

# Studiosus

Intensiverleben

## Nachhaltigkeitsbericht 2023/2024

mit integrierter Umwelterklärung  
gemäß EMAS III



Stand Juni 2024



## Inhalt

1 Vorwort .....	1
Die Unternehmensleitung.....	1
2 Über diesen Bericht.....	4
2.1 Themenfelder – Materialitätsmatrix .....	4
2.2 Grundlegendes zum Bericht.....	10
3 Unternehmensprofil.....	12
3.1 Unternehmensleitbild.....	12
3.2 Die Unternehmensgruppe.....	14
3.3 Die Marke Studiosus .....	16
3.4 Daten und Fakten .....	18
3.5 Managementsysteme am Standort .....	24
3.6 Qualität der Reisen .....	27
3.7 Sicherheit auf Reisen .....	31
3.8 Innovation .....	36
4 Stakeholder .....	39
4.1 Stakeholder bei Studiosus.....	39
4.2 Mitarbeitende am Unternehmenssitz.....	42
4.3 Arbeitgeberattraktivität.....	46
4.4 Reiseleitende .....	58
4.5 Kundinnen und Kunden .....	67
4.6 Hotels, Zielgebietsagenturen und Transportunternehmen .....	72
4.7 Reisebüros.....	75
5 Soziale Verantwortung .....	78
5.1 Sozial verantwortliches Reisen.....	78
5.2 Projektförderung über die Studiosus Foundation e. V. .....	80
5.3 Engagement für Menschenrechte .....	82

5.4 Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern .....	87
5.5 Compliance .....	90
5.6 Engagement für Klimaschutz .....	92
5.7 Soziales Engagement am Unternehmenssitz.....	94
6 Umweltschutz (Umwelterklärung 2024) .....	95
6.1 Nachhaltigkeitsprinzipien .....	95
6.2 Nachhaltigkeitsmanagement.....	98
6.3 Wesentliche Umweltaspekte .....	100
6.4 Umweltschutz auf Reisen .....	103
6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz .....	108
6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele.....	114
7 Externe Bestätigungen zum Bericht .....	117

## 1 Vorwort

### Die Unternehmensleitung

**Peter-Mario Kubsch****Philip Edel****Guido Wiegand****Peter Strub**

Geschäftsführer  
CEO

Geschäftsführer  
CFO

Marketing, Vertrieb  
CMO

Touristik  
COO

Sehr geehrte Damen und Herren,  
liebe Geschäftspartner und Freunde des Hauses Studiosus,

es freut mich, Ihnen den neuen Studiosus-Nachhaltigkeitsbericht 2023/2024 vorlegen zu können. Der Report umfasst das Geschäftsjahr 2023, in dem sich Studiosus über ein starkes Umsatzplus und deutlich mehr Gäste auf Reisen freuen durfte. So erzielte die Unternehmensgruppe Studiosus, zu der auch der Veranstalter Marco Polo Reisen gehört, einen Gesamtumsatz von rund 226 Millionen Euro (2022 rund 137 Mio. Euro). Die Teilnehmerzahl stieg von knapp 52.000 im Vorjahr auf ca. 72.000.

Dieses Ergebnis ist umso höher einzuschätzen, als das Umfeld für Reisen auch 2023 herausfordernd war. Insbesondere die Nachfrage nach osteuropäischen Zielen litt unter der Nähe dieser Länder zum Ukraine-Krieg. Und nach dem Überfall der Hamas auf Israel am 7. Oktober 2023 und dem anschließenden Krieg im Gazastreifen mussten wir alle Reise nach Israel absagen.

Als Wachstumstreiber entpuppten sich 2023 Länder im Süden Europas wie Griechenland, Italien, Spanien und Portugal. Auch Ziele in grünere Landschaften Nordeuropas waren stark gefragt, besonders Großbritannien, Norwegen und Island. In Nordafrika und Nahost waren in der ersten Jahreshälfte vor allem Marokko, Ägypten und Jordanien beliebt. Auf der Fernstrecke trugen u. a. Reisen in die USA, nach Mittelamerika, Japan, Vietnam, Südafrika und Namibia zum diesjährigen Geschäftserfolg bei.

Studiosus-Reisen punkten besonders durch die hochqualifizierten Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleiter, die als die Besten der Branche gelten. Auch 2023 hat Studiosus wieder zahlreiche Auswahl- und Ausbildungsseminare für seine Reiseleitenden durchgeführt, zum Beispiel in Südaf-

rika, Namibia, Portugal, Griechenland und Deutschland. Dabei spielen natürlich auch Themen wie nachhaltiges Reisen eine Rolle. Die Auswahl, Aus- und Weiterbildung der Studiosus-Reiseleitenden ist nach der internationalen Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert.

2023 stand der Schutz des Klimas weiterhin im Mittelpunkt unserer Bemühungen um nachhaltiges Reisen. In den Katalogen veröffentlichen wir jetzt bei jeder Reise den CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck inklusive des separat ausgewiesenen Anreiseanteils. In vielen Zielgebieten in Europa schreiben wir dabei alternativ zur Flug- auch die Bus- bzw. Bahnanreise aus, wo immer dies sinnvoll ist. In diesen Fällen können Kundinnen und Kunden die unterschiedlichen Anreisearten in puncto Klimawirksamkeit vergleichen und das in ihre Entscheidung einfließen lassen.

Unvermeidliche CO<sub>2</sub>e-Emissionen auf unseren Reisen gleichen wir durch den Bau von Biogasanlagen in Nepal aus; ein Klimaschutzprojekt, das nach dem Goldstandard zertifiziert ist. Neben den Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten kompensieren wir die Treibhausgas-Emissionen aller Flüge sowie der Hotelübernachtungen inklusive der Verpflegung. Dadurch sind Gäste von Studiosus und Marco Polo besonders klimaschonend unterwegs.

Unsere Bemühungen um umweltschonendes und sozial verantwortliches Reisen haben wir schon früh systematisiert und strukturiert und uns bereits 1998 als erster Reiseveranstalter Europas dem EU-Öko-Audit-Verfahren unterzogen. Im Rahmen des Audits haben wir eine Umweltpolitik formuliert, einen Maßnahmenkatalog erstellt und ein Umweltmanagementsystem eingerichtet. Im März 2023 erfolgte die neuerliche Revalidierung nach EMAS III (Eco-Management and Audit Scheme) und Rezertifizierung nach DIN EN ISO 14001 für den nächsten Drei-Jahres-Zyklus.

In dieser Publikation berichten wir ausführlich über unsere Ziele und verschiedenen Maßnahmen, die unser Engagement im Bereich Nachhaltigkeit am Standort und bei der Planung und Durchführung unserer Reisen belegen. Dass unsere Bemühungen deutliche Erfolge aufweisen, zeigt u. a. die Auswertung der Kundenfragebögen 2023. So sehen beispielsweise 92 % unserer Gäste ihre Erwartungen an die Umweltverträglichkeit ihrer Reise als erfüllt bzw. übererfüllt an. Unser Anspruch, Reisen anzubieten, die sozial verantwortlich konzipiert sind, wurde von den Befragten sogar mit über 98 % bestätigt.

Diese Zahlen zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind: Unsere Kundinnen und Kunden nehmen unser Engagement im Umweltbereich wahr und schätzen die hohen Anforderungen, die wir an uns und unsere Leistungspartner stellen. Und auch wir sehen, dass wir, beispielsweise durch Selbstverpflichtungserklärungen und Rahmenvereinbarungen mit unseren Leistungspartnern, ein kontinuierliches Monitoring und eine sofortige Reaktion auf Hinweise unserer Kundinnen und Kunden oder Reiseleiterinnen und Reiseleiter, viel bewirken können.

Nachhaltiges Reisen zur Unterstützung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen ist unserer Meinung nach nicht nur notwendig, um den Naturschutz und die Verbesserung

der Lebensverhältnisse in den Gastgeberländern zu fördern, sondern stellt auch eine Chance dar, neue Gäste zu gewinnen und bestehende Kundinnen und Kunden dauerhaft an unser Unternehmen zu binden.

Ihr



Peter-Mario Kubsch

Geschäftsführer  
Studiosus Reisen München GmbH

München, den 4. März 2024

[Inhaltsübersicht](#)

## 2 Über diesen Bericht

### 2.1 Themenfelder – Materialitätsmatrix

Die Umstellung auf die Global-Reporting-Initiative-Richtlinien GRI G3.1 auf GRI G4 erforderte eine Ermittlung und Anpassung der Berichtsinhalte für das Berichtsjahr 2015/2016. Dies wurde anhand einer Wesentlichkeitsanalyse unter Berücksichtigung der von der GRI vorgegebenen Struktur sowie deren Grundsätzen erreicht. Die Grundsätze fordern eine verstärkte Einbindung der Stakeholder, einen Nachhaltigkeitskontext sowie den Bezug zur Wesentlichkeit und Vollständigkeit. Die Struktur sieht eine Einteilung in die Kategorien "Wirtschaftlich", "Ökologisch" und "Gesellschaftlich" vor. Diesen Kategorien werden einzelne Aspekte zugeordnet, welche sich aus Indikatoren zusammensetzen. Basierend auf der Wesentlichkeitsanalyse wurden die relevantesten Aspekte ermittelt und dementsprechend die Berichtsinhalte angepasst. Nun wird nicht mehr über eine breite Palette an Nachhaltigkeitsthemen berichtet, stattdessen rücken die wesentlichen Aspekte in den Fokus. Entsprechend den Anforderungen der GRI-G4-Leitlinien wurden aus der Wesentlichkeitsanalyse diejenigen Aspekte abgeleitet, die in der Materialitätsmatrix abgebildet sind. Für das Berichtsjahr 2018/2019 erfolgte die Umstellung von GRI G4 auf die nächsthöhere Stufe, die der GRI Sustainability Reporting Standards (GRI-Standards). Die bereits durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse hat weiterhin Bestand. Eine geplante Überprüfung der wesentlichen Aspekte in den Jahren 2020/2021 musste in der Zeit der Pandemie verschoben werden. Die Nachhaltigkeitsberichte von Studiosus werden sich langfristig an den Vorgaben der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sowie den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) orientieren.

#### Prozedere der Wesentlichkeitsanalyse 2015

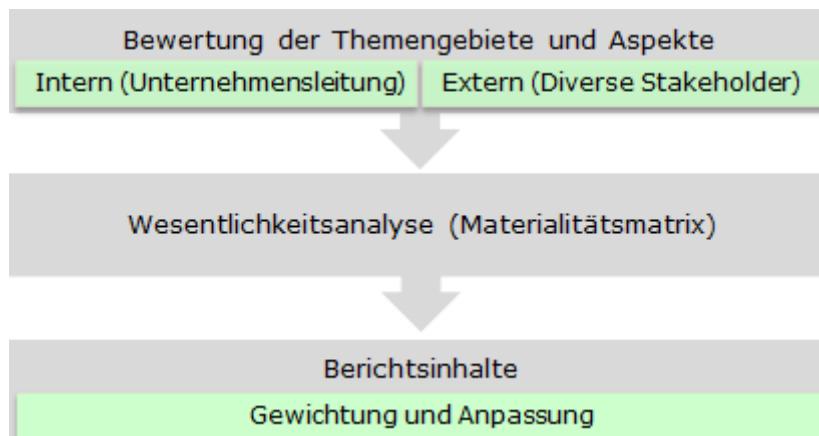
Zur Identifikation der wesentlichen Aspekte wurde zunächst innerhalb des Unternehmens eine ausführliche Sammlung mit allen möglichen relevanten Aspekten und Themengebieten zusammengestellt. Als Basis wurden eine umfangreiche Übersicht mit allen GRI-Themen sowie eine für diesen Zweck angefertigte Masterarbeit herangezogen. Dabei wurden auch branchenspezifische Aspekte integriert. Zudem wurden die vorliegenden Ergebnisse des regelmäßigen Dialogs mit den Stakeholdern ([Kapitel 4.1](#)) berücksichtigt, sodass bereits in diesem ersten Schritt die Interessen und Erwartungen der Stakeholder in den Prozess eingeflossen sind. Der Dialog mit den Interessengruppen des Unternehmens ist für Studiosus schon seit Bestehen des Unternehmens äußerst wichtig. Regelmäßig findet daher ein Austausch mit den Stakeholdern des Unternehmens statt. Hierzu zählen Befragungen sowie ein persönlicher Austausch auf ausgewählten Veranstaltungen wie beispielsweise mit dem Stammkundenbeirat, dem Reisebürobeirat und dem Reiseleitendenbeirat. Weiterführende Informationen hierzu erhalten Sie ab [Kapitel 4.1](#).

Im nächsten Schritt wurden die für Studiosus wesentlichen Themengebiete herausgearbeitet, indem die Aspekte durch die Unternehmensleitung intern validiert und anhand einer Punkteskala (von 1 = sehr unwichtig bis 5 = sehr wichtig) bewertet wurden. Dabei wurden gezielt alle zuvor

ermittelten Aspekte abgebildet, um Vollständigkeit zu gewährleisten. In der Folge wurden daraus die für Studiosus wesentlichen Aspekte definiert.

Anschließend wurden die zuvor identifizierten Stakeholder anhand eines standardisierten Fragebogens befragt, was ihnen besonders wichtig und was eher unwichtig ist.

Bei allen beschriebenen Schritten wurden durchgängig und ausnahmslos die bereits oben genannten Grundsätze zur Bestimmung der Berichtsinhalte eingehalten. Des Weiteren wurde beurteilt, ob die Aspekte jeweils innerhalb und/oder außerhalb für die Geschäftstätigkeit bedeutend und somit wesentlich sind.



Eine Übersicht aller ermittelten Aspekte zeigt die folgende Aufstellung.

Erläuterung zur Farbgebung:

- Aspekt mit sehr hoher Relevanz, über den berichtet wird
- Aspekt mit hoher oder mittlerer Relevanz, über den zusätzlich berichtet wird
- Aspekt mit mittlerer Relevanz, über den nicht berichtet wird
- Aspekt mit geringer Relevanz, über den nicht berichtet wird

#### **Ermittelte Aspekte**

Nr. Aspekt	Grenze(n)
1 Arbeitgeberattraktivität	innerhalb & außerhalb
2 Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	innerhalb
3 Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	innerhalb & außerhalb
4 Aus- und Weiterbildung	innerhalb & außerhalb
5 Beschäftigung	innerhalb & außerhalb
6 Beschwerdeverfahren hinsichtlich Arbeitspraktiken	außerhalb
7 Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken	außerhalb
8 Faires Verhalten gegenüber Lieferanten und Leistungsträgern	außerhalb
9 Gleicher Lohn für Männer und Frauen	innerhalb
10 Gute und qualifizierte Mitarbeiter/Reiseleiter	innerhalb & außerhalb

11	Verantwortungsvolles (soziales) Handeln gegenüber Mitarbeitern/Reiseleitern	innerhalb & außerhalb
12	Vielfalt und Chancengleichheit	innerhalb
13	Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen	außerhalb
14	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen	außerhalb
15	Compliance	innerhalb & außerhalb
16	Korruptionsbekämpfung	außerhalb
17	Lokale Gemeinschaften	außerhalb
18	Politik (Bericht über politische Spenden)	außerhalb
19	Wettbewerbswidriges Verhalten	außerhalb
20	Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen	außerhalb
21	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten	außerhalb
22	Gleichbehandlung	innerhalb
23	Investitionen (Aktives Engagement für die Beachtung der Menschenrechte)	außerhalb
24	Kinderarbeit	außerhalb
25	Prüfung (Prüfung der Geschäftsstandorte, ob die Menschenrechte eingehalten werden)	innerhalb
26	Rechte der indigenen Bevölkerung	außerhalb
27	Sicherheitspraktiken (Sicherheitspraktiken und Schulungen zum Thema Menschenrechte)	innerhalb & außerhalb
28	Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen	innerhalb & außerhalb
29	Zwang- oder Pflichtarbeit	außerhalb
30	Compliance (in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen)	innerhalb & außerhalb
31	Gutes Image und hoher Bekanntheitsgrad in der Öffentlichkeit und Branche	innerhalb & außerhalb
32	Hohe Produktqualität	innerhalb & außerhalb
33	Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	außerhalb
34	Kundenfreundlichkeit	innerhalb & außerhalb
35	Kundengesundheit und -sicherheit	innerhalb & außerhalb
36	Schutz der Privatsphäre des Kunden	innerhalb & außerhalb
37	Sozialverantwortliche Programmplanung	innerhalb & außerhalb
38	Sozialverträglichkeit des Produkts	innerhalb & außerhalb
39	Marketing (Einhaltung von Vorschriften in Bezug auf Werbung und Vermeidung des Verkaufs verbotener Produkte)	innerhalb & außerhalb
40	Abfall	innerhalb & außerhalb
41	Abwasser	innerhalb & außerhalb
42	Beschwerdeverfahren hinsichtlich ökologischer Aspekte	außerhalb
43	Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte	außerhalb

44 Biodiversität	außerhalb
45 Compliance (in Bezug auf Umweltgesetze und -vorschriften)	innerhalb & außerhalb
46 Emissionen	innerhalb & außerhalb
47 Energie	innerhalb & außerhalb
48 Insgesamt (Bedeutung und daraus resultierende Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz)	innerhalb & außerhalb
49 Materialien	innerhalb & außerhalb
50 Produkte und Dienstleistungen (Reduzierung der ökologischen Auswirkungen der Produkte und Dienstleistungen)	innerhalb & außerhalb
51 Transport (Ökologische Auswirkungen des Transports)	innerhalb & außerhalb
52 Wasser	innerhalb & außerhalb
53 Beschaffung (Beauftragung von lokalen Lieferanten nach Möglichkeit)	außerhalb
54 Dialog mit den Stakeholdern des Unternehmens	innerhalb & außerhalb
55 Gute Führung des Unternehmens	innerhalb & außerhalb
56 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	innerhalb & außerhalb
57 Marktpräsenz (Einhaltung des lokalen Mindestlohns und Anteil lokal angeworbener Führungskräfte)	innerhalb
58 Sicherheits- und Krisenmanagement	innerhalb & außerhalb
59 Wirtschaftliche Leistung	innerhalb & außerhalb

Berichtet wird im Folgenden über alle als wesentlich identifizierten Aspekte. Dies sind Aspekte, die von allen Stakeholder-Gruppen im Durchschnitt eine sehr hohe Bewertung von 4,5 oder mehr bekommen haben. Hierbei handelt es sich um 22 Aspekte, die in der Tabelle grün hervorgehoben sind. So wird beispielsweise ausführlich über den Aspekt "Arbeitgeberattraktivität" (Nr. 1) berichtet (siehe [Kapitel 4.3](#)). Die Ausführungen zu den wesentlichen Aspekten finden sich in diesem Nachhaltigkeitsbericht.

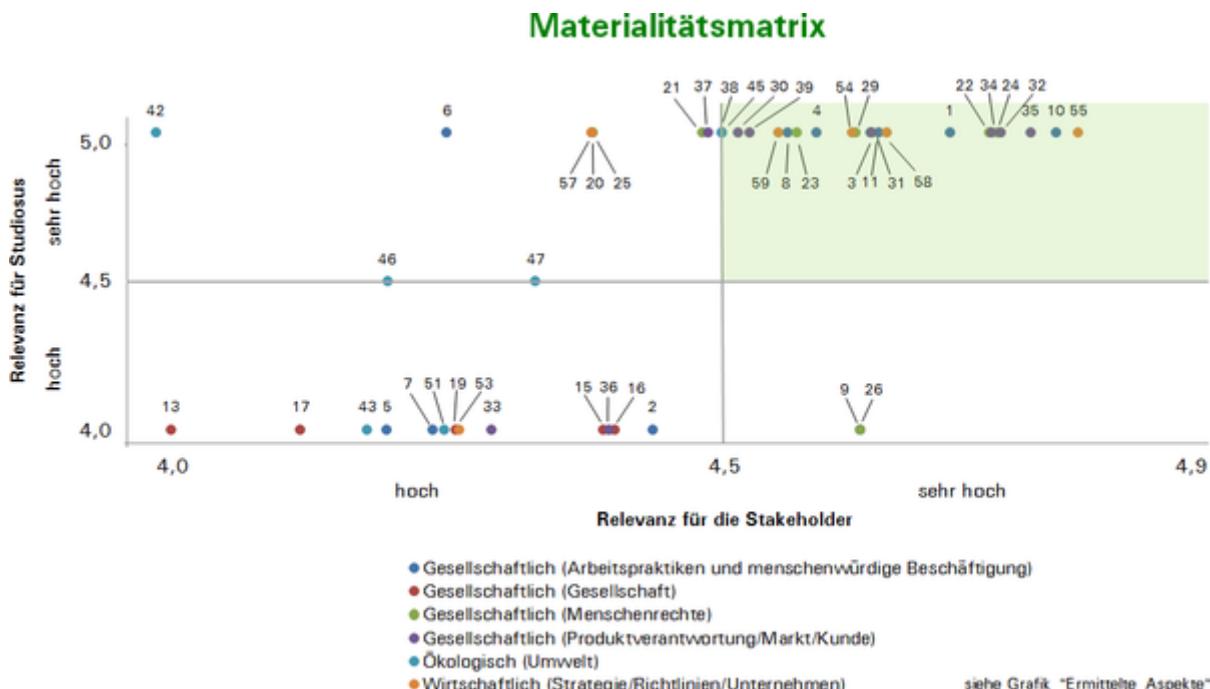
Für die zu berichtenden Aspekte wurden Grenzen definiert, d. h. es wird angegeben, ob der Aspekt innerhalb oder außerhalb der Organisation Auswirkungen hat. Sofern die Grenze innerhalb der Organisation liegt, betrifft diese stets die gesamte Organisation. Außerhalb der Organisation gelten diese für alle Zielgebiete und Stakeholder gleichermaßen.

Zusätzlich zu den wesentlichen Aspekten berichtet Studiosus freiwillig über alle Indikatoren, die von mindestens drei befragten Stakeholdergruppen mit 4,5 oder höher bewertet wurden. Dies sind neun Aspekte, die in der Tabelle hellgrün hervorgehoben sind und im Folgenden aufgeführt werden:

- Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis – Themenbereich Gesellschaftlich (Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung): Kapitel [4.2](#), [4.3](#) und [4.4](#)
- Gleicher Lohn für Frauen und Männer – Themenbereich Gesellschaftlich (Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung): Kapitel [4.3](#) und [4.4](#)

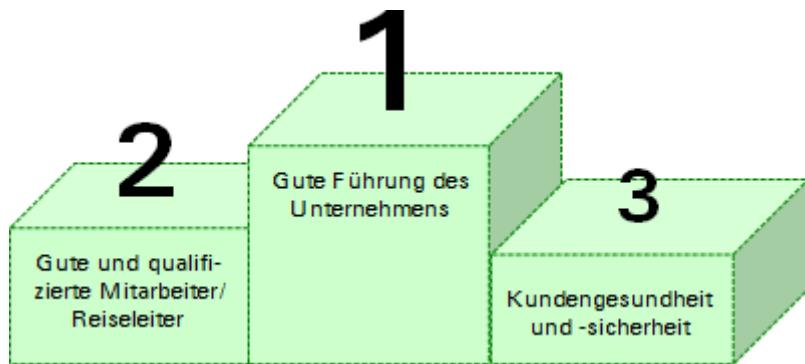
- Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechtsverletzungen – Themenbereich Gesellschaftlich (Menschenrechte): Kapitel [5.3](#)
- Bewertung der Lieferanten hinsichtlich der Menschenrechte – Themenbereich Gesellschaftlich (Menschenrechte): Studiosus prüft regelmäßig alle neuen Lieferanten durch Selbstverpflichtungs-erklärungen, Vertragsklauseln und Befragungen der Leistungspartner. Hierbei wurden keine Abweichungen festgestellt. Weitere Informationen in Kapitel [5.3](#)
- Rechte der indigenen Bevölkerung – Themenbereich Gesellschaftlich (Menschenrechte): Kapitel [5.3](#)
- Sozialverantwortliche Programmplanung – Themenbereich Gesellschaftlich (Produktverantwor-tung/Markt/Kunde): Kapitel [5.1](#)
- Biodiversität – Themenbereich Ökologisch (Umwelt): Trifft am Standort nicht zu. Weitere Informationen in Kapitel [6.4](#)
- Energie – Themenbereich Ökologisch (Umwelt): [6.5](#)
- Wasser – Themenbereich Ökologisch (Umwelt): [6.5](#)

Das Ergebnis der Wesentlichkeitsanalyse wird im Folgenden anhand der Materialitätsmatrix veranschaulicht. Sie zeigt alle wesentlichen Aspekte (im grünen Quadranten) und alle Aspekte mit mittlerer Relevanz (in den weißen Quadranten). Um welche Aspekte es sich handelt, kann anhand der Nummer in der vorangegangenen Liste nachgesehen werden.



Wie in der Materialitätsmatrix dargestellt, ist allen Stakeholdern das Thema "Gute Führung des Unternehmens" (Nr. 55) am wichtigsten. Darauf folgen weitere relevante Themen wie "Gute und

qualifizierte Mitarbeitende/Reiseleitende" (Nr. 10) sowie "Kundengesundheit und -sicherheit" (Nr. 35). Auf alle hierbei identifizierten Aspekte wird in den jeweiligen Kapiteln eingegangen.



Erwähnenswert ist zudem, dass bei der Einschätzung der Aspekte durch die Stakeholder Unterschiede bei den einzelnen Stakeholdergruppen aufgetreten sind. Die Kundinnen und Kundensetzen den Schwerpunkt bei der "Biodiversität" (Nr. 44). Der Fachöffentlichkeit ist das Thema "Zwang- oder Pflichtarbeit" (Nr. 29) und den Geschäftspartnern "Kundengesundheit und -sicherheit" (Nr. 35) wichtig. Den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Reiseleiterinnen und Reiseleitern sowie den Reisebüros hingegen ist das Thema "Gute Führung des Unternehmens" (Nr. 55) am wesentlichsten (wie in der Gesamtauswertung aller Stakeholder).

[Inhaltsübersicht](#)

## 2.2 Grundlegendes zum Bericht

Mit diesem Bericht will Studiosus den hohen Stellenwert hervorheben, den das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen besitzt. Zugleich sollen interessierte Stakeholder wie Geschäftspartner, die Fachöffentlichkeit sowie Kundinnen und Kunden über die ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen informiert werden.

### Anforderungen

Wir freuen uns, erneut den umfassenden Studiosus-Nachhaltigkeitsbericht mit integrierter Umwelterklärung anbieten zu können. Die im Bericht integrierte Umwelterklärung wird extern durch den TÜV Rheinland geprüft. Der Report dient zugleich als Basis für die Berichterstattung an den UN Global Compact.

Alle relevanten Kriterien und Empfehlungen der DIN EN ISO 26000 (Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen), die für Dienstleistungsunternehmen von Bedeutung sind, werden von Studiosus umgesetzt und sind im Nachhaltigkeitsbericht erläutert. Überprüft und umgesetzt wurden auch touristische Kriterien, sofern sie von Studiosus als sinnvoll erachtet wurden.

### Vorgehensweise

Alle Aussagen des Berichts beziehen sich auf die Geschäftstätigkeit der Studiosus Reisen München GmbH mit 215 Mitarbeitenden (Stand: 31.12.2023), es sei denn, es wird explizit auf die gesamte Unternehmensgruppe hingewiesen. Die Inhalte des Berichts wurden an der Materialitätsmatrix ausgerichtet und erfüllen die EMAS-Anforderungen (Eco-Management and Audit Scheme) an eine Umwelterklärung. Der Bericht erscheint als PDF online, zu finden unter:

<https://www.studiosus.com/nachhaltig-reisen/nachhaltigkeitsbericht>

Der Berichtszeitraum umfasst vor allem das vorausgegangene Geschäftsjahr 2023, wenn auch teilweise Informationen und Daten aus dem begonnenen Jahr 2024 ergänzt wurden. Der Schwerpunkt des Berichts liegt auf den identifizierten wesentlichen Aspekten.

Die Texte wurden für das Berichtsjahr 2023/2024 aktualisiert. Es gibt keine wesentlichen Veränderungen in den Grenzen der Aspekte. Die Zahlen und Daten sind mit Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt. Es kommt vor, dass sich Berechnungsgrundlagen oder Rahmenbedingungen ändern. Darüber hinaus können Fehler entdeckt werden, die natürlich zu bereinigen sind. Daher kann es sein, dass Zahlen der Vorperiode korrigiert werden mussten. So mit sind nicht immer alle Daten mit dem Bericht der Vorperiode identisch. Auf Änderungen wird in den Fußnoten hingewiesen.

Um seine Leistung zu messen, bedient sich Studiosus diverser aussagekräftiger Kennzahlen. Die Ermittlung und Berechnung der Kennzahlen erfolgt nach gängigen Standards. Die Kennzahlen zur Finanz-, Vermögens- und Ertragslage wurden nach dem deutschen Handelsrecht erhoben. Kennzahlen auf Basis von Befragungen diverser Stakeholder stellen für Studiosus eine effektive Mög-

lichkeit dar, Leistungen zu messen, die sonst nicht messbar wären ([Kapitel 4.1](#)). Hohe Rücklaufquoten garantieren aussagekräftige und repräsentative Ergebnisse. Alle Verbrauchskennzahlen basieren auf exakten Abrechnungen. Auch interne Datenbanken werden als Quelle zur Berechnung diverser Kennzahlen verwendet.

**Ihr Kontakt für Fragen zum Bericht sowie zu den Themenfeldern der Corporate Responsibility:**

Tony Reyhanloo	Ruth Hopfer-Kubsch	Magdalena Schuster
Head of Corporate Responsibility	Referentin Corporate Responsibility	Referentin Corporate Responsibility
Telefon +49 (0)89 500 60-680	Telefon +49 (0)89 500 60-612	Telefon +49 (0)89 500 60-611

**Sie erreichen unser Team unter:**

E-Mail: [Corporate\\_Responsibility@studiosus.com](mailto:Corporate_Responsibility@studiosus.com)

Studiosus Reisen München GmbH

Riesstr. 25, 80992 München

[Inhaltsübersicht](#)

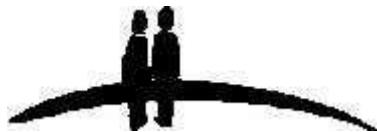
## 3 Unternehmensprofil

### 3.1 Unternehmensleitbild

Im Unternehmensleitbild von Studiosus sind die Richtlinien für das Handeln nach außen und innen festgeschrieben. Sie sind die Grundwerte des Unternehmens.

#### Die Unternehmensvision

"Studiosus will als unabhängiges Wirtschaftsunternehmen zum Kennen- und Verstehenlernen anderer Länder, Menschen und Kulturen beitragen, Toleranz und Akzeptanz fördern und damit Horizonte erweitern.



"Wir sehen unsere Aufgabe darin, im Sinne der Völkerverständigung Brücken zu schlagen über innere und äußere Grenzen hinweg. Das können wir nur zusammen mit unseren Kundinnen und Kunden, die wir als Partner betrachten. Ihnen möchten wir die kulturelle Vielfalt in ihrer ständigen Veränderung und die natürliche Schönheit unserer Erde als für alle Menschen und deren Nachkommen erhaltenswerte Güter verständlich machen. Mit unseren Reisen wollen wir Vorbehalte, Vorurteile und Ablehnung gegenüber allem Fremden abbauen, das Miteinander der Menschen fördern und damit als Botschafter von Toleranz und Offenheit einen Beitrag zum Abbau von Fremdenfeindlichkeit und Diskriminierung auch im eigenen Land leisten. Wir wollen durch Innovation und Qualität wachsen und unsere Stellung als Marktführer ausbauen sowie in den Bereichen Sicherheit und nachhaltiges Wirtschaften Maßstäbe setzen. Alle Studiosus-Angebote müssen den hohen Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden gerecht werden. Wir wollen die Achtung der Menschenrechte in den von uns bereisten Ländern fördern. Durch unsere Reisen schaffen wir Austausch, Begegnungen, Information und Öffentlichkeit. Wir glauben daher, dass verantwortungsvoller und nachhaltiger Tourismus langfristig zu einer positiven Veränderung der Menschenrechtssituation beiträgt."



Für seine nachhaltigen Zukunftsstrategien wurde Studiosus im Jahr 2010 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Die Jury würdigte damit die "konsequente Ausrichtung von Studiosus auf soziale und ökologische Belange". Das Unternehmen stelle sich in besonderer Weise aktuellen und zukünftigen Herausforderungen nachhaltiger Entwicklung.



Drei Jahre später, 2013, folgte die Prämierung mit dem CSR-Preis der Bundesregierung und dem European CSR Award. Die Begründung der Jury: "Das Touristik-Unternehmen erhält die Auszeichnung dafür, dass es in einem schwierigen Feld Pionierarbeit leistet und in seiner Strategie feste Ziele zur Umsetzung der unternehmerischen Verantwortung setzt."

2016 erhielt Studiosus-Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch den B.A.U.M.-Umweltpreis für sein Engagement in Umweltschutz und nachhaltiger Entwicklung. Das Unternehmen überzeugte in der Kategorie "Kleine und mittelständische Unternehmen". Die Jury lobte die "konsequent sozial verantwortliche und umweltschonende Reisegestaltung" und die "Kommunikation mit den Reisenden, um über Umweltschutz und Nachhaltigkeit weltweit aufzuklären". Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e. V. (B.A.U.M.) zeichnet jedes Jahr Unternehmen aus, die sich in besonderer Weise für nachhaltiges Wirtschaften einsetzen.



Für sein Klimaschutzengagement und die Vollkompensation seiner Reisen wurde Studiosus Anfang Dezember 2022 mit der EcoTrophea 2022, dem Nachhaltigkeitspreis des Deutschen Reiseverbands (DRV), ausgezeichnet. Mit dem renommierten Preis, der seit 1987 verliehen wird, würdigt der DRV vorbildliche Initiativen, die einen wirkungsvollen Beitrag zum nachhaltigen Tourismus leisten.

Überzeugt hatte die Jury, dass Studiosus die CO<sub>2</sub>e -Kompensation in den Reisepreis einschließt und in Klimaschutzprojekte im globalen Süden investiert. Beispielgebend fanden die Fachleute auch, dass Studiosus-Gäste vorab transparente Informationen über die Emissionen ihrer Reisen erhalten und somit deren Klimawirkung in ihre Buchungsentscheidung einbeziehen können.

**Links:**

<https://www.drv.de/themen/nachhaltigkeit/ecotrophea.html>

<https://www.studiosus.com/nachhaltig-reisen/auszeichnungen>

[Inhaltsübersicht](#)

## 3.2 Die Unternehmensgruppe

### Mittelständisches Unternehmen mit Tradition

Die Studiosus Reisen München GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen in Familienbesitz. Gegründet 1954 durch Werner Kubsch, hat es sich im Lauf seines Bestehens durch die Qualität des Angebots, seine starke Kundenorientierung und seine innovativen Reiseideen zu Deutschlands größtem Studienreise-Veranstalter entwickelt. Heute führt Peter-Mario Kubsch das Unternehmen in der zweiten Generation. Mehr zur [Geschichte des Unternehmens](#) finden Sie auf der Studiosus-Website.

### Die Tochterunternehmen

Studiosus bietet vor allem Studienreisen an. Mit seinen Tochterunternehmen verwirklicht das Unternehmen aber auch verwandte Reiseideen. Zum Beispiel "maßgeschneiderte" Gruppenreisen, die die individuellen Vorstellungen der Auftraggebenden verwirklichen, oder Entdeckerreisen, die den Aspekt "preiswert erleben und entdecken" in den Vordergrund stellen. Mehr zur Marke Studiosus erfahren Sie im Kapitel [3.3 "Die Marke Studiosus"](#).

Der Standort der Tochterunternehmen entspricht dem Hauptsitz der Studiosus Reisen München GmbH in München.



[Entdeckerreisen im Team](#)

[Individuell reisen ohne Gruppe](#)

[YOUNG LINE TRAVEL](#)

auch in der [Mini-Gruppe](#)

Perfekt organisierte Entdeckertouren ohne Gruppe

Entdeckerreisen für Traveller zwischen 20 und 35 Jahren  
Entdeckerreisen für Traveller [ab 35 Jahren](#)

Marco Polo präsentiert sein Angebot in drei Katalogen, die jeweils eine andere Zielgruppe ansprechen.

Die Produkte von Marco Polo sind preisgünstige Rundreisen. Sie sind für Reisende gedacht, die an den wichtigsten Highlights einer Destination sowie an Land und Leuten interessiert sind – ohne aber inhaltlich das Niveau einer Studiosus-Reise zu erwarten. Marco Polo liegt preislich deutlich unter Studiosus und befindet sich bei Gruppenreisen im Wettbewerb mit anderen Rundreiseanbietern und Zielgebietsspezialisten. Trotz der vergleichsweise niedrigen Preise bieten die Reisen ein echtes Kennenlernen von Land und Leuten.

Ein landeskundiger Marco Polo Scout, der in der Regel vor Ort lebt, kennt das Reiseland aus erster Hand und garantiert ein authentisches Reiseerlebnis. Landestypische Hotels sorgen dafür, dass das Flair und die Kultur eines Landes erlebbar werden. Marco Polo Live, das Entdecker-

Highlight auf jeder Reise, bietet ein einzigartiges Erlebnis: Hier sind die Gäste aktiv dabei und dürfen manchmal auch selbst mit anpacken – sei es bei der Reisernte in Thailand oder beim Bau einer Jurte in Kirgisistan.

## **Studiosus** Gruppenreisen

Als Tochterunternehmen der Studiosus Reisen München GmbH bietet die Studiosus Gruppenreisen GmbH seit über 45 Jahren Reisen für geschlossene Gruppen aller Art an. Ein weit gespanntes Netz an zuverlässigen Partnern, renommierten Fluggesellschaften und sorgfältig ausgewählten Hotels und Reiseleitenden garantiert eine professionelle Vorbereitung und eine sichere Durchführung. Die „[\*\*Gruppenreise nach Maß\*\*](#)“ wird zusammen mit den Kundinnen und Kunden und ganz nach ihren Wünschen gestaltet. Jeder hat seine eigenen Vorstellungen von einem gelungenen Urlaub, jeder möchte eigene Schwerpunkte setzen. Je nach Konzept und Preisniveau werden die Reisen unter der Marke Studiosus Gruppenreisen oder Marco Polo Reisen ausgearbeitet. In einem eigenen [\*\*Online-Katalog für Sondergruppen\*\*](#) bietet Studiosus Gruppenreisen ausgewählte Reiseziele für exklusive Gruppen an. Das Programm kann, genauso wie es ist, gebucht oder auch um weitere Highlights ergänzt werden.

[\*\*Zubucherreisen\*\*](#) sind seit vielen Jahren ein fester Bestandteil der Studiosus Gruppenreisen. Ganzjährig werden immer wieder neue Reisen zu attraktiven Destinationen mit einer Vielzahl an Terminen produziert. So wird auf aktuelle Trends und Entwicklungen reagiert und die Reisen können zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden.

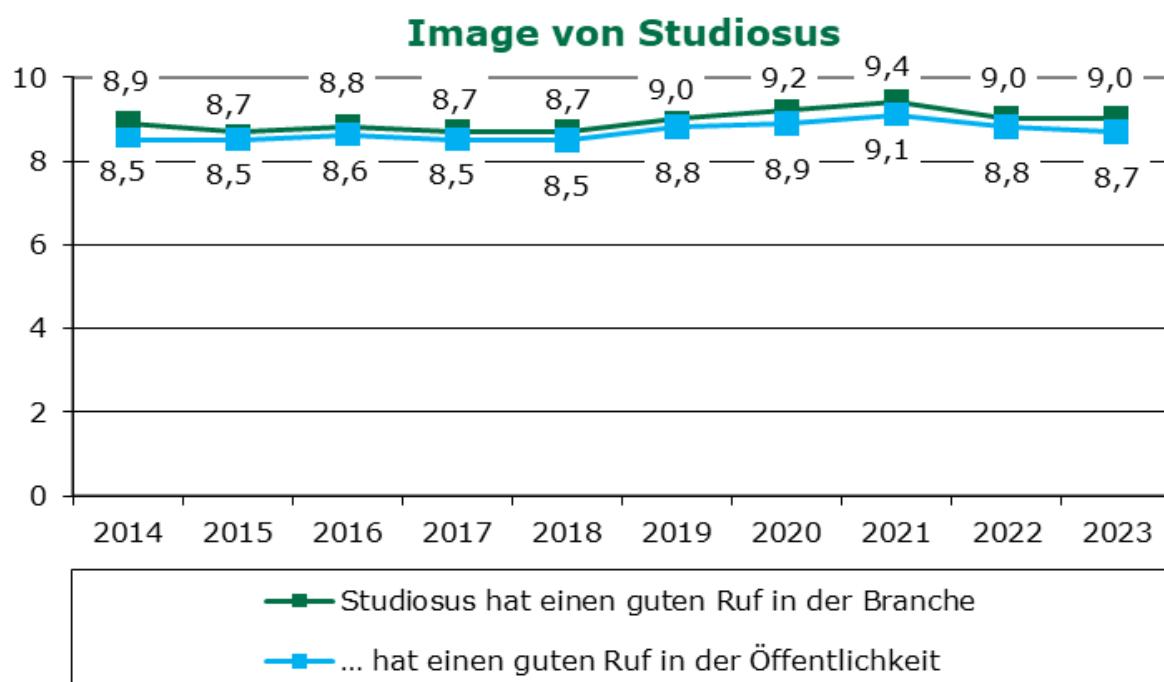
Partner und Auftraggeber sind: Spiegel, Gruner & Jahr, Deutscher Ärzteverlag, Hörfunksender, Unternehmen, Vereine und Verbände aus vielfältigen Branchen, Rotary- und Lions-Clubs, Volkshochschulen, Privatkunden und Reisebüros aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und Luxemburg.

[\*\*Inhaltsübersicht\*\*](#)

### 3.3 Die Marke Studiosus

Jedes Jahr führt die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR) die sogenannte Reiseanalyse durch. Dies ist eine Untersuchung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens sowie der Urlaubs motive und -interessen der deutschsprachigen Bevölkerung. Laut Reiseanalyse lag der gestützte Bekanntheitsgrad von Studiosus zuletzt bei 29,6 %. Das bedeutet, dass knapp 30 % der Befragten den Namen "Studiosus" kannten, als man ihnen diesen nannte.

