

Nachhaltigkeitsbericht 2022

IMBACH Reisen



IMBACH

wandern weltweit

Wander-Ferien. Wie schöne Ferien, nur bewegender.

IMBACH

wandern weltweit

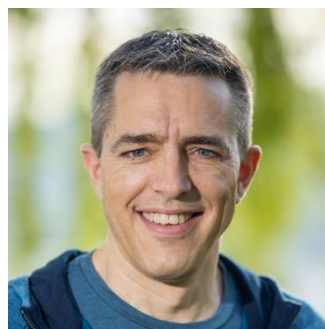


Imbach Reisen AG

Zürichstrasse 5
CH-6000 Luzern 6
Telefon: +41 41 418 00 00
E-Mail: info@imbach.ch
www.imbach.ch



Sandra Zimmermann
Produkt Manager & Nachhaltigkeitsbeauftragte
sandra.zimmermann@imbach.ch
sustainability@imbach.ch



Martin Fehrlin
Geschäftsleiter IMBACH Reisen
martin.fehrlin@imbach.ch

Inhaltsverzeichnis

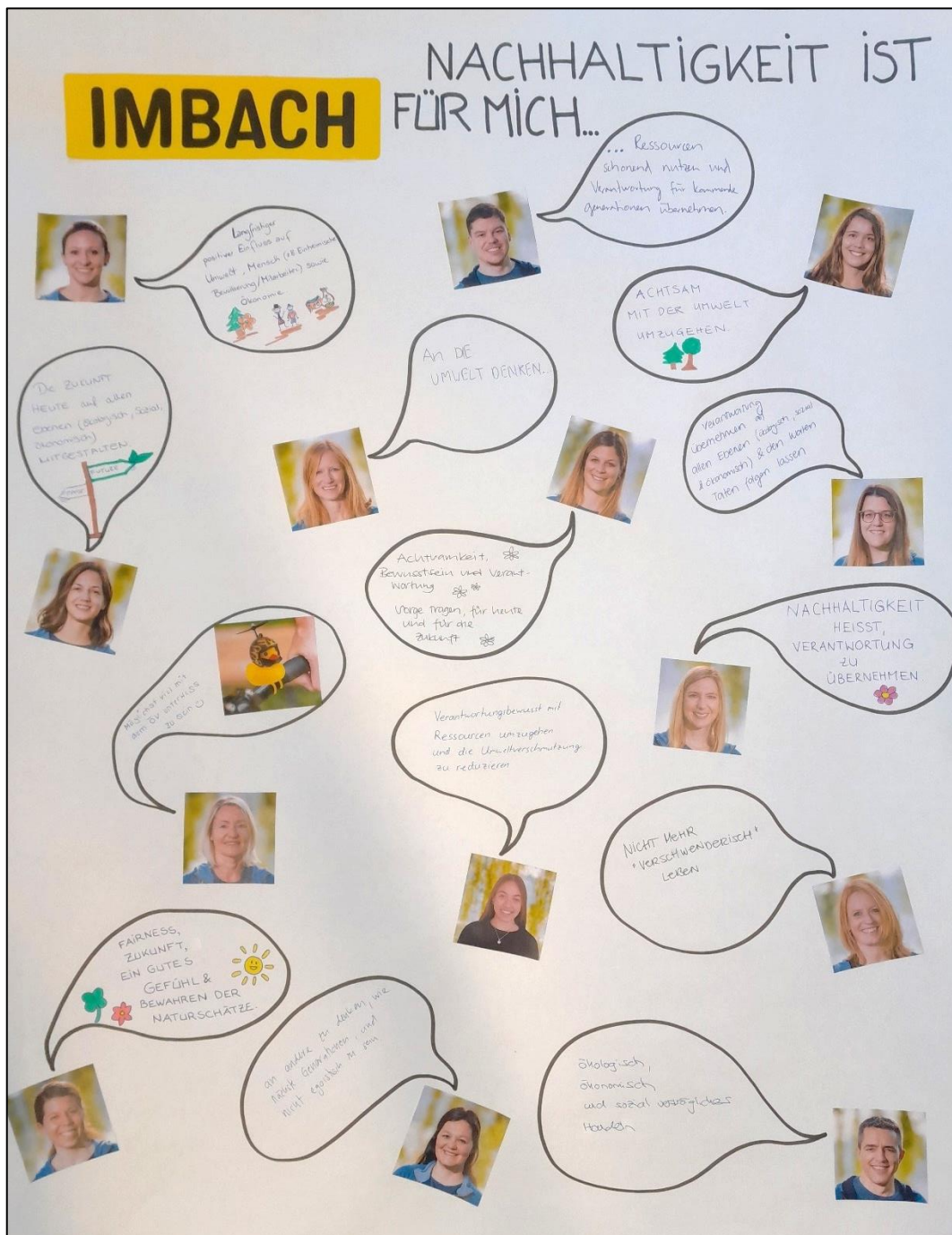
Vorwort	4
Allgemeine Informationen	6
Kernindikatoren	6
Umfang der Datenerhebung	6
Unternehmensportrait	7
1. Management	8
1.1 Leitbild.....	8
1.2 Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragte:r und CSR-Managementsystem.....	10
1.3 Legal Compliance.....	13
1.4 Supplier Code.....	13
1.5 Menschenrechte und Kinderschutz.....	14
1.6 Stakeholder-Analyse.....	15
1.7 Information und Kommunikation.....	18
1.8 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring.....	21
2. Wirtschaftsdaten	22
2.1 Ausgaben.....	22
3. Reiseangebote	22
3.1 Angebotsportfolio.....	22
3.2 Produktgestaltung.....	24
3.3 CO2-Emissionen der Reisen.....	24
4. Kund:innen	28
4.1 Kund:innen-Zufriedenheit.....	28
4.2 Kund:innen-Information.....	29
5. Mitarbeitende	30
5.1 Beschäftigungsstruktur.....	30
5.2 Arbeitsbedingungen.....	30
5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit.....	31
5.4 Mitarbeiter-Zufriedenheit.....	32
6. Unternehmensökologie	33
6.1 Energie.....	33
6.2 Ökostrom.....	33
6.3 CO2-Emissionen.....	34
6.4 Kompensation Flugdienstreisen.....	34
6.5 Papier.....	35
6.6 Beschaffung.....	35
7. Leistungsträger:innen in der Wertschöpfungskette	36
7.1 Partneragenturen.....	36
7.2 Unterkünfte.....	36
7.3 Reiseleiter:innen.....	36
7.4 Geschäftspartner:innen.....	37
8. Community Involvement	38
9. TourCert Prüfbericht	40

Vorwort

Die Ziele von TourCert decken sich zu 100% mit unseren. Auch wir von Imbach Reisen möchten, dass zukünftige Generationen unseren Planeten genießen und entdecken können.

Die Zertifizierung ist für uns somit der logische Schritt, unsere Verantwortung als weltweit tätiger Gruppenreiseveranstalter wahrzunehmen und unsere Wertschätzung gegenüber der Natur, den Menschen und den Ressourcen zu zeigen. Durch unsere internationale Vernetzung haben wir die Möglichkeit, direkt vor Ort Einfluss zu nehmen, etwas zu bewirken und unseren Kund:innen nachhaltige Reisen zu ermöglichen.

Das Imbach-Team macht sich Gedanken zur Nachhaltigkeit:



Nachhaltigkeit ist für mich...



...langfristiger positiver Einfluss auf Umwelt, Mensch (z.B. Einheimische, Bevölkerung / Mitarbeiter) sowie Ökonomie.
Silsha Willi
seit 2022 bei Imbach



...möglichst viel mit dem öV unterwegs zu sein.
Esther Portmann
seit 1994 bei Imbach



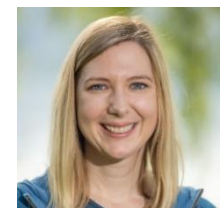
...Ressourcen schonend nutzen und Verantwortung für kommende Generationen übernehmen.
Christian Fries
seit 2016 bei Imbach



...verantwortungsbewusst mit Ressourcen umzugehen und die Umweltverschmutzung zu reduzieren.
Katharina Tschupp
seit 2024 bei Imbach



...achtsam mit der Umwelt umzugehen.
Andrea Späni
seit 2019 bei Imbach



...Verantwortung zu übernehmen.
Nadia Stüssi
seit 2023 bei Imbach



...die Zukunft heute auf allen Ebenen (ökologisch, sozial, ökonomisch) mitgestalten.
Jennifer Raimann
seit 2022 bei Imbach



...Fairness, Zukunft, ein gutes Gefühl und Bewahren der Naturschätze.
Sandra Zimmermann
seit 2017 bei Imbach



...an die Umwelt denken.
Karin Würsch
seit 2003 bei Imbach



...an andere zu denken, wie nächste Generationen, und nicht egoistisch zu sein.
Franziska Lötscher
seit 2015 bei Imbach



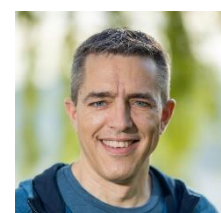
...Achtsamkeit, Bewusstsein und Verantwortung. Sorge tragen, für heute und für die Zukunft.
Tamina Meier
seit 2016 bei Imbach



...nicht mehr verschwenderisch leben.
Michaela Schmid
seit 2004 bei Imbach



...Verantwortung übernehmen auf allen Ebenen (ökologisch, sozial und ökonomisch) und den Worten Taten folgen lassen.
Katrin Müller
seit 2022 bei Imbach



...ökologisch, ökonomisch und sozial verträglich handeln.
Martin Fehrlin
seit 2018 bei Imbach

Allgemeine Informationen

	Einheit	2022
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz.	8.2
Gesamtübernachtungen	Anz.	29'034

Kernindikatoren

	Einheit	2022
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fliesst	%	41.35
CO2-Emissionen pro Fluggast/Tag (ohne Kompensation)	kg	129.6783
CO2-Emissionen pro Fluggast/Tag (abzgl. Kompensation)	kg	111.87
Zufriedenheits-Index Geschäftspartner:innen	%	82
CSR-Index Kund:innen-Information	%	75
Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	72
CO2 pro Mitarbeitenden (ohne Kompensation)	t	1.4581
CSR-Index Produktgestaltung	%	61
CSR-Index Partneragenturen	%	98
CSR-Index Unterkünfte	%	90
CSR-Index Reiseleiter:innen	%	86

Umfang der Datenerhebung

Da wir ein sehr breitgefächertes Angebot an unterschiedlichsten Reisen haben, von welchen viele nur ein bis zwei Abreisedaten pro Jahr haben, entschieden wir uns nach Absprache für unsere 21 Top Reisen aus dem Jahr 2022 für die Bestandsaufnahme zur Erstzertifizierung.

Diese 21 Top Reisen setzen sich aus den je 3 Top Reisen von unseren Hauptkategorien zusammen:

- «Europa Bahn»
- «Europa Bus»
- «Individuelle Anreise»
- «Übersee Flug»
- «Wander-Flussreisen»
- und den 6 Top Reisen der Kategorie «Europa Flug»

Gemeinsam machen diese Reisen 36% des Gesamtvolumens unseres Angebotes aus dem Jahr 2022 aus. Wir haben uns bewusst für diese Zusammenstellung entschieden, damit wir die verschiedensten Transportmittel der An- und Rückreise auswerten können. Da die Kategorie «Europa Flug» das grösste Volumen ausmacht, haben wir davon die Top 6 Reisen dazu genommen.

Unternehmensportrait

Wandern ist nicht nur die beliebteste Freizeitaktivität in der Schweiz, sondern hat in den letzten Jahren einen richtigen Boom erlebt und liegt voll im Trend. Erfreulich und schön, aber nichts Neues für uns! Wir von Imbach Reisen setzen schon seit über 50 Jahren auf die Karte «Wandern» und sind der Spezialist für geführte Wanderreisen weltweit.

1968 vom Ehepaar Anna und Werner Imbach gegründet, bietet Imbach Reisen eine grosse Auswahl an geführten Wanderreisen weltweit. Beim Gestalten unserer Reisen legen wir den Fokus auf authentische, nachhaltige und lokale (Wander-)Erlebnisse vor Ort mit einer Wander- und Reiseleitung, die bestens über Land und Leute Bescheid weiss.

Wir führen jährlich über 400 Reisen durch. Unser Portfolio beinhaltet vom gemütlichen Genusswandern, über anspruchsvolles Bergwandern, diverse Themenreisen (z.B. «Wandern & Wein»), kurzweilige Tageswanderungen um Imbach-Luft zu schnuppern, Reisen nur mit öffentlichen Verkehrsmitteln, exklusive Reisen für Alleinreisende bis hin zu Wander-Flussreisen und vielen weiteren Angeboten eine breite Palette an Auswahl für Personen, die auch in ihren Ferien gerne aktiv unterwegs sind.

