TourCert

Travel for Tomorrow

Prüfbericht
TourCert Zertifizierung

Explorer World of Travel GmbH

Datum des Audits: 2025-07-16

Prüfbericht

Name des Betriebs	Explorer World of Travel GmbH
Firma des Unternehmens	Explorer World of Travel GmbH
Anzahl Mitarbeiter*innen (in Vollzeitäquivalenten)	30

Lead-Auditor*in	Annegret Zimmermann
Co-Auditor*in	Tsvetana Ring
Datum des Audits	2025-07-16
Art des Audits	Vor-Ort-Audit

Gesprächspartner*innen des Unternehmnens	Heike Niederberghaus (GF) Katja Borowski (NHB) Sabine Besgen (Produktmanagm.) Julia Wissmann (Managem.) Robin Paul (Managem.) Julia Bienemann (HR) Ludger Vernaleken (Finanzen) Martin Miermeister (Finanzen) Christian Koch (Kundenkomm.) Jutta Giovannoni (Produktmanagem.) Kathrin Koch (Produktmanagem.) Monika Tigges (Produktmanagem.) Carina Schomburg (Produktmanagem.) Deborah Bernardi (Produktmanagem.)

Zusammenfassung

Gesamtbewertung

Die Explorer World of Travel GmbH (EWT) vollzog in den letzten Jahren einen kontinuierlichen Umstrukturierung- und Umgründungsprozess. Seit Mai 2025 ist das Unternehmen Teil von Schauinsland-Reisen, behält jedoch seine Unabhängigkeit.
Mit den Änderungen ist auch ein wertvoller Prozess der Unternehmensentwicklung, die Neudiskussion eines Leitbildes vollzogen worden. Dabei wurden Vision, Mission und Werte im Unternehmen erarbeitet.
Zum Zeitpunkt des Auditgespräches befand sich das Unternehmen im Umzug in moderne und größere Räume. Es wurden die alten und die neuen Räume besucht.
Die Auditorin konnte im Gespräch einen sehr guten Einblick in die Teamstruktur bekommen. Die EWT basiert auf einem engagierten, fachlich sehr kompetenten und vielfältig aufgestellten Team. Das Unternehmen erscheint sehr strukturiert und sowohl die interne als auch externe Kommunikation ist ausgezeichnet. Der Nachhaltigkeitsprozess wird vom gesamten Team mitgetragen und gelebt.
Frau Borowski als NHB ist sehr engagiert und wird von einem kleinen Team unterstützt. Wesentliche Highlights des Nachhaltigkeisprozesses sind der Supplier Code of Conduct für die Partnerunternehmen, das Unternehmensleitbild sowie die 100-prozentige Kompensation der Dienstreisen.
Dinge, die für die nächste Zeit anstehen, sind, neben dem Etablieren in den neuen Räumlichkeiten und der Umstrukturierung, das Einführen eines Feedbacksystems für die Endkund:innen, Erarbeiten einer Lösungsmöglichkeit für die Kompensation der nicht vermeidbaren CO2-Emissionen der Reisenden sowie eine stärkere Kommunikation zum Thema Nachhaltigkeit.

Das Unternehmen wird zur (Re-) Zertifizierung empfohlen:

Ja, mit Auflagen

Annegret Zimmermann

2025-07-21

Wesentliche Abweichungen

Kriterium

Geringfügige Abweichungen

Kriterium		
1.1	Leitbild Das Unternehmen hat ein Leitbild, das auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird, und Bezug zum Management der folgenden Aspekte nimmt: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz, (iv) Biodiversität, (v) kontinuierliche Verbesserung.	
Abweichung		Termin
Das Leitbild soll nach Fertigstellung auf der Webseite eingepflegt werden und sowohl extern als auch intern kommuniziert werden.		**31. August 2025**
1.9	Monitoring und kontinuierliche Verbesserung Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.	
Abweichung		Termin
Aufgrund der hohen Relevanz des Verbesserungsprogramms im Nachhaltigkeitsprozess, wird darum gebeten dieses Instument innerhalb von drei Monaten zu überarbeiten. Hierbei sollten klare Ziele, Ergebnisindikatoren und Massnahmen für das laufende und das kommende Jahr ergänzt werden.		**30. November 2025**

Geringfügige Abweichungen

Kriterium	
3.2	Barrierefreiheit Das Unternehmen ermöglicht einen barrierefreien Zugang und erhebt den Anteil an barrierefreien Betten. Für Personen mit besonderen Bedürfnissen werden entsprechende Informationen bereitgestellt (z.B. auf der Website).

Abweichung	Termin
Das Thema Barrierefreiheit sollte stärker auf die Agenda gesetzt werden und Maßnahmen kontinuierlich für das Verbesserungsprogramm abgeleitet werden.	**30. November 2025**

Empfehlungen

Kriterium	
1.10	Nachhaltigkeitsbericht Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt und veröffentlicht das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.

Empfehlung	Termin
Nachhaltigkeitsbericht ergänzen und nach erfolgter Rezertifizierung unter Nachhaltigkeit auf der Webseite Einpflegen.	**30. September 2025**

1.11	Nachhaltige Tourismusplanung vor Ort Das Unternehmen leistet einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Tourismusplanung und -steuerung am Zielort.

Empfehlung	Termin
Explorer World of Travel sollte stärker mit den DMCs in die aktive Kommunikation gehen und perspektivisch nach weiteren Möglichkeiten suchen, wie es noch gezielter die Auswahl der Partner auf seiner Leistungskette beeinflussen kann. Der Supplier Code of Conduct ist ein erster hilfreicher Schritt.	

