia“ wo wir ungeschminkt unsere Eindrücke, Vorbehalte und Empfehlungen weitergeben.

Nach der Buchung erhält jeder Reisende ausführliche Informationen für seine Reisevorbereitung. Diese werden in der Form einer gedruckten Informationsschrift „tourasia Reiseinformationen“ sowie eines handlichen Destinationsführers abgegeben. Die neue Smartphone-App enthält alle diese Informationen auch in elektronischer Form handlich auf dem Mobiltelefon oder dem iPad.

Der Reisegast findet auf diese Weise für jede Destination angepasste und aktuelle Informationen zu:

- Beste Reisezeit / Klima
- Einreisebestimmungen
- Religion und Kultur
- Feiertage und Feste
- Allgemeine Destinationsinformationen
- Reiseleitung & Trinkgelder
- Verhaltensweisen vor Ort
- Ausrüstungstipps
- Gepäckinformationen
- Restaurants und Ausgehtipps

Wo erforderlich, liegen Visa Anträge und detaillierte Informationen zur Einholung bei.

Unsere Kundschaft findet Informationen zu nachhaltigen Produkten und Reisen in unseren Publikationen und hauptsächlich auf unserer Homepage. Hier sind auch die folgenden Links verknüpft:

<https://www.kinderschutz.ch/de/>

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

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

#### 4.1. Kundenzufriedenheit

tourasia nutzte bis anhin die Möglichkeit, die Kundenzufriedenheit mittels eines Fragebogens zu ermitteln. Nach Rückkehr erhielten die Gäste einen Fragebogen in der Form einer Grusskarte. Die Resultate wurden alle sorgfältig ausgewertet. Seit kurzer Zeit werden die Fragebogen digital zugestellt. Mögliche Bemängelungen werden durch den Geschäftsführer persönlich verfolgt und an den Kunden beantwortet. Als Dankeschön für die Retournierung des Fragebogens, respektive das Ausfüllen des digitalen Feedback-Formulars, erhalten die Kunden ein kleines Präsent welches von einem Sozialprojekt oder aus einer nachhaltigen Produktion stammt.

	Einheit	2014/15	1017/18
Zufriedenheitsindex Kundschaft	%	98	96
Rücklaufquote der Befragungen	%	55	74
Betreuerschlüssel für Gruppenreisen	Pers	3	1

#### 4.2. Informationen für unsere Kundschaft

Den Mitarbeitenden stehen als Grundlage für die Beratung der Kundschaft verschiedene Unterlagen zur Verfügung, die jährlich aktualisiert werden. Dazu gehören - nebst allgemeinen Hinweisen aus unseren detaillierten Katalogen oder unserem internen Newsportal - aktuelle Auszüge aus den Richtlinien des EDA, von Visums- und Gesundheitsvorschriften sowie die rasche Information per E-Mail an alle Mitarbeitende bei politischen Zwischenfällen oder Naturereignissen im Zielgebiet. Unsere (eigenen) Agenturen in Asien sind entsprechend beauftragt jederzeit eine topaktuelle Lagebeurteilung sicherzustellen und zu kommunizieren. Eine News-Funktion befindet sich auf der Einstiegsseite unseres Inhouse-Systems. Sämtliche Mitarbeitende können dort Neuigkeiten einstellen. Eine bei allen Mitarbeitenden zirkulierende, interne Infomappe dient zudem der Kommunikation von weniger wichtigen Mitteilungen und Printmedien.

Für die Kundeninformation am Telefon oder bei persönlicher Beratung werden alle diese Kenntnisse und Informationen situativ angewendet. Hier besteht noch ein Bedarf an besserer Schulung der Mitarbeitenden um kompetenter über CO2-Kompensation und Kinderschutz informieren zu können. So werden alle, die das E-Learning Module von „The Code“ noch nicht gemacht haben, dies noch nachholen. Zudem werden alle neuen Mitarbeitenden automatisch das E-Learning Modul ausfüllen müssen.

Detaillierte Informationen zum Artenschutz und zur Biodiversität werden in unser TQM aufgenommen und den Mitarbeitenden vermittelt.