Das Imbach-Büro befindet sich im Herzen von Luzern und das motivierte Team, bestehend aus 14 Mitarbeiter:innen und Wanderfans (Stand: April 2024), steht für Fragen oder eine Beratung gerne zur Verfügung.

Der Verkauf wird hauptsächlich online und telefonisch abgewickelt. Imbach Reisen verfügt über kein eigenes Filialnetz. Ein kleiner Teil wird über Reisebüros verkauft, u. a. auch über das einzige Reisebüro der Twerenbold-Familie, die Twerenbold Reisewelt in Baden.

Wandern weckt Emotionen! Unser Image-Video auf YouTube ansehen:
<https://www.youtube.com/watch?v=reikrFAVm9k> (schweizerdeutsch gesprochen)

Imbach Reisen ist eine Tochtergesellschaft der Twerenbold Reisen Gruppe (TRG). Rund 100'000 Gäste nehmen jährlich an den Reisen teil, stets unter dem Motto «Reisen in guter Gesellschaft». Zur Gruppe gehören auch der Busreiseveranstalter Twerenbold Reisen, der Fluss- und Kreuzfahrtspezialist Reisebüro Mittelthurgau und Vögele Reisen, der Spezialist für Erlebnisreisen in kleinen Gruppen.

Die Angebote der einzelnen Marken ergänzen sich optimal. Sie ermöglichen reizvolle und bequeme Kombinationsmöglichkeiten. Von den Reiseprogrammen über die Transportmittel bis zum Personal: Die Firmen der TRG setzen auf Qualität, Innovation und Tradition. Kompetente Reiseleiter:innen begleiten die Gäste während der gesamten Reise.

Die TRG ist eine gesunde, schweizerische KMU und steht ein für hohe Qualität bei einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis. Karim Twerenbold führt das traditionsreiche Familienunternehmen als Verwaltungsratspräsident in der vierten Generation.

Karim Twerenbold, VR-Präsident, durfte an der ITB im März 2024 den myclimate-Award für die Twerenbold Reisen Gruppe entgegennehmen. Ausschlaggebend für die Wahl von myclimate war, dass sich die Twerenbold Reisen Gruppe in allen drei Dimensionen für Nachhaltigkeit einsetzt: ökologisch, wirtschaftlich und gesellschaftlich. Im Klimaschutz misst myclimate der Firma eine absolute Pionierrolle zu, indem sie den Ansatz «Vermeiden, Reduzieren, Verantwortung übernehmen» konsequent verfolgen.

I. Management

1.1 Leitbild



Wer wir sind

«Reisen in guter Gesellschaft» lautet das Motto der Twerenbold Reisen Gruppe, zu der Imbach Reisen gehört. Rund 100'000 Gäste nehmen jährlich an den Reisen teil und entdecken mit Gleichgesinnten Neues. Zur Gruppe gehören nebst dem Busreiseveranstalter Twerenbold Reisen zudem auch der Fluss- und Kreuzfahrtspezialist Reisebüro Mittelthurgau, der Spezialist für begleitete Flugrundreisen Vögele Reisen und die Reederei Swiss Excellence River Cruise.

Wandern liegt in der Imbach-DNA und was gibt es Schöneres, als sich täglich mit etwas beschäftigen und auseinandersetzen zu dürfen, das man gerne macht. Und so ergibt es sich von selbst, dass wir alle – egal ob im Büro in Luzern oder unsere rund 90 Reiseleiterinnen und Reiseleiter «draussen» – mit viel Motivation und Engagement dabei sind.

Was wir bieten

Wir von Imbach Reisen setzen schon seit über 50 Jahren auf die Karte «Wandern» und sind der Spezialist für geführte Wanderreisen weltweit. Egal ob man schon lange ein begeisterter Wanderer oder erst seit Kurzem auf den Geschmack gekommen ist und realisiert hat, dass Wandern die perfekte Freizeitbeschäftigung ist – Imbach bietet ein abwechslungsreiches, vielfältiges und teils sogar exklusives Angebot von über 120 Reisen zu einem attraktiven Preis-Leistungsverhältnis.

Imbach steht jedoch nicht nur für eine grosse Auswahl und jahrelange Erfahrung, sondern auch für Qualität, Zuverlässigkeit und eine hohe Kund:innenzufriedenheit. Unsere Kund:innen spüren vom ersten Moment an, dass wir bei Imbach mit Herzblut dabei sind und unseren Kund:innen etwas Spezielles bieten wollen.

Der Vorteil einer geführten Wanderreise liegt auf der Hand: Man kann sich während den Ferien auf das Wesentliche konzentrieren – nämlich aktive Erholung sowie neue Regionen, Kulturen und Menschen kennenzulernen. Man erfährt von unserer kompetenten Reiseleitung interessante Informationen über Land und Leute sowie über fremde Kulturen, genießt die landestypische Küche und muss sich während der Reise um (fast) nichts kümmern. Auf sorgfältig ausgewählten Routen, wenn immer möglich abseits der Touristenströme, führen wir durch attraktive Wanderregionen und geben die Möglichkeit, eine Region bzw. ein Land wandernd zu entdecken. Ganz im Sinne des bekannten Zitates von Johann Wolfgang von Goethe: «Nur wo du zu Fuss warst, bist du auch wirklich gewesen».

Wofür wir stehen

Tradition und Innovation bedeuten für uns keinen Widerspruch. Unsere langjährige Erfahrung ermöglicht uns, überraschende Reisen zu kreieren, die eigene Bus- und Schiffsflotte von Twerenbold zu nutzen und unsere kreativen Ideen umzusetzen.

Wir arbeiten nach marktwirtschaftlichen Grundsätzen, betreiben eine nachhaltige Finanzpolitik und stellen Kontinuität vor kurzfristige Gewinnmaximierung.

Wir fühlen den Puls unserer Gäste, wenn wir selbst auf Reisen unterwegs sind. Wir mögen Menschen, wir sind aufrichtig und zeigen Gesicht.

Nachhaltigkeit

Reisen verbindet, erweitert den Horizont, macht glücklich und gibt nicht zuletzt vielen Personen vor Ort auch einen Lebensunterhalt und eine Perspektive. Doch Reisen hat auch seine Kehrseiten. Die Rede ist insbesondere von den ökologischen Auswirkungen. Deswegen jedoch nicht mehr zu reisen, ist sicherlich der falsche Ansatz. Wir setzen uns darum für einen nachhaltigen Tourismus ein – das heisst, einen Tourismus, der ökologisch tragbar, sozial gerecht und kulturell verträglich sowie wirtschaftlich ergiebig ist. Wir versuchen CO₂-Emissionen wo möglich zu vermeiden und unterstützen im Umfang der unvermeidbaren CO₂-Emissionen die Reduktion von CO₂ in Klimaschutzprojekten von myclimate.

Unsere Zukunft

Wir haben klare Vorstellungen über unsere Zukunft. Wir sind führend in unserer Marktposition, wir antizipieren Trends, wir bleiben unabhängig und wollen wachsen.

Stark im Team

Engagierte und motivierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen uns als Unternehmen stark und lassen uns unsere Ziele erreichen. Alle tragen aktiv zum Erfolg bei.

Als Arbeitgeberin tragen wir Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitenden und bieten ihnen ein attraktives Umfeld, gerechte Entlohnung und die Möglichkeit, sich zu entwickeln.

Wir legen grossen Wert auf gute Arbeitsbedingungen sowie ein positives Unternehmensklima.



1.2 Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragte und CSR-Managementsystem

Tourismus und Nachhaltigkeit vereinen

Was macht die Twerenbold Reisen Gruppe zu einem nachhaltigen Reiseanbieter und wie sieht der Beitrag in jeder der drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales aus? Ob die topmoderne Busflotte, zahlreiche Arbeitsplätze im In- und Ausland oder auch die Förderung der Integration von Menschen mit Beeinträchtigungen – dies ist nur ein kleiner Auszug ihrer Anstrengung. Zusätzlich werden sämtliche CO₂-Emissionen (Transport, Hotels und Ausflüge) aller Reisen berechnet und ein entsprechender Klimaschutzbeitrag geleistet. Dieser Betrag ist in den Reisearrangements automatisch integriert. Dabei wird auf die Zusammenarbeit mit der renommierten Organisation myclimate gesetzt. Pro Gast wird ein reisespezifischer Betrag geleistet, der im Vorfeld gemeinsam mit myclimate ermittelt wird.



Werner Twerenbold Stiftung

Seit bereits 125 Jahren handelt das Familienunternehmen Twerenbold nach den Werten der sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit. Der Einsatz für Gutes ist fest in der Familientradition verankert. In Memoria an den zu früh verstorbenen Firmenpatron Werner Twerenbold wurde die Stiftung im Jahr 2020 ins Leben gerufen. Sie trägt den Namen von Werner Twerenbold zu seinen Ehren.

Der Einsatz für Gutes ist fest in der Familientradition verankert. Die Stiftung wurde konsequenterweise im Namen von Werner Twerenbold gegründet, denn seine Engagements haben seine Umgebung geprägt. Nazly, Karim und Andrea Twerenbold wollen diesem Erbe Rechnung tragen. Sie bilden auch den Stiftungsrat. Das Stiftungsvermögen besteht aus Beiträgen der Familie Twerenbold.



«Wir meinen es ernst. Unseren Worten folgen Taten, wir übernehmen Verantwortung und werden weiter substanziell in den Klimaschutz und den Umweltschutz investieren. Was wir tun, soll vorbildhaft sein.»

Karim Twerenbold

myclimate-Award 2024

Karim Twerenbold, Verwaltungsratspräsident der Twerenbold Reisen Gruppe, nimmt am 6. März den myclimate-Award 2024 an der ITB Berlin entgegen. In der Begründung für die Auszeichnung nennt die Jury u.a. folgende Punkte:

- **Ganzheitlich nachhaltiger Ansatz in allen drei Dimensionen Ökologie, Ökonomie und Soziales.** Die Twerenbold Reisen Gruppe verfolge Klimaschutz und Nachhaltigkeit ernsthaft, konsequent und systematisch. Dabei binde man alle mit ein: Mitarbeitende, Reisegäste und Management – mit konkreten Zielen und vorbildlichen Massnahmen.

- **Vorbildlicher Klimaschutzbeitrag.** Die Integration des Klimaschutzbeitrags ins Reisearrangement habe «absoluten Vorbildcharakter». So trage die Twerenbold Reisen Gruppe dazu bei, dass umweltbewusstes Reisen zum Standard werde.
- **Neue, emissionsarme Technologien.** Die gesamte Gruppe investiere in moderne Reisebusse, Schiffe mit Clean Air Technology und viele weitere Massnahmen (Waste-Management, Abwasser, Strom etc.). Das zeige: Die Twerenbold Reisen Gruppe geht das Thema Klimaschutz über alle Bereiche ganzheitlich an.



Nachhaltigkeitsbeauftragte bei Imbach Reisen

Nachdem unsere Schwesterfirma Vögele Reisen seit August 2022 das TourCert Siegel trägt, haben wir uns Anfangs 2023 ebenfalls dazu entschieden, uns nachhaltig zertifizieren zu lassen. Dafür haben wir aus dem Team Sandra Zimmermann als Nachhaltigkeitsbeauftragte und Hauptverantwortliche für den Zertifizierungsprozess angefragt, da sie sich auch privat für Nachhaltigkeitsthemen begeistert und seit 2010 im Tourismus Berufserfahrung sammelt. Sie hat dieser Aufgabe gerne zugestimmt.

Sandra Zimmermann ist in einem 100% Pensum angestellt. Dieses Vollzeitpensum teilt sich in 70% Produkt Management und 30% CSR-Management für Imbach Reisen, Unterstützung des Geschäftsleiters und Betreuung Reiseleiter auf. Sie koordiniert intern die Nachhaltigkeitsaufgaben, führt ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem im Unternehmen ein und ist Ansprechperson für TourCert. Wann immer sinnvoll und möglich, wird das gesamte Team in das Projekt und den Prozess miteinbezogen. Wenn es um finale Entscheidungen geht, werden diese in Absprache mit Martin Fehrlin, Geschäftsleiter Imbach Reisen, getroffen.

Nach dem offiziellen Start des Zertifizierungsprozesses Anfangs Juli 2023 hat Sandra Zimmermann das online Training Travel for Tomorrow Basic erfolgreich absolviert. In einem fortlaufenden Selbststudium sammelt sie verschiedenste Informationen rund um das Thema Nachhaltigkeit im Tourismus und erweitert ihr Wissenstand.

Sandra Zimmermann: «Ich habe mich sehr über diese neue Herausforderung gefreut. Das Thema passt wunderbar zu mir, da mir Nachhaltigkeit sehr am Herzen liegt. Ich liebe es, draussen unterwegs zu sein und die Naturschätze um uns herum zu fotografieren. Ich bin sehr dankbar, das Privileg zu haben, so viele Orte und Regionen der Welt entdecken zu können. Für mich ist es wichtig, das mit einem Bewusstsein zu machen, dass dies nicht selbstverständlich ist und dabei schonend mit all unseren Ressourcen umzugehen.»



