

## Nachhaltigkeitsrichtlinie Eurotrek

Reisende aus der ganzen Welt erleben mit unseren Aktivreisen Natur hautnah. Für uns ist wichtig, dass wir als Reiseveranstalter gegenüber unseren Kundinnen und Kunden, Mitarbeitenden und Partnern eine nachhaltige Entwicklung aktiv mitgestalten.

Diese Richtlinie dient uns als Leitfaden, um diesem Anspruch gerecht zu werden.

### 1. Einleitung

#### I. Leitbild Eurotrek

##### **Vision**

Eurotrek ist der führende und bekannteste Schweizer Veranstalter von Aktivferien. Unsere Reisen sind naturnah und entwickeln sich laufend weiter. Unsere Gäste, Mitarbeitende und Partner sind Botschafter unserer Marke.

##### **Mission**

Eurotrek macht Aktivreisende glücklich– vor, während und nach den Ferien.

Unser Serviceangebot bietet individuelle und aussergewöhnliche Naturerlebnisse mit Bewegung im eigenen Tempo.

##### **Werte**

##### **Innovation**

Wir sind innovativ und sind offen für neue Ideen. Technologische Entwicklungen verfolgen wir laufend und bleiben so auf dem neusten Stand.

##### **Qualität**

Qualitativ hochwertige Kundenbetreuung ist die Grundlage für eine erfolgreiche Reise. Leistungsträger und Partner wählen wir mit Sorgfalt aus. Wir kennen unsere Reisen und die inkludierten Leistungen persönlich und sichern so eine hohe Qualität. Wir nehmen die Anliegen unserer Kundinnen und Kunden ernst und sehen jedes Feedback als Chance zur Verbesserung.

##### **Naturverbundenheit**

Wir organisieren Reisen in der Natur. Um dies auch in Zukunft gewährleisten zu können, respektieren wir unsere Umwelt. Mit natürlichen Ressourcen gehen wir sparsam um und wir versuchen den Verbrauch laufend zu optimieren.

##### **Teamwork**

Vertrauen und Kollegialität haben für uns einen hohen Stellenwert. Wir helfen und unterstützen einander. Der Zusammenhalt im Team ist ein wichtiger Faktor für unseren Erfolg.

##### **Kundenorientierung**

Unsere Kundinnen und Kunden können uns vertrauen und sich auf uns verlassen. Wir sind bei Fragen oder Problemen vor, während und nach der Reise für sie erreichbar und gehen bestmöglich auf Anliegen unserer Kundinnen und Kunden ein.

## II. Definition von Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit definieren wir als ausgeglichenes Zusammenspiel von folgenden Faktoren.

- **Ökologisches Umfeld:** ohne intakte Natur können wir unsere Reisen nicht erfolgreich anbieten und durchführen. Wir beeinflussen diesen Bereich über den bewussten Umgang mit begrenzten Ressourcen.
- **Soziales Umfeld:** Gesunde und zufriedene Mitarbeitende, die Einhaltung von Gesetzen und ein korrekter Umgang mit unseren Kundinnen und Kunden, sowie mit Partnern ist wesentlich für den Erfolg unseres Unternehmens.
- **Ökonomisches Umfeld:** unsere Arbeit hat einen Wert und dieser spiegelt sich in den Preisen unserer Reisen wider. Ein ehrlicher Umgang mit Finanzen erlaubt uns, unsere Werte langfristig zu leben und Projekte dauerhaft umzusetzen.

Alle drei Bereiche sind wesentlich für den Erfolg unseres Unternehmens und müssen zueinander in einem ausgeglichenen Verhältnis stehen.

## 2. Internes Umfeld / interne Massnahmen

### I. Nachhaltigkeitsprozess & -koordination

Bereits 2021 haben Abteilungsleiter und Geschäftsführung **einen ersten Nachhaltigkeitszirkel** durchgeführt, um dieses Thema bei Eurotrek einzuführen. Die Ergebnisse dieses Workshops führten zu einem Massnahmenplan, der in den Folgemonaten umgesetzt wurde.

Unser Team unterstützt unsere Nachhaltigkeitsbemühungen. Mitarbeitende können ihre **Ideen in einem Wettbewerb** einreichen. Bei erfolgreicher Umsetzung erhalten sie einen Gutschein für ein vegetarisches Restaurant.