6.4	Nachhaltigkeitszertifizierungen (nur für Reiseveranstalter) Das Unternehmen achtet bei der Auswahl von Unterkünften gezielt auf Nachhaltigkeitszertifizierungen.

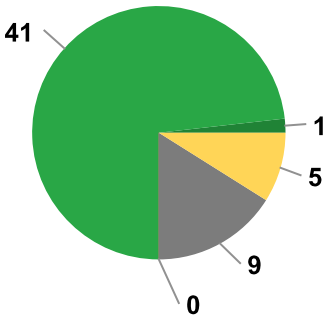
Empfehlung	Termin
Perspektivisch sollte sich das Nachhaltigkeitsteam hierzu zusammensetzen, um Maßnahmen zu definieren, die künftig umgesetzt werden können, damit die DMCs noch stärker nachhaltig zertifizierte Unterkünfte in das Angebotsportfolio integrieren. Diese Maßnahmen sollten sich ebenfalls im Verbesserungsprogramm wiederfinden.	**7. Dezember 2025**

8.3	CO2-Emissionen und Kompensation Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO2-Emissionen am Standort. Das Unternehmen kompensiert mindestens 50% der Emissionen von Dienstreisen.

Empfehlungen	
Kriterium	
Empfehlung	Termin
Das Ausfüllen und Einreichen des Formulars mit der Dienstreiseabrechnung verknüpfen, welche erst komplett ist und bearbeitet werden kann, wenn alle Dokumente vorliegen.	**31. Oktober 2025**
9.5 Chemikalien und Gefahrstoffe Das Unternehmen erhebt Daten zum Einsatz von Chemikalien am Unternehmensstandort und ergreift Maßnahmen, um diesen zu minimieren oder zu ersetzen. Das Unternehmen führt ein Gefahrstoffkataster.	
Empfehlung	Termin
Im Auditgespräch wurde darauf hingewiesen einen Absatz zu den im Unternehmen genutzten Reinigungsmitteln aufzunehmen.	**31. August 2025**
9.7 Bezug von Waren und Dienstleistungen Beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen gibt das Unternehmen nachhaltigen Angeboten Vorrang (regional produzierte, ökologische, fair gehandelte und umweltfreundliche Produkte, Dienstleistungen, Investitionsgüter und Baumaterialien).	
Empfehlung	Termin
Nachhaltigkeitsbericht um Änderungen aufgrund des Umzuges ergänzen/akutalisieren (z. B. Kauf von hochwertigen und auf Langfristigkeit ausgelegten digitalen Arbeitsgeräten).	
9.8 Nachhaltige Lebensmittel Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Anteil nachhaltiger Lebensmittel (inklusive Lunchpakete auf den Touren).	
Empfehlung	Termin
Bitte auch einen Absatz zur Beschaffung von Lebensmitteln und insbesondere Aussagen dazu ergänzen, ob sie fair bzw. nachhaltig sind.	**31. August 2025**

Erfüllung der Kriterien

		Destination	
		Anzahl	Anteil
■	Nicht zutreffend	9	16.07 %
■	Kriterium nicht erfüllt	0	0 %
■■	Verbesserungswürdig	5	8.93 %
■■■	Kriterium erfüllt	41	73.21 %
■■■■	Best Practice	1	1.79 %
	Erfüllungsgrad (Kriterium erfüllt + Best Practice)	**89 %**	



Bewertungs-Matrix

Das Audit basiert auf dem TourCert-Kriterienkatalog für Unternehmen in der Fassung vom Mai 2021.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
1	**Management**		
1.1	Leitbild Das Unternehmen hat ein Leitbild, das auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird, und Bezug zum Management der folgenden Aspekte nimmt: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz, (iv) Biodiversität, (v) kontinuierliche Verbesserung.	■■■■	Im Juli 2025 wurde das Leitbild auf Leitungsebene vorentworfen und wird abschließend mit dem Team diskutiert. Es entstand ein aussagekräftiges Leitbild, welches final im Team diskutiert wurde. Nach Fertigstellung wird das Leitbild auf der Unternehmensseite eingestellt. Der Leitbildprozess ist zeitaufwändig, jedoch wird er als essentiell für das Unternehmen betrachtet. Das Unternehmen lebt dieses Leitbild. Bzw. die erfolgreiche und beispielgebende interne Kommunikation und das Unternehmensverständnis wurde im Leitbild festgehalten. Das Dokument des verabschiedeten Leitbildes ist unter Prüfbericht hochgeladen.
1.2	Nachhaltigkeitsmanager*in Die Leitungsebene übernimmt CSR-Verantwortung und hat eine verantwortliche Person als Nachhaltigkeitsmanager*in benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet. Der*die Nachhaltigkeitsmanager*in koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben, engagiert und motiviert die Mitarbeitenden und ist Ansprechpartner*in für externe Stakeholder.	■■■	Die Nachhaltigkeitsbeauftragte arbeitet im Unternehmen als Produktmanagerin sowie in Abhängigkeit der Bedarfe für das Thema Nachhaltigkeit. Neben ihr gibt es noch ein 6 Personen starkes Team, dass sich regelmäßig austauscht. Hierfür werden jedem Mitarbeitenden bis zu zwölf Stunden der monatlichen Arbeitszeit zur Verfügung gestellt.
1.3	Rechtskonformität Das Unternehmen stellt sicher, dass alle relevanten Gesetze und alle geltenden lokalen, nationalen und internationalen Verpflichtungen erfüllt werden (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).	■■■	siehe NHB S. 4
1.4	Menschenrechte Das Unternehmen hat die relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert. Das Unternehmen garantiert bei seinen Geschäftspraktiken die Einhaltung der Rechte und die Mitbestimmung lokaler Gemeinschaften und orientiert sich an international und national bewährten Praktiken und lokal vereinbarten Leitlinien.	■■■	Das Thema ist zum einen über das Leitbild abgedeckt und zum anderen wird es über Schulungen sichergestellt. Beispielsweise wird die ECPAT-Schulung künftig verpflichtend für alle Mitarbeitenden durchzuführen sein, siehe NHB S. 4.
1.5	Risikomanagement Das Unternehmen hat einen Krisen- bzw. Risikomanagementplan, um Touristen im Notfall zu schützen und falls erforderlich Konsequenzen für touristische Angebote zu ziehen. Verantwortliche Mitarbeitende werden für akute Sicherheits- und Gesundheitsrisiken für Touristen von entsprechenden Stellen geschult.	■■■	Es gibt u. a. auch eine Notfallhotline, die nach Feierabend der Kundenberater und des Reiseveranstalter 24/7 besetzt ist, siehe NHB S. 5.
1.6	Stakeholder-Analyse Das Unternehmen hat seine internen und externen Stakeholder identifiziert (z.B. mit einer Stakeholder-Landkarte) und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.	■■■	Abb. siehe NHB S. 5.
1.7	Stakeholder-Dialog Das Unternehmen führt einen aktiven CSR-Dialog mit seinen Stakeholdern, informiert über das eigene CSR-Management und fördert die nachhaltige Entwicklung der Stakeholder.	■■■	ja, siehe NHB S. 6
1.8	Priorisierung der Handlungsfelder Das Unternehmen hat auf der Grundlage der Bestandsaufnahme eine Stärken-Schwächen-Analyse sowie eine Priorisierung der Nachhaltigkeitsthemen durchgeführt und seine wichtigsten Handlungsfelder identifiziert (Portfolio-Analyse oder Wesentlichkeitsanalyse).	■■■	siehe NHB S. 6 u. 7