Zusammen mit der Bestätigung erhält unsere Kundschaft eine Info-Broschüre, die allgemeine Themen wie Gepflogenheiten und Gebräuche am Zielort oder Hinweise über Klima, Bekleidung, Trinkgeldempfehlungen, Sicherheit und allgemeines Verhalten beinhaltet. Falls ein Einreisevisum benötigt wird, übernehmen wir gerne die Einholung für unsere Kunden. Im Weiteren bieten wir eine Palette von verschiedenen Reiseversicherungen an. Den Reiseunterlagen liegt jedem Auftrag ein Reiseführer, je nach Zielgebiet, bei mit weiteren von tourasia redigierten Einlageseiten.

	Einheit	2014/15	2017/18
Index Kundeninformationscheck	%	53,92	45,63

## 5. Mitarbeitende

### 5.1. Beschäftigtenstrukturen

tourasia beschäftigt – eher branchenunüblich – einen ausgeglichenen Anteil an Männern und Frauen in Führungspositionen und bei den Angestellten. Die Firmenzugehörigkeit von Mitarbeitenden über 30 Jahren ist sehr hoch und es bestehen kaum Fluktuationen in dieser Alterskategorie. Bei jüngeren Mitarbeitenden unter 30 Jahren kennen wir die branchenübliche Fluktuation. Alle Mitarbeitenden und Personen in Führungspositionen sind Festangestellte mit identischen Vertragskonditionen.

	Einheit	2017/18
Festangestellte Gesamt	Pers	32
Anzahl Vollzeit	Pers	22
Anzahl Teilzeit	Pers	10
Anzahl Auszubildende	Pers	2
Beschäftigte Gesamt in Vollzeitäquivalente	Pers	23,80
Anzahl Frauen in Führungspositionen	%	40%



## 5.2. Arbeitsbedingungen

tourasia führt in Abständen von zirka zwei Jahren neutrale Befragungen der Mitarbeitenden durch mit dem Ziel, die ehrliche Befindlichkeit der Mitarbeitenden herauszufinden. tourasia möchte ein fairer Partner sein und seinen Mitarbeitenden die Möglichkeit zur individuellen Weiterentwicklung bieten.

tourasia belohnt seine Mitarbeitenden mit folgenden Kompensationen und Leistungen:

- 13 Monatsaläre
- 5 Wochen Ferien
- Leistungsbezogene Bonusregelung nach mind. 1 Jahr Firmenzugehörigkeit
- Ausgebaute Sozialleistungen: (Pensionskasse mit Zusatzleistungen, UVG mit Zusatzleistungen)
- Grosszügige Reisevergünstigungen
- Ausbildungs- und Studienreisen
- Übernahme der Kosten eines Halbtax-Abonnements für alle welche mit der ÖV zur Arbeit kommen
- Möglichkeit zu Auslandpraktika für Lernende
- Karriereplanung im Rahmen der eigenen Möglichkeiten mit Firmen im Ausland und der TTS Angebote
- Gutes Kurs- und Weiterbildungsangebot durch die TTS Gruppe
- Unterstützung von Weiterbildungen und Sprachkursen mit Subventionen
- Flexible Arbeitszeiten mit einer Blockzeit
- Kompensationsregelung bei anfallender Überzeit und Arbeitszeiten ausserhalb der Regel (Messen etc.)

tourasia fördert die Einführung flexibler Arbeitsmodelle und beschäftigt zahlreiche Mitarbeitende in Teilzeit oder im Job-Sharing. Mit Müttern werden Arbeitsmodelle erarbeitet welche einen Wiedereinstieg nach dem Mutterschaftsurlaub erlauben.

tourasia fördert die individuelle Meinung und Interessen und bietet nebst den monatlichen Meetings verschiedene Plattformen zur direkten Äusserung gegenüber den direkten Vorgesetzten und der Geschäftsleitung.

Die Abteilungsleitenden haben Entscheidungsspielraum bezüglich der zeitlichen Arbeitseinteilung.

## 5.3. Schulungen und Weiterbildungen

Permanentes Lernen und Verbessern macht unser Team erfolgreich. Die Aus- und Weiterbildung wird intern und extern gefördert. tourasia unterstützt die Ausbildungen zeitlich und finanziell. In Bezug auf Nachhaltigkeits-Themen besteht noch Nachholbedarf. Darum werden an den monatlichen Team-Sitzungen noch mehr Aspekte des CSR behandelt werden.

