



# Prüfbericht TourCert Zertifizierung

Dein Marokko

Datum des Audits: Mai 2022



# Prüfbericht

Name des Reiseveranstalters	<b>Dein Marokko</b>	
Anzahl Mitarbeitende (in Vollzeitäquivalenten) *	<b>3</b>	
Flugkategorie	Meist gebuchte Flugart	
	<b>Mittelstreckenflug</b>	<b>3 - 6h Flugdauer</b>
Andere Transportmittel	Meist genutztes andere Transportmittel	Kilometer
Zertifiziert seit	<b>Oktober 2019</b>	

Auditor/in	<b>Florian Kaeufer</b>
Datum des Audits	<b>30.05.2022</b>
Art des Audits	<b>Fernaudit</b>

Gesprächspartner*innen	Name	Position
	<b>Luisa Mittasch</b>	<b>CSR Management</b>

\* Für Unternehmen mit bis zu 4,9 Mitarbeitenden (VZÄ) gelten die Anforderungen für Kleinveranstalter (siehe Durchführungsbestimmungen).

\*\* Durchschnittliche Flugkilometer pro Reisenden: Flugkilometer aller Reisenden (Paxe) in den untersuchten Destinationen. Diese Kennzahl dient der Einteilung des Reiseveranstalters in eine von vier Benchmark-Kategorien für den folgenden Kernindikator: "CO2-Emissionen abzgl. kompensierter Emissionen pro Gast und Tag"

## Zusammenfassung

### Gesamtbewertung

Der Reiseveranstalter "Dein Marokko" hat sich auf das Reiseziel Marokko spezialisiert. Die enge Verknüpfung von Land und Leuten auf den Rundreisen zeigt, dass eine soziale Nachhaltigkeit bereits in der Grundidee des Unternehmens verankert ist. Durch eine Agentur vor Ort, mit der das Unternehmen schon lange arbeitet, werden kurze und zuverlässige Informationswege ins Zielgebiet gewährleistet. Seit der Erstzertifizierung, welche sich auf die Erfassung von 2018 konzentriert hat, konnte sich das Unternehmen an einigen Stellen im Bereich CSR weiterentwickeln. So hat sich zum Beispiel der Anteil des Reisepreises, welcher im Zielland bleibt, um 10 Prozentpunkte erhöht - von 2018 auf 2019. Der Rückgang von 2020 ist auf Corona zurückzuführen. Einige weitere Indikatoren konnten sich ebenfalls verbessern. Die Klimabilanz der Mitarbeitenden allerdings nicht, da der Stromverbrauch am neuen Standort durch alle Mieter\*innen geteilt wird. Im Nachhaltigkeitsmanagement hat es einen Wechsel gegeben. Frau Mittasch identifiziert sich mit dem Thema und hat sich gut in den Prozess eingefunden. Mehr Aktivitäten und spezifischere Formulierungen im Verbesserungsprogramm wären wünschenswert.

<b>Das Unternehmen wird zur (Re-) Zertifizierung empfohlen:</b>	<input checked="" type="checkbox"/>	Ja	Florian Käufer 30.05.2022
	<input type="checkbox"/>	Ja, mit Auflagen	
	<input type="checkbox"/>	Nein	

Auflagen	Terminierung
Keine	

## Empfehlungen

1. Es wird empfohlen das Verbesserungsprogramm mit dem Management gemeinsam einmal zu überarbeiten und das eine oder andere, mit "Fortlaufend" markierte Ziel mit einer Zielgröße zu versehen. So kann ein Ziel erreicht werden. Das hat auch intern einen Motivationseffekt.
2. Das Unternehmen unterstützt die Organisation ADTME (Association Adrar pour le Développement, le Tourisme de Montagne et l'Écotourisme). Es wird empfohlen die Reiseleiter\*innen ebenfalls über die Projekte der Organisation zu informieren, damit sie den Gästen während der Rundreisen hiervon berichten können - schließlich interessiert es viele Menschen, es macht die Organisation bekannter und sorgt für einen positiven Kommunikationseffekt für das Unternehmen.