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
1.9	Monitoring und kontinuierliche Verbesserung Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.	■■	Das VP wird zwar als hilfreiches Tool erkannt und genutz, sollte perspektivisch jedoch noch aktueller gehalten werden. Derzeit sind bspw. nich alle Indikatorenkategorien mit Maßnahmen hinterlegt und nur sehr wenige Maßnahmen aufgeführt, die noch nicht erfüllt, also noch im Prozess befindlich sind, was auf die zeitintensiven Umstrukturierungsprozesse im Unternehmen zurückzuführen ist. Hierzu wird eine Empfehlung ausgesprochen.
1.10	Nachhaltigkeitsbericht Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt und veröffentlicht das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.	■■■	Der NHB ist umfangreich und detalliert sowie gut lesbar. Er wird stellenweise aufgrund der sich aus dem Umzug ergebenden Änderungen (z. B. Punkt 9 Ressourcenmanagement) angepasst. Er wird im Falle einer Rezertifizierung auf der Webseite in der Rubrik Nachhaltigkeit hinterlegt.
1.11	Nachhaltige Tourismusplanung vor Ort Das Unternehmen leistet einen positiven Beitrag zur nachhaltigen Tourismusplanung und -steuerung am Zielort.	■■	Da Explorer World of Travel keine eigenen Reisen entwickelt, sondern diese über Schnittstellen oder DMCs bezieht, hat das Unternehmen nur einen begrenzten Einfluss auf die Steuerung am Zielort. Jedoch achtet das Unternehmen darauf, Produkte zu beziehen, die alle Standards für einen ökologisch verträglichen, sozial gerechten und ökonomisch fairen Tourismus erfüllen, indem es alle Partner dazu verpflichtet, einen Supplier Code of Conduct zu unterzeichnen. Explorer World of Travel steht in der Verantwortung und Pflicht, eine nachhaltige Tourismuspraxis in der Lieferkette aktiv zu betreiben. Der Supplier Code of Conduct ist ein guter und hilfreicher Schritt, reicht jedoch allein nicht aus. Hierzu wird eine Empfehlung ausgesprochen. Weitere Details siehe NHB S. 8.
2	**Wirtschaftsdaten**		
2.1	Wirtschaftliche Stabilität Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur wirtschaftlichen Stabilität.	■■■	Ja, siehe NHB S. 8 und 9.
3	**Angebot**		
3.1	Angebotsentwicklung Das Unternehmen erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit seiner eigenen touristischen Angebote.	■■■	Bei der Gestaltung der Reisen spielen die Produktmanager eine wichtige Rolle. Sie sind für die Auswahl des Portfolios verantwortlich und treffen Entscheidungen hinsichtlich nachhaltiger Produkte. Mit Hilfe des Produkt- Checks kann geprüft werden, ob und welche Nachhaltigkeitsaspekte bei der Produktgestaltung berücksichtigt werden. Zudem werden Stärken und Schwächen aufgezeigt, um eventuelle Verbesserungen einführen zu können. Siehe dazu umfangreiche Ausführungen im NHB S. 8 und 9.
3.2	Barrierefreiheit Das Unternehmen ermöglicht einen barrierefreien Zugang und erhebt den Anteil an barrierefreien Betten. Für Personen mit besonderen Bedürfnissen werden entsprechende Informationen bereitgestellt (z.B. auf der Website).	■■	Die neuen Räume sind barrierearm zu erreichen, eine barrierefreie Toilette gibt es allerdings nicht. Bei Explorer World of Travel gibt es derzeit keine barrierefreien Reiseangebote, die explizit ausgeschrieben und beworben werden. Die Thematik spielt im Tagesgeschäft des Veranstalters eine eher geringe Rolle, wobei bei entsprechenden Anfragen gemeinsam mit den Partnern spezielle Angebote für Menschen mit Einschränkungen erstellt werden können. Es wird zudem in den angelegten Touren darauf hingewiesen, dass diese nicht barrierefrei sind und bei speziellen Bedürfnissen eine individuelle Beratung erfolgen kann und sollte. Auch die Webseite von Explorer World of Travel ist aktuell nicht barrierefrei gestaltet. Aufgrund der Inkorpuierung in Schauinslandreisen wird eine Anpassung der Webseite vorgenommen und das Thema Barrierefreiheit stärker auf die Agenda gesetzt. Folgende Links empfiehlt die Auditorin zur grundlegenden Informationen und Beratung: https://www.reisen-fuer-alle.de https://www.barrierefreier-tourismus.info https://www.germany.travel/de/barrierefrei/barrierefreie-reiseziele.html
4	**Kund*innen / Gäste**		