## 5.4. Mitarbeitenden Zufriedenheit

Für die tiefgreifende fachspezifische Aus- und Weiterbildung zeichnen die in der Vertriebsorganisation TTS zusammengeschlossenen spezialisierten Reiseveranstalter oder das eigene TTS-Sekretariat verantwortlich. Fachliche Kurse (Flugreservationssysteme, EDV) werden bei neuen Mitarbeitenden nach Bedarf unmittelbar nach Stellenantritt organisiert.

Auch wenn der Zufriedenheitsindex um 12 Punkte gefallen ist, unsere Mitarbeitenden arbeiten gerne bei tourasia und loben die gute Stimmung im Team. Die Arbeitsverteilung war 2018 aus diversen Gründen nicht optimal und wurde als Negativpunkt erwähnt. Dezidiert sind Verbesserungen gewünscht im Bereich der Zeiterfassung und flexiblen Arbeitszeitgestaltung, der Überstundenregelung, der Arbeitsabläufe sowie der beruflichen Weiterentwicklung.

	Einheit	2014/15	2017/18
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	80,0	68,0

## 6. Unternehmensökologie

### 6.1. Energie

tourasia bezieht den Strom und das Wasser von den Werken Wallisellen. Der Strom besteht zu 100 % aus Ökostrom. Das Gebäude in dem tourasia eingemietet ist, wird mit Erdgas geheizt. In Absprache mit den Mitarbeitenden verzichtet tourasia auf klimatisierte Büroräume. Lediglich der Serverraum ist notwendigerweise klimatisiert. Unsere Mitarbeitenden sind darauf sensibilisiert, auf einen ökologischen Strom- und Wasserverbrauch zu achten. Der Stromverbrauch konnte zum 2014/15 um 3,3% gesenkt werden. Zugenommen um 27% hat der Verbrauch an Erdgas für das Beheizen der Büroräume. Ein weiteres Zeichen dafür, dass die Sanierung der Fenster und Heizungen dringend vorgenommen werden muss.

	Einheit	2014/15	2017/18
Stromverbrauch	kWh	26'818	25'937
Wärmeenergie	kWh	60'500	76'902

### 6.2. Emissionen Kompensation

Wir kompensieren unsere geschäftlichen Flüge zu 100% bei [www.myclimate.org](http://www.myclimate.org).

Seit dem 01.03.2015 stellt tourasia keine Gratis-Parkplätze mehr zur Verfügung. Diese werden den Mitarbeitenden mit CHF 60.- im Monat verrechnet. Im Gegenzug erhalten alle Mitarbeitenden, die mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, das Halbtax-Abonnement (CHF 185.-/Jahr) vergütet. Dies hat auch dazu geführt, dass sich einige Mitarbeitende entschlossen haben, nicht mehr mit dem eigenen Auto zur Arbeit zu fahren. Wir konnten unseren Bestand an Parkplätzen um 4 Plätze verringern.

	Einheit	2014/15	2017/18
CO2 Gesamt Büroökologie	t	123,18	103,85
CO2 pro Mitarbeitendem	t	5,17	3,60
CO2 Kompensation Dienstreisen	t	53,535	62,440

### 6.3. Papier

tourasia druckt das Angebot in drei Katalogen welche alle als Ganzjahreskataloge in deutscher und französischer Sprache gedruckt werden. Es wird ungestrichenes FSC Papier ohne schädliche Bleichmittel verwendet. Im täglichen Büroablauf ist für Reisedokumente und Kundendokumentationen weisses Standardpapier im Einsatz. Für den normale Ausdrucke und den internen Gebrauch verwenden wir ausschliesslich Recyclingpapier und drucken beidseitig.

Anzahl gedruckte Kataloge	2014/15	2017/18
Asien deutsch & französisch	37'000	28'000
Indien deutsch & französisch	20'000	17'000
China, Japan und Ostasien deutsch & französisch	17'000	14'000

Der Trend, dass die Kunden immer weniger den gedruckten Katalog verlangen, setzt sich weiter fort. So konnte die Anzahl der gedruckten Kataloge gegenüber 2014/15 um 20% verringert werden. Mit einer konsequenten Lagerbewirtschaftung hat sich zudem das Papiergewicht der Kataloge pro Reisenden um weitere 15% gesenkt.