1.3 Legal Compliance

Die Einhaltung der relevanten Gesetze betrachten wir als Selbstverständlichkeit. Bei Unsicherheiten und Fragen betreffend der Einhaltung geltender Regeln und Gesetze können wir uns jederzeit an den Gruppen-CFO wenden. Dieser wiederum kann auf zwei spezialisierte Anwaltsbüros sowie bei ganz spezifischen Fragen auf weitere externe Rechtsberater zugreifen. Die Koordination innerhalb der TRG erfolgt zentral durch den CFO. Zudem werden auch im Rahmen der jährlichen Revision Compliance Checks durchgeführt.

1.4 Supplier Code

Wir haben die vereinbarten Leistungen mit unseren Partneragenturen und Leistungsträgern (Hotels, Transportunternehmen, Restaurants usw.) schon immer per schriftlichem Vertrag festgehalten. In diesem Dokument werden unter anderem die Preise, Stornobedingungen und weitere Abmachungen bestimmt und von beiden Parteien unterzeichnet.

Während dem Zertifizierungsprozess haben wir in den Sprachen Deutsch, Englisch, Spanisch, Französisch, Italienisch und Portugiesisch je einen Code of Conduct erstellt. Im Februar 2024 haben wir all unseren Partneragenturen und Leistungsträgern diesen Code of Conduct in der zu ihnen passenden Sprache per Mail zum Unterschreiben zukommen lassen. Dieser Verhaltenskodex gilt als zusätzliche Vereinbarung zu den bereits bestehenden Verträgen.

Für ein besseres Monitoring vom Erhalt der unterzeichneten Code of Conduct haben wir eine separate Mailbox mit eigener Mailadresse einrichten lassen, welche von Sandra Zimmermann betreut wird: sustainability@imbach.ch

Das Ziel ist, dass alle bestehenden Partner / Leistungsträger diesen Code of Conduct zusätzlich zum bereits existierenden Leistungsvertrag unterzeichnen und alle neuen Partner / Leistungsträger dieses Dokument sogleich mit dem Vertrag zusammen zum Unterschreiben erhalten.

1.5 Menschenrechte und Kinderschutz

«Sexuelle Ausbeutung von Kindern und Jugendlichen als Begleiterscheinung von Reisen und Tourismus stellt ein wachsendes Problem dar. Ferien sind für viele die schönsten Zeiten des Jahres – aber nicht für alle. Neben den vielen positiven Seiten, welche der Tourismus als Wirtschaftssektor und Einnahmequelle für Feriendestinationen bietet, hat dieser auch seine Schattenseiten: Eine ausgelassene Ferienstimmung, die relative Anonymität und der leichte Zugang zu Kindern und Jugendlichen verstärken das Risiko auf sexuelle Ausbeutung. Tourismus ist nicht die Ursache für sexuelle Ausbeutung. Jedoch wird dabei oftmals die touristische Infrastruktur missbraucht – denn die meisten Missbräuche finden in Hotels oder gemieteten Wohnungen statt. Deshalb muss auch die Tourismusbranche Verantwortung für den Schutz von Kindern an Ferienorten übernehmen.»
(aus <https://www.kinderschutz.ch> Kinderschutz Schweiz – ECPAT Switzerland – Schweizer Vertretung von ECPAT International, globales Netzwerk gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern und Kinderhandel)

Wir wollen dem entgegensteuern und mithelfen, die sexuelle Ausbeutung im Tourismus sowie den Kinderhandel effektiv zu bekämpfen. In unserem Code of Conduct verpflichten wir unsere Partner und Leistungsträger, Menschenrechte und den Schutz von Kindern zu wahren. Die Agenturen bekennen sich zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung. Ausserdem wird jegliche Art von Diskriminierung von Menschen nicht geduldet, und die Partner sind gehalten, alle Formen von Zwangsarbeit und Kinderarbeit zu unterbinden.

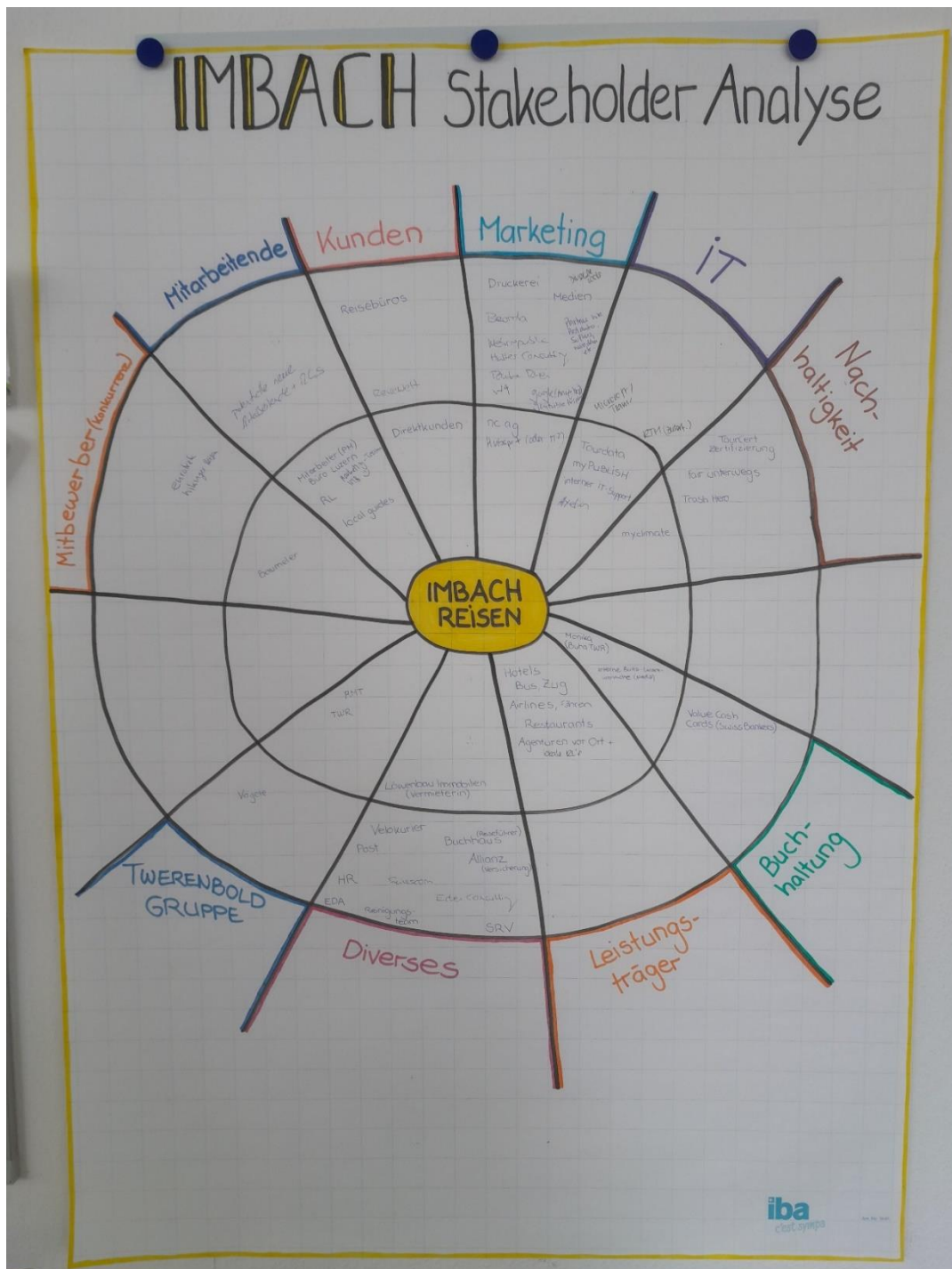
Des Weiteren werden wir als nächste Massnahme den internationalen Verhaltenskodex «The Code» (www.thecode.org) unterzeichnen, der als Initiative zwischen Tourismusunternehmen und ECPAT-Mitgliedern ins Leben gerufen wurde. Gemeinsam wird die Mission verfolgt, in der Tourismusbranche Bewusstsein zu schaffen sowie Hilfsmittel und Unterstützung zu bieten, um die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Zusammenhang mit Reisen und Tourismus zu bekämpfen. Indem wir «The Code» beitreten, verpflichten wir uns, folgende sechs Kriterien einzuhalten:

- 1) Festlegung von Richtlinien und Vorgehensweisen gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern.
- 2) Schulung von Mitarbeitenden in Kinderrechten, der Prävention sexueller Ausbeutung und dem Melden verdächtiger Fälle.
- 3) Aufnahme einer Klausel in die Verträge mit Geschäftspartner, die eine gemeinsame Ablehnung und eine Nulltoleranzpolitik in Bezug auf die sexuelle Ausbeutung von Kindern festlegt.
- 4) Bereitstellung von Informationen für Reisende über Kinderrechte, die Prävention sexueller Ausbeutung von Kindern und das Melden verdächtiger Fälle.
- 5) Unterstützung, Zusammenarbeit und Einbindung von Akteuren bei der Prävention sexueller Ausbeutung von Kindern.
- 6) Jährliche Berichterstattung an «The Code» über die Umsetzung der sechs Kriterien.

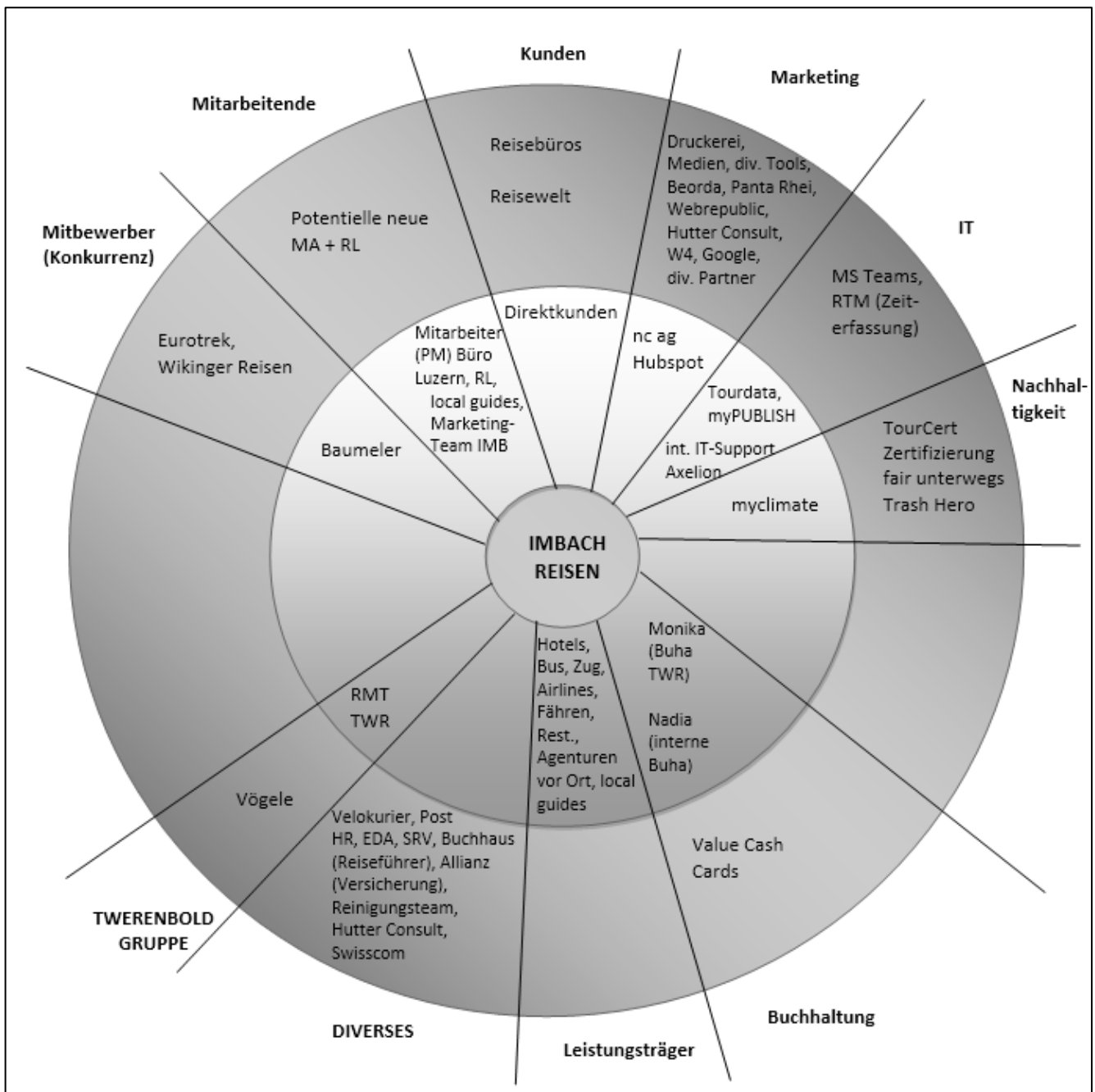
1.6 Stakeholder-Analyse

Um das Konzept der Nachhaltigkeit umsetzen zu können, ist es essenziell, unsere Stakeholder zu definieren. Es handelt sich dabei um Personen oder Interessenvertreter:innen, für die es aufgrund ihrer Interessenlage von Belang ist, wie unser Unternehmen sich verhält. Dazu gehören neben der Eigentümerfamilie Twerenbold u. a. auch die Mitarbeitenden, Kund:innen, Lieferant:innen, aber auch der Staat sowie die Öffentlichkeit. Die untenstehende Grafik zeigt zehn Anspruchsgruppen mit den verschiedenen Interessenvertreter:innen, die sich im inneren oder äusseren Kreis befinden, je nach Nähe zum Unternehmen.

