tourasia
Die persönliche Art des Reisens

Nachhaltigkeitsbericht tourasia 2022

tourasia
Die persönliche Art des Reisens

4. Nachhaltigkeitsbericht 2022

Impressum

tourasia Roemer AG
Grindelstrasse 5
CH-8304 Wallisellen

Telefon	+41 43 233 30 90
E-Mail	mail@tourasia.ch
Website	www.tourasia.ch
CSR-Beauftragter	Rene Cathrein
Telefon	+41 43 233 30 90
E-Mail	rene.cathrein@tourasia.ch

Zeitraum der Datenerfassung: 01.07.21 – 30.06.22

Inhaltsverzeichnis

1. Unternehmensportrait
- 1.1. Wir über uns
- 1.2. Umfang der Datenerhebung
- 1.3. Unternehmensdaten
- 1.4. Kernindikatoren
- 1.5. Informationen zu «Geschäftsdaten und Kernindikatoren» während der Pandemie
- 1.6. Leitbild
- 1.7. Management
  - 1.7.1. CSR-Managementsystem
  - 1.7.2. Legal Compliance
  - 1.7.3. Supplier Code of Conduct
  - 1.7.4. Menschenrechte und Kinderschutzkodex
  - 1.7.5. Stakeholdermap
  - 1.7.6. Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement
  - 1.7.7. Notfall- und Krisenmanagement

2. Wirtschaftsdaten
- 2.1. Ausgaben

3. Reiseangebote
- 3.1. Angebotsportfolio
- 3.2. Produktgestaltung
- 3.3. CO_2-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 2023

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 mehrfacher Gewinner des Swiss Travel Award (ehemals Travel Star).
tourasia beschäftigt heute 21 Mitarbeitende, davon 2 Auszubildende.

tourasia besitzt mit 33.3% 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 350 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 2021/2022 massgebend vom 01.07.21 bis 30.06.22.

Wir bieten Reiseleistungen in 19 Ländern an und führen über 500 Hotels in unserem Asien Angebot. Während der Pandemie konnten nur wenige Länder, mit grossen Einschränkungen, bereist werden. In den folgenden Ländern waren, auf bescheidenem Niveau, Buchungen möglich:
Thailand, Kambodscha, Vietnam, Malaysia, Singapur, Indonesien, Philippinen und Sri Lanka.

1.3. Unternehmensdaten

tourasia Kennzahlen in der Übersicht

	Einheit	2017/18	2021/22
Festangestellte Gesamt (auf 100-Stellenprozente gerechnet)	Anz	28,8	21,4
Gesamtübernachtungen Personen im Berichtsjahr	Anz	331‘056	26´263
Reisende gesamt	Anz	20‘691	1´652

1.4. Kernindikatoren

	Einheit	2017/18	2021/22
Cash Flow (Anteil am Umsatz)	%	1,65	1,64
Lokale Wertschöpfung	%	58,29	38,79
CO_2-Emissionen pro Fluggast/Tag (ohne Kompensation)	kg	4669	4669
Zufriedenheitsindex Kunden	%	96,00	Nicht erfasst
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	74,00	Nicht erfasst
Index Kundeninformationscheck	%	45,63	69,00
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	68,00	66,40
CO_2 pro Mitarbeitende	t	3,60	0,04
CSR- Index Partneragenturen	%	66,60	89,00
CSR- Index Unterkünfte	%	79,00	92,00
CSR- Index Reiseleitung	%	*36,05**	72,00

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

1.5. Informationen zu «Geschäftsdaten und Kernindikatoren» während der Pandemie:

Gesamtumsatz:
Die Pandemie und seine Auswirkungen waren für tourasia, als Asien-Spezialist, drastisch. Viele Länder waren komplett abgeschottet oder nur mit aufwendigen Visa-Prozederes zu bereisen.

Mitarbeitende:
tourasia hat während der Pandemie keine Kündigungen ausgesprochen. Die Mitarbeitenden, welche die Firma verlassen haben, machten dies auf eigenen Wunsch.

Lokale Wertschöpfung:
Die lokale Wertschöpfung liegt in normalen Jahren bei knapp 60%. Die Langstreckenflüge machen, im Verhältnis zu den lokalen Leistungen, einen Grossteil des Reisepreises aus.
tourasia hat während der Pandemie, als fast einziger Reiseveranstalter in der Schweiz, ein Paket geschnürt. Darin enthalten waren die Flüge, die geforderten Mindestübernachtungen in einem Hotel sowie das Bereitstellen aller erforderlichen Dokumente zur Einreise in Thailand. Dabei war der prozentuale Anteil der Flüge am Gesamtpaket sehr hoch. Das zeigt sich darin, dass der Wert der lokalen Wertschöpfung, mit knapp 39%, markant tiefer ausfiel.