Die Mitarbeitenden bewerten die Fragen zum Image von Studiosus in der Öffentlichkeit und Branche auf einer Werteskala von 1–10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu) in der jährlichen Mitarbeitendenbefragung wie die folgende Grafik zeigt:



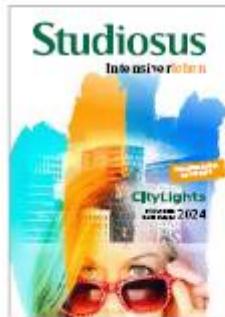
Durchschnittl. Rücklaufquote der Mitarbeitendenbefragung 2014-2023: 68 %

#### Die Studiosus-Reise

Den Angeboten von Studiosus liegt ein gemeinsames Konzept zugrunde. Dieses hält Studiosus für die beste Möglichkeit, die Unternehmensvision der Völkerverständigung umzusetzen. Die Studiosus-Reise ist eine intelligente Form des Urlaubs: Sie ermöglicht eine intensive Begegnung mit dem Gastland, indem sie die gegenwärtige Lebenssituation und Kultur aufzeigt, Bezug zur Vergangenheit herstellt und dies zu einem Erlebnis für alle Sinne werden lässt. Gleichzeitig bleibt genügend Zeit, um sich zu entspannen und zu erholen. Vororganisierte Extratouren geben den Gästen die Freiheit, zwischen dem Gruppenprogramm und alternativen Unternehmungen zu wählen. Die Planung und Durchführung der Reisen erfolgt so, dass die Menschenrechte im Zusammenhang mit der soziokulturellen Situation im Gastland respektiert und die Umweltbelastungen möglichst gering gehalten werden.

Das Erlebnis Studiosus-Reise gibt es in vielen Varianten für unterschiedliche Zielgruppen und Kundenwünsche: von Studiosus Preiswert und Studiosus Klassik über Studiosus Wandern und Studiosus Expedition bis hin zu Studiosus Naturerlebnis, Studiosus Kreuzfahrt und Studiosus Mit Muße.

Außer Studienreisen bietet Studiosus auch andere attraktive Angebote mit den wesentlichen Inhalten moderner Studienreisen an.



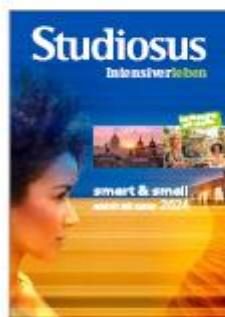
#### **Studiosus CityLights – Städtereisen**

Für Gäste, die eine Stadt in der Gruppe perfekt organisiert mit einer erstklassigen Studiosus-Reiseleiterin oder einem erstklassigen Studiosus-Reiseleiter und durchdachtem Besichtigungsprogramm kennenlernen möchten. Neu: Kleine Gruppe mit maximal 15 Gästen.



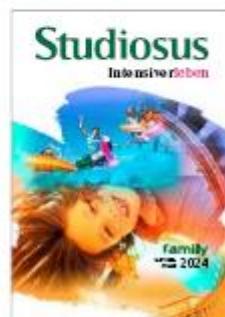
#### **Studiosus me & more – Singlereisen**

Urlaub für Singles und Alleinreisende, die in einer Gruppe weltoffener Mitreisender ihren Urlaub genießen wollen. Mit erstklassigen Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleitern.



#### **Studiosus smart & small – Auszeit mit Kultur**

Für alle, denen Badeurlaub zu langweilig und eine Studienreise nicht entspannt genug ist: Studiosus smart&small – kleine Gruppe, charmante Hotels, Programm mit viel Freizeit. Mit erstklassigen Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleitern.



#### **Studiosus family**

Familienurlaub mit Kultur- und Erlebnisprogramm: spannende Besichtigungen für Jung und Alt mit erstklassigen Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleitern.

#### **Studiosus Incoming**

Neben Reisen für Gäste aus dem deutschsprachigen Raum bietet Studiosus seit jeher auch Reisen im Incoming-Bereich an – zunächst vor allem für Studenten aus Nordamerika, heute für Interessentinnen und Interessenten aus dem gesamten asiatischen Raum. Von der maßgeschneiderten Reise für eine kleine Gruppe bis hin zu MICE-Reisen (Meetings, Incentives, Conferences and Events) für über 1000 Teilnehmende – Studiosus Incoming organisiert Reisen aller Größenordnungen.



#### **kultimer**

Der kultimer bietet Eventreisen zu Ausstellungen, Festivals oder musikalischen Highlights sowie kulinarische oder botanische Themenreisen und Reisen zu speziellen Naturphänomenen. Der durch sein Schmalformat auffällige Katalog erscheint mehrmals im Jahr und wird Studiosus-Kundinnen und -Kunden automatisch zugeschickt. Das kultimer-Konzept ergänzt den Besuch des Events mit einem interessanten Rahmenprogramm. Erstklassige Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleiter führen die Gäste beispielsweise in Museen, die zum Event passen, begleiten Sie beim Stadtbummel durch spannende Viertel und zeigen Ihnen die wichtigsten Sehenswürdigkeiten des jeweiligen Reiseziels.

### 3.4 Daten und Fakten

<b>Gründung:</b>	1954
<b>Unternehmenszweck:</b>	Veranstaltung von intelligenten Urlaubsreisen weltweit: die kultivierte Art zu reisen.
<b>Unternehmensleitung:</b>	Peter-Mario Kubsch (GF & CEO), Philip Edel (GF & CFO), Peter Strub (COO), Guido Wiegand (CMO)
	Die Mitglieder sind direkt oder indirekt am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens beteiligt und somit nicht unabhängig.
<b>Amtszeit des Kontrollorgans (GF):</b>	Familienbetrieb (Nachfolgeregelung) Unbefristet
<b>Andere bedeutende Positionen oder Verpflichtungen:</b>	Unternehmensleitung
<b>Kompetenzen bzgl. wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Auswirkungen</b>	Peter-Mario Kubsch
<b>Vertretung von Stakeholdern:</b>	Mitarbeitendenvertretung (Betriebsrat), Wirtschaftsausschuss, Reiseleitendenbeirat, Stammkundenbeirat, Counterbeirat (Reisebüros), Ausschuss für sozial verantwortlicheres Reisen, Innerbetrieblicher und Touristik-Umweltausschuss, Gesellschafterversammlung
<b>Externe Prüfer:</b>	URBIS TREUHAND GMBH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und Steuerberatungsgesellschaft Umweltgutachter TÜV Rheinland Die Prüfungsinstitionen sind weder direkt noch indirekt am Unternehmen beteiligt und stellen keine Mitglieder der Unternehmensleitung.
<b>Gesellschafter:</b>	Peter-Mario Kubsch, Melanie Kubsch, Florian Kubsch, Sebastian Kubsch, Tatjana Kubsch, Studiosus Reisen München GmbH (eigene Anteile)

<b>Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Unternehmenssitz:</b>	293 in der gesamten Unternehmensgruppe, davon 11 Auszubildende (Mitarbeitendenzahl nach Personen)
<b>Reiseleiterinnen und Reiseleiter:</b>	Im Jahr 2023 waren 494 Reiseleitende im Einsatz. Davon waren 74 Reiseleitende fest angestellt (15 %).
<b>Tochterunternehmen:</b>	Studiosus Gruppenreisen GmbH, Marco Polo Reisen GmbH
<b>Vertrieb:</b>	Rund 5000 aktive Studiosus-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der Vertrieb erfolgt zu 70 % über Reisebüros.
<b>Reisen:</b>	548.941 Übernachtungen oder gebuchte Nächte
<b>Geschäftspartner vor Ort:</b>	2100 Partnerhotels
<b>Stammkapital:</b>	1.000.000 €
<b>Mitgliedschaften des Unternehmens:</b>	 ARGE Arbeitsgemeinschaft Lateinamerika e. V. LateinAmerica



DRV – Ausschuss für Nachhaltigkeit  
 DRV – Arbeitsgruppe zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung  
 DRV – Ausschuss für Recht  
 DRV – Ausschuss Auslandstourismus  
 DRV – Krisen- und Sicherheitsmanagement  
 DRV - Datenschutz

European Tourism Association (ETOA)

Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F.U.R.)



International Air Transport Association (IATA)



Kinderschutz-Initiative "The Code"



Verein zur Entwicklung eines Standards zur Berechnung von CO<sub>2</sub>-Emissionen aus den einzelnen Bestandteilen der touristischen Wertschöpfungskette



Österreichischer Reisebüroverband



Roundtable Human Rights in Tourism e. V.

Schweizer Reise-Verband (SRV)



Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V.

**Studiosus**  
Studiosus Foundation e. V. FOUNDATION.e.V.



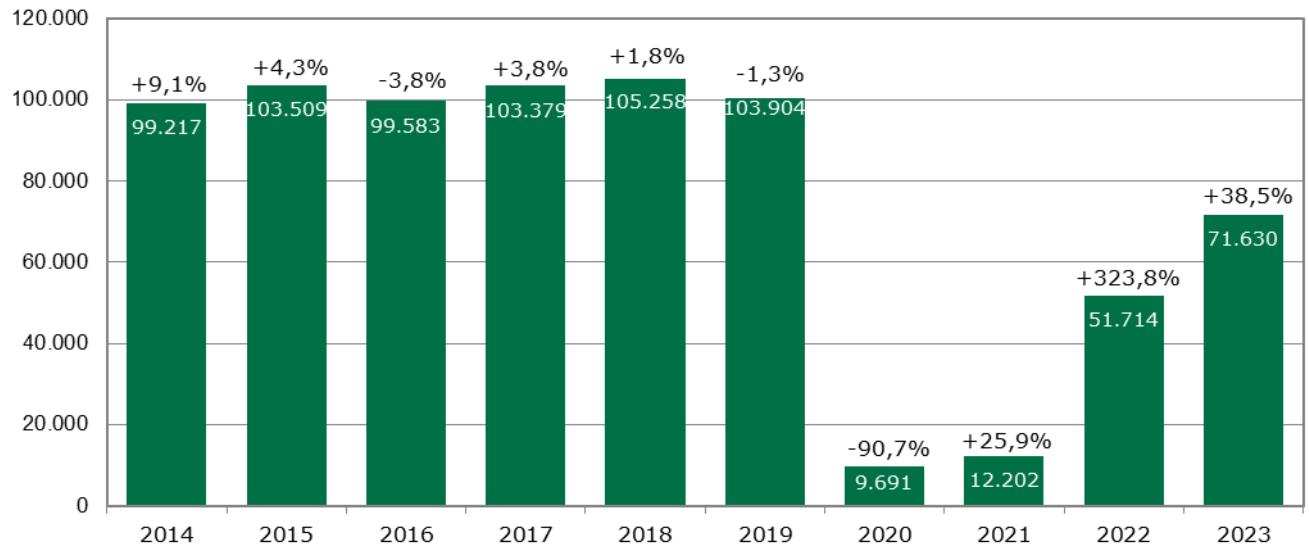
UN Global Compact



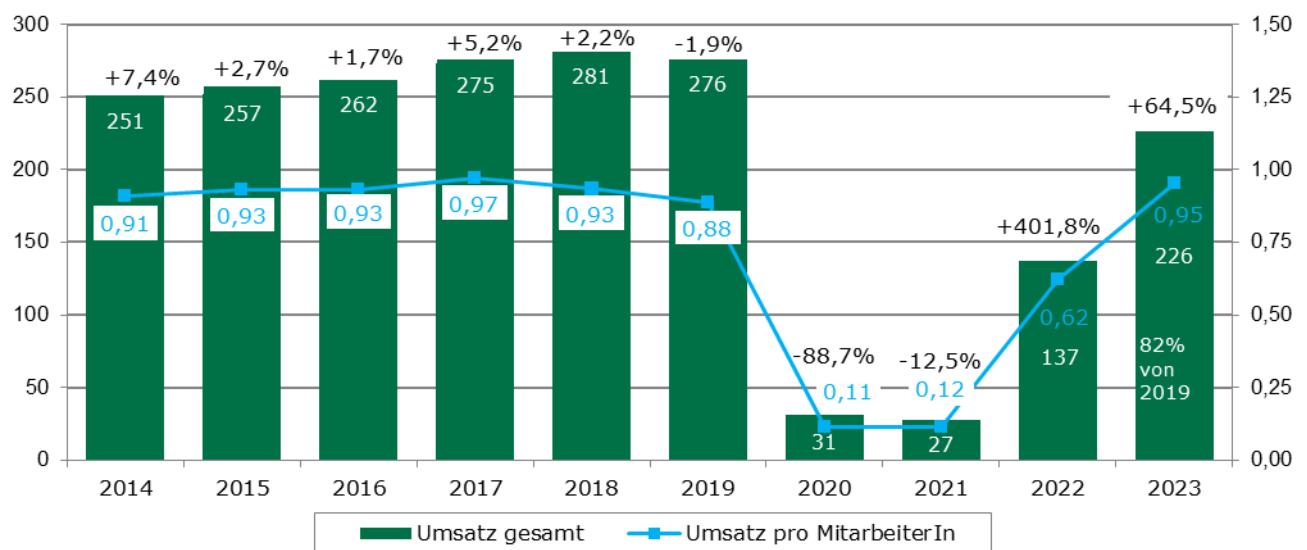
<b>Zertifikate:</b>	DIN EN ISO 9001:2015  DIN EN ISO 14001:2015  EMAS III (Eco-Management and Audit Scheme)
<b>Veränderungen:</b>	Im Berichtszeitraum 2023 fanden keine wesentlichen Änderungen im Vergleich zum zuletzt erschienenen Bericht des Geschäftsjahres 2022 statt.
<b>Impressum:</b>	Studiosus Reisen München GmbH  Postfach 50 06 09, D-80976 München  Telefon + 49 (0)89/500 60-0, Telefax + 49 (0)89/500 60-100  <a href="http://www.studiosus.com">www.studiosus.com</a> <a href="mailto:tours@studiosus.com">tours@studiosus.com</a>

## Umsatz- und Gästeentwicklung der Unternehmensgruppe

### Entwicklung der Gästezahlen

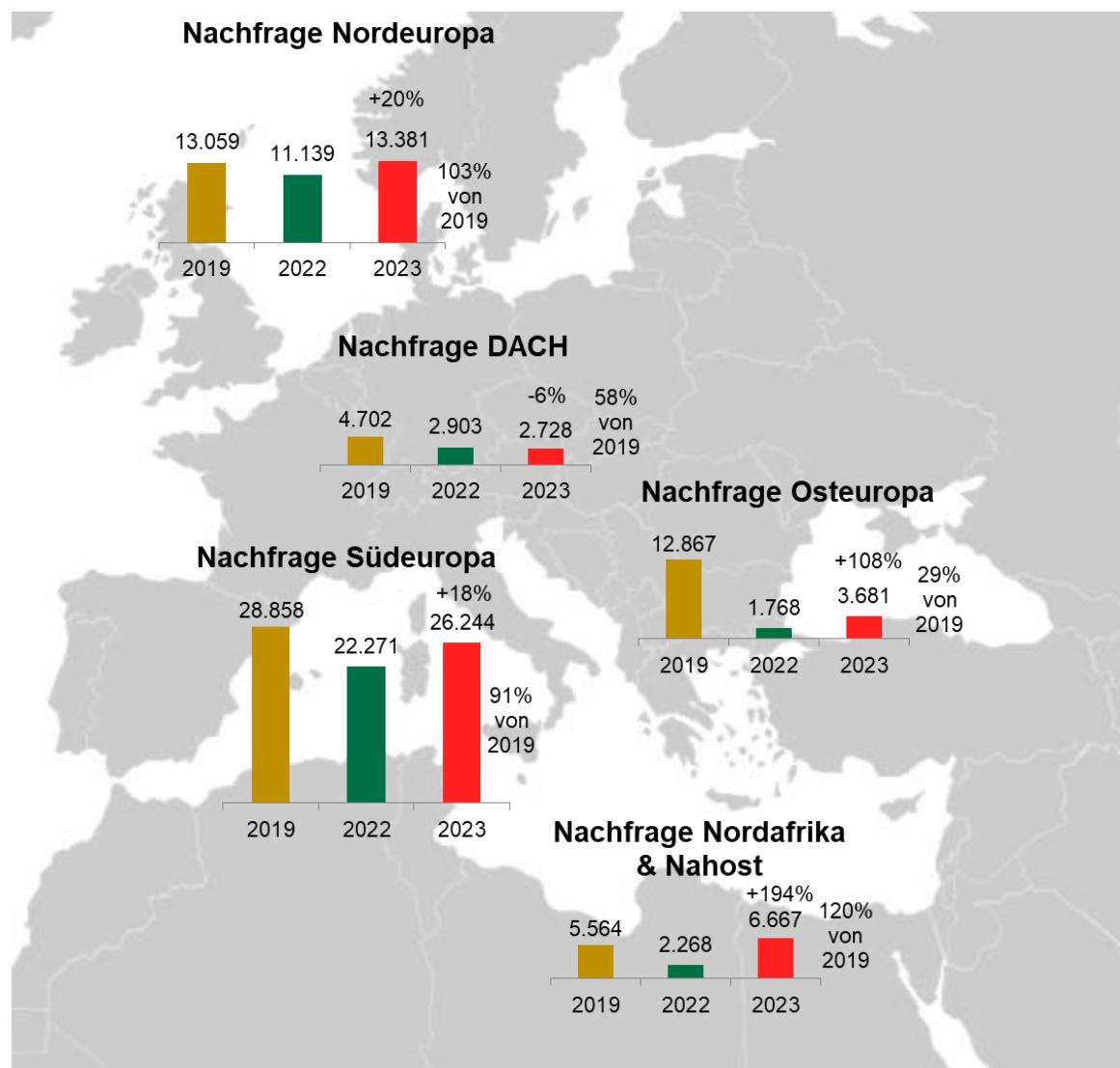


### Umsatzentwicklung in Mio. €



Infolge der Pandemie durch das Coronavirus (SARS-CoV-2) kam es in den Jahren 2020 bis 2022 zu signifikanten Beeinträchtigungen des nationalen und internationalen Tourismus. Die Studiosus-Unternehmensgruppe als Anbieter von Studienreisen in nahezu alle Regionen der Erde war davon in aller Härte betroffen. Vor diesem Hintergrund hat Studiosus die Corona-Zuschussprogramme der Bundesregierung in Anspruch genommen und Überbrückungshilfen beantragt (siehe Nachhaltigkeitsbericht 2022/2023). Im Jahr 2023 wurden keine Zuwendungen von staatlicher Seite mehr in Anspruch genommen.

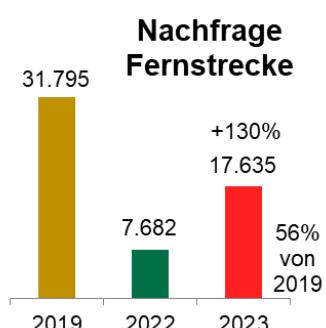
### Entwicklung der Gästezahlen nach ausgewählten Zielgebieten



Im Süden Europas trugen 2023 insbesondere die Länder Griechenland, Italien, Spanien und Portugal zum Wachstum bei. Im Norden waren Großbritannien, Norwegen und Island stark nachgefragt. In Nordafrika und Nahost bereisten die Gäste in der ersten Jahreshälfte vor allem Marokko, Ägypten und Jordanien. Osteuropäische Ziele waren durch die Nähe der Länder zum Ukraine-Krieg weiterhin stark beeinflusst. Israel-Reisen wurden nach dem Überfall der Hamas am 7. Oktober 2023 und anschließenden Krieg im Gazastreifen abgesagt.

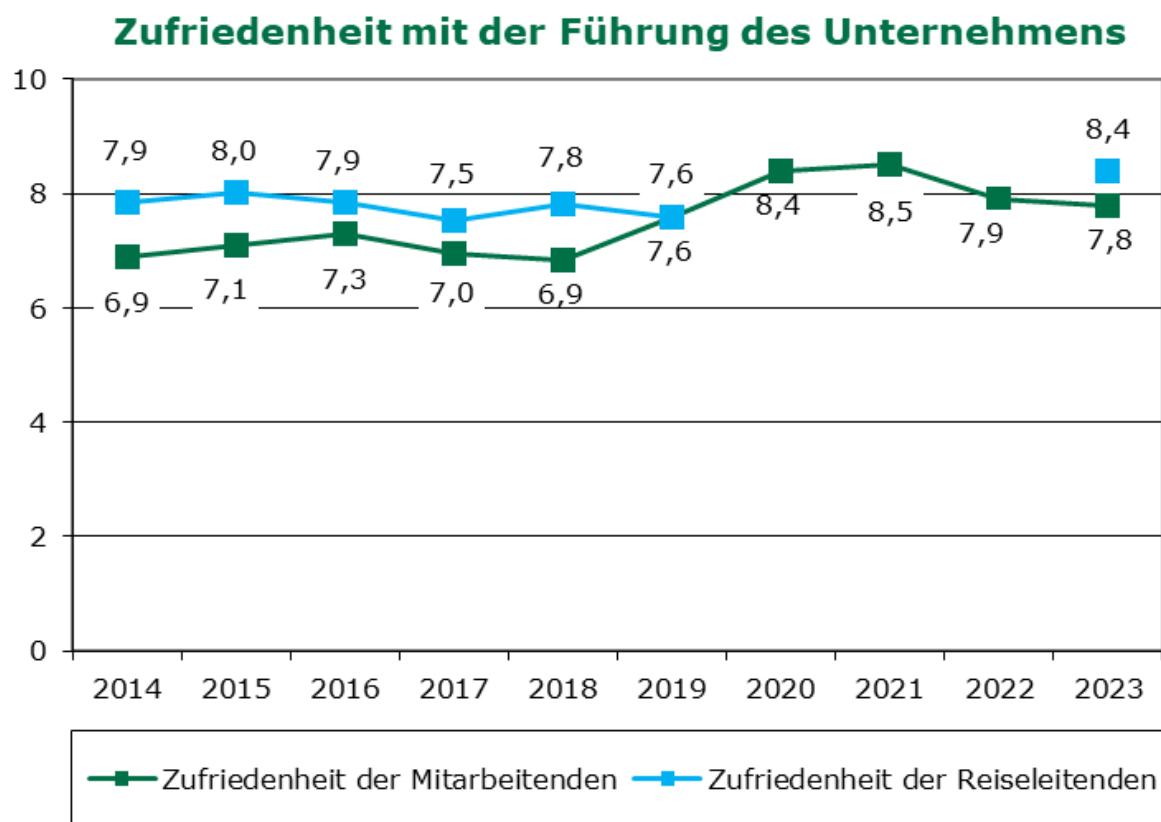
In den Jahren der Pandemie verschob sich das Reiseaufkommen. Reiseziele in Europa nahmen im Jahr 2022 auf knapp 74 % des gesamten Reiseaufkommens zu (2019: 57 %). 2023 ging diese Entwicklung wieder zurück und Reisen innerhalb Europas nahmen einen Anteil von gut 64 % ein.

Die Fernreisen entsprachen 2023 knapp 25 % (2022: 15 %, 2019: 31 %).



### 3.5 Managementsysteme am Standort

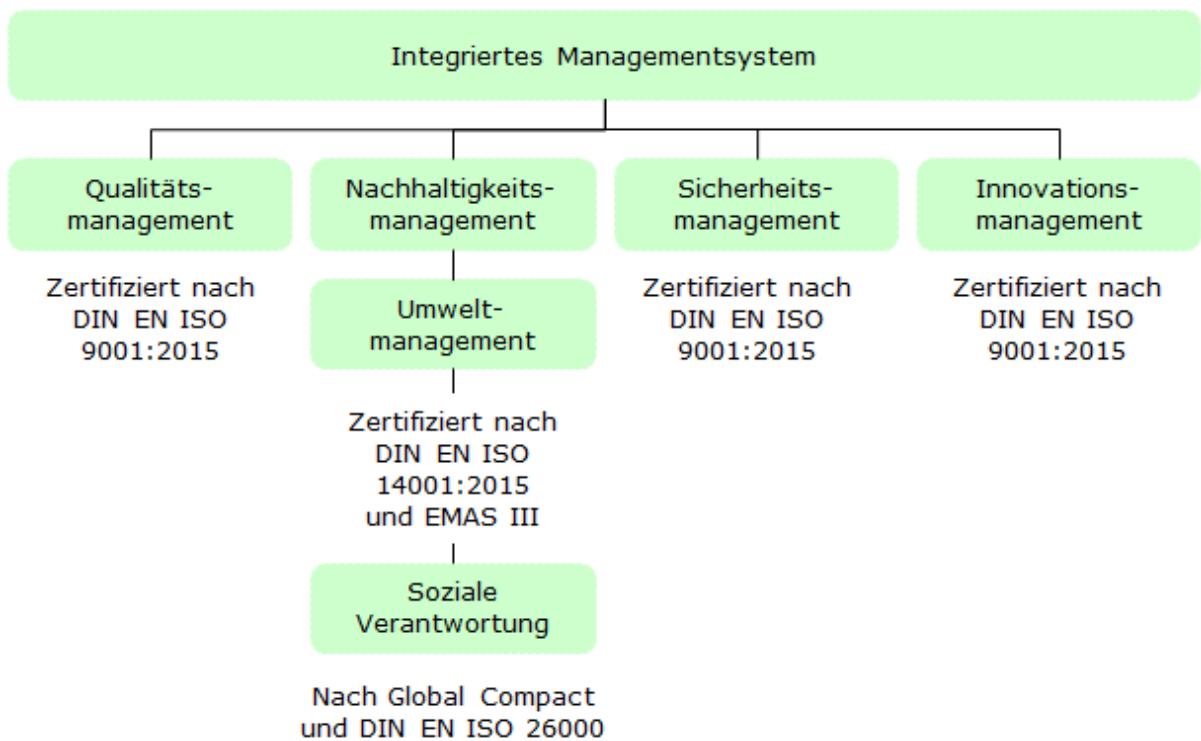
Eine gute Unternehmensführung ist allen Stakeholdergruppen besonders wichtig. Ein gut geführtes Unternehmen ist erfolgreich und die Mitarbeitenden sind zufrieden. Der Erfolg von Studiosus lässt sich an den Gästezahlen ablesen. Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit der Führung des Unternehmens zeigen die Ergebnisse der Mitarbeitenden- und Reiseleitendenbefragungen. In den Jahren 2020 bis 2022 fand die übliche Reiseleitendenbefragung pandemiebedingt nicht statt. Die nächsten Befragungen sind 2024 geplant.



Mitarbeitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2014-2023: 68%  
Reiseleitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2014-2023: 41%

#### Managementsysteme bei Studiosus

Managementsysteme unterstützen die Unternehmensleitung bei der Umsetzung der Unternehmensziele. Das Managementsystem bei Studiosus ist ein integriertes Management- system, welches das Qualitätsmanagement, Innovationsmanagement, Sicherheitsmanagement und Nachhaltigkeitsmanagement (Umweltmanagement sowie soziale Verantwortung) umfasst. Das Qualitätsmanagement und das Sicherheitsmanagement sind nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert. Das Umweltmanagement ist nach DIN EN ISO 14001:2015 zertifiziert sowie nach EMAS III (Eco-Management and Audit Scheme) validiert. Das Managementsystem zur sozialen Verantwortung orientiert sich an den zehn Prinzipien des UN Global Compact sowie an dem Leitfaden DIN EN ISO 26000 (Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen).



Die vier Managementsysteme wurden passend zu den vier Unternehmensstrategien "Nachhaltiges Wirtschaften", "Qualitätsmanagement", "Sicherheitsmanagement" und "Innovationsförderung" aufgebaut, um diese effektiv zu verfolgen. Eine entsprechende Vertiefung zu den einzelnen Strategien erfolgt in den Kapiteln [6.2 Nachhaltigkeitsmanagement](#), [3.6 Qualität der Reisen](#), [3.7 Sicherheit auf Reisen](#) sowie [3.8 Innovation](#). Die Chancen und Risiken des Unternehmens werden in die Managementsysteme integriert und bewertet.

Studiosus möchte mit Hilfe seiner Managementsysteme die folgenden fünf übergeordneten unternehmenspolitischen Ziele erreichen:

1. Zufriedene Kundinnen und Kunden
2. Zufriedene Mitarbeitende
3. Faire Beziehungen mit den Geschäftspartnern
4. Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung
5. Angemessener wirtschaftlicher Ertrag

#### **Zertifizierung und Validierung der Managementsysteme**

Seinen Ursprung hat das Qualitätsmanagement bei Studiosus im Bereich der Auswahl sowie der Aus- und Weiterbildung der Studiosus-Reiseleitenden. Dieser Prozess wurde bereits 1998 nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Die Vorteile wurden erkannt und im Laufe der darauffolgenden Jahre ein Qualitätsmanagementsystem für das ganze Haus aufgebaut, welches 2004 zum ersten Mal zertifiziert wurde. Im selben Jahr erhielt auch das Sicherheitsmanagementsystem erstmals ein Zertifikat nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001.

Die Erstzertifizierung des Umweltmanagementsystems reicht bis ins Jahr 1998 zurück, in dem es nach der Umweltnorm DIN EN ISO 14001 zertifiziert sowie nach EMAS I validiert wurde.

Im Jahr 2004 wurden das Qualitätsmanagement, Innovationsmanagement, Sicherheitsmanagement und Nachhaltigkeitsmanagement (Umweltmanagement und soziale Verantwortung) schließlich in ein integriertes Managementsystem zusammengeführt.

Seit den Erstzertifizierungen wurden das Qualitäts- und Umweltmanagementsystem turnusgemäß nach drei Jahren rezertifiziert und revalidiert. Dabei wurde stets die aktuelle Qualitäts- und Umweltnorm berücksichtigt.

Zuletzt wurden die Managementsysteme im März 2023 durch den TÜV-Rheinland gemäß DIN EN ISO 9001:2015 und DIN EN ISO 14001:2015 rezertifiziert sowie nach EMAS III revalidiert. Die Zertifikate sind bis 2026 gültig.

Weitere Informationen zum Qualitätsmanagement und den Qualitätszertifikaten siehe Kapitel [3.6](#).

Weitere Informationen zum Sicherheitsmanagement siehe Kapitel [3.7](#).

Weitere Informationen zum Innovationsmanagement siehe Kapitel [3.8](#).

Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsmanagement und den Umweltzertifikaten sowie das EMAS-Zertifikat finden Sie in der Umwelterklärung ([Kapitel 6](#)).

[Inhaltsübersicht](#)

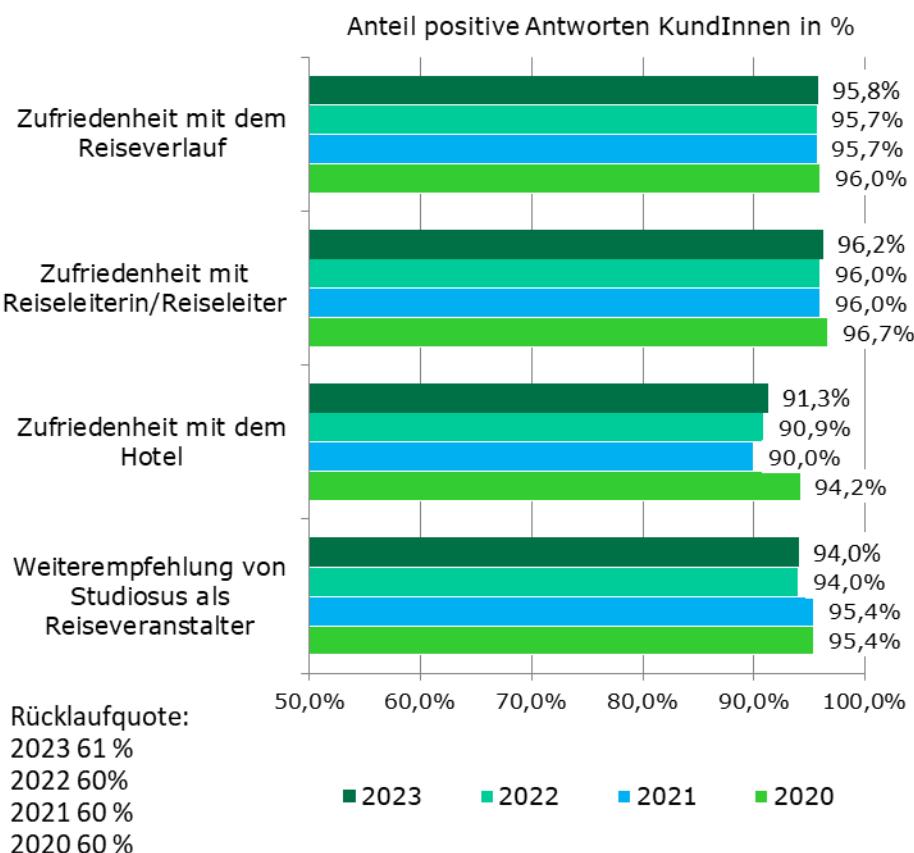
### 3.6 Qualität der Reisen

Studiosus ist nachweislich bekannt für die hohe Qualität seiner Reisen, das Qualitätsmanagementsystem ist nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert.

#### Produktqualität

Eine hohe Produktqualität ist Studiosus und seinen Stakeholdern sehr wichtig. Im Studiosus-Unternehmensleitbild heißt es: "Der Maßstab für unseren Qualitätsanspruch ist der zufriedene Kunde". Daher misst Studiosus die Qualität seiner Dienstleistungen an der Erfüllung der Kundenerwartungen. Hierfür erhalten alle Gäste am Ende der Reise einen Beurteilungsbogen, in dem sie angeben können, wie zufrieden sie mit den verschiedenen Aspekten der Reise waren. Die Ergebnisse sind die Basis für die weitere Programmplanung. Zudem dienen sie der Erfolgsmessung bezüglich der Zufriedenheit der Gäste. Zentrale Qualitätskennzahlen bei Studiosus sind die Zufriedenheit der Reisegäste mit dem Reiseverlauf, den Reiseleitenden, dem Hotel sowie der Weiterempfehlung von Studiosus als Reiseveranstalter (siehe folgende Grafik).

#### Zufriedenheit mit der Qualität der Reisen



Auch die Reisebüros, Mitarbeitenden und Reiseleitenden bewerten die Produktqualität seit Jahren sehr hoch. So fällt die Beurteilung der Aussage "Studiosus hat eine hohe Produktqualität" bei den Mitarbeitenden mit 8,3 in 2023 (2019: 8,4) und bei den Reiseleitenden mit 8,3 in 2023 (2019:

8,6) aus (Werteskala von 1–10; 1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu). Die Reisebüros geben 2023 die Produktqualität zu 100 % mit gut oder sehr gut an.

### **Qualitäts-Award für Hotels**

Seit 2011 vergibt Studiosus Qualitäts-Awards an Hotels, die in der Kundenbefragung besonders gut abgeschnitten haben und dadurch hervorstechen.

Dazu müssen zahlreiche Kriterien erfüllt werden: In der Gesamtbewertung sind mindestens 150 Punkte zu erreichen, was Gästenennungen von durchschnittlich 50 % mit "die Erwartungen wurden erfüllt" und 50 % mit "die Erwartungen wurden übertroffen" entspricht. Zudem müssen in jeder einzelnen Bewertung der Kategorien Atmosphäre, Komfort, Sauberkeit, Frühstück, Hauptmahlzeit, Servicebereitschaft und Umweltschutzmaßnahmen mindestens 125 Punkte erreicht werden. Lediglich bei dem Kriterium der Lage wurde der Zielwert auf 100 Punkte (entspricht im Schnitt 100 % mit "die Erwartungen wurden erfüllt") reduziert, da auf die Lage bereits bei der Auswahl des Hotels Einfluss genommen werden kann.



Da nicht alle Umweltbemühungen der Hotels für Kundinnen und Kunden sichtbar sind, wird bei einer Bewertung im Umweltbereich von weniger als 125 Punkten geprüft, ob das Hotel ein aktuell gültiges, anerkanntes Umweltsiegel/-zertifikat besitzt. Dies ist bei zahlreichen, von Studiosus genutzten Hotels der Fall.

In den Jahren 2020 und 2021 wurde die Verleihung des Awards pandemiebedingt ausgesetzt. In 2022 konnte der Award an 27 Hotels verliehen werden. Im Jahr 2023 erreichten 809 Hotels die erforderliche Rückläuferquote von mindestens 55 Fragebögen durch Gäste. Bei diesen Hotels erfüllten weltweit 54 die hohen Kriterien zur Verleihung des Qualitäts-Awards.

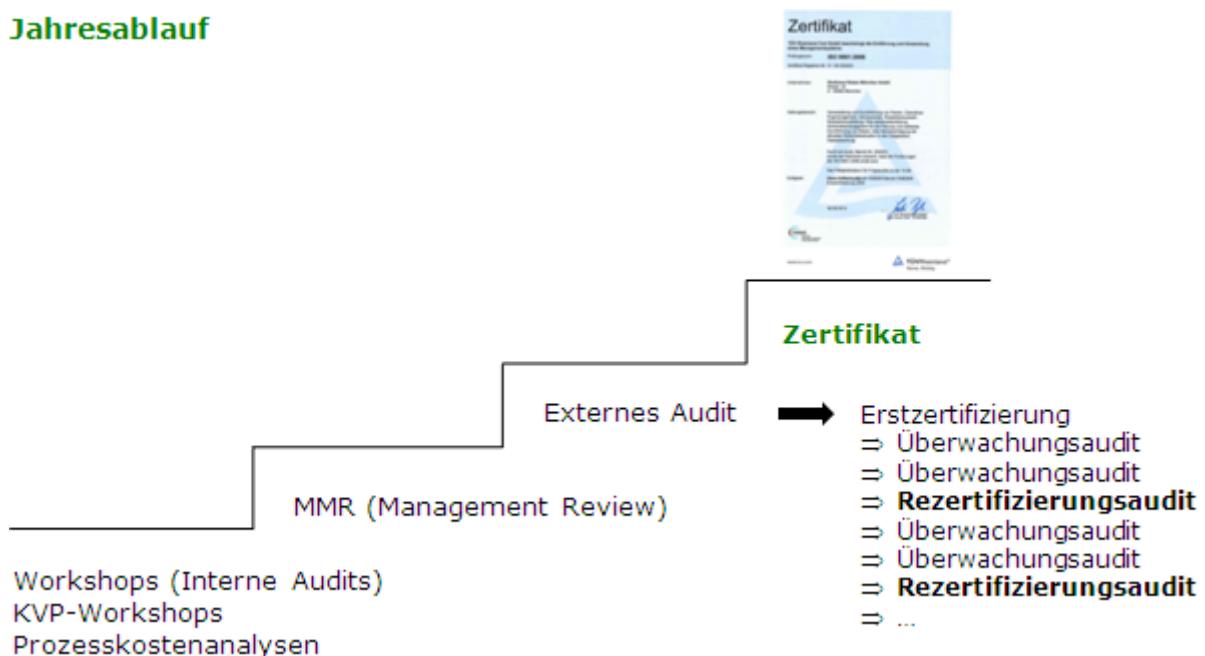
### **Qualitätsmanagement**

Die Qualität wird durch verschiedene Instrumente sichergestellt. Im Rahmen des Qualitätsmanagements werden regelmäßig Workshops zur Sicherstellung eines kontinuierlichen Verbesserungsprozesses durchgeführt. Bei Bedarf werden Prozesskostenanalysen in den Abteilungen durchgeführt, bei denen die Arbeitsabläufe der Abteilungen analysiert werden. Durch das Umsetzen verschiedener Handlungsfelder kann man somit den Prozess beschleunigen, das Arbeiten effizienter gestalten und den Mitarbeitenden mehr Freude an der Arbeit geben. Des Weiteren führt das Qualitätsmanagement jedes Jahr mit allen Abteilungen interne Audits durch, die als Workshops konzipiert sind, in denen gemeinsam mit den Kolleginnen und Kollegen versucht wird, die Arbeitsqualität und/oder Produktqualität zu verbessern. Ein weiteres Qualitätsmanagementinstrument ist das interne Vorschlagswesen, wodurch die Mitarbeitenden die Möglichkeit haben, Ideen einzureichen, die der Unternehmensleitung zur Entscheidung vorgelegt werden.

Zur Qualitätssicherung bedient sich Studiosus zahlreicher Warnsysteme. Zum einen hat Studiosus ein umfangreiches Kennzahlensystem mit Ampelfunktion entwickelt, welches Abweichungen von gesetzten Zielen aufzeigt und auf dessen Basis Entscheidungen getroffen werden. Zum anderen findet eine gezielte Auswertung der Kundenfragebögen in Bezug auf Qualitätskriterien statt. Die Auswertung erfolgt automatisch und zeitnah. Bei Unterschreitung von Qualitätswerten der Leistungsträger erhalten die zuständigen Einkäufer automatisch generierte Hinweise per E-Mail. Um eine einheitliche Vorgehensweise bei Qualitätsmängeln sicherzustellen, wurde ein dokumentiertes Verfahren zum sofortigen Reagieren auf Qualitätsmängel entwickelt. Qualitätsmängel können somit zeitnah korrigiert und behoben werden.

### Zertifizierung des Qualitätsmanagements

#### Jahresablauf



Bei der Zertifizierung und Rezertifizierung werden durch den TÜV von einem externen und unabhängigen Prüfer vor allem die Prozesse, die innerhalb der einzelnen Abteilungen die Qualität der Arbeit und der Produkte sicherstellen, überprüft. Zusätzlich werden jene Prozesse geprüft, die zur Erreichung der Unternehmensziele bzw. zur Umsetzung der Unternehmensstrategien führen sollen. Durch die regelmäßige Prüfung des Managementsystems wird sichergestellt, dass die Unternehmensziele erreicht werden.

Die Aufgabe aller Mitarbeitenden ist es, die unterschiedlichen Interessen der Stakeholder zufriedenstellend zu erfüllen. Das Management trägt hierbei eine besondere Verantwortung. Um sinnvolle Prozessabläufe zu fördern und zu unterstützen, gibt es Verfahrensanweisungen und Prozessbeschreibungen, die den Mitarbeitenden zur Verfügung stehen.

