



1. Nachhaltigkeitsbericht 2013

MESO Reisen GmbH

10629 Berlin

Wilmerdorfer Straße 94

Jahr der Datenerfassung ist 2011

Impressum

Standortname: MESO Reisen GmbH
Strasse: Wilmersdorfer Straße 94
PLZ, Ort: 10629 Berlin

Tel.: 0302123419-0
Fax: 0302123419-27
E-Mail: info@meso-berlin.de
www: www.meso-berlin.de

CSR-Beauftragte/-r: Dr. Ulrich Finke
Tel.: 030212341910
E-Mail: ufinke@meso-berlin.de

Inhaltsverzeichnis

Allgemeine Informationen

Kernindikatoren

1. Unternehmensportrait

1.1 Unternehmensdaten

1.2 Leitbild

1.2.1. Leitbild für Partner

1.2.2. Leitbild für Kunden

1.2.3. Leitbild intern

1.2.4. Der Umwelt zu liebe

1.3 Management

1.3.1 CSR- Managementsystem

1.3.2 CSR- Verantwortung der Leitung/ CSR- Beauftragte/r

1.3.3 Legal Compliance

1.3.4 Vertragswesen/ Supplier Code of Conduct

1.3.5 Menschenrechtliche Sorgfalt

1.3.6 Kinderschutzkodex

1.3.7 Stakeholdermap

1.3.8 Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

1.4 Wirtschaftsdaten

1.4.1 Umsatz

1.4.2 Ausgaben

2. Reiseangebote

2.1 Angebotsportfolio

2.2 Angebotsgestaltung

2.3 CO₂-Emissionen der Reisen

2.4 Transport

2.5 Übernachtungen

3. Kunden

3.1 Kundenzufriedenheit

3.2 Kundeninformation

4. Mitarbeitende

4.1 Personalentwicklung

4.1.1 CSR-Schulungen

4.1.2 Bezahlung und Mehrarbeit

4.1.3 Interessenvertretung

4.2 Beschäftigtenstruktur

4.3 Mitarbeitendenzufriedenheit

5. Unternehmensökologie

5.1 Energie

5.2 Emissionen

5.3 Papier

5.4 Beschaffung

6. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette

6.1 Partneragenturen

6.2 Unterkünfte

6.3 Reiseleitung

7. Community Involvement

Allgemeine Informationen

Der Nachhaltigkeitsbericht zeigt auf, welchen Stellenwert das Thema Nachhaltigkeit bei der MESO Reisen GmbH im Erfassungsjahr 2011 besaß, derzeit 2013 besitzt und in der Zukunft besitzen soll. Zugleich möchte MESO Reisen für interessierte Stakeholder, wie Geschäftspartner, Öffentlichkeit und Kunden über seine ökonomischen, sozialen sowie ökologischen Leistungen informieren.

	Einheit	2011
Gesamtumsatz	€	2.583.950,00
Festangestellte gesamt im Hauptsitz	Anz	5,00
Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr	Anz	2.583,00
Reisende gesamt	Anz	1.633,00

Kernindikatoren

	Einheit	2011
Umsatzrendite	%	1,07
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	44,13
CO2 pro Gast/ Übernachtung in kg	kg	480,00
Index Kundenzufriedenheit	%	88,0
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	18,00
CSR-Index Kundeninformation	%	55,36
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	60,88
CO2 pro Mitarbeitendem abzgl. Kompensation	t	6,41
CSR-Index Partneragentur	%	81,86
CSR-Index Unterkünfte	%	8,23
CSR- Index Reiseleitung	%	84,80

1. Unternehmensportrait

1.1 Unternehmensdaten

Die „MESO Reisen GmbH“ ist ein im Jahr 1986 gegründeter Spezialanbieter für individuell zusammengestellte Fernreisen in die USA und nach Kanada. Später folgten auch Zielgebiete wie Asien, Australien, Neuseeland, Lateinamerika und Afrika. Der Unternehmenssitz befindet sich in Berlin Charlottenburg 10629, in der Wilmersdorfer Str. 94. Die Veranstalter-Marke „MESO Reisen“ ging 1986 aus dem im Jahr 1975 gegründeten Reisebüro Alternativ Tours (Wilmersdorfer Str. 94, 10629 Berlin) hervor. Auch heute noch, ist das Reisebüro Alternativ Tours angeschlossen an den Reiseveranstalter MESO Reisen, der jährlich rund 3000 Reiseteilnehmer zählt. Mit Büros in Berlin, Leipzig (Riemannstr. 25 b, gegründet 2005) und Jelenia Góra (Pl. Ratuszowy 28, Polen, gegründet 2008), bucht und vermittelt Alternativ Tours die von MESO Reisen zusammengestellten Fernreisen für Einzelpersonen oder Gruppen. Die Kunden profitieren nicht nur durch die langjährigen Beziehungen zu Partnern und Agenturen in den Zielgebieten sondern ebenso durch die Erfahrungen, das Fach- und Expertenwissen sowie durch die persönliche und qualifizierte Reiseberatung der Mitarbeiter. Die abwechslungsreichen Reisen im mittleren Preissegment lassen sich nach dem Bausteinprinzip zusammenstellen (mindestens zwei Reiseleistungen), so dass eine individuelle Gestaltung und ein detailgetreues Eingehen, auf die Wünsche der Kunden ermöglicht werden kann. Neben den eigenen Reisen von MESO Reisen bietet das zugehörige Reisebüro gleichermaßen Reisen von etablierten Reiseveranstaltern an. Aufgrund der IATA Lizenz, die das Mutterunternehmen die Alternativ Tours GmbH besitzt, können Linienflüge flexibel gefunden, selbst gebucht, ausgestellt und mit den Landarrangements zur einer für den Kunden passenden Reise zusammengestellt werden. Neben dem Geschäftsführer beschäftigt MESO Reisen derzeit (2013) fünf Mitarbeiter; vier in Vollzeit und eine Teilzeitkraft.

1.2 Leitbild

Dieses Leitbild ist das Fundament unseres sozialverantwortlichen und unternehmerischen Handelns und verdeutlicht die Werte und Prinzipien nach denen wir agieren. Es sichert nachhaltig die Zukunft unseres Unternehmens und dient zur Grundlage der kontinuierlichen Weiterentwicklung. Die eigne Leistung wird dabei immer wieder auf den Prüfstand gestellt und soll kontinuierlich verbessert werden. Das Thema Nachhaltigkeit soll in Zukunft zentraler in allen unternehmerischen Tätigkeiten stehen.

1.2.1. Leitbild für Partner

Wir verstehen uns als vertrauenswürdiger Partner für unsere Agenturen in den Zielgebieten. Diese suchen wir nach den Kriterien Qualität und Zuverlässigkeit aus. Wir möchten dazu beitragen, dass das Thema Nachhaltigkeit in unseren Geschäftsbeziehungen immer mehr an Bedeutung gewinnt. Ziel ist es, dies in unserem gemeinsamen Handeln zu verankern. Wir sind motiviert, engagiert, qualifiziert und leistungsbereit, denn nur so können wir das uns entgegengebrachte Vertrauen der Partneragenturen sichern und bewahren. Wir setzen uns für faire Geschäftsbeziehungen ein, die für alle Partner ausgewogenen Nutzen bringen und begegnen ihnen auf Augenhöhe. Wir unterstützen die ökonomische Sicherheit unserer Partneragenturen und wollen in Zukunft das soziale Netzwerk weiter stärken.

1.2.2. Leitbild für Kunden

Für uns als mittelständisches Unternehmen ist der kontinuierliche Austausch mit unseren Kunden von großer Bedeutung. Getreu unserer Reisephilosophie „Behutsam die Welt entdecken“ weisen wir auf ökologische und soziale Besonderheiten in den Zielgebieten hin und beachten bei der Reiseplanung die örtlichen Gegebenheiten. Wir verstehen Tourismus als ein Bindeglied zwischen den Völkern der Erde und leben dieses Multikulturelle auch im Büro getragen von Verständnis und gegenseitiger Hilfe zwischen den Kollegen. Durch kompetente Mitarbeiter aus einigen unserer Zielgebiete mit umfangreichen Sprachkenntnissen sowie ausgezeichneten Zielgebietenkenntnissen zeigen wir gegenüber den Kunden unsere Beratungsstärke auf, ohne diese zur Buchung zu drängen. Wir identifizieren uns mit den Reisewünschen unserer Kunden und setzen uns für deren vollkommene Realisierung ein. Wir stehen unseren Kunden auch während und nach der Reise bei Problemen und Fragen jeglicher Art zur Verfügung – die Loyalität und Zufriedenheit unserer Kunden liegt uns am Herzen. Wir sind motiviert, engagiert, qualifiziert und leistungsbereit, denn nur so können wir das uns entgegengebrachte Vertrauen der Kunden sichern und bewahren.

1.2.3. Leitbild intern

Wir verstehen Tourismus als ein Bindeglied zwischen den Völkern der Erde und leben dieses Multikulturelle auch im Büro getragen von Verständnis und gegenseitiger Hilfe zwischen den Kollegen. Der Erfolg von MESO Reisen beruht auf den Leistungen seiner Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Wir sind motiviert, engagiert, qualifiziert und leistungsbereit, denn nur so können wir das uns entgegengebrachte Vertrauen der Kunden sichern und bewahren. Wir bilden uns fachlich und entwickeln uns persönlich weiter.

1.2.3.1. Der Umwelt zu liebe

Als Spezialist für Fernreisen, müssen wir uns eingestehen, dass wir durch die Reisen Ressourcen verbrauchen und vor allem durch die Langstreckenflüge Treibhausgase verursachen. Um in Zukunft sensibler mit diesem Thema umzugehen:

- weisen wir bereits bei der Beratung unserer Kunden auf ökologische und soziale Besonderheiten in den Zielgebieten hin und beachten bei der Reiseplanung die örtlichen Gegebenheiten.

- streben wir danach, mit natürlichen Ressourcen verantwortungsbewusst und nachhaltig umzugehen, indem wir
 - in der Regel ökologische Produkte verwenden,
 - Elektrogeräte bei Nichtgebrauch ausschalten,
 - die Heizung bei Durchlüftung ausschalten,
 - tropfende Wasserhähne und unnötigen Wasserverbrauch vermeiden,
 - den Müll ordnungsgemäß trennen,
 - wenn möglich doppelseitig drucken bzw. unnötige Papierausdrucke vermeiden
- informieren wir unsere Kunden zu Möglichkeiten der Klimakompensation und empfehlen, vor allem bei Flugreisen einen Klimaschutzbeitrag bei unserem Partner „atmosfair“ zu leisten. Die Treibhausgas-Emission Ihrer Flugreise können unsere Kunden über den atmosfair Emissionsrechner auf unserer Homepage berechnen und durch die Spende (Klimaschutzbeitrag) ein Klimaschutzprojekt unterstützen.
- legen wir unseren Reiseunterlagen die Sympathie-Magazine des Studienkreises für Tourismus & Entwicklung mit ausgewählten Informationen über die Reisedestination, gratis bei.
- wollen wir versuchen, belastende Emissionen & Abfallaufkommen auf ein Mindestmaß zu verringern und die Ressourcen zu erhalten. (Berücksichtigung umweltfreundlicher Verfahrensweisen)
- wollen wir unsere Reiseprogramme sozialverantwortlich planen und unsere Reisegäste zur Nachhaltigkeit sensibilisieren
- wollen wir eine kontinuierliche Verbesserung in allen Umwelt- und sozialrelevanten Bereichen im eigenen Hause anstreben
- wollen wir uns für den Erhalt der kulturellen Vielfalt und die Schonung der natürlichen Ressourcen in den Gastländern einsetzen
- wollen wir die Gesetze, Sitten & Bräuche und die kulturelle Eigenart unserer Zielgebiete respektieren und darauf Rücksicht nehmen
- wollen wir mit den Leistungsträgern und der einheimischen Bevölkerung in den Zielländern partnerschaftlich zusammenarbeiten und uns für faire Geschäftsbeziehungen einsetzen, die für alle Partner ausgewogenen Nutzen bringen.

Wichtig ist, in die Natur der bereisten Länder zu reinvestieren und verantwortungsbewusst mit den Ressourcen unserer Erde umzugehen.

1.3 Management

1.3.1 CSR- Managementsystem

Der vorrangige Grund für MESO Reisen, ein CSR-Managementsystem ins Unternehmen zu integrieren, ist die Nachhaltigkeits-Sensibilisierung seiner Stakeholder, im Besonderen der Kunden. MESO Reisen hat seine Verantwortung hinsichtlich der negativen Auswirkungen des Tourismus auf die ökologischen und sozialen Gegebenheiten der Zielgebiete erkannt. Deshalb werden durch die neue Ausrichtung über die gesetzlichen Verpflichtungen hinaus soziale und ökologische Belange in das Unternehmen integriert. In allen Bereichen, vom Management bis hin zu Mitarbeitern, Kunden und den Reiseangeboten werden Maßnahmen für eine künftig nachhaltige Entwicklung von MESO Reisen entwickelt. Ein umfassendes CSR-Management-System befindet sich folglich im Aufbau, wird in alle Bereiche des Unternehmens eingegliedert und schrittweise umgesetzt.

1.3.2 CSR- Verantwortung der Leitung/ CSR- Beauftragte/r

Die CSR-Verantwortung bei MESO Reisen trägt der Geschäftsführer Herr Dr. Ulrich Finke. Er übernimmt die Aufgabe den CSR-Gedanken in den beiden Unternehmen MESO Reisen und Alternativ Tours zu vermitteln und ist für die Durchführung des CSR-Prozesses sowie für die Verankerung des CSR-Management-Systems ins Unternehmen verantwortlich.