Zufriedenheitsindex Kunden und Rücklaufquote der Kundenbefragung:
Der Rücklauf an Fragebögen, auf Grund der Pandemie, war zu tief, um repräsentativ zu sein.

1.6. 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.

Nachhaltiges Handeln 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. So haben wir während der Pandemie den “tourasia Solidaritätsfond” ins Leben gerufen. Wir konnten damit die Mitarbeitenden unserer Büros in Asien mit über CHF 140´000.- unterstützen!

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 Asienerfahrung 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.

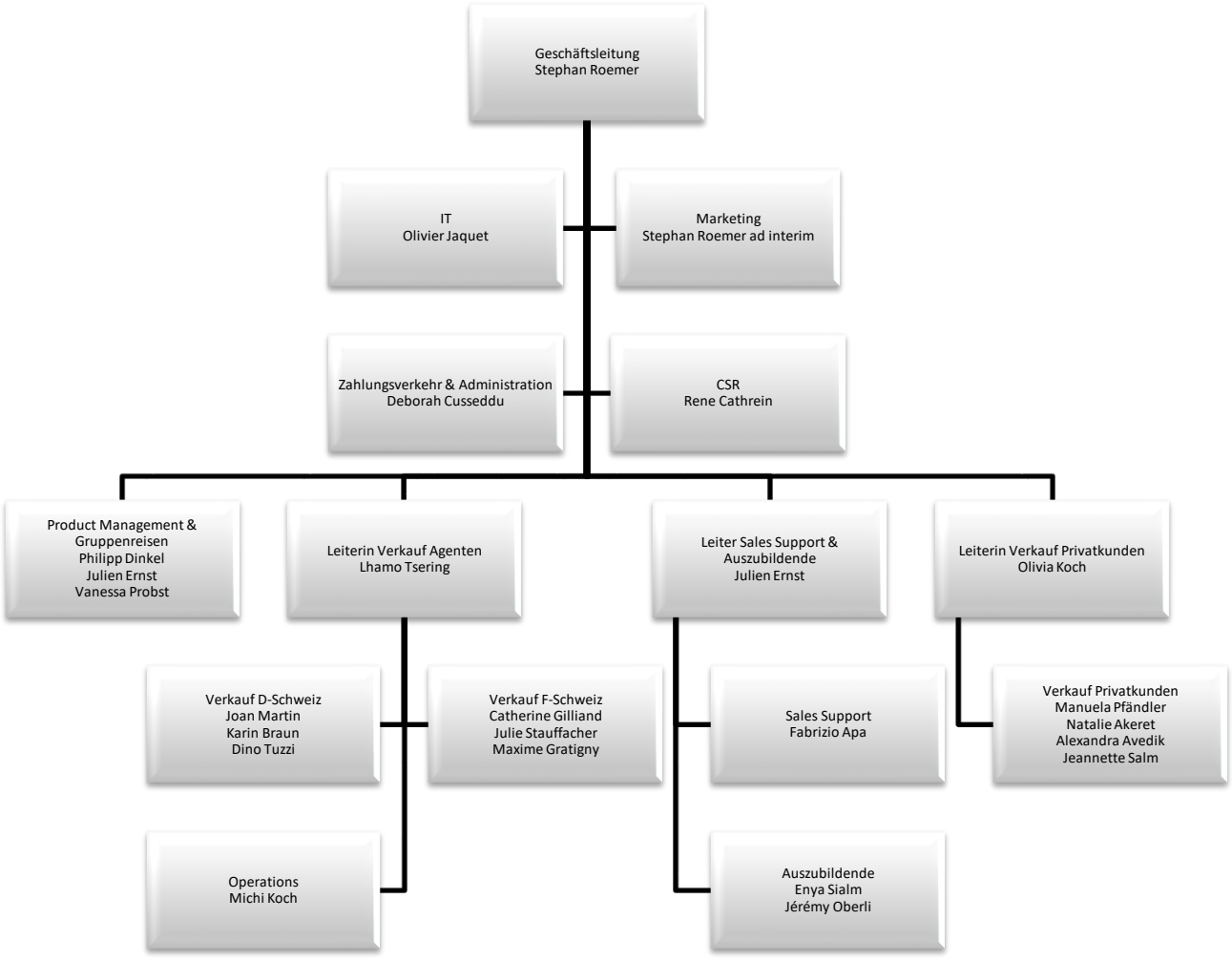
Die tourasia Mitarbeitenden leben die Werte unseres Leitbildes.

