

# **Nachhaltigkeitsbericht 2019**

ISLAND Erlebnisreisen GmbH

## **Impressum**

ISLAND Erlebnisreisen GmbH  
Heinrich-Schacht-Str.58  
22880 Wedel

Tel.: 04103 – 9000 770  
Fax: 04103 – 9000 777  
E-Mail: [info@islanderlebnis.de](mailto:info@islanderlebnis.de)  
[www.islanderlebnis.de](http://www.islanderlebnis.de)

CSR-Beauftragte: Eva-Maria Entreiß  
Tel.: 04103 – 9000 770  
E-Mail: [eva@islanderlebnis.de](mailto:eva@islanderlebnis.de)

Jahr der Datenerhebung: 2018

# Inhaltsverzeichnis

<b>1.</b>	<b>Allgemeine Informationen.....</b>	<b>1</b>
1.1.	Kernindikatoren .....	1
1.2.	Unternehmensdaten .....	1
1.3.	Leitbild.....	2
<b>2.</b>	<b>Wirtschaftsdaten.....</b>	<b>2</b>
<b>3.</b>	<b>Management.....</b>	<b>3</b>
3.1.	CSR - Managementsystem & CSR - Beauftragte .....	3
3.2.	Rechtskonformität .....	3
3.3.	Vertragswesen.....	3
3.4.	Menschenrechtliche Sorgfalt und Kinderschutz .....	3
3.5.	Stakeholdermap .....	4
3.6.	Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement .....	4
<b>4.</b>	<b>Kunden.....</b>	<b>5</b>
4.1.	Kundenzufriedenheit.....	5
4.2.	Kundeninformation .....	5
<b>5.</b>	<b>Mitarbeitende .....</b>	<b>7</b>
5.1.	Beschäftigtenstruktur .....	7
5.2.	Personalentwicklung .....	7
5.2.1.	<b>Schulungen.....</b>	<b>7</b>
5.2.2.	<b>Bezahlung und Mehrarbeit.....</b>	<b>8</b>
5.3.	Mitarbeitendenzufriedenheit .....	8
<b>6.</b>	<b>Betriebsökologie/Umweltmanagement/Beschaffung.....</b>	<b>8</b>
6.1.	Energie.....	9
6.2.	Emissionen im Betrieb.....	9
6.3.	Papier .....	9
6.4.	Umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen .....	10
<b>7.</b>	<b>Reiseangebote.....</b>	<b>10</b>
7.1.	Angebotsportfolio .....	10
7.2.	Produktbewertung .....	11
<b>8.</b>	<b>Soziales Engagement .....</b>	<b>12</b>
<b>9.</b>	<b>Leistungsträger.....</b>	<b>12</b>
9.1.	Partneragenturen.....	13
9.1.	Unterkünfte.....	13
9.3.	Reiseleitung .....	14
<b>10.</b>	<b>Verbesserungsprogramm .....</b>	<b>14</b>

## 1. Allgemeine Informationen

	Einheit	2018
Gesamtumsatz aller verkaufter Reisen	€	1.988.080
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz	5,15
Gesamtübernachtungen (Zieldest. Island)	Anz	7.398
Gesamtpaxe (Reisende in Zieldest. Island)	Anz	822

Die Zusammensetzung der Mitarbeitenden wird im Kapitel 3. Management näher erläutert, da sich im Jahr 2018 einige Veränderungen ergeben haben.

### 1.1. Kernindikatoren

	Einheit	2018
Umsatzrendite	%	3,91
CO <sub>2</sub> pro Gast/ Flugemissionen (aus 781 Pers. Mittelstreckenflüge)	t	904,6323
Index Kundenzufriedenheit	%	n.v.
Rücklaufquote der Kundenbefragung	%	n.v.
CSR-Check-Index Mitarbeitende	%	71,4
CO <sub>2</sub> pro Mitarbeitendem abzgl. Kompensation	t	0,7351
CSR-Index Partneragentur	%	n.v.
CSR-Index Unterkünfte	%	63,2
CSR-Index Reiseleitung	%	68,99

### 1.2. Unternehmensdaten

#### „Island wärmt die Seele“

Dieser Slogan begleitet das Unternehmen bereits seit den Anfängen und hat seitdem nicht an Intensität verloren.

Als Spezialist für Island ist der Name Programm, nicht nur das Land, sondern auch das unvergessliche „Erleben“ einer solchen Reise stehen im Vordergrund.

Auch wenn als weitere Destinationen Grönland und die Färöer Inseln hinzu gekommen sind, bleibt es bei dem Namen Island Erlebnisreisen.

Angefangen hat alles im Jahr 1998 als Einmannbetrieb in nebenberuflicher Tätigkeit. Schnell kamen die ersten Mitarbeitenden hinzu, zu Beginn noch mitten in Hamburg in der Privatwohnung des Gründers Bruno Guttenberg, 2003 folgte der Umzug der Firma nach Wedel. Im Jahr 2016 verstarb der Inhaber und Geschäftsführer Bruno Guttenberg an einer schweren Krankheit. Die Geschäftsführung konnte er noch an die beiden langjährigen Mitarbeiterinnen Barbara Amend und Manuela Wernicke-Skubich abgeben. Seine Ehefrau Eva-Maria Entreß als Erbin ist jetzt Inhaberin des Unternehmens.

Bis 2017 lief das Geschäft im Umfang reibungslos; das Jahr 2018 begann schleppend. Durch erhöhte Aufwendungen im Bereich Werbung konnte sich das Unternehmen stabilisieren, jedoch war es notwendig, Personal abzubauen.

Die langjährigen Mitarbeitenden sind allesamt Spezialisten und kennen Island von zahlreichen Reisen sowie langjährigen oder ausgedehnten Aufenthalten wie Arbeit oder Studium.

Trotz der Veränderung in der Geschäftsleitung und dem Umsatzrückgang ist Island Erlebnisreisen GmbH ein unabhängiger, selbständiger und privat geführter Reiseveranstalter geblieben.

Die Firma ist ihrer Unternehmensphilosophie stets treu geblieben. Von Anfang an stand der Kunde mit seinen individuellen Reisewünschen und der persönliche Kontakt im Mittelpunkt. Durch intensive Beratung werden

die Angebote mit dem Kunden zusammen erstellt. Maßgeschneiderte Reisen ganz nach Kundenwunsch ist auch nach 20 Jahren der Schwerpunkt des Firmenportfolios.

### 1.3. Leitbild

Das Leitbild, während des CSR-Prozesses der Zertifizierung im Jahr 2016 vom Team entwickelt, behält auch weiterhin seine Gültigkeit.

Das Leitbild ist auf der Homepage für jedermann einsehbar unter <https://www.islanderlebnis.de/service/unser-leitbild.php>.

#### „Island wärmt die Seele“-

Diese Ansicht begleitet uns seit der Gründung des Unternehmens.

Island ist unsere Leidenschaft, die sich auch auf die Nachbarn, Grönland und die Färöer Inseln, erstreckt. Wir, als Team von Island-Enthusiasten, möchten unsere Begeisterung teilen. Unser Bestreben ist es, dass unsere Kunden die Destinationen bewusst erleben und deren Besonderheiten auf sich wirken lassen. Eine individuelle und intensive Beratung ist für uns daher selbstverständlich.