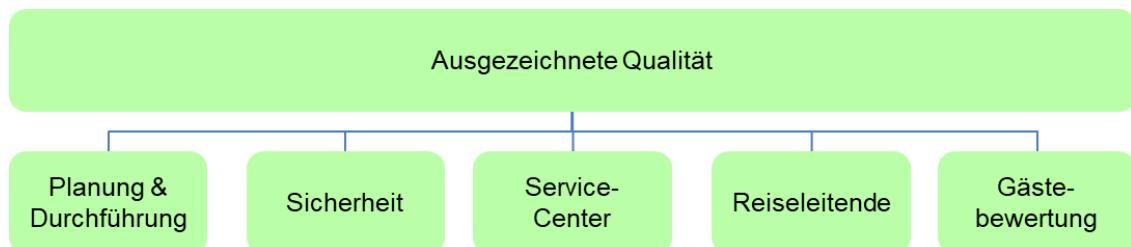
Die Unternehmensziele werden in ihrer Über- bzw. Untererfüllung in einer Balanced Scorecard gemessen. Die Unternehmenskennzahlen, die die ökonomische, ökologische und soziale Leistung des Unternehmens abbilden, werden in der Balanced Scorecard mittels Ampelfunktion dargestellt.

So lässt sich die Erreichung der zuvor festgelegten Ziele auf einen Blick erfassen und ständig überwachen.

Mit der Zertifizierung wird die Erfüllung der gesetzlichen Anforderung z. B. zur Informationspflicht bestätigt. Die erforderlichen Informationspflichten hinsichtlich der Reisen werden in allen Katalogen, durch das Formblatt zur Unterrichtung der Reisenden nach § 651a BGB und durch die Allgemeinen Reisebedingungen abgedeckt.

Im jährlichen Auditbericht werden mögliche Abweichungen bei gesetzlichen Anforderungen und selbst definierten Verpflichtungen, wie Kommunikationsstandards in der Werbung, festgehalten und der Unternehmensleitung mitgeteilt. Seit Beginn der Aufzeichnungen ist kein Gesetzesverstoß bekannt.

Neben dem Qualitätszertifikat für das gesamte Unternehmen wurde Studiosus vom TÜV Rheinland vor allem in fünf Bereichen mit exzellenter Qualität ausgezeichnet.



#### TÜV-zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem gemäß ISO 9001

[Inhaltsübersicht](#)

### 3.7 Sicherheit auf Reisen

#### Zertifiziertes Sicherheitsmanagement

„Krisenprävention geht vor Krisenreaktion:“ Im Kontext der erheblichen Verunsicherung nach den Ereignissen vom 11. September 2001 hat Studiosus ab 2002 als erster Reiseveranstalter weltweit ein zertifiziertes Sicherheitsmanagement eingeführt. Das Ziel dahinter: durch frühzeitiges Erkennen von „kritischen“ Entwicklungen, die zu einer Gefährdung von Reisenden in einzelnen Regionen oder sogar in ganzen Reiseländern führen könnten, präventiv Gefahren vermeiden. Viele Krisen sind zwar unvorhersehbar – gerade wenn wir an Naturkatastrophen denken –, zahlreiche andere Krisen können jedoch durch vorsorgliche Beobachtung und Expertise frühzeitig erkannt werden und negative Folgen für die Gäste ggf. durch frühzeitiges entschiedenes Handeln – v. a. Absagen der Reisen oder Umrouten – vermieden werden.

Die Tatsache, dass das Sicherheitsmanagement laut Unternehmensleitbild eine von vier zentralen Unternehmensstrategien sowie integraler Teil des Qualitätsmanagementsystems ist, zeigt den Stellenwert, den es im Hause Studiosus besitzt. Als komplexes Managementsystem umfasst es alle Ebenen der Planung und Durchführung der Reisen. Wie im gesamten Unternehmen nimmt auch hier der Gast eine zentrale Rolle ein: Daher ist eines der wichtigsten Elemente die offene und ehrliche Kommunikation von sicherheitsrelevanten Ereignissen gegenüber Kundinnen und Kunden sowie Medien – beispielsweise durch aktuelle Sicherheitsinformationen auf der Studiosus-Website.

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement wurde schrittweise zum Vorbild für die Branche – heute haben alle großen Reiseveranstalter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem Bereich, bei vielen Veranstaltern berichtet das Sicherheitsmanagement – wie bei uns – direkt an die Geschäftsleitung.

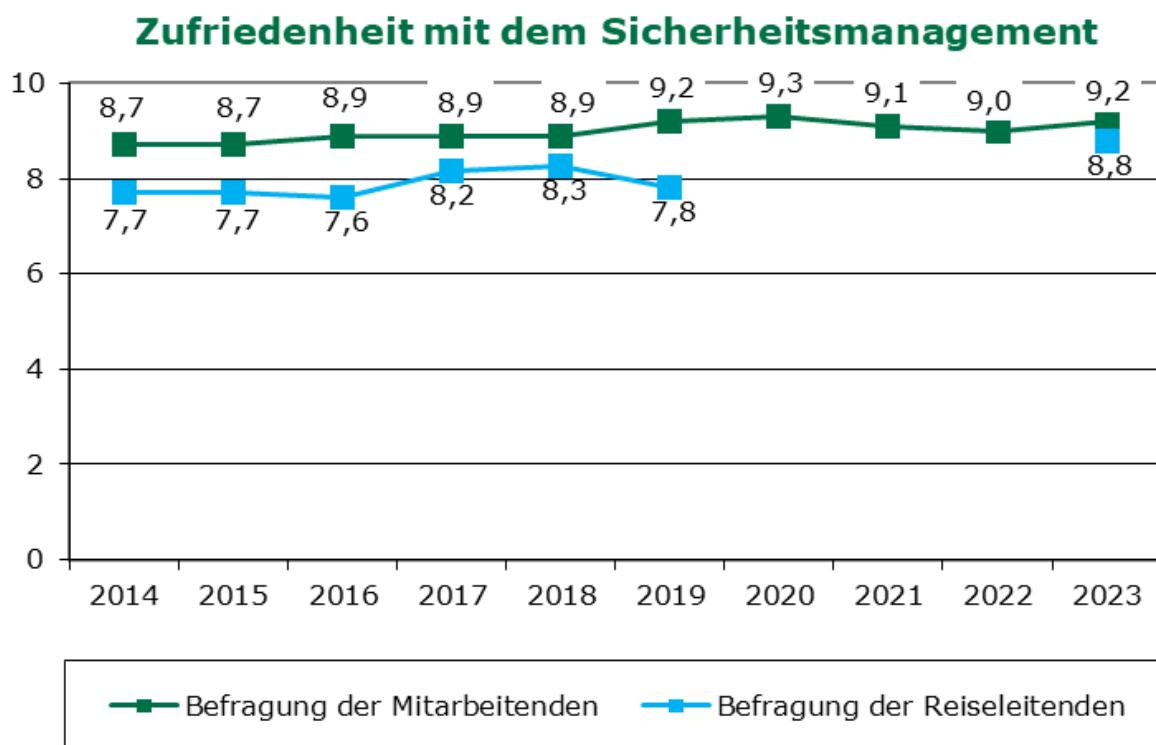
Die herausragende Rolle, die Studiosus seit Beginn in diesem Zusammenhang spielt, zeigt sich vor allem in der kontinuierlichen Bereitstellung von Informationen zu Fragen der Reisesicherheit: fortlaufend zu jedem Krisenereignis intern per Hausmitteilung an @Krisenmanagement, anschließend extern als E-Mail an über 6500 Reisebüros in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie auf der Website. Das Ergebnis: Studiosus wurde zu einem gefragten Ansprechpartner der Medien in diesem Bereich.

Der Deutsche Reiseverband (DRV), in dem Reisebüros und Reiseveranstalter organisiert sind, hat 2011 einen eigenen Ausschuss zu diesem Thema eingerichtet. Studiosus engagiert sich darin seit Anbeginn und bringt seine langjährigen Erfahrungen in das Gremium ein.

Eine offene und aktive Informationspolitik rund um Fragen der Sicherheit sowie Gesundheitsrisiken auf Reisen ist eine zentrale Aufgabe eines Reiseveranstalters. Jährlich werden 100 % aller Reisen im Rahmen des Studiosus-Sicherheitsmanagements sowohl auf Gesundheitsgefährdung als auch auf andere Gefahren für Leib und Leben untersucht. Studiosus reagiert damit auf ein

Grundbedürfnis seiner Gäste, für die Sicherheit und Gesundheit eine wesentliche Entscheidungsgrundlage bei der Auswahl ihrer Reise sind. Die Bedeutung von Sicherheitsfragen für die Reiseentscheidung belegen nicht nur viele Marktforschungsergebnisse der letzten Jahre, sondern auch Gespräche mit den Kundinnen und Kunden. Für Studiosus hat Sicherheit in jedem Fall und uneingeschränkt Vorrang vor wirtschaftlichen Erwägungen.

Wie die folgende Grafik zeigt, sind auch die Mitarbeitenden und Reiseleitenden mit dem Sicherheitsmanagement zufrieden. In den Jahren 2020 bis 2022 fand die übliche Reiseleitendenbefragung pandemiebedingt nicht statt.



Mitarbeitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2014-2023: 68%  
Reiseleitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2014-2023: 41%

### Sicherheitseinstufung der Länder

Einen Schwerpunkt des Sicherheitsmanagements stellt die kontinuierliche Analyse der Sicherheitslage in allen von Studiosus bereisten Ländern dar: Dazu gehört unter anderem die fortlaufende Auswertung der Reise- und Sicherheitshinweise des deutschen Auswärtigen Amtes. Die Studiosus-Länderexperten sichten aktuell pro Jahr rund 1800 Mitteilungen der Behörde. Waren es vor Corona ca. 1000 Nachrichten pro Jahr, so stieg die Zahl der Sicherheitsmeldungen in der Pandemie massiv an, 2022 waren es 1810 Meldungen. Um sich in einzelnen Reiseländern ein noch differenzierteres Bild zu verschaffen, recherchieren die Experten in internationalen Medien sowie bei internationalen Sicherheitsdienstleistern und gleichen ihre Analysen mit der Medienberichterstattung im jeweiligen Zielland ab. Informationen von lokalen Ansprechpartnern, Reiselei-

tenden und Geschäftspartnern unterstützen sie zusätzlich bei der Erstellung eines möglichst aktuellen und differenzierten Lagebilds.

In Ländern und Regionen mit hohem Risiko politischer Unruhen, hoher Gewaltkriminalität oder sehr hoher Terrorgefahr führt Studiosus nach eigener Analyse selbst dann keine Reisen durch, wenn es keine Reisewarnung bzw. kein Abraten des Auswärtigen Amtes gibt. Innerhalb der Gruppe von Ländern, die Studiosus nach sorgfältiger Analyse als bereisbar betrachtet, wird unterschieden zwischen Ländern mit geringem und Ländern mit erhöhtem Risikopotenzial. Länder mit erhöhter Gefährdung beobachtet und analysiert Studiosus sehr genau: Bei Verschärfung der Lage steht ein detailliert festgelegtes und abgestuftes Repertoire von Maßnahmen bereit, das von der Aktualisierung der Kundeninformation über Umroutungsmaßnahmen bis hin zur Absage von Reisen reicht. In Ländern, in denen es ein mögliches höheres Risiko von Krisenereignissen gibt, bieten wir unseren Gästen ein Recht auf kostenlose Umbuchung ihrer Reise bis vier Wochen vor Abreise an. Dank dieses Angebots konnten unsere Gäste die Wahl ihrer Reise frei von wirtschaftlichen Erwägungen treffen. 2024 bieten wir dieses Recht für Reisen nach Armenien, Aserbaidschan und Israel an.

Informationen zur Reisesicherheit erhalten die Gäste bzw. Reiseinteressenten in den Katalogen. Aktuelle Meldungen sind über die [Homepage](#) abrufbar. Reisebüros und anderen Interessierten bietet Studiosus seinen E-Mail-Service mit Sicherheitsnachrichten an. Im Jahr 2023 wurden 146 Sicherheitsmeldungen herausgegeben (2022: 116).

Führt die gewünschte Reise in ein Land mit erhöhtem Gefahrenpotenzial, werden die Gäste nach der Buchung von Studiosus kontinuierlich über Veränderungen der Sicherheitslage in ihrem Urlaubsziel informiert. Die ersten Informationen erhalten sie bereits mit der Buchungsbestätigung. Kurz vor der Abreise gibt es aktuelle Hinweise zur Sicherheitssituation. Vor Ort stehen den Gästen schließlich die Reiseleitenden mit Rat und Tat zur Seite.

### **IT-gestützter Notfall-Service**

Studiosus hat ein rund um die Uhr besetztes Notruf-Telefon, einen Chef vom Dienst, der sich ständig über die Nachrichtenlage informiert, sowie ein weltweites Netzwerk aus Reiseleitenden und Agenturen, die Studiosus im Ernstfall kontaktieren. Dadurch wird eine festgelegte Informationskette in Gang gesetzt.

Im Krisenfall wird als erstes die Anzahl der betroffenen Gäste und die Schwere des Krisenereignisses geprüft. Mit Hilfe einer eigens entwickelten "Krisenassist"-Datenbank können im Krisenfall die involvierten Mitarbeitenden schnell feststellen, welche Kundinnen und Kunden gerade von der Krise betroffen sind und wann die nächste Reise ins Krisengebiet startet. Die Zahl der betroffenen Gäste bestimmt die Größe des Krisenstabs. Die Zahl derjenigen, die Anrufe in der Krisen-Hotline bearbeiten, kann binnen kürzester Zeit aufgestockt werden. Bei diesen Springer handelt es sich ausschließlich um unternehmenseigene Mitarbeitende, die sonst zum Beispiel als Einkäufer arbeiten. Alle – Service-Mitarbeitende sowie Springer – sind für die Krisenkommunikation

geschult. Müssen die Mitarbeitenden nachts oder feiertags schnell zur Verfügung stehen, ist die Technologie so ausgelegt, dass sie sich mobil einwählen können. Priorität eins ist immer herauszufinden, ob die Gäste in Sicherheit sind. Hierzu kontaktiert Studiosus die Reiseleitenden sowie die Reisenden über einen SMS-Dienst direkt über das Handy.

Als eine Konsequenz aus den Erfahrungen mit der Aschewolke eines isländischen Vulkans im Jahr 2010 erfasst Studiosus für Notfälle die Handynummern seiner Kundinnen und Kunden. Jeder Gast, der eine Studiosus-Reise gebucht hat, erhält mit seinen Reiseunterlagen eine Telefonnummer, an die er per SMS seinen Namen und seine Rechnungsnummer übermitteln kann. Die Anmeldung erfolgt freiwillig und die Kontaktdaten werden nach der Reise automatisch gelöscht. Auf Reisen der Kurz- und Mittelstrecke nehmen ca. 70 % der Gäste den SMS-Dienst in Anspruch. Auf Fernreisen wird der SMS-Dienst mit ca. 85 % noch häufiger genutzt. So ist sichergestellt, dass Studiosus für den Kontakt im Notfall über die jeweils aktuelle Handynummer der Gäste während der Reise verfügt.

Priorität zwei ist, die Gäste aus dem Land zu holen und Gäste, die dorthin unterwegs sind, zu stoppen – entweder über das Reisebüro oder direkt. Dies bedeutet meist das Buchen von Rückflügen und zwar mit Fluggesellschaften, die sicher und zeitnah fliegen. Hierbei sind Schnelligkeit und Know-how gefragt. Um die Stärken und Schwächen der Krisenpläne sowie das Zusammenspiel im Krisenstab von einem externen Partner beurteilen zu lassen und weiter zu verbessern, wurde 2016 eine Krisenstabsübung durchgeführt.

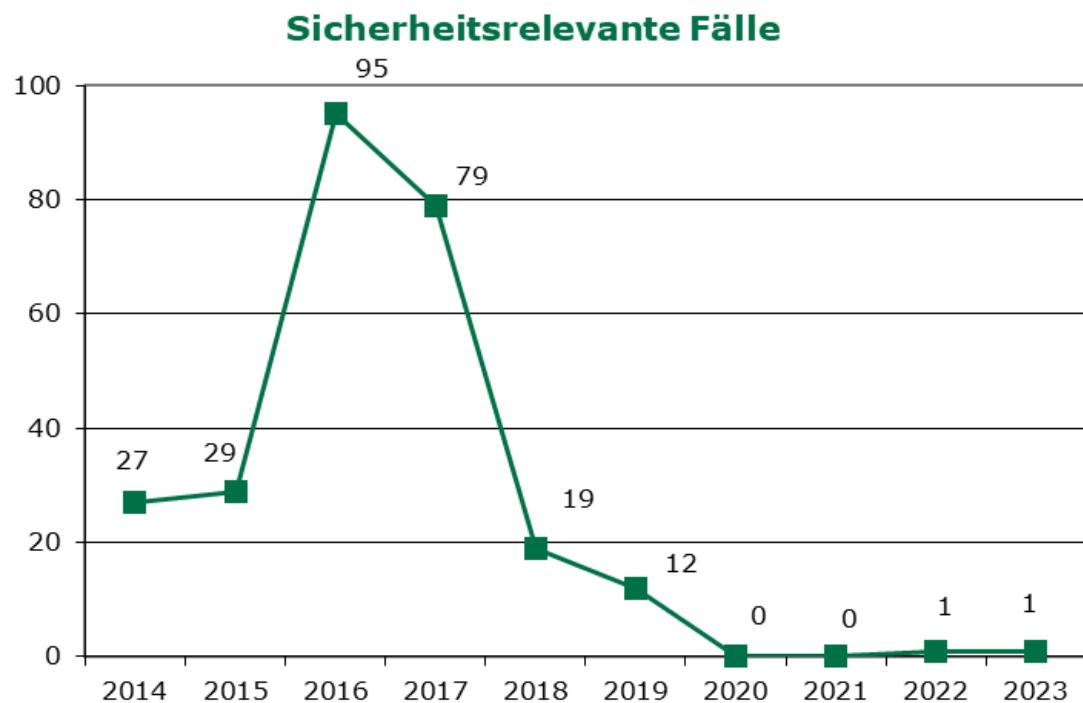
### **Sicherheit der Transportmittel und der Hotels**

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement umfasst auch die Sicherheit der Hotels und Transportmittel weltweit. Beispielsweise hat Studiosus eine eigene Flugsicherheitsliste erstellt, die weit über die "Schwarze Liste" der Europäischen Union hinausgeht. Weiterhin verpflichtet das Unternehmen alle Busfahrenden weltweit zur Einhaltung der strengen EU-Vorschriften bei den täglichen Lenkzeiten. Studiosus hat zentrale Sicherheitsstandards für alle von Partnern erbrachten Leistungen (Hotels, Flüge, Busse, Schiffe und sonstige Transportmittel) festgelegt, deren Einhaltung laufend durch ein strenges Monitoring kontrolliert wird. Ziel ist es, alle erkennbaren und vermeidbaren Risiken auf den Reisen auszuschließen und das Sicherheitsmanagement kontinuierlich weiterzuentwickeln, um die Reisen so sicher wie möglich zu gestalten. In der Umsetzung der Sicherheitsstandards ist Studiosus auf die Unterstützung der Geschäftspartner angewiesen.

### **Feedback zu sicherheitsrelevanten Themen**

Wenn es um die Vermeidung von Gefährdungspotentialen geht, spielen alle Hinweise eine Rolle. So werden Briefe und E-Mails der Kundinnen und Kunden, Hinweise auf Kundenfragebögen sowie in Berichten und der Korrespondenz von Reiseleitenden und Mitarbeitenden erfasst. Studiosus hat ein internes Frühwarnsystem eingeführt. Dieses überprüft jeden einzelnen Fall nach möglichen Sicherheitslücken, um diese in Zukunft zu schließen, indem beispielsweise die jeweiligen Leistungsträger um sofortige Mängelbeseitigung gebeten werden. Im Jahr 2016 sind die erfassten

sicherheitsrelevanten Fälle deutlich angestiegen, da seitdem alle Fälle erfasst werden, auch diejenigen, die keinen Schaden verursacht haben (siehe Grafik). Neu aufgenommen wurde u. a. die Kategorie "kritisches Feedback" von Reiseleitenden und Mitarbeitenden. Bei der Erfassung handelt es sich ausschließlich um aktiv gemeldete Fälle. 2019 sank trotz Beibehaltung der weit gefassten Kriterien die Zahl der erfassten Fälle auf insgesamt zwölf. In den Jahren 2020 und 2021 gingen keine Meldungen ein. Für die Jahre 2022 und 2023 wurde jeweils ein Fall gemeldet.



[Inhaltsübersicht](#)

### 3.8 Innovation

Studiosus ist Marktführer im Bereich Studienreisen und will dies auch bleiben. Die Unternehmensstrategie zur Erreichung dieses Ziels ist neben Qualität vor allem Innovation. Im Unternehmensleitbild heißt es dazu: „Der Anspruch unserer Kundinnen und Kunden auf ein perfektes Reiseerlebnis darf uns nicht daran hindern, immer wieder Neues zu erproben. Neuerungen bei Reiseangeboten und Serviceleistungen sind für die Zukunftssicherung von Studiosus unerlässlich. Unsere Kundinnen und Kunden von morgen werden von veränderten Lebensbedingungen, Konsumgewohnheiten und Wertstrukturen geprägt sein. Das müssen wir bei unserer Produktentwicklung berücksichtigen.“

#### Innovationsmanagement

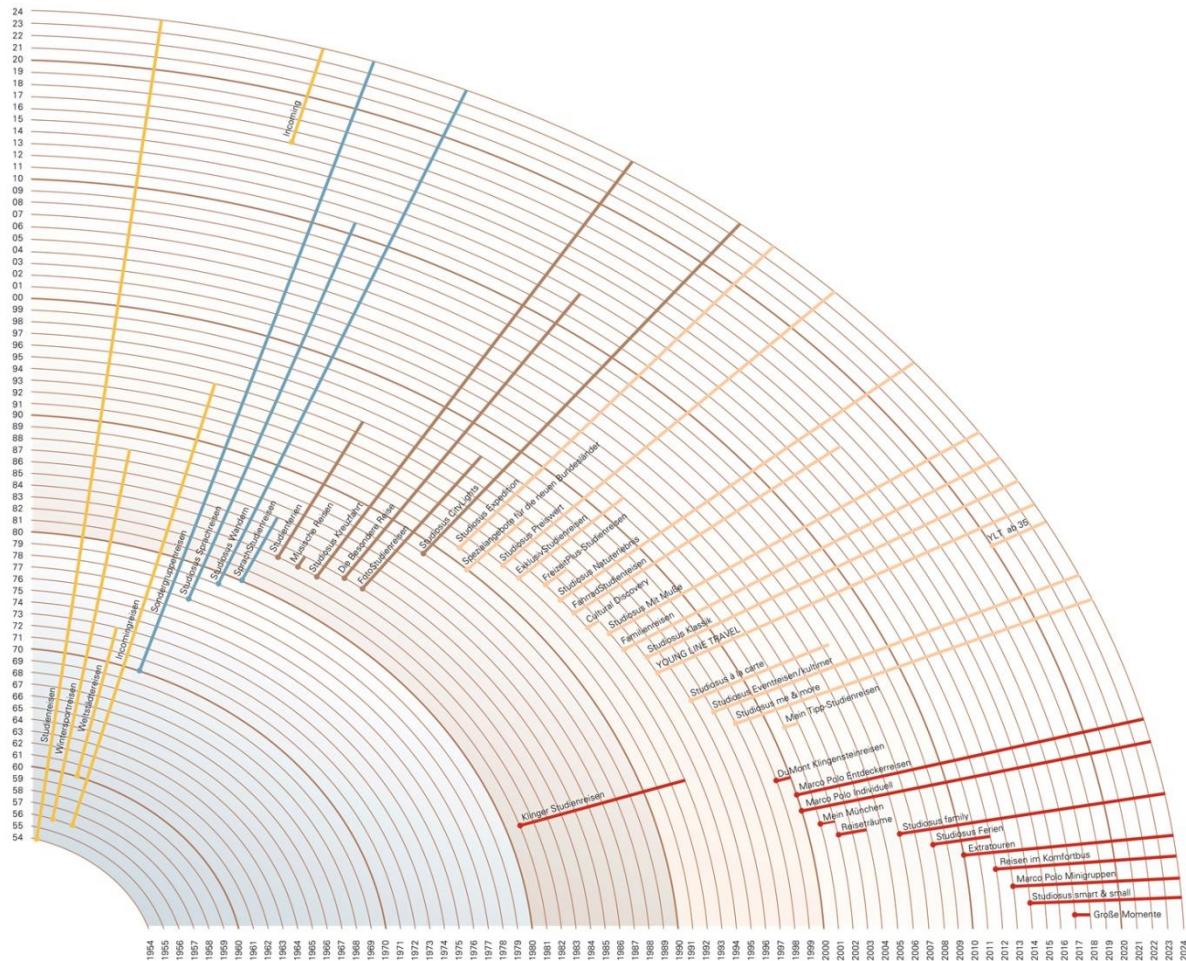
Um innovativ zu sein, schafft Studiosus die nötigen Rahmenbedingungen und bindet seine Reiseleitenden und Mitarbeitenden mit ein. Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, innovative Ideen über das interne Vorschlagswesen einzubringen. Im Rahmen von jährlichen Planungskonferenzen werden von Mitarbeitenden aus den Länderteams, welche die Reisen konzipieren, neue Reiseideen vorgeschlagen. Dass sich dies bewährt hat, zeigen kreative Vorschläge der Mitarbeitenden, aus denen die erfolgreichen Produktlinien kultimer und Studiosus family hervorgingen. Üblicherweise über die Wintermonate führt Studiosus auch Länderseminare und Länderworkshops mit Reiseleiterinnen und Reiseleitern durch. In diesem Rahmen können sowohl bereits angesprochene als auch neue Themen von den Reiseleitenden und Mitarbeitenden diskutiert und Ideen entsprechend weiterentwickelt werden. Die Reiseleitenden können darüber hinaus Ideen über die Länderbriefings, die Reiseleitendenbefragung, die Ländermentorinnen und -mentoren sowie den Reiseleitendenbeirat einbringen.

#### Zukunftsworkshops

Zur Innovationsförderung arbeitet Studiosus am Standort mit abteilungsübergreifenden Workshops. So gab es diverse Zukunftsworkshops, in denen Mitarbeitende und Führungskräfte aus unterschiedlichen Abteilungen innovative Konzepte zu vorher festgelegten Themen erarbeitet haben. Hieraus ging beispielsweise das Studiosus Incoming hervor.

#### Innovationen bei Studiosus

Studiosus hat seit der Firmengründung im Jahr 1954 verschiedene Reiseformen und -varianten eingeführt. Viele davon haben sich bis heute bewährt, einige wurden wieder aufgegeben. In der folgenden Grafik wird deutlich, dass Studiosus keine Investitionen scheut, um Neues auszuprobieren, und seine Kraft zu Innovationen über die Jahre nicht verloren hat.



Neben unterschiedlichen Reiseprodukten hat Studiosus auch in anderen Bereichen Pionierarbeit für die gesamte Branche geleistet:

- 1990: Studiosus bietet als erster Reiseveranstalter einen eigenen Studienreise-Katalog für Bürger der damals noch existierenden DDR an.
- 1996: Studiosus inkludiert als erster deutscher Reiseveranstalter das "Rail & Fly"-Ticket in den Reisepreis.
- 1998: Studiosus kann als erster Studienreise-Veranstalter in Europa ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem zur Auswahl, Aus- und Weiterbildung seiner Reiseleitenden und ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem vorweisen.
- 2002: Aufbau eines Sicherheitsmanagementsystems.
- 2003: Die Integration von Billigflügen in die Pauschalreise ist ein Novum in der Branche.
- 2010: Studiosus bringt mit "Extratouren" erfolgreich mehr individuelle Freiheiten in die Reiseprogramme.
- 2012: Studiosus gestaltet als erster Veranstalter Deutschlands seine gesamte Katalogproduktion sowie sämtliche Bus-, Bahn- und Schiffsfahten auf seinen Reisen weltweit klima-

schonend – durch eine entsprechende Spende zur CO<sub>2</sub>e-Kompensation an ein Klimaschutzprojekt.

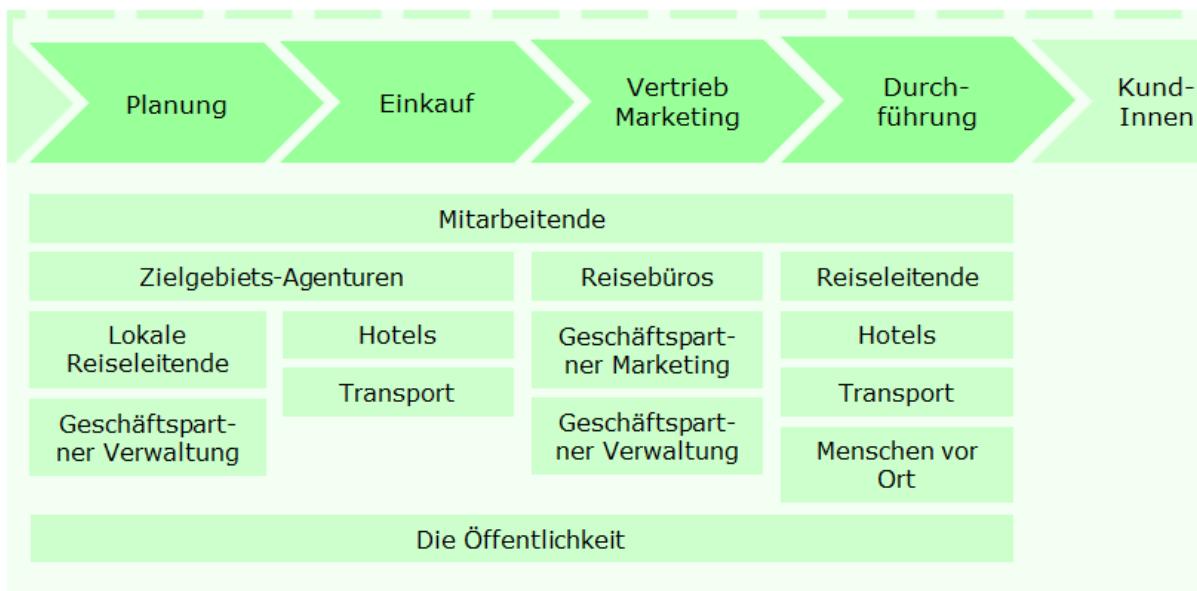
- 2021: Umfassend klimaschonend unterwegs – Studiosus kompensiert jetzt auf seinen Reisen die Treibhausgas-Emissionen aller Flüge, Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten, Hotelübernachtungen sowie der Verpflegung.
- 2022: Studiosus weist bei jeder Reiseausschreibung die entstehenden – und kompensierten – CO<sub>2</sub>e-Emissionen pro Reisegast in t aus.

[Inhaltsübersicht](#)

## 4 Stakeholder

### 4.1 Stakeholder bei Studiosus

Das Geschäft von Studiosus – die Planung, Durchführung und Vermarktung von Studienreisen – bringt das Unternehmen in Kontakt mit vielen verschiedenen Interessengruppen (Stakeholdern). Die Ermittlung der Stakeholder erfolgte anhand der Wertschöpfungskette einer Studiosus-Reise, wie folgende Abbildung zeigt.



Bei der Vorbereitung der Reisen sind intern verschiedene Abteilungen oder Bereiche wie Planung, Einkauf, Vertrieb, Marketing und Durchführung beteiligt. Viele weitere Abteilungen, wie beispielsweise das Finanz- und Rechnungswesen, die IT, die Verwaltung und die Personalabteilung, unterstützen den Prozess. Am Ende der Wertschöpfungskette stehen die Kundinnen und Kunden, welche die Dienstleistung – die Reise – konsumieren.

Die wichtigste Gruppe der Stakeholder sind die **Kundinnen und Kunden**, die Studiosus als Partner betrachtet. Eine gute Beziehung zu ihnen und ihre Zufriedenheit mit den Reisen sind eine unabdingbare Voraussetzung für die Sicherung der Unternehmensexistenz.

Genauso wichtig sind die **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter**, die bei der Produktion der Reisen am gesamten Wertschöpfungsprozess beteiligt sind. Nur mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitenden können die hohen Erwartungen der Gäste erfüllt werden, die sie an eine Studiosus-Reise stellen.

Zu den **Geschäftspartnern** von Studiosus gehören Hotels, Zielgebietsagenturen, Transportunternehmen wie Busgesellschaften und Airlines sowie Reisebüros. Am Standort kommen noch die Geschäftspartner im Bereich Marketing und Verwaltung hinzu. Eine gute Zusammenarbeit mit den Partnern ist maßgeblich, um die Unternehmensziele zu erreichen.

Ebenfalls zu den Stakeholdern von Studiosus zählen die **Menschen in den Zielgebieten**. Studiosus ist sich bewusst, dass durch Tourismus auch Herausforderungen entstehen können. Daher nimmt Studiosus Rücksicht auf die Interessen der einheimischen Bevölkerung, auf ihre Eigenständigkeit und ihren Wunsch nach Selbstbestimmung und respektiert und achtet die einheimischen Sitten und Bräuche sowie kulturelle Besonderheiten.

Letztendlich werden die Stakeholder durch die **Fachöffentlichkeit** ergänzt. Hierzu zählen Fachverbände wie der Deutsche Reiseverband, Fremdenverkehrsämter, Reiseveranstalter, Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen wie Tourism Watch oder Pro Wildlife, touristische Medien und die Presse.

2023 gab es in der Wertschöpfungskette keine wesentlichen Änderungen. Auch bei den Leistungspartnern sind keine grundlegenden Abweichungen bekannt. Das Unternehmen bevorzugt langfristige Partnerschaften, zentrale Veränderungen bei den Lieferanten sind nicht gewollt, so lange die Anforderungen des Unternehmens in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit erfüllt werden.

In den folgenden Kapiteln wird näher auf die verschiedenen Stakeholder-Gruppen eingegangen:

- **Mitarbeitende**
- **Reiseleitende**
- **Kundinnen und Kunden**
- **Hotels, Zielgebietsagenturen und Transportunternehmen**
- **Reisebüros**

### **Im Dialog mit den Stakeholdern**

Das Unternehmen versucht das Prinzip der Stakeholder entlang seines gesamten wirtschaftlichen Handelns und in dessen sozialen Zusammenhängen zu erfassen. Durch die Unternehmenstätigkeit werden verschiedene Gruppen von Stakeholdern beeinflusst. Ebenso können das Unternehmen und die Unternehmenstätigkeit von diesen verschiedenen Stakeholdern direkt und indirekt beeinflusst werden. Diese Gruppen können auch Ansprüche an das Unternehmen stellen. Die Berücksichtigung und Achtung der Stakeholder stellen eine große Verantwortung an das Management dar.

Um die guten Beziehungen zu stärken und die unterschiedlichen Bedürfnisse der Stakeholder zu erfahren, steht Studiosus im ständigen Dialog mit ihnen.

Es werden regelmäßig repräsentative Mitarbeitenden- und Reiseleitendenbefragungen sowie Befragungen der Geschäftspartner sowie Gäste durchgeführt, damit sich Studiosus weiterentwickeln kann und die Interessen der Anspruchsgruppen berücksichtigt werden können.

Jede Kundin und jeder Kunde bekommt auf der Reise einen Fragebogen ausgehändigt, auf dem die verschiedenen Aspekte der Reise beurteilt werden können. Die Mitarbeitenden sowie Reiseleitenden werden einmal jährlich zu verschiedenen Themen befragt.

Da die Reiseleitenden in ständigem Kontakt mit den Gästen sowie Leistungspartnern stehen, erhält Studiosus dadurch Feedback und Informationen über die Wünsche und Erwartungen der Kundinnen und Kunden sowie die Zusammenarbeit mit den Leistungspartnern vor Ort. Alle zwei Jahre werden auch die Geschäftspartner selbst zur Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit befragt.

In den Jahren 2020 bis 2022 wurde die schriftliche Befragung der Reiseleitenden sowie der Geschäftspartner pandemiebedingt pausiert.

Neben dem Betriebsrat gehören seit vielen Jahren auch der Reiseleitendenbeirat, der Reisebürobeirat, der Stammkundenbeirat und Kundenforen zu erprobten und institutionalisierten Instrumenten, um den berechtigten Interessen und Anliegen der verschiedenen Stakeholder Gehör zu verschaffen und diese laufend in die Geschäftspolitik einzubinden. Die Sitzungen und Foren werden, mit Ausnahme der Kundenforen, regelmäßig, mindestens einmal im Jahr, durchgeführt. Das Kundenforum pausierte zuletzt pandemiebedingt und ist erneut für 2024 geplant.

Im Sinne eines zukunftsfähigen, d. h. nachhaltigen Tourismus will Studiosus mit der einheimischen Bevölkerung kooperieren und sie an der Gestaltung aktiv und partnerschaftlich beteiligen. Ein Instrument dafür sind die sogenannten Dialogforen, die in unterschiedlichen Ländern stattfinden. Im gemeinsamen Gespräch möchte Studiosus Möglichkeiten zur Verbesserung der touristischen Situation und zur Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus finden. Näheres zu den Dialogforen finden Sie im Kapitel [5.1 "Sozial verantwortliches Reisen"](#).

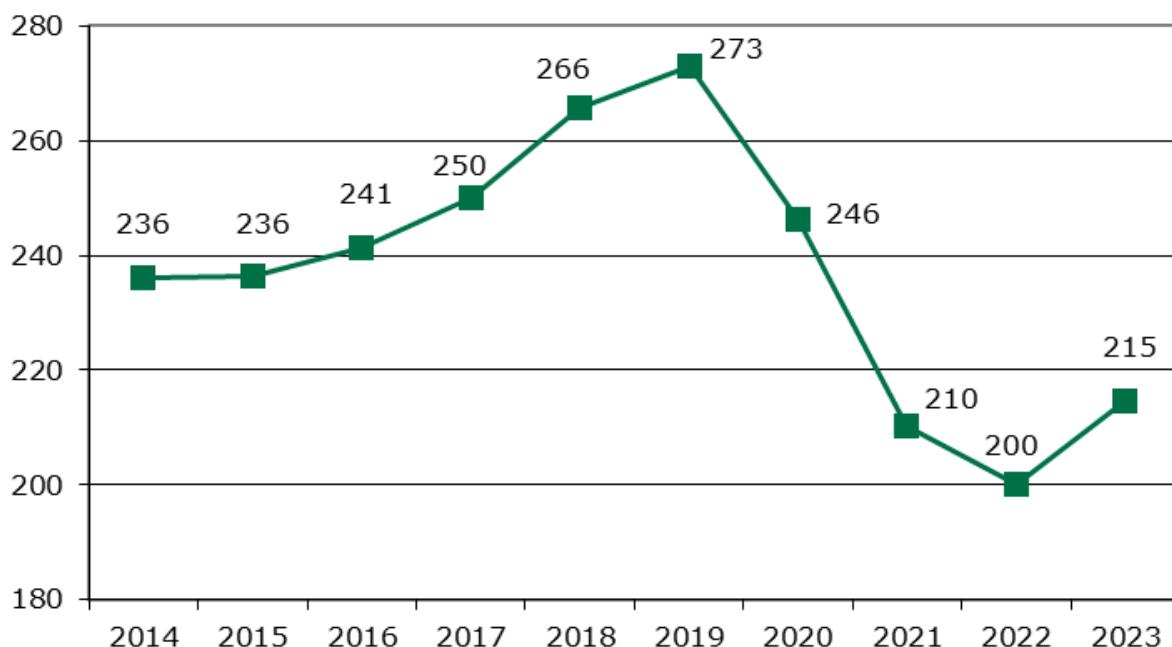
[Inhaltsübersicht](#)

## 4.2 Mitarbeitende am Unternehmenssitz

### Mitarbeitendenstruktur

Die Mitarbeitendenzahl der Studiosus Reisen München GmbH ist seit der Gründung des Unternehmens 1954 bis 2019, mit wenigen Ausnahmen, jährlich kontinuierlich angestiegen. Die Ausnahmesituation der Corona-Pandemie führte in den Jahren 2020 bis 2022 zu einem deutlichen Rückgang an Beschäftigten. Die Mitarbeitendenzahlen der Tochterunternehmen sind im folgenden Kapitel nicht enthalten.

**Entwicklung der Mitarbeitendenzahl**



Mitarbeitende der Studiosus Reisen München GmbH ohne Tochterunternehmen (Stand 31.12.2023) in Vollzeitäquivalenten.  
Berechnungsgrundlage siehe wie folgt.

Die Ermittlung der Anzahl der Mitarbeitenden erfolgte nach der effektiven Mitarbeitendenzahl. Dieser liegt folgender Schlüssel zugrunde:

Vollzeitkräfte mit 38,5 Stunden und mehr pro Woche	100 %
Teilzeitkräfte über 15 Stunden pro Woche	50 %
Teilzeitkräfte mit 15 Stunden und weniger pro Woche	25 %
Freie Mitarbeitende	0 %
Auszubildende	50 %

Praktikanten	25 %
--------------	------

Aushilfen	25 %
-----------	------

Die nachfolgenden Tabellen beinhalten die Mitarbeitendenstruktur sowie Informationen bezüglich der Ein- und Austritte von Mitarbeitenden. Aufgrund pandemiebedingter Einschränkungen mit hoher Kurzarbeitsquote sind die Personaldaten der Jahre 2020 und 2021 nicht im Detail aufgeschlüsselt.

	Jahr	Absolut	Geschlecht		Alter (in Jahren)				
			Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Beschäftigte insgesamt	2023	215	69%	31%	7%	15%	26%	41%	11%
	2022	200	71%	29%	4%	15%	24%	47%	10%
	2019	273	73%	27%	12%	25%	20%	38%	6%
Unternehmensleitung	2023	4	0%	100%	0%	0%	0%	50%	50%
	2022	4	0%	100%	0%	0%	0%	50%	50%
	2019	5	0%	100%	0%	0%	0%	40%	60%
Management / Führungskräfte	2023	23	39%	61%	0%	4%	17%	64%	15%
	2022	23	41%	59%	0%	0%	17%	63%	20%
	2019	24	45%	55%	0%	4%	15%	72%	9%
TeamleiterInnen	2023	10	65%	35%	0%	20%	15%	45%	20%
	2022	8	81%	19%	0%	6%	31%	38%	25%
	2019	10	60%	40%	10%	30%	20%	30%	10%
SachbearbeiterInnen	2023	168	75%	25%	5%	17%	29%	41%	8%
	2022	158	77%	23%	3%	18%	26%	46%	7%
	2019	211	78%	22%	6%	29%	23%	38%	5%
Geringfügig Beschäftigte	2023	4	82%	18%	6%	24%	40%	18%	12%
	2022	3	92%	8%	0%	17%	42%	33%	8%
	2019	12	80%	20%	57%	15%	20%	7%	2%
Auszubildende	2023	6	64%	36%	100%	0%	0%	0%	0%
	2022	5	44%	56%	89%	11%	0%	0%	0%
	2019	13	72%	28%	92%	8%	0%	0%	0%

Effektive Mitarbeitendenzahl in Vollzeitäquivalenten. Stand Ende Dezember 2023.