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.

1.7. 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
- Product Management & Gruppenreisen



1.7.1. CSR-Managementsystem

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

Die Initiierung und Leistungskontrolle kommen 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.

1.7.2. 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.

1.7.3. 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 des Schutzes von Kindern, Arbeitsbedingungen, Verzicht auf Diskriminierung und ökologischen Standards festgehalten. Die Verträge bilden die Basis für unsere Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern. Unsere Partner verpflichten sich mit der Unterzeichnung zur Einhaltung unserer Standards.

Originaltext 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 regard 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).
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.

1.7.4. 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

1.7.5. 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. Auf Grund der Pandemie fanden diese Gespräche zwischen 2020-2022 nicht statt.

tourasia engagiert sich aktiv in 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 TPS Gruppe. Die TPS 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 wichtigen Ferienmessen in 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

1.7.6. 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 für eine rund 2-stündige Sitzung. In diesem Gremium werden strategische Entscheidungen getroffen und mögliche Probleme diskutiert.

1.7.7. 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

Die lokale Wertschöpfung liegt in normalen Jahren bei knapp 60%. Die Langstreckenflüge machen, im Verhältnis zu den lokalen Leistungen, einen Grossteil des Reisepreises aus.
tourasia hat während der Pandemie, als fast einziger Reiseveranstalter in der Schweiz, ein Paket geschnürt. Darin enthalten waren die Flüge, die geforderten Mindestübernachtungen in einem Hotel sowie das Bereitstellen aller erforderlichen Dokumente zur Einreise in Thailand. Dabei war der prozentuale Anteil der Flüge am Gesamtpaket sehr hoch. Das zeigt sich darin, dass der Wert der lokalen Wertschöpfung, mit knapp 39%, markant tiefer ausfiel.
Die Ausgaben der Geschäftsstelle repräsentieren die gesamten Bürokosten (Mitarbeitende, IT, Kommunikation und Marketingkosten)

	Einheit	2017/18	2021/22
Lokale Wertschöpfung	%	57,45	38,79

3. Reiseangebote

3.1. Angebotsportfolio

Als spezialisierter Veranstalter für Reisen nach Asien teilt sich unser Umsatz im Geschäftsjahr 2021-2022 unter den nachfolgenden Destinationen auf.

Anteil in % nach Umsatz	Einheit	2017/18	2021/22
Thailand	%	26	50
Indochina inkl. Myanmar	%	16	7
Indonesien	%	9	4
Indien / Sri Lanka	%	4	4
China / Hongkong	%	4	0
Japan / Korea	%	4	0
Gruppenreisen	%	2	0
Flüge Schweiz nach Asien	%	30	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). Die Hälfte des Umsatzes (ohne Flüge) wurde in Thailand generiert.

	Einheit	2017/18	2021/22
Reisende gesamt	Anz	20‘691	1´652
Individualreisende	Anz	20‘301	1´652
Gruppenreisende	Anz	390	0
Ø Reisedauer Individualreisen	Tage	16	16
Ø Reisedauer Gruppenreisen	Tage	14	0
Gesamt erfasste Personenübernachtungen	Anz	331‘056	26263
CO_2 Ausstoss Reisende insgesamt	t	96‘615	7´714

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 Reiseträume 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.

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 Komforts 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 interkulturellen 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 und unseren eigenen Büros in Asien können wir dies schon jetzt zu fast 100 % verwirklichen.

	Einheit	2017/18	2021/22
CSR-Index Produktbewertung	%	55	62

3.3. CO_2 Emissionen der Reisen

Wir bieten unseren Gästen die Möglichkeit, freiwillig einen Ausgleich über Klimaschutzprojekte von myclimate zu schaffen. Der Kompensationsbetrag wird auf der Offerte ausgewiesen und unsere Direktkunden können die Kompensation über tourasia abwickeln.