Die Reisen werden so zusammengestellt und angepasst, dass sie den Bedürfnissen und Wünschen unserer Kunden, aber auch unserem Qualitätsanspruch entsprechen. Wir arbeiten mit zuverlässigen Partnern, bei denen unsere Gäste in den besten Händen sind. Unsere Destinationen kennen wir aus persönlicher Erfahrung. Wir erweitern ständig unser Wissen und unsere Kenntnisse über ihre Eigenheiten und Besonderheiten und legen Wert auf den Schutz der einzigartigen Natur.

Ein fairer Umgang ist uns wichtig - sowohl untereinander als auch gegenüber unseren Partnern vor Ort. Diese teilen unsere Ideen und bieten faire Arbeitsbedingungen wie auch Engagement für die Umwelt in ihren jeweiligen Bereichen.

Durch die große Entfernung unserer Ziele ist eine Anreise per Flugzeug so gut wie alternativlos. Wir sind uns dieser klimaschädigenden Problematik bewusst und bieten unseren Kunden die Möglichkeit, die durch die Reise entstehenden CO2 - Emissionen zu kompensieren.

Als Unternehmen haben wir eine gesellschaftliche Verantwortung und verfolgen das Ziel, unser Handeln kontinuierlich zu verbessern. Es ist uns wichtig, den eingeschlagenen Weg der Nachhaltigkeit weiter zu gehen.

## 2. Wirtschaftsdaten

	Einheit	2018
Gesamtumsatz	€	1.988.080
Gesamtumsatz aus dem Vorjahr (2013/2017)	€	2.810.920
Gesamtumsatz aus dem Vor-Vorjahr (2012/2016)	€	2.972.182
Umsatz pro Mitarbeitendem	€	386.035
Umsatzrendite	%	3,91
Umsatz aus eigenen Reisen (Individualreisen)	€	1.389.519
	Einheit	2018
Gesamtausgaben	€	1.910.424

Der Schwerpunkt unserer Firma liegt hauptsächlich auf der Organisation von Individualreisen in Island. Hier wird der meiste Umsatz generiert. Die Vermittlung von Gruppenreisen und Reittouren sowie einer selbst veranstalteten Gruppenreise pro Jahr im Wander- und Busreisensegment gehören ebenfalls als zweitstärkster Umsatzanteil dazu. Mit einer Vielzahl an Veranstaltern und Reiterhöfen arbeiten wir bereits seit Gründungszeiten zusammen, und Jahr für Jahr wird das Angebot erweitert.

Als kleinere Umsatzposten zählen die Vermittlung von einzelnen Reisebausteinen sowie Reisen nach Grönland und auf die Färöer Inseln dazu.

### **3. Management**

Nach wie vor werden die Geschäfte von den beiden Geschäftsführerinnen Barbara Amend und Manuela Wernicke-Skubich geleitet; die Inhaberin Eva-Maria Entreß arbeitet ebenfalls für das Unternehmen im Backoffice.

Das Managementsystem äußert sich in der flachen Hierarchie, die Kommunikationswege sind kurz. In unregelmäßig stattfindenden Meetings wird das Tagesgeschäft besprochen. Es gibt keine festgelegten Abteilungen. Alle Mitarbeitenden außer der Inhaberin sind in der Organisation der Reiseangebote sowie in der Kundenberatung tätig.

#### **3.1. CSR - Managementsystem & CSR - Beauftragte**

Von Beginn des Unternehmens an ist nachhaltiger Tourismus eng in der Firmenphilosophie verankert, seit der Zertifizierung in 2017 ist dies von außen sichtbar. Seit 2007 wird eine Klimaschutzspende in den Reisepreis auf freiwilliger Basis inkludiert und über die Auswirkungen der Flugemissionen informiert. Nach wie vor wird dieses Angebot von den Reisenden gut angenommen.

Eva-Maria Entreß übernimmt die Position der CSR-Beauftragten und koordiniert die CSR-Aktivitäten.

#### **3.2. Rechtskonformität**

Als Unternehmen mit Sitz in Deutschland gilt das deutsche Recht. Als Reiseveranstalter kommen wir unserer Pflicht nach, dem Kunden zusammen mit der Buchungsbestätigung einen Reisepreissicherungsschein auszuhändigen. Das Unternehmen geht mit den ihm anvertrauten Kundendaten nach den gesetzlichen Bestimmungen der DSGVO vor und hat dies entsprechend auf der Website veröffentlicht. Es wird selbstverständlich nach den in 2018 in Kraft gesetzten Pauschalreiserichtlinien verfahren.

#### **3.3. Vertragswesen**

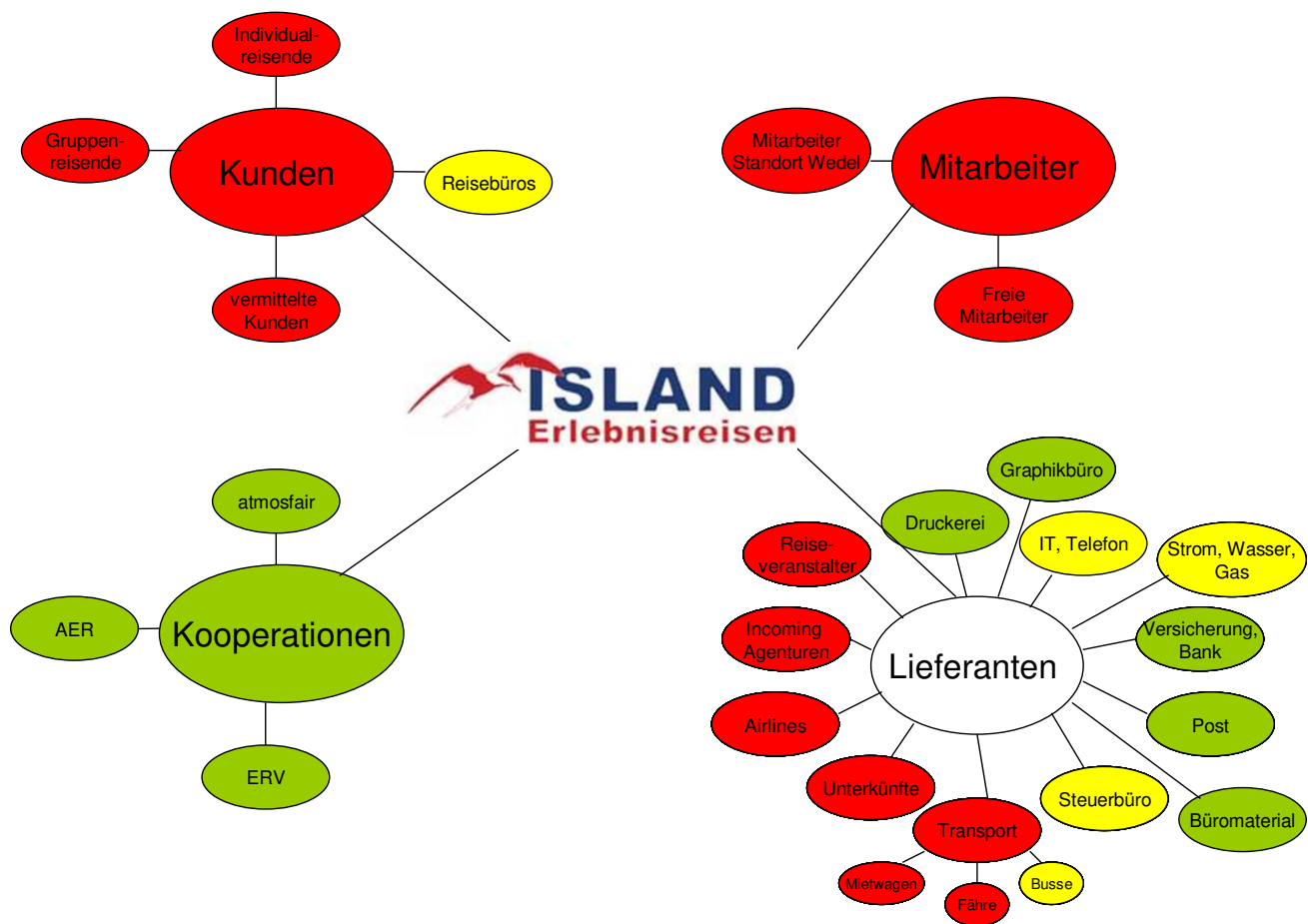
Mit einem Großteil der Partner in Island bestehen keine schriftlichen Verträge, lediglich mit einigen Unterkunftsnetzen und einer Fluggesellschaft. Durch die langjährigen Geschäftsbeziehungen bestehen mündliche Absprachen, und diese laufen auf Vertrauensbasis. Fast jährlich fahren Mitarbeitende nach Island oder auf Messen und pflegen den persönlichen Kontakt, schauen sich neue Unterkünfte an, testen selbst Aktivitäten von Incoming Agenturen und Reittourveranstaltern.