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
4.1	Information and Kommunikation Das Unternehmen bewirbt bei seinen Kunden aktiv das nachhaltige Reisen durch transparente Kommunikation. Über die Nachhaltigkeit der Leistungsträger wird an geeigneter Stelle informiert. Die in den Vermarktungsaktivitäten eingesetzten Werbebotschaften und Bilder präsentieren die Orte bzw. die Destination respektvoll und geben ein authentisches, realistisches Abbild der Destination oder des Produktes wieder.	■■■	Ja, siehe NHB S. 11, darüber hinaus sind auf der Webseite Angebote und Informationen zum Thema Nachhaltigkeit zu finden. Perspektivisch soll das Nachhaltigkeitsthema stärker mit der Zertifizierung verknüpft und über verschiedene Kanäle kommuniziert werden.
4.2	Kund*innen Zufriedenheit Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Kund*innen inklusive der Wahrnehmung von nachhaltigen Aspekten der Reisen.	■■■	Zufriedenheitsindex von 92,31%, sowie weitere Details S. 11 - 13.
4.3	Gästeinformation und Beschwerdemanagement Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Qualität und Nachhaltigkeit seiner Kund*innen-Information. Das Unternehmen informiert seine Gäste aktiv zu (i) umweltfreundlicher Anreise, (ii) umweltfreundlicher Mobilität am Standort und (iii) umwelt- und sozialverträglichem Verhalten vor-Ort.	■■■	Ja, siehe Details im NHB S. 13 und 14. Darüber hinaus wird künftig an einem System zum Gästefeedback gearbeitet.
5	**Mitarbeitende**		
5.1	Sicherheit Das Unternehmen gewährleistet eine sichere Arbeitsumgebung für seine Mitarbeitenden.	■■■	siehe NHB S. 14
5.2	Schulung (zur Nachhaltigkeit) Alle Mitarbeitenden (auch die in den Destinationen) erhalten mindestens einmal jährlich Schulungen zu mind. einem der folgenden Themenbereiche: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen (einschließlich Sicherheit und Gesundheitsschutz, Risiko- und Krisenmanagement, Wirtschaftlichkeit und Qualität), (iii) Umweltschutz, (iv) biologische Vielfalt und (v) ihrer Rolle und Verantwortung bei der Umsetzung der genannten Aspekte.	■■■	2025 werden die Pflichtschulungen fortgeführt und ergänzt um eine Basis Nachhaltigkeitsschulung. Zudem wird den Mitarbeitenden empfohlen, die TourCert Wissensschulung „fit for Future“ zu absolvieren. Auch wird das E-Learning „Kinderschutz auf Reisen und im Tourismus“ von ECPAT Deutschland nahegelegt. Im Rahmen eines Projektes innerhalb des Nachhaltigkeitsteams wurde eine Schulung für alle EWT-Mitarbeitenden ausgearbeitet, welche von den Mitarbeitenden verpflichtend zu absolvieren sein soll. Es wurde bisweilen keine technische Möglichkeit gefunden, diese Schulung zu automatisieren und die Teilnahme zu überprüfen. Hieran wird weiterhin gearbeitet.
5.3	Anreizsystem und Sozialleistungen Das Unternehmen bietet seinen Mitarbeitenden freiwillige Sozialleistungen, Aufstiegsmöglichkeiten und weitere Zusatzleistungen an (z.B. Mobilitätszuschuss, freie Verpflegung, etc.).	■■■	Siehe NHB S. 15 Bspw. wird das Deutschlandticket vom Arbeitgeber übernommen.
5.4	Bezahlung Das Unternehmen verpflichtet sich zur Einhaltung der Mindestlohn- und Tarifverträge. Die Löhne müssen mindestens existenzsichernd sein und die lokalen Lebenshaltungskosten decken.	■■■	Es wird großer Wert auf faire und transparente Vergütung gelegt, die die Beiträge und Qualifikationen jedes Einzelnen berücksichtigt.
5.5	Überstundenregelung Das Unternehmen hat eine Überstundenregelung.	■■■	Ja, das System ermöglicht eine transparente Nachverfolgung eventueller Überstunden. Um eine faire Balance zwischen Arbeit und Freizeit zu gewährleisten, sollten Überstunden zeitnah durch Freizeitausgleich abgebaut werden.
5.6	Interessenvertretung Das Unternehmen unterstützt die Bildung einer Interessenvertretung oder eines Betriebsrats der Mitarbeitenden.	■■■	Es gibt derzeit keinen Betriebsrat. Jedoch steht man dem Thema bei Explorer World of Travel grundsätzliche offen gegenüber. Thema ist bisher nicht von Explorer World of Travel initiiert worden und mitarbeiterseitig nicht aufgekommen. Es besteht grundsätzliche Offenheit bezüglich der Bildung.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
5.7	Gerechtigkeit und Inklusion Das Unternehmen bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, Geschlecht, sexueller Orientierung und Behinderung an. Die lokale Bevölkerung erhält die gleichen Chancen auf Beschäftigung, Aufstieg und Einstellung in Führungspositionen.	■■■	Siehe NHB S. 15
5.8	Beschäftigungsstruktur Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Beschäftigtenstruktur.	■■■	Ja, z. B. sind drei von vier Personen in Führungspositionen weiblich.
5.9	Mitarbeitenden-Zufriedenheit Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Zufriedenheit der Mitarbeitenden.	■■■	Die Befragung umfasste acht Themenblöcke mit insgesamt 55 Fragen und erzielte einen Zufriedenheits-Index von 74%. Dabei schnitten die Bereiche Kooperationskultur, Strukturen & Abläufe, Motivation sowie Strategie besonders gut ab. Es konnten außerdem eigene Kommentare sowie Verbesserungsvorschläge angebracht werden. Die Ergebnisse der Mitarbeitendenbefragung wurden im Team im Rahmen der regelmäßig stattfindenden Meetings geteilt und ausgewertet. Ein wesentlicher Schritt als Konsequenz der negativen Bewertung der Arbeitsplatzsituation (z. B. eng, laut) mündete im Umzug, der aktuell stattfindet. Die neuen Räume sind weiter, heller, ruhiger und gefallen (nach erster Bewertung) den Mitarbeitenden viel besser.