	Jahr	Absolut	Geschlecht		Alter (in Jahren)				
			Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Eintritte	2023	42	81%	19%	31%	26%	24%	17%	2%
	2022	15	73%	27%	53%	20%	13%	13%	0%
	2019	30	83%	17%	33%	33%	17%	17%	0%
Austritte	2023	21	90%	10%	14%	24%	24%	14%	24%
	2022	27	81%	19%	30%	30%	22%	15%	4%
	2019	22	73%	27%	18%	23%	41%	5%	14%

Nach Personen, ohne Praktikanten und Aushilfen. Stand Ende Dezember 2023

Der Anteil der Mitarbeitenden mit einer Schwerbehinderung liegt bei 4 %. Im Jahr 2023 wurde erstmals eine Schwerbehindertenvertretung (SBV) ernannt, welche durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Schwerbehinderung oder Gleichstellung gewählt wurde. Die SBV ist über die E-Mail-Adresse [sbv@studiosus.com](mailto:sbv@studiosus.com) zu erreichen und wird sich zukünftig regelmäßig am Newsletter des Betriebsrats beteiligen.

In der Grafik "Entwicklung der Mitarbeitendenzahl" sowie der Tabelle zur Mitarbeitendenstruktur sind nur "aktive" Mitarbeitende enthalten. D. h. Mitarbeitende, die sich in Mutterschutz und/oder Elternzeit befinden, sind nicht enthalten. Da diese das Unternehmen nicht verlassen haben, ist ein direkter Vergleich mit der Tabelle "Ein- und Austritte" nicht möglich.

In der gesamten Pandemiephase wurden keine betriebsbedingten Kündigungen ausgesprochen.

### Qualifikation der Mitarbeitenden

Die hohen Erwartungen der Gäste kann Studiosus nur mit qualifizierten und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfüllen. Vakante Stellen werden daher zeitnah durch gut ausgebildetes Personal besetzt, ob durch eigene Auszubildende oder externe Bewerberinnen und Bewerber.

### Feedback-Kultur

Bei Studiosus spielt regelmäßiges Feedback eine wichtige Rolle. Neben zeitnahen Rückmeldungen und regelmäßigen Teammeetings nutzt Studiosus auch strukturierte Feedback-Instrumente wie das Mitarbeitendenjahresgespräch und die Mitarbeitendenbefragung. Dies ermöglicht, Optimierungspotentiale frühzeitig zu erkennen und gegebenenfalls Maßnahmen zu entwickeln.

### Mitarbeitendenjahresgespräch

In Form des Mitarbeitendenjahresgesprächs erhalten alle Mitarbeitende mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen sowie Mitarbeitende mit einer Befristung von über einem Jahr jährlich ein strukturiertes Feedback zu ihrer Arbeit. Die Führungskräfte beurteilen ihre Mitarbeitenden auf Grundlage einer Kompetenzeinschätzung und treffen zusammen mit der jeweiligen Person Zielvereinbarungen für das kommende Jahr. Diese beinhalten die individuellen Entwicklungsziele und sollen den Gesprächspartnerinnen und -partnern als Orientierungshilfe, aber auch zur Motivation dienen.

Zudem sind sie die Grundlage für die Weiterbildungsbedarfsanalyse der Personalentwicklung. Die Auszubildenden werden in einem gesonderten Beurteilungssystem von der Personalabteilung betreut.

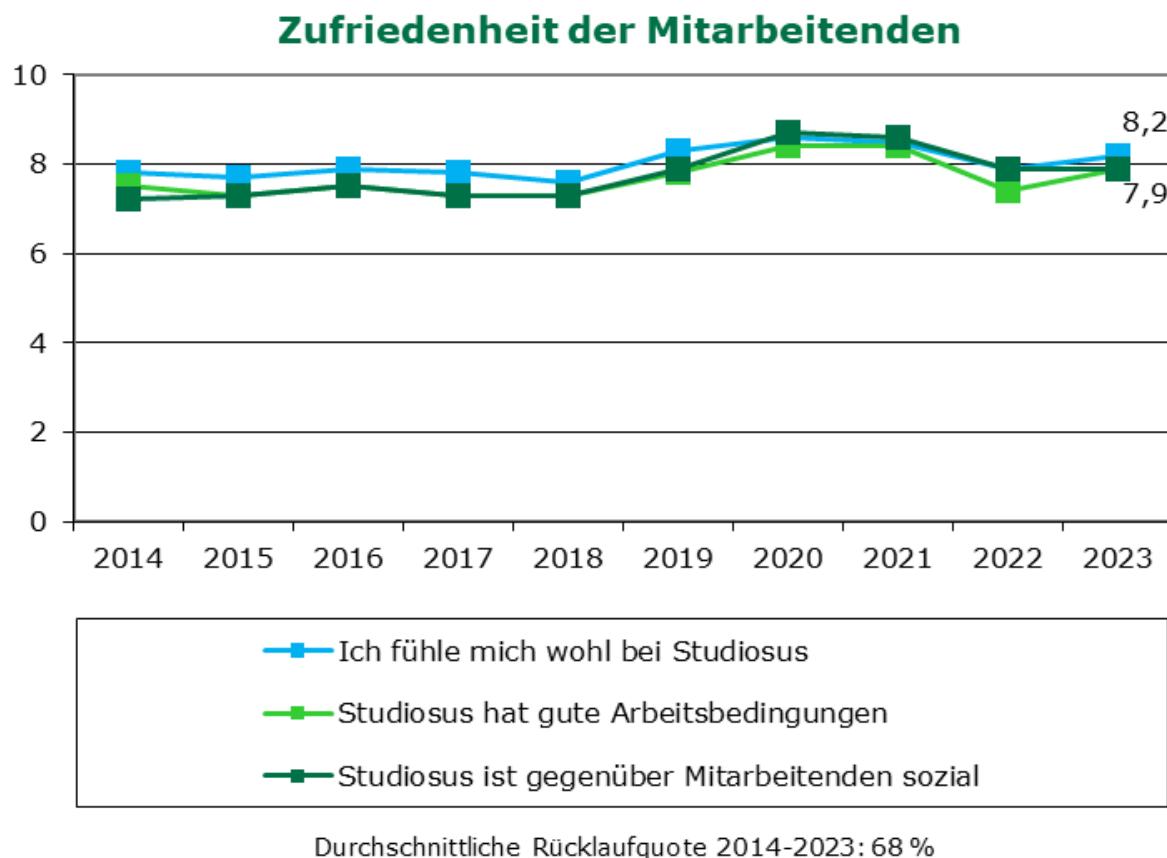
[Inhaltsübersicht](#)

## 4.3 Arbeitgeberattraktivität

Die Ideen und Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden bestimmen die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Kurz: Der Erfolg von Studiosus basiert auf seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Deshalb will Studiosus sie im Unternehmen halten und ihnen ein attraktiver Arbeitgeber sein.

### Mitarbeitendenzufriedenheit

Studiosus führt jährlich eine Mitarbeitendenbefragung durch, um die Zufriedenheit des Personals zu verschiedenen Themen zu messen. Die Ergebnisse werden genau analysiert, und bei Abweichungen zu intern festgelegten Zielwerten werden Gegenmaßnahmen eingeleitet. Die Ergebnisse der Mitarbeitendenbefragungen von 2014 bis 2023 zu den Aussagen "Ich fühle mich wohl bei Studiosus", "Studiosus hat gute Arbeitsbedingungen" und "Studiosus ist gegenüber Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sozial" zeigt die nachstehende Grafik. Die Mitarbeitenden können auf einer Werteskala von 1 bis 10 ihre Bewertung abgeben. 1 bedeutet, dass sie der Aussage "ganz und gar nicht" zustimmen, und 10 bedeutet, sie stimmen der Aussage "voll und ganz" zu.

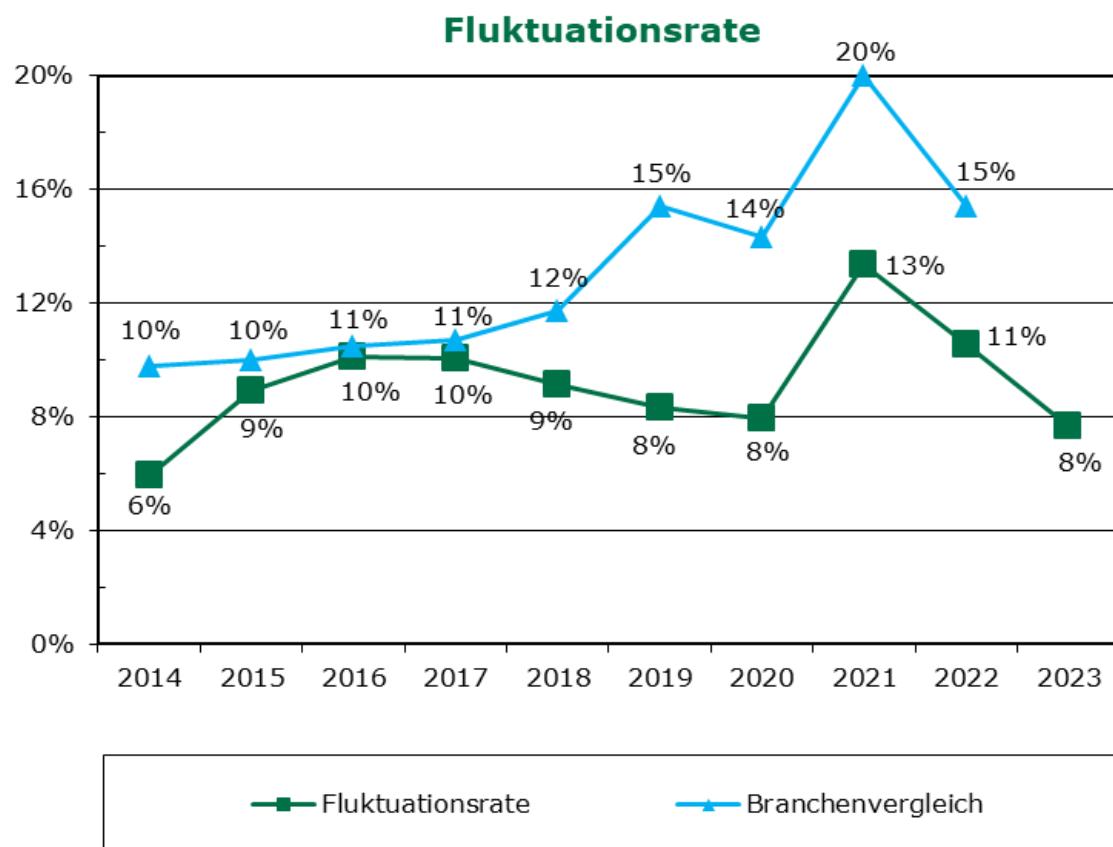


### Mitarbeitendenbindung

Die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeigt sich auch in der Bindung an das Unternehmen. Eine beachtliche Anzahl an Mitarbeitenden bleibt Studiosus über Jahrzehnte und oftmals bis zum Renteneintritt treu. Die weiblichen Mitarbeitenden, die bei Studiosus angestellt sind,

waren im Jahr 2022 im Durchschnitt bereits seit 14,5 Jahren im Unternehmen tätig. Die männlichen Mitarbeitenden seit durchschnittlich 17 Jahren. Diese langjährige Bindung an das Unternehmen ist erfreulich und bestärkt Studiosus in der Annahme, dass seine Mitarbeitenden gerne für das Unternehmen arbeiten. Aufgrund der langen Betriebszugehörigkeit liegt das Durchschnittsalter bei 47 Jahren. Darin enthalten sind alle festangestellten Mitarbeitenden, sowohl unbefristet als auch befristet, die bis zum 31.12.2022 im Unternehmen beschäftigt waren. Nicht enthalten sind Auszubildende, Volontäre und Praktikanten.

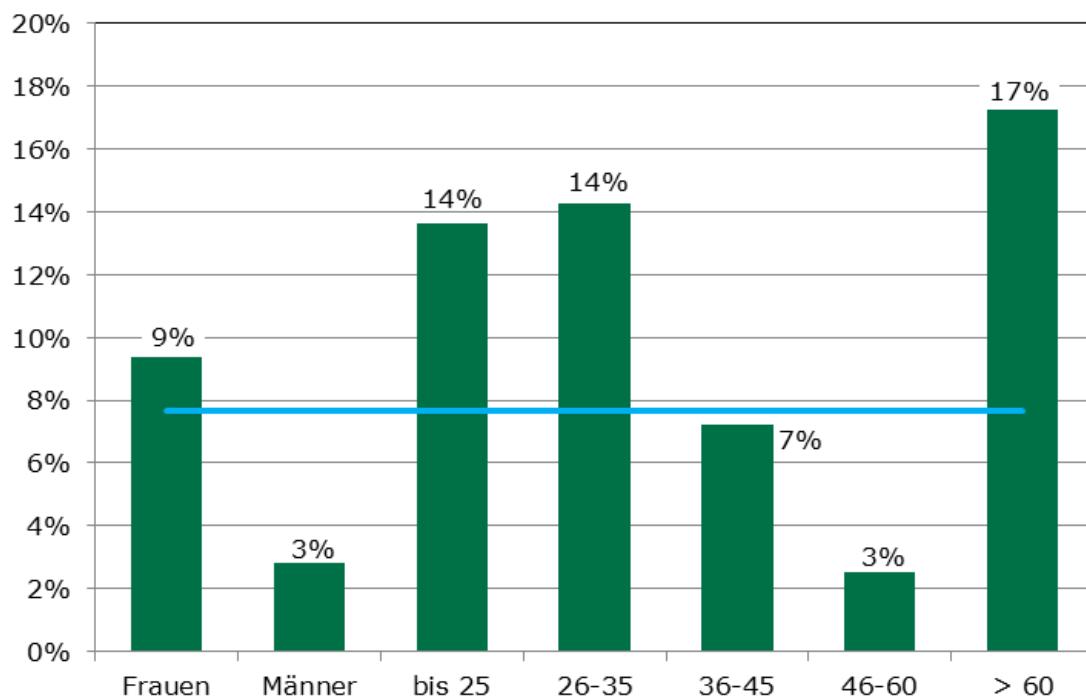
Die folgenden Grafiken zeigen die Fluktuationsrate.



Der höchste Stand der Fluktuation wurde im zweiten Jahr der Pandemie (2021) mit 13 % erreicht. Im Jahr 2022 und 2023 ging die Fluktuation wieder zurück. In den Pandemiejahren wurden keine betriebsbedingten Kündigungen ausgesprochen.

Nach Altersgruppen war die höchste Fluktuation im Jahr 2023 bei Mitarbeitenden über 60 Jahren, bedingt durch Renteneintritte. Die niedrigste Fluktuation war in der Altersgruppe von 46 bis 60 Jahren.

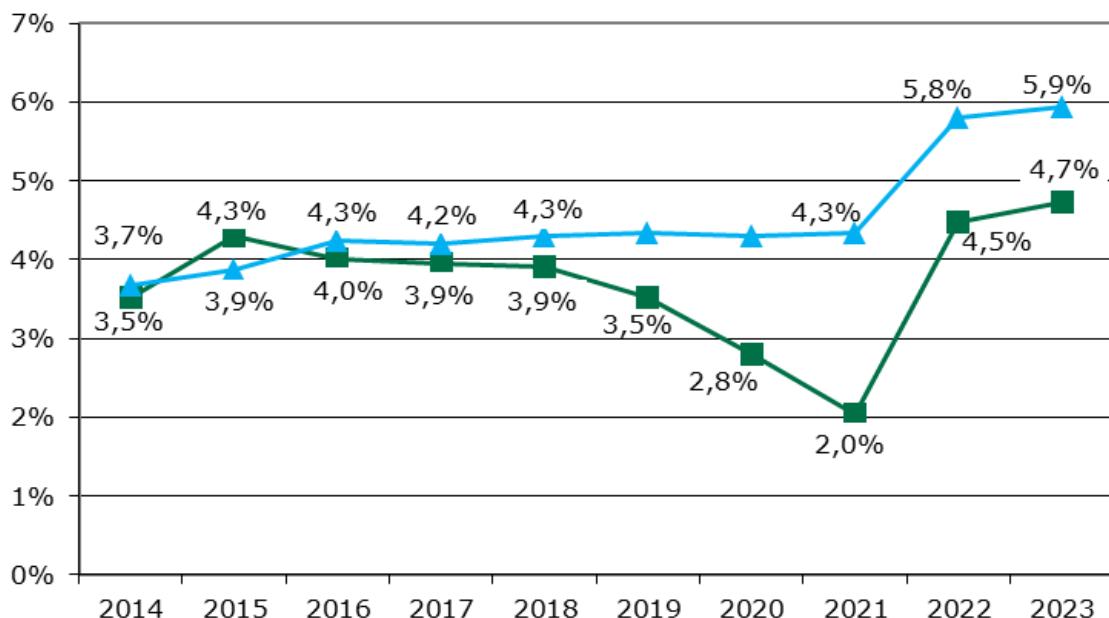
## Flukturationsrate 2023 nach Geschlecht und Altersgruppen



### Gesundheitsmanagement

Auch den Krankenstand zählt Studiosus zu den Merkmalen der Arbeitgeberattraktivität. Im Vergleich zum deutschlandweiten Krankenstand gemäß der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) liegt der Krankenstand bei Studiosus meist darunter (siehe Grafik).

### Krankenstand



■ Krankenstand

▲ Vergleich GKV

In den Jahren 2020 und 2021 lag der Krankenstand bedingt durch die hohe Kurzarbeitsquote und die von staatlicher Seite vorgenommenen Corona-Schutzmaßnahmen sowie die betrieblichen Infektionsschutzmaßnahmen deutlich unter den Vorjahren.

Um die Krankheitstage der Mitarbeitenden zu reduzieren und die Mitarbeitenden beim Thema Gesundheit aktiv zu unterstützen, setzt Studiosus auf Prävention und ganzheitlich ausgerichtete Maßnahmen.

Studiosus bietet seinen Mitarbeitenden täglich kostenlos unbehandeltes Obst sowie Wassersprudler an. Über die Wassersprudler können Mitarbeitende nicht nur Leitungswasser mit Kohlensäure versetzen, sondern erhalten ebenfalls gefiltertes Wasser. Leitungswasser hat eine gute Ökobilanz und in München eine sehr gute Qualität.

Durch das Angebot von kostenfreiem Betriebssport wie Fußball, die Teilnahme an externen Sport-Events und den Verleih von Fahrrädern für die Mittagspause möchte Studiosus die Gesundheit der Mitarbeitenden fördern. Zur Stärkung des Rückens wird ca. dreimal jährlich für je 6 bis 10 Wochen eine Rückenschule mit einer Physiotherapeutin angeboten. Ganzjährig gibt es außerdem Pilates-Selbstzahlerkurse, die einmal wöchentlich stattfinden. Die Kurse zur Gesundheitsförderung werden mittlerweile online oder in hybrider Form organisiert. Im Sommer und Herbst 2023 fand ein neuer Lauftreff statt. 15 % der Mitarbeitenden besuchten 2023 Gesundheitskurse bei Studiosus. Die Kooperation mit dem Fitness-Studio Body & Soul wurde 2023 fortgeführt.

Durch die bedarfsgerechte Anschaffung von ergonomischen und höhenverstellbaren Büromöbeln schafft Studiosus einen optimalen Arbeitsplatz. Beratung zu einer korrekten Haltung bei der Arbeit am Bildschirm wird durch eine interne Fachkraft angeboten. Bei Bedarf kann die Betriebsärztin bei dieser Beratung einbezogen werden. Die Betriebsärztin bietet darüber hinaus Sprechstunden für arbeitsmedizinische Beratungen und Gripeschutzzimpfungen an.

Bei Themen wie Umgang mit hoher Arbeitsbelastung, Stress und Burnout, Work-Life-Balance, Umgang mit Konflikten, Führungsfragen und dem Umgang mit Veränderungsprozessen können sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an die externe Arbeitspsychologin wenden, deren Beratung streng vertraulich erfolgt. Zweimal jährlich wird am Standort eine betriebspshychologische Sprechstunde angeboten.

Mitarbeitende, die auf Dienstreise in tropische und subtropische Regionen gehen, müssen sich vorab einer "Arbeitsmedizinischen Vorsorge" durch die Betriebsärztin unterziehen. Für die reisemedizinische Beratung hat Studiosus eine Hotline eingerichtet. Deren Ziel ist es, alle Mitarbeitenden über die speziellen Gesundheitsrisiken und Verhaltensregeln in den bereisten Regionen zu informieren. Im Zweifelsfall soll durch eine Untersuchung sichergestellt werden, dass eine Dienstreise dem Mitarbeiter nicht schadet bzw. ihn nicht unnötigen Risiken aussetzt.

Das Angebot wurde noch erweitert: So wurde eine externe Hotline zur arbeitspsychologischen Beratung eingerichtet, an die sich alle Mitarbeitenden und Führungskräfte anonym wenden können. Über die telefonische Beratung hinaus bietet die Arbeitspsychologin auch persönliche

Sprechstunden für Mitarbeitende an. Auch hier erhalten Mitarbeitende ohne Wissen des Arbeitgebers Unterstützung, zum Beispiel in privaten Krisensituationen, bei Konflikten am Arbeitsplatz oder bei Krankheit.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewerteten das Engagement von Studiosus zum Arbeits- und Gesundheitsschutz mit 8,4 (2022: 8,5). Bewertet wurde die Aussage "Arbeits- und Gesundheitsschutz werden im Haus ernst genommen" auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu).

### **Arbeitssicherheit**

Zur Überprüfung und Gewährleistung der Sicherheit am Arbeitsplatz arbeitet Studiosus mit der Firma ASAM praevent zusammen, die eine Sicherheitsfachkraft beauftragt hat, Studiosus in diesen Themen zu betreuen. Zwei Betriebsärztinnen hat Studiosus direkt engagiert. Themen zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz werden mit dem Betriebsrat besprochen und protokolliert. Zum Beispiel werden mögliche Gefährdungen anhand von Tätigkeitsprofilen und -bereichen ermittelt sowie beurteilt. Anhand der Ergebnisse der Gefährdungsbeurteilung werden entsprechende Abhilfemaßnahmen bestimmt und umgesetzt.

Die Sicherheitsfachkraft überprüft in regelmäßigen Abständen sämtliche vorhandene Betriebseinrichtungen und -ausstattungen und gibt Hinweise auf zu behebende Mängel. Die gesetzlich und vertraglich festgeschriebenen Sitzungen des Arbeitssicherheitsausschusses werden regelmäßig, viermal jährlich, abgehalten.

Der Ausschuss besteht aus zwei Sicherheitsbeauftragten aus der Belegschaft, den Betriebsärztinnen, einer Arbeitspsychologin, der externen Sicherheitsfachkraft, zwei Betriebsratsmitgliedern, einer Schwerbehindertenvertretung, einem Mitglied des Qualitätsmanagements und den Leitern der Abteilungen Verwaltung und Personalwesen. Die zwei Sicherheitsbeauftragten wurden durch einen erfolgreich abgeschlossenen Lehrgang für ihre Tätigkeit qualifiziert.

Jede neue Mitarbeiterin und jeder neue Mitarbeiter ist verpflichtet, an einer Schulung zum Thema Sicherheit am Arbeitsplatz teilzunehmen. Diese wird von einer externen Sicherheitskraft durchgeführt. Außerdem erhalten alle neuen Mitarbeitenden innerhalb des ersten Tages im Unternehmen eine Unterweisung in allen sicherheitsrelevanten Aspekten und erfahren beispielsweise, wo Feuerlöscher und Verbandskästen zu finden sind, wo der nächste geschulte Ersthelfer sitzt und woran man dies erkennen kann. Zudem werden die Fluchtwege und Sammelpunkte gezeigt.

Im Jahr 2023 gab es zwei Wegeunfälle (2022: 3) und zwei Arbeitsunfälle (2022: 1). Meist handelt es sich um Stolperunfälle. Statistisch gesehen ergibt sich auf eine Million Arbeitsstunden bei Studiosus ein hochgerechneter Wert von acht Unfällen. Mitarbeitende mit einer hohen Erkrankungsrate oder Gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung sind nicht bekannt.

### **Betriebsvereinbarungen und Mitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen**

Betriebsvereinbarungen werden zwischen der Studiosus Reisen München GmbH und dem Betriebsrat im Rahmen des Betriebsverfassungsgesetzes abgeschlossen. Alle festangestellten Reiseleitenden sind von den Kollektivvereinbarungen erfasst. Ebenfalls sind 100 % der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer am Standort in die Kollektivvereinbarungen eingeschlossen.

Die Mitteilungsfrist, die den Mitarbeitenden und dem Betriebsrat gewährt werden, bevor erhebliche betriebliche Veränderungen umgesetzt werden, variiert je nach Sachlage und Recherchebedarf. Eine schriftliche Festlegung diesbezüglich ist nicht vorhanden, da nicht jeder Einzelfall geregelt werden kann. Vielmehr kommt es auf die Angemessenheit in der jeweiligen Situation an.

### **Betriebsvereinbarung zur Ausgestaltung von mobiler Arbeit**

Eine wegweisende Betriebsvereinbarung wurde zuletzt im Herbst 2023 zur Flexibilisierung der Arbeitszeit geschlossen und spiegelt das Vertrauen wider, das die Unternehmensleitung in die hervorragende Arbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat. Maximal 70 % der Jahresarbeitszeit der Mitarbeitenden am Standort können ab dem Jahr 2024 mobil eingebracht werden. Mindestens 30 % der Arbeitszeit erfolgt in Präsenz in München.

### **Gehaltsniveau**

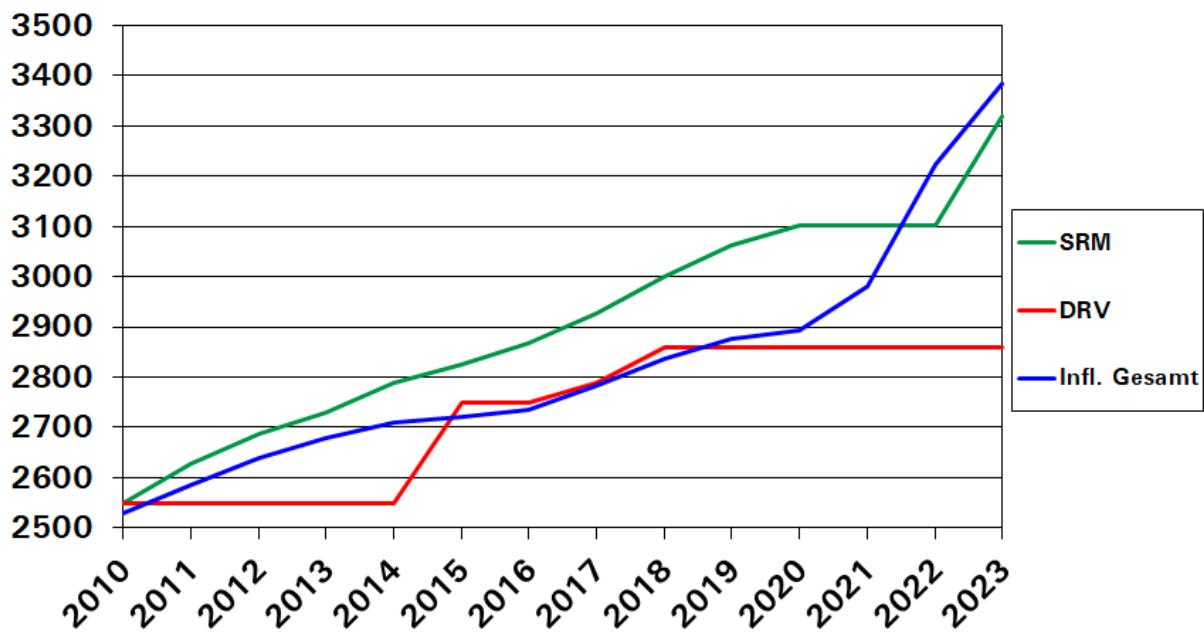
Die Gehälter bei Studiosus liegen über dem Branchendurchschnitt, siehe Grafik Gehaltsentwicklung, und sollen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair und wertschätzend entlohen.

In der Corona-Pandemie konnte, wie in der gesamten Branche, keine Anhebung der Gehälter erfolgen. Durch den weltweiten Lockdown war Studiosus gezwungen, von März 2020 bis Juni 2022 Kurzarbeit einzuführen. Um die finanziellen Einbußen der Mitarbeitenden durch das Kurzarbeitergeld abzufedern, zahlte Studiosus Aufstockungsbeträge zum Kurzarbeitergeld, die eine Verringerung der Nettolohnlücke von 2/3 bewirkten.

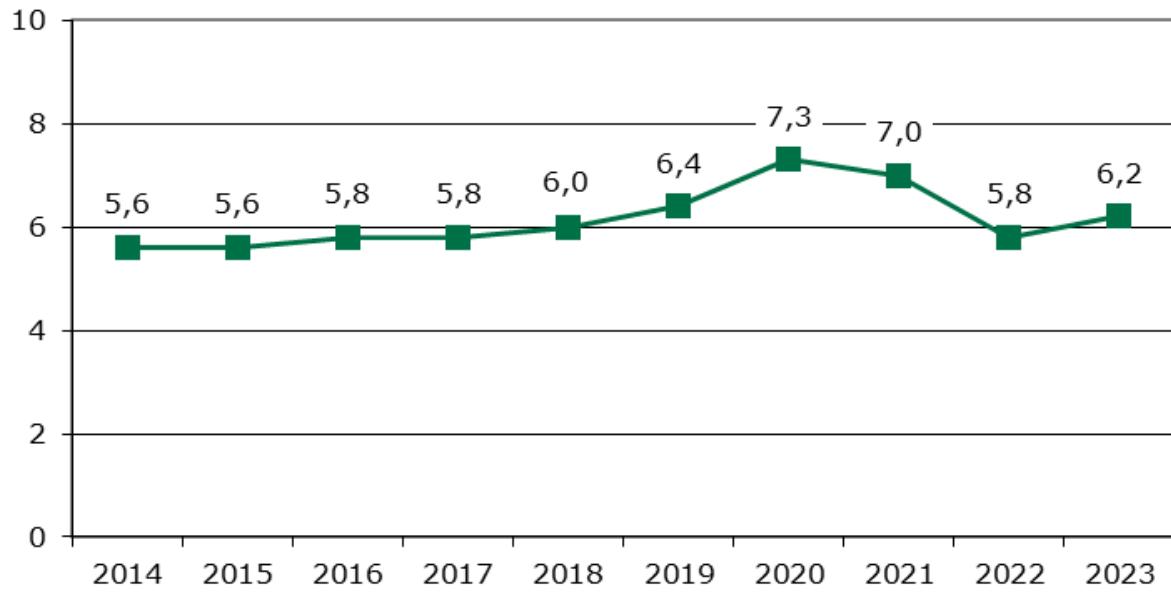
Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit ihrem Gehalt zeigt die folgende Grafik (Werteskala von 1–10; 1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu). Die Zufriedenheit mit dem Gehalt in den Jahren der Kurzarbeit war mit Werten von 7,3 und 7,0 hoch. Die Aufstockungsbeträge zeigten ihre Wirkung. Im Jahr 2022 nahm die Zufriedenheit mit dem Gehalt infolge der gleichgebliebenen Gehälter seit Beginn der Pandemie mit gleichzeitig hoher Inflation ab. Die Unternehmensleitung reagierte darauf mit einer weiteren „Corona-Prämie“ als Sonderauszahlung sowie der Auszahlung einer Inflationsausgleichsprämie. Im Jahr 2023 konnten die Gehälter der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dank steigender Gästezahlen, deutlich angehoben werden, siehe Grafik Gehaltsentwicklung.

## Gehaltsentwicklung

bei einem Gehalt von 2.500 € am 1.1.2010



## Zufriedenheit mit dem Gehalt



■ Studiosus zahlt seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gut

Durchschnittliche Rücklaufquote 2014-2023: 68 %

Die Unternehmensleitung beteiligt nicht nur die Führungskräfte am Unternehmenserfolg, sondern auch die Mitarbeitenden. Die Führungskräfte erhalten eine Tantieme, die je nach Geschäftsentwicklung höher oder niedriger ausfällt. Bei den Mitarbeitenden ist die Höhe der Weihnachtsgratifikation als freiwillige soziale Leistung an die Entwicklung der Gästezahlen gekoppelt. Wie in der folgenden Aufstellung ersichtlich, bietet Studiosus seinen Mitarbeitenden zudem eine ganze Reihe von weiteren freiwilligen sozialen Leistungen. Diese fördern ein starkes Gemeinschaftsgefühl und ein gutes Betriebsklima und verbessern die Mitarbeitendenbindung an das Unternehmen. Aber auch Geburtstagsgeschenke, der organisierte Betriebssport und die Teilnahme an Sport-Events, wie dem Münchener Firmenlauf, kommen bei den Mitarbeitenden gut an.

<b>Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen im Jahr 2023</b>	
Weihnachtsgratifikation	825.200 €
Inflationsausgleichsprämie	346.600 €
Urlaubsgeld (Anteilig für Teilzeitmitarbeitende)	258.100 €
MVV-Fahrtkostenerstattung	51.300 €
Zuschuss Vermögenswirksame Leistungen (auslaufend, Neuverträge in betrieblicher Altersvorsorge)	24.306 €
Zuschuss zur betrieblichen Altersvorsorge (für Mitarbeitende über der Geringfügigkeitsgrenze)	130.600 €
Betriebsausflug, Wiesn, Weihnachtsfeier, Abteilungssessen	21.400 €
Angebote zur Gesundheitsvorsorge sowie Aufwendungen für Kaffee und Tee am Standort	69.000 €
Kosten für private Reisebuchungen der Mitarbeitenden (Gesonderte Rabatte für Mitarbeitende unter 19 Wochenstunden)	13.000 €
<b>Summe</b>	<b>1.739.506 €</b>

Außerdem gibt es noch weitere Parameter, die die Arbeitgeberattraktivität beeinflussen: die Arbeitsplatzsicherheit, Vielfalt und Chancengleichheit, Work-Life-Balance sowie die Aus- und Weiterbildung.

### **Arbeitsplatzsicherheit**

Wie die folgende Grafik zeigt, werden befristete Arbeitsverträge nur selten geschlossen, z. B. bei Überbrückung von Elternzeiten, wenn die Mitarbeitenden in Vollzeit wieder zurückkommen wollen. Aufgrund pandemiebedingter Einschränkungen mit hoher Kurzarbeit sind die Personaldaten der Jahre 2020 und 2021 nicht aufgeschlüsselt.

	Jahr	Absolut	Geschlecht		Alter (in Jahren)				
			Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Unbefristete Verträge	2023	260	75%	25%	3%	13%	27%	46%	11%
	2022	245	77%	23%	2%	14%	25%	49%	10%
	2019	296	77%	23%	5%	23%	24%	42%	6%
Befristete Verträge	2023	3	33%	67%	67%	0%	0%	0%	33%
	2022	2	50%	50%	50%	0%	0%	0%	50%
	2019	3	100%	0%	0%	67%	33%	0%	0%

Nach Personen, ohne Auszubildende, Praktikanten und Aushilfen. Stand Ende Dezember 2023.

### **Vielfalt und Chancengleichheit**

Für Studiosus arbeiten Menschen, die verschiedenen Kulturen, Religionen, Nationalitäten, Weltanschauungen und Altersgruppen angehören. Diese Vielfalt sieht das Unternehmen als Chance, denn sie erweitert das Potenzial für Kreativität und Innovation und verbessert damit die Wettbewerbsfähigkeit. Zudem sorgt sie für mehr Toleranz und Offenheit.

Studiosus fördert die Gleichbehandlung von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder Alter. Alle Mitarbeitenden werden jährlich zum "Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG)" informiert. Eine Beschwerdestelle ist eingerichtet. Studiosus sind keine Fälle bekannt, in denen Mitarbeitende diskriminiert wurden. Dies zeigt auch die Bewertung der Aussage "Bei Studiosus wird niemand wegen seiner Herkunft, Religion, seines Alters oder Geschlechts diskriminiert" im Rahmen der Mitarbeitendenbefragung 2023. Der Aussage wurde mit einer Bewertung von 9,4 (2019: 9,2) auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu) zugestimmt.

Eine Überprüfung des Verhältnisses der Grundgehälter für Männer zu den Grundgehältern für Frauen findet jährlich statt und erfolgte zuletzt im Februar 2024. Die Überprüfung ergab, dass sich bei der Vergütung hinsichtlich des Geschlechts keine unterschiedliche Behandlung erkennen lässt.

Laut Statistischem Bundesamt lag der Anteil von Frauen in Führungspositionen in Deutschland im Jahr 2022 bei rund 29 %. Bei Studiosus liegt dieser Anteil im Jahr 2023 bei 39 % (2022: 41 %). Um die Anzahl der Frauen in Führungspositionen zu erhöhen bzw. Frauen die gleichen beruflichen Möglichkeiten einzuräumen wie ihren männlichen Kollegen, hat Studiosus unter anderem Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf eingeführt.

### **Work-Life-Balance**

Das Engagement von Studiosus findet bei den Mitarbeitenden Anerkennung, wie die Ergebnisse der Mitarbeitendenbefragung zum Thema "Familienfreundlichkeit" zeigen. Die Aussagen "In familiären Notsituationen unterstützt mich Studiosus angemessen" und "Ich kann Familie und Beruf gut miteinander vereinbaren" wurden mit 8,7 (2022: 8,3) und 8,7 (2022: 8,2) bewertet. Die

Werteskala reicht von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu).

Studiosus unterstützt Eltern auf vielfältige Weise. Beispielsweise werden Eltern finanziell gefördert, indem sie die Weihnachtsgratifikation auf eigenen Wunsch in einen Kindergartenzuschuss, welcher frei von Steuer- und Sozialabgaben ist, umwandeln lassen können. Zudem organisiert Studiosus seit 2010 üblicherweise am schulfreien Buß- und Betttag einen Kindertag mit umfangreichem Programm. Durch eine flexible Arbeitszeit mit Jahresarbeitskonten und Gleitzeit können sich die Mitarbeitenden ihre tägliche Arbeitszeit nach persönlichen Bedürfnissen bzw. betrieblichen Belangen selbst einteilen. Gegebenenfalls gibt es in einzelnen Abteilungen Telefonservicezeiten, zu denen das Team anwesend sein muss. Verbreitung flexibler Arbeitszeit: 100 % aller Mitarbeitenden im Jahr 2023. Des Weiteren ermöglicht Studiosus seinen Mitarbeitenden auf Wunsch, wo immer möglich, die Arbeitszeit zu verkürzen. Nicht zuletzt unterstützt die neue Betriebsvereinbarung, siehe Abschnitt zur Ausgestaltung von mobiler Arbeit die Mitarbeitenden mit hoher Flexibilität. Verbreitung Teilzeitarbeit: 41 % aller Mitarbeitenden im Jahr 2023 (2022: 43 %, 2019: 33 %).

	Jahr	Absolut	Geschlecht		Alter (in Jahren)				
			Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Vollzeit	2023	154	61%	39%	5%	19%	27%	39%	10%
	2022	142	63%	37%	3%	18%	23%	48%	8%
	2019	200	67%	33%	7%	31%	18%	39%	6%
Teilzeit	2023	109	94%	6%	4%	5%	26%	53%	12%
	2022	105	94%	6%	1%	9%	28%	50%	13%
	2019	99	97%	3%	1%	7%	36%	48%	7%

Nach Personen, ohne Auszubildende, Praktikanten und Aushilfen. Stand Ende Dezember 2023.

Ein weiteres Angebot seitens Studiosus sind Langzeitarbeitskonten. Überstunden können auf ein Langzeitkonto übertragen werden, anstatt diese abzubauen oder sich auszahlen zu lassen. Neben Altersteilzeit und vorgezogenem Ruhestand ist es auch möglich, über einen zuvor definierten und abgestimmten Zeitraum Teilzeit zu arbeiten. Im Jahr 2023 nutzten 21 % aller Mitarbeitenden (2022: 18 %) Langzeitkontakte. Die Mitarbeitenden können sowohl unbezahlt eine Auszeit von der Arbeit nehmen, als auch eine Pause zum Abbau ihres Guthabens auf dem Langzeitkonto einlegen. Diese Auszeit, das sogenannte Sabbatical, kann für drei bis zwölf Monate bei Nutzung des Langzeitkontos, ansonsten für maximal drei Monate beantragt werden. Im Jahr 2023 machten drei Mitarbeitende ein Sabbatical (2022: 3). Studiosus bietet auch in umfangreichem Maße die Möglichkeit zu mobilem Arbeiten an, siehe Abschnitt zur Ausgestaltung von mobiler Arbeit.

## Aus- und Weiterbildung

Weiterbildungsbedarf kann bei Studiosus auf verschiedene Weisen an die Personalentwicklung herangetragen werden: direkt von den Mitarbeitenden, von den Führungskräften oder über die jährlichen Zielvereinbarungen.