Auch wenn keine Verträge vorliegen, ist die Kommunikation und ein Austausch wichtig. Durch diesen wird festgestellt, was die Leistungsträger auf den einzelnen Gebieten tun, ob sie regionale Labels haben oder nochmals an der Supplier-Umfrage teilnehmen sollten, um mehr über ihre Arbeitsweise zu erfahren. Die Wichtigkeit dieses Themas werden wir zukünftiger deutlicher vermitteln, um eine höhere Teilnahme zu erreichen. Ziel ist es, im kontinuierlichen Prozess, ein gemeinsames Verständnis von Nachhaltigkeit zu erlangen und gewisse Standards festzulegen. Durch unsere regelmäßigen Besuche vor Ort machen wir uns ein persönliches Bild davon.

#### **3.4. Menschenrechtliche Sorgfalt und Kinderschutz**

Einen Großteil unserer Partner vor Ort kennen wir persönlich. Das Verhältnis zeichnet sich durch meist langjährige und vertrauensvolle Zusammenarbeit aus. Isländische Tourismusbetriebe sind oft kleinteilig und familiär geführt. Da Island ein demokratisches und recht wohlhabendes Land ist, sind Menschenrechte und Kinderschutz gesetzlich verankert und werden als selbstverständlich betrachtet. Die Ausbeutung von Kindern im Tourismus ist daher kein Thema in der isländischen Gesellschaft, die überdies als sehr kinderfreundlich gilt. Auch wenn diese Thematik in Island kaum eine erkennbare Rolle spielt, sind wir uns als international tätiges Unternehmen in der Tourismusbranche unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst und bekennen uns ausdrücklich gegen die Ausbeutung von Kindern im Tourismus jeglicher Art. Wir wissen darüber, dass in vielen Ländern die Situation eine andere ist und stehen hinter den Inhalten des Kinderschutzkodex.

### 3.5. Stakeholdermap



In der Stakeholderlandkarte sind alle Anspruchsgruppen vertreten, die ein Interesse an der Firma Island Erlebnisreisen bzw. an deren Entscheidungen haben.

In vier Hauptgruppen werden die verschiedenen Stakeholder zusammenfassend dargestellt: Kunden, Mitarbeiter, Kooperationen und Lieferanten. Innerhalb dieser Gruppen wurden weitere Differenzierungen vorgenommen.

Jede dieser Gruppen hat natürlich einen eigenen Anspruch an die Firma, welcher unterschiedlich stark ausgeprägt ist. So steht für die Mitarbeiter die Arbeitsplatzsicherung im Vordergrund, während für andere der wirtschaftliche Erfolg ausschlaggebender ist.

Die Einflussnahme zwischen den einzelnen Stakeholdern und der Firma steht im wechselseitigen Verhältnis. So haben manche Stakeholder einen größeren Einfluss als andere, z.B. die Kunden mehr als die Post. Dargestellt ist diese in einem Ampelfarbsystem: Die Farbe rot hat den größten Einfluss, während gelb einen mittleren und grün den geringsten hat.

### 3.6. Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement

In der Firma herrscht eine Kultur der offenen Kommunikation und der flachen Hierarchie. In den Meetings hat jeder ein Mitspracherecht und kann seine Vorschläge einbringen, es werden gleichberechtigt Entscheidungen getroffen. Das Verbesserungsprogramm aus Kapitel 10 wurde gemeinschaftlich erarbeitet.

## 4. Kunden

Grundsätzlich richtet sich unser Angebot an jene Zielgruppe, die skandinavienaffin ist oder bereits andere nordische Länder bereist hat. Vor allem für Naturliebhaber, aber auch Kulturinteressierte, die interessiert an der reichhaltigen isländischen Literatur- und Musikszene sind, haben Island, Grönland und die Färöer Inseln viel zu bieten.

### 4.1. Kundenzufriedenheit

Die Kunden werden individuell bei Buchung um Rückmeldung nach der Reise gebeten. Da wir unsere Kundenberatung sehr individuell halten und damit einen regen persönlichen Austausch pflegen, erhalten wir auch in der Regel ein Feedback. In Einzelfällen, beispielsweise bei neuen Produkten, oder bei Häusern, in denen Unregelmäßigkeiten in der Qualität vorkamen, fragen wir bei unseren Kunden gezielt nach. Dies Verfahren finden wir sehr effektiv, weil wir dadurch auch Einzelheiten erfahren, die ein Feedbackbogen nicht hergeben kann. So entstehen qualitativ aussagekräftige Kundenrezensionen, die zum Teil auch im Katalog veröffentlicht werden. Für eine gute Kundenbindung und -zufriedenheit und auch, um die Qualität der Reisen zu erhalten, ist es für uns selbstverständlich, im Falle von Reklamationen oder Unzufriedenheit, jeder einzelnen Kritik nachzugehen. Zusammen mit den Kunden suchen wir ggf. nach einer gemeinsamen, für beide Seiten zufriedenstellenden Lösung.

Aus diesem Grund werden wir auch in Zukunft auf einen standardisierten Feedbackbogen verzichten.

### 4.2. Kundeninformation

In unserer kleinen Firma arbeiten fast alle Mitarbeitenden in der Kundenberatung. Für die Umfrage zur Kundeninformation haben alle Mitarbeitende aus der Kundenberatung an der Umfrage teilgenommen und stellvertretend für alle geantwortet.

Die Umfrage hat ergeben, dass eine unserer Stärken in der persönlichen Kommunikation mit den Kunden liegt. Vor einer Reise wird ausführlich beraten. Es existieren Beratungsstandards, wobei diese nirgends schriftlich festgehalten oder durch Schulungen erlernt sind. Vielmehr sind diese im Laufe der Jahre entstanden und werden bei der Einarbeitung an neue Mitarbeiter im Sinne der Firmenphilosophie weitergegeben. Zur Beratung gehört bei allen Mitarbeitenden Kenntnisse über die CO<sub>2</sub>-Kompensation, da dies Bestandteil der Reiseangebote ist. Im Rahmen der Rezertifizierung haben sie alle Mitarbeitenden erneut die Inhalte von CSR vor Augen geführt, indem sie das Video auf der TourCert-Seite angesehen haben. Besonders bei neuen Mitarbeitenden wird Wert darauf gelegt, dass Grundkenntnisse über CSR angeeignet werden. Da grundsätzlich die Möglichkeit besteht an Schulungen teilzunehmen, dies aber kommuniziert und Anreize gegeben werden müssen um daran teilzunehmen, bleibt dieser Aspekt im Verbesserungsprogramm als „fortlaufend“ gekennzeichnet bestehen.