6	**Leistungsträger*innen**		
6.1	Einbindung von Leistungsträger*innen Das Unternehmen bindet lokale Unternehmen bei der Entwicklung und dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen ein, die auf Natur, Geschichte und Kultur der Region basieren.	■■■	Explorer World of Travel legt großen Wert auf eine enge und zuverlässige Partnerschaft, dem Grundstein für eine erfolgreiche Zusammenarbeit. Jedoch bindet das Unternehmen keine lokale Unternehmen bei der Entwicklung und dem Verkauf von Produkten und Dienstleistungen ein, die auf Natur, Geschichte und Kultur der Region basieren, in die Leistungskette ein. Explorer World of Travel entwickelt idR keine eigenen Reisen. Es wird jedoch bei der Auswahl der Partner darauf geachtet, wenn möglich mit lokalen Unternehmen zu kooperieren. Für die Dienstleister gibt es einen Supplier Code of Conduct.
6.2	Supplier Code Das Unternehmen stellt sicher (z.B. über Vertragsklauseln oder einen Supplier Code of Conduct), dass grundlegende Nachhaltigkeitsprinzipien in den Bereichen (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz und (iv) Biodiversität von den Leistungsträgern eingehalten werden.	■■■	Das Unternehmen stellt über einen Supplier Code of Conduct sicher, dass grundlegende Nachhaltigkeitsprinzipien in den Bereichen Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Biodiversität von den Leistungsträgern eingehalten werden. Dieser ist bei Vertragsabschluss Teil der Vertragsunterlagen und von allen Partnern zu unterzeichnen. Es wurden im letzten Jahr alle Partner, die den Code of Conduct noch nicht unterzeichnet hatten, angemahnt und vereinzelt auch Partnerschaften mit Partnern beendet, die nicht bereit waren, der Code of Conduct zu unterzeichnen. Das Dokument ist im System hochgeladen.
6.3	Befragung von Leistungsträger*innen Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Leistungsträger und Lieferanten durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.	■■■	Im Zuge der Zertifizierung haben ausgewählte Partneragenturen einen Self-Check in Bezug auf verschiedene Nachhaltigkeitsaspekte durchgeführt. Unterkünfte und Reiseleiter:innen werden nicht befragt, da sie nicht unter direktem Vertrag stehen.
6.4	Nachhaltigkeitszertifizierungen (nur für Reiseveranstalter) Das Unternehmen achtet bei der Auswahl von Unterkünften gezielt auf Nachhaltigkeitszertifizierungen.	■■	Zwar schnürt das Unternehmen keine eigenen Produkte, sondern kauft diese fertig ein, womit die Möglichkeit bei der Auswahl der Unterkünfte gezielt auf Nachhaltigkeitszertifizierungen zu achten, zunächst begrenzt scheint. Es ist jedoch die Pflicht eines nachhaltig agierenden Reiseveranstalters hier proaktiv tätig zu sein und die Auswahl von Unterkünften hinsichtlich der verschiedenen Nachhaltigkeitszertifizierungen positiv zu beeinflussen. Es ist positiv zu bewerten, dass Nachhaltigkeitszertifizierungen prinzipiell sehr begrüßt werden. Hierzu wird eine Empfehlung ausgesprochen.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
6.5	Geschäftspartner*innen Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Geschäftspartner*innen sowie den Grad der Qualität seiner Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber diesen Partner*innen.	■■■	Ja, wird erhoben. Der Nachhaltigkeitsindex-Index Geschäftspartner*innen beträgt 89%.
7	**Lokale Gemeinschaften**		
7.1	Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.	■■■	Explorer World of Travel hat im Jahr 2024 eine großangelegte Spendenaktion in Kooperation mit Atmosfair durchgeführt. Nachdem in einer ersten Testphase eine freiwillige Kompensation der Reisen durch Atmosfair im Buchungssystem integriert und ermöglicht wurde, hat Explorer World of Travel für alle Reisen inkl. Flugbuchungen pro Reisendem eine Spende von 20€ an Atmosfair übermittelt. Reisende hatten ihrerseits die Möglichkeit, diese Spende für die Fernstrecke auf 70€ und für Europa auf 50€ aufzustocken. Durch die Übernahme durch Schauinsland kann diese Aktion nicht weitergeführt werden. Es wird perspektivisch nach einer neuen Möglichkeit gesucht.
7.2	Sicherung grundlegender Gemeinschaftsgüter und Lebensgrundlagen Das Unternehmen achtet bei seinen Aktivitäten auf die allgemeine Verfügbarkeit lokaler Dienstleistungen und gefährdet nicht die Bereitstellung von Grundnahrungsmitteln, Wasserversorgung, Zugang zu Wegerechten, Transport und lokalem Wohnraum und anderen Dienstleistungen für lokale Gemeinden. Das Unternehmen stellt sicher, dass durch seine Aktivitäten der Zugang der Anwohner zu lokalen Grundstücken, Stätten und Traditionen von historischer, archäologischer, kultureller und spiritueller Bedeutung nicht beeinträchtigt wird.	■	Explorer World of Travel führt keine eigenen Reisen durch und kann diesen Punkt daher nicht selbst sicherstellen. Eine Verpflichtung der Partner erfolgt jedoch über den Supplier Code of Conduct und die Auswahl der Partner erfolgt selektiv.