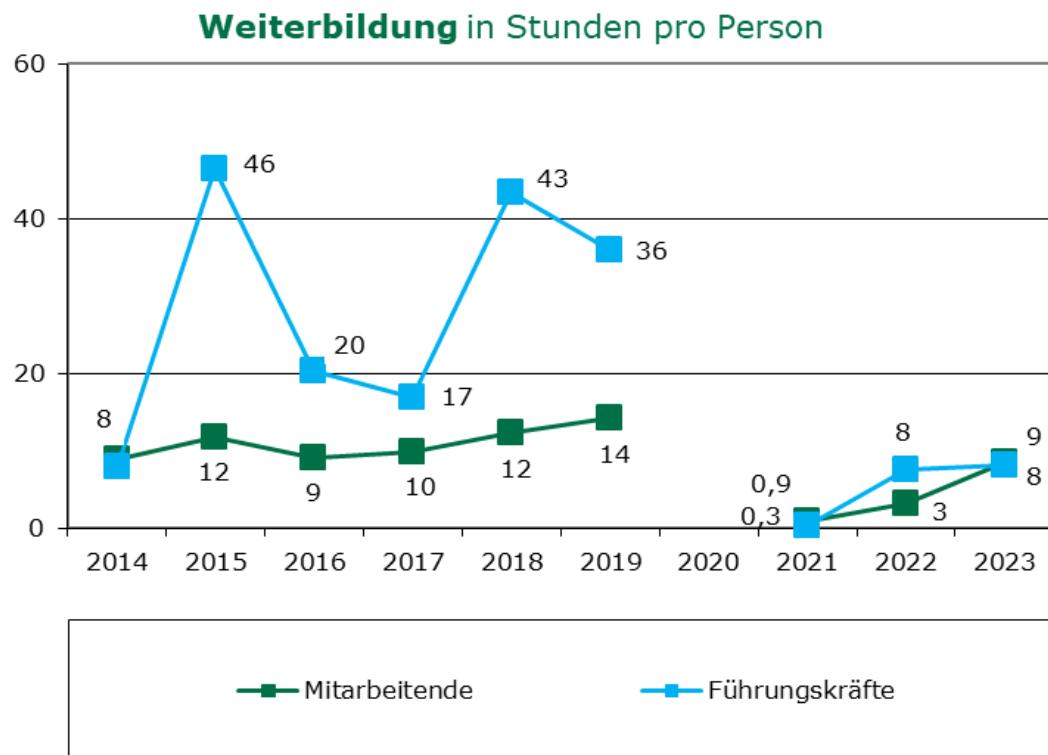
2022 hat Studiosus die Strategie in der Personalentwicklung neu ausgerichtet, um vor dem Hintergrund der sich permanent verändernden gesellschaftlichen Anforderungen auch weiterhin den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die bestmöglichen Chancen zu geben, sich persönlich wie fachlich im Unternehmen weiterentwickeln zu können. Weiterbildungen werden nicht nur in Form singulärer Maßnahmen angeboten, sondern vielmehr als ein kontinuierlicher Prozess gesehen, der längerfristiger ausgerichtet und zugleich dynamisch an den jeweiligen Bedarf anpassbar ist.

Hierzu setzt Studiosus E-Trainings ein, die zuerst im Bereich der Führungskräftestrainings eingeführt wurden und aktuelle Herausforderungen, wie z. B. das Führen hybrider Teams, aufgreifen. Den Mitarbeitenden eröffnet sich dadurch nicht nur die Möglichkeit, sich räumlich und zeitlich flexibel weiterzubilden, sondern selbstbestimmt, in *the moment of need* für sie relevante Themen auszuwählen. Um einen nachhaltigen Wissenstransfer zu fördern, wurden parallel Wissensaustauschzirkel zur Vernetzung der Lernenden initiiert.

Neben den verpflichtenden Unterweisungen (Arbeitssicherheit etc.) gibt es regelmäßig wiederkehrende Seminarangebote, z. B. zu rechtlichen Neuerungen in verschiedenen Abteilungen oder Kommunikations- und Verkaufstrainings im Servicebereich. Weiterhin werden Veranstaltungen zu aktuellen Themen angeboten wie z.B. „Gesund arbeiten im Home Office“. Darüber hinaus wird das Seminar- und Qualifizierungsangebot bedarfs- und zielgruppenorientiert gestaltet. 2022 fanden für alle Mitarbeitenden bei Studiosus 57, im Jahr 2023 bereits wieder 153 Veranstaltungen statt. Das Onboarding der neuen Mitarbeitenden und Auszubildenden wurde durch spezielle Schulungen und Veranstaltungen begleitet, damit sie das Unternehmen und die Unternehmenskultur gleich von Beginn an kennenlernen und mit den Abläufen vertraut werden.

Vereinzelt werden Veranstaltungen auch als offene Seminare ausgeschrieben, für die sich alle Interessierten, auch über den berufsbedingten Weiterbildungsbedarf hinaus, anmelden können.

Eine Aufteilung der Weiterbildungsstunden pro Person zeigt die folgende Grafik.



Im Rahmen der nachhaltigen Personalpolitik stellt Studiosus jedes Jahr Ausbildungsplätze zur/zum Tourismuskauffrau/-mann mit Schwerpunkt Reiseveranstaltung zur Verfügung. Das Angebot einer beruflichen Ausbildung bei Studiosus stellt sicher, dass auch in Zukunft qualifizierte Mitarbeitende im Unternehmen beschäftigt werden können. Aktuell sind elf Auszubildende beschäftigt (Ausbildungsquote 2023: 4 %, 2022: 4 %). Im Jahr 2023 wurden sieben neue Auszubildende eingestellt und drei von vier ehemaligen Auszubildenden nach erfolgreichem Abschluss übernommen.

[Inhaltsübersicht](#)

## 4.4 Reiseleitende

Die "Visitenkarte" des Unternehmens sind die Studiosus-Reiseleiterinnen und Studiosus-Reiseleiter. Sie leisten einen entscheidenden Beitrag für die Qualität der Reisen und nehmen daher eine besondere Stellung im Unternehmen ein.



Studiosus-Gäste möchten ihr Reiseziel in allen Facetten und mit allen Sinnen erleben. Die Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleiter bieten dafür die besten Voraussetzungen. Sie kennen "ihr Land" hervorragend und führen ihre Reisen mit Begeisterung. Sie verstehen es, ihr umfangreiches Wissen über Land und Leute in spannende Geschichten zu packen. Aber sie lassen die Einheimischen auch selbst erzählen – auf organisierten Begegnungen mit zum Beispiel Winzern, Nonnen oder Künstlern. Wie man Menschen zusammenbringt, dafür haben sie einfach ein Gespür. So wird auch schon die Reisegruppe selbst zum Erlebnis. Studiosus-Reiseleitende sind Vermittler zwischen den Kulturen, kümmern sich um den reibungslosen Ablauf der Reise und sorgen dafür, dass die Reisegruppe zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist – sei es zum Sonnenuntergang auf den Dünen am Rande der Sahara oder wenn gregorianische Gesänge in einer Kathedrale erklingen. Auch die Sicherheit der Gäste haben sie immer im Auge.

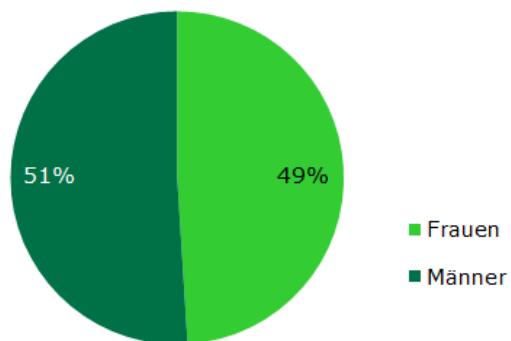
In den vergangenen Pandemiejahren war es besonders wichtig, dass die Reiseleitenden durch ein umfangreiches Sicherheits- und Gesundheitshygienekonzept in ihrer Arbeit von Seiten der Firma unterstützt und getragen worden sind.

### Vielfalt bei den Studiosus-Reiseleitenden

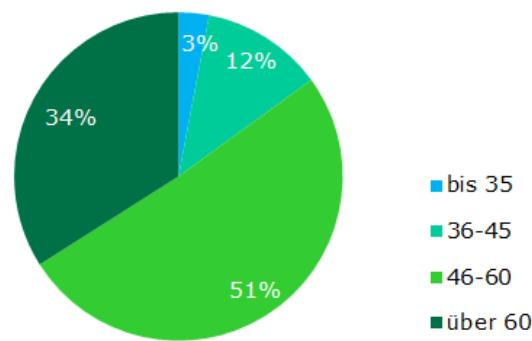
Das Geschlechterverhältnis ist annähernd ausgeglichen (siehe Grafik) und steht im Gegensatz zu dem sonst in der Tourismusbranche deutlich höheren Frauenanteil.

Der jüngste Reiseleiter ist 25 Jahre alt und der älteste Reiseleiter 79. Wie sich die Altersstruktur insgesamt darstellt, zeigt die nachfolgende Grafik.

### Anteil Frauen und Männer 2023



### Altersstruktur 2023



Bei den Studiosus-Reiseleitenden sind verschiedene Nationalitäten vertreten: 57 % der Reiseleitenden haben eine andere Staatsbürgerschaft als die deutsche.

Die Gehälter der festangestellten Reiseleitenden werden vom Betriebsrat, der neben den Mitarbeitenden am Unternehmenssitz auch die festangestellten Reiseleitenden vertritt, üblicherweise jährlich geprüft. Die Überprüfung ergab im Februar 2024 erneut, dass das Geschlecht hinsichtlich der Bezahlung keine Rolle spielt. Die Überprüfung wurde in den Jahren der Pandemie ausgesetzt. Die Zufriedenheit der Reiseleitenden mit dem Honorar lag 2023 bei 5,9 (2019 bei 6,4). Bewertet wurde die Aussage "Studiosus zahlt gutes Honorar" auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu).

### Der Weg zu Studiosus

Studiosus veranstaltet Reisen auf einem hohen Niveau. Um die vielfältigen Aufgaben zu erfüllen, werden die Reiseleitenden sorgfältig ausgesucht, aus- und weitergebildet. Zwei Abteilungen im Haus führen jedes Jahr zahlreiche Veranstaltungen im In- und Ausland durch, um die Reiseleitenden optimal auf ihre Tätigkeit vorzubereiten und kontinuierlich zu unterstützen.

Angesichts der sich in den letzten Jahren zunehmend verändernden Rahmenbedingungen wurde das Auswahl- und Ausbildungssystem für neue Reiseleitende seit 2021 inhaltlich und strukturell angepasst, modularer und flexibler und damit attraktiver für die Bewerber gestaltet. Oberstes Ziel ist weiterhin, die hohe Qualität der Studiosus-Reiseleitenden zu wahren.

Das System der Auswahl, Aus- und Weiterbildung der Studiosus-Reiseleitenden ist Teil des Qualitätsmanagementsystems, welches seit 1998 nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert ist. Jährlich unterzieht eine unabhängige Institution diesen Prozess einer Qualitätsprüfung. Studiosus ist der einzige Studienreiseveranstalter in Europa, der ein solches Zertifikat zur Auswahl, Aus- und Weiterbildung seiner Reiseleitenden vorweisen kann.

## Die Auswahl

Seit 2022 können sich Interessenten auf einer speziellen [\*\*Reiseleitenden-Jobseite\*\*](#) umfassend über das Berufsbild und die Anforderungen der Tätigkeit als Studiosus-Reiseleitende informieren und online bewerben.

Nach einer Bewerbung stellen die Kandidaten ihr Wissen, ihre Landeskenntnisse und ihre persönliche Eignung in einem ausführlichen Vorstellungsgespräch unter Beweis. Die Anforderungen an die Bewerber sind sehr hoch. Studiosus erwartet, neben den oben genannten Fertigkeiten, ein Hochschulstudium oder langjährige Erfahrung als Studienreiseleitende. In einigen Ländern ist zusätzlich eine örtliche Reiseleiterlizenz erforderlich. Soziale Kompetenz, Organisationstalent, Begeisterungsfähigkeit und eine positive Ausstrahlung sind ebenfalls Voraussetzung.

## Die Ausbildung

Beim anschließenden mehrtägigen Seminar „Reiseleitung bei Studiosus“ werden in einem ersten Schritt die geeigneten Kandidaten durch praxisbezogene Übungen ausgewählt. Im zweiten Teil des Seminars erlernen sie das Handwerkszeug eines Studiosus-Reiseleitenden: Die Kombination aus Wissensinhalten und praktischen Übungen spiegelt die realen Bedingungen auf einer Studiosus-Reise wider, sodass die Kandidaten ideal auf ihren künftigen Reiseleitendenalltag vorbereitet werden. Die "Auszubildenden" machen Probeführungen und werden mit typischen Situationen auf der Reise konfrontiert.

Schulungsinhalte, die keiner Präsenzvermittlung bedürfen, werden den Kandidaten seit 2022 in Online-Modulen zur Verfügung gestellt. Alle Online-Einheiten müssen vor der ersten eigenen Reise erfolgreich absolviert werden. Die Erfolgskontrolle erfolgt mittels Prüfungsfragen. Ziel der ergänzenden Online-Einheiten ist es, den Ausbildungsprozess für die Kandidaten flexibler und ortsunabhängiger zu gestalten und den hohen Qualitätsstandard zu wahren.

## Einweisungsreise

Im nächsten Schritt begleiten die Neulinge einen erfahrenen Reiseleitenden auf einer Reise: Sie übernehmen die Gestaltung und Organisation eines kompletten Reisetages, um das Gelernte umzusetzen. Der versierte Kollege vermittelt den Newcomern wichtige Details, nicht nur zu den organisatorischen und inhaltlichen Anforderungen einer Studiosus-Reise, sondern auch zu den speziellen Erwartungen der Gäste. Ihre Erfahrungen halten die neuen Reiseleitenden in einem umfassenden Bericht fest, der ihnen anschließend als Logbuch dient.

## Premierenreise

Sind all diese Schritte erfolgreich absolviert, geht es nach weiterer persönlicher Vorbereitung auf die erste eigene Reise, auf der bei Bedarf ein erfahrener Kollege telefonisch beratend zur Seite steht. Wieder zurück, führen die Ausbilderinnen und Ausbilder mit den neuen "Studiosi" ein ausführliches Feedback-Gespräch zum Verlauf der Reise und prüfen gemeinsam mögliche Optimierungen.

### Aufbau-Seminar

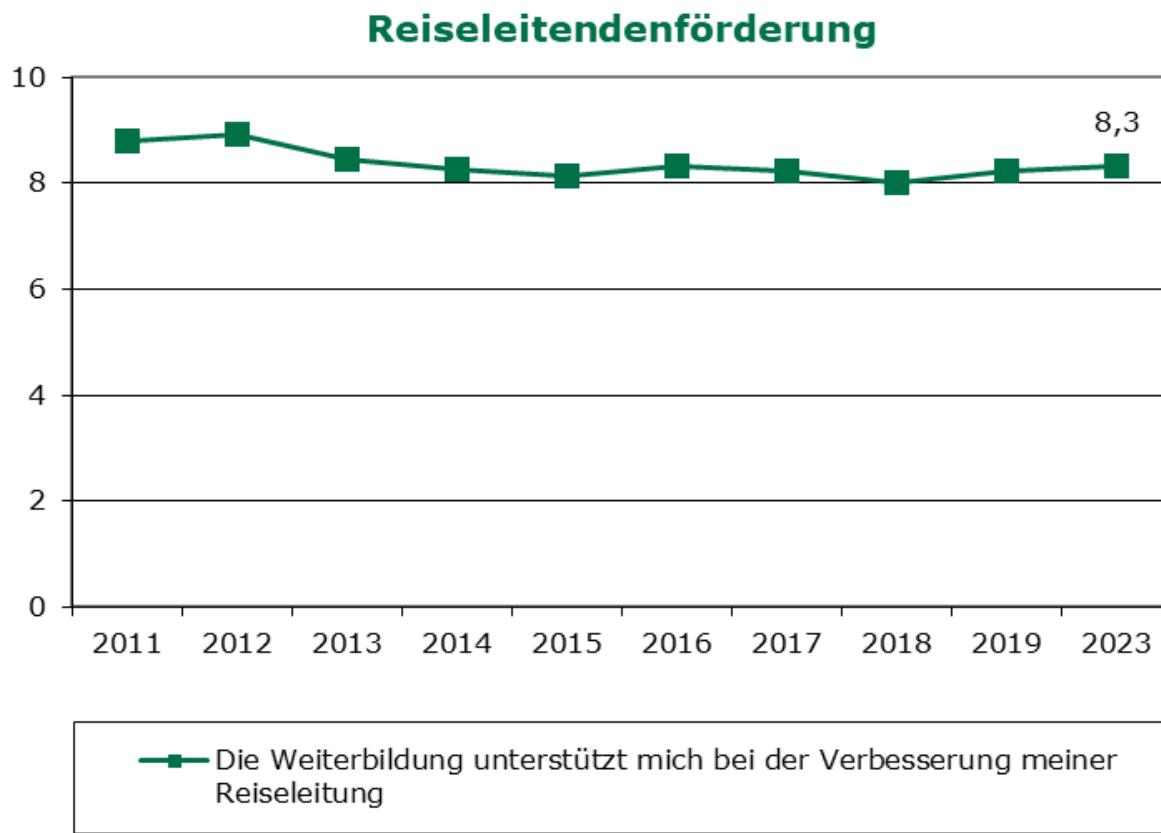
Haben die neuen Reiseleitenden ihre erste Saison erfolgreich abgeschlossen, lädt Studiosus sie zu einem Aufbau-Seminar ein, das abschließender Teil der internen Qualifikation ist. Bei diesem wiederum mehrtägigen Seminar tauschen sie ihre Erfahrungen aus und klären weitere Fragen zur Reiseleitenden-Praxis. Daneben geht es schwerpunktmäßig um eine abwechslungsreiche Methodik und Didaktik bei der Vermittlung von Reiseinhalten.

### Kontinuierliche Weiterbildung

Da sich die Erwartungen und die Wünsche der Reisegäste ändern und immer wieder neue Herausforderungen und Anforderungen entstehen, bildet Studiosus alle Reiseleitenden regelmäßig weiter. Ein breites Angebot an Weiterbildungsthemen aus den Bereichen Naturkunde, Politik & Soziales, Kunst & Kultur, Methodik & Technik der Reiseleitung und den aktuellen Entwicklungen bei Studiosus steht den Reiseleitenden in unterschiedlichen Veranstaltungsformaten zur Verfügung. Neben den klassischen Präsenzseminaren ergänzen heute virtuelle Formate – Web-Seminare und E-Lectures – den Veranstaltungskalender. Je nach Thema und Kreis der Teilnehmenden wählt Studiosus das geeignete Veranstaltungsformat und stellt so sicher, dass möglichst viele der Reiseleitenden weltweit von den Weiterbildungen profitieren. Insgesamt 727 Teilnahmen gab es im Jahr 2023 an den Weiterbildungen. Im Falle der Web-Seminare werden vielfach Videomitschnitte auf dem Studiosus-Reiseleitendenportal dauerhaft zur Verfügung gestellt. Dieses umfangreiche Weiterbildungsangebot für Reiseleitende ist einzigartig in Europa.

### Zufriedenheit mit der Reiseleitendenförderung

Die Ergebnisse der Reiseleitendenbefragung 2023 zeigen, dass die Reiseleitenden mit der Unterstützung durch die Studiosus-Weiterbildung zufrieden sind (siehe Grafik, Werteskala von 1 bis 10; 1 bedeutet, dass sie der Aussage "ganz und gar nicht" zustimmen, und 10 bedeutet, sie stimmen der Aussage "voll und ganz" zu). Mit Inhalten und Qualität der einzelnen durchgeführten Weiterbildungsveranstaltungen sind die Reiseleitenden besonders zufrieden, was die hohen Positivwerte der Seminarbeurteilungen belegen. Das Ergebnis zeigt, dass Studiosus mit dem Konzept der verschiedenen Veranstaltungen und Seminare seine Reiseleitenden bei ihren vielfältigen Aufgaben zielführend unterstützt und fördert.



Durchschnittliche Rücklaufquote 2011-2023: 46 %

### Vom Reiseleitenden in die Unternehmensleitung

Bewährte Reiseleitende haben bei Studiosus attraktive Weiterentwicklungschancen. Sie können auf Wunsch und je nach Fähigkeiten neue Länder und Reisevarianten führen oder als Ländermentoren bei der Entwicklung neuer Reisen mitwirken. So manche Mitarbeitende in der Studiosus-Zentrale – von Area Managern über Mitarbeitende der Reiseleitendenabteilung bis hin zu Mitgliedern der Unternehmensleitung – haben ihre Karriere bei Studiosus als Reiseleiterin oder Reiseleiter begonnen. Mehr als 50 % der Führungskräfte in der touristischen Produktion sind ehemalige Studiosus-Reiseleitende.

### Im Dialog miteinander

#### Rückmeldungen durch die Reiseleitenden

Die Reiseleitenden spielen eine wichtige Rolle, wenn es um die Qualität der Reisen geht. Nach jeder Reise verfassen sie einen Bericht und bewerten beispielsweise die genutzten Verkehrsmittel. Somit erfährt Studiosus aus erster Hand von der Qualität der erbrachten Leistung. Bei etwaigen Mängeln können so sofort Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet werden. Durch den ständigen Kontakt mit den Gästen erfahren die Reiseleitenden zudem, welche Wünsche die Kundinnen und Kunden haben und was sie in Zukunft von den Studiosus-Reisen erwarten. In dem Bericht infor-

mieren die Reiseleitenden das Unternehmen auch über diese Wünsche. Dieses kontinuierliche Monitoring hilft, die hohe Qualität der Reisen und die Zufriedenheit der Gäste sicherzustellen.

### **Feedback-Kultur**

Die Beurteilungen der Gäste zu jedem einzelnen Reiseleitenden analysiert die Reiseleitendenabteilung zeitnah nach jeder Reise und über längere Zeiträume. Daraus ergibt sich ein ausführliches Feedback sowohl über positive als auch über negative Entwicklungen. Werden in bestimmten Bereichen Verbesserungsmöglichkeiten deutlich, erhalten die Reiseleitenden ein entsprechendes Weiterbildungsangebot. Auch individuelle Coaching-Gespräche gehören zum intensiven Kontakt zwischen der Fachabteilung und ihren "Schützlingen".

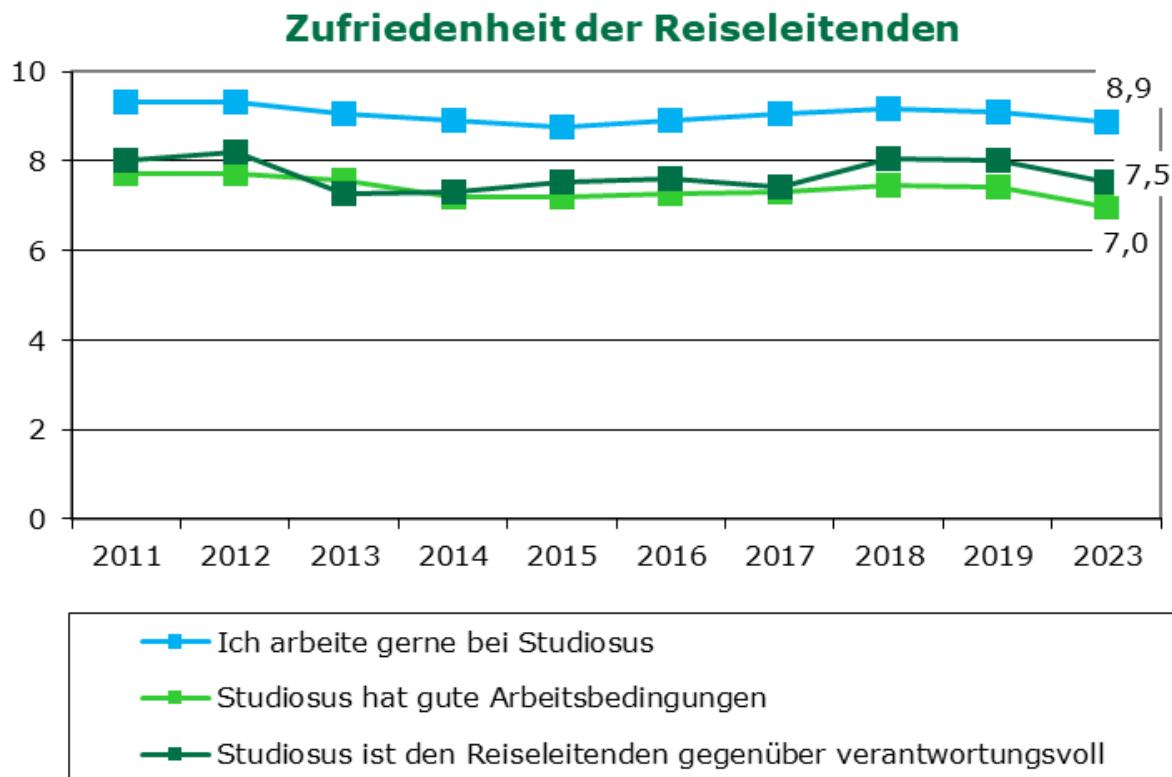
### **Reiseleitenden-Portal**

Das interne Reiseleitenden-Portal dient als wichtige Informations- und Weiterbildungsquelle für Studiosus-Reiseleitende. Hier finden sie das komplette Weiterbildungs- und Seminarangebot sowie Texte, Links und Downloads zu reiserelevanten Themen. Unter der Rubrik "Webcasts & Tutorials" stehen zahlreiche Online-Lehreinheiten zur Verfügung, die es den Reiseleitenden ermöglichen, sich zeit- und ortsunabhängig fortlaufend weiterzubilden.

### **Zufriedenheit der Reiseleitenden**

Die Zufriedenheit der Reiseleitenden mit den Arbeitsbedingungen ist Studiosus sehr wichtig. Ein positives Arbeitsverhältnis wirkt sich nicht nur positiv auf die Motivation und Leistungsbereitschaft aus, sondern trägt auch dazu bei, die hohen Ansprüche der Gäste zu erfüllen. Um die Zufriedenheit der Reiseleitenden zu messen, gibt Studiosus ihnen jedes Jahr die Möglichkeit, anonym mittels eines teilstandardisierten Fragebogens ihre Einstellung zum Unternehmen, zum Markt und zur eigenen Arbeitssituation mitzuteilen. Pandemiebedingt hat es von 2020 bis 2022 keine Befragung gegeben.

Die Ergebnisse der letzten Reiseleitendenbefragung für 2023 zeigt die nachstehende Grafik. Die Zufriedenheit der Reiseleitenden zeigt sich auch in der langen Zeit, die viele Reiseleitende bereits für Studiosus tätig sind. 61 % der Reiseleitenden sind dem Unternehmen bereits seit über zehn Jahren treu. Die durchschnittliche Betriebszugehörigkeit aller aktiven Reiseleitenden liegt bei 17 Jahren.

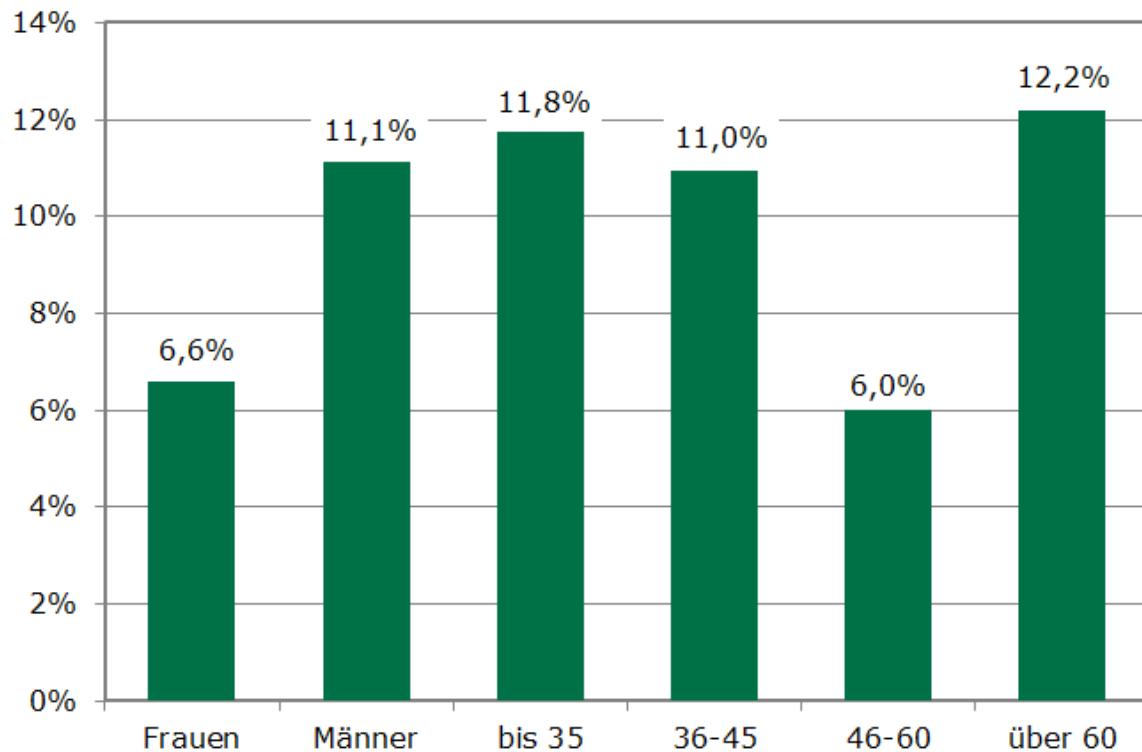


Durchschnittliche Rücklaufquote 2011-2023: 46 %

### Fluktuationsrate

Die Fluktuationsrate lag bei den Reiseleitenden im Jahr 2023 bei 9 % (2022: 5 %). Die Fluktuationsrate der Mitarbeitenden am Standort lag bei 8 % (2022: 11 %). Die nachfolgende Grafik zeigt die Fluktuationsrate der Reiseleitenden nach Geschlecht und Altersgruppen auf.

## Fluktuationsrate 2023 nach Geschlecht und Altersgruppen



### **Gesundheit, Sicherheit und Vereinbarkeit von Beruf und Familie**

#### **Reisemedizinische Vorsorge**

Studiosus bietet seinen Reiseleitenden eine umfassende reisemedizinische Vorsorge an, die alle nutzen können, sofern sie in medizinische Risikogebiete reisen. Für alle Reiseleitenden ist es Pflicht, diese mindestens einmal im Jahr, jedoch spätestens vor Beginn der ersten Reise in ein medizinisches Risikogebiet im neuen Jahr, wahrzunehmen. Studiosus kommt damit seiner Pflicht als Arbeitgeber zur gesundheitlichen Fürsorge gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nach und sorgt dafür, dass arbeitsbedingten Erkrankungen vorgebeugt wird. Die reisemedizinische Vorsorge wird durch einen Betriebsarzt durchgeführt. Der Erstkontakt findet telefonisch statt. Hierbei erfragt der Betriebsarzt eventuelle Grunderkrankungen sowie den Impfstatus einschließlich Auffrischungen. Studiosus geht über die gesetzliche Forderung hinaus und bietet die reisemedizinische Vorsorge allen Mitarbeitenden an, die auf Dienstreisen gehen, und allen Reiseleitenden, unabhängig von der Anzahl der Einsatztage.

Eine arbeitsmedizinische Untersuchung wird gefordert, wenn Mitarbeitende dienstlich veranlasst häufiger oder insgesamt mehr als drei Monate pro Jahr in klimatisch belastende Gebiete reisen. Der Betriebsarzt kann in solchen Fällen weitergehende Untersuchungen festsetzen. Dafür ist ein persönliches Erscheinen bei ihm erforderlich. Hierfür hat Studiosus eine Liste mit ausgewählten, reisemedizinischen Praxen in mehreren Städten zusammengestellt. Sollten diese für die Reiselei-

tenden nicht erreichbar sein, können sie in eine Praxis ihrer Wahl gehen. Die Kosten für die reisemedizinische Vorsorge sowie für eine vorgeschriebene oder vom Betriebsarzt empfohlene Impfvorsorge trägt Studiosus. Zudem erhalten die Reiseleitenden vor jeder Reise spezifische Sicherheits- und Gesundheitshinweise zu ihrem Reiseland.

### **Rücksichtnahme bei der Disposition**

Auf die gesundheitliche Verfassung der Reiseleitenden sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird bei der Disposition Rücksicht genommen. Dies war vor allem in der Pandemiezeit ein besonders wichtiges Kriterium. Das Ziel ist, die Einsatzplanung immer zur Zufriedenheit der Reiseleiterinnen und Reiseleiter zu gestalten. Die Reiseleitenden beurteilen die Kommunikation mit der zuständigen Abteilung 2023 mit einem Wert von 8,7 (2019: 8,8) auf einer Skala von 1 bis 10 als sehr positiv.

### **Gesundheit und Entspannung auf Reisen**

Im Rahmen eines umfangreichen Seminarangebots für Reiseleitende bietet Studiosus auch Seminare zum Thema Gesundheit auf Reisen sowie ein Entspannungsseminar an, in denen die Reiseleitenden Tipps bekommen, wie sie während der Reisen die freie Zeit effektiv nutzen können, um sich zu entspannen. In dem Seminar zum Thema Gesundheit auf Reisen, das von einem reiseerfahrenen Arzt durchgeführt wird, lernen die Reiseleitenden nicht nur, wie sie ihren Gästen bei gesundheitlichen Problemen helfen können oder Erste Hilfe leisten, sondern auch, wie sie bei sich selbst Krankheiten rechtzeitig erkennen und richtig damit umgehen. Zudem bekommen sie Tipps für ihre Reiseapotheke. In den Jahren 2020 bis 2022 war Corona das aktuelle Thema, das inhaltlich in das Seminar aufgenommen wurde.

### **Sicherheit**

Von dem hohen Sicherheitsstandard, den Studiosus seinen Gästen auf Reisen bietet, profitieren auch die Reiseleiterinnen und Reiseleiter. Im Jahr 2023 gab es insgesamt acht Unfälle (2022: 3). Dies entspricht 43 Unfällen pro eine Million Arbeitsstunden (2022: 24). Meist handelt es sich nur um leichte Unfälle, wie z. B. Verstauchungen und/oder Fuß- und Handbrüche, die durch Sträucher oder Stolpern auf nassen Steinen, über Türschwellen, Verkehrspoller oder Unebenheiten zustande kommen.

### **EU-Dienstleistungsrichtlinie**

Seit 2005 gibt es eine Dienstleistungsrichtlinie in der Europäischen Union (EU), die allen Studienreiseleitenden aus EU-Mitgliedsländern eine temporäre Ausübung ihrer Tätigkeit in allen Mitgliedsstaaten erlaubt: [Directive 2005/36/EC](#). Eine Umsetzung der Richtlinie in allen EU-Ländern ist ein wesentlicher und entscheidender Schritt zu einer Verbesserung der Arbeitsmöglichkeiten der Studiosus-Reiseleitenden und damit zu einer Qualitätsoptimierung der Reisen. Dafür setzt sich Studiosus seit Jahren intensiv auf verbandspolitischer und politischer Ebene ein.

## 4.5 Kundinnen und Kunden

### Zufriedene Kundinnen und Kunden



"Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden" – so lautet eines der fünf Unternehmensziele. Dass Studiosus bei der Umsetzung dieses Ziels sehr erfolgreich ist, zeigen die hervorragenden Werte in den Beurteilungsbögen nach der Reise. Beispielsweise gaben dort 2023 94 % der Gäste an, Studiosus als Reiseveranstalter weiterempfehlen zu können. Auch einzelne Reiseaspekte werden sehr gut bewertet. So gaben 2023 knapp 96 % der Gäste im Beurteilungsbogen an, dass ihre Erwartungen bezüglich des Reiseverlaufs erfüllt oder übertroffen wurden, in Bezug auf die Reiseleitung lag dieser Wert ebenfalls bei 96 %. Weitere Informationen finden sich im Kapitel [3.6 "Qualität der Reisen".](#)

### Die Studiosus-Gäste

Studiosus kann sich über einen hohen Stammkundenanteil freuen: 72 % der Gäste, die im Jahr 2023 mit Studiosus gereist sind, hatten zuvor bereits eine oder mehrere Studiosus-Reisen unternommen. Studienreisen sind bei Studiosus-Gästen eine beliebte Reiseform: Über 31 % der Gäste unternehmen nach eigenen Angaben einmal jährlich eine Studienreise, 22 % der Gäste sogar mehrmals im Jahr. Der Neukundenanteil lag 2023 bei 28 %. Neukunden werden vor allem durch Freunde und Bekannte, durch Recherchen im Internet oder eine Beratung im Reisebüro auf Studiosus aufmerksam.

Studiosus-Gäste sind nicht nur qualitätsbewusst, sondern auch sensibel für Thematiken der Nachhaltigkeit. Interne Marktforschungsergebnisse zeigen, dass sie dem Thema offener gegenüberstehen als andere Reisende. Im Rahmen einer von Studiosus durchgeführten Nachhaltigkeitsbefragung der Kundinnen und Kunden im Jahr 2022 stimmten 91 % der Befragten (n=1200) folgender Aussage zu: „Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der einheimischen Bevölkerung)“. Der Aussage „Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein“ stimmten 74 % der Befragten zu.

Mit Studiosus reisen mehr Frauen als Männer. Die Gäste kommen hauptsächlich aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und aus allen Berufs- und Altersgruppen. Ausgerichtet sind die Reisen auf die Interessen von 45- bis 65-Jährigen. Mit der Produktlinie Studiosus smart & small können noch gezielter Berufstätige angesprochen werden, deren Ansprüche an Erholung und Regeneration stärker ausgeprägt sind.

Da Studiosus weder im öffentlichen Raum noch bei den Transportmitteln und Unterkünften durchgängig Barrierefreiheit garantieren kann, sind unsere Reisen für Menschen mit eingeschränkter Mobilität und anderen Handicaps oder Behinderungen im Allgemeinen nicht geeignet. Die Erfahrung zeigt aber: Mit einer gewissen Kompromissbereitschaft und in Begleitung einer Person, die unterstützt, sind einzelne Reisen aus dem Studiosus-Programm durchaus möglich. Studiosus berät hierzu und hat eigens eine **Inklusionshotline** eingerichtet.

### **Im Dialog mit den Kundinnen und Kunden**

Um zu erfahren, welche Wünsche und Ansprüche die Gäste bezüglich einer Reise haben, befragt Studiosus alle Kundinnen und Kunden nach der Reise und tauscht sich mit ihnen darüber hinaus regelmäßig im Kundenbeirat sowie in Kundenforen aus.

#### **Kundenbeirat**

Einmal jährlich findet der sogenannte Kundenbeirat statt, bei dem erfahrene und vielgereiste Studiosus-Gäste im Rahmen einer Gruppendiskussion die Möglichkeit haben, der Unternehmensleitung direkt Feedback zu geben. Der Teilnehmerkreis bleibt dabei von Jahr zu Jahr weitgehend konstant. Neben einem offenen Feedback werden aktuelle Themen rund um die Reiseangebote, deren Ausschreibung und zum Service besprochen.

#### **Kundenforen**

Zudem gibt es das Format der Kundenforen. Diese sind ebenfalls Gruppendiskussionen der Unternehmensleitung mit Studiosus-Gästen, jedoch mit einem wechselnden Teilnehmerkreis, der abhängig von den aktuellen Gesprächsthemen ist. Das können zum Beispiel Erstreisende, Wanderreisende oder Gäste von Studiosus smart & small sein. Auch hier wird ein offenes Feedback gewünscht und es werden zusätzlich aktuelle und zielgruppenspezifische Themen besprochen. Im Jahr 2024 ist ein Kundenforum mit Erstreisenden in Vorbereitung.

#### **Kundenbefragung**

Um die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden mit den Reisen zu ermitteln, bekommt jeder Gast nach der Reise einen Beurteilungsbogen von den Reiseleitenden überreicht, über den er die Möglichkeit hat, Studiosus seine Meinung mitzuteilen. Abgefragt werden verschiedene Aspekte zum Reiseverlauf, Reiseprogramm, Reiseleitende, Beförderung, zu den Hotels, der Reiseanmeldung und den Reiseunterlagen. Zudem möchte Studiosus von seinen Kundinnen und Kunden wissen, inwieweit die Reise aus ihrer Sicht umweltschonend und sozial verantwortlich durchgeführt wurde. Mit einem Rücklauf von 60,5 % (Stand 15.1.2024) sind die Ergebnisse seit vielen Jahren repräsentativ und aussagekräftig. Die Kommentare der Kundinnen und Kunden auf den Fragebögen geben Studiosus immer wieder neue Impulse und zeigen Verbesserungsmöglichkeiten auf.

Mehr zu den Ergebnissen der Kundenbefragung kann in folgenden Kapiteln nachgelesen werden:

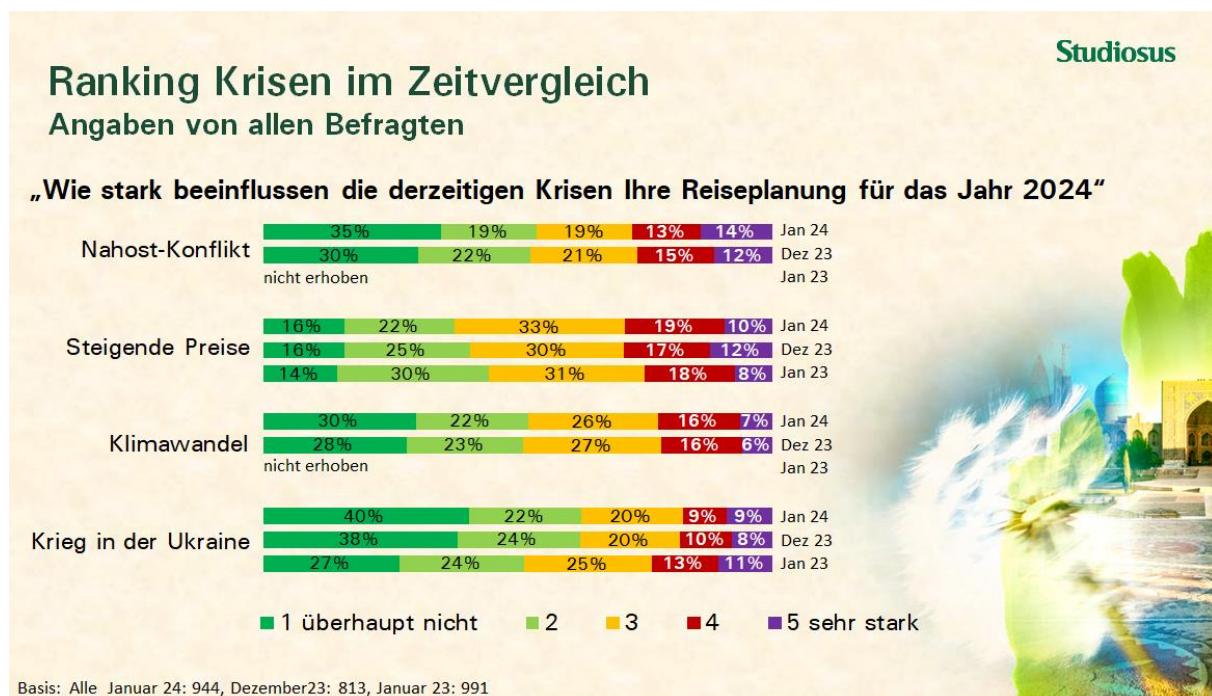
- **3.6 "Qualität der Reisen"**

- 5.1 "Sozial verantwortliches Reisen"
- 6.4 "Umweltschutz auf Reisen"

### Kundenbefragung seit den Pandemiejahren

Ab dem Frühsommer 2020 wurden unsere bewährten Prognoseinstrumente untauglich. Staatliche Maßnahmen und eine große pandemiebedingte Verunsicherung prägten die Reiseentscheidungen maßgeblich. Um die unternehmensinterne Krisenpolitik auf die Kundenwünsche auszurichten und verlässliche Prognosen zu erstellen, wurde ein neues Instrument eingeführt. Seit September 2020 werden die Studiosus-Gäste mehrmals pro Jahr zu ihren Reiseplanungen und Einstellungen zu den unterschiedlichen Krisen befragt.