Da es Teil der Firmenphilosophie ist, den persönlichen Kontakt zu den Kunden zu pflegen, werden viele Aspekte zur Natur sowie zu sozialen und kulturellen Gegebenheiten besprochen. Vor allem mit dem aufkommenden Tourismus während der Sommermonate werden die Kunden auf das Verhalten in der Natur zum Schutze dieser und zur eigenen Sicherheit im persönlichen Gespräch hingewiesen. Eine Veröffentlichung dieser Hinweise wird an exponierter Stelle angestrebt, damit die Informationen alle erreichen. Dieser Aspekt wird nun im Rahmen der Rezertifizierung erneut aufgegriffen. Aufgrund des momentan hohen Arbeitsaufkommens und der schwierigen Situation in 2018 konnte dieser Punkt noch nicht bearbeitet werden und steht nach wie vor im Verbesserungsprogramm.

Island besitzt als Insel eine sensible Flora und Fauna. Aus diesem Grunde gibt es strenge Einfuhrvorschriften in Bezug auf Sportequipment, was vor allem für die Kunden von Reittouren wichtig ist. Hierzu werden diese umfassend informiert.





Menue der Website islanderlebnis.de

Die CO<sub>2</sub>-Kompensation ist bereits im Buchungssystem und im Reisepreis integriert. Die Kunden werden im Angebot über die Spende informiert. Diese ist im Reisepreis als Extraposten ausgewiesen, ebenso wird über die Organisation atmosfair aufgeklärt. Es besteht die Möglichkeit den Spendenbetrag freiwillig zu reduzieren oder abzuwählen. Einen Hinweis über den Erhalt der Spendenquittung finden die Kunden in der Buchungsbestätigung. Über die Emissionen und über konkrete Projekte von atmosfair können sich die Kunden auf einer Informationsseite auf unserer Website informieren. Durch die Insellage bleibt das Flugzeug nahezu alternativlos, und eine An- und Abreise mit umweltfreundlicheren Verkehrsmitteln ist kaum möglich. Über das Thema Nachhaltigkeit allgemein sowie über die CSR-Zertifizierung wird seit 2017 unter dem Menüpunkt „Über uns/Nachhaltigkeit“ auf unserer Website informiert. Im Katalog (und auf der Homepage) wird über die Auswirkungen des Fliegens und die Klimaschutzorganisation atmosfair sowie über TourCert seit 2018 informiert.

Die Hauptdistribution erfolgt im Direktvertrieb mit den Endkunden. Wenige Buchungen werden über Reisebüros generiert. Bei den Gruppenangeboten vermitteln wir die Reisen zwischen anderen Veranstaltern und den Kunden.

Die Kunden werden über Kataloge, eine spezielle Ausflugsbroschüre sowie über Detailbeschreibungen auf der Homepage über die verschiedenen Angebote informiert.

Die Informationen und Beratungen werden meist über E-Mail oder per Telefon gegeben. Aufgrund der geographischen Lage der Büroräume kommen die Kunden in der Regel nur gezielt per Termin zu uns, spontane Laufkundschaft bleibt eher aus. Erfahrungsgemäß sind die Kunden, welche einen persönlichen Termin bei uns im Büro haben, stark an einer Islandreise interessiert und buchen danach auch meist bei uns.

Ein Mitarbeiter ist von Anfang der Anfrage bis Rückkehr von der Reise für einen Kunden zuständig. So kennt der Kunde seinen Ansprechpartner, und durch den persönlichen Kontakt entsteht die Kundenbindung.

Jeder Kunde bekommt ein individuell auf ihn zugeschnittenes Angebot erstellt. Dieses besteht aus:

- Angebot:
  - o Infos zur Klimaschutzspende
  - o Info zu Reiseversicherung
  - o optional Rail & Fly-Ticket
  - o Sicherheitsinfos zum Fahren auf isländischen Straßen und im Hochland (Individualreisende)
  - o Empfehlungen zu Reiseliteratur und Straßen-/Regionalkarten
- mit der Buchungsbestätigung bzw. den Reiseunterlagen:
  - o Infobroschüre vom Fremdenverkehrsamt
  - o Straßenkarte mit Markierung gebuchter Unterkünfte & Routenbeschreibung (Individualreisende)
  - o persönliches Reiseinfo mit wichtigen Adressen und Daten
  - o Reisepreissicherungsschein
  - o je nach Art der Reise: Packliste für Gruppenwanderreisen, Informationen zum biologischen Artenschutz im Bezug auf Islandpferde und Fische (Desinfektion des Zubehörs)

- Liste mit Adresse und Kontaktdaten der Leistungsträger
- Informationsblatt gem. Art. 250 §1,3 EGBGB (gem. Pauschalreiserichtlinien)
- Formblatt 11/16 (Richtlinien für Pauschalreisen)
- AGB

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass die Stärken des Unternehmens bei der Kundeninformation in der persönlichen Beratung und Betreuung liegen. Jeder Kunde hat vom Erstkontakt bis zur Rückkehr nach der Reise einen festen Ansprechpartner für sämtliche Belange. Individuell werden aufgearbeitete und selektive Zusatzinfos für den Kunden bei Buchung zusammengestellt, je nach Schwerpunkt der Reise und Interessen. Um Ressourcen zu schonen, geben wir unseren Kunden von Individualreisen seit Beginn der Saison 2019 die Möglichkeit, einen Reiseführer für eine gewünschte Destination zu bestellen. Sollte ein Kunde bereits einen Island-Reiseführer haben, bekommt er nicht ungefragt einen weiteren, sondern kann seinen Gutschein auch für einen Reiseführer über ein anderes Land nutzen, oder sich einen Reiseführer als E-Book downloaden.

Im Laufe des CSR-Prozesses und der Umfragen ist herausgekommen, dass die Stärke des Unternehmens (die intensive und ausführliche mündliche Beratung jedes einzelnen Kunden), mit verstärktem Kundenaufkommen v.a. während der Hauptbuchungszeit von November bis Februar, immer schwieriger zu realisieren ist. Die Problematik ist, dass viele Informationen nicht verschriftlicht sind und somit einige Kunden nicht erreichen. Im Verbesserungsprogramm wurde mit aufgenommen, dass Informationen zu bestimmten Themengebieten auf der Homepage für alle zugänglich sind.

Über die Website können sich die Kunden intensiver zu den Themen CSR und Nachhaltigkeit informieren. Es ist angedacht, Aktivitäten unserer Partner in Bezug auf Umweltprojekte regelmäßig vorzustellen - dafür bieten sich die Nutzung von Plattformen wie z.B. Facebook an.

## 5. Mitarbeitende

### 5.1. Beschäftigtenstruktur

	Einheit	2018
Festangestellte gesamt im Hauptsitz	Anz	9
Freie Mitarbeitende	Pers	1
Mitarbeitende im Ausland	Pers	0

Das Team von Island Erlebnisreisen bestand zu Beginn 2018 aus 9 Mitarbeitenden (rechnerisch 5,15 Vollzeitkräfte) am Bürostandort Wedel. Im Dezember 2018 betrug die Mitarbeiterzahl 7. In unregelmäßigen Abständen beschäftigt das Unternehmen eine freie Reiseleiterin, im Jahr 2018 hat diese eine veranstaltete Gruppenreise durchgeführt.