Brainstorming zusammen mit dem ganzen Team:



Digitales Erfassen des gemeinsamen Brainstormings:



IMBACH Matrix Stakeholderbewertung:

Einfluss des Unternehmens / Destination auf Stakeholder	hoch	<p>Value Cash Cards</p>	<p>TourCert Zertifizierung fair unterwegs Trash Hero</p> <p>Potentielle neue MA + RL</p> <p>Baumeler</p> <p>myclimate</p> <p>Mitarbeiter (PM) Büro Luzern, RL</p> <p>local guides, Marketing-Team IMB</p>
	niedrig	<p>Vögele</p> <p>Reisebüros Reisewelt</p> <p>Velokurier, Post HR, EDA, SRV, Buchhaus (Reiseführer), Allianz (Versicherung), Reinigungsteam, Hutter Consult, Swisscom</p>	<p>Eurotrek, Wikinger Reisen</p> <p>RMT TWR</p> <p>MS Teams, RTM (Zeit- erfassung)</p> <p>int. IT-Support Axelion</p> <p>Tourdata, myPUBLISH</p> <p>nc ag Hubspot</p> <p>Druckerei, Medien, div. Tools, Beorda, Panta Rhei, Webrepublic, Hutter Consult, W4, Google, div. Partner</p> <p>Direktkunden</p> <p>Hotels, Bus, Zug, Airlines, Fähren, Rest., Agenturen vor Ort, local guides</p> <p>Monika (Buha TWR)</p> <p>Nadia (interne Buha)</p>
		niedrig	hoch
		Einfluss auf das Unternehmen / Destination	

1.7 Information und Kommunikation


Es ist uns wichtig, dass unsere Kund:innen über unser Nachhaltigkeit-Engagement klar informiert werden. Aktuell geschieht dies allerdings noch zu wenig prominent. Wir werden darum unsere bereits bestehende Nachhaltigkeit-Landingpage entsprechend ausbauen, auf unser Engagement besser hinweisen und schneller auffindbar auf der Startseite unserer Webseite platzieren.


Im Moment erfahren unsere Kund:innen über folgende Kanäle von unserem Engagement, bzw. folgende Kanäle möchten wir noch aktiver nutzen:

Offline

Ungefähr zwei Wochen vor Abreise erhalten unsere Kund:innen ein ausführliches, gedrucktes Reiseprogramm per Post zugestellt. Nebst den allgemeinen wichtigen Informationen zur gebuchten Reise gibt es im Programm auch eine separate Seite, auf der wir auf Tipps für nachhaltiges Unterwegssein hinweisen (siehe Screenshot unten). Beim Scannen des integrierten QR-Codes gelangt man auf diese Landingpage:

<https://www.imbach.ch/rund-ums-reisen/nachhaltigkeit/nachhaltig-unterwegs>


IMBACH
wandern weltweit




Nachhaltig unterwegs

Reisen verbindet, erweitert den Horizont, macht glücklich und gibt nicht zuletzt vielen Personen vor Ort auch einen Lebensunterhalt und eine Perspektive. Doch Reisen hat auch seine Kehrseiten.


Die Rede ist insbesondere von den ökologischen Auswirkungen. Deswegen jedoch nicht mehr zu reisen, ist sicherlich der falsche Ansatz. Wir setzen uns für einen nachhaltigen Tourismus ein, das heisst einen Tourismus, der ökologisch tragbar, sozial gerecht und kulturell verträglich sowie wirtschaftlich ergiebig ist.

Ab 2023 leisten Imbach und die gesamte Twerenbold Reisen Gruppe einen Klimaschutzbeitrag in der Höhe der berechneten CO2-Emissionen an verschiedene Projekte von myclimate. Dieser Beitrag ist automatisch in den Reisearrangements integriert.

Erfahren Sie hier mehr über unsere Projekte, Tipps und die Werner Twerenbold Stiftung:



Vielen Dank für Ihre aktive Mithilfe für ein nachhaltiges Reisen!



Online

Auf unserer Webseite www.imbach.ch/rund-ums-reisen/nachhaltigkeit werden unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten vorgestellt und die Webseite-Besucher:innen für diverse Nachhaltigkeitsthemen sensibilisiert. Wie eingangs bereits erwähnt, wird diese Seite im Rahmen des Verbesserungsprogramms ausgebaut und schneller auffindbar platziert. In unserem Kund:innen-Newsletter (Versand ca. alle zwei Wochen) machen wir zwischendurch explizit auf unsere Reisen mit dem öffentlichen Verkehr aufmerksam oder erwähnen andere relevante Nachhaltigkeitsthemen.

Ferienmessen und Informationsabende

Wir nehmen jährlich an den Ferienmessen in Zürich und Bern sowie an der Twerenbold Hausmesse teil. Ungefähr zwei- bis dreimal im Jahr organisieren wir einen Informationsabend zu einer besonderen Reise oder spezifischen Region, an dem bereits gebuchte und auch interessierte Personen teilnehmen können.

Aktuell machen wir an diesen Veranstaltungen nicht explizit auf unser Nachhaltigkeit- Engagement aufmerksam. In Zukunft möchten wir dies aber mittels Flyer oder Banner machen.

Kataloge

In unserem aktuellen Jahreskatalog (erscheint einmal jährlich, jeweils im November) machen wir am Anfang auf einer Doppelseite über unser Engagement bei folgenden Punkten aufmerksam:

- Werner Twerenbold Stiftung
- myclimate
- Schweizer Wanderwege
- Trash Hero
- fairunterwegs
- TourCert

Flyer «kostenlose fairunterwegs Mitgliedschaft»

Seit Mitte 2023 ist Imbach Reisen Mitglied bei fairunterwegs (<https://fairunterwegs.org/>). Dank dieser Zusammenarbeit können wir seit März 2024 unseren Kund:innen eine kostenlose Mitgliedschaft bei fairunterwegs schenken. Die Kund:innen werden darüber mittels einem den Reisedokumenten beigelegten Flyer aufmerksam gemacht.

Give Aways, Reiseleiter-T-Shirt und Shop-Artikel

Wenn es um Produkte geht, welche unsere Kund:innen und Reiseleiter:innen nach aussen tragen, sind uns Qualität und Herstellung enorm wichtig. Wir möchten, dass unsere Kund:innen ein qualitativ hochwertiges Produkt erhalten – sei dies geschenkt oder über unseren Shop gekauft (www.imbach.ch/shop).

Wir bieten z.B. Trinkflaschen der Schweizer Marke SIGG oder einen Taschenschirm der Schweizer Marke Strotz an. Unsere Wanderrucksäcke und Regenjacken sind von der Marke VAUDE, welche ebenso grossen Wert auf Nachhaltigkeit legt wie wir. Seit Anfangs 2023 haben wir zudem eine Partnerschaft mit dem nachhaltigen Schweizer Aktivkleider-Hersteller Radys, von dem wir die T-Shirts mit Imbach Logo drauf für unsere Reiseleiter:innen und Mitarbeiter:innen beziehen.

Als Give Away setzen wir z.B. auf Wandertee des Herstellers Herboristeria, welcher in einem Nachbarsort von Luzern zu Hause ist.

Aktuell verteilen unsere Reiseleiter:innen auf den Wanderreisen einmal an jeden Gast einen einzeln verpackten Traubenzucker, auf dessen Verpackung unser Logo gedruckt ist. Dies soll für ein positives Überraschungsmoment nach einem z.B. anstrengenden Aufstieg sorgen. Allerdings haben wir von den Reiseleiter:innen ab und zu die Rückmeldung erhalten, dass es diese Plastikverpackung nach dem Öffnen wegwirft und so irgendwo in der Natur liegen bleibt. Wir prüfen darum eine abfalleinsparende Alternative für dieses Goodie.

Kundenmagazin

Das Kundenmagazin «Unterwegs» der Twerenbold Reisen Gruppe erscheint zweimal jährlich (Druckauflage: 8'000 Exemplare). Es liegt jeweils in den Reisebussen, Schiffen der Excellence Flotte, in der Cafeteria beim Twerenbold Hauptsitz in Baden Rütihof und in allen Twerenbold Reisen Unternehmen zum Mitnehmen auf.

In der Rubrik «Pinboard» wurde im letzten Magazin (Bordmagazin 2 / 2023) von unserem TourCert Zertifizierungsprozess berichtet (siehe Screenshot unten). Idee ist es, dass in diesem Magazin in Zukunft die Nachhaltigkeit eine eigene Rubrik bekommt, in der passende Themen aller Firmen der TRG vorgestellt werden können.

PINBOARD | 35



Imbach steht für Wanderreisen mit einem minimalen ökologischen Fussabdruck.

Mit TourCert auf dem Nachhaltigkeitspfad

Mit Imbach Reisen entdecken Gäste ihr Reiseziel seit je naturnah. Der Spezialist für Wanderreisen treibt sein Nachhaltigkeitsengagement in der ökologischen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Dimension weiter voran. «Wir wollen uns laufend verbessern», erklärt Martin Fehrlin, Geschäftsleiter Imbach Reisen. Deshalb lässt sich Imbach von der unabhängigen, international anerkannten Nachhaltigkeits-Organisation TourCert zertifizieren. Externe Experten begutachten das Imbach-Angebot entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Wo sie Optimierungspotenzial orten, setzt Imbach den Hebel an.

www.imbach.ch

1.8 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring

Nebst einigen kleineren Verbesserungspunkten wie z.B. Wassersparen und Plastik-Recycling im Büro in Luzern oder dem konsequenten Ausschreiben unserer Empfehlung der Anreise mit öV und einer Präsentation der Studienreise an alle Mitarbeiter:innen, haben wir uns folgende grössere Ziele gesteckt:

- **Einen Teil des Klimaschutzbeitrages in SAF zu investieren**
 - Dafür verantwortlich: Martin Fehrlin & Sandra Zimmermann
 - Frist: Dezember 2025

- **«The Code» beitreten und entsprechende Schulung an Mitarbeiter:innen und Reiseleiter:innen geben**
 - Dafür verantwortlich: Sandra Zimmermann
 - Frist: Januar 2025

- **Neuer myclimate Klimaschutzbeitrag-Rechner von myclimate**
 - Dafür verantwortlich: Martin Fehrlin & Sandra Zimmermann
 - Frist: Juni 2024, gültig für Reisen ab 2025

- **Anpassung / Reduktion der Anzahl Reisen mit Kurz- oder Mittelstreckenflügen auf Reisen mit Bus oder öV (Slow Travel)**
 - Dafür verantwortlich: Martin Fehrlin & Sandra Zimmermann
 - Frist: Dezember 2028

- **Unser Nachhaltigkeit-Engagement und unsere Nachhaltigkeit-Webseite sichtbarer und übersichtlicher gestalten und ausbauen**
 - Dafür verantwortlich: Sandra Zimmer mit dem Marketing Team
 - Frist: Dezember 2024

- **Regelmässige Nachhaltigkeit-Schulung an Mitarbeiter:innen**
 - Dafür verantwortlich: Sandra Zimmermann
 - Frist: wurde bereits per Mai 2024 umgesetzt

- **Code of Conduct für Leistungsträger**
 - Dafür verantwortlich: Sandra Zimmermann
 - Frist: wurde bereits per April 2024 umgesetzt

2. Wirtschaftsdaten

2.1 Ausgaben

Rund 70% unserer Ausgaben waren direkte Reisekosten. Dieser Wert ist, mit Ausnahme des Corona-Jahres 2020, als dieser aufgrund der zahlreichen Annullationen um rund 10% höher war, sehr konstant. Die Personalkosten machten rund 15% und die Marketingaufwendungen knapp 9% der Ausgaben aus. Die restlichen Prozente verteilten sich auf Raumaufwand, Verwaltungsaufwand sowie übrige Betriebskosten wie zum Beispiel Unterhalt, Ersatz und Reparaturen.

