

## Prüfungsbericht zur Rezertifizierung

### Nomad GmbH

Flugkilometer pro Reisender	7.068
Fernprüfung	April 2013
GesprächspartnerInnen	Lorenz Töpferwien
Vollzeitstellen	3,6
Berichtszeitraum	2011
Erstzertifizierung	März 2009 (Unternehmen hat Zertifizierung seit 03/2011 ausgesetzt)
GutachterIn	David Coulin

Die Prüfung fand auf der Grundlage der TourCert-Zertifizierungsrichtlinie in der Fassung vom Oktober 2012 statt. Im Rahmen einer Berichts- und Dokumentenprüfung sowie anschließenden Interviews, Stichproben und Plausibilitätsprüfungen wurde die Einhaltung der branchenspezifischen und allgemeinen Zertifizierungsanforderungen überprüft.

#### Unternehmensprofil

Nomad veranstaltet als GmbH Privat- und Gruppenreisen vor allem zu den Menschen in Oman und Zentralasien. Dazu arbeitet Nomad mit kleineren Agenturen in den Zielgebieten zusammen. Nomad ist Mitinitiator der Klimainitiative atmosfair und Mitglied vom forum anders reisen. Durch die stark volatile politische Situation in einigen Zielländern ist Nomad in den letzten Jahren zu einem dauernden Krisenmanagement gezwungen worden.

#### Leitbild

Das Leitbild ist recht aussagekräftig und enthält alle relevanten Elemente.

#### Verantwortung der Leitung

Der CSR-Verantwortliche Lorenz Töpferwien ist zugleich Mitgesellschafter.

#### CSR-Management

Dieses ist klar auf dem Verbesserungsprogramm aufgebaut und konsequent strukturiert – ein guter und realistischer Ansatz. Der CSR-Verantwortliche ist ausreichend qualifiziert. Nomad unterstützt den Kinderschutzkodex und arbeitet an einem Supplier Code of Conduct. Größte Herausforderung im Bereich Legal Compliance ist der Umgang mit Korruption. Die Einhaltung der menschenrechtlichen Sorgfalt wird glaubwürdig dargestellt.

#### Datenerhebung

Die Datenerhebung ist korrekt und im erforderlichen Umfang durchgeführt worden. Im Bereich Unterkünfte und Reiseleiter wird es dank jüngst durchgeführter Geschäftsreisen in Zukunft noch mehr Second-Party – Bewertungen geben.

#### Externe Kommunikation

Die CSR-Kommunikation auf der Webseite ist noch zu installieren. Es fehlt der Link auf der Homepage. Zum Menüpunkt „Wir über uns“ kommt man nur indirekt, der Link zu Nachhaltigkeitsbericht, Leitbild und Verbesserungsprogramm fehlt. Die Emissionen pro Reise werden nur im Bezug auf die Flugreise zum Zielland angegeben, dann jedoch mit konkretem Verweis auf die Kompensationsmöglichkeit. Entlang der Kundeninformation bei gebuchten Reisen wird CSR hinreichend eingebracht.



## Wirtschaftsdaten

Nomad hat die enormen Herausforderungen gut gemeistert und ist auf dem Weg zur Konsolidierung. Im Zuge davon wird auch der Anteil der Geschäftsstelle an den Kosten sinken und der Anteil der Ausgaben, die ins Reiseland fließen, wieder steigen.

## Angebotsgestaltung

Die Angebotsgestaltung lässt nur wenig Spielraum für eine Verbesserung der CO2-Werte, ohne das Geschäftsmodell zu gefährden. Ansonsten werden die Angebote klar nach CSR-Kriterien durchdacht. Ökologisch schwierig, aber unverzichtbar ist der Einsatz von Offroadern. Er wird „kompensiert“ durch 50% Zeltübernachtungen.

## Transport

Die Nomad-Destinationen können nur mit dem Flugzeug erreicht werden. Innerhalb der Zielregion wird versucht, wo möglich ökologisch verträgliche Transportformen zu bevorzugen und die Ausrüstung der Geländefahrzeuge zu optimieren. Die Bewerbung von Kompensationszahlungen bei Kunden hat noch zu keinen greifbaren Erfolgen geführt. Auch da sind weitere Anstrengungen geplant.