Per Zufallsstichprobe werden 5000 Kundenadressen ermittelt und mit einem Fragebogen per Post angeschrieben. Der Rücklauf schwankt zwischen 700 und 1200 Fragebögen.



### Kundenschreiben

Studiosus erhält von den Gästen zahlreiche Briefe und E-Mails nach den Reisen. Neben Reklamationen sind darunter auch viele Schreiben, in denen auf Verbesserungsmöglichkeiten hingewiesen wird. Diese werden geprüft und gegebenenfalls umgesetzt.

### Kundenbedürfnisse

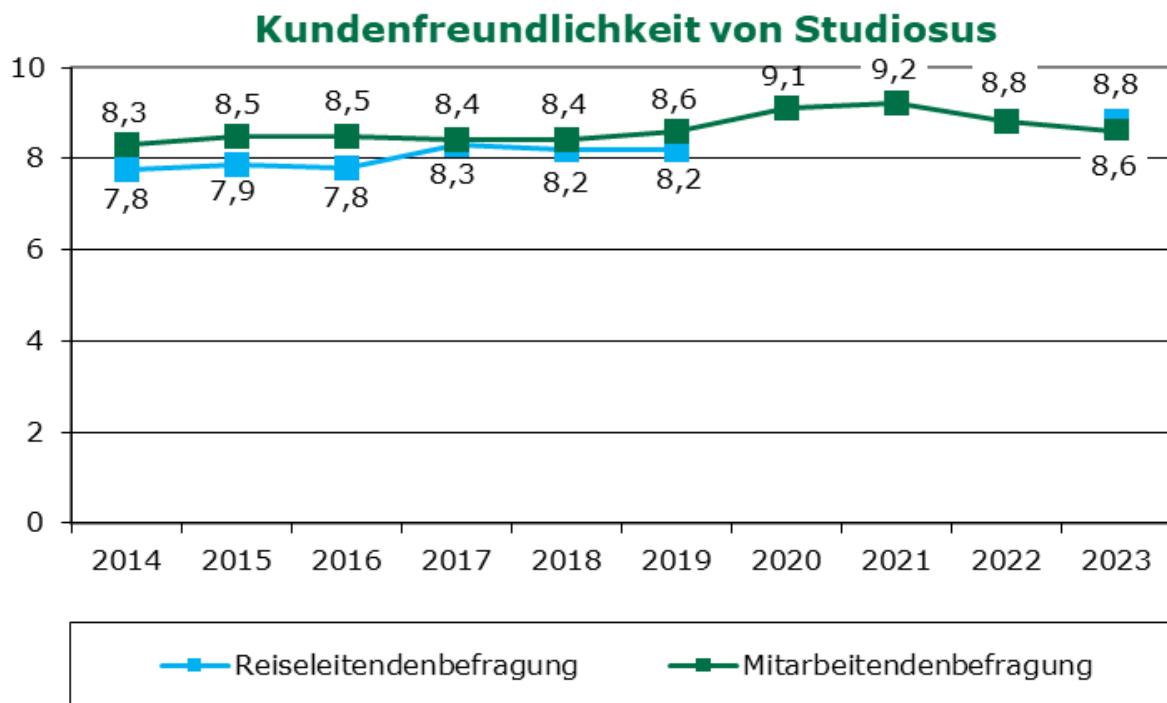
Bei der Planung der Reisen muss Studiosus die verschiedensten Kundenbedürfnisse berücksichtigen, die oftmals gegensätzlicher Natur sind.

Studiosus bietet viele verschiedene Studienreise-Varianten und Produktlinien an, um möglichst viele Kundenbedürfnisse befriedigen zu können. Die Palette reicht von Naturerlebnis- über Preis-

wert- und Expeditionsreisen bis hin zu Reisen mit Muße. Zudem bietet der Marktführer attraktive studienreisennahe Angebote wie Eventreisen, Reisen für Singles und Familien, Städtereisen und mit der Produktlinie Studiosus smart & small auch spezielle Urlaubsangebote für alle, denen Baudeurlaub zu langweilig und eine Studienreise nicht entspannt genug ist.

### **Verhalten gegenüber Kundinnen und Kunden**

Ein freundliches, zuvorkommendes und verständnisvolles Verhalten gegenüber Kundinnen und Kunden ist Studiosus ein großes Anliegen. Studiosus nimmt daher alle Gäste sehr ernst und betreut sie individuell. Auch die Mitarbeitenden und Reiseleitenden werden jährlich zur Kundenfreundlichkeit von Studiosus befragt. Sie können auf einer Werteskala von 1 bis 10 ihre Bewertung abgeben. 1 bedeutet, dass sie der Aussage "ganz und gar nicht" zustimmen, und 10 bedeutet, sie stimmen der Aussage "voll und ganz" zu. Die Ergebnisse der Mitarbeitenden- und Reiseleitendenbefragung zeigt die nachfolgende Grafik.



Mitarbeitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2014-2023: 68 %  
 Reiseleitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2014-2023: 46 %

Pandemiebedingt fand in den Jahren 2020 bis 2022 keine Reiseleitendenbefragung statt.

Wie Studiosus sich gegenüber seinen Gästen verhalten will, ist zudem im [Unternehmensleitbild](#) unter Kapitel 6 Verhaltensgrundsätze festgelegt.

### **Datenschutz**

Studiosus verarbeitet personenbezogene Kundendaten ausschließlich zur Reisedurchführung, Vertragsabwicklung, Kundenbetreuung und zu Werbezwecken im Rahmen der eigenen Kundenpflege.

Der Verwendung zu Werbezwecken kann jederzeit widersprochen werden (Art. 21 Abs. 2 DSGVO). Wie für die Ausübung der weiteren Rechte (Art. 15 bis 20 DSGVO) ist eine kurze Mitteilung ausreichend.

Gäste werden darauf hingewiesen, dass Studiosus bei der Datenverarbeitung durch externe Dienstleister unterstützt wird. Diese Daten werden unter Beachtung der Bestimmungen für Auftragsverarbeiter nach Art. 28 DSGVO verarbeitet; vertraglich werden entsprechende Verpflichtungen mit den Auftragsverarbeitern vereinbart.

Alle notwendigen Vorkehrungen zur Datensicherheit werden getroffen. Die Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten (Art. 5 DSGVO) werden befolgt. Ein Datenschutzbeauftragter ist benannt.

[Inhaltsübersicht](#)

## 4.6 Hotels, Zielgebietsagenturen und Transportunternehmen

Studiosus kommt seiner Verpflichtung zur Einhaltung der von den Vereinten Nationen festgelegten Kriterien zu Menschenrechten, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Antikorruption (UN-Global-Compact-Kriterien) nach. Es ist Studiosus wichtig, dass seine Geschäftspartner ihre Tätigkeiten ebenfalls an diesen Werten ausrichten.

Daher enthalten alle Verträge mit Hotels, Agenturen und Transportunternehmen verbindliche Standards zum Umweltschutz, Verpflichtungen zur Einhaltung der Menschenrechte und der ILO-Kernarbeitsnormen sowie eine Antikorruptionsklausel.

Studiosus legt hierbei einen Schwerpunkt auf die Anstellungs- und Arbeitsbedingungen des in den Hotels beschäftigten Personals sowie der Busfahrenden bzw. Busbegleitenden. Die Bestimmungen umfassen Themen wie faire Bezahlung der Angestellten, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, eine gute Unterbringung und Verpflegung der Mitarbeitenden, Freizeitregelungen und keine Benachteiligung von Angestellten aufgrund sexueller Identität, Nationalität, Familienstand, Alter, religiöser bzw. ethnischer Zugehörigkeit oder körperlicher Behinderung. (Diskriminierungsverbot). Zudem wird verlangt, dass die Geschäftskontakte die vereinbarten Beschäftigungsnormen ihrerseits auch von den eigenen Lieferunternehmen einfordern.

Teil der Verträge ist die Klausel, dass die aktive Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen, wie die Duldung von sexueller Ausbeutung von Kindern, die Beschäftigung von Kindern oder Zwangsarbeit im Geschäftsbetrieb, je nach Schwere zu einer sofortigen Beendigung der Geschäftsbeziehung führen kann. Dies gilt auch auf die Gefahr hin, dass Studiosus keine alternativen Geschäftsbeziehungen zur Verfügung stehen. Die Überprüfung der Einhaltung erfolgt durch Hinweise von Gästen, Reiseleitenden oder Studiosus-Mitarbeitenden im Rahmen von Dienstreisen sowie über die Meldeadresse [Menschenrechte@studiosus.com](mailto:Menschenrechte@studiosus.com) und durch eine gezielte Befragung der Geschäftspartner anhand eines Online-Fragebogens. Erfreulicherweise ist den Geschäftskontakten von Studiosus nach eigenen Aussagen soziale Verantwortung und Umweltschutz selbst wichtig. Dies gaben im Jahr 2023 97 % der Befragten hinsichtlich sozialer Verantwortung und 98 % beim Thema Umweltschutz an.

Um die Leistungspartner über Neuerungen zu informieren, verschiickt Studiosus zweimal jährlich seinen Newsletter "PartnerNews" an Hotels, Zielgebietsagenturen, Busunternehmen und Airlines. Neben Themen des sozial verantwortlichen und umweltschonenden Tourismus finden sie darin auch Wissenswertes über allgemeine Entwicklungen bei Studiosus.

### Die Hotels

Eine zentrale Rolle bei den Studiosus-Reisen spielen die Unterkünfte, die einen großen Beitrag zur Kundenzufriedenheit leisten. Daher ist Studiosus bemüht, Leistungspartner auszuwählen, die den hohen Ansprüchen der Gäste gerecht werden. Hinsichtlich Qualität, Sicherheit, Umweltschutz und Menschenrechten müssen die Geschäftskontakte eine Reihe von Anforderungen erfüllen,

damit eine Zusammenarbeit zustande kommt. Studiosus versucht diejenigen Hotels vermehrt zu nutzen, die hohe Zufriedenheitswerte seitens der Reisenden und die geforderten Standards vorweisen, um eine langfristige Geschäftsbeziehung aufzubauen. Bei Bedarf bietet Studiosus Schulungen an, um ein gegenseitiges Verständnis für die Anforderungen des Qualitätsmanagements und die Arbeit der Hoteliers in der Praxis zu schaffen.

Studiosus plant, zukünftig vorrangig mit Hotels zu arbeiten, die nach den GSTC-Standards (den Kriterien des Global Sustainable Tourism Council) zertifiziert sind. Die Abfrage nach bestehenden Zertifizierungen ist seit 2023 Bestandteil der Verträge.

### **Die Transportunternehmen**

Vor allem bei Aspekten im Bereich der Sicherheit bestehen strenge Anforderungen an die Geschäftspartner: Ziel dieser Anforderungen ist es, den Gästen ein Höchstmaß an Reisesicherheit zu bieten. Bei der Auswahl der Airlines werden Sicherheitsstandards überprüft und regelmäßig Risikoanalysen erstellt. Über unsere Busagenturen verpflichten wir alle Busfahrenden, die für Studiosus weltweit im Einsatz sind, sich an die strengen EU-Vorschriften bei den täglichen Lenkzeiten zu halten.

Um die Umweltbelastung zu verringern, verpflichtet Studiosus seine Busgesellschaften dazu, bestimmte Standards einzuhalten, wie beispielsweise bei Pausen den Motor abzuschalten ("stop the engine"; siehe Kapitel [\*\*6.4 Umweltschutz auf Reisen\*\*](#)).

Darüber hinaus ergreift Studiosus – wo möglich – weitere Initiativen, um mit Hilfe der Busunternehmen einen größeren Beitrag zum Umweltschutz auf den Reisen zu leisten. So stellen wir beispielsweise auf dem Großteil unserer in Deutschland beginnenden Busreisen biologisch abbaubares Einweggeschirr für Picknicks zur Verfügung. Unsere Busfirmen weltweit sind angehalten, wo immer möglich Mehrweg- oder Pfandflaschen sowie Großgebinde mit Wasser zum eigenen Abfüllen mitzuführen. Die Möglichkeit, Hybrid- oder E-Fahrzeuge zu nutzen, wird kontinuierlich geprüft.

### **Die Zielgebietsagenturen (Destination Management Companies)**

Zielgebietsagenturen im Ausland verstehen sich als Mittler zwischen Studiosus und den dort ansässigen Leistungspartnern. Wenn mit Zielgebietsagenturen zusammengearbeitet wird, besteht häufig nur über diese der Kontakt zum Hotel oder zum Transportunternehmen. Daher müssen auch die Agenturen zusichern, die Qualitäts-, Sicherheits-, Umwelt- und sozialen Standards von Studiosus einzuhalten und diese gegenüber ihren Lieferunternehmen (Hotels, Busfirmen usw.) einzufordern. Es gibt daher auch in den Agenturverträgen umfangreiche Vertragsvorgaben, die denen in Hotel- und Transportverträgen entsprechen.

### **Zufriedenheit der Geschäftspartner mit Studiosus**

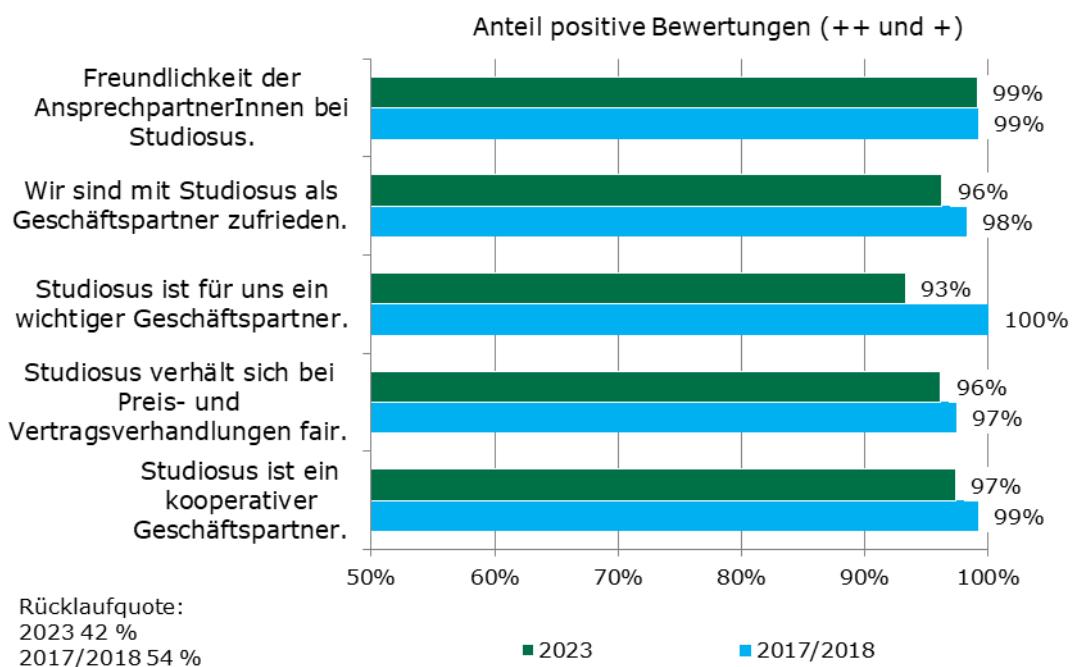
Um die Zufriedenheit der touristischen Geschäftskontakte mit dem Unternehmen zu messen, führt Studiosus in regelmäßigen Abständen (in der Regel alle zwei Jahre) eine Geschäftspartnerbefragung durch, in der verschiedene Aspekte der Zusammenarbeit und des Umgangs miteinan-

der erfragt und zudem die Aspekte Umweltschutz und soziale Verantwortung thematisiert werden.

Es handelt sich bei der Geschäftspartnerbefragung um eine repräsentative, stichprobenartige Befragung von Hotels, Zielgebietsagenturen, Busunternehmen und Airlines, mit denen Studiosus zusammenarbeitet. Die Geschäftspartner bewerteten verschiedene Fragestellungen mit ++ (Ich stimme voll und ganz zu), + (Ich stimme zu), 0 (Neutral), - (Ich stimme nicht zu), -- (Ich stimme ganz und gar nicht zu) und k. A. (keine Angabe).

Diese Befragung wurde in den Jahren der Pandemie ausgesetzt und Ende 2023 mit dem Versand an 390 Kontakte wieder aufgenommen. Die Rücklaufquote lag bei der Befragung 2023 mit 42 % unter dem Wert der letzten Befragung vor der Pandemie (2017/2018: 54 %). Die absolute Zahl der beantworteten Fragebögen war indes 2023 mit 177 Fragebögen (2017/2018: 117) höher.

### Zufriedenheit mit Studiosus als Geschäftspartner



Unsere Mitarbeitenden sind zudem sensibilisiert, bei persönlichen Kontakten mit unseren Geschäftspartnern entsprechende Stimmungsbilder einzuholen und auf diesem Weg Themen der Nachhaltigkeit wie auch der Zufriedenheit mit der gemeinsamen Zusammenarbeit anzusprechen.

Eine gute und faire Beziehung mit den Geschäftspartnern ist für Studiosus besonders wichtig und fest in den Unternehmenszielen verankert (siehe [Kapitel 3.1](#)). In der Mitarbeitendenbefragung 2023 wurde die Aussage "Studiosus ist fair gegenüber Lieferanten und Leistungsträgern" auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu) mit 8,1 (2022: 8,1) bewertet.

## 4.7 Reisebüros

Reisebüros im gesamten deutschsprachigen Raum sind und bleiben für Studiosus die wichtigsten Vertriebspartner und daher eine bedeutende Stakeholder-Gruppe. Die meisten der Studiosus-Gäste schätzen nach wie vor eine Beratung im Reisebüro und bestätigen die hohe Beratungsqualität: 96 % der Gäste geben an, dass sie mit dieser sehr zufrieden waren, wie die Ergebnisse der Kundenbefragung aus dem Jahr 2023 zeigen. Nicht zu vergessen ist, dass auch eine nicht unerhebliche Anzahl an Neukunden jedes Jahr durch eine Beratung im Reisebüro gewonnen werden kann.

### Im Dialog mit den Reisebüros

#### Befragung "touristik aktuell"

Den zweiten Platz erzielte Studiosus bei der Online-Abstimmung von Reisebüros für den "Globus Award 2024" in der Kategorie Spezialveranstalter. In dieser Befragung der Fachzeitschrift "touristik aktuell" wurden Unternehmen mit dem besten Reisebüro-Service ausgezeichnet.

#### Befragung Lufthansa City Center

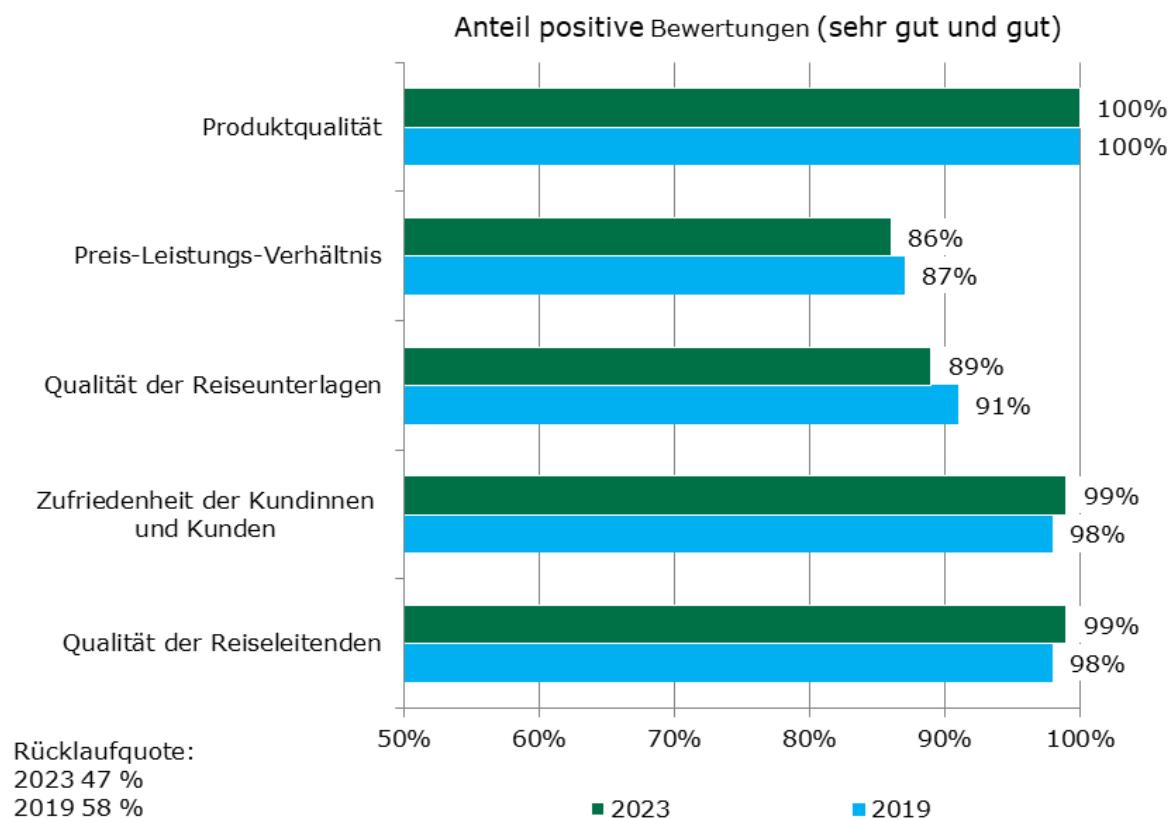
Bei einer Befragung der Lufthansa City Center-Reisebüros, die zu den größten und wichtigsten Reisebüropartnern zählen, erhielt Studiosus im Jahr 2023 eine Gesamtnote von 1,7 (Durchschnitt 2,0). In der Befragung, die jährlich stattfindet, geht es unter anderem um die Kompetenz und Unterstützung bei Fragen, den Buchungsprozess und die Reklamationsbearbeitung. Vergeben wurden Noten von 1 bis 4. Studiosus wurde überall zwischen 1 und 2 bewertet.

#### Reisebürobefragung von Studiosus

Für Studiosus ist es sehr wichtig, wie Reisebüros die Angebote und das Unternehmen beurteilen, wie zufrieden sie mit dem Service und den Provisionen sind und wie die Reisebüros Studiosus im Vergleich zu den Mitbewerbern beurteilen.

Um diese Fragen zu beantworten, führt Studiosus regelmäßig eine detaillierte Umfrage unter den Reisebüros durch. Pandemiebedingt fand 2020 bis 2022 keine Befragung statt. Eine Auswahl der Ergebnisse aus den Befragungen 2023 und 2019 ist nachstehender Grafik zu entnehmen.

## Zufriedenheit mit Studiosus als Geschäftspartner



### Counterbeirat

Seit über 30 Jahren findet im Rahmen des sogenannten Counterbeirats zwischen Studiosus und ausgewählten Reisebüros aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ein regelmäßiger persönlicher Erfahrungsaustausch statt, um das aktuelle Geschehen im Vertrieb zu analysieren und die Zusammenarbeit weiter zu optimieren. So bleibt Studiosus ständig in direktem Kontakt mit dem Vertrieb. 2023 fand die Tagung in Rom statt, die nächste ist im März 2024 in Sevilla geplant.

### Schulungen und Serviceleistungen für Reisebüros

Studiosus bietet den Reisebüros pro Jahr zahlreiche [Veranstaltungen](#) an, um sich über Neuigkeiten zu informieren und fortzubilden. Neben einer Online-Fernschulung gibt es jährlich zu Saisonbeginn News-Webinare und Expertenrunden, bei denen aktuelle Neuigkeiten rund um Studiosus sowie Verkaufsargumente vorgestellt werden. Zudem werden diverse Schulungen und Workshops auf unterschiedlichen Tagungen sowie unterjährige Webinare und Tutorials zu diversen Themen angeboten.

Die [PremiumPartner](#) (Reisebüros, die sich vertraglich zu einer besonders intensiven Zusammenarbeit verpflichtet haben) können zudem an einigen weiteren Schulungsmaßnahmen teilnehmen, wie zum Beispiel einer Seminarreihe zum Thema „Hochwertiger Verkauf“ oder einem „Studiosus-München-Wochenende“ mit Stadtführung und einem Blick hinter die Kulissen bei einem Rund-

gang durch die Studiosus-Zentrale. In der Saison 2023 hat Studiosus insgesamt über 10.000 Schulungsteilnahmen verzeichnen können.

Seine Reisebüro-Partner unterstützt Studiosus auch bei der Kundenbindung und Neukundengewinnung mit dem Angebot von gemeinsamen Kundenveranstaltungen wie Studiosus-Länderabenden, an denen Studiosus-Reiseleitende den Gästen ein Land näherbringen, oder exklusiven Stadtführungen.

Weiterführende Informationen erhalten die Reisebüros auf der [Website der Verkaufsförderung](#). Dort stehen ihnen auch zahlreiche Werbemittel wie Schaufensterdekorationen, Plakate, Angebotsblätter, Content für Reisebüro-TV, Anzeigenvorlagen, Social-Media-Posts sowie umfangreiches Bildmaterial zum Download bzw. zur Bestellung zur Verfügung.

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement beobachtet und analysiert die Sicherheitslage weltweit und informiert die Reisebüros entsprechend aktuell mit einem Sicherheits-Newsletter – unabhängig davon, ob zu diesem Zeitpunkt Studiosus-Gäste vor Ort sind oder nicht.

[Inhaltsübersicht](#)

## 5 Soziale Verantwortung

### 5.1 Sozial verantwortliches Reisen

Studiosus fühlt sich einem nachhaltigen und zukunftsfähigen Tourismus verpflichtet. Im Unternehmensleitbild heißt es: "*Insbesondere liegt in unserer Verantwortung als Reiseveranstalter, unseren Kundinnen und Kunden das Kennen- und Verstehenlernen fremder Länder und Kulturen in einer aus sozial verantwortlicher und ökologischer Sicht zukunftsfähigen, d. h. nachhaltigen Form zu ermöglichen.*"

Studiosus plant seine Reisen sozial verantwortlich. Eine wesentliche Rolle spielt dabei die Integration von Besuchen entsprechender Umwelt-, Sozial- oder Kulturprojekte sowie organisierten Begegnungen im Rahmen der Reiseprogramme. Solche Begegnungen sollen zum Erhalt und der Stärkung einer Region beitragen, zugleich die Kommunikation und den Austausch zwischen den Gästen und Einheimischen fördern. Wenn sinnvoll, werden auch Abendessen außerhalb des Hotels organisiert, um Begegnungen mit den Menschen vor Ort zu ermöglichen und die lokale Küche kennenzulernen.

Studiosus verzichtet auf Reisen, Ausflüge und Expeditionen zu abgeschlossenen, von der westlichen Zivilisation kaum berührten ethnischen Gruppen. Es sei denn, negative Einflüsse und Auswirkungen sind auszuschließen und der Kontakt ist ausdrücklich gewünscht. Das Auftreten mehrerer Studiosus-Gruppen zur gleichen Zeit am selben Ort soll vermieden werden. An stark frequentierten Orten, deren Besuch jedoch für eine sinnvolle Programmgestaltung unerlässlich ist, erhalten die Reiseleiterinnen und Reiseleiter Hinweise zu einer angemessenen Besucherlenkung. Bei der Programmplanung wird die Bewertung der Reisen durch Kundinnen und Kunden sowie der Reiseleitenden hinsichtlich der sozialen Verantwortung berücksichtigt. Einen Schwerpunkt bildet die sensible und rücksichtsvolle Begegnung mit fremden Kulturen. Seit Jahren liegt die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden mit der sozial verantwortlichen Gestaltung des Reiseverlaufs bei über 98 %. Als Vermittler zwischen den Kulturen sind es die Reiseleitenden, die den Kundinnen und Kunden vor Ort den Respekt für Sitten und Bräuche vermitteln. Entsprechend intensiv ist die Ausbildung der Reiseleitenden darauf ausgerichtet. Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden hinsichtlich der Sensibilität der Reiseleitenden für Land und Leute liegt seit Jahren ebenfalls bei über 98 %.

#### Dialogforen

Seit 1998 veranstaltet Studiosus Dialogforen in Orten bzw. Regionen, die entweder touristisch bereits stark erschlossen sind oder aufgrund neuer touristischen Zielsetzungen nach sinnvollen und nachhaltigen Konzepten suchen. Im gemeinsamen Gespräch mit den Bewohnern vor Ort sollen Möglichkeiten zur Verbesserung der touristischen Situation und zur Gestaltung eines nachhaltigen Tourismus gefunden werden. Der Dialog mit den Menschen in den Zielgebieten hilft Studio-

sus, seine Vorstellung eines sozial verantwortlichen und umweltschonenden Tourismus zu verwirklichen und dabei die Interessen und Rechte der gastgebenden Bevölkerung zu wahren.

Zu den Foren lädt Studiosus relevante Stakeholder aus dem Tourismussektor ganz unterschiedlicher Betätigungsgebiete ein. Je nach Thema können dies zum Beispiel Hoteliers, Mitarbeitende von Tourismus- und Naturschutzorganisationen, Gemeindevertreter, Geistliche, Lehrer, Fischer und Händler sein.

Wenn möglich, finden pro Jahr mehrere dieser Veranstaltungen in unterschiedlichen Regionen und Ländern statt. Bisher wurden in rund 50 Ländern, die Studiosus bereist, Dialogforen veranstaltet, je nach Bedarf auch mehrmals in einem Land. Pandemiebedingt fanden seit 2020 keine Foren statt.

Ab 2024 sollen diese wieder aufgenommen werden, unter stärkerer Einbeziehung der Reiseleitenden und Ländermentorinnen und -mentoren sowie der Unterstützung von Partnern vor Ort. Sie alle haben aktuelle Kenntnisse und Netzwerke in den Destinationen und können deshalb ihren wertvollen Beitrag leisten. Als erstes ist ein Forum in Kambodscha in Planung.

[Inhaltsübersicht](#)

## 5.2 Projektförderung über die Studiosus Foundation e. V.

Seit 1993 fördert Studiosus weltweit Projekte zur Verbesserung der Lebensverhältnisse, zum Schutz der Natur und zum Erhalt des kulturellen Erbes in den Gastgeberländern. Der Gedanke dahinter lautet: nicht nur nehmen, sondern auch geben.

### Die Studiosus Foundation e. V.

Von 1993 bis 2023 hat Studiosus weltweit mehr als 130 Projekte unterstützt. Jährlich werden dringend benötigte Maßnahmen innerhalb bereits bestehender Projekte sowie für neue Projekte finanziert.

Seit 2005 erfolgt die Projektförderung durch den von Studiosus-Touristikern gegründeten gemeinnützigen Verein Studiosus Foundation e. V., der das langjährige Engagement des Reiseveranstalters für einen nachhaltigen Tourismus seitdem ergänzt. Gefördert werden vorrangig NGO-Projekte, die nicht bereits von größeren Sponsoren unterstützt werden.

Die Förderung der Maßnahmen liegt in der Regel unter einem Betrag von 10.000 Euro. Die Fördersumme muss nachweislich innerhalb eines Jahres für die vereinbarten Maßnahmen verwendet werden. Darauf folgen ein Report und der tatsächliche Kostennachweis. Die Förderung sollte einen Zeitraum von drei Jahren nicht überschreiten. Ausnahmen sind möglich, gerade seit Ausbruch der Corona-Pandemie 2020 ist dies der Fall. Zudem erwiesen sich in den letzten Jahren Förderungen für einige kleinere Organisationen über einen längeren Zeitraum sinnvoll, um wirkungsvoll, nachhaltig und zielorientiert arbeiten zu können. Folgefördern werden jährlich neu bewertet und auf ihre langfristige Wirksamkeit überprüft.

Die Studiosus Foundation e. V. förderte von 2020 bis 2022 Projektmaßnahmen in Höhe von rund 293.000 Euro. Im vergangenen Jahr 2023 betrug die Fördersumme rund 243.000 Euro. Der gemeinnützige Verein hat keine Werbekosten. Die Verwaltungskosten liegen unter 1 %. Alle Kosten werden vollständig durch Mitgliedsbeiträge finanziert, sodass Spenden Dritter ungeschrämt den Projekten zufließen.

Die Unterstützung der Projekte erfolgt in direkter Zusammenarbeit mit den Organisationen vor Ort, gelegentlich in Kooperation mit anderen Hilfsorganisationen. Mit wenigen Ausnahmen werden alle Förderprojekte im Rahmen der Reiseprogramme von Studiosus besucht. Neben dem Aspekt der Begegnung können Studiosus-Reiseleitende die maßnahmengerechte Verwendung der Gelder begutachten.

So unterstützte die Studiosus Foundation e. V. 2023 beispielsweise folgende Initiativen:

Eine indigene Töpferschule in San Juan del Oriente Nicaragua: Hier finanziert der gemeinnützige Verein die Keramikausbildung indigener Jugendlicher mit Schwerpunkt des Erlernens traditioneller Techniken. Die jungen Absolventen haben mit dieser Ausbildung landesweit eine deutlich höhere Chance, eine feste Anstellung zu bekommen.

Das Bildungsprojekt **HVTO Free Education Programm Sophy Village** in Kambodscha bietet ergänzend zur staatlichen Schule Englisch- und Computertraining für Jungen und Mädchen an. Es sorgt zudem seit Jahren erfolgreich für die schulische Ausbildung und berufliche Weiterbildung der Jugendlichen. Ziel ist es, den Jugendlichen Aufgaben und Arbeitsplätze im nahe gelegenen, von Touristen stark frequentierten Angkor Wat zu ermöglichen, um die Abwanderung in die Großstädte zu vermeiden. Außerdem baut die HVTO Brunnen und Toiletten für familiäre Kleinstbetriebe, um den Familien den Zugang zu sauberem Wasser zu ermöglichen. Mit der Finanzierung der jährlichen Betriebskosten und Gehälter sichert die Studiosus Foundation e. V. die nötigen Grundlagen. Diese waren insbesondere während der Zeit der Pandemiejahre überlebenswichtig für das Funktionieren der Organisation.

Die 2022 begonnene Förderung des Gartenprojekts in Oudtshoorn, Südafrika, erhielt 2023 aufgrund der positiven Ergebnisse eine Folgefördern.

Im Jahr 2023 stellte die Studiosus Foundation in Zusammenarbeit mit der Syrienhilfe e. V. Mittel zur Verfügung für Flüchtlingscamps, die vom Erdbeben im Februar 2023 betroffen waren.

#### **Spenden-Siegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI)**

Seit 2010 ist die Studiosus Foundation e. V. Träger des Spenden-Siegels des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI). Eine Überprüfung findet jährlich statt.



Informationen zum Spenden-Siegel sind im Internet unter [www.dzi.de](http://www.dzi.de) abrufbar. Die Studiosus Foundation e. V. ist auf der [Website des DZI](#) zu finden.

Informationen zu den Projekten finden Sie auf der Website der Studiosus Foundation e. V.: <http://www.studiosus-foundation.org/unsere-projekte>.

[Inhaltsübersicht](#)

### 5.3 Engagement für Menschenrechte

Die Achtung der Menschenrechte im Tourismus hat bei Studiosus einen hohen Stellenwert.

Bereits seit vielen Jahren tritt Studiosus für umweltschonenden und sozial verantwortlichen Tourismus ein. Dieser ist eng mit Menschenrechtsfragen verknüpft. Auch das langjährige Engagement gegen die Ausbeutung und insbesondere die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus ist in diesem Kontext zu nennen. Mehr dazu lesen Sie in Kapitel [\*\*5.4 "Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern".\*\*](#)

#### Meilensteine

2007 Studiosus tritt dem [\*\*UN Global Compact\*\*](#) bei und verpflichtet sich damit freiwillig, die von den Vereinten Nationen festgelegten Kriterien zu Menschenrechten, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Antikorruption einzuhalten.

2011 Der Abschlussbericht des UN-Sonderbeauftragten für Menschenrechte, John Ruggie, wird veröffentlicht. Dieser legt erstmals einen verbindlichen Rahmen für die Menschenrechtsverantwortung von Unternehmen fest, auf dessen Grundlage Studiosus sein Menschenrechtsengagement weiter ausbaut.

2012 Auf der ITB in Berlin lädt Studiosus zur Podiumsdiskussion "Menschenrechte im Tourismus: Was wird gefordert, was ist machbar?" ein. Das große Publikums- und Medieninteresse an dieser Veranstaltung war bemerkenswert.

Der [\*\*"Roundtable für Menschenrechte im Tourismus"\*\*](#) wird auf Mitinitiative von Studiosus gegründet.

2013 Studiosus unterzeichnet das [\*\*"Commitment zu Menschenrechten im Tourismus"\*\*](#) und integriert die grundlegenden Passus der sozialen Verantwortung in die Verträge der Leistungspartner.

2015 Studiosus ist Gründungsmitglied des inzwischen gemeinnützigen Vereins [\*\*"Roundtable Human Rights in Tourism e. V."\*\*](#) und war bis 2018 im Vorstand vertreten.

2016 Im Rahmen des CSR-Tags auf der ITB lädt Studiosus ein zum Podiumsgespräch "Menschenrechte im Tourismus – darum geht es für Unternehmen und darum nicht".

2017 Integration sozialer Verantwortung in Selbstverpflichtungserklärungen für Lieferanten.

2018 Erstellung allgemeingültiger "Guidelines for fair jobs and decent work in tourism" auf der Basis der ILO-Empfehlungen für faire Arbeitsbedingungen im Tourismus: Erarbeitung, Ver- sand und Auswertung eines Fragenkatalogs zur sozialen Verantwortung für Reedereien

und Schiffsreisen.

---

2019 Studiosus baut sein Menschenrechts-Engagement im Rahmen der sozialen Verantwortung weiter aus und unterstützt maßgeblich das Social Impact Assessment des Roundtable Human Rights in Tourism in Myanmar und in Thailand.

---

2020 – 2022 Der Ausbruch des Corona-Virus und der damit verbundene Stillstand der nationalen und internationalen Tourismuswirtschaft bzw. das Nichtstattfinden von Reisen ermöglichen in dieser Zeit keine Erweiterung und Fortsetzung des Menschenrechts-Engagements. Mit Beginn der Reisetätigkeiten im Laufe des Jahres 2022 werden bestehende Maßnahmen und Regelungen wieder eingesetzt und auf ihre Sinnhaftigkeit überprüft und erweitert. Auch wenn Studiosus aufgrund der Zahl der Mitarbeitenden nicht gesetzlich verpflichtet ist, erweist sich das seit Januar 2023 geltende Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) in der Folge des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte als richtungsweisend für das Unternehmen und bestärkt Studiosus in seinen Bemühungen, das bestehende Nachhaltigkeitsengagement weiterzuführen.

### **Umsetzung im Unternehmen**

Das Engagement für Menschenrechte ist im Studiosus-Unternehmensleitbild verankert, in dem es heißt: *"Wir wollen die Achtung der Menschenrechte in den von uns bereisten Ländern fördern. Durch unsere Reisen schaffen wir Austausch, Begegnungen, Information und Öffentlichkeit. Wir glauben daher, dass verantwortungsvoller und nachhaltiger Tourismus langfristig zu einer positiven Veränderung der Menschenrechtssituation beiträgt."*

Für sämtliche im Angebot befindlichen Länder recherchieren die Studiosus-Länderexperten und dort tätige Reiseleitende regelmäßig mögliche relevante Menschenrechtsprobleme im Kontext der Reisen. In den Reiseausschreibungen werden politische, ökonomische, soziale, ökologische und menschenrechtsrelevante Thematiken angesprochen, immer mit der Rücksicht auf die Leistungspartner und Bevölkerung.

Seit 2012 bietet Studiosus über seine Meldestelle für Menschenrechtsfragen – [Menschenrechte@studiosus.com](mailto:Menschenrechte@studiosus.com) – für Gäste und andere Stakeholder die Möglichkeit, Menschenrechtsverletzungen im Kontext der Reisen zu melden. Im Fall einer Meldung nimmt sich der Studiosus-Ausschuss für sozial verantwortlicheres Reisen der Sache an, recherchiert und wird – falls erforderlich und möglich – versuchen, Abhilfe zu schaffen oder aber die Meldung an zuständige externe Stellen weiterzuleiten. Im Jahr 2023 sind, wie in den Vorjahren, keine Meldungen über die Meldestelle eingegangen.

### **Schulungen und Workshops**

In Schulungen und Workshops für Mitarbeitende bzw. Reiseleitende ist das Thema Menschenrechte seit Jahren präsent und wichtig.

Das Thema "Soziale Verantwortung bei Studiosus" ist in die Veranstaltungsreihe "Einführung für neue Mitarbeitende und Auszubildende" integriert. Zudem bekommen Mitarbeitende das Thema in Länderschulungen, sogenannten Treffpunkten, vermittelt. In diesen werden unter anderem Menschenrechtsproblematiken in den einzelnen Zielgebieten thematisiert. Nach der pandemiebedingten Pause wurden diese Treffpunkte in der ersten Hälfte 2023 in digitaler Form wieder aufgenommen.