Der Verbrauch von Papier wird systematisch reduziert und der Anteil an Altpapier hat sich nochmals um 7,5% erhöht.

	Einheit	2014/15	2017/18
Papiergewicht der Kataloge pro Reisenden	kg	2,07	1,75
Anteil 100% Altpapier an DIN A4-Papier	%	75	82,5

## 6.4. Beschaffung

Wir sind sehr bemüht unsere Einkäufe für Büro, Reinigungs- und Verbrauchsmaterial so nachhaltig wie möglich zu tätigen.

Die Betriebsmittel werden bei tourasia fachgerecht entsorgt. PET wird durch uns gesammelt und von PET-Recycling Schweiz abgeholt. Papier und Karton wird gesondert durch den Vermieter entsorgt.

Leere Tonerhüllen werden vom Verkaufsgeschäft zurückgenommen.

Glas, Alu, Stahlblech, CD's / DVD's, Elektroschrott, Batterien, Tetra-Paks, PE, Kork und Styropor wird über die Firma [www.pinkbag.ch](http://www.pinkbag.ch) entsorgt.

Funktionierende Computer, Laptops, Bildschirme und Peripheriegeräte werden bei Bedarf kostenlos an unsere Mitarbeitenden abgegeben. Ältere Geräte werden an die Bezugsstelle oder dem Recycling zurückgeführt. Die Rechner und Bildschirme werden im Schnitt alle vier Jahre ersetzt.

## 7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette

### 7.1. Partneragenturen

Bei Diethelm Travel, wo tourasia Aktionär ist und die Geschäftsführung inne hat, haben wir einen direkten Einfluss auf deren Serviceleistungen und die nachhaltige Arbeitsweise. Diese wird von tourasia mitbestimmt. Durch diese Betriebe kontrollieren wir rund 70% unserer Geschäfte. Diethelm Travel gilt als Pionier mit ihrer Nachhaltigkeitsstrategie und hält verschiedene Zertifikationen und Mitgliedschaften *bei der Nachhaltigkeit von Reisen*.

Bei den anderen Partneragenturen handelt es sich um persönlich bekannte, meist freundschaftlich verbundene Firmen. Bei diesen meist langjährigen Kontakten sind unsere Ideen und Eingaben stets willkommen im Sinne einer gemeinsamen erfolgreichen Entwicklung in die Zukunft. Wir arbeiten mit total 18 Partneragenturen zusammen.

	Einheit	2014/15	2017/18
CSR- Index Partneragenturen	%	49,5	66,6

### 7.2. Unterkünfte

Subjektiv und basierend auf schweizerischen Normen haben wir unsere eigene Hotelklassifizierung geschaffen. So weiss unsere Kundschaft was Sie erwartet – ob in Laos, China oder anderswo. Der tourasia Massstab ist immer der Gleiche. Die Klassifizierung überarbeiten wir jedes Jahr, da bekanntlich Veränderungen in Asien schnelllebig sind. Beim eigenen Vergleich vor Ort wird unserer Kundschaft bestimmt auffallen, dass tourasia die Hotelklassifizierungen sehr kritisch vergibt. Diese anspruchsvolle Haltung soll letztlich unseren Gästen zu Gute kommen. Denn wir finden: Unsere Kundschaft darf durchaus positive, aber niemals negative Überraschungen erleben.

Wir arbeiten mit fast 600 Hotels zusammen. Dank unseren oft langjährigen und persönlichen Beziehungen, haben wir einen positiven Austausch mit den Hoteliers. Unsere Eingaben und Ideen werden ernst genommen, dies vor allem auch bei lokalen und unabhängigen Hotels.

Die Stärken der Auswertung wurden vor allem im sozialen Bereich gegenüber Mitarbeitenden, der Umwelt oder in den beeinflussbaren Abläufen innerhalb der Hotels festgestellt (Wäschereinigung, Abfallentsorgung), während im Bereich der Ökologie/Nachhaltigkeit eine gewisse Zurückhaltung festzustellen war. Wir stellen aber auch fest, dass vor allem Abläufe ausserhalb der Partnerunterkünfte von diesen in einem kleineren Rahmen beeinflusst werden können (Bsp. örtliche Abwasserreinigung, Bezugsmöglichkeiten von erneuerbarer Energie etc.).