In Island ist eine Vertretung vor Ort, welche im Sommer vier Monate einen Notrufservice betreut, wenn Kunden außerhalb der Geschäftszeiten Hilfe oder einen Ansprechpartner benötigen. Da dies auf Honorarbasis geschieht und sich nicht pauschal in eine Stundenanzahl fassen lässt, wurde sie nicht in die allgemeine Beschäftigungsstruktur mit aufgenommen.

Eine weitere Stärke, welche das Unternehmen auszeichnet, ist die langjährige Betriebszugehörigkeit der meisten Mitarbeitenden. Fast alle Mitarbeitenden sind 8 oder mehr Jahre bei Island Erlebnisreisen GmbH beschäftigt. Dies spricht auch für den hohen Wert der Zufriedenheit aus der Mitarbeitenden-Umfrage (siehe auch Zufriedenheitsindex Mitarbeitende).

### 5.2. Personalentwicklung

#### 5.2.1. Schulungen

Schulungen für die Mitarbeitenden gab es 2016 im Rahmen des Zertifizierungsprozesses zum Thema Nachhaltigkeit und CSR, zu Beginn durch die CSR-Beauftragte und im weiteren Verlauf durch Tourcert in den

Workshops. Seitdem wurden vereinzelt Schulungen oder Weiterbildungen nachgefragt, vor allem in Bezug auf Marketing und Social Media Networking. Zudem wurde an mehreren Workshops zu den Themen DSGVO und Pauschalreiserichtlinien teilgenommen – das neu erworbene Wissen wurde dann an alle Mitarbeitenden weitergegeben.

Weiterbildung ist im Verbesserungsprogramm weiterhin fest verankert und ist regelmäßig Thema bei den Mitarbeitergesprächen.

### 5.2.2. Bezahlung und Mehrarbeit

Das Lohnniveau bei Island Erlebnisreisen entspricht einer branchenüblichen Vergütung. Die Mitarbeitenden können zu Beginn ihres Angestelltenvertrages selbst entscheiden, wie viele Stunden sie arbeiten möchten (Voll- oder Teilzeit). Die Stundenanzahl kann je nach persönlicher Lebensphase angepasst werden. Es wurde auch ein Home Office-Arbeitsplatz für eine Mitarbeiterin eingerichtet, welcher zu einem Teil der Arbeitsstunden genutzt wurde.

Überstunden werden ausgeglichen und Urlaub hat jeder Mitarbeitende 30 Tage, unabhängig von Länge der Firmenzugehörigkeit oder Anzahl der Arbeitsstunden.

### 5.3. Mitarbeitendenzufriedenheit

	Einheit	2019
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	75,0
Index Strategie und Management	%	76,2
Index Arbeitsbedingungen	%	81,7
Index Umweltschutz im Büro	%	83,3
Index eigenes Umweltverhalten	%	58,3

Im Rahmen der Zertifizierung wurde ebenso eine Umfrage unter den Mitarbeitenden durchgeführt. Diese war anonym und bestand aus oben genannten Kapiteln mit verschiedenen Antwortmöglichkeiten. Des Weiteren gab es Kommentarfelder für Verbesserungsvorschläge oder Kritik. Die Dauer der Umfrage betrug ca. 10-15 Minuten. Es haben sich fast alle der Mitarbeitenden daran beteiligt. Die Umfrage wurde im wöchentlichen Meeting angekündigt und per Mail an alle versendet. Als Zeitraum wurden zwei Wochen veranschlagt.

Die Auswertung der Mitarbeitenden-Umfrage hat ergeben, dass eine hohe Zufriedenheit sowie eine hohe Identifikation mit dem Unternehmen besteht. Vor allem die Firmenkultur der eigenständigen Entscheidungen und des Handlungsspielraumes und Unterstützung der Mitarbeitenden untereinander wurden positiv bewertet. Es besteht ein gutes Betriebsklima. Die Schwächen aus der Umfrage ergaben sich daraus, dass Fortbildungsmöglichkeiten und Möglichkeiten der beruflichen Weiterentwicklung im Unternehmen kaum gesehen werden. Diese Punkte wurden zum Teil ins Verbesserungsprogramm aufgenommen (bzw. sind weiterhin als „fortlaufend“ gekennzeichnet). Dass eine Weiterentwicklung der Produktpalette gewünscht wird und auch Weiterbildungsmöglichkeiten im Bereich Marketing vorhanden sind, wird künftig in den Mitarbeitergesprächen hervorgehoben.

Durch das schwierige Jahr 2018 gab es von Seiten des Managements Entscheidungen, die nicht für alle Mitarbeitenden gleich gut nachvollbar waren. Daraus ergab sich im Bereich Strategie und Management ein leichter Einbruch im Vergleich zur letzten Umfrage.

## 6. Betriebsökologie/Umweltmanagement/Beschaffung

Im Rahmen des Zertifizierungsprozesses (2017) wurde ein Ecomapping durchgeführt. Hierbei wurden Aspekte wie z.B. Energie/ Emissionen, Wasser, Abfall oder Sicherheit am Bürostandort dokumentiert, der IST-Zustand erhoben und Verbesserungen initiiert.

In diesem Zusammenhang haben sich Mülltrennung und Einsparungen von Lichtemission seitens der Mitarbeitenden voll etabliert. Im Verbesserungsprogramm bleibt als „fortlaufend“ gekennzeichnet, dass Lampen bei Nichtgebrauch ausgeschaltet werden, abends die Computer und Drucker ebenfalls ausgeschaltet

und tagsüber in den Stand-by Modus versetzt werden. Bei Neukauf von Elektrogeräten wird auf Energieeffizienz und Umweltverträglichkeit geachtet.

### 6.1. Energie

	Einheit	2018
Stromverbrauch	kWh	3.095
Gesamt kwh	kWh	15.392

Seit April 2015 bezieht die Firma Strom über den Ökostrom-Anbieter Greenpeace Energy.<sup>1</sup> Im Jahr 2018 konnte somit 3.095 t CO<sub>2</sub> eingespart werden, da die Stromerzeugung zu 0% zu einer CO<sub>2</sub>-Belastung beiträgt. Geheizt wird in dem Haus, in dem sich die Büroräume befinden, mit Gas vom Betreiber Greenpeace Energy. Dieser innovative Anbieter fördert die Gewinnung von Windgas, das ist Gas, das durch ein bestimmtes Verfahren aus Windenergie gewonnen wird. Durch Nutzung dieses Anbieters wird also die Forschung von alternativer Gasgewinnung unterstützt<sup>2</sup>.

### 6.2. Emissionen im Betrieb

	Einheit	2018
CO <sub>2</sub> -Flugdienstreisen	t	0,028

Dienstreisen werden seit 2007 komplett kompensiert. Wenn nicht direkt, dann indirekt über die Aufrundung der Gesamt-Spendengelder an atmosfair. Jedes Jahr gibt es einen großen Anteil von spendenbereiten Kunden. Je nach Gewinnerwartung wird der Betrag der Spenden, die wir weitergeben, um den Kompensationsbetrag der Dienstreisen und ggf. weiterer Beträge aufgerundet.