In Sitzungen, diversen Meetings sowie im internen Mitarbeitenden-Onlinemagazin werden relevante Themen zu Menschenrechten und zur sozialen Verantwortung immer wieder angesprochen. Bezogen auf das gesamte interne Informationsangebot zum Thema Menschenrechte sind 100 % der Mitarbeitenden geschult. Zugleich erfüllt Studiosus seine Verpflichtungen, alle Stakeholder bei der Information über sein menschenrechtliches Engagement einzubeziehen.

Nachhaltigkeit hat auch im Reiseleitendenbereich einen wichtigen Stellenwert. So wurde ein Video-Tutorial „Nachhaltigkeit bei Studiosus“ erstellt. Künftig sollen Reiseleitende verstärkt bei den Dialogforen einbezogen werden. Zur Unterstützung der Nachhaltigungsausschüsse werden temporäre themenbezogene Reiseleitenden-Arbeitsgruppen gebildet, um auf diesem Weg die externe Expertise zu bekommen.

2023 wurde das Thema Menschenrechte auf verschiedenen Reiseleitenden-Veranstaltungen und -Weiterbildungen behandelt. So erhielten acht Teilnehmende im Rahmen eines Seminars zu Family-Reisen auch eine Schulung zum Thema Kinderschutz. Auf Einführungsseminaren für neue Reiseleitende mit insgesamt 39 Teilnehmenden standen ebenfalls die Themen soziale Verantwortung und Nachhaltigkeit auf der Agenda. In Zusammenarbeit mit der Bundeszentrale für politische Bildung gab es ein Webinar zum Thema Rassismus, an dem elf Reiseleitende teilnahmen. Die Online-Innovationsveranstaltung für Reiseleitende beinhaltete auch das Thema Nachhaltigkeit und hatte 194 Teilnehmende. Der Reiseleiter-Beirat mit 29 Ländermentorinnen und -mentoren beschäftigte sich in Vorträgen und Gruppenarbeit ebenfalls mit dem Thema des nachhaltigeren Reisens. Insgesamt fünf Newsletter wurden an 592 Reiseleitende versandt, über Themen aus dem Bereich Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung wurde in vier Ausgaben berichtet, insbesondere im Zusammenhang mit der Erweiterung unserer Corporate-Responsibility-Abteilung im Haus.

Auf dem Studiosus-Reiseleitenden-Portal gibt es eine eigene Rubrik „Nachhaltig reisen“. Neben Inhalten zum sozial verantwortlichen und ökologisch bewussten Reisen, zu menschenrechtlichen Themen sowie zum Kinderschutz sind dort auch alle aktuellen Informationen zum Thema von der Studiosus-Website verlinkt, inklusive des Nachhaltigkeitsberichts.

Kundinnen und Kunden können sich auf der [Studiosus-Website](#) über das Engagement des Unternehmens im Rahmen der ökologischen und sozialen Verantwortung ausführlich informieren. Zudem finden sie Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement von Studiosus in den Reisekatalogen, im Abschnitt "Wir übernehmen Verantwortung". Ebenfalls werden Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement, zu Förderprojekten und zur Sozialverantwortung der Reisen in den Reise-

ausschreibungen sowie den Länderinformationen in den Reisekatalogen bereitgestellt. In regelmäßig erscheinenden Kunden-Newslettern sowie den ein bis zwei Mal im Jahr erscheinenden Kundenmagazinen wird regelmäßig zu Themen der sozialen Verantwortung im Tourismus generell und der Umsetzung bei Studiosus berichtet. Auch nach der Buchung erhalten Reisende ausführliches Informationsmaterial zu Menschenrechten und Tipps zum sozial verantwortlichen Verhalten auf Reisen, z. B. Tipps zum Fotografieren mit der Broschüre "[Blickfang](#)" oder dem [Flyer zum Kinderschutz auf Reisen](#).

Reisebüros, mit denen Studiosus zusammenarbeitet, werden z. B. über Newsletter oder in News-Webinaren über dieses Thema informiert. Einen regelmäßig aktualisierten Flyer, der einen schnellen Überblick über die Nachhaltigkeitsmaßnahmen des Unternehmens bietet, erhalten sowohl Reisebüros als auch Gäste.

#### **Verpflichtung der Geschäftspartner**

2012 wurden sämtliche Verträge mit Leistungspartnern um neue Klauseln auf Basis der ILO-Kernarbeitsnormen ergänzt. Das betrifft faire Arbeitszeiten und Arbeitsbedingungen, angemessene Bezahlung, Versicherungsschutz, Gesundheitsschutz, Kinderarbeit, Kinderschutz, Ausschluss von Zwangsarbeit, Freizeitregelung, Schutz vor Diskriminierung, Meinungs- und Versammlungsfreiheit, angemessene Unterkunft. Die neuen Klauseln wurden weltweit von allen Leistungspartnern unterzeichnet. Sie werden jedes Jahr überprüft und gegebenenfalls aktualisiert.

Um die eingeleiteten Verbesserungsmaßnahmen zu beobachten, hat Studiosus ein Monitoring-System eingerichtet. Für die Leistungspartner in den Bereichen Hotel, Busgesellschaften und Zielgebietsagenturen entwickelte Studiosus einen mehrsprachigen Selbstauskunfts-Fragebogen, der 2012 erstmalig verschickt wurde. Die ersten Auswertungen ergaben die weitere Erarbeitung von einzuleitenden Verbesserungsmaßnahmen. Um langfristig eine sinnvolle Vergleichbarkeit zu erzielen, wurden die Fragen optimiert und Kernindikatoren festgelegt. Die Fragebögen werden jährlich verschickt und ausgewertet. Pandemiebedingt wurden 2020 bis 2022 keine Befragungen durchgeführt. Die Befragung wurde im Jahr 2023 erneut aufgenommen. Die Auswertung erfolgt im Frühjahr 2024.

Seit 2018 gibt es einen Selbstauskunfts-Fragebogen zur Nachhaltigkeit für Reedereien mit Fragen zu sozial verantwortlichen und ökologischen Themen. Der Versand erfolgt aktuell in unregelmäßigen Abständen.

2014 entstand der "Code of Conduct für Begegnungen auf Reisen". Studiosus-Reiseleitende erhalten damit Empfehlungen, wie Besuche und Begegnungen im jeweiligen Reiseland für Gäste und Gastgeber zu gestalten sind. Weiterhin wurden Empfehlungen zum sensiblen Umgang beim Fotografieren und Filmen herausgegeben, der "[Blickfang – Gedanken zum Fotografieren auf Reisen](#)", der 2022 aktualisiert wurde. Alle Studiosus-Gäste erhalten diese Broschüre mit ihren Reiseunterlagen.

### **Unterstützung des "Roundtable Human Rights in Tourism e. V."**

Im Rahmen des "[Roundtable Human Rights in Tourism e. V.](#)" wurde ein [Management-Leitfaden](#) und ein [Online-Fortbildungsmodul](#) entwickelt, in das auch die Erfahrungen von Studiosus eingeflossen sind. Die 2015 erschienene Handlungsempfehlung zur Einhaltung der Arbeits- und Sozialstandards für [Fahrpersonal im Tourismus](#) konnte mit der maßgeblichen Unterstützung von Studiosus realisiert werden. Gleiches gilt für die 2016 erschienene Handlungsempfehlung "Orientierungshilfe zum Umgang mit [menschenrechtlicher Sorgfalt in fragilen Kontexten](#)". Das 2019 durchgeführte Social Impact Assessment Thailand & Myanmar hat Studiosus beratend unterstützt. 2022 war Studiosus Teil einer Arbeitsgruppe, die an einer Handreichung für Produktmanager hinsichtlich des Umgangs mit Reisen in Ländern mit nicht demokratischen Regierungsformen arbeitete. Das [Dokument](#) "Guideline for Tour Operators to Putting People First – Responsible Tourism in Opressive Countries" wurde im Frühjahr 2023 veröffentlicht.

[Inhaltsübersicht](#)

## 5.4 Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern

Bereits 1998 unterstützte Studiosus zusammen mit Terre des Hommes eine deutschlandweite Plakatierung gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern.

Seit dem Jahr 2000 arbeitet Studiosus mit ECPAT (Ending the Sexual Exploitation of Children) zusammen, ein weltweites Netzwerk von Organisationen, die sich für die Beendigung der sexuellen Ausbeutung von Kindern einsetzen. Studiosus unterstützte die Entwicklung des Code of Conduct zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung auf Reisen und im Tourismus (Kinderschutzkodex) und die damit verbundene Gründung der internationalen Kinderschutzinitiative "[thecode.org](#)" in Zusammenarbeit mit ECPAT und weiteren Akteuren der Tourismusbranche. Seit 2001 ist Studiosus aktives Mitglied in der Arbeitsgruppe des Deutschen Reiseverbands (DRV) zur Umsetzung des Kinderschutzkodex. Studiosus hat den Kinderschutzkodex als Reiseveranstalter selbst unterzeichnet und setzt diesen konsequent um ([Kinderschutzkodex der internationalen Reisebranche](#)). Mit der Unterzeichnung des Kinderschutzkodex gehen folgende Maßnahmen einher:

1. Formulierung einer Kinderschutz-Policy für das Unternehmen.
2. Schulung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Bezug auf die Rechte von Kindern, die Prävention von sexueller Ausbeutung und die Etablierung von Meldemechanismen für Verdachtsfälle.
3. Aufnahme einer Kinderschutz-Klausel in die Verträge mit Leistungspartnern.
4. Bereitstellung von Informationen für Reisende über die Rechte von Kindern, die Prävention von sexueller Ausbeutung von Kindern und die Meldemechanismen für Verdachtsfälle.
5. Aufbau von Kooperationen und Zusammenarbeit mit Akteuren, wie Kinderschutzorganisationen oder der Tourismusbranche im Hinblick auf Prävention.
6. Jährliche Berichterstattung und Evaluation der Maßnahmen.

Seine Leistungspartner hat Studiosus schon vor Jahren weltweit vertraglich dazu verpflichtet, sich nicht an Menschenrechtsverletzungen zu beteiligen, wie der Duldung der sexuellen Ausbeutung von Kindern auf Reisen und im Tourismus. Eine Missachtung führt zu einer sofortigen Beendigung der Geschäftsbeziehung, auch auf die Gefahr hin, dass Studiosus keine anderen Partner alternativ zur Verfügung stehen.

Der Besuch von Waisenhäusern im Rahmen der Reiseprogramme ist nicht vorgesehen. Werden im Rahmen unserer Reisen Einrichtungen besucht, in denen sich Kinder und Jugendliche aufhalten, werden entsprechende Vorsorgemaßnahmen getroffen. Dazu gehört der von der Einrichtung zu erbringende Nachweis einer Kinderschutz-Policy, die sorgfältige Planung und Gestaltung der Begegnungsprogramme sowie die Schulung der Reiseleitenden in Zusammenarbeit mit ECPAT Deutschland.

## Information der Kundinnen und Kunden



Studiosus unterstützte in Zusammenarbeit mit dem DRV, ECPAT und der polizeilichen Kriminalprävention die Entwicklung des Flyers "Nicht wegsehen", den das Unternehmen in gedruckter Form an alle Neukunden gibt, unabhängig davon, wohin sie reisen.

Weitere Informationen finden die Gäste in den Reisekatalogen und auf der [Studiosus-Website](#).

[Nicht wegsehen Flyer DE.pdf](#)

[Nicht wegsehen Flyer EN.pdf](#)

## Sensibilisierung von Reiseleitenden und Mitarbeitenden

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Länderteams und des ServiceCenters sowie alle Reiseleiterinnen und Reiseleiter des Unternehmens werden regelmäßig zum Thema Kinderschutz geschult. Dabei arbeitet Studiosus eng mit ECPAT Deutschland e. V. zusammen. Im Jahr 2023 fanden drei Präsenz-Schulungen für insgesamt 60 Mitarbeitende statt. Bei der Grundausbildung neuer Reiseleitenden gehört das Thema zum Basistraining. Alle Reiseleitenden der Studiosus family-Reisen absolvieren verpflichtend eine spezifische Schulung. Zudem werden im Rahmen der Weiterbildung für alle Reiseleitenden Schulungen durchgeführt. In allen jährlich durchgeführten Reiseleitenden-Länderseminaren wird dieses Thema länderspezifisch zwecks Sensibilisierung behandelt. Im internen Mitarbeitenden-Onlinemagazin wird immer wieder zu diesem Thema informiert.

### Destinations-Workshops



Zusammen mit ECPAT Deutschland e. V. hat der DRV in den vergangenen Jahren Workshops in verschiedenen Reiseländern durchgeführt. Studiosus hat sich an der Finanzierung und Organisation der Workshops beteiligt. Ziel der Destinations-Workshops ist es, Mitarbeitenden von Tourismusunternehmen in Reiseländern zu sensibilisieren und ihnen Hilfestellungen an die Hand zu geben, wie sie den Missbrauch von Kindern erkennen und verhindern können. An diesen Schulungen nehmen Mitarbeitende der Studiosus-Leistungspartner in den jeweiligen Destinationen und ggf. Studiosus-Mitarbeitende als Referenten teil. So wurden bereits Mitarbeitende von Hotels und Zielgebietsagenturen in der Dominikanischen Republik, Thailand, Kenia, Sri Lanka, Vietnam, Bulgarien, Indonesien und Deutschland geschult. Pandemiebedingt fanden seit 2020 keine Schulungen mehr statt, weitere sind wieder ab 2024 vorgesehen.

Zudem gibt es eine aktuelle zentrale Meldeadresse, an die sich Mitarbeitende und Reisende in Verdachtsfällen jederzeit wenden können:

<https://www.nicht-wegsehen.net/>

Die Meldeplattform ist auch durch Klick auf den nebenstehenden roten Report-Button zu erreichen.

Hintergründe zum Thema Kinderschutz und sexueller Ausbeutung Minderjähriger im Tourismus erfahren Sie auf der Website von ECPAT unter: <https://ecpat.de/>.



[Inhaltsübersicht](#)

## 5.5 Compliance

### Compliance-Politik

Korruption definiert Studiosus als persönliche Vorteilsannahme, die über eine Gegengabe für eine Serviceleistung oder die übliche Pflege der Geschäftsbeziehungen hinausgeht, wie es im Unternehmensleitbild festgehalten ist. An aktiven Korruptionsmaßnahmen beteiligt sich das Unternehmen nicht. Passive Korruption, die an eine konkrete Auftragsvergabe gebunden ist, wird geahndet. Einladungen und/oder Vergünstigungen, die in angemessener Weise dem Kennenlernen von touristischen Leistungen oder potenziellen Leistungspartnern dienen, betrachtet Studiosus nicht als passive Korruption. Geschenke im Wert von über 100 € sind in jedem Einzelfall dem Arbeitgeber zu melden.

Die Compliance-Politik kommuniziert das Unternehmen über seine Verträge mit den Leistungspartnern, die bereits seit 2002 eine Antikorruptionsvereinbarung als Bestandteil enthalten. Seit 2013 wird sie noch ausführlicher definiert. Beide Parteien verpflichten sich durch die Vereinbarung, keine geldwerten oder anderen Geschenke oder Zuwendungen anzubieten, zu übergeben oder der Übergabe zuzustimmen sowie selbst welche anzunehmen oder der Annahme zuzustimmen. Dies trifft auch für Angestellte, Vertreter oder Dritte zu, die im Namen der jeweils anderen Vertragspartei handeln. Eingeschlossen sind auch Zahlungen an Regierungsvertreter und -beamte, Behördenvertreter oder an deren Mitarbeitende, Familienangehörige oder enge Freunde. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, sich zu benachrichtigen, sobald sie von einem Korruptionsfall Kenntnis bekommen oder einen konkreten Korruptionsverdacht haben.

### Engagement gegen Korruption

Studiosus unterstützt seit 2011 eine Anti-Mafia-Kampagne in Palermo und Neapel. "Addiopizzo – Tschüss, Schutzgeld" – unter diesem Motto haben sich in Palermo vor einigen Jahren zahlreiche Geschäftsleute zusammengeschlossen, die sich weigerten, Schutzgeld an die Mafia zu zahlen. Studiosus unterstützt "Addiopizzo", indem zahlreiche Studiosus-Gruppen auf Italien-Reisen Vertreter der Initiative zum Gespräch treffen.

### Selbstverpflichtungserklärung

Studiosus erwartet von allen seinen Leistungspartnern, Grundsätze und Anforderungen auf Grundlage der ILO-Kernarbeitsnormen einzuhalten. Auch Studiosus hat sich dazu verpflichtet. Für alle Leistungspartner, bei denen die Einhaltung nicht bereits vertraglich verankert ist, wurde eine Selbstverpflichtungserklärung aufgesetzt. Diese umfasst unter anderem Themen wie faire Bezahlung der Mitarbeitenden, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, keine Diskriminierung, Zwangs- oder Kinderarbeit, auch beim Einsatz von Produkten aus Zulieferländern. Die Selbstverpflichtungserklärung ist von neuen Leistungspartnern zu unterzeichnen. Bestehende Leistungspartner werden in regelmäßigen Abständen zur erneuten Unterzeichnung aufgefordert. Eine

Nichteinhaltung der Vereinbarung führt zur Beendigung der Geschäftsbeziehung.

### Selbstverpflichtungserklärung.pdf

#### **Einrichtung einer internen Meldestelle**

Im Jahr 2023 ist in Deutschland das neue Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG) in Kraft getreten. Beschäftigte in Unternehmen nehmen Missstände oftmals als erste wahr und können durch ihre Hinweise dafür sorgen, dass Rechtsverstöße aufgedeckt, untersucht, verfolgt und unterbunden werden. Hinweisgeberinnen und Hinweisgeber übernehmen Verantwortung für die Gesellschaft und verdienen daher Schutz vor Benachteiligungen, die ihnen wegen ihrer Meldung drohen und sie davon abschrecken können.

Studiosus ist seiner gesetzlichen Verpflichtung zur Einrichtung einer Meldestelle nachgekommen. Mit den Aufgaben der internen Meldestelle wurde der Compliance-Beauftragte der Unternehmensgruppe betraut.

Studiosus ist nicht verpflichtet, anonyme Hinweise zu bearbeiten. Um eine vertrauliche und geschützte Kommunikation mit Hinweisgebern zu gewährleisten, soll für Meldungen aber eine Compliance-Standardsoftware, die von einem externen Partner betrieben wird, genutzt werden können. Die Vorbereitungen und die Einführung erfolgen in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung und unter der Beteiligung des Betriebsrats.

#### **Compliance-Beauftragter**

Um im eigenen Unternehmen sicherzustellen, dass die zutreffenden Gesetze und Richtlinien, aber auch freiwilligen Kodizes von allen Mitarbeitenden beachtet und eingehalten werden, hat Studiosus einen Compliance-Beauftragten ernannt, der als Ansprechpartner im Hause dient.

Im Berichtsjahr sind keine Vorfälle aufgetreten, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung nicht eingehalten wurden. Ebenfalls gab es im selben Zeitraum keine Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation, einschließlich Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring nicht eingehalten wurden.

Nichteinhaltung von Gesetzen oder Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich liegt ebenfalls nicht vor.

[Inhaltsübersicht](#)

## 5.6 Engagement für Klimaschutz

Seit Januar 2011 fördert Studiosus den Bau von Biogasanlagen zur Kompensation von Treibhausgas-Emissionen. Seitdem sind mehr als 4000 Anlagen entstanden. Schwerpunkt der Förderung lag bis 2019 im südindischen Bundesstaat Karnataka. Diese Klimaschutzprojekte unterstützte Studiosus – wie bereits Vorgängerprojekte – in Zusammenarbeit mit dem gemeinnützigen Verein Studiosus Foundation e. V. und der **Non-Profit-Klimaschutzorganisation myclimate**. Seit 2020 fließen die Kompensationsgelder von Studiosus in den Bau von Biogasanlagen in Nepal.

Wie alle Klimaschutzprojekte, die Studiosus unterstützt, wurde das Projekt in Nepal nach den Gütekriterien des Clean Development Mechanism Gold Standard überprüft und erfüllt die höchsten Anforderungen (<http://www.cdmgoldstandard.org/>). Damit ist sichergestellt, dass die Biogasanlagen die Entstehung von Treibhausgasen mindern und zugleich die nachhaltige Entwicklung im Projektgebiet fördern. Das Ausgleichsprinzip ist somit gewahrt.

Die Biogasanlagen entstehen in der nepalesischen Region Terai Arc. Jede Anlage spart neun bis zehn Tonnen CO<sub>2</sub> pro Jahr ein. Bei entsprechender Instandhaltung beträgt die Lebensdauer einer solchen Biogasanlage gut 30 Jahre.



Das Bildmaterial entstand bei persönlichen Projektbesuchen von Studiosus-Mitarbeitenden in Indien und Nepal.

### Nutzen von Biogasanlagen:

*Biogasanlagen kommen zum einen dem Klima zugute, weil weniger Treibhausgase freigesetzt werden. Zum anderen stiften sie vielfältigen sozialen Nutzen: Durch die Anlagen müssen die Familien weniger über dem offenen Feuer kochen, wodurch Brandverletzungen vermieden werden können. Atemwegs- und Augenerkrankungen nehmen ab und gleichzeitig haben die Frauen mehr Zeit, weil sie kein Brennholz sammeln müssen. Den Kindern, die ebenfalls in diese Tätigkeiten einbezogen sind steht mehr Zeit zur Verfügung, um die Schule zu besuchen und Hausaufgaben zu machen. Ein weiterer Gesundheitsaspekt: Alle Familien haben die Möglichkeit, ihre Toilette in die Biogasanlage einzuleiten. Auch wirtschaftlich gesehen sind die Effekte groß: Der hochwertige Biodünger, der beim Betrieb entsteht, steigert die Erträge und ersetzt den minderwertigeren Kunstdünger. Die Familien werden unabhängiger in der Energieverfügbarkeit und sparen Kosten*

*ein. Und: Der Bau von Biogasanlagen beschäftigt Menschen vor Ort, was deren Einkommen steigert.*

Mehr über die Funktionsweise des Kompensationsprinzips erfahren Sie im [Film „Klimaschonend Reisen: So ermitteln wir den CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck unserer Reisen“](#).

Im **Jahr 2022** hat Studiosus die Treibhausgas-Emissionen aller Reisen der Gäste weltweit (Flüge ins und im Zielgebiet, Bus-, Bahn- und Schiffsstrecken, Übernachtungen und Verpflegung) sowie aller Flüge, Fahrten und Übernachtungen der Reiseleitenden durch die Finanzierung von Klimaschutzprojekten kompensiert. Insgesamt wurden 2022 **60.965,00 t CO<sub>2</sub>e** kompensiert.

[Zur Urkunde der Klimaschutzorganisation myclimate 2022 \(PDF-Download\)](#)

2023 wurden dafür insgesamt **103.907,00 t CO<sub>2</sub>e** kompensiert.

[Zur Urkunde der Klimaschutzorganisation myclimate 2023 \(PDF-Download\)](#)

Für das **Jahr 2024** wurde ein Kompensationsbeitrag von **27.000,00 t CO<sub>2</sub>e** vorab geleistet.

[Zur Urkunde der Klimaschutzorganisation myclimate 2024 \(PDF-Download\)](#)

Darüber hinaus wurden alle Treibhausgas-Emissionen von Printprodukten, eigenen Dienstreisen sowie des Post- und Paketversands und der Produktbeigaben im Jahr 2022 kompensiert. Insgesamt wurden **1.764,00 t CO<sub>2</sub>e** kompensiert.

Zur [Klimaschutzorganisation myclimate 2022 \(PDF download\)](#).

Im **Jahr 2023** wurden **1.891,00 t CO<sub>2</sub>e** dafür kompensiert.

Zur [Klimaschutzorganisation myclimate 2023 \(PDF download\)](#).

[Inhaltsübersicht](#)

## 5.7 Soziales Engagement am Unternehmenssitz

### Unterstützung der dezentralen Unterkunft Klausenburger Straße in München-Zamdorf:

In enger Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Mitarbeitenden des Fachbereichs Integration Alveni vom Caritasverband, die in der Unterkunft in München-Zamdorf Unterstützungsangebote für geflüchtete Kinder, Jugendliche und deren Familien organisieren, haben Studiosus und vor allem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seit 2016 diverse Projekte unterstützt: Unter anderem wurden Sachspenden von Mitarbeitenden (wie Schulranzen, Wickeltaschen, Fahrräder, Rollerblades, Kindersitze fürs Rad, Kleidung u. v. m.) an die Unterkunft überreicht.

Im ersten Pandemiejahr (2020) konnten zwanzig Geschenkgutscheine sowie eine größere Bargeldsumme als Weihnachtsüberraschung an das Heim überreicht werden – diese wurden komplett durch die Belegschaft gespendet. Im Jahr 2021 spendeten die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Weihnachts-Turnbeutel mit diversen Süßigkeiten, Tees und weiteren kleinen Überraschungen – jede der 31 im Heim wohnenden Familien bekam einen Beutel unterschiedlicher Größe, je nach Anzahl der Familienmitglieder.

2022 konnten alle der insgesamt 180 Kinder in der Unterkunft beschenkt werden: Den Großteil spendete die Belegschaft, ein kleinerer Betrag wurde von Studiosus übernommen.

2023 wohnten weitere Familien und Kinder in Zamdorf (insgesamt 400 Personen): Das Spendenziel von 190 Geschenken konnte komplett von den Mitarbeitenden erreicht werden. In diesem Jahr gab es vor allem nachhaltige und pädagogisch sinnvolle Geschenke wie Springseile, Gummmitwist, Outdoor- und Kreativ-Spiele sowie diverse Spielsachen aus zertifiziertem Holz.

Das Unternehmen hat sich ganz im Sinne seines Unternehmensleitbildes klar positioniert, denn Tourismus und Fremdenfeindlichkeit passen nicht zusammen. Studiosus möchte im Ausland willkommen sein, das Gleiche sollte daher auch für alle gelten, die nach Deutschland kommen.

Ebenfalls in der Vorweihnachtszeit fand der Bücher Basar der unternehmenseigenen Buchhandlung Bernsdorf für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter statt. Der Erlös wurde, wie bereits in den vorangegangenen Jahren, an den Verein BISS e.V. für Bürgerinnen und Bürger in sozialen Schwierigkeiten gespendet.

[Inhaltsübersicht](#)

## 6 Umweltschutz (Umwelterklärung 2024)

Kapitel sechs beinhaltet die Umwelterklärung des Unternehmens Studiosus Reisen München GmbH ohne deren Tochterunternehmen. Die Unternehmensgruppe wird in Kapitel [3.2](#) des Nachhaltigkeitsberichts näher vorgestellt. Beziehen Inhalte der Umwelterklärung Tochterunternehmen mit ein, wird darauf entsprechend hingewiesen.

### Kontext der Organisation

Die durchgeführte Wesentlichkeitsanalyse im Jahr 2015 hat weiterhin Bestand. Eine geplante Überprüfung der wesentlichen Aspekte in den Jahren 2020/2021 musste in der Zeit der Pandemie verschoben werden. Die Nachhaltigkeitsberichte von Studiosus werden sich langfristig an den Vorgaben der Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) sowie den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) orientieren. Auf Basis dieser Vorgaben ist die erneute Durchführung der Wesentlichkeitsanalyse 2024/2025 in Planung. Nähere Informationen zum Stakeholderkontext Studiosus ist Kapitel [4 \(4.1 bis 4.7\)](#) des Nachhaltigkeitsberichts zu entnehmen.

### 6.1 Nachhaltigkeitsprinzipien

Die folgenden Nachhaltigkeitsprinzipien enthalten die Forderungen der Umweltpolitik gemäß EMAS III. Sie sind Teil des Studiosus-Unternehmensleitbildes.

*"Durch unsere Nachhaltigkeitspolitik, die die drei Säulen – Ökonomie, Ökologie und soziale Verantwortung – einschließt, können wir mehrere Ziele gleichzeitig erreichen: innovative, wettbewerbsfähige Produkte, Schonung der natürlichen Ressourcen und Gesundheitsschutz für die Menschen.*

*An den folgenden drei Prinzipien richten wir unsere Nachhaltigkeitspolitik aus:*

**1. Das Verursacherprinzip** setzen wir am Standort München um.

*Der physische Verursacher von Umweltschäden/-belastungen soll die Kosten zur Vermeidung, Reduzierung oder Beseitigung in vollem Umfang tragen.*

**2. Das Kooperationsprinzip**

*Möglichst alle Betroffenen sollen gemeinsam an umweltpolitischen Entscheidungen und Maßnahmen mitwirken.*

**3. Das Vorsorgeprinzip**

*Umweltschäden sollen vor ihrer Entstehung vermieden, umweltrelevante Gefahren vorbeugend abgewehrt werden.*

*Diese Prinzipien der Nachhaltigkeitspolitik werden in unserem Unternehmen nach folgenden Leitlinien umgesetzt:*

*a) Bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf allen Ebenen des Unternehmens wie auch den*

*Reiseleiterinnen und Reiseleitern wird das Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt und für die soziale Verantwortung den Gastgeberländern gegenüber gefördert.*

*b) Die Auswirkungen jeder neuen Tätigkeit, jedes neuen Produkts und jedes neuen Verfahrens auf die Umwelt und das soziale Gefüge werden im Voraus beurteilt.*

*c) Die Folgen der gegenwärtigen Tätigkeiten auf die lokale Umgebung werden beurteilt und konstant überwacht, und alle bedeutenden Auswirkungen dieser Tätigkeiten auf die Umwelt und die soziale Verträglichkeit im Allgemeinen werden geprüft.*

*d) Es werden die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um Belastungen der Umwelt und des sozialen Gefüges zu vermeiden bzw. zu beseitigen sowie insbesondere zum Schutz der Biodiversität beizutragen. Wo dies im Umweltbereich nicht zu bewerkstelligen ist, muss zumindest versucht werden, belastende Emissionen und das Abfallaufkommen auf ein Mindestmaß zu verringern und die Ressourcen zu erhalten; hierbei sind mögliche umweltschonende Verfahrensweisen zu berücksichtigen. Unvermeidbare Emissionen werden in nach dem Goldstandard zertifizierten Projekten kompensiert. Belastungen für das soziale Gefüge sollen durch sozial verantwortliche Programmplanung und eine Sensibilisierung der Reisegäste durch unsere Reiseleitenden möglichst gering gehalten werden. Durch Dialog und Begegnung soll eine positive Wirkung im Sinne der Völkerverständigung erreicht werden.*

*e) Es sind Verfahren zur Kontrolle der Übereinstimmung mit der Umweltpolitik und den sozialen Zielen festzulegen und anzuwenden. Sofern diese Verfahren Messungen erfordern, wird für die Aufzeichnung und Aktualisierung der Ergebnisse gesorgt.*

*f) Es werden auf Grund vertraglicher Regelungen Verfahren und Maßnahmen für jene Fälle erarbeitet und auf dem neuesten Stand gehalten, in denen festgestellt wird, dass ein Leistungspartner seine Umweltpolitik oder Umweltziele nicht einhält bzw. seiner sozialen Verantwortung gegenüber der Bevölkerung der Gastländer nicht gerecht wird.*

*g) Der Öffentlichkeit werden alle Informationen zur Verfügung gestellt, die geeignet sind, die Auswirkungen der Unternehmensaktivität auf die Umwelt und das soziale Gefüge verständlich zu machen; ferner soll ein offener Dialog mit den Stakeholdern geführt werden.*

*h) Die Kundinnen und Kunden werden über die umweltrelevanten und die sozialen Aspekte im Zusammenhang mit ihrer Reise in angemessener Weise informiert.*

*i) Das Unternehmen achtet bei seinen Leistungspartnern auf die Einhaltung des fortschrittlichsten, dem jeweiligen Gastland angemessenen Umweltstandards.*

*j) Das Unternehmen strebt eine kontinuierliche Verbesserung in allen umwelt- und sozial relevanten Bereichen im eigenen Hause an.*

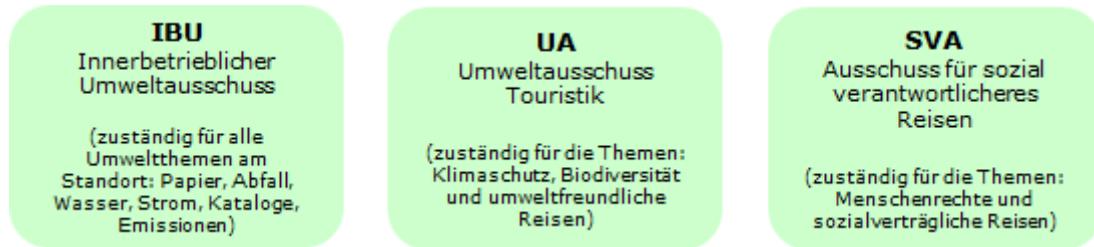
*k) Die umweltrelevanten und auf die soziale Verantwortung ausgerichteten Tätigkeiten des Unternehmens werden in regelmäßigen Abständen überprüft und bewertet.*

*l) Zu unseren Grundsätzen der Umwelt- und Sozialverantwortung zählt ferner, dass wir nicht nur Gesetze und behördliche Auflagen der Bundesrepublik Deutschland sowie völkerrechtliche Bestimmungen und international gültige Rechtsnormen, insbesondere die UN-Menschenrechtscharta, in diesem Bereich einhalten, sondern wir wollen auch, wenn möglich, aus eigener Initiative mit positiven Beispielen darüberhinausgehende Impulse geben."*

[Inhaltsübersicht](#)

## 6.2 Nachhaltigkeitsmanagement

Das Nachhaltigkeitsmanagement bei Studiosus ist Teil eines integrierten Managementsystems. Siehe hierzu Kapitel [3.5](#) des Nachhaltigkeitsberichts. Das Nachhaltigkeitsmanagement des Unternehmens basiert auf drei ständigen Ausschüssen, die mehrmals jährlich tagen und die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen des Unternehmens festlegen.



Mindestens einmal jährlich berichten die zur Umsetzung der Maßnahmen Verantwortlichen im Rahmen einer internen Betriebsprüfung an die Ausschüsse. Die Ausschüsse sind aus Mitgliedern verschiedener Hierarchiestufen, Fach- und Tätigkeitsbereichen zusammengesetzt. Im IBU und SVA ist ein Mitglied der Unternehmensleitung vertreten, im UA ein Gebietsleiter der Touristik. In den Ausschüssen werden gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge und neue Maßnahmen entwickelt, sowie Änderungen an den operativen Zielen vorgenommen. So finden aktuelle Themen und Anliegen Eingang in die Entwicklung von Strategien und Zielen. Die strategischen Ziele werden einmal im Jahr durch die Unternehmensleitung überprüft und gegebenenfalls geändert.

Auch die Politik der nachhaltigen Entwicklung kann eine Änderung erfahren. Einmal im Jahr wird das Managementsystem im Rahmen eines internen Audits überprüft und durch die Geschäftsführung bewertet (Managementreview). Es findet alle drei Jahre eine Rezertifizierung bzw. Revalidierung statt und in den Jahren dazwischen ein Überwachungsaudit. Die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen wird regelmäßig überprüft und sichergestellt. Das geltende Umweltrecht wird eingehalten. Das Nachhaltigkeitsmanagement funktioniert nach den Regeln des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.

Die Delegation von Aufgaben erfolgt z. B. über Stellenbeschreibungen. Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten können im Intranet z. B. über Verfahrensanweisungen eingesehen werden. Im Nachhaltigkeitsmanagement z. B. über die Arbeit der vorbenannten Ausschüsse, ISO-Normen, Managementanweisungen, Arbeitssicherheitsrichtlinien und den Arbeitssicherheitsausschuss. Die Zeichnungsberechtigung wird über den Anstellungsvertrag der Führungskräfte sowie über die Zeichnungsberechtigungsliste geregelt. Die (externen) Zeichnungsberechtigten sind aus dem Handelsregister zu ersehen.

### Beteiligung der Mitarbeitenden sowie Kundinnen und Kunden

Der aktive Einbezug der Mitarbeitenden sowie Reiseleitenden bei Studiosus und deren Information sind auf vielfache Weise sichergestellt. So bspw. im Rahmen des internen Vorschlagswesens, den Nachhaltigkeitsausschüssen, den Befragungen der Mitarbeitenden und Reiseleitenden, dem

Intranet und Reiseleitendenportal oder der digitalen Mitarbeitendenzeitung INTERN, siehe Kapitel [4.2](#) und [4.3](#) des Nachhaltigkeitsberichts.

Ebenso findet ein kontinuierlicher Dialog mit den Kundinnen und Kunden von Studiosus statt. Hierzu sind der Kundenbeirat, die Kundenforen sowie Kundenbefragungen zu nennen, siehe Kapitel [4.5](#) des Nachhaltigkeitsberichts.

### **Etablierte Notfallvorsorge und Gefahrenabwehr**

Im Notfallplan für den Unternehmensstandort wird detailliert geeignetes Verhalten bei verschiedenen Notfallszenarien skizziert. Im Bereich des technischen Brandschutzes wurden zahlreiche Maßnahmen ergriffen (bspw. Brandmeldeanlage, Sprinkler und CO<sub>2</sub>-Feuerlöscher). Notfallübungen werden vom Vermieter in regelmäßigen Abständen organisiert. Das Notfallmanagement bei Reisen, sogenannten Touristischen Notfällen, ist mit langjährigen Strukturen zuverlässig etabliert. Siehe hierzu auch Kapitel [3.7](#) Sicherheit auf Reisen des Nachhaltigkeitsberichts.

### **Rechtsvorschriften**

Die gesetzlichen Anforderungen werden regelmäßig in Abstimmung mit der IHK München überprüft. Neue Gesetze, die Studiosus betreffen, werden in die Gesetzesübersicht der Organisation aufgenommen und umgesetzt.

Neben gesetzlichen Anforderungen wie dem Verpackungsgesetz (VerpackG) zählen zu den bindenden Verpflichtungen auch solche, die sich das Unternehmen selbst auferlegt hat. Dazu gehören das Unternehmensleitbild, die Führungsleitlinien, die Nachhaltigkeitsprinzipien, das Commitment zu Menschenrechten im Tourismus, die Selbstverpflichtungserklärung und der Kinderschutzkodex („thecode.org“), den das Unternehmen unterzeichnet hat.

### **Zertifizierung des Umweltmanagementsystems**

Studiosus war der erste europäische Reiseveranstalter, dessen Umweltmanagementsystem nach EMAS validiert und nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert wurde. Seit der Erstzertifizierung und Erstvalidierung im Jahr 1998 wurde das Umweltmanagementsystem im Dreijahreszyklus nach DIN EN ISO 14001 rezertifiziert und nach EMAS revalidiert. Dabei wurde stets die aktuelle Norm berücksichtigt.

Im Juli 2004 wurden die Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme in ein integriertes Managementsystem zusammengeführt. Zuletzt wurden die Managementsysteme im März 2023 gemäß der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001:2015 sowie nach den Umweltnormen DIN EN ISO 14001:2015 und EMAS III rezertifiziert bzw. revalidiert. Die Zertifikate sind bis März 2026 gültig.

#### [EMAS-Urkunde gültig-bis-2026.pdf](#)

---

[Zertifikat ISO 14001.pdf](#)

[Inhaltsübersicht](#)

---

### 6.3 Wesentliche Umweltaspekte

Grundlage für die Bewertung der wesentlichen Umweltaspekte sind die identifizierten externen Themen „Klimawandel“ und „Überbeanspruchung von Ressourcen/Overtourism“ für die Geschäftstätigkeit von Studiosus als Reiseveranstalter. Das externe Thema „Pandemie“ und die damit verbundenen Risiken wurden im Managementsystem berücksichtigt. Die Bewertung der wesentlichen Umweltaspekte bezieht sich auf die Umweltauswirkungen der üblichen Geschäftstätigkeit von Studiosus. Das in Folge der Corona-Pandemie noch reduzierte Reiseaufkommen 2023 wird bei der Bewertung der wesentlichen Umweltaspekte außer Acht gelassen. Die Bewertung der Umweltaspekte ergibt sich aus den regelmäßig tagenden Ausschüssen, siehe Schilderungen zum Innerbetrieblichen Umweltausschuss sowie Umweltausschuss Tourismus in Kapitel [6.2](#).