Etwas mehr als 40% des generierten Umsatzes im 2022 sind als Ausgaben direkt in den einzelnen Reiseländern angefallen – und zwar insbesondere für Unterkünfte, lokale Transportunternehmen, Aktivitäten und zumindest teilweise auch für lokale ReiseleiterInnen. Bei der Auswahl der Unterkünfte, der mit Abstand grösste Ausgabeposten, achten wir darauf, wenn immer möglich familiär geführte, kleine lokale Hotels zu berücksichtigen und wo immer möglich grosse, internationale «Kettenhotels» zu vermeiden.

	Einheit	2022
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fliesst	%	41.35

3. Reiseangebote






3.1 Angebotsportfolio

Wir machen die schönste Zeit im Jahr wanderbar!



Unser Angebotsportfolio umfasst geführte Wanderreisen weltweit und einen kleinen Teil an individuellen Wanderreisen, welche wir via Partneragenturen anbieten.

Imbach Gruppenreisen führen an aussergewöhnliche Regionen in der Schweiz, nach Europa und Übersee. Sie werden in insgesamt fünf verschiedenen Anforderungsniveaus angeboten:

Leicht	Leicht bis mittel	Mittel	Mittel bis anspruchsvoll	Anspruchsvoll
 Wanderzeit maximal 3 Stunden pro Tag auf einfachen Wanderwegen oder Strassen.	 Wanderzeit zwischen 2 und 4 Stunden pro Tag auf unterschiedlichen Wanderwegen. Einige kleinere Auf- und Abstiege bis zu 400 Höhenmeter.	 Wanderzeit zwischen 3 und 5 Stunden pro Tag, teilweise auf steinig Pfaden. Auf- und Abstiege bis zu 600 Höhenmeter.	 Wanderzeit von 5 Stunden wird an einzelnen Tagen überschritten, anspruchsvolle Wegpassagen, Auf- und Abstiege bis zu 800 Höhenmeter.	 Wanderzeit bis zu 7 Stunden pro Tag, anspruchsvolle Wegpassagen in alpinem Gelände und schmalen Gebirgspaden, Auf- und Abstiege bis zu 1200 Höhenmeter.

Unsere 5 Reisekategorien:

- **IMBACH EXKLUSIV:** Reisen die sich durch eine spezielle Destination oder einen ganz spezifischen Bezug der Reiseleitung zur Region auszeichnen
- **IMBACH FREIZEIT PLUS:** Kombination aus Wandern und Freizeit (2 Tage frei pro Woche)
- **IMBACH KLASSISCH:** Unsere Klassiker, die alle Vorzüge einer typischen Imbach-Reise vereinen
- **IMBACH PREISHIT:** Reisen mit einem besonders attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis
- **IMBACH GENUSS:** Reisen mit einem besonderen kulinarischen Fokus

Einige Reisedaten bieten wir exklusiv für Alleinreisende an und legen dabei den Fokus auf «Alleine verreisen – gemeinsam erleben».

Unsere Kund:innen:

- Der Anteil von Frauen beträgt rund 70% des Gesamtvolumens
- Der Anteil von Alleinreisenden beträgt knapp 70% des Gesamtvolumens
- Stammkundenanteil (mind. 1 getätigte Buchung im Voraus): 65%
- Im Jahr 2022 betrug das Durchschnittsalter unserer gebuchten Kund:innen 67 Jahre.

Für die aktuelle Zertifizierung und den vorliegenden Bericht mit der Produkt-Bewertung wurden unsere eingangs unter «Umfang Datenerhebung» erwähnten Top 21 Reisen analysiert.

Top 21 Reisen	Einheit	2022
Reiseangebote gesamt	Anz	84
Anteil angenommener Angebote	%	79
Ø Reisedauer Individualreisende *	d	0
Ø Reisedauer Gruppenreisende (Fluggäste)	t	8

* *Wir haben nur Gruppenreisende.*

3.2 Produktgestaltung

Für unsere ausgewählten 21 Top Reisen wurde der/die je verantwortliche Produkt Manager:in gebeten, die TourCert-Umfrage auszufüllen und das wurde von allen entsprechend umgesetzt.

	Einheit	2022
CSR-Index Produktgestaltung	%	61

Das sind die Learnings nach dem Auswerten der Umfrage:

- Unsere Nachhaltigkeitsaspekte für sämtliche Leistungsträger werden in Zukunft in Vertragsklauseln (Code of Conduct) festgehalten.
- Bis jetzt haben wir den Fokus bei der Optimierung einer Reise vor allem auf das Routing und die Qualität gelegt. In Zukunft möchten wir auch dem Aspekt Nachhaltigkeit einen grossen Stellenwert bei der Optimierung geben.
- Kriterien für die Auswahl neuer Partneragenturen und Unterkünften festlegen.

Folgende Punkte erfüllen wir bereits und möchten wir auch weiterhin entsprechend so verfolgen:

- Vor Ort sind die Gruppen entweder zu Fuss direkt ab Unterkunft, mit öV oder einem lokalen Busunternehmen zu den Wanderungen und inkludierten Ausflügen unterwegs.
- Wir buchen wenn immer möglich auch mehrere externe Essen (ausserhalb vom Hotel) in örtlichen Restaurants, um einerseits die lokale Wertschöpfung zu unterstützen und andererseits den Kund:innen ein authentisches Erlebnis zu ermöglichen.

3.3 CO2-Emissionen der Reisen

Bei unserem Engagement für Klimaschutz und Nachhaltigkeit setzen wir auf die Zusammenarbeit mit der renommierten Organisation myclimate, dem führenden Schweizer Partner für wirksamen Klimaschutz. myclimate sieht sich als Partner für wirksamen Klimaschutz – global und lokal. Gemeinsam mit Partnern aus der Wirtschaft sowie Privatpersonen will myclimate durch Beratungs- und Bildungsangebote sowie eigene Projekte die Zukunft der Welt gestalten. Als Non-Profit-Organisation verfolgt myclimate dieses Ziel marktorientiert und kundenfokussiert.

Die Klimaschutzprojekte von myclimate im In- und Ausland werden von international anerkannten Zertifizierungsorganisationen geprüft und laufend überwacht. Neben dem ökologischen Nutzen haben die Projekte auch positive soziale und ökonomische Auswirkungen.

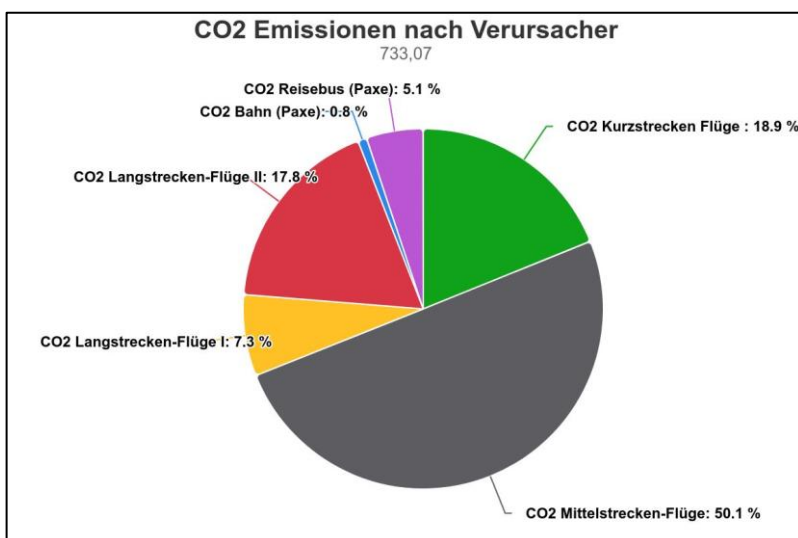
Im Jahr 2022 haben wir unseren Kund:innen die Möglichkeit geboten, bei einer Buchung die Option «Klimaneutral reisen» fakultativ hinzuzufügen. Pro Reise wurde ein auf die Destination und Reiseart abgestimmter, individueller Emissionsbeitrag kalkuliert und entsprechend angeboten. Nach jedem Vierteljahr wurden die gebuchten Beiträge aus dem System gefiltert und an die gemeinnützige Stiftung myclimate gemeldet, welche uns dafür eine Rechnung gestellt hat. Zusammen mit dem bezahlten Emissionsbetrag für unsere Flugdienstreisen im Jahr 2022 ergibt das einen Totalbetrag von 23'336.28 CHF. Mehr zum myclimate Projekt, das wir unterstützen, ist unter Punkt 8 zu finden.

Seit dem 01.01.2023 ist der Klimaschutzbeitrag bei all unseren Reisen inkludiert und somit obligatorisch.

Bei uns gilt die Faustregel: keine Flugreise bei einer Distanz unter 800km. Wenn die Strecke zur Zieldestination über 800km beträgt, prüfen wir trotzdem die Möglichkeit entweder mit öV oder mit einem Twerenbold-Bus anzureisen. Je nach Entfernung wird auch ein Zwischenstopp eingelegt, so

dass die Strecke sinnvoll unterbrochen werden und trotzdem mit öV durchgeführt werden kann. Sollte die Anreise zu komplex (mehrmaliges Umsteigen) oder zu lange (über zwölf Stunden) dauern und ein Zwischenstopp nicht sinnvoll sein, prüfen wir die Flugverbindungen. Dabei legen wir Wert auf Direktflüge.

Busreisen als ökologisch sinnvolle Reiseart: Wenn wir Reisen ab der Schweiz mit einem Reisebus anbieten, dann können wir auf die Twerenbold-Flotte zählen. Auf Reisen im Twerenbold-Bus ist der CO₂-Ausstoss äusserst gering. Ein Luxusbus der Königsklasse verbraucht heute bei mittlerer Belegung pro Person und Kilometer nur noch 0,01 l Treibstoff. In der Komfortklasse mit mehr Sitzplätzen sieht die Bilanz pro Passagier noch besser aus. Seit 2020 verfügt Twerenbold ausschliesslich über Busse mit schadstoffarmen Motoren des Typs Euro 6 und die Reisebusse sind im Durchschnitt nur 3.5 Jahre alt. Twerenbold stellt somit eine der jüngsten Busflotten der Schweiz. Zudem wird die Flotte bestehend aus knapp 70 Reisebussen in der eigenen Werkstatt gepflegt und gewartet und generell nur noch schwefelarmes «Greenlife Dieselöl» getankt. Mit der eigenen neuen Waschanlage wird der Einsatz von chemischen Reinigungsmitteln reduziert und gesammeltes Regenwasser zur Reinigung genutzt. Die Reisechauffeure werden bezüglich umweltbewusster Fahrweise regelmässig sensibilisiert und geschult.



Erläuterung zum Diagramm:

- Mittelstreckenflüge (Flugdauer bis 6 Stunden), 50.1 %**

Wir sind uns bewusst, dass dies eine hohe Zahl ist. Viele interessante und gute Wandergebiete liegen auf Inseln, wie z.B. Madeira, Azoren, Kanaren, Island usw. Diese Regionen mit dem Zug und Schiff zu erreichen, bedeutet ein sehr grosser Zeitaufwand und zu diesem ist der Grossteil der Kund:innen nicht bereit. Solche Destinationen mit öV anzubieten, würde nicht den Kundenbedürfnissen gerecht werden. Dennoch weisen wir unter «Wissenswertes» im Katalog und auf der Webseite darauf hin, dass man sich bei uns melden kann, wenn man zu einer Flugdestination die An- und Rückreise auf dem Land- und Wasserweg wünscht. Gerne prüfen wir dann die verschiedenen Möglichkeiten. Auch sind wir stets bestrebt, wo möglich Direktflüge zu buchen. Und bevor wir das Angebot neu ausschreiben bzw. bevor wir eine neue Destination ins Programm aufnehmen, prüfen wir jedes Mal auch, ob eine alternative Reisemöglichkeit zum Fliegen möglich wäre.
- Kurzstreckenflüge (Flugdauer bis 3 Stunden), 18.9%**

Auch hier sind es die Inseln: Mallorca, Bornholm, Griechenland usw. Wenn eine Destination (ausser Inseln) nicht weiter als 800km von der Schweiz entfernt ist, dann wählen wir immer den Landweg.