Dienstreisen innerhalb Deutschlands werden mit der Bahn getätigt. Ins Ausland, was meist nach Island, Grönland oder auf die Färöer Inseln ist, wird das Flugzeug genommen.

Die Kompensation wird über atmosfair geleistet, ebenso wie die Kundenspenden. Seit über 10 Jahren arbeiten wir mit der Non-Profit-Organisation zusammen. Sie trägt durch aktiven Klimaschutz zur Kompensation von CO<sub>2</sub>-Emissionen bei Flügen bei und deren Projekte sind nach dem CDM Gold Standard registriert.<sup>3</sup>

### 6.3. Papier

	Einheit	2018
Papiergewicht (Kataloge) pro Reisende	kg	0,83
Papiergewicht (Büropapier) pro Mitarbeitenden	kg	5,34
Anteil 100% Recycling Kataloge	%	100
Anteil 100% Recycling Büropapier	%	0

Der Katalog wird jährlich herausgegeben. Alle drei Jahre wird zusätzlich noch ein Reitkatalog erstellt, welcher dann für jeweils drei Jahre gültig ist und 2018 für 2019-2021 gedruckt wurde. Als aktuelle Ergänzungen zu Touren, Preisen und Terminen werden jedes Jahr 2-3 kleine Beiblätter gedruckt.

Die Kataloge werden per Post verschickt, können aber auch digital über die Homepage eingesehen werden. Des Weiteren stehen dem Kunden weitere Informationen über die einzelnen Reisen auf der Homepage zur Verfügung – die Kataloge dienen lediglich als allgemeine Informationsquelle, und um einen Überblick über unsere Produktpalette zu erhalten.

<sup>1</sup> Greenpeace Energy, [www.greenpeace-energy.de](http://www.greenpeace-energy.de)

<sup>2</sup> Nachzulesen auf der Homepage: <https://www.greenpeace-energy.de/geschaeftskunden/gewerbegas/unser-windgas-im-detail.html>

<sup>3</sup> atmosfair, [https://www.atmosfair.de/de/klimaschutzprojekte/cdm\\_gold\\_standard/](https://www.atmosfair.de/de/klimaschutzprojekte/cdm_gold_standard/)

#### 6.4. Umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen

Bei der Beschaffung von umweltfreundlichen Produkten und Dienstleistungen wird bei der Papierbeschaffung auf Recyclingpapier geachtet, ebenso beim Toilettenpapier. Die nötige Energie wie Strom oder Gas stammt aus möglichst umweltverträglichen Quellen von Greenpeace Energy. Der Katalog wird bei der Umweltdruckerei klimaneutral gedruckt.<sup>4</sup>

### 7. Reiseangebote

#### 7.1. Angebotsportfolio

	Einheit	2018
Reiseangebote	Anz	131
Reisende gesamt (inkl. Grönland und Färöer)	Anz	841
Individualreisende (inkl. Grönland und Färöer)	Anz	562
Gruppenreisende (+ Reittouren)	Anz	279



Die meistgebuchten Reisen bei Island Erlebnisreisen sind maßgeschneiderte Individualreisen nach Island. Des Weiteren werden Reittouren und Gruppenreisen (meist Wander- und Busrundreisen) anderer Leistungsträger vermittelt. Grönland und die Färöer Inseln komplettieren das Angebot, sind aber weniger durch Kunden frequentiert als Island. Viele Reisende verbinden Gruppen- sowie Reitreisen mit weiteren Reisebausteinen, welche individuell arrangiert werden.

Abgebildet in der obigen Tabelle sind alle angebotenen Reisen. Die Angebote für Individualreisende sind maßgeschneidert und individuell für die einzelnen Kunden entworfen. Aus den Diagrammen ergibt sich, dass eine Überarbeitung/Verschlinkung der Angebotspalette vorgenommen werden muss. Ob ein eigener Reitkatalog, auch wenn er für 3 Jahre Gültigkeit besitzt, wirklich sinnvoll ist, muss überdacht werden.

Seit 2007 ist eine Klimaschutzspende an atmosfair als annähernde Kompensation für CO<sub>2</sub>-Emissionen des Fluges im Reisepreis inkludiert. Diese freiwillige Spende wird in den Kundenangeboten extra ausgezeichnet und kann aktiv vom Kunden ausgewählt werden.

Bei Individualreisenden ist eine hohe Aufenthaltsdauer zu verzeichnen, sie bleiben durchschnittlich ca. 12 Tage auf der Insel. Die Gruppenreisen dauern im Schnitt 9 Tage.

Die Reiseangebote werden im Katalog als kleine Auswahl dargestellt. Im Internet werden diese dann ausführlicher in Form von Detailbeschreibungen und Routenkarten abgebildet.

Jedes Jahr wird ein Katalog erstellt. Zuletzt (für das Jahr 2019) sind es zwei DIN A5-Broschüren (Hauptkatalog und Reitkatalog) mit über 60 Seiten. Neuerungen und Preise finden sich in einem extra Flyer, welcher jedes

<sup>4</sup> Umweltdruckerei, [www.dieumweltdruckerei.de](http://www.dieumweltdruckerei.de)

Jahr heraus kommt. Somit bietet Island Erlebnisreisen den Kunden ein vielfältiges Reiseangebot in alle Regionen Islands an (sowie ein kleineres Angebot für Grönland und die Färöer Inseln).

## 7.2. Produktbewertung

Wie im Firmennamen bereits impliziert, fokussieren wir uns auf Island als Hauptreisest destination. Da Island mit seiner Insellage nur per Flugzeug oder Fähre zu erreichen ist, sind keine landbasierten Transportmittel für die An- und Abreise einsetzbar. Eine Fähranfahrt dauert recht lange und der Reisende ist zeitlich eingeschränkt was die Aufenthaltsdauer in Island betrifft. So ist ein Flug nach Island beinahe alternativlos. Der weitaus überwiegende Anteil unserer Gäste nutzt diesen Anreiseweg. Seit 2007 bieten wir in den Reiseangeboten an, den Flug zu kompensieren. In 2018 betrug die Bereitschaft, den Flug durch eine Spende an atmosfair über uns zu kompensieren, über 60%.

In den letzten Jahren konnten folgende Spendenbeträge an atmosfair weitergegeben werden (die Spendenbescheinigungen wurden auf die Namen der Kunden ausgestellt):

	2016	2017	2018
Spenden an atmosfair von Kunden	21.114,50	19.365	13.702
Kompensation von Dienstreisen + eigene Spende	1.595,50	235	98
	22.710,00	19.600	13.800

Der Transport im Zielgebiet geschieht meist mit dem Mietwagen (bei Individualreisenden) oder mit Bussen (bei Gruppenreisenden).

Innerhalb Islands ist der öffentliche Nahverkehr etwas eingeschränkt. Zu Hauptsehenswürdigkeiten im Sommer gibt es zwar diverse Überlandbusse, gestaltet die individuelle Reise aber weniger flexibel. Außerhalb der Hauptsaison ist die Anbindung in entlegene Gebiete und zu gewissen Gästehäusern beinahe unmöglich. Eine Zugverbindung besteht überdies in ganz Island nicht. Daher greifen die meisten Kunden für eine individuelle und flexible Reiseroute auf gemietete Fahrzeuge zurück.

Viele Gruppenreisen starten direkt am Flughafen, sodass kein Inlandsflug nötig ist. Einige Reittouren hingegen starten in anderen Regionen Islands, sodass es abzuwägen gilt, ob der zeitliche und monetäre Aufwand eines Überlandtransportes gegenüber einem Inlandsflug im Verhältnis steht. Und natürlich steht im Vordergrund was der Kundenwunsch ist bzw. wie zeitlich flexibel dieser ist. Generell wird versucht Flüge unter 800 km zu vermeiden.