1.3.3 Legal Compliance

Seit der Gründung des Unternehmens stieg die Mitarbeiterzahl kontinuierlich an. Alle Mitarbeiter/innen (ausgenommen der Auszubildenden) stehen in einem unbefristeten Beschäftigungsverhältnis. Motivierte Mitarbeiter/-innen sind der Motor des Unternehmens. Nur wer selbst mit dem Herzen bei der Arbeit ist, kann dies auch nach außen gegenüber den Kunden kommunizieren. Wir legen Wert auf langfristige, partnerschaftliche Beschäftigungsverhältnisse – geprägt von Vertrauen und einer offenen Atmosphäre. Wir widmen uns kontinuierlich der Berufsausbildung junger Menschen, somit wurden mehr als die Hälfte unserer Mitarbeiter im eigenen Hause ausgebildet. In unserer Firma finden Sie Mitarbeiter/-innen aus unterschiedlichsten Altersschichten, von fast 25-jähriger Betriebszugehörigkeit bis zum "Neuling" mit einem Jahr Berufserfahrung. Darüber hinaus sind bei uns mehrere Elternteile mit Kindern unterschiedlichen Alters angestellt, für die ein individuelles und familienfreundliches Arbeitszeitmodell geschaffen wurde. Wir fördern die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und bieten Perspektiven inner- und außerhalb des Unternehmens. Wir unterstützen Weiterbildungen, Seminare und Sprachkurse unserer Mitarbeiter/-innen. Wir leben, das Multikulturelle unserer Zielgebiete auch im eigenen Unternehmen, somit findet man in unseren Büros Kollegen und Kolleginnen aus unterschiedlichsten Ländern mit verschiedenen Sprachkenntnissen. Außerdem bieten wir unseren Mitarbeitern/-innen freiwillige soziale Leistungen, wie z.B. Zuschüsse zu Vermögenswirksamen Leistungen, Fahrkosten für öffentliche Verkehrsmittel oder Zuschüsse für Sportaktivitäten usw. an. Regelmäßiges Feedback ist wichtig, darum führt MESO monatliche Meetings und ein jährliches Mitarbeitergespräch durch, indem die Führungskräfte ihre Mitarbeiter auf Grundlage einer Kompetenzeinschätzung beurteilen und zusammen mit dem/der Mitarbeiter/-in Zielvereinbarungen für das kommende Jahr treffen. MESO Reisen ist sehr auf die Einhaltung des Arbeits-, Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltgesetzes bedacht. Somit gibt es zum Beispiel Regelungen bei Krankheit, zu Pausen-/Ruhezeiten oder zum Trennen von Müll sowie die Weiterführung des 2010 eingeführten Paperless-Office.

MESO Reisen richtet sich selbst streng nach denen im Supplier Code of Conduct festgehaltenen Regeln und Bestimmungen. Aus diesem Grund ist es wichtig, dass auch die Partneragenturen nach diesen Regeln leben und arbeiten.

1.3.4 Vertragswesen/ Supplier Code of Conduct

Neben vereinzelten Verträgen, z.B. mit Mietwagen- oder Wohnmobilveranstaltern, in denen die Zahlungsmodalitäten und der Ablauf des Buchungsprozesses von beiden Seiten festgehalten wird, bestehen weitestgehend keine schriftlichen Verträge mit den Partneragenturen. Basierend auf vertrauensvollen und langjährigen Geschäftsbeziehungen kommen Verträge durch eine Buchung per E-Mail zustande. Demnach wurde ein standardisierter Supplier Code of Conduct entwickelt, der den Partnern per E-Mail mit Bitte auf Prüfung und Signatur zugesandt wurde. Durch die Ausführung des Buchungsauftrages und damit einhergehend dem Zustandekommen eines Vertrags verpflichtet sich die Partneragentur zur Einhaltung dieser festgesetzten Prinzipien. Da die Partneragenturen als Vermittler von Unterkünften und Reiseleitern dienen, verpflichten sich diese durch die Bestätigung der Erfüllung der geforderten Prinzipien, diese auch den anderen Leistungsträgern (Unterkünfte und Reiseleiter) zu kommunizieren und deren Einhaltung zu erwirken. Mit der Unterschrift auf dem Supplier Code of Conduct verpflichten sich die Partneragenturen u.a. dazu negative soziale und ökologische Auswirkungen zu minimieren, wichtige nationale und internationale Rechte und Vorschriften zur Sicherheit, Gesundheit, Arbeit, Umwelt und Korruptionsbekämpfung zu erfüllen, sowie diese im Unternehmen an alle Mitarbeiter zu kommunizieren. Außerdem verpflichten sie sich dem Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung, zur Diskriminierung und gegen Zwangs- bzw. Kinderarbeit und stellen mit ihrer Unterschrift sicher, dass sie das Arbeitsschutzgesetz einhalten und mindestens Miniallöhne zahlen. Um nur einige der festgehaltenen Prinzipien des Supplier Codes of Conduct zu nennen.

1.3.5 Menschenrechtliche Sorgfalt

Der Schutz der nationalen und internationalen Menschenrechte ist für MESO Reisen innerhalb seines Einflussbereichs oberstes Gebot. Bei festgestellten Zuwiderhandlungen werden die Geschäftsbeziehungen mit den betroffenen Partnern abgebrochen.

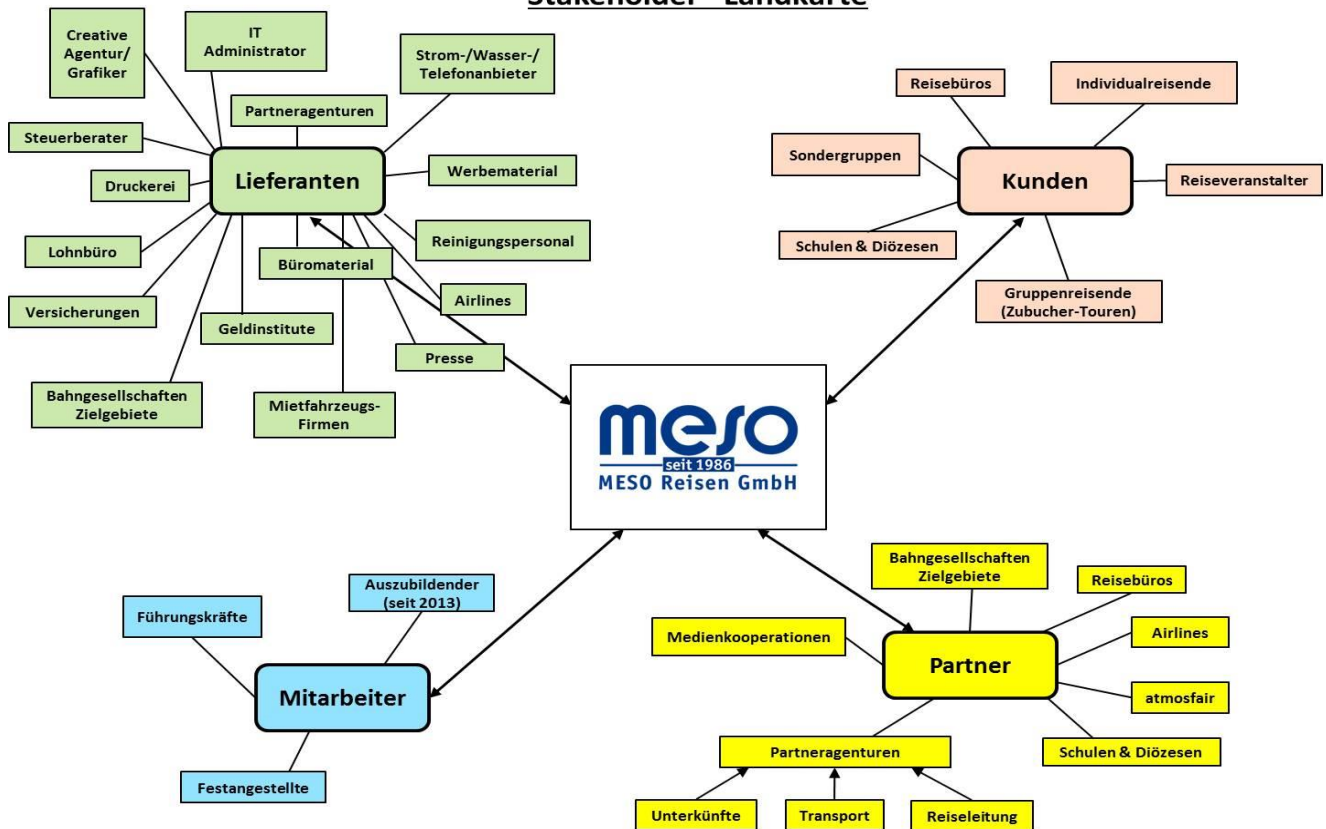
1.3.6 Kinderschutzkodex

Aufgrund der geringen Mitarbeiterzahl ist MESO Reisen nicht verpflichtet den Kinderschutzkodex zu unterzeichnen. Jedoch wird jeder Reisebuchung das Sympathie Magazin vom Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e.V. beigelegt, die dieses Thema in den dafür bekannten Destinationen thematisieren und darüber aufklären sowie weiterführende Informationen zu den Zielgebieten enthalten. (Hinweise zum Verhalten, Tipps, Kleidervorschriften, lokale und ökologische Besonderheiten, etc.)

1.3.7 Stakeholdermap

Gute Beziehungen zu allen Interessensgruppen (engl. Stakeholder) des Unternehmens sind wichtig für den wirtschaftlichen Erfolg. Die folgende Grafik zeigt in vereinfachter Form alle Stakeholder der MESO Reisen GmbH, wie Kunden, Geschäftspartner oder Mitarbeiter. Es ist wichtig regelmäßig mit ihnen im Dialog zu stehen. Durch die Unternehmestätigkeit werden verschiedene Gruppen von Stakeholdern beeinflusst, die wiederum Einfluss auf MESO Reisen nehmen und Ansprüche an das Unternehmen stellen.

Stakeholder - Landkarte



1.3.8 Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

Im Rahmen der Bestandsaufnahme und Datenerhebung sowie einer umfassenden Stärken-Schwächen-Analyse wurden Verbesserungsmaßnahmen identifiziert. Diese werden in monatlich stattfindenden Büromeetings besprochen und im Team gemeinsam umgesetzt. Die Pflicht zur Beseitigung der festgestellten Mängel liegt beim Geschäftsführer Dr. Ulrich Finke. Das Verbesserungsprogramm wurde in folgende Punkte unterteilt:

Unternehmensökologie, Management, Reiseangebote, Leistungsträger, Mitarbeiter, Kunden.

Eine Excel-Tabelle mit Verbesserungsmaßnahmen ist für alle Mitarbeiter frei zugänglich, so dass jeder Mitarbeiter neue Maßnahmen festlegen kann sowie diese gemeinsam abgearbeitet werden können (siehe Bericht zu Verbesserungen).

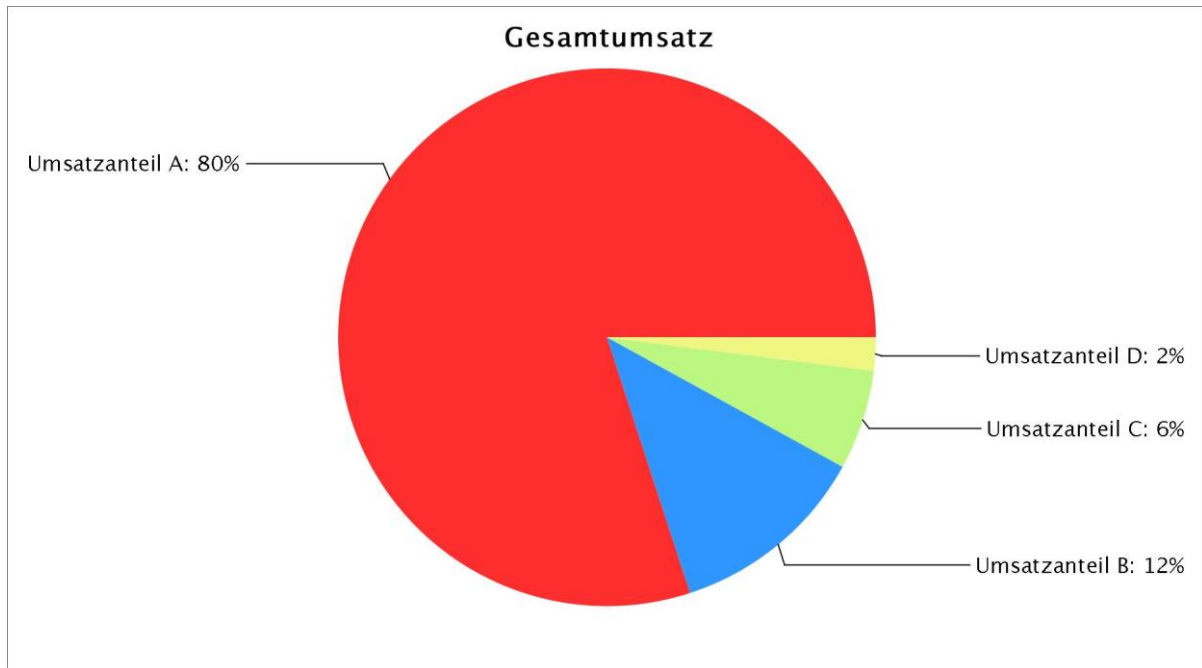
1.4 Wirtschaftsdaten

1.4.1 Umsatz

Der Gesamtumsatz des Unternehmens besteht aus insgesamt vier Anteilen, die auch gleichzeitig die vier Zielgebiete (Veranstalterkataloge) von MESO Reisen widerspiegeln. Den höchsten Anteil am Gesamtumsatz nimmt dabei Nordamerika/Kanada ein, was damit einhergeht, dass dieses Zielgebiet seit Gründung des Unternehmens zum Portfolio gehört. Einige Jahre später stieg die Nachfrage der Kunden nach exotischeren Reisezielen. Somit wurde Asien (2000) als zweites Zielgebiet ins Programm aufgenommen. Es folgten Australien/Neuseeland (2002) und Lateinamerika (2011). Ein kontinuierliches Wachstum der einzelnen Anteile lässt sich jährlich erkennen. Zudem ist der Umsatzanteil, vor allem des zuletzt eingeführten Zielgebietes Lateinamerika in den letzten beiden Jahren weiter gestiegen, zu Lasten des Hauptzielgebietes USA/Kanada.

Ziel der nachhaltigen Geschäftsentwicklung ist es, ein angemessenes quantitatives Wachstum beizubehalten – und keinen schnellen, kurzfristigen Profit anzustreben. Ebenfalls stehen die Kostendeckung, sowie die Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit im Vordergrund.