SDG Impact Report IMBACH REISEN

Ihr Beitrag für das Jahr 2022 erzielte folgende Emissionsreduktionen und ökologische und sozio-ökonomische Erfolge im Klimaschutzprojekt

Sauberes Trinkwasser für Schulen und Haushalte in Uganda



Reduzierte Menge CO ₂ (in Tonnen)	899
Eingespartes Holz (in Tonnen)	615
Geschützte Waldfläche (in Quadratmetern)	33 102
Gereinigtes Wasser pro Jahr (in Litern)	192 060
Kinder, die von diesen Kochern profitieren	281
Arbeitsplätze insgesamt im Projekt	20

Datenquelle: durchschnittliche Werte der Verifizierungsberichte



SDG Impact Report Imbach Reisen

Ihr Beitrag für das Jahr 2023 erzielte folgende Emissionsreduktionen und ökologische und sozio-ökonomische Erfolge im Klimaschutzprojekt

Sauberes Trinkwasser für Schulen und Haushalte in Uganda



Reduzierte Menge CO ₂ (in Tonnen)	4 774
Installierte Schul-Wasserfilter	4
Eingespartes Holz (in Tonnen)	5 320
Geschützte Waldfläche (in Quadratmetern)	327 600
Gereinigtes Wasser pro Jahr (in Litern)	1 899 664
Reduzierte Menge CO ₂ pro Wasserfilter und Jahr (in Tonnen)	111
Kinder, die von diesen Kochern profitieren	2 440
Arbeitsplätze insgesamt im Projekt	20

Datenquelle: durchschnittliche Werte der Verifizierungsberichte

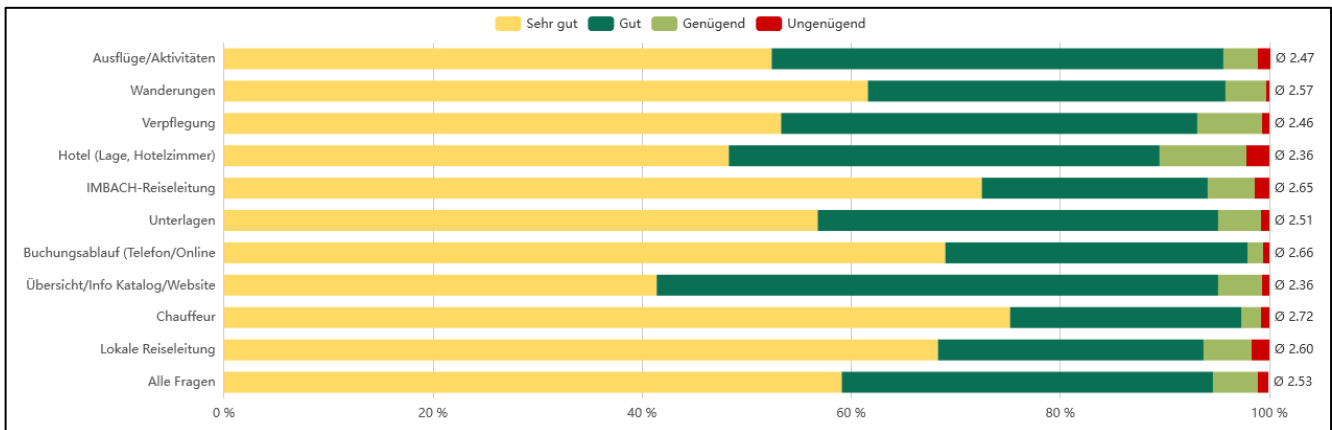
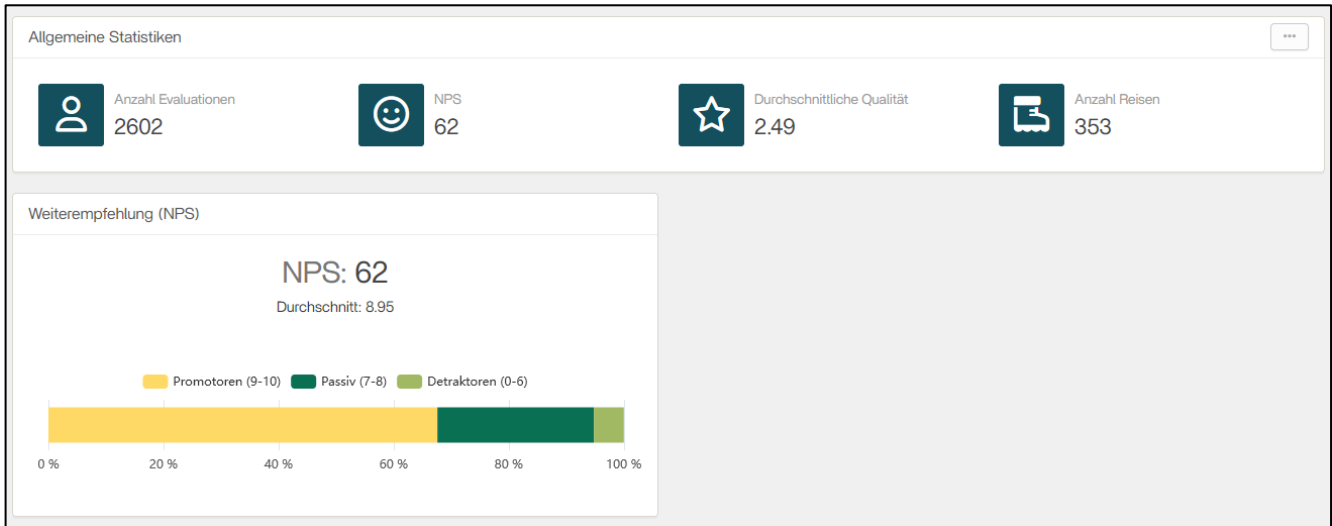


4. Kund:innen

4.1 Kund:innen-Zufriedenheit

Die Zufriedenheit unserer Kund:innen liegt uns sehr am Herzen und ihre Rückmeldungen geben uns ein kritisches Bild zu unserem Tun, das wir ständig optimieren möchten.

Für den Auswertungszeitraum vom 01.01.-31.12.2022 haben wir über alle 2602 Evaluationen einen Net Promoter Score (NPS) von 62.



Wir sind sehr stolz darauf und wissen es zu wertschätzen, dass unsere Reiseleitung und die Chauffeure als sehr gut bewertet werden von den Kund:innen.

Erläuterung NPS:

Der Net Promoter Score (NPS) bzw. Promotorenüberhang ist eine Kennzahl, die misst, inwiefern Konsumenten ein Produkt oder eine Dienstleistung weiterempfehlen würden. Berechnet wird der Net Promoter Score durch die Differenz zwischen Promotoren und Detraktoren des betreffenden Unternehmens. Der Anteil der Promotoren und Detraktoren wird ermittelt, indem einer repräsentativen Gruppe von Kunden ausschliesslich die Frage gestellt wird: «Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Unternehmen/Marke X einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen werden?» Gemessen werden die Antworten auf einer Skala von 0 (unwahrscheinlich) bis 10 (äusserst

wahrscheinlich). Als Promotoren werden die Kunden bezeichnet, die mit 9 oder 10 antworten. Als Detraktoren werden hingegen diejenigen angesehen, die mit 0 bis 6 antworten. Kunden, die mit 7 oder 8 antworten, gelten als «Indifferente». Der Net-Promoter-Score wird nach folgender Formel berechnet:

$NPS = \text{Promotoren (in \% aller Befragten)} - \text{Detraktoren (in \% aller Befragten)}$

Der Wertebereich des NPS liegt damit zwischen plus 100 und minus 100.

Allgemein ausgedrückt wird der NPS-Score so interpretiert:

- Ein NPS-Wert von -100 bis 0 ist verbesserungswürdig.
- Ein NPS-Wert von 0 bis 30 ist gut.
- Ein NPS-Wert von 30 bis 70 ist grossartig.
- Ein NPS-Wert von 70 bis 100 ist phänomenal.

Weitere Ergebnisse aus den Rückmeldungen:

- 94.52% empfehlen die gebuchte Reise weiter
- 89.17% bewerten das Preis-Leistungsverhältnis mit gut oder sehr gut
- 31.49% waren zum ersten Mal auf einer Imbach Reise
- 16.65% waren schon mehr als achtmal auf einer Imbach Reise dabei

	Einheit	2022
Kund:innen-Zufriedenheit	NPS	62
Rücklaufquote Kund:innen-Befragung	%	53.34

4.2 Kund:innen-Information

Da alle Mitarbeitenden nebst dem Product Management auch im Verkauf tätig sind, wurde die Kund:innen-Informations-Umfrage aus dem Cockpit ans ganze Team geschickt und von allen Mitarbeitenden ausgefüllt.

Unser primäres Instrument, um die Kund:innen auf diverse Themen im Bereich der Nachhaltigkeit aufmerksam zu machen, sind die Reiseunterlagen sowie unsere Webseite. In den Reiseunterlagen sind diverse Punkte zu angemessenem Verhalten im Gastland (Verhaltenshinweise bezüglich Fotografie, Umgang mit Trinkgeld, angemessene Kleidung bezüglich Wetter und Kultur) oder Hinweise zum Schutz des kulturellen Erbes enthalten.

Da wir den Umfang der Unterlagen nicht weiter ausbauen wollen, so dass sie vielleicht wegen zu viel Text nicht mehr gelesen werden, möchten wir den Bereich Nachhaltigkeit auf unserer Webseite mit weiteren Themen ergänzen. Ausserdem spielen unsere Reiseleiter:innen eine zentrale Rolle. Sie machen unsere Kund:innen vor Ort auf nachhaltiges Verhalten aufmerksam und sollen dies in Zukunft noch verstärkter tun. Diese Schritte sowie weitere Optimierungen sind nach erfolgter Zertifizierung in Planung.

	Einheit	2022
CSR-Index Kund*innen-Information	%	75
Teil-Index Qualität und Nachhaltigkeit der Kund*Innen-Information	%	81.4
Teil-Index Grundlagen der Kund*innen-Information	%	68.1

5. Mitarbeitende

5.1 Beschäftigtenstruktur

Im Jahr 2022 wurden insgesamt 8.2 Vollzeitäquivalente beschäftigt, aufgeteilt in drei Vollzeit und acht Teilzeit Pensen.

	Einheit	2022
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz	8.2
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	0

5.2 Arbeitsbedingungen

Alle Mitarbeitenden erhalten einen individuellen Arbeitsvertrag. Darin sind folgende Punkte festgehalten:

- Eintritt
- Tätigkeit
- Probezeit
- Arbeitszeit
- Ferien
- Kündigung
- Salär
- Vorbehalte
- Sorgfalts-, Treue- und Schweigepflicht
- Schlussbestimmungen

Folgende Reglemente bilden einen integrierenden Bestandteil des Arbeitsverhältnisses:

- Anstellungs-Reglement der Imbach Reisen AG
- Vorsorgereglement Vita Classic
- Merkblatt «IT-User Policy»
- Mitarbeitendevergünstigungen für Eigenprodukte
- Mitarbeitendevergünstigungen für das Reisebüro (für alle Retail- bzw. Fremdprodukte)
- Fringe Benefits

Wir bieten attraktive und moderne Büroräumlichkeiten an zentraler Lage in Luzern. Die Löhne entsprechen dem branchenüblichen Lohnniveau.

Überstunden werden nach Möglichkeit vermieden. Falls sie aber geleistet werden, werden sie in der Regel durch Freizeit von gleicher Dauer innerhalb eines Jahres ausgeglichen. Können die Überstunden nicht kompensiert werden, erfolgt eine Auszahlung.

Die bestmögliche Erfüllung der zugewiesenen Aufgaben erfordert von den Mitarbeitenden – nebst der Ausbildung – auch kontinuierliche Erweiterung ihres Wissens. Alle haben das Recht, auf ihre Aufgaben und Funktion bezogene Weiterbildungen zu absolvieren (im Anstellungsreglement geregelt). Inwiefern wir uns an der ausfallenden Arbeitszeit und an den Weiterbildungskosten beteiligen, wird individuell festgelegt. Ausserdem bieten wir jährlich eine Studienreise pro Mitarbeitenden und regelmässige Destinationskurse für alle an.

5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit

Nach dem Projektstart Mitte 2023 erhielten alle Mitarbeitenden eine E-Mail mit ersten allgemeinen Informationen zu TourCert, wo wir aktuell stehen und welche Ziele wir haben.

Um die Kund:inneninformation sowie die Unternehmensökologie weiter zu verbessern, möchten wir eine Themenwoche planen, wo verschiedene Aspekte der Nachhaltigkeit beleuchtet werden. Die Mitarbeitenden sollen noch besser verstehen, worum es bei der Nachhaltigkeit geht, wie Imbach Reisen dazu steht und wie der eigene ökologische Fussabdruck verringert werden kann. Dies planen wir im Anschluss an die erfolgreiche Zertifizierung. In dieser Woche ist zum einen eine Kick-off-Sitzung mit internem Aperó geplant, bei der wir ausführlich über TourCert informieren werden und was die Zertifizierung mit sich bringt. In dieser Nachhaltigkeitswoche möchten wir auch 1-2 Teamevents organisieren, z. B. einen Cleanup o. ä. Ziel ist es, jährlich eine Nachhaltigkeitswoche zu veranstalten mit Events, Challenges und Informationen – mit oder ohne Kund:innen.

Auch geplant ist eine Schulung – insbesondere für Reiseleiter:innen – in Kinderrechten, der Prävention sexueller Ausbeutung und dem Melden verdächtiger Fälle. Im Anschluss an die Schulungen werden wir unsere Reiseleitung-Rapporte und -Instruktionen überarbeiten, um auch dort solch wichtige Themen aufnehmen zu können.