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

	Einheit	2021/22
CO_2 gesamt Reisen	t	7´7714
Kompensierte CO_2 Emissionen	t	-
Anteil Klimakompensationen	%	-
CO_2 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 reisetechnisch 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 auf der Webseite 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 des handlichen Destinationsführers «JPM» abgegeben. Die neue Smartphone-App enthält alle diese Informationen auch in elektronischer Form handlich auf dem Mobiltelefon oder dem iPad. Geprüft wird, ob wir den gedruckten JPM-Guide nur noch auf Verlangen oder gar nicht mehr ausliefern.

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 Webseite. Hier sind auch die folgenden Links verknüpft:
https://www.kinderschutz.ch/de/
www.myclimate.org
www.fairunterwegs.org

4.1. Kundenzufriedenheit

Seit 2019 werden die Fragebogen an unsere Direktkunden digital zugestellt. Mögliche Bemängelungen werden durch den Geschäftsführer persönlich verfolgt und den Kunden beantwortet. Als Dankeschön für das Ausfüllen des digitalen Feedback-Formulars, erhalten die Kunden ein kleines Präsent, welches von einem Sozialprojekt oder aus einer nachhaltigen Produktion stammt.

Zufriedenheitsindex Kunden und Rücklaufquote der Kundenbefragung 2021/22:
Der Rücklauf an Fragebögen war zu tief, um repräsentativ zu sein.

	Einheit	2017/18	2021/22
Zufriedenheitsindex Kundschaft	%	96	-
Rücklaufquote der Befragungen	%	74	-
Betreuerschlüssel für Gruppenreisen	Pers	1	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 CO_2-Kompensation und Kinderschutz informieren zu können. So werden alle neuen Mitarbeitenden dazu aufgefordert, das E-Learning Module von „The Code“ auszufüllen.

Zusammen mit der Bestätigung erhalten unsere Direktkunden 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. Zudem ist dieser Reiseführer auch digital auf unserer tourasia-APP verfügbar.

	Einheit	2017/18	2021/22
Index Kundeninformationscheck	%	45,63	69,05

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 gibt 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.

Mitarbeitende:
tourasia hat während der Pandemie keine Kündigungen ausgesprochen. Die Mitarbeitenden, welche die Firma verlassen haben, machten dies auf eigenen Wunsch.

	Einheit	2021/22
Festangestellte gesamt	Pers	21,40
Anzahl Vollzeit	Pers	12
Anzahl Teilzeit	Pers	7
Anzahl Auszubildende	Pers	2
Beschäftigte gesamt in Vollzeitäquivalente	Pers	21,40
Anzahl Frauen in Führungspositionen	%	50%

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 Monatssaläre
- 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 TPS Angebote
- Gutes Kurs- und Weiterbildungsangebot durch die TPS 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 TPS zusammengeschlossenen spezialisierten Reiseveranstalter oder das eigene TPS-Sekretariat verantwortlich. Fachliche Kurse (Flugreservationssysteme, IT) werden bei neuen Mitarbeitenden nach Bedarf unmittelbar nach Stellenantritt organisiert.

Unsere Mitarbeitenden arbeiten gerne bei tourasia und loben die gute Stimmung im Team. Die Arbeitsverteilung war in den vergangenen Jahren wegen der Pandemie nicht optimal und wurde als Negativpunkt erwähnt. Vermehrt sind Verbesserungen gewünscht im Bereich der Zeiterfassung und flexiblen Arbeitszeitgestaltung, Home-Office, der Überstundenregelung und den Arbeitsabläufen.

	Einheit	2017/18	2021/22
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	68,0	66,4

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.

	Einheit	2017/18	2021/22
Stromverbrauch	kWh	25‘937	26´784
Wärmeenergie	kWh	76‘902	64´811

6.2. Emissionen Kompensation

Wir kompensieren unsere geschäftlichen Flüge bei www.myclimate.org.

Seit dem 01.03.2015 (Ausnahme Pandemie) stellt tourasia keine Gratis-Parkplätze mehr zur Verfügung. Diese werden den Mitarbeitenden mit CHF 75.- im Monat verrechnet. Im Gegenzug erhalten alle Mitarbeitenden, die mit dem öffentlichen Verkehr anreisen, das Halbtax-Abonnement (CHF 185.-/Jahr) vergütet.