7.3	Rechte lokaler Gemeinden Der Erwerb von Land- und Wasserrechten und von Eigentum durch das Unternehmen ist konform mit lokalen und indigenen Rechten. Beim Erwerb von Land- und Wasserrechten sowie von Eigentum wurde die lokale Bevölkerung im Vorfeld informiert, befragt und ihre freie, vorherige Zustimmung eingeholt, sodass keine unfreiwillige Umsiedlung erforderlich ist.	■	Explorer World of Travel besitzt keine Land- und Wasserrechte oder Eigentum in den Destinationen, in welchen die Reisen angeboten werden.
7.4	Schutz und Erhalt von Kulturgütern Das Unternehmen integriert authentische Elemente der traditionellen und zeitgenössischen lokalen Kultur in seine Aktivitäten, seine gastronomischen Angebote oder andere Angebote, wobei es die Rechte des geistigen Eigentums der lokalen Gemeinschaften respektiert. Historische und archäologische Artefakte werden vom Unternehmen nur verkauft, gehandelt oder ausgestellt, wenn dies nach lokalem und internationalem Recht erlaubt ist.	■■■	Da Explorer World of Travel keine eigenen Touren organisiert, kann das Unternehmen, authentische Elemente der lokalen Kultur in den angebotenen Reisen nur in Kooperation mit Partnern integrieren. Es werden generell keine historischen und archäologischen Artefakte von Explorer World of Travel verkauft, gehandelt oder ausgestellt.
7.5	Regionaltypisches Landschafts- und Ortsbild Das Unternehmen unterstützt Initiativen zur Erhaltung traditioneller Kulturlandschaften sowie Projekte zum Erhalt und zur Verschönerung des kulturhistorischen Ortsbildes und architektonischer Besonderheiten.	■	Explorer World of Travel unterstützt bisher keine Initiativen zur Erhaltung traditioneller Kulturlandschaften oder Projekte zum Erhalt und zur Verschönerung des kulturhistorischen Ortsbildes und architektonischer Besonderheiten. Der Fokus lag bisher auf der Förderung von Projekten, die die Auswirkungen des Klimawandels reduzieren.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
7.6	Schutz vulnerabler Gruppen Das Unternehmen stellt den Schutz jedes Menschen (Kinder, Jugendliche, Frauen, Minderheiten, andere schutzbedürftige Gruppen) und insbesondere den Schutz von Kindern vor sexuellem Missbrauch, im Unternehmen selbst und entlang der Wertschöpfungskette sicher und orientiert sich an den Empfehlungen von "The Code" (Verhaltenskodex für den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung in der Reise- und Tourismusbranche) und der ILO-Erklärung über grundlegende Prinzipien und Rechte bei der Arbeit. Die Organisation setzt keine illegale Kinderarbeit ein. Die Vertragspartner akzeptieren keine kommerzielle oder sonstige Form der Ausbeutung und Belästigung.	■■■	Ja. Seit 2024 ist das Unternehmen Fördermitglied bei ECPAT. Das von ECPAT entwickelte und bereitgestellte E-Learning zum Thema Kinderschutz auf Reisen und im Tourismus wird allen Mitarbeitenden im Verkauf und Produktmanagement der Explorer Travel Group empfohlen. Es wird derzeit daran gearbeitet, dieses als verpflichtend zu absolvieren zu gestalten. Ein entsprechender Abschnitt zum Verhalten der Partner, welcher auch den Schutz vulnerabler Gruppen betrifft, ist im Supplier Code of Conduct, den alle Partner unterzeichnen, festgehalten. Siehe auch NHB S. 20.
8	**Klimaschutz**		
8.1	CO2-Emissionen der Reisen Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen und der prozentualen Aufteilung der Paxe nach Flugstrecke.	■■■	Ja. Laut dem Rechner im TC-Portal eine gesamte CO2 Emissionsmenge von 68834,2008 t. Emissionen pro Fluggast: 3797,5 kg. Siehe auch NHB S. 20.
8.2	Ökostrom Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.	■■■	Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom über den Anbieter Lichtblick.
8.3	CO2-Emissionen und Kompensation Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO2-Emissionen am Standort. Das Unternehmen kompensiert mindestens 50% der Emissionen von Dienstreisen.	■■■	Das Unternehmen kompensiert 100% der Emissionen von Flugdienstreisen. Da es keinen automatisierten Prozess gibt, welcher die verschiedenen Dienstreisen erfasst, müssen die Mitarbeitenden ein Online-Formular zur Kompensation ausfüllen, dies klappt nicht immer zeitnah.
8.4	Mobilität (Flüge und weitere) Das Unternehmen prüft kontinuierlich ressourceneffiziente Alternativen für den Transport und fördert aktiv die Nutzung sauberer und ressourceneffizienter Alternativen durch Kund*innen, Mitarbeitende oder Lieferant*innen.	■■■	Dienstreisen werden mit der DB absolviert und dürfen nur in Ausnahmefällen per PKW durchgeführt werden. Als Fernreisespezialist bleibt es allerdings nicht aus, dass viele Ziele, insbesondere auf der Fernstrecke im Rahmen der zeitlichen Ressourcen der Kunden und bei Dienstreisen in Fernreisezielgebieten der Mitarbeitenden ausschließlich per Flugzeug erreicht werden können.
9	**Ressourcenmanagement**		
9.1	Energie Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Energieverbrauch am Unternehmensstandort.	■■■	Ja, siehe NHB S. 21.