	Einheit	2014/15	2017/18
CSR- Index Unterkünfte	%	58	79

### 7.3. Reiseleitungen

Reiseleiter in Asien sind, mit wenigen Ausnahmen von festangestellten Reiseleitern über Diethelm Travel, fast immer freiberuflich engagiert und wollen in den meisten Fällen als eigene Unternehmer agieren. Wir arbeiten an allen Destinationen mit einem Kernteam von meist sehr langjährigen Reiseleitern zusammen. Diethelm Travel beschäftigt in Thailand, Malaysia, Borneo, Myanmar, Kambodscha und den Philippinen ein Kernteam von festangestellten Reiseleitern. Mit einer Festanstellung kann diesen Personen ein ausgeglichenes Monatslöhler garantiert werden, was gerade in der Tiefsaison, mit wenig europäischen Gästen, geschätzt wird. Diethelm Travel ist einer der wenigen Destination Management Companies der ein solches Modell anbietet und sogar ausbaut. Es sind meist langjährige, erfahrene Reiseleiter welche auf dieses Modell einschlagen. Dadurch können sie eine persönliche Einkommenssicherheit für sich und ihre Familien schaffen.

Durch die Beteiligung an Diethelm Travel hat sich für uns eine neue Ausgangslage ergeben. Wir können unsere Vorstellungen und Anforderungen an die Reiseleiter koordiniert über den Ansprechpartner bei Diethelm Travel anbringen. Diesbezüglich sind erste Gespräche im Gang um einen Kriterienkatalog zu erstellen.

	Einheit	2014/15	2017/18
CSR- Index Reiseleitung	%	61	36,05*

*\*Die Auswertung ist nicht repräsentativ da einige Teilnehmende die Online-Umfrage mangelhaft ausgefüllt haben*

### 7.4. Geschäftspartner

Hauptsächlich verkaufen wir unsere Reisen über Reisebüros. 23% aller Verkäufe tätigen wir direkt mit der Kundschaft. Die Zusammenarbeit mit Reisebüros aus der Deutsch- und Westschweiz ist der Grundpfeiler für unsere erfolgreiche Arbeit. Wir fördern den Wissensstand der Reiseprofis mit Studienreisen, Workshops und Roadshows. Wir setzen auf den persönlichen Kontakt und eine langfristige Zusammenarbeit. Wir nehmen unsere Partner ernst, unterstützen sie mit unserem Knowhow und gehen auf ihre Anregungen ein.

	Einheit	2014/15	2017/18
Zufriedenheitsindex Geschäftspartner	%	75,0	71,8

An Roadshows, Infoveranstaltungen und am Asia Workshop werden wir nochmals auf unsere Zugehörigkeit zu TourCert Aufmerksam machen.

## 8. Community Involvement

tourasia unterstützt und engagiert sich bei den nachstehenden Projekten:

#### Usthi Stiftung (Indien und Nepal)

Usthi setzt sich zum Ziel, junge Menschen dabei zu unterstützen, ein selbstbestimmtes und würdevolles Leben aufzubauen. Zu diesem Zweck fördert Usthi gezielt notleidende Kinder und Jugendliche – unabhängig von Rasse, Nationalität, Religion oder Sprache – und ermöglicht ihnen den Zugang zur Schul- und Berufsbildung sowie zur Gesundheitsversorgung. tourasia sponsert die notwendigen Reisen der schweizerischen Geschäftsstelle nach Indien.

#### Farmhouse Smiling Gecko

Smiling Gecko Cambodia (SGC) wurde 2014 als lokale NGO in Kambodscha gegründet und hat die Direkthilfe unter dem Motto «Kambodschaner für Kambodschaner» zum Ziel.

### **Fair unterwegs**

fair unterwegs – arbeitskreis tourismus & entwicklung (akte): So heisst die Schweizer Fachstelle, die die sozialen, kulturellen, ökologischen und ökonomischen Wirkungen des Tourismus aus entwicklungspolitischer Sicht hinterfragt.