Da die gesamte Twerenbold Reisen Gruppe seit 2023 sämtliche Emissionen als einen fixen Beitrag pro Reise inkludiert, wurde in Absprache mit myclimate beschlossen, einen eigenen auf unsere Reisen und Emissionen zugeschnittenen Klimaschutzbeitrag-Rechner zu erstellen, um die Reise-Emissionen in Zukunft noch transparenter und klarer darzustellen.

Im Zusammenhang mit diesem neuen Klimaschutzbeitrag-Rechner von myclimate (im Einsatz ab 2025) möchten wir zudem eine Schulung zusammen mit myclimate organisieren, in der die Details des Rechners genau erklärt werden, so dass alle verstehen, wie die Beträge errechnet werden.

Da wir während unserer monatlichen Team-Meetings zeitlich kaum freien Spielraum haben, wurde von Sandra Zimmermann der «Imbach Nachhaltigkeits-Newsletter» ab Mai 2024 initiiert. In diesem internen Newsletter für alle Mitarbeiter:innen im Büro in Luzern wird jeweils ein Nachhaltigkeits-Thema näher vorgestellt. Dieser Newsletter wird ein- bis zweimal pro Monat verschickt und die Lesezeit sollte nicht mehr als 5 Minuten betragen, so dass sich jede:r während ein paar ruhigen Momenten dem Newsletter widmen kann. Es werden zudem Links verknüpft, auf denen man bei Interesse noch selbst weiterführende Infos zum behandelnden Thema finden kann. Mögliche Themen aus der Ideen-Box sind z.B. Wassersparen, SAF, Abfalltrennung, Mobilität, Klimabilanz Bus, Papier usw.

5.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit

Die Mitarbeitenden-Zufriedenheit wurde im Rahmen der TourCert Umfrage ermittelt, welche an alle Mitarbeitenden gesendet wurde. Die Rücklaufquote der Umfrage betrug 100%. Die Werte «Strategie und Management» sowie der Punkt «Arbeitsbedingungen» sind mit über 77% sehr hoch und lassen darauf schliessen, dass die Mitarbeitenden grundsätzlich zufrieden sind und gerne ihrer Arbeit nachgehen. Das eigene Umweltverhalten hat hingegen mit knapp 59% am schlechtesten abgeschlossen. Aus diesem Grund wurden bereits Massnahmen diskutiert, um die Mitarbeitenden zu sensibilisieren und darauf hinzuweisen, wie mit einfachen Schritten das eigene Umweltverhalten verbessert werden kann. Eine Idee ist, Challenges zu organisieren, wo die Mitarbeitenden ihr eigenes Umweltverhalten überdenken sowie optimieren und sich dabei mit ihren Kolleg:innen messen können. Auch der betriebliche Umweltschutz wird mit 72% kritisch bewertet. Durch das durchgeführte Eco-Mapping wurden jedoch viele Punkte in Bezug auf den betrieblichen Umweltschutz bereits verbessert. Die vollständige Eco-Map ist im Anhang.

	Einheit	2022
Zufriedenheits-Index Mitarbeitende	%	72
Index Strategie & Management	%	77.1
Index Arbeitsbedingungen	%	80.2
Index Umweltschutz im Büro	%	72.1
Index Umweltverhalten Mitarbeitende	%	59.1
	Einheit	2022
Beteiligungsquote Mitarbeitenden-Befragung	%	100
Ø Betriebszugehörigkeit	Jahre	9



6. Unternehmensökologie

6.1 Energie

Den Strom beziehen wir über den Anbieter ewl (siehe Punkt 6.2).

Folgende Massnahmen befolgen wir, um den Energieverbrauch zu reduzieren:

- Recycling von PET, Glas, Alu, Papier, Karton und Batterien
- Grösstenteils Essen in Tupperware mitbringen, für coffee-to-go eigenen Becher verwenden
- Stosslüften am Morgen und zwischendurch
- Waschbare Handtücher und Lappen zum Abtrocknen in Küche und Händetrocknen im Badezimmer
- Eco-Programm in Abwaschmaschine als Favorit festgelegt
- Abholung unserer Briefsendungen erfolgt durch den Velokurier
- Sehr gute und isolierte, neue Fenster (Lärm, Wärme) mit elektrischen Storen
- Alle Mitarbeiter:innen kommen mit dem öV oder zu Fuss (das Büro liegt sehr zentral, eine Bushaltestelle ist direkt vor dem Gebäude und der Bahnhof in ca. 10 Minuten Gehdistanz)
- Lieferanten bringen Ware (z.B. Reiseführer) in Leergut, das sie beim nächsten Mal wieder mitnehmen und wiederverwenden
- Für Getränke am Arbeitsplatz benutzen wir in der Regel Mehrwegflaschen und Gläser
- Die Heizung in den Räumen wird nur bei Bedarf eingestellt
- Wenn das Tageslicht hell genug ist, schalten wir das künstliche Licht im Büro aus
- Alle Drucker sind bei Nichtgebrauch im sparsamen Standby-Modus

	Einheit	2022
kWh Stromverbrauch *	kWh	10'632
kWh Wärmeenergie gesamt **	kWh	16'000
kWh Energieverbrauch gesamt (10'632 + 16'000)	kWh	26'632
kWh Energieverbrauch gesamt pro Mitarbeitenden (bei 8.2 VZÄ)	kWh	3'248

* gemäss Energieauswertungsperiode von ewl vom 31.07.2022 bis 31.07.2023 (siehe Punkt 6.2)

** gemäss Abrechnungsperiode der Vermieterin vom 01.10.2021 bis 30.09.2022

6.2 Ökostrom

Da wir in einem Mietobjekt unsere Büroräumlichkeiten haben, können wir den Stromanbieter nicht selbst wählen.

Unser Stromanbieter ist ewl und wir beziehen den sogenannten «Naturstrom»:

<https://www.ewl-luzern.ch/privatkunden/energie/strom/angebote/naturstrom/>



Ich setze auf die Kraft der Natur.

- ✓ ewl Naturstrom stammt schwerpunktmässig aus zertifizierten Schweizer Wasserkraftwerken sowie Wind, Sonne und Biomasse
- ✓ ewl Naturstrom - wenn die Umwelt und der Preis für Sie zählen
- ✓ Mit ewl Naturstrom setzen Sie zu 100 Prozent auf natürliche, erneuerbare Energie

6.3 CO2-Emissionen

Wenn möglich, reisen wir mit dem öV an externe Meetings. Auch für Team-Anlässe sehen wir die Reise mit dem öV als erste Priorität an.

Den Strom in unseren Büroräumlichkeiten ist der sogenannte «Naturstrom» (siehe Punkt 6.2). Wir versuchen wann immer möglich Strom zu sparen und werden auch verschiedene

Verbesserungsmassnahmen prüfen wie z.B. eine Steckerleiste mit Hauptschalter usw.

Flugdienstreisen: Siehe Punkt 6.4.

	Einheit	2022
CO2 Unternehmensökologie gesamt	t	11.9561
CO2 pro Mitarbeitenden (ohne Kompensation, bei 8.2 VZÄ)	t	1.4581
CO2 pro Mitarbeitenden (abzgl. Kompensation, bei 8.2 VZÄ)	t	0.6850
CO2 Flugdienstreisen	t	7.6709

6.4 Kompensation Flugdienstreisen

Alle Mitarbeiter:innen bei Imbach Reisen haben pro Jahr Anrecht auf eine Studienreise. In der Regel nimmt man als Product Manager:in an einer «eigenen» Reise teil, damit man die Partner und Leistungsträger vor Ort persönlich kennenlernt und um das Programm, welches man bis da nur vom Papier her kennt, mitzuerleben.

Im Jahr 2022 wurden insgesamt sieben Studienreisen mit An- und Rückreise Flug gemacht: Menorca, Teneriffa, Israel / Palästina, Kanalinseln, Malta, Iran und Madeira.

Alle anderen Dienstreisen wurden mit öV getätigt.

Die Emissionen für die sieben Studienreisen haben wir mit dem Flug-Rechner von myclimate ausgerechnet und zu 100% in unser ausgewähltes myclimate Klimaschutzprojekt investiert (siehe separates Zertifikat im Anhang).

	Einheit	2022
Anteil kompensierter CO2-Emissionen (Flug-Dienstreisen)	%	82.64
CO2 pro Mitarbeitenden abzgl. Kompensation	t	0.1903

6.5 Papier

Im Jahr 2022 haben wir noch kein Recyclingpapier verwendet. Seit 2023 beziehen wir bei uns auf der Geschäftsstelle ca. 70% Recyclingpapier. Unsere Kataloge werden alle auf FSC-Papier gedruckt.

Wir halten uns an folgende Massnahmen, um den Papierverbrauch zu reduzieren:

- Wir verwenden fast nur 80g-Papier
- Wenn ein Ausdruck unvermeidbar ist, dann drucken wir doppelseitig
- Fehldrucke werden vermieden und wenn sie doch mal passieren, wird das falsch gedruckte Papier als Makulatur weiterverwendet
- Wir notieren die zu viel gedruckten Kataloge und bestellen beim nächsten Mal entsprechend weniger Exemplare
- Die Kund:innen können bei der Buchung wählen, ob Sie die Rechnung / Bestätigung per Mail oder ausgedruckt per Post wünschen
- Seit 2023 drucken wir pro Buchung nur noch ein Reiseprogramm-Booklet und nicht mehr zwei

	Einheit	2022
Gesamtgewicht Papier	kg	390.30
Anteil 100% Recyclingpapier	%	0
Papiergewicht (Büro) pro Mitarbeitenden	kg	35.48

6.6 Beschaffung

Aktuell haben wir keine Vorgabe für die Beschaffung von Verbrauchs- und Büromaterial. Für die Zukunft möchten wir eine Einkaufs- und Produktliste erstellen, auf welcher festgehalten ist, auf was wir beim Einkauf achten. Zum Beispiel Abwaschmittel und Handseife von einem Hersteller, der Wert auf biologischen Abbau der Chemikalien legt, WC- und Haushaltspapier aus recyceltem Material, usw.

1. Leistungsträger:innen in der Wertschöpfungskette

7.1 Partneragenturen

Sechs Partneragenturen haben wir bei unseren 21 Top Reisen und diese wurden alle von Sandra Zimmermann persönlich angeschrieben und gebeten, die TourCert-Umfrage für Partneragenturen auszufüllen.

	Einheit	2022
CSR-Index Partneragenturen	%	98

7.2 Unterkünfte

Für unsere 21 Top Reisen wurden insgesamt 16 Unterkünfte von uns direkt per Mail gebeten, die TourCert-Umfrage auszufüllen.

	Einheit	2022
CSR-Index Unterkünfte	%	90

7.3 Reiseleiter:innen

Unsere 21 Top Reisen können von insgesamt 40 Reiseleiter:innen geleitet werden und diese haben alle die Befragung zum Ausfüllen erhalten. Davon haben total 28 Reiseleiter:innen die Befragung ausgefüllt.

	Einheit	2022
CSR-Index Reiseleiter:innen	%	86
	Einheit	2022
Anzahl Reiseleiter:innen gesamt	Anz	70
Anteil befragter Reiseleiter:innen	%	57



Reiseleiter-Treffen im Januar 2024

7.4 Geschäftspartner:innen

	Einheit	2022
Zufriedenheits-Index Geschäftspartner:innen	%	82
Teil-Index Zusammenarbeit & Geschäftsbeziehung	%	99.2
Teil-Index Nachhaltigkeits-Engagement der Reiseveranstalter:in	%	55
	Einheit	2022
Anzahl befragter Geschäftspartner:innen	Anz	18

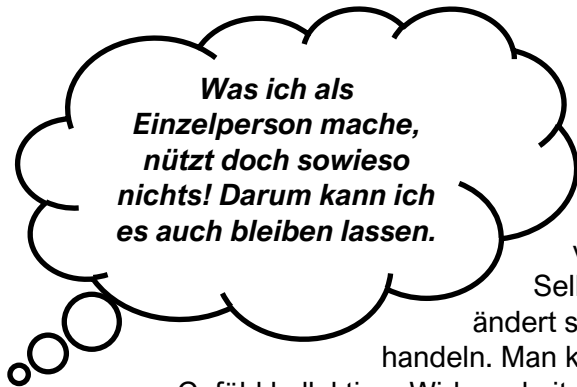
Das wird von unseren Geschäftspartner:innen an unserer Zusammenarbeit geschätzt:

- Sehr guter, partnerschaftlicher Austausch
- Produkt-Portfolio ergänzt sich
- Offene Kommunikation
- Faire Zusammenarbeit
- Verlässlichkeit, Freundlichkeit, Motivation
- Es macht sehr viel Spass, mit dem Imbach-Team zusammenzuarbeiten
- Professionalität, Ehrlichkeit, Offenheit

Wir möchten, dass dies so bleibt und werden darum die verschiedenen Partnerschaften weiterhin pflegen und wertschätzen und vielleicht auch mal vermehrt etwas Besonderes zusammen aufgleisen (z.B. Storytelling o.ä.).