## Erfüllung der Kriterien

		Anzahl	Anteil
■ ■ ■ ■	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	1	3%
■ ■ ■	Kriterium erfüllt	34	92%
■ ■	Verbesserungswürdig	2	5%
■	Kriterium nicht erfüllt	0	0%
n/a	nicht zutreffend	0	

Erfüllungsgrad	Dein Marokko
Best Practice & Kriterium erfüllt	95%



# Bewertungs-Matrix

Das Audit basiert auf dem TourCert-Kriterienkatalog für Reiseveranstalter			
Kriterium		Bewertung	
<b>1.</b>	<b>Management</b>		
1.1	<b>Leitbild</b> Das Unternehmen hat ein Leitbild, das auf der Unternehmenswebsite veröffentlicht wird und Bezug zu folgenden Aspekten nimmt: (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen, (iii) Umweltschutz, (iv) Biodiversität, (v) kontinuierliche Verbesserung.	■■■	Gut geschrieben und lädt zum Lesen ein.
1.2	<b>CSR-Beauftragte*r</b> Die Leitungsebene übernimmt CSR-Verantwortung und hat eine verantwortliche Person als CSR-Beauftragte*n benannt und mit ausreichend Kompetenzen und Zeitressourcen ausgestattet. Die*der CSR-Beauftragte koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben und ist Ansprechpartner*in für externe Stakeholder.	■■■■	Luisa Mittasch ist CSR Beauftragte. In einem Dokument, welches im Cockpit hochgeladen ist, werden Funktion, Aufgaben und Ziele sehr genau beschrieben und fixiert.
1.3	<b>Legal Compliance</b> Das Unternehmen stellt sicher, dass alle relevanten Gesetze erfüllt werden (z.B. Gesundheits-, Sicherheits-, Arbeits- und Umweltaspekte, Anti-Korruption).	■■■	Beratung und Update in rechtlichen Fragen durch Anwalt, Steuerberater, IHK, AER. Anwalt und Steuerberater ebenfalls in Marokko und mit dortigen Anforderungen vertraut.
1.4	<b>Supplier Code</b> 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.	■■■	Code of Conduct wurde von lokaler Agentur Tafoukt - Travel unterzeichnet. Das Unternehmen arbeitet ausschließlich mit dieser Agentur.
1.5	<b>Menschenrechte</b> Das Unternehmen hat die für ihn relevanten Menschenrechtsaspekte und Risiken identifiziert und ein Verfahren zur Wahrnehmung der Sorgfaltspflicht (Due Dilligence) etabliert.	■■■	Einhaltung der Menschenrechte wird durch Vereinbarung und Dialog mit den Partnern gewährleistet.
1.6	<b>Kinderschutz</b> Das Unternehmen gewährleistet den Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung entlang der Wertschöpfungskette und orientiert sich dabei an den Empfehlungen des Kinderschutzkodex „The Code“.	■■■	Unterzeichner von The Code.
1.7	<b>Stakeholder-Analyse</b> Das Unternehmen hat seine internen und externen Stakeholder identifiziert (z.B. mit einer Stakeholder-Landkarte) und die gegenseitigen Wechselwirkungen bewertet.	■■■	Liegt vor und wurde 2022 von der aktuellen CSR-Beauftragten aktualisiert.
1.8	<b>Stakeholder-Dialog</b> Das Unternehmen führt einen aktiven CSR-Dialog mit seinen Stakeholdern, informiert über das eigene CSR-Management und fördert die nachhaltige Entwicklung der Stakeholder.	■■■	
1.9	<b>Information und Kommunikation</b> Das Unternehmen bewirbt bei seinen KundenInnen aktiv das nachhaltige Reisen.	■■■	Nachhaltigkeitsbereich auf der Webseite und Infos über Social Media. Nachhaltigkeitstipps vom Forum anders Reisen, Flyer zum Kinderschutz und Flyer von TourCert wird bei Buchung beigefügt.
1.10	<b>Priorisierung der Handlungsfelder</b> 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).	■■■	S.W.O.T. von 2019 ist noch aktuell und im Cockpit hochgeladen.
1.11	<b>Monitoring und kontinuierliche Verbesserung</b> Vorschlagswesen und Verbesserungsmanagement des Unternehmens sind funktionsfähig. Im Rahmen des Monitoring der kontinuierlichen Verbesserung wird das Verbesserungsprogramm jährlich aktualisiert.	■■	Liegt vor, aber wenig aktueller Content und Ziele könnten spezifischer bzw. messbarer formuliert sein.
1.12	<b>Nachhaltigkeitsbericht</b> Zu jeder Zertifizierung und Rezertifizierung erstellt das Unternehmen einen Nachhaltigkeitsbericht mit aktuellen Daten und Indikatoren.	■■■	Liegt vor.