9.2	Papier Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.	■■■	Ja, siehe NHB S. 22. 2024 wurde von Frischfaser- auf Recylingpapier umgestellt und tendenziell wird der Papierverbrauch kontinuierlich reduziert und auf digitale Lösungen zurückgegriffen.
9.3	Abfall Das Unternehmen erhebt regelmäßig das Abfallaufkommen am Unternehmensstandort (inkl. Lebensmittelabfälle und Einmalartikel oder Einwegprodukte), strebt einen abfallarmen Einkauf an und fördert die Kreislaufwirtschaft durch Wiederverwendung oder Recycling von Abfällen. Das Unternehmen stellt sicher, dass die Müllentsorgung keine negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt hat.	■■■	Siehe NHB S. 22.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
9.4	Wasser Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Wasserverbrauch am Standort und identifiziert die Wasserbezugsquellen. Das Unternehmen bewertet das Wasserrisiko v.a. in von Wasserknappheit betroffenen Gebieten und betreibt eine effiziente und wirtschaftliche Wasserversorgung, die an den Wasserbedarf der Region angepasst ist und sich nicht nachteilig auf die Umwelt auswirkt. Abwasser, einschließlich Grauwasser, wird sinnvoll genutzt und wiederverwendet oder abgeleitet, wenn es keine negativen Auswirkungen auf die lokale Bevölkerung und die Umwelt hat.	■	Explorer World of Travel hat keine Möglichkeit, den Wasserverbrauch am Standort zu erheben. Die Räumlichkeiten, welche das Unternehmen zur Miete bezieht, gehören einer Immobilienfirma und beinhalten neben dem Unternehmen die Wohnungen von neun Mietern. Es gibt nur eine Wasseruhr für die gesamte Immobilie und es kann nicht differenziert werden. In der Immobilie werden Einhebe Mischarmaturen ohne wassersparenden Technologien genutzt. Mit dem Umzug in die neuen Räume ergeben ggf. hier sicher Änderungen. Diese werden im nächsten NHB aufgedriffen und dokumentiert.
9.5	Chemikalien und Gefahrstoffe Das Unternehmen erhebt Daten zum Einsatz von Chemikalien am Unternehmensstandort und ergreift Maßnahmen, um diesen zu minimieren oder zu ersetzen. Das Unternehmen führt ein Gefahrstoffkataster.	■	Es werden im Unternehmen keine Tätigkeiten mit Gefahrstoffen durchgeführt, weshalb auch kein Gefahrstoffkataster geführt wird.
9.6	Umweltverschmutzung Das Unternehmen identifiziert und minimiert Quellen der Umweltverschmutzung durch Abflüsse, Erosion, ozonabbauende Stoffe sowie Luft-, Wasser-, Lärm-, Licht- und Bodenverschmutzung zu minimieren.	■■■	
9.7	Bezug von Waren und Dienstleistungen Beim Einkauf von Waren und Dienstleistungen gibt das Unternehmen nachhaltigen Angeboten Vorrang (regional produzierte, ökologische, fair gehandelte und umweltfreundliche Produkte, Dienstleistungen, Investitionsgüter und Baumaterialien).	■■■	Wo möglich wird auf regional produzierte, ökologische, fair gehandelte und umweltfreundliche Produkte, Dienstleistungen, Investitionsgüter und Baumaterialien geachtet. Aufgrund des Umzuges in neue Räumlichkeiten ergeben sich diesbezüglich neue Aspekte für den Nachhaltigkeitsbericht. Diese sind zum geeigneten Zeitpunkt im Bericht zu ergänzen.
9.8	Nachhaltige Lebensmittel Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Anteil nachhaltiger Lebensmittel (inklusive Lunchpakete auf den Touren).	■■	Bisher wird nirgends etwas zu den im Büro genutzen Lebensmittel festgehalten. Im Auditgespräch wurde jedoch deutlich, dass versucht wird auf faire Produkte bei Kaffee, Tee und Milch zu achten.
10	**Schutz und Erhalt der Umwelt**		
10.1	Schutz der Biodiversität Das Unternehmen trägt zum Erhalt natürlicher Schutzgebiete und von Gebieten mit hohem Biodiversitätswert bei, einschließlich bei der Bewirtschaftung der eigenen Grundstücke. Jegliche Störung natürlicher Ökosysteme wird minimiert, rehabilitiert und es wird ein ausgleichender Beitrag geleistet. Das Unternehmen informiert seine Kund*innen/Gäste über die biologische Vielfalt der Region und mögliche Schutzgebiete und gibt Verhaltenshinweise in ökologisch oder kulturell sensiblen Gebieten sowie Empfehlungen, wie Gäste zum Schutz der biologischen Vielfalt und des kulturellen Erbes beitragen können.	■■■	Explorer World of Travel verfügt über keine eigenen Grundstücke, sondern bezieht die Büro Räumlichkeiten in Düsseldorf zur Miete. Je nach Zielgebiet und Kenntnisstand der Verkäufer der Explorer Travel Group werden den Kunden Verhaltenshinweise in ökologisch oder kulturell sensiblen Gebieten nahgelegt und ihnen Empfehlungen gegeben, wie sie zum Schutz der biologischen Vielfalt und des kulturellen Erbes beitragen können. Tierschauen o. ä. werden prinzipiell nicht ins Programm aufgenommen.
10.2	Invasive Arten Das Unternehmen stellt sicher, dass invasive Tier- und Pflanzenarten in unternehmenseigenen Anlagen und in Anlagen mit direktem Einfluss weder eingeführt noch gehalten werden. Wo immer möglich verwendet das Unternehmen einheimische Arten für die Landschaftsgestaltung und Renaturierung.	■	Da Explorer World of Travel nicht über unternehmenseigene Anlagen verfügt, ist dieser Abschnitt nicht relevant.