Eine **Nachhaltigkeitskoordinatorin** treibt intern Projekte und Prozesse voran. Als Stabsstelle der Geschäftsführung fungiert diese Position als Schnittstelle zu allen Abteilungen.

**Monatliche Updates mit der Geschäftsführung** helfen, Fortschritte zu überprüfen und neue Prioritäten zu setzen.

### II. Kommunikation und Umgang mit Mitarbeitenden

Mitarbeitende werden beim Eintritt über den **Umgang im Team** informiert. Dazu gehört eine klare Information über die Konsequenzen von Fehlverhalten wie Mobbing, sexueller Belästigung, Diskriminierung, etc.

Wir bieten allen Mitarbeitenden die **gleichen Chancen**, unabhängig von Geschlecht, Alter, ethnischer Herkunft oder Religion. Im Umgang mit unseren Mitarbeitenden halten wir geltendes Recht ein.

Unseren Mitarbeitenden gegenüber nehmen wir unsere **Fürsorgepflicht** aktiv wahr und kümmern uns um die psychische, physische und soziale Gesundheit. Wir pflegen einen offenen Austausch mit unseren Mitarbeitenden und planen **regelmässige Gespräche**. Diese umfassen periodische Jour Fixe für den Arbeitsalltag mit den direkten Vorgesetzten und halbjährliche Feedbackgespräche zur persönlichen Entwicklung und Leistung mit der Geschäftsführung.

### III. Umgang mit Ressourcen

Wir schulen und unterstützen unsere Mitarbeitenden beim **bewussten Umgang mit Ressourcen**. Wir prüfen den Einsatz von Einwegprodukten und reduzieren oder vermeiden diese, wo immer möglich.

Wir arbeiten **papierlos** und reduzieren oder vermeiden unnötige Ausdrucke. **Abfall im Büro** wird getrennt und korrekt entsorgt.

Beim Einkauf bevorzugen wir **Produkte, die in Bezug auf Effizienz und nachhaltiger Produktion zertifiziert** sind. Wir orientieren uns dabei an Labels wie PEFC, FSC, Energy-Star, Max Havelaar, etc. Für nachhaltige Produkte nehmen wir einen Aufpreis in Kauf.

Um Ressourcen zu schonen, kaufen wir gezielt ein und evaluieren den tatsächlichen Bedarf.

Co2 Emissionen kompensieren wir bei **Flugreisen**.

Wir verschwenden kein Wasser, löschen das Licht und nutzen den Energiesparmodus von elektrischen Geräten. Unsere Büros heizen und kühlen wir bewusst.

### IV. Umgang mit Wissen

Schulungen für neue Mitarbeitende werden geplant und dokumentiert. Nach der Einführung gibt es folgende Formate für Schulungen und Weiterbildungen:

- **Lunch & Learn:** das Format für Wiederholungen, Reise Know-How und einfache Inhalte. Wöchentlich findet eine 30-minütige Lerneinheit im Team statt. Die Vorträge werden aufgezeichnet und müssen verpflichtend von allen Mitarbeitenden angesehen werden.
- **Schulungen:** komplexe Themen werden in einer eigenen Schulungseinheit vermittelt. Die Inhalte werden aufgezeichnet und stehen nach der Schulung allen Mitarbeitenden zur Verfügung. Diese Inhalte werden regelmässig auf Aktualität geprüft.
- **Manuals:** komplexe Themen werden über Manuals dokumentiert. Diese stehen allen Mitarbeitenden zur Verfügung und werden regelmässig auf Aktualität geprüft.
- **Schulungstag:** einmal pro Jahr planen wir einen Tag, um das Know-How über Reisen (Bestseller und Neuheiten) aktuell zu halten oder zu vertiefen. Zusätzlich teilen wir Know-How aus allen Abteilungen.
- **Studienreisen:** Mitarbeitende von Eurotrek haben die Möglichkeit, Reisen selbst zu erleben. Dieses Wissen teilen wir intern über Lunch & Learn Einheiten und extern über Blog-Beiträge.
- **Externe Weiterbildungen:** Wir unterstützen Mitarbeitende bei Weiterbildungen und Sprachkursen und stellen dafür ein Budget zur Verfügung.