<b>2. Wirtschaftsdaten</b>			
2.1	<b>Ökonomische Nachhaltigkeit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur ökonomischen Nachhaltigkeit.	■■■	Liegt vor, aber nur bis 2020. Ertrag im Reiseland konnte von 2018 auf 2019 um 10 Prozentpunkte erhöht werden. Umsätze von 2021 liegen noch nicht vor.
<b>3. Reiseangebote</b>			
3.1	<b>Angebotsportfolio</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zu den verkauften Reisen.	■■■	Liegt vor.
3.2	<b>Produktgestaltung</b> Das Unternehmen erhebt und bewertet regelmäßig den Grad der Nachhaltigkeit seiner eigenen touristischen Angebote.	■■■	Produkt-Check wurde erneut durchgeführt.
3.3	<b>CO2-Emissionen der Reisen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Klimawirkung der verkauften Reisen.	■■■	Liegt vor.
<b>4. Kunden</b>			
4.1	<b>Kundenzufriedenheit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner KundenInnen inklusive die Wahrnehmung von nachhaltigen Aspekten der Reisen.	■■■	
4.2	<b>Kundeninformation</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Qualität und Nachhaltigkeit seiner Kundeninformation.	■■	Es wird diskutiert wie die Nachhaltigkeitsthemen in den Informationen noch stärker berücksichtigt werden können.
<b>5. Mitarbeitende</b>			
5.1	<b>Schulung zur Nachhaltigkeit</b> Alle Mitarbeitenden (auch in den Destinationen) erhalten CSR-Schulungen (mindestens jährlich einmal) zu den Themen (i) Menschenrechte, (ii) Arbeitsbedingungen (inkl. Sicherheit und Gesundheitsschutz), (iii) Umweltschutz und (iv) Biodiversität.	■■■	Weiterbildung läuft einerseits durch Kommunikation innerhalb des Teams, aber auch durch Lernmodule von TourCert, Forumandersreisen und ECPAT.
5.2	<b>Bezahlung</b> Das Unternehmen orientiert sich an den Tariflöhnen und Tarifvereinbarungen.	■■■	
5.3	<b>Überstundenregelung</b> Das Unternehmen hat eine Überstundenregelung.	■■■	Freizeitausgleich oder Auszahlung nach Absprache.
5.4	<b>Freiwillige Sozialleistungen</b> Das Unternehmen hat ein System von freiwilligen Sozialleistungen.	■■■	Werden auf Wunsch ermöglicht.
5.5	<b>Interessenvertretung</b> Das Unternehmen fördert eine Interessenvertretung oder einen Betriebsrat der Mitarbeitenden.	■■■	In dem kleinen Team werden Interessen direkt gegenüber dem Management geäußert und wahrgenommen.
5.6	<b>Gerechtigkeit und Inklusion</b> Das Unternehmen bietet gerechte und gleiche Ausbildungs-, Weiterbildungs- und Beschäftigungsmöglichkeiten unabhängig von Herkunft, Ethnie, Alter, Glaube, sexueller Orientierung und Behinderung.	■■■	
5.7	<b>Beschäftigtenstruktur</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig Daten zur Beschäftigtenstruktur.	■■■	Liegt vor.
5.8	<b>Mitarbeitenden-Zufriedenheit</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Grad der Zufriedenheit der Mitarbeitenden.	■■■	Wird im persönlichen Austausch und Dialog festgestellt.
<b>6. Unternehmensökologie</b>			
6.1	<b>Energie</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Energieverbrauch am Bürostandort.	■■■	Liegt vor - im Nachhaltigkeitsbericht und Cockpit.
6.2	<b>Ökostrom</b> Das Unternehmen bezieht zu 100% Ökostrom.	■■■	Durch Greenpeace Energie.
6.3	<b>CO2-Emissionen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die CO2-Emissionen am Bürostandort.	■■■	Liegt vor - im Nachhaltigkeitsbericht und Cockpit.
6.4	<b>Kompensation Flugdienstreisen</b> Das Unternehmen kompensiert die eigenen Flugdienstreisen mindestens zu 50%.	■■■	100% über atmosfair.
6.5	<b>Papier</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig den Papierverbrauch am Bürostandort.	■■■	Anteil Recyclinpapier von 2018 auf 2019 auf 90% gestiegen.
6.6	<b>Beschaffung</b> Das Unternehmen bezieht nachhaltige (regional produzierte, biologische, umweltfreundliche und fair gehandelte) Produkte und Dienstleistungen.	■■■	