	Einheit	2017/18	2021/22
CO_2 Gesamt Büroökologie	t	103,85	94,14
CO_2 pro Mitarbeitenden	t	3,60	0,04
CO_2 Kompensation Dienstreisen	t	62,44	63,00

6.3. Papier

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

Anzahl gedruckte Kataloge	2017/18	2021/22
Asien deutsch & französisch	28‘000	0
Indien deutsch & französisch	17‘000	0
China, Japan und Ostasien deutsch & französisch	14‘000	0

Aufgrund der unsicheren Lage während der Pandemie haben wir uns entschlossen, keine neuen Kataloge zu produzieren und drucken. Wir geben bei Bedarf die bestehenden Kataloge (Asien 2020/2021, Indien & Sri Lanka 2019/2020, China & Japan 2020) ab mit dem Hinweis, dass die tagesaktuellen Preise bei uns angefragt werden können. Für die Mitarbeitenden der Reisebüros sind die aktuellen Preise im CETS aktualisiert und einsehbar.

	Einheit	2017/18	2021/22
Papiergewicht der Kataloge pro Reisenden	kg	1,75	0
Anteil 100% Altpapier an DIN A4-Papier	%	82,5	100

Der Verbrauch an Papier wurde durch die Pandemie markant gesenkt. Vor allem konnten wir den grössten Teil des Papierbedarfs mit unseren Vorräten abdecken. Die Zukäufe bestanden ausschliesslich aus Recyclingpapier.

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, Styropor und vieles mehr wird über die Firma Mr.Green 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. 2023 werden wir 15 gebrauchte Rechner an die NGO «Basmati» übergeben, welche in Schulen in Laos im Projekt «IT for Laos» zum Einsatz kommen.

7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette

7.1. Partneragenturen

Bei Diethelm Travel, wo tourasia Aktionär ist, und die Geschäftsführung innehat, 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 *im Zusammenhang mit Nachhaltigkeit im Tourismus.*

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 8 Partneragenturen zusammen.

	Einheit	2017/18	2021/22
CSR- Index Partneragenturen	%	66,6	89,0

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 unseren Gästen zugutekommen. Denn wir finden: Unsere Kundschaft darf durchaus positive, aber niemals negative Überraschungen erleben.

Wir arbeiten mit über 500 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.

Stark verbessert hat sich das Bewusstsein im Management soziale und umweltverträgliche Massnahmen zu fördern. Allgemein sind auch Fortschritte in der Abfallentsorgung und im Trennen des Mülls zu erkennen. Noch nicht vorhanden sind allgemein die Möglichkeiten, Strom aus erneuerbaren Energiequellen zu beziehen oder diesen selbst herzustellen.

	Einheit	2017/18	2021/22
CSR- Index Unterkünfte	%	79	92

7.3. Reiseleitungen

Reiseleitende in Asien sind, mit wenigen Ausnahmen von festangestellten Reiseleitenden bei 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 Reiseleitenden zusammen. Diethelm Travel beschäftigt in Thailand, Malaysia, Borneo, Myanmar, Kambodscha und den Philippinen ein Kernteam von festangestellten Reiseleitenden. Mit einer Festanstellung kann diesen Personen ein ausgeglichenes Monatssalär 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 Reiseleitende, 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	2017/18	2021/22
CSR- Index Reiseleitung	%	*36,05**	72,0

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

7.4. Geschäftspartner

Hauptsächlich verkaufen wir unsere Reisen über Reisebüros. 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	2017/18	2021/22
Zufriedenheitsindex Geschäftspartner	%	71,8	65,0

Grundsätzlich wird das Fachwissen der Mitarbeitenden, das Know-How in den Destinationen sowie das partnerschaftliche Wirtschaften als positiv bewertet. Der Preisdruck, vor allem bei reinen Übernachtungspreisen, hat stark zugenommen und dynamische Preise sind gefragt. Verbesserungspotential sehen die Reisebüros in der Kommunikation unserer Nachhaltigkeits-Programme. Insbesondere wird kritisiert, dass wir bei unseren als «Nachhaltig reisen» gekennzeichneten Hotels nicht aufzeigen, warum diese nachhaltig sind. Dafür werden wir 2023 ein Konzept ausarbeiten, damit wir transparenter informieren können.

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.

fairunterwegs
fairunterwegs ist die Schweizer Non-Profit-Organisation, die zeigt, wie Tourismus auch sein kann: fair, umweltfreundlich und mit berührenden Begegnungen. Mit vielen praktischen, inspirierenden und nützlichen Tipps vor, während und nach der Reise.

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.

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 einigen 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

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.