## V. Mobilität

Vor einer Reise evaluieren wir, ob eine Reise überhaupt nötig ist. Wenn ja, gelten für geschäftliche Reisen folgende Leitsätze:

- Es sollte die umweltfreundlichste Form der Anreise gewählt werden (1. Zug, 2. Auto, 3. Flug).
- Flüge können unter folgenden Umständen gewählt werden:
  - Eine Zeitersparnis von mehr als 3 Stunden pro Weg
  - Die CO2 Emissionen der Flugreise werden kompensiert

Wir stellen die technischen Möglichkeiten zur Verfügung, um remote zu arbeiten und haben eine klare Richtlinie für den **Umgang mit Home-Office**.

Unsere Mitarbeitenden erhalten einen **Zuschuss zum Halbtax-Abonnement**, um für die Fahrt ins Büro möglichst den öffentlichen Verkehr zu nutzen.

## 3. Unser Umfeld / externe Massnahmen

### I. Partnerschaften & Mitgliedschaften

Als etablierter Reiseveranstalter arbeitet Eurotrek national und international mit verschiedenen Partnern zusammen.

- **Schweiz Tourismus:** Eurotrek ist seit Beginn Teil der Initiative «Swisstainable» und aktuell auf Stufe I «Engaged» zertifiziert. Ziel ist es, durch die Travelife-Zertifizierung die Stufe III «Leading» zu erreichen.
- **Schweizer Reisebüroverband:** Dieser Verband vertritt die Reisebranche politisch und koordiniert die Berufsbildung in der Schweiz. Eurotrek bildet Lernende aus und ist Mitglied des Verbands.
- **Future in Tourism:** Die Initiative vernetzt touristische Leistungsträger aus Bildung und Praxis. Sie setzt Kampagnen um, um das Image der Schweizer Reisebranche zu stärken. Eurotrek unterstützt die Initiative sowohl finanziell als auch fachlich.
- **IG SchweizMobil:** Diese Interessengemeinschaft vernetzt alle touristischen Regionen der Schweiz, um buchbare Angebote landesweit zu vermarkten. Eurotrek setzt diese Angebote im Auftrag der IG um. Durch diese flächendeckende Zusammenarbeit entsteht touristische Wertschöpfung in touristisch wenig erschlossenen Gebieten des Landes.
  - **Netzwerk Schweizer Pärke:** Als Mitglied der IG SchweizMobil erstellt das Netzwerk Schweizer Pärke buchbare Angebote in ihren Regionen und fördern dadurch die touristische Wertschöpfung.
  - **Verein World Heritage Switzerland (WHES):** WHES vermarktet die UNESCO-Welterbestätten in der Schweiz. Über die IG SchweizMobil werden diese Stätten in buchbare Angebote integriert.

### II. Kommunikation und Umgang mit Partnern / Kundinnen und Kunden / Leistungsträgern

In der Kommunikation und im Umgang mit unseren Kundinnen und Kunden halten wir alle geltenden Gesetze wie Datenschutz oder das Schweizer Obligationenrecht ein.

Unsere Mitarbeitenden schulen wir regelmässig, um einen sicheren Umgang mit Kundendaten sicherzustellen.

### III. Kommunikation vor / während / nach der Reise

Unser Umgang mit Kundinnen und Kunden, Partnern und Leistungsträgern ist fair, ehrlich und transparent.

Unter dem Label «Natürlich aktiv» informieren wir regelmässig über Fortschritte – im Newsletter und auf [unserer Homepage](#).

**Vor der Reise** informieren wir unsere Kundinnen und Kunden bei Anfragen und Buchungen transparent über die Vertragsbedingungen, Preise und inkludierte Leistungen. Wir kommunizieren verbindlich, klar und ehrlich.

Wir informieren unsere Kunden in den Reiseunterlagen über angemessenes **Verhalten in sensiblen Gebieten**, um Einflüsse auf Kultur und Natur zu minimieren.

Um Ressourcen zu schonen, liegt der Schwerpunkt unserer Kommunikation auf digitalen Kanälen. Falls gedruckt werden muss, evaluieren wir den Bedarf und passen wo möglich die gedruckten Mengen an den tatsächlichen Bedarf an.