7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette			
7.1	<b>Partneragenturen</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Partneragenturen durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.	■■■	Unternehmen arbeitet nur mit einer Agentur zusammen.
7.2	<b>Unterkünfte</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Unterkünfte durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.	■■■	Unterkünfte werden von der Agentur gebucht, somit besteht kein direkter Kontakt. Die Ansprüche an die Nachhaltigkeit bestehen aber auch bei der Agentur.
7.3	<b>Reiseleiter*innen</b> Das Unternehmen führt regelmäßig eine Befragung der Reiseleiter*innen durch und erhebt den Grad ihrer Nachhaltigkeit.	■■■	Die Reiseleiter*innen sind bei der Agentur angestellt. Die Nachhaltigkeit wird also auch hier durch die Agentur erfasst.
7.4	<b>GeschäftspartnerInnen</b> Das Unternehmen erhebt regelmäßig die Zufriedenheit seiner Geschäftspartner*innen sowie den Grad der Qualität seiner Nachhaltigkeitskommunikation gegenüber diesen Partner*innen.	■■■	
8. Community Involvement			
8.1	<b>Unterstützung von Nachhaltigkeits-Projekten</b> Das Unternehmen unterstützt nachhaltige Initiativen oder Projekte am eigenen Standort und/oder in den bereisten Destinationen.	■■■	ADTME (Association Adrar pour le D10 le Tourisme de Montagne et l'Écotourisme) ist eine Initiative, die in Marokko unterstützt wird. Ferner ist das Unternehmen Mitglied im Verband "Ökolöwen"

■■■■	Best Practice / Vorzeige-Beispiel	Das Kriterium wird in vorbildlicher Weise erfüllt und dient anderen Unternehmen als Vorzeige-Beispiel.
■■■	Kriterium erfüllt	Das Kriterium wird vollständig oder weitgehend erfüllt und es besteht nur wenig Verbesserungspotential.
■■	Verbesserungswürdig	Das Kriterium wird teilweise erfüllt und es besteht Verbesserungsbedarf.
■	Kriterium nicht erfüllt	Das Kriterium wird nicht oder nur in unzureichendem Maße erfüllt. Es besteht dringender Verbesserungsbedarf.
n/a	nicht zutreffend	Das Kriterium ist für den Reiseveranstalter nicht zutreffend (z.B. aufgrund der Regelung für Kleinstveranstalter).

# Kernindikatoren

			Benchmark	2021	2018
1	Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt	%	60,8	42	69
2	CO2-Emissionen pro Fluggast/Tag (ohne Kompensation)	kg	111,9	96,5	115,83
3	CO2-Emissionen pro Fluggast/Tag (abzgl. Kompensation)	kg	-	47,44	-
4	Zufriedenheitsindex Geschäftspartner*innen	%	80,3	-	-
5	Qualitätsindex Kundeninformation	%	71,8	80	73
6	Zufriedenheitsindex Mitarbeitende	%	75,1	-	-
7	CO <sub>2</sub> -Emissionen in der Geschäftsstelle pro MA	t	2,4	0,85	0,87
8	CSR-Index Produktgestaltung	%	60,5	62	53
9	CSR-Index Partneragenturen	%	70,8	88	41,2
10	CSR-Index Unterkünfte	%	68,3	-	-
11	CSR-Index Reiseleiter*innen	%	71,8	41	82