8. Community Involvement

	Einheit	2022
Unterstützung von Nachhaltigkeitsprojekten	CHF	23'336.28



Was ich als Einzelperson mache, nützt doch sowieso nichts! Darum kann ich es auch bleiben lassen.

Gerhard Reese, Professor für Umweltpsychologie an der Universität Koblenz-Landau sagt dazu: «Diese Aussage ist nicht grundlegend falsch, denn wenn ich ganz alleine bin, ist es tatsächlich ein Tropfen auf den heissen Stein. Ohne Feedback, was denn mein Beitrag bewirkt, fehlt vielen Menschen die Motivation und unsere Selbstwirksamkeit wird in Frage gestellt. Die Perspektive ändert sich, wenn wir uns klar machen, dass wir eben nicht allein handeln. Man kann dieses Gefühl von Nutzlosigkeit überführen in ein Gefühl kollektiver Wirksamkeit und sich bewusst machen, dass man als Einzelperson zu einer Gruppe von Menschen gehört, die einen sehr grossen Beitrag leistet und systematische Veränderung vorantreibt.» (aus dem Buch «101 Antworten für deinen nachhaltigen Alltag»)

myclimate

Im Jahr 2022 haben wir unseren Kund:innen die Möglichkeit geboten, bei einer Buchung die Option «Klimaneutral reisen» fakultativ hinzuzufügen. Pro Reise wurde ein auf die Destination und Reiseart abgestimmter, individueller Emissionsbeitrag kalkuliert und entsprechend angeboten. Nach jedem Vierteljahr wurden die gebuchten Beiträge aus dem System gefiltert und an die gemeinnützige Stiftung myclimate gemeldet, welche uns dafür eine Rechnung gestellt hat (siehe im Anhang «Beitrag myclimate Emissionen Q1-4 2022»). Zusammen mit dem bezahlten Emissionsbetrag für unsere Flugdienstreisen im Jahr 2022 ergibt das ein Totalbetrag von 23'336.28 CHF.

Dieser Betrag ging an die Unterstützung des myclimate Projektes «Sauberes Trinkwasser für Schulen und Haushalte in Uganda» (<https://www.myclimate.org/de-ch/aktiv-werden/klimaschutzprojekte/detail-klimaschutzprojekte/uganda-wasser-7192/>). Auf dem Anhang «SDG Impact Report für Imbach Reisen 2022» ist ersichtlich, was genau mit diesem Klimaschutzbeitrag alles erreicht wurde (reduzierte Menge CO₂, eingespartes Holz, geschützte Waldfläche, gereinigtes Wasser usw.).

Auch wenn sauberes Trinkwasser hier in der Schweiz beinahe überall eine Selbstverständlichkeit ist, sind wir uns bewusst, dass es dies an vielen Orten auf der Welt nicht ist. Es ist ein wertvolles Gut und da wir finden, dass alle Menschen Zugriff auf sauberes Trinkwasser haben sollten, haben wir uns bewusst für dieses Projekt von myclimate entschieden.

Projekttyp: Wasser (Reinigung & Sparen)
 Projektstandort: Uganda
 Projektstatus: In Betrieb, Zertifikate erhältlich
 Jährliche CO₂-Reduktion: 61,399 t

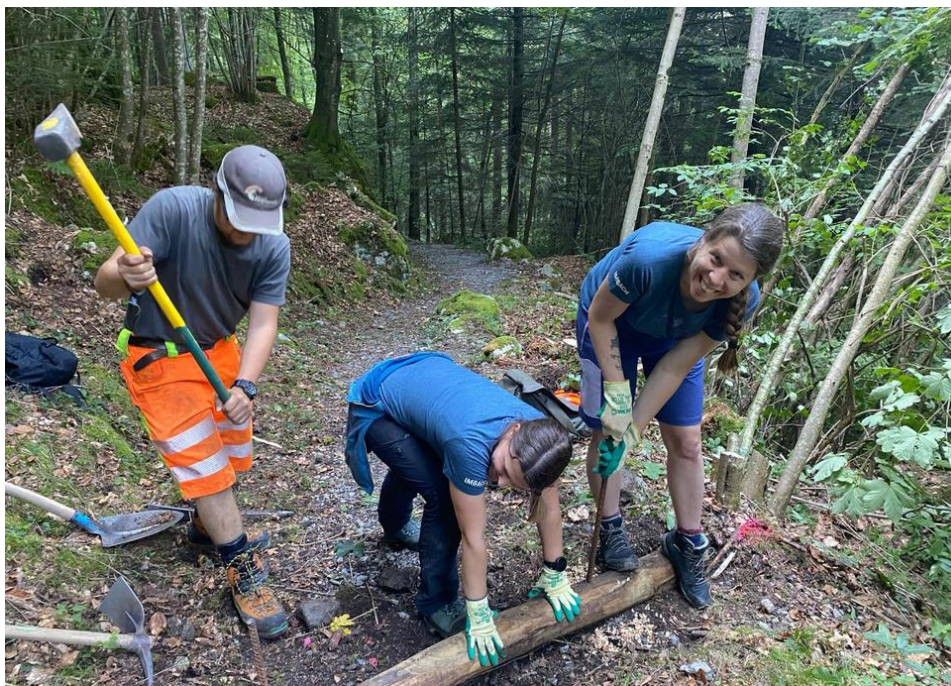
Das Hauptziel dieses Klimaschutzprogrammes ist die Versorgung von Institutionen wie Schulen und Gesundheitszentren in Uganda mit neuen Technologien, um Trinkwasser zu reinigen. Der dadurch verminderte Verbrauch von nicht-erneuerbarem Feuerholz und Holzkohle reduziert den CO₂-Ausstoss und wirkt sich zugleich positiv auf die Lebensbedingungen und die Gesundheit tausender Menschen aus. (Informationen von der myclimate Webseite zum Projekt)

Schweizer Wanderwege

Bei den Schweizer Wanderwegen (<https://www.schweizer-wanderwege.ch/de/>) kann man als Firma einen Freiwilligeneinsatz leisten. Im Jahr 2022 haben wir uns von Imbach zum ersten Mal dafür angemeldet, da wir finden, dass dies für uns als Wanderreisen-Spezialist ein Muss ist. Bei diesem Einsatz werden Wanderwege unterhalten oder neu gebaut. Gerade weil sich diese schweisstreibende Arbeit ausserordentlich von unserem Büroalltag unterscheidet, haben wir sie sehr genossen und leisten seither jedes Jahr einen solchen Einsatz. Der Unkostenbeitrag für so einen Einsatz beträgt 50.- CHF pro Teilnehmer:in.

Unsere Erlebnisse können hier nachgelesen werden:

<https://www.imbach.ch/rund-ums-reisen/reiseblog/freiwilligeneinsatz-schweizer-wanderwege>



Freiwilligeneinsatz Schweizer Wanderwege Herbst 2023

TRASH HERO

Seit dem Jahr 2022 unterstützen wir mit unserer Zeit die Freiwilligenbewegung TRASH HERO (<https://trashhero.org/de/>). Mitbegründet von einem Schweizer vor knapp 10 Jahren machen die sogenannten Trash Heroes in aktuell 17 Ländern an 139 Standorten durch wöchentliche oder monatliche Cleanups auf die Abfallproblematik und Plastikverschmutzung aufmerksam.

Wir von Imbach Reisen unterstützen das «Chapter» Trash Hero Luzern, indem wir ca. 6-mal pro Jahr einen Cleanup organisieren und die Social-Media-Kanäle (Facebook und Instagram) betreuen. Ein solcher Cleanup dauert in der Regel 1.5 Stunden und das anschliessende Recyclen des eingesammelten Abfalls ungefähr 30 Minuten. Die Teilnahme ist freiwillig und auf den Cleanup wird über die Social-Media-Kanäle aufmerksam gemacht.

Da wir als grosse Wanderfans uns einer sauberen, gesunden und intakten Natur erfreuen und diese auch so an die nächste Generation weitergeben möchten, finden wir, dass der Einsatz solcher Cleanups sehr gut zu uns passt: Man ist draussen aktiv unterwegs, tut gleichzeitig Gutes für die Umwelt und stärkt das Bewusstsein für die Abfallproblematik der Menschen, die zufällig an der Aktion vorbeigehen.

9. TourCert Prüfbericht

Datum des Audits: 11.07.2024

Erfüllungsgrad der Kriterien: 71%

Gesamtbewertung:

Das Thema Nachhaltigkeit wird bei IMBACH gelebt und geliebt und ist die logische Konsequenz der Firmengeschichte. IMBACH ist als bottom-up Nachhaltigkeits-Botschafter in der Twerenbold Gruppe drin, in der das Thema zwar vorhanden ist, aber noch nicht so stark strategisch verfolgt wird.

Das Thema wird sehr stark durch Martin Fehrlin, CEO, gepusht, der zudem auch schon mit Vögele Reisen, für die er ebenfalls zuständig ist, einen TourCert Prozess durchgemacht hat. Er wird optimal durch Sandra Zimmermann unterstützt, die genügend Zeit Ressourcen für das Thema zugesprochen bekommt.

Das Thema Nachhaltigkeit kann noch etwas breiter im Gruppenleitbild und der IMBACH Vision verankert werden uns muss noch etwas spezifischer für IMBACH runtergebrochen werden, beispielsweise im Rahmen von Leitsätzen, die die Mitarbeiter anleiten können. Das Thema wird im Betrieb noch zu stark als Umweltthema «only» behandelt und muss noch breiter definiert und verstanden werden, vor allem mit Fokus auf die soziale Nachhaltigkeit. Dafür braucht es entsprechend auch Schulung.

Die Angebotsgestaltung ist aufgrund des IMBACH Produktes schon sehr nachhaltig, kann aber noch im Rahmen des Designs von neuen Reisen (z.B. weniger Ferndestinationen), im Rahmen der Auswahl von Partnern (z.B. Code of Conduct, Partner mit Nachhaltigkeit-Bestrebungen oder Zertifikaten), im Rahmen der Schulung von Reiseleitern verstärkt werden.

Nicht zuletzt dafür soll sich im Betrieb drin verstärkt ein Nachhaltigkeits-Reflex in Standardprozesse mit eingebaut werden, beispielsweise durch Checklisten für Studienreisen. Mitarbeiter sollen aktiv als Innovators für Nachhaltigkeit incentiviert werden, beispielsweise durch Preise oder Entlohnung.

Im Kundenbereich kann die Nachhaltigkeit-Information noch breiter daherkommen (inkl. soziale Themen), einerseits durch schriftliche Information, vor allem aber auch durch die weitere Schulung der Reiseleiter. Kunden können pro-aktiver auf nachhaltiges Reisen hingewiesen werden, «Dos and Dots» können ausgearbeitet werden und Kunden sollen aktiv in der Endumfrage nach Nachhaltigkeitsaspekten gefragt werden.

Kunden Goodies sollen unbedingt Lokalbezug haben und Goodies wie einzelverpackte Traubenzucker müssen aus dem Sortiment genommen werden.

Ganz allgemein muss der Papierverbrauch noch weiter minimiert werden.

Die Mitarbeiter werden gut zum Thema Nachhaltigkeit via Newsletter informiert und die geplante Nachhaltigkeits-Woche jedes Jahr ist eine hervorragende Idee, dem Thema die richtige Prominenz zuzuordnen. Auch hier wichtig, dass das Thema konkret auf IMBACH Prozess angewendet wird und breiter (nicht nur Umweltthema) abgehandelt wird.

Die Wichtigkeit der Reiseleiter als Nachhaltigkeits-Ambassador ist sehr hoch und soll durch gezielte Schulungen so gut als möglich weiter genutzt werden.

Die Community Initiativen von IMBACH sind gut und passen zum Unternehmen, mit Ausnahme des Uganda Myclimate Projektes, das zu weit vom Kerngeschäft ist und möglichst ersetzt werden soll.

Partnerschaften in Nachhaltigkeit relevanten Netzwerken sollen weiter geprüft werden, z.B. Forum Anders Reisen, Swisstainable, Glasgow Declaration for Climate Action, etc.

Der Nachhaltigkeitsbericht ist von guter Qualität, kann aber noch etwas in der Leserführung und Verlinkung mit dem Verbesserungsprogramm verbessert werden. Das Verbesserungsprogramm muss noch etwas ergänzt werden und Zielindikatoren eingefügt werden, es ist aber sonst grundsätzlich von guter Qualität.

Aufgrund der obigen Bewertung ist IMBACH Reisen ohne weitere Auflagen zur Zertifizierung empfohlen.