	Einheit	2011
Gesamtumsatz	€	2.583.950,00
Umsatz pro Mitarbeitendem	€	516.790,00
Umsatz aus eigenen Reisen	€	2.583.420,00
Umsatzrendite	%	1,07

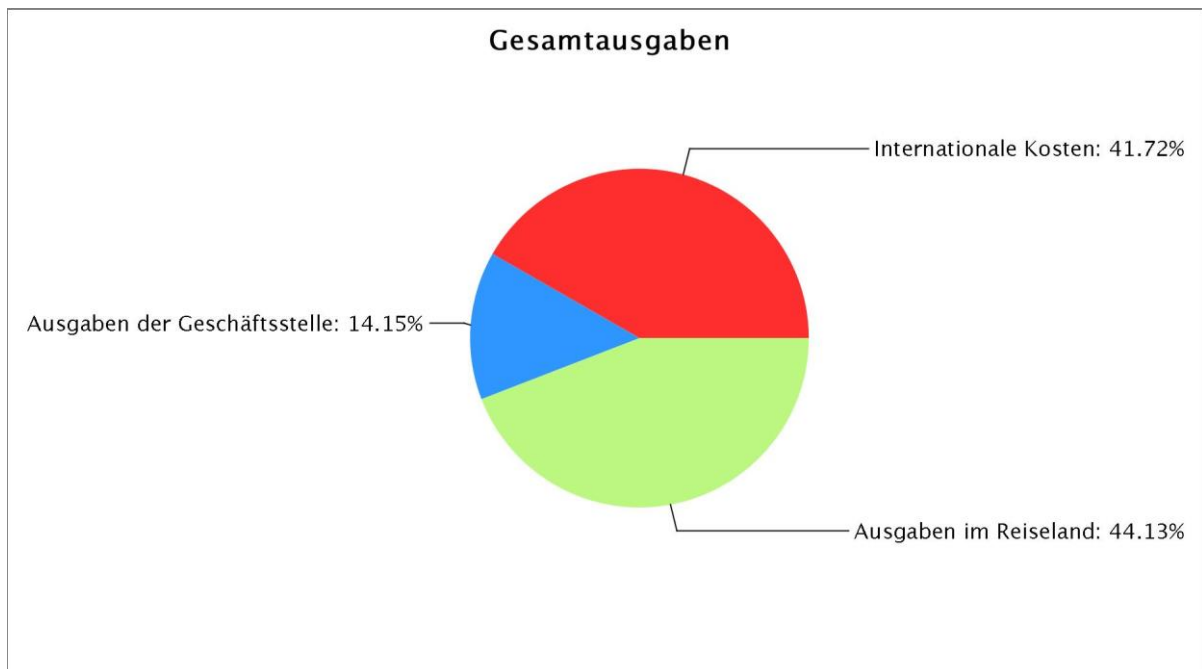


- Umsatzanteil A: USA/Kanada
- Umsatzanteil B: Asien
- Umsatzanteil C: Australien/Neuseeland
- Umsatzanteil D: Lateinamerika

1.4.2 Ausgaben

Der geringste Anteil der Gesamtausgaben bezieht sich auf die Berliner Geschäftsstelle für die Miete der Büroräume, Löhne/Gehälter, Werbekosten und weitere Kostenstellen, die das Unternehmen betreffen. Zu den internationalen Kosten zählen in erster Linie die Ausgaben für die Fluggesellschaften, gefolgt von Landleistungen in den Zielgebieten. Da aufgrund der angebotenen Fernreisen, dieser Kostenpunkt recht hoch ist, verbleiben nur 44,13% der Ausgaben im Zielgebiet und können dort zur lokalen Wertschöpfung beitragen. Da derzeit einige Hotelketten im Angebot sind und eine Zusammenarbeit mit großen, international ausgerichteten Agenturen stattfindet, kann dieser wesentliche Wert im Zuge der neuen Unternehmensentwicklungen erhöht werden. Hinsichtlich darauf soll in Zukunft verstärkt mit kleineren lokalen Leistungsträgern zusammengearbeitet werden.

	Einheit	2011
Gesamtausgaben	€	2.583.420,00
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	44,13



2. Reiseangebote

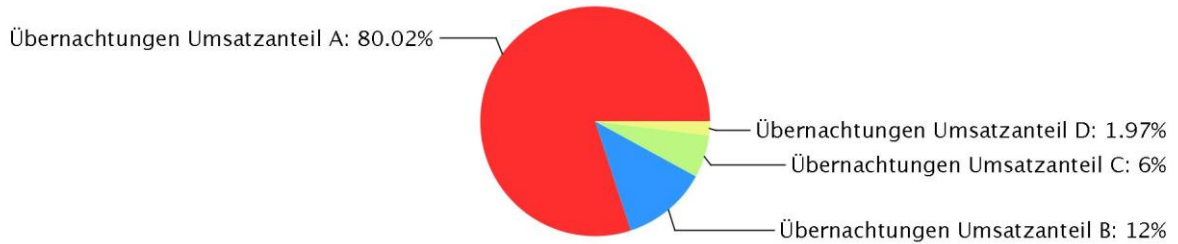
2.1 Angebotsportfolio

Neben unserer gewissenhaften Vorbereitung sorgen kompetente Partneragenturen in den verschiedenen Destinationen für einen reibungslosen Ablauf unserer Reiseprogramme. Besonderen Wert bei der Auswahl unserer Partneragenturen legen wir dabei auf die Einhaltung der Menschenrechte und deren Arbeitsbedingungen. Weiterhin ist für uns wichtig, dass es sich um etablierte Unternehmen mit geschulten und erfahrenen Mitarbeitern handelt, um unsere Kunden in den fernen Ländern sicher zu wissen. Fast tägliche telefonische und schriftliche Kontakte (per Mail) sowie kontinuierliche Treffen, z.B. auf Messen oder bei Besuchen ermöglichen es uns immer auf dem neuesten Stand zu sein und wichtige Informationen an unsere Kunden weiterzugeben.

MESO Reisen teilt seine Reiseangebote in die 4 großen Zielgebiete USA/Kanada, Asien, Australien/Neuseeland und Lateinamerika ein, die sich wiederum in einzelne Länder unterteilen. Derzeit macht das Zielgebiet USA/Kanada rund 60 % des Reisegeschäfts aus, gefolgt von Asien, Australien/Neuseeland und zuletzt Lateinamerika. Insbesondere der letzteren Destination soll zukünftig verstärkt Beachtung geschenkt werden.

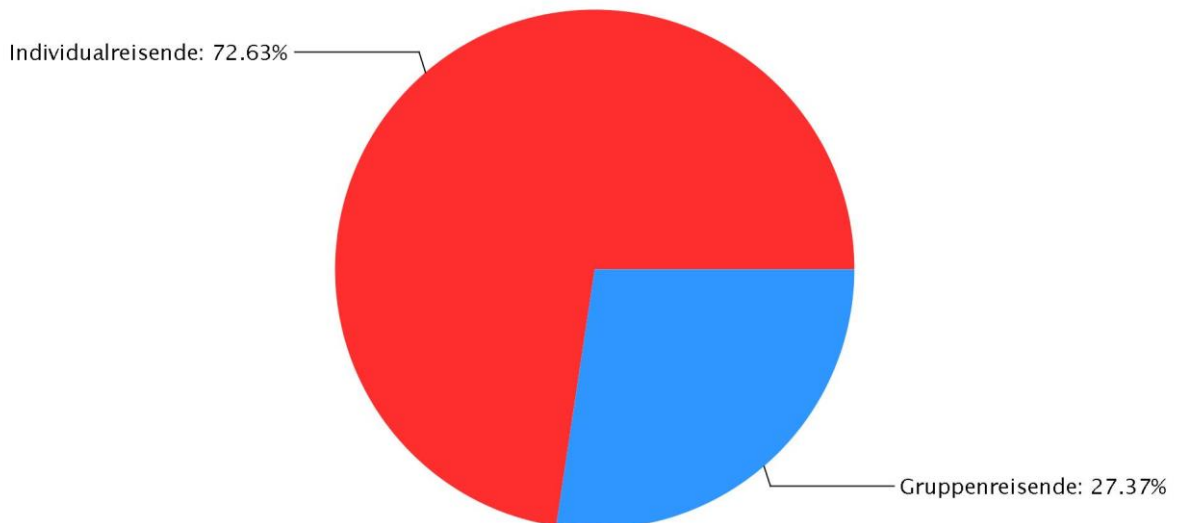
Einst nur spezialisiert auf die USA und Kanada sind diese Länder noch immer der Schwerpunkt der verkauften Reisen (Umsatzanteil A: 80,02 %). So reisen mehr als Dreiviertel der Kunden nach Nordamerika. Rund 12 % buchen eine Reise nach Asien, überwiegend nach Vietnam und Thailand (Umsatzanteil B), 6 % nach Australien oder Neuseeland (Umsatzanteil C) und etwa 2 % in die Länder Lateinamerikas (Umsatzanteil D). Sehr häufig wenden sich die auf Fernreisen orientierten Kunden, aufgrund guter Erfahrungen erneut mit ihren Reisewünschen in andere Destinationen an die Mitarbeiter von MESO Reisen. Die Wiederholerquote ist sehr hoch und der Anteil der Stammkunden steigt.

Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr



Die individuell aus Einzelbausteinen gestaltbaren Reisen können entweder als Zubuchertouren zu festgelegten Terminen (Gruppenreisen, mit unterschiedlich hoher Maximalteilnehmerzahl, je nach Zielgebiet und Buchungsanzahl) oder auch als Individualreisen mit täglicher Abreise (ca. 1-6 Personen) durchgeführt werden. Die in den MESO Katalogen und auf der Homepage aufgeführten Reisebausteine dienen dem potentiellen Kunden als Grundlage und können flexibel gestaltet und beliebig kombiniert werden. Oder aber, die Mitarbeiter kreieren je nach Kundenwünschen und -Bedürfnissen, eine ganz neue Reise.

Reisende gesamt



	Einheit	2011
Reiseangebote	Anz	574,00
Reisende gesamt	Anz	1.633,00
Individualreisende	Anz	1.186,00
Gruppenreisende	Anz	447,00
Ø Reisedauer Individualreisen	d	17,00
Ø Reisedauer Gruppenreisen	d	14,00
Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr	Anz	2.583,00

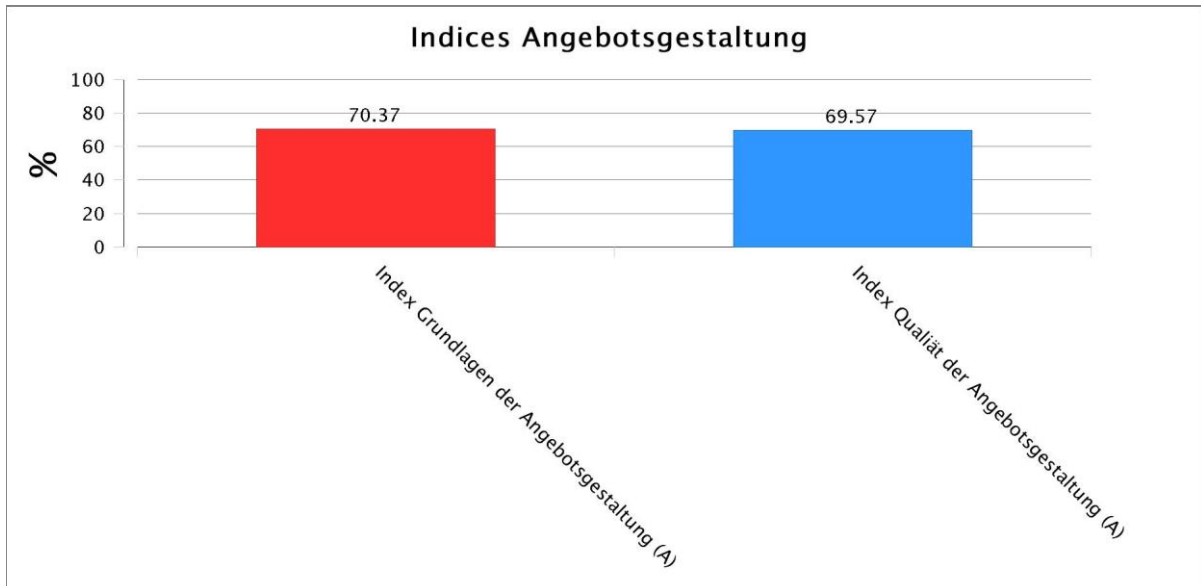
2.2 Angebotsgestaltung

MESO Reisen gestaltet und vermittelt individuelle Fernreisen, in Zielgebiete, die die Mitarbeiter aus eigener Erfahrung kennen und in denen wir mit kompetenten Partneragenturen zusammenarbeiten. Diese Agenturen stellen MESO als Reiseveranstalter ihre jährlichen Rundreise- und Ausflugsbausteine vor, damit MESO diese dann individuell für den einzelnen Kunden mit Flug und Übernachtungen bzw. Mietfahrzeugen zusammenstellen kann. Bei denen im weiteren Verlauf des Berichts genannten Gruppenreisen handelt es sich nicht um Gruppen, die gemeinsam von Deutschland in das Zielgebiet reisen, sondern meist um Zubucher-Touren, bei denen einzelne Personen selbstständig mit einem über MESO gebuchten Flug in das Zielgebiet reisen und dort auf eine Reisegruppe der Partneragentur treffen, der sie sich anschließen. Die Reisearrangements werden also ausgearbeitet von MESO Reisen in Zusammenarbeit mit den lokalen Agenturen der jeweiligen Zielgebiete. Die Abwicklung vor Ort erfolgt über die jeweilige Agentur, die auch die Reiseleiter und Hotels unter Vertrag hat. Bisher hat MESO Reisen seine Partneragenturen außer nach den Merkmalen Etablierung, Arbeitsbedingungen, Kompetenz, Zuverlässigkeit, Erfahrung/Ausbildung der Mitarbeiter und Schnelligkeit bei der Beantwortung der Anfragen nach keinen festen Kriterien ausgewählt. Dies soll sich in Zukunft ändern indem bestehende Partner besser durchleuchtet werden (nach Umweltschutz, Qualität, Sozialverhalten) und ein Kriterienkatalog für die Aufnahme neuer Agenturen erstellt und kommuniziert wird. Bei diesen auf den Kunden zugeschnittenen Reisen, liegt es uns am Herzen, dass der Reisende nicht nur die Natur- und Kultur des bereisten Landes kennenlernt, sondern auch den einheimischen Menschen auf Augenhöhe in deren Alltag begegnet. Aus diesem Grund soll in Zukunft bei der Überarbeitung der Reiseprogramme verstärkt darauf geachtet werden, die negativen sozialen und ökologischen Auswirkungen, insbesondere für lokale Gemeinden zu reduzieren. Zum größten Teil werden schon jetzt die Größen der Reisegruppen in besonders sensiblen Gebieten den ökologischen und sozialen Umständen angepasst. Außerdem unterstützt MESO Reisen mit seinen Bed & Breakfast Reiseangeboten, vor allem in Kanada und Australien/Neuseeland lokale Strukturen, wie private Unterkünfte. Dieses Segment soll in Zukunft auch in anderen destinationen weiter ausgebaut werden. Als Fernreiseveranstalter ist der Flug derzeit die einzig akzeptable Möglichkeit zur An- und Abreise unserer Kunden. MESO Reisen ist jedoch bestrebt, Zubringerflüge in Zukunft weniger aktiv zu kommunizieren, den Anteil dadurch zu reduzieren und dafür aktiv die Möglichkeit des Zuges zum Flug anzubieten. In den USA und Kanada arbeiten wir seit Jahrzehnten mit den lokalen Bahngesellschaften AMTRAK (als einer von zwei deutschen Veranstaltern) und VIA Rail auf Veranstalterebene zusammen und kommunizieren dieses aktiv an unsere Kunden und Reisebüropartner. Somit unterstützen wir einen Emissionsausgleich zu unseren Flugangeboten. Bei Touren die in Nationalparks, Schutzgebiete oder Gebiete mit hoher, sensibler Biodiversität führen werden unsere Gäste durch geschulte und zugelassene Schutzgebietsleiter begleitet. Alle Gäste die in diese Gebiete reisen zahlen anhand von Nationalparkgebühren Abgaben an die Schutzgebietsverwaltung.