### **Nachhaltigkeitsgruppe SRV**

Wir sind Mitglied des Schweizer Reise-Verbands. tourasia unterstützt die Fachgruppe «Umwelt & Soziales» finanziell.

**Krousar Thmey** gehört seit über 20 Jahren zu den bekanntesten und erfolgreichsten Hilfsorganisationen in Kambodscha und weltweit zu den 100 wichtigsten NGO's. Im Vordergrund steht die Schulbildung für blinde und taube Kinder die sonst keine Schule besuchen könnten.

Die Schreckensherrschaft der Roten Khmer hat bis heute Spuren in der kambodschanischen Gesellschaft hinterlassen. Die Organisation **Phare Ponleu Selpak (PPS)** unterstützt junge Menschen mit Schulbildung sowie auch artistischen Ausbildungen. Seit 2013 besteht in Siem Reap der Phare The Cambodian Circus wo die jungen Künstler ihre Kunststücke vorführen.

Das **HAVEN Restaurant** in Siem Reap wurde 2011 von Sara und Paul Wallimann gegründet und ermöglicht jungen Kambodschanern und Kambodschanerinnen eine Ausbildung als Koch oder als Serviceangestellte. Gut essen und zudem noch eine tolle Sache unterstützen? Wir sind vom Konzept überzeugt und haben darum auf zwei Rundreisen das Mittagessen im HAVEN eingeschlossen.

**Pomelo** ist ein Fair Trade Laden in Yangon welcher Produkte verkauft die auf dem internationalen Markt keinen Vertrieb finden würden. So werden kleine Handwerksbetriebe, Familienbetriebe sowie auch Selbsthilfegruppen (HIV-Positive, Homosexuelle, Behinderte etc.) unterstützt und ihre Handwerkswaren im Pomelo verkauft.

Der Verein **Zukunft für Kinder** engagiert sich für benachteiligte Menschen in Südostasien, die ihre Lebensbedingungen aktiv verbessern wollen. Im Zentrum ihrer Aufgaben steht die nachhaltige Entwicklung der Lebensbedingungen der Bevölkerung in Muntigunung, im äusserst armen und trockenen Nordosten Balis (Indonesien). Für diese Menschen schaffen sie die nötigen Voraussetzungen, dass sie ihre Entwicklung in die eigenen Hände nehmen können

In Vietnam besuchen sie auf unserer Höhepunktetour den Souvenirladen mit angeschlossener Behindertenwerkstatt „**Reaching Out Vietnam**“ in Hoi An. Mit dem Verkauf Ihrer Kunstwerke verdienen sie ihren Lebensunterhalt und haben Spass dabei.

Tausende von Kindern und Jugendlichen bis 18 Jahren haben in den letzten 28 Jahren Hilfe vom **Salaam Baalak Trust** erhalten. Diese Organisation kümmert sich um die Kinder welche von zu Hause ausgerissen sind um in Delhi ein besseres Leben führen zu können, man schätzt die Zahl auf 51'000 jährlich. Den Kindern wird Unterkunft, medizinische Betreuung, Nahrung und Ausbildung geboten. Ehemalige Strassenkinder arbeiten heute als ReiseführerInnen und zeigen wie sie davor gelebt haben.

Diese Projekte wurden von uns persönlich evaluiert und die Unterstützung findet meist schon seit vielen Jahren statt. Als Auswahlkriterium war für uns wichtig, dass es greifbare Projekte sind, deren Tätigkeit und Resultate den Reisenden vor Ort präsentiert werden kann. Es war für uns wichtig, dass ein Besuch bei diesen Projekten nicht missionarisch oder in irgendeiner Form für die Gäste verpflichtend erscheint. Wir unterhalten mit den Partnern einen direkten und regelmässigen Dialog und wissen dadurch, dass sehr viele tourasia-Kunden im Nachhinein und freiwillig die Projekte unterstützen. Wir haben immer offene Augen und Ohren für weitere Projekte und prüfen solche periodisch ob sie mit unserer Philosophie übereingehen.

## 9. Verbesserungsprogramm

Das Verbesserungsprogramm kann in einer eigenen PDF-Datei eingesehen werden.