Bei der meist jahrelangen Zusammenarbeit mit den Leistungsträgern vor Ort spielt die Regionalität der Anbieter eine große Rolle. Es wird seit jeher bei lokalen und meist privat betriebenen Unterkünften und Incoming Agenturen gebucht. Diese sind oft so klein, dass eine Zertifizierung mit dem Nordic EcoLabel oder Vakinn (Isländisches Qualitäts- und Umweltsiegel für Tourismus-Unternehmen) deren finanzielle Möglichkeiten übersteigt. In den allermeisten Fällen wissen wir jedoch, dass ökologisches Handeln wie beispielsweise Mülltrennung oder Nutzung der isländischen natürlichen Energiequellen wie z.B. Erdwärme im Bewusstsein verankert ist.

Bei der Auswahl der Leistungsträger wird also zwar auf Nachhaltigkeit geachtet, dies geschieht aber unregelmäßig und nach sehr offenen Kriterien. Oftmals besteht in den dünn besiedelten Regionen keine Auswahl von verschiedenen Unterkünften. Bei Begutachtung der Unterkünfte wird zwar auf den Nachhaltigkeitsgedanken geachtet – und zumeist sind die Isländer sich darüber bewusst, dass sie die Natur schützen müssen, um als Reiseland attraktiv zu bleiben – jedoch sind wir letztendlich nicht immer in der Lage, zwischen Unterkünften auszuwählen. Deswegen sind wir davon abgerückt, einen Leistungskatalog aufzustellen, der letztendlich keine Auswirkungen hätte, da wir ihn selbst u.U. nicht beachten können.

Da Island ein absolutes Outdoor-Paradies ist, werden umweltschädliche Aktivitäten nicht angeboten. Das Programm wurde zudem entsprechend modifiziert – so wurden Angebote zu Kreuzfahrten aus der Produktpalette gestrichen. Diese und deren Auswirkungen werden immer mehr zum Thema aufgrund des wachsenden Tourismus und den damit einhergehenden Herausforderungen der Besucherlenkung. Nicht nur aus diesem Grund optimieren wir das Programm laufend hinsichtlich der Kundenkommunikation, der inhaltlichen Aspekte sowie der Routenanpassung.

Island ist aufgrund seiner reichen Naturschätze, der Nutzung von Geothermalenergie und seiner demokratischen Gesellschaftsform ein Land, in welchem die ökologischen und soziokulturellen Herausforderungen eher geringer sind als in anderen Ländern dieser Erde. Jedoch dürfen Themen wie der Anstieg des Tourismus und Naturzerstörung nicht außer Acht gelassen werden. Hier wird es in Zukunft immer wichtiger, Besucherströme zu lenken und Kunden so gut wie möglich hinsichtlich dieser Thematik zu sensibilisieren und dafür natürlich auch Angebote zu schaffen.

Es wird nach wie vor versucht, das Besucheraufkommen in der Hauptsaison von Juni bis August etwas zu entzerren, in dem verstärkt Angebote für die Nebensaison geschaffen und vermarktet werden. Dies ist auch das Ziel von Promote Iceland, der Organisation zur touristischen Vermarktung Islands.

## 8. Soziales Engagement

Das seit 2007 bestehende Engagement der Firma für die Klimaschutzorganisation atmosfair erfolgte aus dem Antrieb heraus, die kaum vermeidbaren Flugemissionen, welche durch die Flüge nach Island entstehen, auszugleichen.

Da die unterstützten Projekte von atmosfair weltweit stattfinden, ist der Wunsch entstanden, sich auch regional zu engagieren. Aus diesem Grunde ist die Firma dem Klimaschutzfonds Wedel e.V. beigetreten.<sup>5</sup> Dieser informiert vor Ort rund um das Thema erneuerbare Energien, trägt zur Umweltbildung bei, gibt Tipps zum Energiesparen und treibt verschiedene Projekte wie z.B. Photovoltaik-Anlagen im öffentlichen Raum voran.

Durch die bereits bestehende private Mitgliedschaft der Eigentümerin bei Greenpeace, besteht der Wunsch auch eine Firmenmitgliedschaft zu beantragen. Dieser Gedanke wird weiterhin erwogen und umgesetzt, sobald sich die finanzielle Situation stabilisiert.

## 9. Leistungsträger

Die Rückläufe der Leistungsträger-Umfragen sind generell sehr gering ausgefallen. Eine mögliche Erklärung hierfür ist, dass zum Zeitpunkt der Umfrage die Vorbereitungen für die Hauptsaison in Island startete oder auch, dass sich viele Betreiber selbst im Urlaub befinden. Ein Großteil der touristischen Aktivitäten konzentriert sich auf die 3-4 Sommermonate Mai-Juni bis August. Auch sind viele der Unternehmen in Island in Familienhand und Kleinbetriebe. Da fehlt für eine umfassende Befragung die Zeit bzw. die Manpower. Bei künftigen Besuchen werden die Mitarbeitenden dies Thema ansprechen und dadurch hoffentlich eine Sensibilisierung für dies Thema erreichen.

Zahlreiche Partner in Island arbeiten nach nachhaltigen Prinzipien oder sind nach lokalen Umweltkriterien zertifiziert (z.B. VAKINN<sup>6</sup> oder Nordic Ecolabel<sup>7</sup>). Eine Übersicht von Unternehmen, die bereits nach den erwähnten Kriterien arbeiten, wird bei uns dokumentiert und ist auch auf unserer Website zu finden (außer Unterkünfte)<sup>8</sup>.

---

<sup>5</sup> Klimaschutzfonds Wedel e.V., [www.klimaschutzfonds-wedel.de](http://www.klimaschutzfonds-wedel.de)

<sup>6</sup> VAKINN, Isländisches Qualitäts- und Umweltsiegel für Tourismus-Unternehmen, [www.vakinn.is](http://www.vakinn.is)

<sup>7</sup> Nordic Ecolabel, Umweltlabel für Skandinavien, [www.nordic-ecolabel.org](http://www.nordic-ecolabel.org)

<sup>8</sup> <https://www.islanderlebnis.de/csr/partner.php>

Da wir teilweise mit Unterküften zusammenarbeiten, die wenig Betten anbieten, ist es für diese unter Umständen nicht einfach möglich, sich selbst zertifizieren zu lassen, obwohl gerade die kleinen Häuser sich oft freiwillig sehr akribisch an ökologische Leitlinien halten. Insofern wäre die Dokumentation absolut nicht repräsentativ. Wir kennen die meisten kleinen Unterküfte und deren Betreiber aber überwiegend persönlich, und sollten wir einmal keinen guten Eindruck von den Unterküften in dieser Hinsicht haben, würden wir nicht weiter mit ihnen zusammenarbeiten.

### 9.1. Partneragenturen

	Einheit	2018
Haupt-Partneragenturen	Anz	21
Anzahl geprüfter Partneragenturen	Anz	9
Davon zertifiziert (Vakinn, TourCert)	Anz	4
Anteil geprüfter Partneragenturen	%	42,9
CSR-Index Partneragentur	%	66,24

Unsere Geschäftsbeziehungen zu den Incoming Agenturen sind verschiedener Natur. So haben wir mit einigen langjährige Beziehungen und viele regelmäßige Buchungen, mit anderen maximal eine Buchung im Jahr. Dies könnte eventuell eine Erklärung für die geringe Rücklaufquote der Befragungen sein. Die Bereitschaft Befragungen durchzuführen ist meist höher, wenn man im regelmäßigen Austausch steht.