Zur Prüfung der Angebotsgestaltung von MESO Reisen wurden die zuständigen Produkt-Manager der einzelnen Destinationen USA, Kanada, Asien, Australien/Neuseeland und Lateinamerika im Hauptgeschäftssitz Berlin befragt. Sie übernehmen im Buchungsprozess sowohl die Reisegestaltung als auch die Beratung am Kunden und besitzen somit einen guten Überblick über die bei MESO gebuchten Reisen.

Insgesamt wird das Thema CSR bei der Angebotsgestaltung bisher nur vereinzelt thematisiert, jedoch sind die Produkt-Manager nach und nach bestrebt, bei der Unterkunftsauswahl in den Zielgebieten auf kleinere Hotels und Lodges, u.a. mit Eco-Zertifikat zu achten und diese dem Kunden vorrangig anzubieten. Denen beim Angebotsgestaltungs-Check befragten Produkt-

Managern ist zwar nicht umfassend bewusst, dass soziale und ökologische Indikatoren bei der Zusammenarbeit mit Partnern gewährleistet werden, jedoch zeigte die Prüfung der Partneragenturen, dass diesen Aspekten große Beachtung geschenkt wird. Zusammenfassend wird deutlich, dass die Gestaltung der Angebote seitens nachhaltiger Kriterien verbesserungsfähig ist. Sowohl die Auswahl der Verkehrsmittel - wo möglich - als auch der Aktivitäten vor Ort wird künftig, im Rahmen der vorgegebenen natürlichen Grenzen, klimafreundlicher gestaltet.

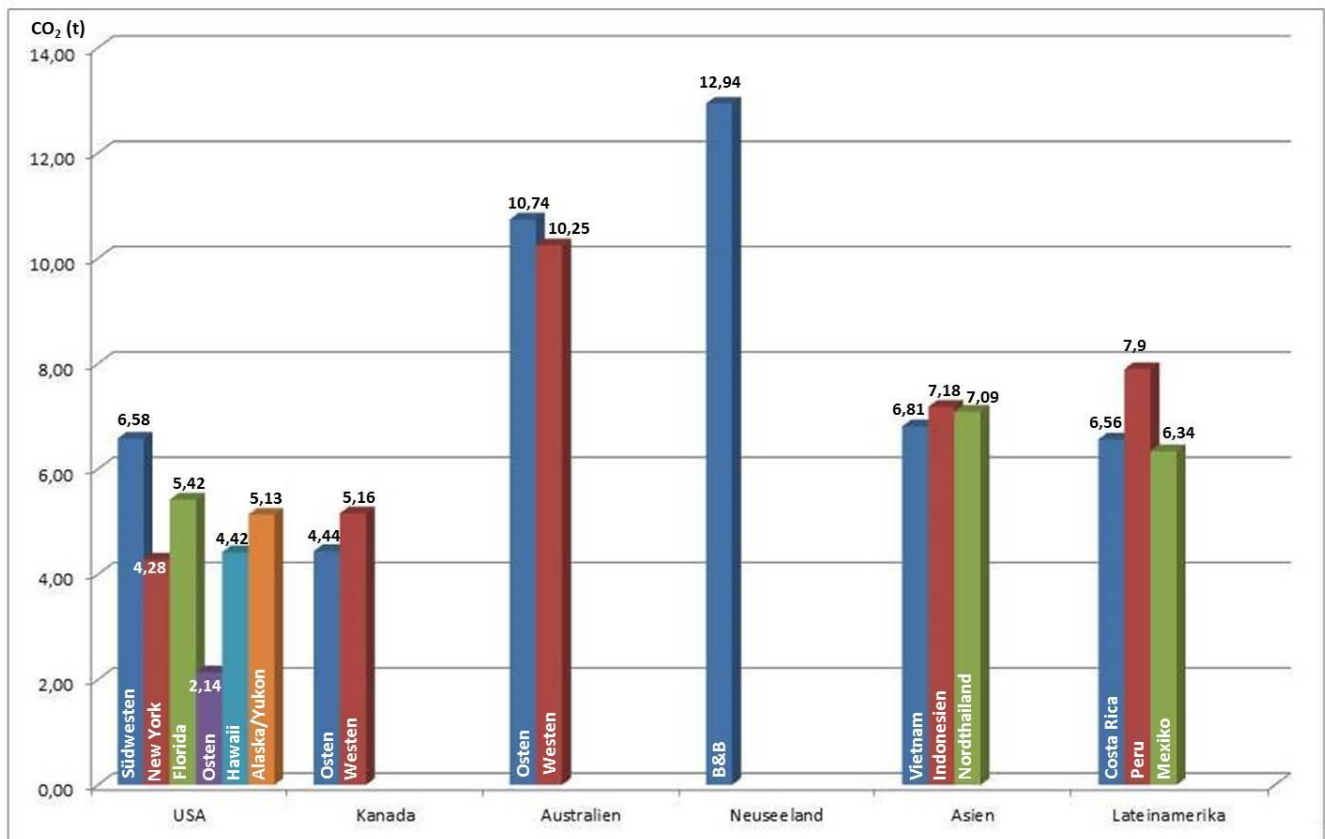


	Einheit	2011
CSR- Index Grundlagen der Angebotsgestaltung	%	70,37
CSR- Index Qualität der Angebotsgestaltung	%	69,89

2.3 CO₂-Emissionen der Reisen

Der Kunde von MESO Reisen hat die Möglichkeit seine Fernreise aus einzelnen Bausteinen individuell, entsprechend seinen Wünschen und Bedürfnissen zusammenzustellen. Demnach lag die Schwierigkeit der CO₂-Emissionsberechnung darin, alle Reisen zu analysieren, denn die im Katalog und auf der Homepage aufgeführten Reisen, dienen dem Kunden ausschließlich als Grundlage und Orientierung. Jedoch konnten 17 Beispielreisen erstellt werden, die die Kunden mit mehr oder weniger kleinen Änderungen im Reiseverlauf, bevorzugt buchen. Der weitere Verlauf des Berichts und die zugehörigen Graphiken beziehen sich also auf diese 17 unten aufgeführten Beispielreisen und spiegeln repräsentativ die im Erfassungsjahr von MESO durchgeführten Gesamtreisen wieder. Das folgende Diagramm zeigt eine Übersicht des CO₂ Verbrauchs in Tonnen bei der An- und Abreise zu/von diesen 17 Beispielreisen, stellvertretend für alle Reisen. Die Repräsentativität ist nachvollziehbar.

Diagramm 1: CO₂ Verbrauch in t der An-/Abreise zum/vom Zielgebiet (p. Pers.)



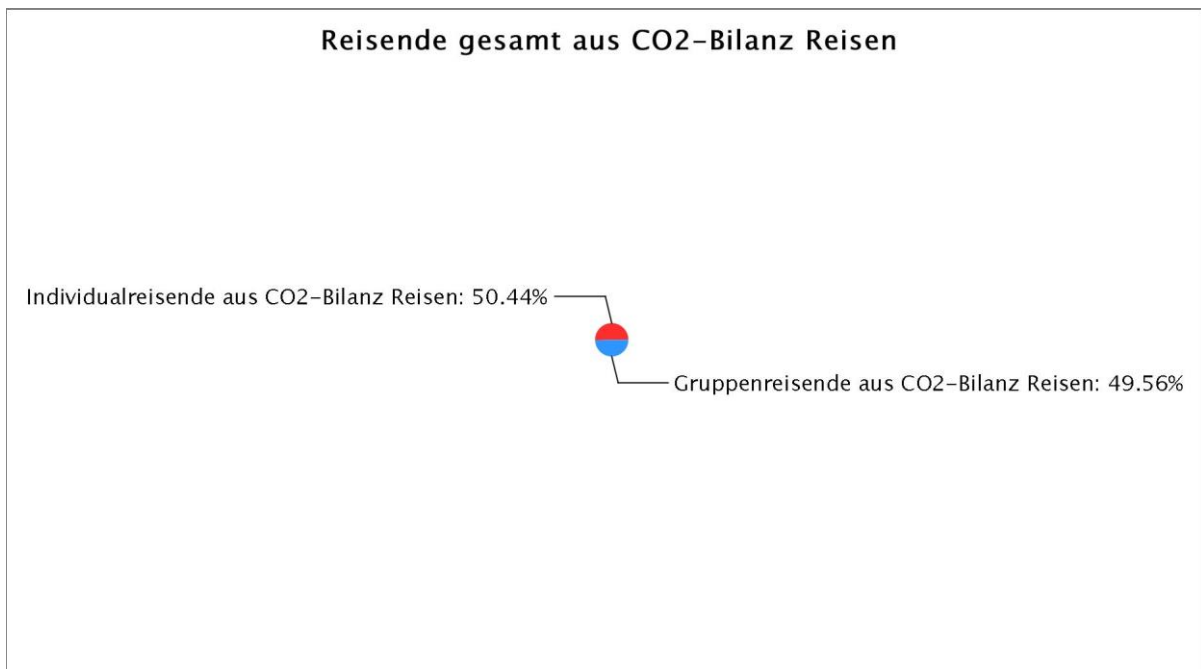
Wie zu vermuten, entsteht der meiste CO₂ Verbrauch bei der Anreise/Abreise in/von die entferntesten Zielgebiete, wie etwa Neuseeland und Australien. Die USA und Kanada ziehen fast gleich, sowie auch Asien und Lateinamerika.

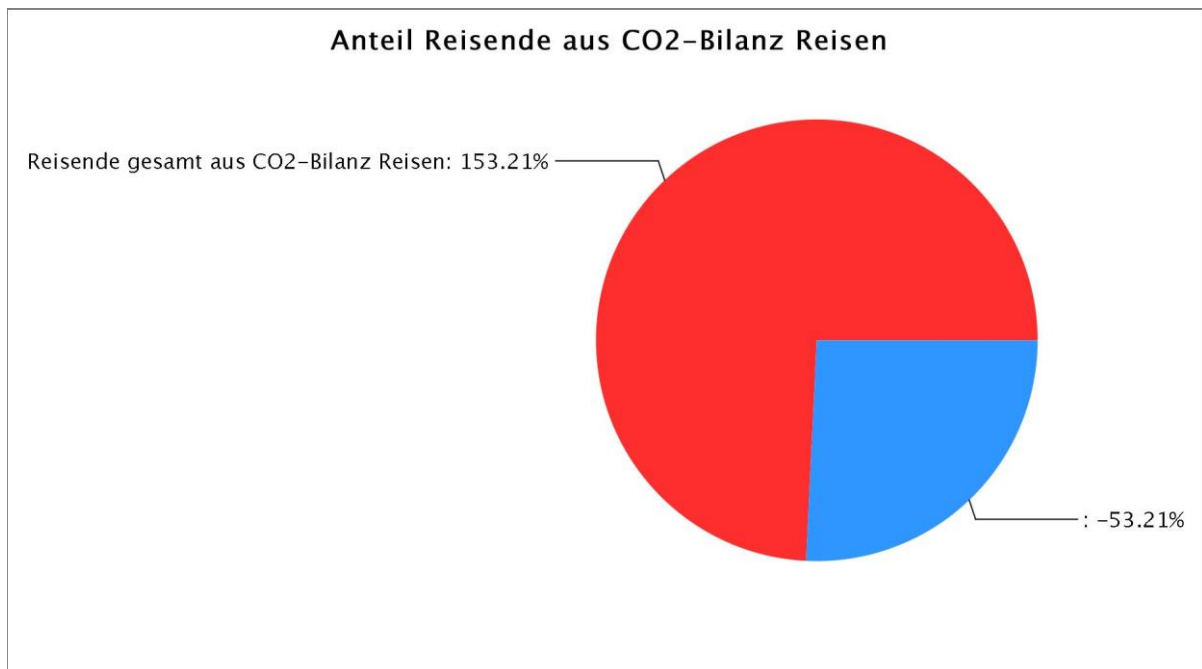
Auflistung der 17 Beispielreisen:

	Tage	Reiseart	1. Transport (vor Ort)	2. Transport (vor Ort)	3. Transport (vor Ort)
USA					
Klassischer Südwesten	21	Individualreise	Mietwagen		
City Paket New York	4	Individualreise			
Florida entlang der Küste	15	Individualreise	Mietwagen		
Osten große Rundreise	18	Gruppenreise	Reisebus		
Inselhüpfen Hawaii	11	Individualreise	Flug		
Alaska/Yukon	22	Individualreise	Mietwagen		
KANADA					
Eastern Explorer					
Westen Bed & Breakfast	21	Individualreise	Mietwagen	Mietwagen	Kleinbus
AUSTRALIEN					
East Cost Discovery					
Great West	22	Individualreise	Mietwagen		
NEUSEELAND					
Bed & Breakfast					
ASIEN					
Höhepunkte Vietnam					
Höhepunkte Indonesien	13	Individualreise	PKW	Kleinbus	
Höhepunkte Nordthailand	6	Kleingruppe		Kleinbus	
LATEINAMERIKA					
Costa Rica Große Mietwagentour					
Peru auf den Spuren der Inkas	12	Gruppenreise	Bahn	Kleinbus	
Mexiko Klassik	13	Kleingruppe		Kleinbus	

Bei denen im Erfassungsjahr 2011 untersuchten Fernreisen wurden allein bei der An- und Abreise ca. 10.096,55 Tonnen CO₂ ausgestoßen, was wiederum damit zusammenhängt, dass das Flugzeug die einzig vertretbare Transportmöglichkeit darstellt. Für den Transport in den Zielgebieten selbst, meist mit dem PKW, Reisebussen, Kleinbussen und der Bahn kam noch ein Ausstoß von ca. 798,93 Tonnen CO₂ hinzu. Der Gesamtwert an CO₂-Emission lag also bei 10.895,48 Tonnen.

Zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme bestand noch keine Kooperation mit einem Kompensationsanbieter und somit auch keine Möglichkeit für die Kunden über MESO Reisen ihren verursachten CO₂ Ausstoß zu kompensieren. Dies ist der Grund warum im Erfassungsjahr noch keine Emissionen kompensiert wurden. Seit Anfang 2013 werden jedoch alle Reisenden im vorab bei der Buchung darauf aufmerksam gemacht wie viel Emission ihre Reise verursacht und können diese über den atmosfair-Rechner, der auf der Internet-Startseite von MESO Reisen verlinkt ist, kompensieren. Weitere Schritte sollen sein, die Kompensationsmöglichkeit für den Kunden direkt in seinen Buchungsprozess zu integrieren, damit dieser für ihn ersichtlich auch auf der Rechnung erscheint. Vorteil für MESO als Unternehmen ist es, dass am Ende eines Geschäftsjahres genau aufgeschlüsselt werden kann, wie viele Kunden ihre Reise, oder einen Anteil davon kompensiert haben und in welche Zielgebiete sie gereist sind. Die Zusammenarbeit mit atmosfair wird weiter ausgebaut und überlegt, wie auch das Unternehmen aktiv an der CO₂ Kompensation mitwirken kann.





	Einheit	2011
CO2 gesamt Reisen	t	10.875,39
Kompensierte CO2 Emissionen Reisen	t	0,00
CO2 pro Gast/ Übernachtung ohne Kompensation	t	0,48
CO2 Reisen abzüglich Kompensation	t	10.875,39
CO2 pro Gast/ Übernachtung	t	0,48
CO2 pro Gast/ Übernachtung in kg	kg	480,00
Anteil Klimakompensation	%	0,00
Flugkilometer gesamt	km	28.844.151,00
Ø Flugkilometer pro Übernachtung	km	1.285,73

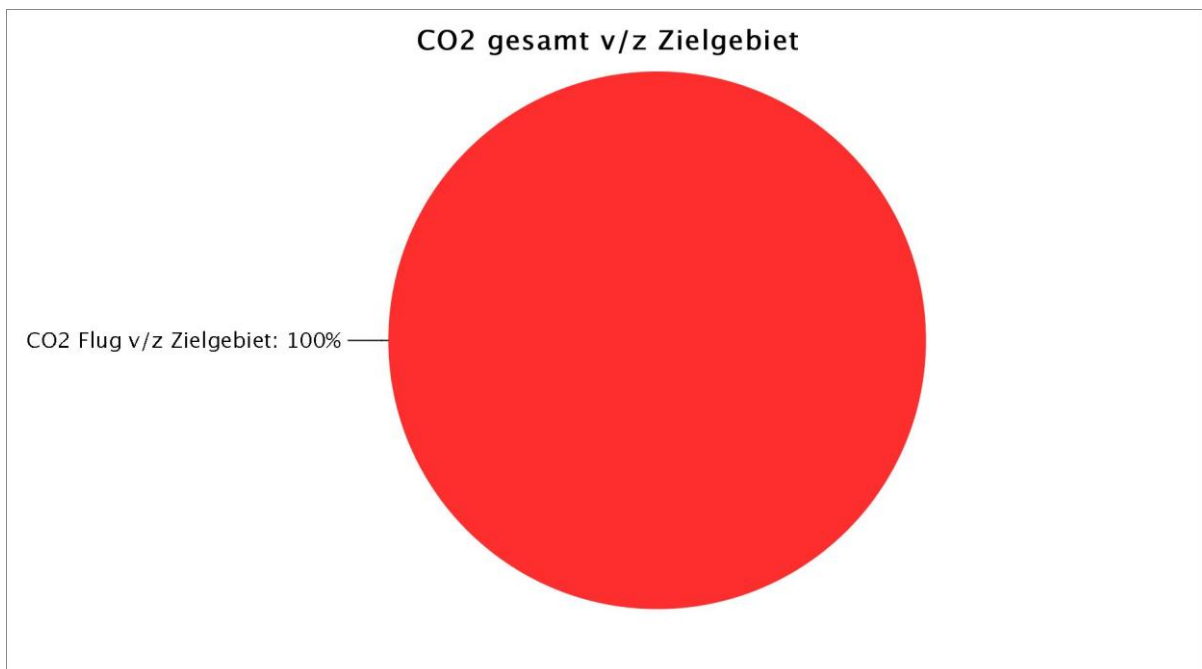
2.4 Transport

Aufgrund der von MESO Reisen angebotenen Fernreisen erklärt sich, dass der Transport zum und vom Zielgebiet ausschließlich mit dem Flugzeug erfolgt. Durch das Angebot eines Rail & Fly Tickets (Zug zum Flug) wird den Kunden jedoch eine emissionsarme Anreise zum Abflughafen ermöglicht.

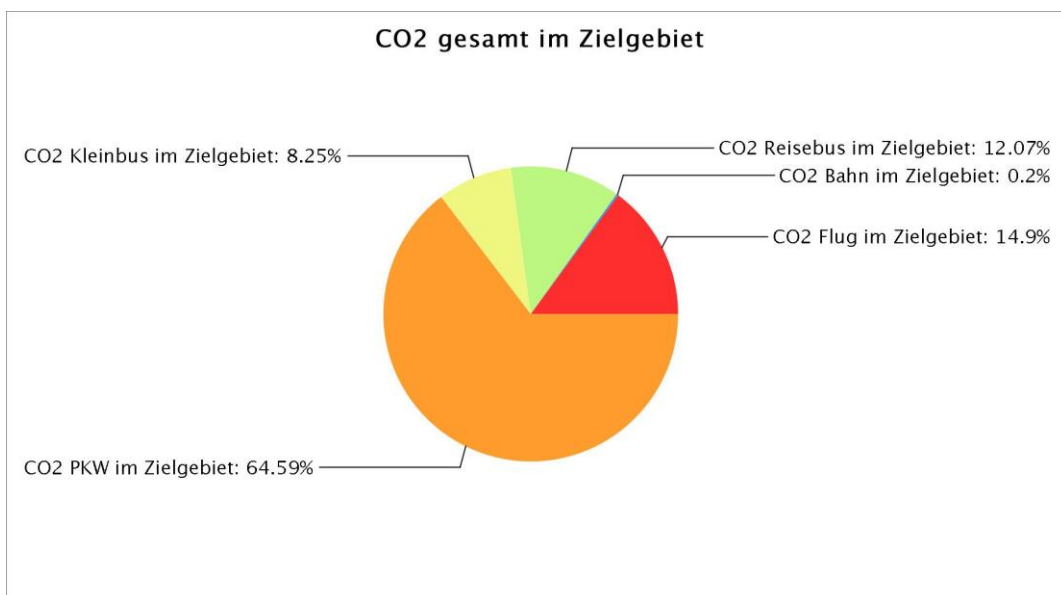
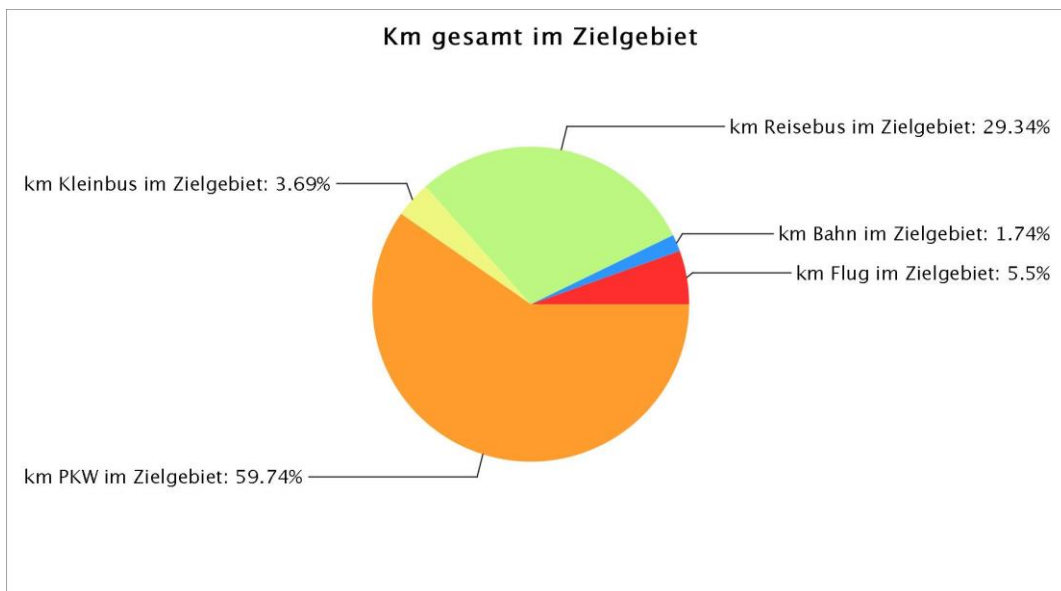
	Einheit	2011
Ø Flugkilometer pro Gast	km	11.528,44
CO2 gesamt Transport	t	10.076,46



Die An- und Abreise in/von den Zielgebieten erfolgt ausschließlich mit dem Flugzeug. Bei einem reinen Fernreiseveranstalter ist dies die einzige vertretbare Möglichkeit. Demnach liegen die Gesamtkilometer und der gesamte CO₂ Ausstoß der An-/Abreise bei 100%.



Im Zielgebiet überwiegt der Anteil des PKW (59,74%) als Transportmittel, da der Großteil der bei MESO gebuchten Reisen individuelle Rundreisen mit dem Mietwagen, darstellt. Insbesondere in Kanada und in den USA besteht eine jahrelange enge Zusammenarbeit mit den hiesigen Bahngesellschaften AMTRAK und VIA Rail, so dass die Nutzung der Bahn (1,74%) dort verstärkt empfohlen und in Anspruch genommen wird. Weiterhin bietet MESO seinen Kunden auch in anderen Destinationen, wie etwa Australien oder Mexico über die Partneragenturen zunehmend Bahnreisen an. Im Zielgebiet USA nutzen die Kunden vor Ort hauptsächlich neben dem PKW auch den großen Reisebus (29,34%) als Transportmittel, da sich der Kleinbus (3,69%) in dieser Destination noch nicht so durchgesetzt hat, wie in anderen Zielgebieten z.B. Lateinamerika oder Asien. Da das Hauptsegment von MESO Nordamerika ist, überwiegt die Kilometeranzahl und der CO₂ Ausstoß des Reisebusses. Bei Reisen in Destinationen mit großen Entfernungen zu den unterschiedlichen Sehenswürdigkeiten, z.B. Lateinamerika, Asien oder bei Länderkombinationen ist es oftmals aus zeitlichen Gründen nicht möglich, auf die Nutzung des Flugzeuges (5,5%) zu verzichten.