<b>Umwetaspekt</b>	<b>Beeinflussbarkeit</b>	<b>Umweltauswirkung</b>	<b>Bedeutung des Umwetaspekts</b>
Treibhausgas-Emissionen durch den Transport der Gäste auf Reisen (Flug, Bus, Bahn, Schiff etc.)	Indirekter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	<b>Sehr hoch</b> , da jährlich gut 100.000 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Unterbringung der Gäste auf Reisen (Energieverbrauch zum Heizen und zur Beleuchtung, Wasserverbrauch im Bereich Sanitär)	Indirekter Umwetaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Ressourcenverbrauch, Wasserverschmutzung	<b>Hoch</b> , da jährlich knapp 800.000 Übernachtungen in Hotels gebucht werden
Verpflegung der Gäste auf Reisen (Energieverbrauch in der Küche, zum Heizen und zur Beleuchtung; Wasserverbrauch im Bereich Sanitär und in der Küche; Abfallaufkommen in der Küche)	Indirekter Umwetaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Ressourcenverbrauch, Wasserverschmutzung	<b>Hoch</b> , da jährlich über 80.000 Gäste mit im Durchschnitt 10 Übernachtungen mit Studiosus unterwegs sind

Siehe „[Umweltschutz auf Reisen, Kapitel 6.4](#)“

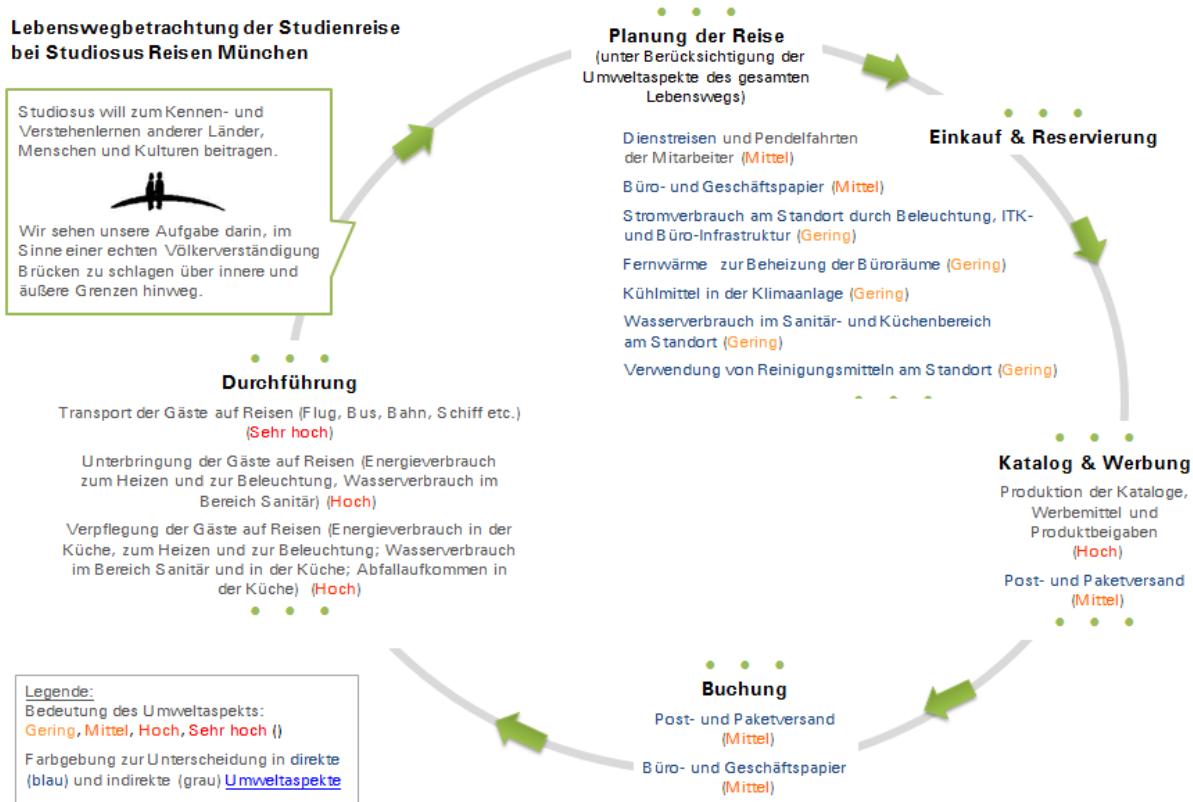
Treibhausgas-Emissionen durch die Produktion der Kataloge, Werbemittel und Produktbeigaben	Indirekter Umwetaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	<b>Hoch</b> , da jährlich 2800 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Treibhausgas-Emissionen von	Direkter	Globale Erwärmung	<b>Mittel</b> , da jährlich

Dienstreisen	Umwetaspekt	durch Treibhausgas-Emissionen	circa 300 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Treibhausgas-Emissionen der Pendelfahrten der Mitarbeitenden	Indirekter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	<b>Mittel</b> , da jährlich ca. 240 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Treibhausgas-Emissionen des Post- und Paketversands	Direkter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	<b>Mittel</b> , da jährlich knapp 200 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Verbrauch an Büro- und Geschäftspapier	Direkter Umwetaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Ressourcenverbrauch, Abfallerzeugung	<b>Mittel</b> , da durch den Druck der Reiseunterlagen der Papierverbrauch höher ist als in einem normalen Bürobetrieb
Stromverbrauch am Standort durch Beleuchtung, IT- und Büro-Infrastruktur	Direkter Umwetaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	<b>Gering</b> , da geringer Stromverbrauch pro Mitarbeitendem im Vergleich zu einem produzierenden Unternehmen und durch den Bezug von Ökostrom kaum Emissionen anfallen
Verbrauch an Fernwärme zur Beheizung der Büroräume	Direkter Umwetaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Luftverschmutzung	<b>Gering</b> , da die Fernwärme der Stadtwärme München eine gute CO <sub>2</sub> -Bilanz hat. Die Räumlichkeiten des Unternehmens befinden sich in einem Gebäude mittleren Energiestandards
Kühlmittel in der Klimaanlage	Direkter Umwetaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-	<b>Gering</b> , da nur spezifische Funktionsräume

		Emissionen	me klimatisiert werden
Wasserverbrauch im Sanitärbereich und den Teeküchen	Direkter Umweltaspekt	Ressourcenverbrauch, Wasserverschmutzung	<b>Gering</b> , da nur haushaltsübliche Mengen an Wasser verbraucht werden
Verwendung von Reinigungsmitteln	Direkter Umweltaspekt	Ressourcenverbrauch, Abfallerzeugung, Wasserverschmutzung	<b>Gering</b> , da nur haushaltsübliche Mengen umweltschonender Reinigungsmittel verbraucht werden

siehe „[Umweltschutz am Unternehmenssitz, Kapitel 6.5](#)“

### Zuordnung der wesentlichen Umweltaspekte zum Lebensweg der Studienreise



[Inhaltsübersicht](#)

## 6.4 Umweltschutz auf Reisen

### Klimaschutz

Nach dem Prinzip "vermeiden vor reduzieren vor kompensieren" versucht Studiosus, die Umweltbelastung seiner Reisen so gering wie möglich zu halten.



Durch das Angebot von Non-Stop-Flügen (ohne Zwischenlandung), im Reisepreis inkludierter "Rail & Fly"-Tickets und der alternativen Bahnreise ins Zielgebiet sollen CO<sub>2</sub>e- Emissionen vermieden werden. Studiosus bietet zudem gezielt längere Reisen an, da das Verhältnis zwischen Transportaufwand und Aufenthaltsdauer bei diesen Reisen besser ist. Flugreisen unter vier Tagen werden mit Ausnahme von kultimer-Reisen nicht durchgeführt.

Innerhalb Europas bietet Studiosus eine Fülle von Busreisen an, z. B. nach Frankreich und Polen. Zur Vermeidung von CO<sub>2</sub>e- Emissionen tragen weitere Maßnahmen bei. So werden alle Reiserouten weltweit so geplant, dass wenn immer sinnvoll möglich Bus und Bahn zum Einsatz kommen und auf Inlandsflüge verzichtet werden kann. Des Weiteren werden Stadtbesichtigungen häufig mit öffentlichen Verkehrsmitteln durchgeführt.

Auch die Kampagne "Stop the engine – whenever possible", die das Unternehmen seit 1993 durchführt, hat zum Ziel, CO<sub>2</sub>e-Emissionen zu vermeiden. Busunternehmen sollen entsprechende Schilder in den Studiosus-Bussen anbringen: Zum einen, um die eigenen Busfahrenden daran zu erinnern, bei Wartezeiten des Busses den Motor abzustellen, und zum anderen, um auch Gäste und andere Verkehrsteilnehmende darauf aufmerksam zu machen.

### Klimaschonend unterwegs durch CO<sub>2</sub>e-Kompensation

Trotz aller Bemühungen CO<sub>2</sub>e- Emissionen zu vermeiden, bleibt Studiosus bei der Reisedurchführung auf die Nutzung von Transportmitteln angewiesen. Insbesondere das Flugzeug kann bei längeren Distanzen nicht ersetzt werden. Vor diesem Hintergrund setzt das Unternehmen auf CO<sub>2</sub>e - Kompensation und investiert in erneuerbare Energien im Globalen Süden. Dadurch möchte das Unternehmen einen langfristigen Beitrag zum Klimaschutz und zur Unterstützung der Sustainable Development Goals leisten.

So werden bereits seit 2012 für alle Fahrten zu Lande und zu Wasser, die in den Reiseleistungen von Studiosus weltweit enthalten sind, CO<sub>2</sub>e-Kompensationsbeiträge gezahlt. Studiosus rechnet dazu den Treibhausgas-Ausstoß für jeden zurückgelegten Kilometer in einen Geldwert zum CO<sub>2</sub>e-Ausgleich um und finanziert in Höhe des ermittelten Betrags den Bau von Biogasanlagen.

Darüber hinaus wurde die freiwillige Flugkompensation der Reisen mittels Kompensationsrechner über Jahre bei den Gästen beworben. Der Anteil kompensierter Emissionen, welcher durch die Studiosus Kompensation (Fahrten zu Lande und zu Wasser) sowie die freiwillige Gästekompensa-

tion (Flüge) erreicht wurde, war gemessen an den Gesamtemissionen der Reisen jedoch unbefriedigend. So lag der Anteil kompensierter Emissionen in der Regel unter 10 %.

Eine Problemstellung, die in der Diskussion im Umweltausschuss Touristik (UA) des Unternehmens ebenso aufgegriffen wurde wie in der Unternehmensleitung selbst. Auf Basis dieser Diskussion fiel 2020 die Entscheidung, die Kompensation aller auf Studiosus-Reisen anfallenden Treibhausgas-Emissionen in den Reisepreis einzuschließen. Seit der Reisesaison 2021 werden daher neben den Transporten zu Lande und zu Wasser alle in der Reisebuchung enthaltenen Flüge sowie die Hotelübernachtungen inkl. Verpflegung durch Investitionen in Klimaschutzprojekte in Nepal kompensiert.

Seit Mai 2022 veröffentlicht Studiosus zudem bei jeder Reise den CO<sub>2</sub>e-Fußabdruck inklusive des separat ausgewiesenen Anreiseanteils und sorgt damit für Transparenz beim Klimaschutz. In vielen Zielgebieten in Europa schreibt Studiosus alternativ zur Flug- auch die Bahnreise aus. In diesen Fällen können Kundinnen und Kunden die Anreisearten in puncto Klimawirksamkeit vergleichen und dieses in ihre Entscheidung einfließen lassen.

Auch in der Branche plädiert Studiosus für den [Einschluss der CO<sub>2</sub>e-Kompensation in den Reisepreis](#) sowie eine transparente Darstellung des CO<sub>2</sub>e-Fußabdrucks in den Reiseausschreibungen. Studiosus unterstützt daher als Gründungsmitglied den [Verein KlimaLink](#), einen 2022 von Reiseunternehmen und -verbänden gegründeten Verein zur Entwicklung eines Standards zur Berechnung von CO<sub>2</sub>e-Emissionen aus den einzelnen Bestandteilen der touristischen Wertschöpfungskette.

Die Zustimmung der Studiosus-Gäste zur CO<sub>2</sub>e-Kompensation ist groß. So gaben im Herbst 2022 bei einer Kundenbefragung (Nettostichprobe 1200 Personen) 84 Prozent der Befragten an, dass es positiv sei, dass bei Studiosus die Kompensation aller Emissionen einer Reise bereits im Preis enthalten sei.

Treibhausgas-Emissionen durch Transportmittel werden wie folgt berechnet:

Für erdgebundene Transportmittel werden Treibhausgas-Emissionen in Gramm pro km angesetzt. Basis bilden Angaben des Umweltbundesamt und ähnliche Quellen. Die Emissionswerte werden regelmäßig auf Aktualität überprüft. Für die Berechnung von Flugemissionen wird in Kooperation mit myclimate ein Emissionsrechner eingesetzt. Dieser berücksichtigt u. a. die verstärkte Wirksamkeit von Treibhausgas-Emissionen in der Höhe (RFI). Grundlage der Berechnung war 2022 und 2023 ein RFI von zwei.

Für die Berechnung 2023 wurden folgende Emissionswerte angesetzt:

Treibhausgas-Emissionen pro Transportmittel		2023
	Berechnung über Emissionsrechner	
Flugzeug		
PKW Auslastung zwei Pers.	in g pro km	110
Bahn Fernstrecke	in g pro km	32
Reisebus	in g pro km	31
ÖPNV	in g pro km	78

Für sein Klimaschutz-Engagement wurde Studiosus vielfach ausgezeichnet. So erhielt das Unternehmen den Touristikpreis von "Sonntag aktuell" und den "myclimate-Award" der gleichnamigen Klimaschutzorganisation. Beim Deutschen CSR-Preis ist Studiosus in der Kategorie "CO<sub>2</sub>-Vermeidung als Beitrag zum Klimaschutz" unter die Finalisten gekommen. 2022 erhielt Studiosus für die Vollkompensation seiner Reisen die EcoTrophea des Deutschen Reiseverbands (DRV). Mit dem renommierten Preis für Umweltschutz und soziale Verantwortung würdigt der DRV beispielgebende Projekte, die einen wirkungsvollen Beitrag zur Nachhaltigkeit im Tourismus leisten. Überzeugt hatte die mit hochkarätigen Experten besetzte Jury insbesondere die Entscheidung von Studiosus, die Kompensation der CO<sub>2</sub>e-Emissionen in den Reisepreis einzuschließen und in Klimaschutzprojekte im Globalen Süden zu investieren. Beispielgebend fanden die Fachleute zudem, dass Gäste von Studiosus vorab transparente Informationen über die Emissionen ihrer Reisen erhalten und somit deren Klimawirkung in ihre Buchungsentscheidung einbeziehen können.

### Biodiversität

Die Programme sind so gestaltet, dass sie Rücksicht auf Mensch, Tier und Natur nehmen. In Naturschutzgebieten werden lokale Guides hinzugezogen, da diese den Gästen neben einem spezifischen Wissen über Fauna und Flora auch den schonenden Umgang mit eben dieser auf den Touren vermitteln können. Tiere sollen möglichst in ihrem natürlichen Lebensraum beobachtet werden. Der Besuch von Umwelt- und Sozialprojekten gehört zu jeder Studiosus-Reise dazu.

### Umweltfreundlichkeit der Reisen

Erdgebundene Reisen sind im Hinblick auf die Emissionen besonders umweltschonend. Studiosus bietet 2024 (Stand 17.1.2024) insgesamt 45 Busreisen, 66 Bahnreisen sowie zwei Reisen mit Schiffsanreise an. Die Reisen führen die Gäste durch 18 Länder. In diesem Zusammenhang sind die Reisen im Komfortbus zu nennen. Bei diesen Reisen ist der Weg das Ziel. Typische Flugreiseziele werden umweltschonend im Reisebus erreicht (England-Schottland, das Baltikum und Skandinavien). Dabei hat Studiosus den jeweiligen Busstandard genau im Blick. So werden bei der jährlichen Busbefragung der Leistungspartner neben Sicherheitsaspekten auch qualitative, ökologische sowie soziale Aspekte abgefragt und ausgewertet.

Die Kunden können die Umweltfreundlichkeit ihrer Reise bewerten. Im Jahr 2023 lag die Zufriedenheit mit der Umweltverträglichkeit des Reiseverlaufs bei 92,4 %. Die Kundenzufriedenheit mit den Umweltschutzmaßnahmen in den Hotels konnte von 68 % im Jahr 1996 auf 83,7 % im Jahr 2023 gesteigert werden.

#### Weitere Kennzahlen zur Struktur der Reisen<sup>1</sup>:

		2023	2022	2021
Übernachtungen je Unterkunftskategorie				
Bis 2 Sterne	in %	3%	3%	2%
3 Sterne	in %	26%	26%	25%
4 Sterne	in %	61%	64%	66%
5 Sterne	in %	10%	7%	6%
Durchschnittliche Länge der Reisen	in Übernachtungen	10	9	8
Treibhausgas-Emissionen der Reisen <sup>2</sup>				
Durchgeführte Reisen	pro Gast und Übernachtung in kg	179	161	127
	pro Jahr in t	98.232	57.817	10.976 <sup>3</sup>
Kompensierte Treibhausgas-Emissionen	in %	100%	100%	100%
Anteile Bus-, Bahn- und Fluggäste <sup>5</sup>				
Bus	in %	8%	10%	15%
Bahn	in %	10%	10% <sup>4</sup>	12% <sup>4</sup>
Flug	in %	82%	80% <sup>4</sup>	73% <sup>4</sup>

1) Auf Basis aller durchgeführten Reisen. Enthalten sind alle Studiosus- und kultimer-Reisen.

2) Treibhausgas-Emissionen auf den Reisen der Gäste weltweit. Beinhaltet Flüge ins und im Zielgebiet, Bus-, Bahn- und Schiffsstrecken, Übernachtungen und Verpflegung sowie Transporte der Reiseleiterinnen und Reiseleiter.

3) Die Emissionen des Jahres 2021 lagen deutlich unter Vergleichswerten aus den Jahren vor Beginn der Corona-Pandemie mit ca. 100.000 Tonnen jährlich.

4) Die Zahlen wurden rückwirkend angepasst, da eine verbesserte Erhebungsgrundlage zur Verfügung steht.

5) In Folge der Corona-Pandemie verschob sich das Reiseaufkommen in den Jahren 2021 und 2022 deutlich. Fernreisen nahmen ab, wogegen verstärkt Reisen in Europa angenommen wurden. Dadurch konnte ein höherer Anteil an Bus- und Bahnreisen erreicht werden als noch vor Pandemiebeginn (Transportanteile 2019<sup>4</sup>: Bus 5 %, Bahn 7 %, Flug 88 %).

**Kompensationsurkunden:**

Studiosus kompensiert die Treibhausgas-Emissionen aller Reisen der Gäste weltweit (Flüge ins und im Zielgebiet, Bus-, Bahn- und Schiffsstrecken, Übernachtungen und Verpflegung) sowie aller Flüge, Fahrten und Übernachtungen der Reiseleitenden durch die Finanzierung von Klimaschutzprojekten. Insgesamt wurden im **Jahr 2022 60.965,00 t CO<sub>2</sub>e** kompensiert.

[Zur Urkunde der Klimaschutzorganisation myclimate 2022 \(PDF-Download\)](#)

Im **Jahr 2023** wurden dafür **103.907,00 t CO<sub>2</sub>e** kompensiert.

[Zur Urkunde der Klimaschutzorganisation myclimate 2023 \(PDF-Download\)](#)

[Inhaltsübersicht](#)

## 6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz

Das Umweltmanagementsystem ist nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert und nach EMAS validiert. Einziger Standort der Studiosus Reisen München GmbH sind die angemieteten Büroflächen im „Atrium Riesstraße“ (Riesstraße 25, 80992 München) in München-Moosach. Hierbei handelt es sich um ca. 36.000 qm großes Bürogebäude mittleren Energiestandards aus dem Jahr 1991. Die Büroflächen verteilen sich auf fünf Stockwerke eines der vier Gebäudeteile. In einem weiteren Gebäudeteil sind einzelne Lagerflächen angemietet. Das Management der Haustechnik erfolgt über eine durch den Eigentümer bestellte Hausverwaltung.

Die Kennzahlen Treibhausgas-Emissionen am Standort, gefährliche Abfälle (Elektroschrott, Batterien und Leuchtstoffröhren) sowie Aktenvernichtung beziehen sich auf die gesamte Unternehmensgruppe. Alle übrigen Aussagen beziehen sich auf die Geschäftstätigkeit der Studiosus Reisen München GmbH mit 215 Mitarbeitenden (Stand 31.12.2023).

### Energie, Abfall, Wasser und Papier

Der Energieverbrauch am Standort wird vor allem durch die IT-Infrastruktur (Server, PCs und Drucker) und die Beleuchtung beeinflusst. Durch Maßnahmen wie den Einsatz von Thin- bzw. Zero-Clients, die über 50 % weniger Strom verbrauchen als ein herkömmlicher PC, und eine effiziente Serverstruktur kann der Stromverbrauch weiter reduziert werden. Der Strom stammt zu 100 % aus erneuerbaren Energien. Die Heizenergie ins Bürogebäude wird per Fernwärme geliefert. Studiosus ist am Geschäftsstandort Mieter. Die Fernwärme der Stadtwerke München soll bis 2040 vollständig aus erneuerbaren Energien gewonnen zu werden, überwiegend durch den Ausbau der Geothermie. Der Anteil erneuerbarer Energien am Energiemix betrug im Jahr 2022 21,5 %. Die anfallenden Emissionen entsprechen 66 Gramm CO<sub>2</sub>e je kWh.

Das Abfallaufkommen bei Studiosus setzt sich im Wesentlichen aus den Fraktionen Restmüll, Papier und Aktenvernichtung zusammen. Wobei der Restmüll in München für die Fernwärmeherstellung verwendet wird. Seit 2019 werden die in den Teeküchen anfallenden Kunststoffe (z. B. leere Milchpackungen, Essensverpackungen o. ä.) separat gesammelt. Biomüll wird derzeit über den Restmüll entsorgt, da im Gebäude keine separate Entsorgung durch die Hausverwaltung ermöglicht wird. Gefährliche Abfälle wie Batterien, Leuchtstoffröhren und Elektroschrott werden über zertifizierte Entsorgungsunternehmen oder kommunale Wertstoffhöfe umweltgerecht entsorgt. Abfallvermeidung ergibt sich auch durch eine gute Recyclingfähigkeit und langlebige Produkte. Daher wird beim Einkauf von IT-Geräten und Büroausstattung darauf geachtet. Die Tonerkartuschen werden durch ein vertraglich vereinbartes Rücknahmesystem vom Servicepartner fachgerecht entsorgt. Tonerkartuschen, die nicht unter das Rücknahmesystem fallen, werden von einem zertifizierten Entsorgungsfachbetrieb entsorgt. Am Bürostandort wird den Mitarbeitenden in regelmäßigen Abständen die Möglichkeit zur Rückgabe überzähliger Büromaterialien gegeben, sodass diese erneut in Umlauf gelangen können. Dieses Angebot wird sehr gut wahrgenommen.

Wasser wird am Standort in haushaltsüblichen Mengen im Sanitärbereich sowie in den Teeküchen verbraucht. Im Jahr 2022 fand eine Kernsanierung im ganzen Haus statt. In den WCs wurden neue, wassersparende Lösungen verbaut (z.B. Zwei-Mengen-Spülung, Sensorautomatik am Wasserhahn).

Durch den Druck der Reiseunterlagen ist der Papierverbrauch bei Studiosus um über 50 % höher als in einem reinen Bürobetrieb. Seit vielen Jahren kommt sowohl beim Geschäfts- als auch beim Kopierpapier 100 % Recyclingpapier mit dem Umweltzeichen "Blauer Engel" zum Einsatz. Maßnahmen wie beidseitiges Drucken und Kopieren, ein firmeninternes Intranet sowie diverse IT-Lösungen, die das Ausdrucken von Korrespondenz und Unterlagen überflüssig machen, gehören seit Jahren zum Standard.

Die Klimaanlage im Dachgeschoss wurde 2018 in Betrieb genommen und ist mit 32,5 kg des Kühlmittels R410A und 1,4 kg des Kühlmittels R32 befüllt. Kühlmittel haben, wenn sie bei Defekt der Anlage entweichen, eine erhebliche Klimawirksamkeit. Daher wird jährlich geprüft, ob es zu Kühlmittelverlust kommt. Die Dichtheitsprüfung fand zuletzt im Juni 2023 statt. Seit Inbetriebnahme ist kein Kühlmittel entwichen, sodass keine Treibhausgas-Emissionen freigesetzt wurden. Die nächste Prüfung findet im ersten Halbjahr 2024 statt.

		2023	2022	2021	2020
<b>Zusammenfassung der Verbräuche</b>					
Stromverbrauch	pro MA und Jahr in kWh	1.029	1062 <sup>3</sup>	904 <sup>2</sup>	852 <sup>2</sup>
	pro Jahr in kWh	235.749	225.069 <sup>3</sup>	199.741 <sup>2</sup>	224.032 <sup>2</sup>
Heizenergie- verbrauch <sup>4</sup>	pro MA und Jahr in kWh	n.v. <sup>5</sup>	1.232	1.271	1.047
	pro Jahr in kWh	n.v. <sup>5</sup>	246.498	267.284	257.761
Abfallaufkommen (nicht gefährliche Abfälle)	pro MA und Jahr in kg	115 <sup>6</sup>	59	53	109 <sup>6</sup>
	pro Jahr in t	28 <sup>6</sup>	14	13	31 <sup>6</sup>
Elektroschrott	pro Jahr in kg	315	434	514 <sup>7</sup>	371
Entsorgte Batterien	pro Jahr in kg	28	20	10	15
Entsorgte Leuchtstoffröhren	pro Jahr in Stück	45	0 <sup>7</sup>	40	45
Wasserverbrauch <sup>8</sup>	pro MA und Jahr in m <sup>3</sup>	n.v.	10	10	12
	pro Jahr in m <sup>3</sup>	n.v.	2.103	2.255	3.312
Kopierpapier, Geschäftspapier und Kuverts <sup>1</sup>	pro MA und Jahr in kg	68	84	41	29
	in Gramm je Gast	260	440	841	1009
	pro Jahr in t	15	17	9	7

1) Der Papierverbrauch je Gast im Jahr 2020 war durch bereits getätigten Unterlagendruck, kurzfristige Stornierungen (Corona-Pandemie) sowie ausführlichere Reisehinweise deutlich erhöht. Der hohe Papierverbrauch je Gast setzte sich 2021 fort, da weiterhin hoher Aufklärungsbedarf über die angepassten Hygienebestimmungen und das Sicherheitskonzept auf Reisen bestand. Ab dem Jahr 2022 konnte der Papierverbrauch je Gast wieder deutlich gesenkt werden, auch deshalb, da es technische Umstellungen erlauben, dass mehr gemailt und weniger gedruckt wird.

2) Umstellung der Kennzahl auf kWh anstelle Gigajoule. Der absolute Stromverbrauch sank in den Jahren 2020 und 2021 weniger stark als die Zahl der Mitarbeitenden. Im Bereich der IT-Infrastruktur gab es keine großen Einsparpotenziale, da die Serverinfrastruktur inkl. Klimatisierung aufrechterhalten werden musste. Im Jahr 2021 wurden zudem 158 Luftreinigungsgeräte für die Büroräume beschafft.

3) Mit Ablauf der Kurzarbeit zum 1.7.2022 und höherer Präsenz der Mitarbeitenden am Standort stieg der Stromverbrauch erneut an.

4) Umstellung der Kennzahl auf kWh pro Mitarbeitende anstelle Gigajoule pro m<sup>2</sup>. Der Heizenergieverbrauch am Standort wird rückwirkend ab 2020 außentemperaturbereinigt dargestellt. Die Hausverwaltung verwendet hierfür Klimafaktoren des Deutschen Wetterdienstes, um die Verbräuche unabhängig von der geografischen Lage und Witterungseinflüssen über mehrere Jahre vergleichbar zu machen.

5) Angaben liegen noch nicht vor, da die Heizkostenabrechnung durch die Hausverwaltung noch nicht abgeschlossen ist.

6) Im Abfallaufkommen ist die Aktenvernichtung enthalten. Durch die Auflösung von Aktenlagerbeständen liegt die Aktenvernichtung in manchen Jahren deutlich über dem Normalanfall von Abfall.

7) Durch unregelmäßige Abholrhythmen ergeben sich teils Schwankungen.

8) Der Gesamtwasserverbrauch wird im Bürokomplex nach Quadratmetern auf alle Mieter umgelegt. Es gibt keine Unterzähler, daher kann der Wasserverbrauch von Studiosus nicht gesondert ausgewiesen werden. Die Berechnung des Verbrauchs in Kubikmetern erfolgt über die in Rechnung gestellten Kosten geteilt durch die aktuellen Kosten je Kubikmeter.

Das Thema Biodiversität kommt bei Studiosus am Standort aktuell noch nicht zur Anwendung, da die Räumlichkeiten des Unternehmens angemietet sind und Studiosus keinen direkten Einfluss auf die Flächenversiegelung nehmen kann.

### **Kataloge und Werbemittel**

Die Kataloge werden auf chlorfreiem Papier mit durchschnittlich 45 % Altpapieranteil aus Etikettenabfällen gedruckt. Der Holzschliffanteil wird aus heimischem Durchforstungsholz gewonnen und garantiert eine mehrmalige Recyclingfähigkeit des Materials. Um den Verbrauch von Rohstoffen einzuschränken, hält Studiosus die Katalogauflage so gering wie möglich.

Bei den Werbemitteln kommen bevorzugt umweltschonende Materialien zum Einsatz. Beispielsweise verwendet Studiosus zur Produktion der Kofferanhänger Lederreste, die auf diese Art und Weise der Umwelt zuliebe eine weitere Verwendung finden, und lässt sie im Hinblick auf die CO<sub>2</sub>-Bilanz in Deutschland produzieren. Die Reiseunterlagen werden in umweltschonenden Unterlagentaschen aus Papier versendet.

Papierge wicht		2023	2022	2021	2020
Kataloge	Gewicht in kg pro gereistem Gast	5	9 <sup>2</sup>	35	80 <sup>1</sup>

Treibhausgas-Emissionen		2023	2022	2021	2020
Kataloge und Werbemittel <sup>3</sup>		23	30	38	26
Kataloge	Treibhausgas-Emissionen in kg pro prognostiziertem Gast	3	3	3	2
Sonstige Drucksachen		2	2	2	2
Produktbeigaben					

1) Der Gästeeinbruch im Jahr 2020 betrug ca. 90 % durch den Beginn der Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie. Der gesamte Katalogbedarf für 2020 wurde aber bereits im Herbst 2019 gedruckt.

2) Im Jahr 2022 glich sich das Aufkommen von Katalogpapierge wicht pro gereistem Gast wieder dem Niveau von vor der Pandemie an.

3) Die Angaben zu den Treibhausgas-Emissionen Kataloge und Werbemittel beziehen sich auf Studiosus Reisen München sowie Marco Polo Reisen.

### **Selbstverpflichtungserklärung**

Studiosus erwartet von allen seinen Leistungspartnern, Grundsätze und Anforderungen der ILO-Kernarbeitsnormen einzuhalten. Auch Studiosus hat sich dazu verpflichtet. Für alle Leistungspartner, bei denen die Einhaltung nicht bereits vertraglich verankert ist, wurde eine Selbstverpflichtungserklärung erstellt. Diese umfasst unter anderem Themen wie faire Bezahlung der Mitarbeitenden, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, keine Diskriminierung, das Verbot von Zwangs- oder Kinderarbeit, auch beim Einsatz von Produkten aus Zulieferländern. Eine Nichteinhaltung der Vereinbarung führt zur Beendigung der Geschäftsbeziehung.

### **Selbstverpflichtungserklärung**

#### **Emissionen**

Die Treibhausgas-Emissionen am Standort werden für die Katalog- und Werbemittelproduktion, Dienstreisen, den Post- und Paketversand, den Papierverbrauch und den Heizenergie- und Stromverbrauch ausgewiesen.

Den größten Anteil der freigesetzten Treibhausgase machte in Deutschland 2022 das Treibhausgas Kohlendioxid (CO<sub>2</sub>) mit gut 89 % aus ([UBA 2023](#)). Neben CO<sub>2</sub> werden die Emission der

Treibhausgase Methan ( $\text{CH}_4$ ) und Lachgas ( $\text{N}_2\text{O}$ ) zur Berechnung der Gesamtemissionen in  $\text{CO}_2$ -Äquivalente ( $\text{CO}_2\text{e}$ ) umgerechnet und mit berücksichtigt. Bei der Berechnung der Flüge findet eine gesonderte Berücksichtigung der Nicht- $\text{CO}_2$ -Auswirkungen des Luftverkehrs statt, siehe [Kapitel 6.4.](#)

Dienstreisen gehören bei einem Reiseveranstalter zum Tagesgeschäft. Dennoch wird versucht, sie auf ein notwendiges Maß zu begrenzen, indem nur Dienstreisen genehmigt werden, die unbedingt benötigt werden. Im Dienstreiseantrag, den die Mitarbeitenden vor Antritt der Dienstreise stellen müssen, werden die  $\text{CO}_2$ -Emissionen, welche die jeweilige Dienstreise verursacht, automatisch ausgewiesen. Dienstreisen konnten durch Maßnahmen wie die Umstellung auf Webinare und Pressekonferenzen mittels Videoübertragung verringert werden. Den ÖPNV für Pendelfahrten zu nutzen, unterstützt Studiosus durch die Kostenübernahme des Deutschlandtickets. Durch den Einsatz von Ökostrom und Recycling-Papier können weitere Emissionen eingespart werden.

Die gesamte Katalog- und Werbemittelproduktion, die Dienstreisen, den Post- und Paketversand sowie den Kopier- und Geschäftspapierverbrauch gleicht Studiosus durch den Bau von Biogasanlagen in nach dem Goldstandard zertifizierten Projekten der Klimaschutzorganisation myclimate aus.

#### **Kompensationsurkunden:**

Im Jahr 2022 wurden **1.764,00 t  $\text{CO}_2\text{e}$**  dafür kompensiert.

Zur [Urkunde der Klimaschutzorganisation myclimate 2022](#) (PDF download).

Im Jahr 2023 wurden **1.891,00 t  $\text{CO}_2\text{e}$**  dafür kompensiert.

Zur [Urkunde der Klimaschutzorganisation myclimate 2023](#) (PDF download).

Weitere Informationen zu geleisteten Kompensationszahlungen, siehe Kapitel [5.6 Engagement für Klimaschutz](#).

		2023	2022	2021	2020
<b>Treibhausgas-Emissionen am Standort</b>					
Dienstreisen der Mitarbeiterenden <sup>1</sup>	pro MA und Jahr in kg	513	206	32	208
	pro Jahr in t	135	49	7	59
Post- und Paketversand	pro MA und Jahr in kg	436	391	248	198
	pro Jahr in t	103	87	59	55
Kopier- und Geschäftspapier <sup>2, 3</sup>	pro MA und Jahr in kg	62	74	33	24
	pro Jahr in t	15	17	8	7
Strom und Heizenergie <sup>6</sup>	pro MA und Jahr in kg	86 <sup>5</sup>	86	87 <sup>4</sup>	170
	pro Jahr in t	19 <sup>5</sup>	19	21 <sup>4</sup>	47
Pendelfahrten der Mitarbeiterenden <sup>7</sup>	pro MA und Jahr in kg	847	731	487	487
	pro Jahr in t	265	174	116	116
Gesamt <sup>8</sup>	pro MA und Jahr in kg	1944 <sup>5</sup>	1.488	887	1.087
	pro Jahr in t	537 <sup>5</sup>	346	211	284

1) Es werden in den Gesamtemissionen der Dienstreisen auch die auftragsbezogenen Dienstreisen externer Dienstleister erfasst. In den Jahren 2020 bis 2022 deutlich reduzierte Dienstreiseaktivität in Folge der Pandemie.

2) Die Emissionen des Kopier- und Geschäftspapiers sind pro Studiosus-Mitarbeitende (ohne Tochterunternehmen) berechnet. In der Darstellung der Emissionen gesamt pro Jahr in Tonnen wurden die Studiosus-Werte auf die gesamte Unternehmensgruppe hochgerechnet.

3) Enthalten sind Kopier- und Geschäftspapier, Kuverts sowie Hygienepapier.

4) Die Stadtwerke München haben einen aktualisierten Emissionsfaktor je kWh zur Verfügung gestellt, auf Basis dessen die Emissionen deutlich niedriger ausfallen als in den Vorjahren.

5) Hochrechnung der Heizenergie-Emissionen 2023, da die Nebenkostenabrechnung noch nicht abgeschlossen ist.

6) Anpassung der Werte auf außentemperaturbereinigte Darstellung und Berechnung für die gesamte Unternehmensgruppe.

7) Die Pendelfahrten wurden im Jahr 2023 in Form einer Mitarbeiterbefragung aktuell erfasst. Die Erhebung der Pendelfahrten erfolgt in unregelmäßigen Abständen, da der Standort Riesstraße langjähriger und einziger Sitz des Unternehmens ist. In den Jahren 2018 bis 2022 wurden die Pendelfahrten anhand eines gemittelten Wertes aus den letzten drei Datenerhebungen, Jahr 2017 und früher, ausgewiesen. Dieser Wert wurde 2020 und 2021 im Rahmen der reduzierten Anwesenheit aufgrund von Coronamaßnahmen halbiert. Im Jahr 2022 mit einem Faktor von 0,75 angesetzt.

8) Die Kennzahlen Treibhausgas-Emissionen am Standort beziehen sich auf die Unternehmensgruppe.

## 6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele

Im Folgenden sind die bis zum Jahr 2026 gesetzten Zielwerte den aktuellen Werten gegenübergestellt.

Der Grad der Zielerreichung kann der Spalte Abweichung (Abw.) entnommen werden. Eine positive Abweichung zum Zielwert ist grün dargestellt, eine negative Abweichung rot. Der Spalte „Bemerkung“ können weiterführend Informationen über die Weiterverfolgung der jeweiligen Ziele entnommen werden.

### Status der Zielerreichung

Treibhausgas-Emissionen	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Dienstreisen der Mitarbeiterenden (in kg pro MA und Jahr)	513	2023	850	2026	-39,6%	Weiterhin reduzierte Dienstreisetätigkeit in Folge der Pandemie.

Maßnahmen zur Reduktion der Dienstreise-Emissionen:

- die Umstellung auf Webinare und Pressekonferenzen mittels Videoübertragung
- es werden nur Dienstreisen genehmigt, die unbedingt benötigt werden
- im Dienstreiseantrag werden die CO<sub>2</sub>e-Emissionen ausgewiesen

Energie	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Heizenergieverbrauch außentemperaturbereinigt (pro MA und Jahr in kWh)	1232	2022	1271	Ziel 2022 = Vorjahres- wert 2021	-3,1 %	Es liegt keine aktuellere Abrechnung vor.  Zielsetzung bis 2026: Der Heizenergieverbrauch soll außentemperaturbereinigt nicht über dem jeweiligen Vorjahr liegen.

Maßnahmen zur Reduktion des Heizenergieverbrauchs:

- individuell einstellbare Heizkörper sowie jährlich, zum Beginn der Heizsaison, Hausmitteilung an Mitarbeitende zum Thema: „Richtig Heizen und Lüften“
- in unregelmäßig genutzten Räumen: regelmäßige Raumkontrolle zum sinnvollen Abschalten von Heizkörpern

Energie	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Stromverbrauch (pro MA und Jahr in kWh)	1029	2023	860	2026	19,7%	Der Stromverbrauch absolut ist im Vergleich zu 2019 (vor Pandemiebeginn) nur um ca. -11 % niedriger und nicht proportional zur reduzierten MA-Zahl von ca. -29 %. Da der Zielwert pro MitarbeiterIn ausgewiesen wird, hat dies Einfluss auf die Zielerreichung.

Maßnahmen zur Reduktion des Stromverbrauchs:

- PCs: Einsatz von Thin- bzw. Zero-Clients
- IT: effiziente Serverstruktur
- Erfassung des Strom-Verbrauchs von Elektrogeräten am Standort
- Regelmäßiges Abtauen der Kühlschränke in den Teeküchen
- Regelmäßiges Entkalken der Wasserkocher in den Teeküchen
- Ausgabe von Heißwasser portionsweise je Tasse in den Teeküchen
- Reinigungsteam ist auf sinnvolles Lichtabschalten hingewiesen
- Jährlich Hausmitteilung an Mitarbeitende zu Möglichkeiten der Energieeinsparung

Wasser	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Wasserverbrauch (in m³ pro MA und Jahr)	9,5	2022	10	2026	-5,0%	Es liegt keine aktuellere Abrechnung vor.

Der Gesamtwasserverbrauch wird im Bürokomplex nach Quadratmetern auf alle Mieter umgelegt. Es gibt keine Unterzähler, daher kann der Wasserverbrauch von Studiosus nicht gesondert ausgewiesen werden. Die Berechnung des Verbrauchs in Kubikmetern erfolgt über die in Rechnung gestellten Kosten geteilt durch die aktuellen Kosten je Kubikmeter. Wasser wird am Standort in haushaltsüblichen Mengen im Sanitärbereich sowie in den Teeküchen verbraucht.

Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs:

- wassersparende Lösungen in den WCs (Zwei-Mengen-Spülung, Sensorautomatik am Wasserhahn)
- Einsatz von Spülmaschinen in den Teeküchen

Papier	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Recyclingpapieranteil Katalogpapier	Ø 45%	2023	Ø 45%	2026	0,0%	Der Recyclingpapieranteil soll, unter Berücksichtigung der hohen Katalogqualität, bei durchschnittlich 45 % liegen. Ab 2025 wird ein neuer Papierhersteller benötigt.

Bislang begrenzende Faktoren in der Erhöhung des Recyclingpapieranteils sind das Produkt der Reisekataloge selbst, als großer und zeitkritischer Auftrag sowie gewünschte technische Merkmale. Darunter eine hohe Abbildungsleistung, hohe Opazität, geeigneter und bestimmbarer Weißgrad, wenig eingeschränkte Produktionsgeschwindigkeit mit gutem Trocknungsverhalten sowie eine haptisch überzeugende Papieroberfläche. Nicht zuletzt die mehrfache Recyclingfähigkeit der Kataloge nach Gebrauch. Die Zielsetzung von durchschnittlich 45 % ist in den Schwankungsbreiten des Recyclingpapieranteils begründet, durch wiederkehrende Engpässe in der Materialbeschaffung.

Papier	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Kopierpapier-, Geschäftspapier- und Kuvertbedarf pro MA und Jahr in kg	68	2023	65	2026	4,6%	Kennzahl wurde um Geschäftspapier und Kuvertbedarf erweitert.

#### Maßnahmen zur Reduktion des Papierbedarfs:

- Verarbeitung von EC- und Kreditkarten ohne Papierausdruck
- keine Ausdrucke mehr von Fehlerzetteln und Buchhaltungsexemplaren
- Bestätigungsversand zusätzlich per E-Mail, Wahlmöglichkeit für Gäste zwischen Papierversand und E-Mailversand in Planung
- Geplante Einführung eines Dokumentenmanagementsystems
- unternehmensinternes INTRANET
- voreingestelltes beidseitiges Drucken und Kopieren

[Inhaltsübersicht](#)

## 7 Externe Bestätigungen zum Bericht

Die externe Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts 2023/2024 mit integrierter Umwelterklärung durch den TÜV erfolgte Ende März 2024.

### **Gültigkeitserklärung zur Umwelterklärung 2024**

---

Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers für das Jahr 2022

#### **Bestätigungsvermerk 2022 Studiosus Reisen München GmbH**

*Der Bestätigungsvermerk für das Jahr 2023 wird voraussichtlich im November 2024 vorliegen.*

---

Jahresabschluss der Studiosus Reisen München GmbH

#### **Studiosus Reisen Jahresabschluss 2022**

*Der Jahresabschluss für das Jahr 2023 wird voraussichtlich im April 2025 veröffentlicht.*

---

**Inhaltsübersicht**