## Kunden

Die Kundenzufriedenheit wird systematisch und mit grossem Aufwand erhoben. Der Rücklauf der Feedbackbogen beträgt rund 50 %. Die Feedbacks werden nach exakten Abläufen bearbeitet. Jeder Kunde hat bei Nomad eine klare Ansprechperson. Die Kundeninformation ist reichhaltig und CSR-fokussiert. Verbesserungen werden laufend umgesetzt.

## Mitarbeitende und Schulung

Die Mitarbeitenzufriedenheit wurde glaubwürdig erhoben, die teils kritischen Rückmeldungen führten zu klar nachvollziehbaren internen Prozessen und Verbesserungen. CSR-Schulungen sind in nächster Zeit geplant.

## Unternehmensökologie

Die Anstrengungen zur Optimierung der Unternehmensökologie sind nachvollziehbar dokumentiert. Wo noch Mängel bestehen (z.B. Kompensation der Dienstreisen), sind diese Teil des Verbesserungsprogramms.

## Partneragenturen

Der Kontakt zur Partneragentur in Oman ist sehr direkt und fließend, da diese Agentur Nomad Reisen sehr nahe steht und so etwas wie der verlängerte Arm ist. Zu den anderen Agenturen kann der Kontakt und das CSR-Involvement noch verbessert werden. Neu hinzukommende Agenturen werden laufend gecheckt.

## Unterkünfte

Nomad versucht glaubwürdig, durch das Angebot von Zeltreisen und durch die Auswahl nachhaltiger Hotels ab 3 Sternen die Übernachtungen in Unterkünften mit geringen ökologischen Standards zu minimieren. Einen direkten CSR- Dialog mit den Unterkünften gibt es teilweise – vor allem dort, wo aufgrund von Kundenrückmeldungen eine Intervention nötig ist.

## Reiseleitung

Der CSR-Dialog mit den Reiseleitern ist in Oman direkt, sonst eher indirekt. Die Performance ist sozial positiv, ökologisch kritisch zu bewerten. Ein neues Handbuch für die RL setzt nun aber verbindliche Standards und gilt als Vorform eines Vertrages.

## Community Involvement

Ist für die nächste Berichtsperiode geplant.

## Verbesserungsprogramm

Das Verbesserungsprogramm ist das eigentliche CSR-Management und Führungstool bei Nomad. Entsprechend detailliert und aktualisiert präsentiert es sich und kann in dieser Form als beispielhaft gelten. Die Verbesserungen gemäß dem Programm 2009 wurden weitgehend umgesetzt. Zu den meisten kritischen Punkten des Rezertifizierungsaudits wurden griffige Maßnahmen klar terminiert.

## Empfehlungen

1. Das direkte Gespräch mit ökologisch unsensiblen Unterkünften suchen mit dem Ziel verbindlicher Vereinbarungen.
2. Direkten CSR-Dialog zu den Reiseleitern verbessern/aufbauen mit verbindlichen Zielvereinbarungen
3. Emission pro Reise ausweisen auf Web und in den Katalogen

## Auflagen

1. CSR-Kommunikation auf Webseite installieren

## Gesamtbewertung

Nomad pflegt auf der Basis des Verbesserungs-Managements eine sehr professionalisierte und durch alle Stufen hindurch strukturierte CSR-Kultur. Einzig in den Bereichen Partneragenturen und Reiseleiter müsste der CSR-Prozess noch besser heruntergebrochen werden. Zwingend zu verbessern ist die CSR-Kommunikation auf der Webseite.