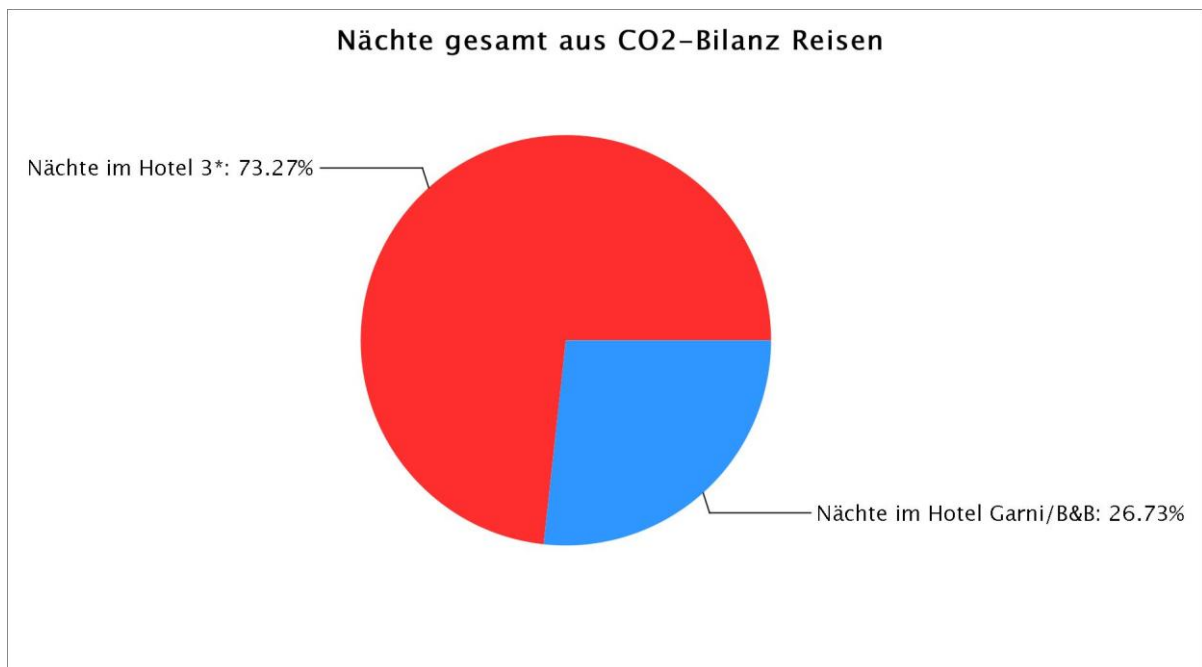


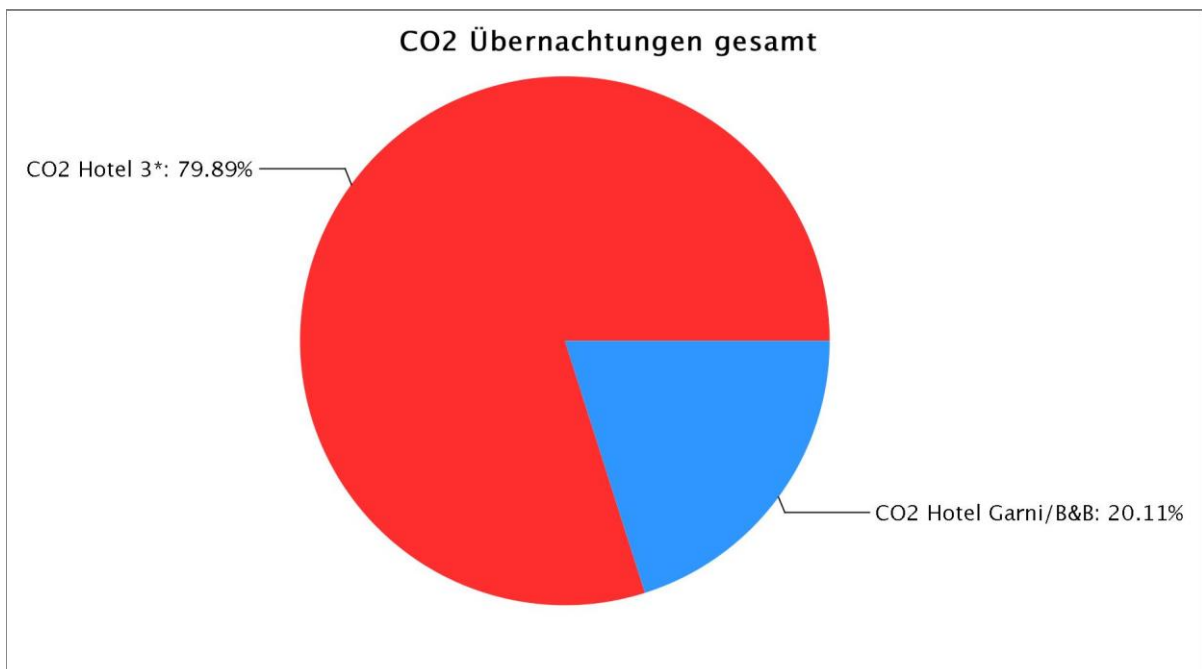
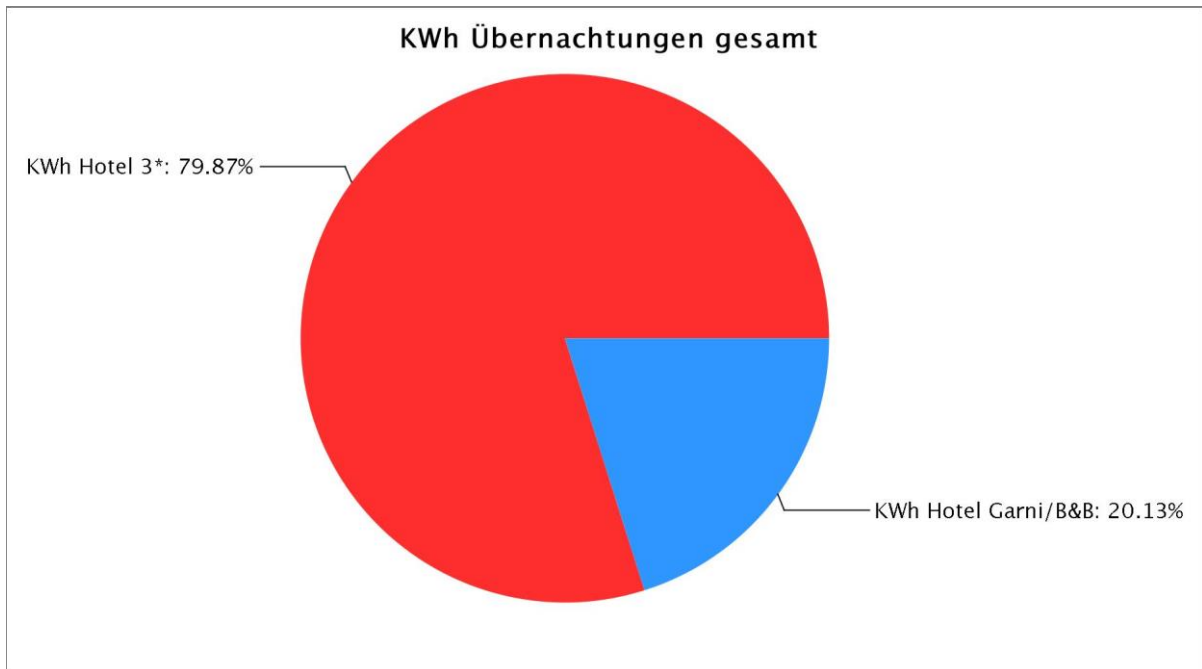
Langfristiges Ziel sollte es sein, den Anteil der Bahn als Transportmittel vor Ort zu erhöhen, indem Kunden dafür sensibilisiert werden und dieses Segment aktiv von MESO Reisen beworben wird. Weiterhin sollte bei der Reiseplanung geprüft werden, ob Flüge innerhalb eines Landes und auch Kontinentes durch andere Transportmittel, wie etwa der Bahn ersetzt werden können.

2.5 Übernachtungen

Es besteht leider noch keine umfangreiche Datenbank, die detaillierte Angaben zu Übernachtungen der einzelnen Reisenden erfasst, so dass eine Auswertung des CO₂ Ausstoßes der verschiedenen Unterkunfts-kategorien möglich ist. Jedoch bietet MESO Reisen überwiegend Hotels der Mittelklasse im 3-4 Sterne Bereich an. Diese Hotels stehen bei den jeweiligen Partneragenturen unter Vertrag. Bei vereinzelt Reisen kann der Kunde bei der Angebotsgestaltung/Buchung selbst wählen, welche Unterkunfts-kategorie er bevorzugt. Im Laufe der letzten Jahre ist der Anteil der verkauften B&B Unterkünfte, Lodges, Eco-Lodges und Hotels mit Nachhaltigkeits-Zertifizierung sowie familiengeführter Hotels gestiegen. Gerade in den lateinamerikanischen, australischen und asiatischen Ländern (ausgenommen den Metropolenstädten), aber auch in Kanada, Neuseeland oder Australien verkaufen unsere Mitarbeiter aus eigenen Stücken solche Unterkünfte.

	Einheit	2011
Gesamtübernachtungen im Berichtsjahr	Anz	2.583,00
Nächte gesamt aus CO2-Bilanz Reisen	Anz	22.434,00
KWh Übernachtungen gesamt	kWh	1.718.542,20
CO2 Übernachtungen gesamt	t	798,93





Da die Unterkünfte auf den Rundreisen, meist von den Partneragenturen gestellt werden, bestehen wenige Möglichkeiten für MESO Reisen andere Unterkünfte mit weniger CO₂ Ausstoß anzubieten. Bei individuellen auf den Kunden zugeschnittene Reisen, wo jeder Baustein einzeln von den Mitarbeitern zusammengestellt wird jedoch, ist die Möglichkeit gegeben dem Kunden ökologisch nachhaltige und sozialverträgliche Übernachtungsmöglichkeiten anzubieten. Dies wird von den Mitarbeitern auch getan, die finale Entscheidung liegt jedoch beim Kunden selbst.

3. Kunden

3.1 Kundenzufriedenheit

Ein Feedbackbogen mit folgenden Fragen wird nach der Reise online an die Kunden versendet:

Quellen (Wie ist der Kunde auf MESO Reisen gestoßen?),
Wie wurde die Beratung durchgeführt? (Mail, Telefon, Laden, Messe),
Wie wurde die Buchung getätigt? (Mail, Telefon, Laden, Messe),
War Ihnen die Rechnung verständlich?,
Haben Sie Informationsmaterial vor Ihrer Reise erhalten?,
War das Informationsmaterial ausreichend?,
Waren Sie mit dem Informationsgehalt zufrieden?,
Hat Ihnen das Informationsmaterial bei der vertiefenden Reiseplanung geholfen?,
Anzahl der Beratungen je Mitarbeiter,
Bewertung der Mitarbeiterkompetenz,
Bewertung der Mitarbeiter-Freundlichkeit,
Bewertung der Mitarbeiter-Erreichbarkeit,
Bewertung der Geschwindigkeit der Rückantworten,
Bewertung des Gesamteindrucks.

Die Kundenzufriedenheit ist ein bedeutender Messwert für MESO Reisen. Der Index ist bereits zufriedenstellend, bestärkt MESO Reisen jedoch weiterhin einen Schwerpunkt auf die Kundenberatung und Kundenbetreuung zu setzen. Die Daten wurden mühsam erhoben, da es zwar einen Feedbackbogen gibt, den die Kunden nach der Reise erhalten und eine Darstellung der Ergebnisse, jedoch ist die anschließende Auswertung verbesserungswürdig. Ziel ist es die Rücklaufquote der Kundenbefragung zu erhöhen, indem das Layout des Fragebogens überarbeitet und die Kunden verstärkt auf das Feedback aufmerksam gemacht werden.

	Einheit	2011
Index Kundenzufriedenheit	%	88,00
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	18,00
Betreuerschlüssel	Anz	19,00

3.2 Kundeninformation

Neben dem Geschäftsführer haben vier weitere in der Beratung tätige Mitarbeiter den Fragebogen ausgefüllt; zu den Destinationen USA, Australien/Neuseeland/Südsee, Lateinamerika, Kanada und Asien. Die Antworten sowohl - positiv als auch negativ – wurden kritisch hinterfragt, um künftige Verbesserungen ableiten und dementsprechende Maßnahmen entwickeln zu können.

Zum Zeitpunkt dieser Befragung stand die Einführung des CSR-Managements noch ganz am Anfang, so dass noch nicht auf Möglichkeiten der Kompensation hingewiesen oder der Anteil an CO₂-Emissionen pro Reise ausgewiesen wurde. Weiterhin wurden Kunden bisher nicht über einen Kinderschutzkodex informiert und sind bisher auch noch nicht über den derzeitigen CSR-Prozess aufgeklärt worden. Bei der An- und Abreise mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln - abgesehen davon, dass diese bei Fernreisen ausschließlich mit dem Flugzeug erfolgt - wird wenn es die Bedingungen der Airlines zulassen immer ein Rail & Fly Ticket angeboten. Leider unterstützen nicht alle Airlines diese CO₂ ärmere Möglichkeit zur Flughafenreise. Bei Flügen in die Ferne, die meist ab großen Drehkreuzen erfolgen, bieten leider nur wenige Fluggesellschaften (vor allem in Richtung Westen) ausschließlich Flug zum Flug und die Deutsche Bahn stellt keine Rail&Fly Tickets mehr aus. Innerhalb der Zielgebiete wird jedoch dem Kunden gegenüber auf eine klimaschonende Transportvariante hingewiesen.

Insgesamt kann man sagen, dass der Anteil nachhaltiger Informationen sowohl auf der Homepage und im Katalog, als auch bei der Beratung der Kunden erhöht werden kann. Dies bezieht sich zum einen auf natürliche Gegebenheiten, wie Flora, Fauna, Artenschutz als auch zum anderen auf soziale Aspekte, wie Kinderschutz, Arbeitsbedingungen und sexuelle Ausbeutung in den „dementsprechenden“ Destinationen.

Als Stärke konnte festgestellt werden, dass der Informationsgehalt insgesamt hoch ist. Es wird über lokale Begebenheiten und Besonderheiten informiert, auf weiterführende Reiseliteratur aufmerksam gemacht sowie Sicherheitshinweise und -Vorkehrungen an die Kunden weitergegeben. Vor Ort haben die Kunden einen Ansprechpartner, der zu jeder Zeit telefonisch erreichbar ist. Den Reiseunterlagen werden Informationen, wie ein Roadbook mit Tourenbeschreibungen, Hoteladressen/-Informationen, Broschüren für vor Ort buchbare Ausflüge, Gutscheine zur Beantragung kostenfreier Telefonkarten sowie Reiseführer beigelegt.

Ziel soll es sein, in Zukunft verstärkter nachhaltige Informationen in die Beratung, Homepage und den Katalog einzubeziehen um die Kunden für die Möglichkeiten der Kompensation, CO2-Verbrauch der Reise, Erläuterungen zum CSR-Prozess und Siegel, zu sensibilisieren. Abhängig von der Destination und den Notwendigkeiten vor Ort, soll auf soziale und ökologische Probleme weiter aufmerksam gemacht werden und zusätzlich das Sympathie Magazin des Studienkreises für Tourismus den Unterlagen beigelegt werden (seit April 2013 wird dies umgesetzt). Der durch MESO Reisen angesprochene Kundenkreis ist von Hause aus der CSR Zertifizierung tendentiell positiv zugetan.

	Einheit	2011
CSR-Index Kundeninformation	%	55,36
Index Grundlagen der Kundeninformation (K)	%	571,43
Index Qualität der Kundeninformation (K)	%	541,67

4. Mitarbeitende

4.1 Personalentwicklung

MESO Reisen verfügt über eine sehr geringe Mitarbeiterfluktuation. Die Mitarbeiter sind großenteils schon sehr lange im Unternehmen tätig und stehen in einem unbefristeten Beschäftigungsverhältnis. Somit lässt sich schlussfolgern, dass die Zufriedenheit der Mitarbeiter, trotz des Zufriedenheits-Index mit Potential nach oben, recht hoch ist.

4.1.1 CSR-Schulungen

Zum Erfassungsjahr fanden keine Schulungen zu den Themen Menschenrechte, Biodiversität, Arbeitsbedingungen (Sicherheit und Gesundheitsschutz) und Klimaschutz statt.

Durch einige Gesprächsrunden zu den Themen Nachhaltigkeit und Zertifizierung wurden die Mitarbeiter bereits über die bevorstehende Unternehmensentwicklung aufgeklärt und über die heutige Bedeutung dieser Aspekte informiert. Weiterhin werden alle Mitarbeiter mit dem Thema CSR verstärkt vertraut gemacht, indem sie ein E-Learning zu diesem Thema absolvieren. Alle Mitarbeiter stehen dem Thema CSR offen und sensibel gegenüber.

4.1.2 Bezahlung und Mehrarbeit

Bei MESO Reisen finden Sie Mitarbeiter/-innen aus unterschiedlichsten Altersschichten, von 25-jähriger Betriebszugehörigkeit bis zum "Neuling" mit einem Jahr Berufserfahrung. Darüber hinaus sind Elternteile mit Kindern unterschiedlichen Alters angestellt, für die ein individuelles und familienfreundliches Arbeitszeitmodell geschaffen wurde. Das Unternehmen fördert die Vereinbarkeit von Familie und Beruf und bietet Perspektiven inner- und außerhalb des Unternehmens. Es unterstützt Weiterbildungen, Seminare und Sprachkurse und bietet seinen Mitarbeitern/-innen freiwillige soziale Leistungen, wie z.B. Zuschüsse zu Vermögenswirksamen Leistungen, Fahrtkosten für öffentliche Verkehrsmittel, Inforeisen, jährliche Betriebsausflüge sowie Zuschüsse für Sportaktivitäten. Überstunden und Mehrarbeit werden derzeit nicht bezahlt, jedoch zu Buchungsschwachen Zeiten, in Freizeit abgegolten. Infolge des in den Jahren

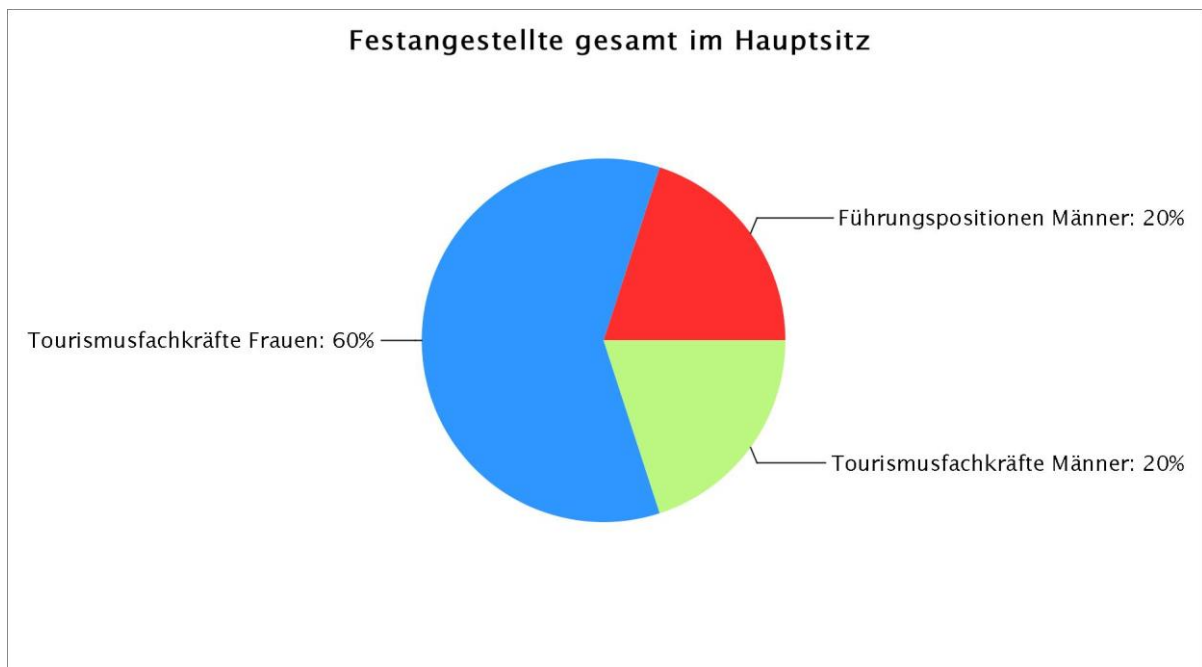
wachsenden Anfrageaufkommens und Umsatzes, auch ausgelöst durch die Erweiterung der Vertriebskanäle beklagen viele Mitarbeiter das daraus angestiegene Arbeitspensum. Ziel soll es sein, nach und nach weitere Mitarbeiter einzustellen, die Geschäftsräume zu vergrößern um jeden einzelnen Mitarbeiter ein wenig zu entlasten. Die Strukturen werden den neuen Räumlichkeiten und Gegebenheiten angepasst.