Umso positiver ist es, dass die Agenturen, welche geantwortet haben, Aspekte zur Nachhaltigkeit in ihrem Firmenleitbild mit aufgenommen haben. Ökologische Anforderungen werden sowohl in die Angebotsgestaltung, als auch in die Auswahl der Partner mit einbezogen. Partnerschaftliches Wirtschaften ist ihnen sehr wichtig, auch wenn es hierzu keine einheitlichen Standards zu geben scheint, ebenso die regelmäßige Qualifizierung ihrer Reiseleiter in Bezug auf Fachthemen wie Flora und Fauna, Geschichte etc. Die Kunden könnten mehr zu umweltverträglichem Verhalten informiert werden.

Ein Austausch mit unseren Partnern findet bei Besuchen vor Ort oder bei Messen statt. Auch über Mailings unserer Partner werden wir über Neuigkeiten – auch über deren Aktivitäten auf dem Gebiet der Nachhaltigkeit – informiert. Diese Informationen werden intern ausgewertet und bei Buchung von Leistungen berücksichtigt (beispielsweise bei der Buchung von Whale Watching-Touren: Wir bevorzugen die Buchung von Touren auf Booten, die CO2-neutral und zudem sehr leise sind).

### 9.1. Unterküfte

	Einheit	2018
Anzahl Unterküfte gesamt (in die 2018 Kunden eingebucht wurden)	Anz	217
Anzahl der Unterküfte, die VAKINN oder Nordic Label tragen	Anz	16
Anzahl der wichtigsten Unterküfte, von uns aufgefordert, den Check auszufüllen	Anz	60
Anzahl geprüfter Unterküfte (die den Check ausgefüllt haben)	Anz	12
Davon zertifiziert	Anz	4
Anteil der zertifizierten Unterküfte (Vakinn+Nordic)	%	7,37
CSR-Index Unterküfte	%	64,44

Der Schwerpunkt der Unterküftbefragung lag hauptsächlich bei den Unterküften der Individualreisen. Es wurden vornehmlich Gästehäuser, Hotels, Farmgasthäuser sowie Ferienhausanbieter in Island befragt. Einen Großteil der Reisen machen Rundreisen aus. Dadurch sind die Kunden durchschnittlich zwei Nächte an einem Ort und umrunden einmal die Insel. Bei einer zweiwöchigen Reise kommen somit einige Unterküftwechsel zusammen.



Ähnlich wie an unserem Bürostandort in Wedel ist es unseren Partnern wichtig, einen persönlichen, fairen und partnerschaftlichen Umgang zu pflegen, sowohl mit den Kunden, als auch mit den eigenen Mitarbeitenden und Geschäftspartnern.

Selbstverständlich scheint auch zu sein, die Regionalität in den Vordergrund zu stellen, wenn es um die Beschaffung von Produkten oder Kundeninformation geht. Viele Lebensmittel werden regional angebaut oder kommen von nahegelegenen Höfen. Im ökologischen Bereich wird sowohl Wert auf Mülltrennung als auch auf regenerative Energiequellen gelegt, was in Island mit seiner enormen Verfügbarkeit an Geothermalenergie als auch Wasserkraft naheliegender erscheint.

Eine Schwachstelle bei den meisten Unterkünften sind fehlende Standards und Ansprechpartner allgemein für den Nachhaltigkeitsbereich und in der Kooperation mit Geschäftspartnern. In der Einkaufspolitik wird auf die Umweltverträglichkeit der Produkte geachtet, so weit dies möglich ist – Unterkünfte, die sich im Hochland befinden oder weit ab vom nächsten Ort, haben nicht immer Wahlmöglichkeiten und sind ohnehin gezwungen, die Kosten niedrig zu halten.

Wie überall auf der Welt, so sind auch in Island die Unterkünfte in der Nähe von bestimmten Sehenswürdigkeiten höher frequentiert als in abgelegenen Orten. Da es zum Glück noch kaum großteilige Hotelanlagen mit hoher Zimmerkapazität gibt, stellt sich aber in bestimmten Gebieten die Herausforderung freie Unterkünfte zu finden.

Zu den meisten Unterkünften pflegen wir langfristige, persönliche Verbindungen und haben unsere „Stammhäuser“ im Angebot. Durch den enormen Anstieg der Touristenzahlen in den letzten Jahren, erfordert es die Situation alternative Unterkünfte zu suchen und flexibel zu reagieren. Wenn es der Kundenwunsch ist, nehmen wir auch neue Unterkünfte mit ins Programm, die uns vorher unbekannt waren. So werden manche Unterkünfte in einer Saison mehrmals gebucht und in der nächsten kaum.

Ebenso wie bei den Incoming Agenturen liegt die Stärke in der langjährigen und partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit den Unterkünften. Auch hier sind es lokale Anbieter mit flachen Hierarchien und direkten Ansprechpartnern vor Ort. Dennoch könnte auch hier die Kommunikation in Bezug auf Nachhaltigkeit und deren Umsetzung verstärkt und ausgebaut werden. Zwar sind wir davon abgerückt, einen Leistungskatalog mit klar definierten Kriterien zu erstellen, weil dieser in der Praxis am Ende keine Beachtung finden würde, aber der Nachhaltigkeitsaspekt bleibt bei uns ein wichtiger, wenn wir Wahlmöglichkeiten haben.

### **9.3. Reiseleitung**

Da der Fokus von Island Erlebnisreisen hauptsächlich auf Individualreisen liegt, werden Gruppenreisen meist lediglich vermittelt. Die dort eingesetzten Reiseleiter werden nicht eigens durch uns eingestellt, sondern von den jeweiligen Tourenveranstaltern. Ein Reiseleiter, der für einen isländischen Reiseveranstalter arbeitet, muss eine entsprechende Qualifikation vorweisen können. Somit haben wir die Sicherheit, dass Gruppenreisen von unseren Isländischen Partnern einen entsprechenden Standard besitzen. Mindestens zwei deutsche Partner, die Gruppenreisen in Island anbieten, sind TourCert-zertifiziert – hier gehen wir davon aus, dass diese für die qualifizierte Ausbildung ihrer Reiseleiter sorgen. Sollten negative Rückmeldungen von unseren KundInnen bzgl. der Qualität der Reiseleitung kommen, gehen wir den Vorwürfen nach und ziehen ggf. entsprechende Konsequenzen. Die deutsche Reiseleiterin, die wir für unsere selbst organisierte Gruppenreise engagieren, hat die Reiseleiter-Ausbildung in Island abgeschlossen.

## **10. Verbesserungsprogramm**

Im Strategie-Workshop mit Tourcert wurde das Verbesserungsprogramm mit ersten Ideen erarbeitet und später mit dem gesamten Team weiterentwickelt. Aus den Handlungsfeldern heraus wurden Ziele und

Maßnahmen definiert, Verantwortungsbereiche der einzelnen Mitarbeiter, Zeitrahmen sowie der jeweilige Bearbeitungsstand erstellt.

Das Verbesserungsprogramm dient als Planungsdokument für die nächsten Jahre und wird jährlich aktualisiert.

Das Verbesserungsprogramm befindet sich in einer gesonderten Excel-Tabelle.