**Während der Reise** sind wir für unsere Kundinnen und Kunden erreichbar und unterstützen sie aktiv bei Problemen. Unsere Mitarbeitenden sind im Umgang mit Kundinnen und Kunden geschult und dokumentieren die Kommunikation laufend.

Unsere **Reiseunterlagen** liefern unseren Kundinnen und Kunden alle nötigen Informationen über die täglichen Etappen. Dazu gehören auch Hinweise über öffentliche Verkehrsmittel, lokale Besonderheiten und Sehenswürdigkeiten sowie Einkaufsmöglichkeiten und Restaurants.

Um Ressourcen beim Druck und Versand zu schonen, digitalisieren wir laufend unsere Unterlagen. Wo immer möglich verwenden wir recyclebares Material für den physischen Versand unserer Unterlagen.

**Nach Rückkehr der Kundinnen und Kunden** holen wir aktiv Feedback ein. Rückmeldungen unserer KundInnen werden dokumentiert und beantwortet. Kritik und Anregungen sehen wir als Chance, um unsere Produkte und Dienstleistungen weiter zu verbessern.

Im Team gibt es klare Zuständigkeiten, wer Reklamationen und Beschwerden bearbeitet und wie diese bearbeitet werden. Anliegen von Kundinnen und Kunden bearbeiten wir auch nach der Reise zeitnah. Bei Beschwerden kommunizieren wir klar und ehrlich. In solchen Fällen suchen wir nach Lösungen, um Reklamationen im Sinne aller Beteiligten rasch zu lösen.



## 4. Nachhaltigkeit in unseren Produkten & Reisen

### I. Lokale Leistungsträger

#### Unterkünfte

Ein grosser Teil der Wertschöpfung unserer Reisen entfällt auf die Übernachtung. **Bei der Abwicklung von Reisen bevorzugen wir Unterkünfte, die sich für eine nachhaltige Entwicklung einsetzen.** Um diese Bemühungen korrekt einordnen zu können, verlassen wir uns auf folgende Zertifikate:

- Ibex Fairstay
- Swisstainable (mind. Stufe II)
- Green Key International

Bei Auswahl der Unterkünfte legen wir besonderen Wert auf respektvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen. Wo immer möglich arbeiten wir direkt mit lokalen Unterkünften zusammen, um eine möglichst hohe Wertschöpfung in den Regionen zu erbringen.

Wir informieren unsere Hotelpartner darüber, dass sie mit einer Zertifizierung von Eurotrek bevorzugt behandelt werden und dadurch mehr Umsatz generieren. Durch eine Zusammenarbeit mit Eurotrek verpflichten sich Unterkünfte dazu, geltende Gesetze einzuhalten.

#### Weitere Dienstleister

Neben den Unterkünften erbringen lokale Dienstleister zusätzliche Services für unsere Gäste. Diese sind in den jeweiligen Regionen tätig. Die Wertschöpfung bleibt so unmittelbar in den jeweiligen Regionen.

Wo immer möglich arbeiten wir direkt mit lokalen Leistungsträgern zusammen und verzichten auf Kooperation mit globalen Dienstleistern, um eine möglichst hohe Wertschöpfung in den Regionen zu erbringen.

Durch die Zusammenarbeit mit Eurotrek verpflichten sich lokale Dienstleister dazu, sich an geltende Gesetze zu halten. Dies betrifft insbesondere den Schutz von Tieren auf unseren Aktivitäten. Wir fordern aktiv Belege unserer lokalen Dienstleister an, um die korrekte Haltung und den korrekten Umgang mit Tieren zu überprüfen.

### II. Partnerveranstalter

Um Reisen im Ausland durchzuführen, beauftragen wir lokale Agenturen mit der Umsetzung. Wir bevorzugen die Zusammenarbeit mit folgenden Partnern:

- die über eine Nachhaltigkeitszertifizierung verfügen (TourCert, Travelife, B-Corp, etc.)
- die im Zielgebiet ansässig sind und damit lokale Wertschöpfung generieren

Wir informieren unsere Partner-Veranstalter darüber, dass sie sich durch die Zusammenarbeit mit Eurotrek verpflichten, geltende Gesetze in der jeweiligen Destination einzuhalten.