4.1.3 Interessenvertretung

Regelmäßiges Feedback ist wichtig, darum führt MESO Reisen monatliche Meetings und ein jährliches Mitarbeitergespräch durch, indem die Führungskräfte ihre Mitarbeiter auf Grundlage einer Kompetenzeinschätzung beurteilen und zusammen mit dem/der Mitarbeiter/-in Zielvereinbarungen für das kommende Jahr treffen. In den regelmäßigen monatlichen Meetings, werden Änderungen, Schwierigkeiten oder Probleme angesprochen und diskutiert. Jeder Mitarbeiter darf in den Geschäftsräumen seine Meinung offen äußern und vertreten. Die Wege zu den Führungskräften sind kurz, sie sind direkt ansprechbar und haben immer ein offenes Ohr.

4.2 Beschäftigtenstruktur

Das Unternehmen beschäftigt neben dem Geschäftsführer vier weitere Mitarbeiter, darunter eine weibliche Prokuristen, eine männliche und zwei weibliche Tourismusfachkräfte.



	Einheit	2011
Festangestellte gesamt im Hauptsitz	Anz	5,00
Freie MitarbeiterInnen	Pers	0,00
MitarbeiterInnen im Ausland	Pers	0,00

4.3 Mitarbeitendenzufriedenheit

Die Befragung zur Messung der Mitarbeiterzufriedenheit wurde durch den Geschäftsführer angekündigt und anonym durch die Mitarbeiter online ausgefüllt. Alle Mitarbeiter haben daran teilgenommen. (Das angehörige Reisebüro Alternativ Tours, das sich in den gleichen Berliner Geschäftsräumen befindet, beschäftigt weitere 6 Mitarbeiter. Demzufolge überschneiden sich teilweise Aufgabenbereiche).

Als große Stärke wird genannt (mit 80%), dass die Mitarbeiter es schätzen, selbständig handeln und entscheiden zu können. Weiterhin in einem recht hohen Maße wurde die Identifikation mit dem Unternehmen deutlich (78%). Möglichkeiten der Fortbildung, die Möglichkeit, seine Fähigkeiten einzubringen sowie familienfreundliche Arbeitsbedingungen und ein gleichberechtigtes Miteinander werden als sehr positiv bewertet. Fast Dreiviertel sehen ihren Arbeitsplatz als gesichert an und zu 82% gefällt den Mitarbeitern ihre Tätigkeit.

Als Schwächen wurde genannt, dass die Arbeitsleistungen in keinem angemessenen Verhältnis zur Vergütung stehen sowie eine Diskrepanz zwischen Arbeitsmenge und verfügbarer Zeit herrscht. Die Geschäftsführung stellt sich positiv dieser geäußerten Kritik und setzt Sofortmaßnahmen bis Ende 2013 im Rahmen des Wechsels der Geschäftsstellen-Räumlichkeiten durch.

	Einheit	2011
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	60,88
Index Strategie und Management	%	62,50
Index Arbeitsbedingungen	%	59,25
Index Umweltschutz im Büro	%	41,89
Index eigenes Umweltverhalten	%	56,67

5. Unternehmensökologie

5.1 Energie

Zum Zeitpunkt der Datenerfassung 2011 bezog das Unternehmen ganz normalen Strom. Zum 20. März 2013 wechselte MESO Reisen den Stromtarif und bezieht nun Ökostrom über Vattenfall.

	Einheit	2011
Stromverbrauch	kWh	13.671,00
Gesamt kwh	kWh	13.671,00

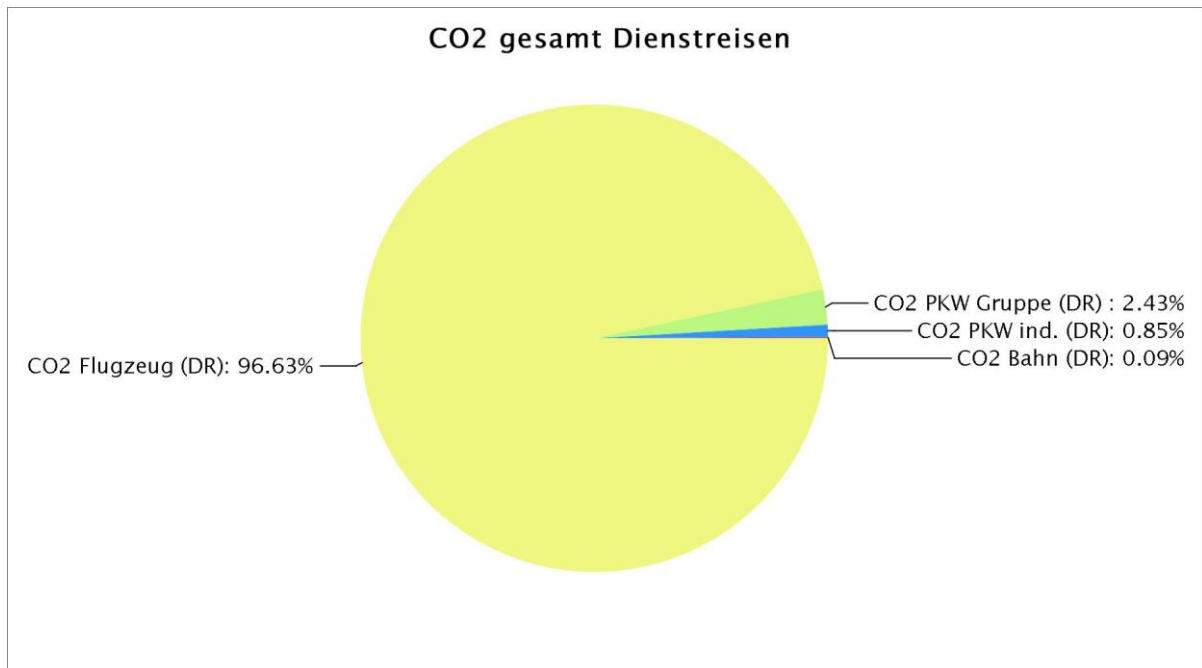
5.2 Emissionen

Zum Erfassungsjahr 2011 sind noch keine Dienstreisen kompensiert worden. Es wurde aber – wo möglich – die Nutzung der Bahn als klimafreundliche Möglichkeit der Anreise bevorzugt. Aus zeitlichen oder logistischen Gründen war dies jedoch nicht immer möglich.

Die in der unteren Grafik dargestellten Dienstreisen beinhalten PKW-Reisen, meist deutsche Messeteilnahmen (1 PKW pro Messe inkl. mehrerer Mitarbeiter und Messestand), Akquise im Inland, sowie Anreisen mit der Bahn. Die durchgeführten Dienstreisen mit dem Flugzeug beinhalten ebenfalls ausschließlich Messebesuche in die Partnerdestinationen, z.B. zum Pow Wow (San Francisco), zur Reisemesse Delhi (Indien) sowie zur ATE Australien Tourism Exchange (Sydney).

Ziel ist es in Zukunft mindestens 50 % der Dienstreisen über den Anbieter atmosfair zu kompensieren. Dieser Kompensationsanbieter bezieht den RFI ein und unterstützt Projekte, die den Gold Standard aufweisen.

	Einheit	2011
CO2 Gesamt Unternehmensökologie	t	32,07
CO2 pro Mitarbeitendem	t	6,41
CO2 Gesamt Unternehmensökologie abzgl. Kompensation	t	32,07
CO2 pro Mitarbeitendem abzgl. Kompensation	t	6,41
CO2 Kompensationen (DR)	t	0,00
Anteil klimakompensierter Dienstreisen	%	0,00



5.3 Papier

Durch die Einführung des paperless office im Jahr 2012 konnte der Papierverbrauch bis jetzt deutlich reduziert werden. Zum Erfassungsjahr 2011 war der Verbrauch somit noch deutlich höher. Seit Mai 2013 bezieht und arbeitet das Unternehmen mit Recyclingpapier (Eco-Logical, Navigator). Es erfüllt die Anforderungen und Prüfungen nach ISO 9001 & ISO 14001, 75 g m². Ebenfalls wurden seit diesem Zeitpunkt alle Drucker auf beidseitigen Druck umgestellt.

Um stetig Papier zu reduzieren, wurde die Anzahl der produzierten Reisekataloge seit 1992 (z.B. von einst 25000 USA Katalogen auf derzeit rund 15000) drastisch gesenkt. Ab dem Jahr 2014 erfolgt eine weitere Reduzierung auf 10.000 (Auflage für 2 Jahre).

	Einheit	2011
Papiergewicht pro Reisender	kg	5,19
Papiergewicht pro Mitarbeitendem	kg	75,00
Anteil 100% Altpapier	%	0,00

5.4 Beschaffung

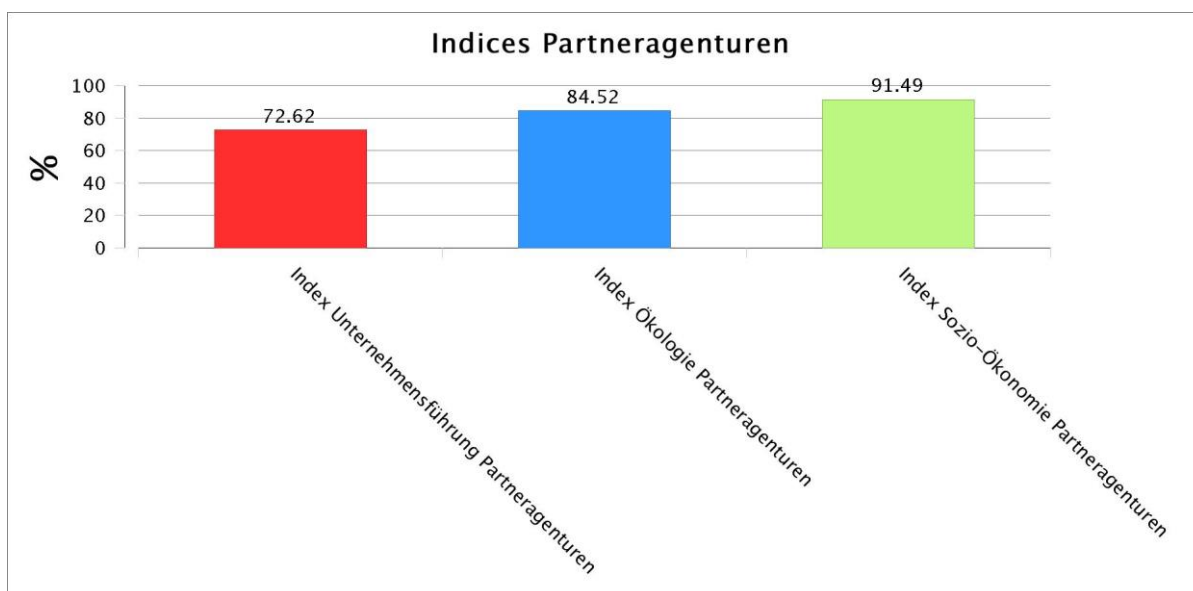
Wann immer die Mehrkosten vertretbar sind, entscheidet sich MESO Reisen für öko-faire Materialien. Veranstaltungen, wie Betriebsfeiern und Kundenabende werden in Zukunft über atmosfair kompensiert.

6. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette

6.1 Partneragenturen

Zunächst wurden schwerpunktmäßig aus jeder angebotenen Destination 1-2 Agenturen befragt, die auch insgesamt den Hauptanteil der Zusammenarbeit ausmachen. Nach der Befragung der Partneragenturen wurde durch die ersten Betrachtungen deren Antworten deutlich, dass diese verstärkt in den Bereichen Umwelt und Soziales aktiv sind und diesbezüglich Verantwortung übernehmen sowie meist eine Qualitätszertifizierung aufweisen. Auch bei der Auswahl künftiger Partner wird MESO Reisen darauf achten, dass diese Unternehmen soziale und ökologische Kriterien in ihre Tätigkeiten einbeziehen.