	Kriterium	Bewertung	Kommentar
10.3	Interaktionen mit Tier- und Pflanzenwelt Interaktionen mit Wildtieren werden regelmäßig geprüft und sind so zu gestalten, dass nachteilige Auswirkungen auf die betroffenen Tiere, ihr Verhalten und die Lebensfähigkeit ihrer Populationen vermieden werden. Das Unternehmen kennt und befolgt bestehende lokale, nationale und internationale Richtlinien, fordert die Einhaltung auch von den Leistungsträgern ein, beteiligt sich an der Entwicklung und Umsetzung lokaler Standards und greift bei Bedarf auf entsprechende Experten zurück. Wildtiere werden nicht gejagt, konsumiert, ausgestellt, verkauft oder gehandelt, es sei denn, dies geschieht in Übereinstimmung mit lokalen und internationalen Gesetzen und trägt zur nachhaltigen Nutzung bei.	■■■	Da das Unternehmen die Reisen nicht selbst organisiert, ist nicht möglich, Interaktionen mit Wildtieren regelmäßig zu prüfen. Die Partner von Explorer World of Travel unterzeichnen jedoch einen Absatz im Supplier Code of Conduct, welcher den respektvollen Umgang mit ökologisch sensiblen Gebieten sowie mit Wildtieren behandelt.
10.4	Tierschutz Das Unternehmen gewährleistet den Schutz von Tieren und vermeidet Aktivitäten, die das Tierwohl gefährden. Es werden keinerlei Wildtierarten erworben oder gezüchtet. Unterbringung, Pflege und Umgang mit allen Wild- und Haustieren entsprechen den höchsten Standards und stehen im Einklang mit lokalem und internationalem Recht.	■■■	Da das Unternehmen die Reisen nicht selbst organisiert, obliegt die Verantwortung des respektvollen Umgangs mit und Schutzes von Tieren den Partnern. Hierfür wurde im letzten Jahr ein Abschnitt dem Supplier Code of Conduct hinzufügt, welcher sich der Thematik widmet. Die Vereinbarungs-Partner stellen sicher, dass Tiere, die in vom Partner angebotenen touristischen Aktivitäten involviert sind, artgerecht gehalten werden, in einem ihrer Natur entsprechenden Lebensraum mit ausreichend Platz und Rückzugsmöglichkeiten. Sie haben die Möglichkeit, ihr Sozialverhalten auszuleben und werden nach Bedarf gefüttert. Die Vereinbarungs-Partner stellen darüber hinaus sicher, dass Tiere, auch in freier Wildbahn, nicht unter Stress gesetzt werden. Es werden keine Tiershows, die unnatürliches Verhalten vorführen durchgeführt. Zudem werden keine Tierkämpfe oder Jagden zur Schau gestellt. Siehe auch NHB S. 24.
11	**Unternehmenseigene Gebäude und Infrastruktur**		
11.1	Flächenverbrauch Das Unternehmen erhebt Daten zum Flächenverbrauch des Unternehmens.	■	Da das Unternehmen über keine unternehmenseigene Gebäude- und Infrastruktur verfügt, sondern die Räumlichkeiten lediglich als Mieter bezieht, ist dieses Kriterium nicht relevant für Explorer World of Travel.
11.2	Flächennutzung Die Flächennutzung (Planung, Standortwahl, Konstruktion, Bau, Renovierung, Betrieb und Abriss) berücksichtigt die natürlichen und kulturellen Gegebenheiten und entspricht den Anforderungen des lokalen Flächennutzungsplans und den Gesetzen in Bezug auf geschützte und sensible Gebiete sowie die Belange des Kulturerbes.	■	Da das Unternehmen über keine unternehmenseigene Gebäude- und Infrastruktur verfügt, sondern die Räumlichkeiten lediglich als Mieter bezieht, ist dieses Kriterium nicht relevant für Explorer World of Travel.
11.3	Lokale und nachhaltige Bauweisen und Materialien Planung, Design und Konstruktion basieren auf lokal geeigneten und nachhaltigen Bauweisen und Materialien.	■	Da das Unternehmen über keine unternehmenseigene Gebäude- und Infrastruktur verfügt, sondern die Räumlichkeiten lediglich als Mieter bezieht, ist dieses Kriterium nicht relevant für Explorer World of Travel.

■	nicht zutreffend	Das Kriterium ist für die DMO oder Destination nicht zutreffend.
■	Kriterium nicht erfüllt	Das Kriterium wird nicht oder nur in unzureichendem Maße erfüllt. Es besteht dringender Verbesserungsbedarf.
■■	Verbesserungswürdig	Das Kriterium wird teilweise erfüllt und es besteht Verbesserungsbedarf.
■■■	Kriterium erfüllt	Das Kriterium wird vollständig oder weitgehend erfüllt und es besteht nur wenig Verbesserungspotential.
■■■■	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	Das Kriterium wird in vorbildlicher Weise erfüllt und dient anderen Destinationen als Vorzeige-Beispiel.