## Die Vergabe des CSR-Zertifikats wird empfohlen

8.4.2013	David Coulin
----------	--------------

## Eingesehene Belege/Nachweise

Homepage

Nachhaltigkeitsbericht

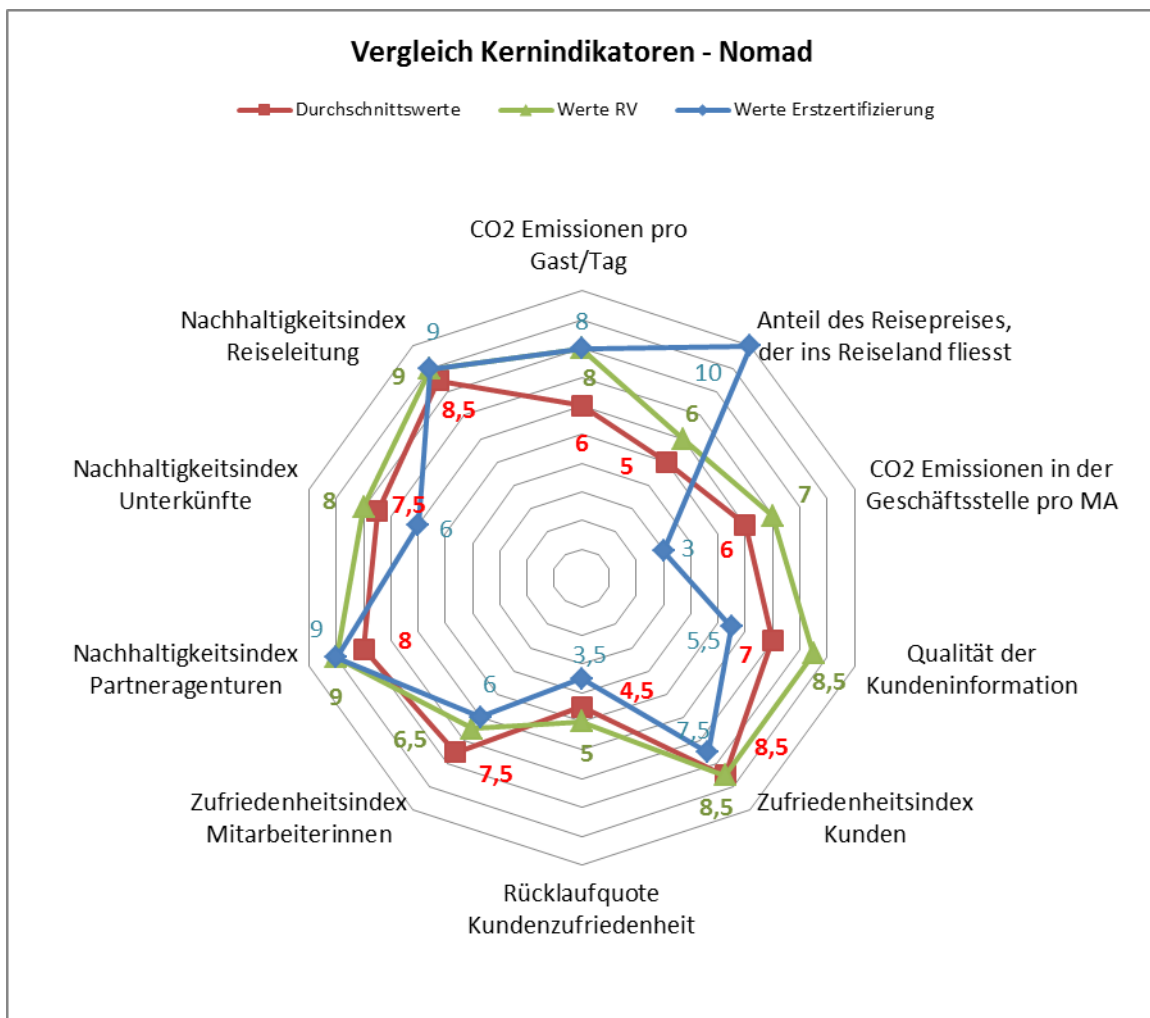
Avanti

Verbesserungsprogramme

Kernindikatoren

### Leistungsbewertung der Kernindikatoren

	Ø	Werte 2013	Werte 2009
Beitrag zur lokalen Wertschöpfung	45	51,8	77,4
Produktökologie: CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Gast/Tag	355	248,2	243,2
Qualitätsindex der Kundeninformation	70	84,1	56
Zufriedenheitsindex Kunden	85	85	74
Rücklaufquote Kundenfeedback	45	49,8	34,2
Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	75	65,3	59
Unternehmensökologie: CO <sub>2</sub> -Emissionen pro MA	2,8	2,18	6,06
CSR-Index Partneragenturen	80	92,6	89
CSR-Index Unterkünfte	75	80	60
CSR-Index Reiseleitung	85	90	89,5



**Punktebewertung: 1 = schlechtester Wert / 10 = bester Wert**