	Einheit	2011
Anzahl Partneragenturen gesamt	Anz	75,00
Anzahl geprüfter Partneragenturen	Anz	10,00
Anteil geprüfter Partneragenturen	%	13,33

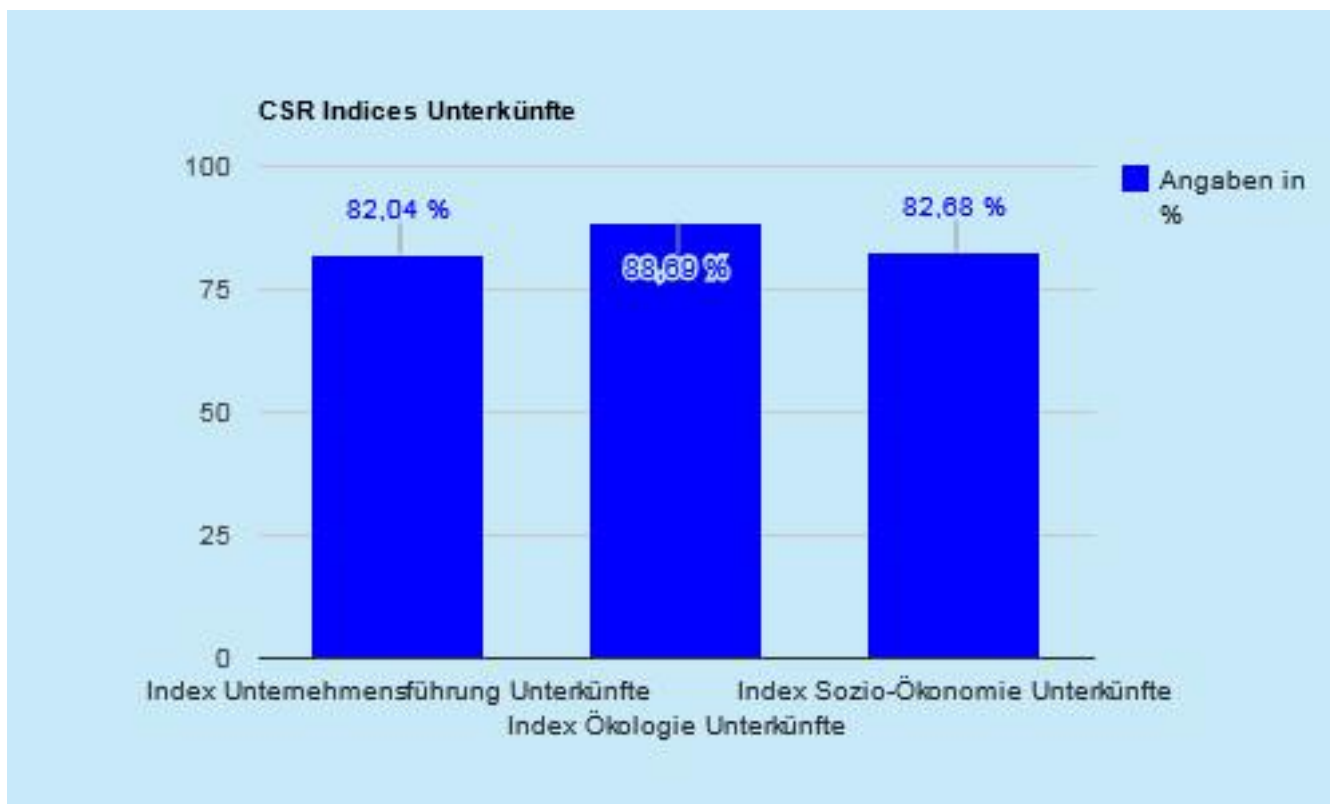


	Einheit	2011
CSR-Index Partneragentur	%	81,86

6.2 Unterkünfte

Die Prüfung der Unterkünfte stellte sich als schwierig heraus, da diese nicht von MESO Reisen gebucht werden, sondern durch die Partneragenturen vor Ort. Aus diesem Grund konnte eine Gesamtanzahl der Unterkünfte nur geschätzt werden. Die Überprüfung der Partneragenturen zeigte jedoch, wie zuvor beschrieben, dass sich diese mit sozialen und ökologischen Belangen beschäftigen, so dass anzunehmen ist, dass auch die Unterkünfte gewisse Anforderungen an diese Aspekte erfüllen müssen. Zur Bewertung der Unterkünfte wurden die Fragebögen an die Partneragenturen gesendet. Die Rücklaufquote war sehr gering, veranlasst dadurch, dass MESO auf die Weiterleitung des Links zu den Fragebögen von seinen Partneragenturen abhängig ist. Leider haben auch nach mehrmaligen Nachfragen nur 20 Hotels den Fragebogen ausgefüllt. Ziel ist es zum einen bei der Kundenberatung, aus der Vielzahl der bei den Agenturen unter Vertrag stehenden Unterkünfte, selbst auszuwählen und den Kunden vorrangig die bereits durch Eco-Siegel zertifizierten sowie nachhaltig ökologischen und sozialen Unterkünfte anzubieten. Bei den von den 20 Unterkünften ausgefüllten Fragebögen ergab sich jedoch insgesamt ein positives Ergebnis in Bezug auf die Unternehmensführung (82,04%) sowie auf die ökologische (88,69%) und sozio-ökonomische (82,68%) Ausrichtung.

	Einheit	2011
Anzahl Unterkünfte gesamt	Anz	2.100,00
Anzahl geprüfter Unterkünfte	Anz	20,00
Anteil geprüfter Unterkünfte	%	0,95

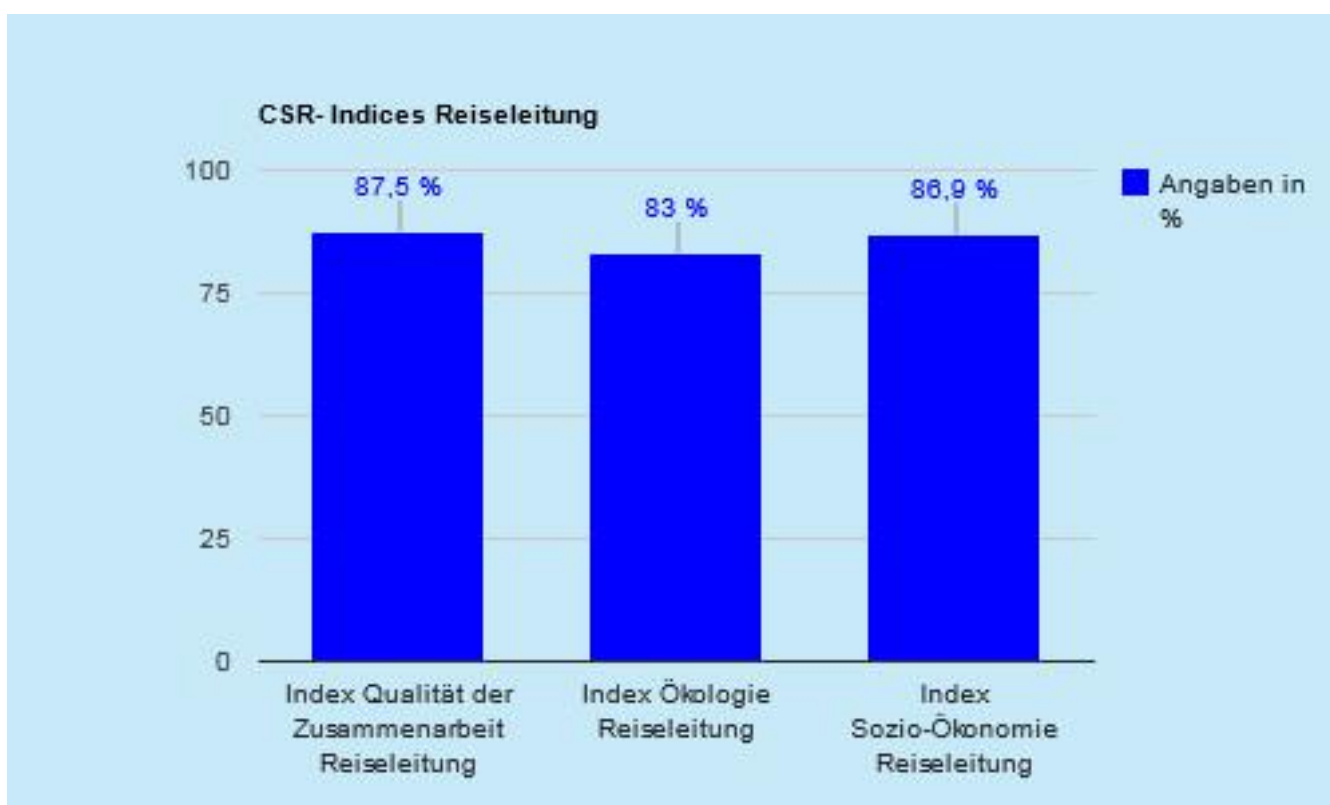


	Einheit	2011
CSR-Index Unterkünfte	%	8,23

6.3 Reiseleitung

Bei der Prüfung der lokalen Reiseleitungen ergab sich die gleiche Schwierigkeit, wie zuvor bei den Unterkünften beschrieben. Auch hier werden die Reiseleiter von der Agentur vor Ort gestellt und eine Gesamtanzahl konnte nur geschätzt werden. Bei den 5 eingegangenen Fragebögen ergab sich, dass alle Reiseleiter autorisiert sind Touren durchzuführen, Schulungen besuchen, das Leitbild und die Unternehmensphilosophie von MESO Reisen kennen, im Notfall in der Lage sind Erste Hilfe zu leisten, den Kinderschutzkodex aktiv kommunizieren (mit einer Ausnahme), ein faires und angemessenes Gehalt erhalten und die Sprache des Zielgebietes sowie weitere Fremdsprachen beherrschen. Sie weisen die Reisenden auf die Besonderheiten der Flora und Fauna hin, kennen sich sehr gut im Zielgebiet aus, treten der lokalen Bevölkerung respektvoll gegenüber, schätzen und waren das Kulturerbe, geben den Reisenden Informationen und Tipps, wie sie sich in bestimmten Gebieten zu verhalten haben (Sicherheit, Kleidung, Fotografieren etc.)

	Einheit	2011
Anzahl Reiseleitungen gesamt	Anz	205,00
Anzahl geprüfter Reiseleitungen	Anz	5,00
Anteil geprüfter Reiseleitungen	%	2,44



	Einheit	2011
CSR- Index Reiseleitung	%	84,80

7. Community Involvement

Nachhaltigkeitsprojekte wurden bisher nicht alljährlich unterstützt, sondern spontan nach Bedarf, z.B. Haiti-Hilfe bzw. nach Großprojekten in den Jahren 2002 und 2008 mit der katholischen Kirche. Mit der Einführung des Themas Nachhaltigkeit in den Unternehmensprozess- und Alltag werden sich sicherlich weitere Projekte zur Unterstützung finden.

8. Verbesserungen

Diese Liste der Verbesserungen ist für jeden Mitarbeiter zugänglich und kann von ihnen ergänzt und bearbeitet werden. Ziel ist es die festgelegten Ziele termingerecht zu erreichen.

Ziel	Maßnahmen	Verantwortl.	Termin
Umsatz			
angemessenes quantitatives Wachstum beibehalten - keinen kurzfristigen Profit anstreben	weiterhin qualitative statt quantitative (zu billige) Reisen anbieten	alle Mitarbeiter	langfristig
Partneragenturen			
Sensibilisierung auf Unternehmensleitbild	Agenturen über Leitbild informieren, mit Bitte um Weitergabe an Reiseleiter & Hotels	Produkt-Manager Marketing	schnellstmöglich
Indices Partneragenturen verbessern	Durchleuchtung vorhandener und neuer Agenturen nach festen Kriterien (Kriterien-Katalog aufstellen und kommunizieren), Prüfung auf Supplier Code of Conduct (geschehen)	Produkt-Manager Marketing	langfristig
Unterkünfte			
CO2 Emission reduzieren	Vertrags-Unterkünfte der Partneragenturen untersuchen & nach Schwerpunkt Nachhaltigkeit selektieren bevor diese ins Programm aufgenommen und verkauft werden. Ausrichtung hin zu kleineren Unterkünften, großen Schritt weg von Kettenhotels.	Produkt-Manager Marketing	mittelfristig
lokale Strukturen, wie private Unterkünfte unterstützen	Segment B & B weiter ausbauen	Produkt-Manager Marketing	mittelfristig - langfristig
Angebotsgestaltung			
negativen sozialen & ökologischen Impact der lokalen Gemeinden reduzieren	mehr Angebote zusammenstellen, die dies beachten	Produkt-Manager Marketing	mittelfristig - langfristig

CO2 Emission reduzieren	Zubringerflüge reduzieren, vermehrt – wo möglich – Zug zum Flug anbieten	Produkt-Manager Marketing	schnellstmöglich - mittelfristig
Kunden			
Rücklaufquote Kundenfragebögen erhöhen	Layout Fragebogen überarbeiten verstärkt auf Möglichkeit des Feedbacks aufmerksam machen evtl. mit einer Verlosung koppeln (Anreize schaffen)	Marketing Mitarbeiter im Verkauf	Schnellstmöglich - langfristig
CO2 Emission reduzieren	aktives Hinweisen der Kunden auf Möglichkeit der Kompensation CO2 Emission der Reisen veröffentlichen Integration der Möglichkeit zur CO2 Kompensation in den Buchungsvorgang	Mitarbeiter im Verkauf Marketing Marketing Dr. Ulrich Finke Claudia Lattacz Henning Wulff	schnellstmöglich - langfristig
Sensibilisierung der Kunden für Nachhaltigkeit	Sympathie Magazine den Unterlagen beilegen		geschehen
Transport vor Ort			
CO2 Emission reduzieren	Anteil der Bahn als Transportmittel im Zielgebiet erhöhen und aktiv kommunizieren	alle Mitarbeiter	langfristig
	Nach Möglichkeit Umlagerung von Reisebus auf Kleinbus	Mitarbeiter im Verkauf Produkt-Manager	schnellstmöglich - langfristig
Emission Unternehmen reduzieren			
Dienstreisen	Anzahl der Dienstreisen reduzieren durch bessere Koordination (Nutzung PKW für mehrere MA) PKW ist notwendig, da Messestand befördert werden muss)	Dr. Ulrich Finke	schnellstmöglich
	mind. 50% der entstehenden Emissionen über atmosfair abführen		nach der jeweiligen Dienstreise
Energie	nicht notwendige Kabel entfernen	Dr. Ulrich Finke	in den neuen Büroräumen

Energie	Kommunikation von Maßnahmen an die Mitarbeiter: Elektrogeräte ausschalten		geschehen
	Steckdosenleisten anbringen und nutzen		in den neuen Büroräumen
	Stromanbieter wechseln (Ökostrom)		geschehen
Energie/Wärme	Hinweis auf ordnungsgemäßes Lüftungsverhalten		geschehen
	Fenster modernisieren		in den neuen Büroräumen
Abfall	Recyclingpapier nutzen		geschehen
	ordnungsgemäße Mülltrennung		geschehen
Papier	Drucker doppelseitig einstellen		geschehen
	ökologisches Papier beim Druck benutzen		geschehen
Mitarbeiter			
CSR Sensibilisierung	E-Learning Gesprächsrunden Regeln zur Nachhaltigkeit festlegen	Dr. Ulrich Finke	mittelfristig - langfristig
Mitarbeiterzufriedenheit erhöhen	Vergrößerung der Geschäftsräume, Einstellung neuer Mitarbeiter, bessere Verteilung der Aufgaben	Dr. Ulrich Finke	mittelfristig