



1. Nachhaltigkeitsbericht

1. fintouring Nachhaltigkeitsbericht



Impressum

fintouring GmbH
Zur Alten Burg 7
30938 Burgwedel

Tel. +49 5135 929030
Fax: +49 5135 929055
E-Mail: info@fintouring.de
www.fintouring.de
www.polarlichtexpress.de

CSR-Beauftragte: Petra Fritz, Claudia Sobirai
Tel +49 5135 929030
E-Mail: info@fintouring.de

Geschäftsführer: Daniel Lang

Jahr der Datenerfassung ist das Geschäftsjahr 2019 / 2020

Inhaltsverzeichnis

Unternehmensportrait Umfang der Datenerhebung

1. Management

- 1.1. Leitbild
- 1.2 Verantwortung der Leitung, CSR-Beauftragte/r und CSR-Managementsystem
- 1.3 Legal Compliance
- 1.4 Supplier Code
- 1.5 Menschenrechte und Kinderschutz
- 1.6 Stakeholder-Analyse
- 1.7 Information und Kommunikation
- 1.8 Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring

2. Wirtschaftsdaten

- 2.1 Umsatz
- 2.2 Ausgaben

3. Reiseangebote

- 3.1 Angebotsportfolio
- 3.2 Produktgestaltung
- 3.3 CO₂-Emissionen der Reisen

4. Kund*innen

- 4.1 Kundenzufriedenheit
- 4.2 Kundeninformation

5. Mitarbeitende

- 5.1 Beschäftigtenstruktur
- 5.2 Arbeitsbedingungen
- 5.3 Schulung zur Nachhaltigkeit
- 5.4 Mitarbeitenden-Zufriedenheit

6. Unternehmensökologie

- 6.1 Energie
- 6.2 Ökostrom
- 6.3 CO₂-Emissionen
- 6.4 Kompensation Flugdienstreisen
- 6.5 Papier
- 6.6 Beschaffung

7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette

- 7.1 Partneragenturen
- 7.2 Unterkünfte
- 7.3 Reiseleiter*innen
- 7.4 Geschäftspartner*innen

8. Community Involvement

Unternehmensportrait

fintouring wurde 1973 von Sven und Regine Fritsche gegründet und spezialisierte sich ursprünglich auf Sommerurlaub im finnischen Ferienhaus. Die ersten Flugreisen wurden 1976 angeboten und ab 1980 wurde auch Winterurlaub in Finnland in das Programm aufgenommen. Im Jahre 2004 übernahm Tina Lang, die Tochter der Gründer, zusammen mit ihrem Ehemann Daniel Lang das Unternehmen. Beide sind seitdem als Geschäftsführung der fintouring GmbH tätig.

fintouring ist ein Spezialveranstalter mit dem Fokus auf Finnland Reisen und bietet individuelle Pauschalreisen ohne Reiseleitung an. Im Rahmen von Sonderaktionen werden regelmäßig einige Gruppenreisen durchgeführt. Zusätzlich sind auch vereinzelt Reisen in die umliegenden Länder Norwegen und Schweden im Programm zu finden.

fintouring zeichnet sich durch die Spezialisierung auf das Reiseland Finnland mit einer großen Expertise, sowie seine fast 50 jährige Firmengeschichte mit langjährigen Stammkunden und ebenso langjährigen Geschäftsbeziehungen aus.

fintouring betreibt die Webseiten www.fintouring.de für Reisen nach Finnland zu allen Saisonzeiten eines Jahres sowie die Seite www.polarlichtexpress.de mit einer Spezialisierung auf Nordlichtreisen im Winter. Der Firmenzweig der Vermietung der Ferienhäuser ist seit dem Jahr 2013 bei der finnischen Tochterfirma fintouring Oy mit der zugehörigen Website www.fintouring24.com angesiedelt.

Die Geschäftsräume befinden sich in der Region Hannover, in Burgwedel/ Fuhrberg. Zum fintouring Team gehören derzeit neben der Geschäftsführung noch 8 weitere Mitarbeitende sowie ein externer Mitarbeiter im Bereich IT.

fintouring ist Mitglied im Forum Anders Reisen sowie in der DFG, der Deutsch-Finnischen-Gesellschaft e.V.



Umfang der Datenerhebung

Für die Bestandsaufnahme zu diesem Nachhaltigkeitsbereich haben wir uns auf unsere Hauptdestination, die Ylläs-Region in Finnisch Lapland konzentriert. Knapp 50% unserer Kund*innen reisen in diese Region, die über den Zielflughafen Kittilä (ca. 100 km nördlich des Polarkreises) zu erreichen ist. In der Region Ylläs verzeichnen wir den Haupt-Übernachtungsanteil unserer Kund*innen. Hauptreisezeit ist die Wintersaison (November - Anfang April). Bei den Reisen handelt es sich überwiegend um meist einwöchige individuelle Pauschalreisen mit Flugan-/abreise, Transfers, Unterkünften mit Verpflegung und Winter-Aktivitäten (Safariprogramm).



Das fintouring Büro-Team in Fuhrberg (2019)

1. Management

1.1. Leitbild

Fintouring Leitbild

*Wir reisen um die Natur zu genießen, um Land und Leute kennenzulernen und uns in einer schönen Umgebung zu erholen. Wir suchen im Urlaub das Besondere und den Abstand vom Alltag. Diese Wünsche möchten wir unseren Kund*innen in ihrem Finnland Urlaub erfüllen.*

*Finnland ist von Natur aus kein Ziel für Massentourismus. Dennoch hat unser Handeln Auswirkungen auf die Umwelt. Wir sind uns dessen bewusst und möchten besonders diesem Nachhaltigkeitsaspekt zukünftig noch mehr Beachtung schenken. Auch möchten wir unsere Kund*innen noch mehr dafür sensibilisieren, indem wir die Umweltauswirkungen unserer Reisen reflektieren und darüber informieren.*

Finnland ist als Land ein guter Vorreiter im Bereich Nachhaltigkeit. Die finnische Regierung unterstützt Firmen und Regionen mit einem umfangreichen Schulungsangebot. Viele Hotels, Ausflugsunternehmen, Skigebiete in Finnland können bereits große Erfolge auf ihrem Weg zu mehr Nachhaltigkeit vorweisen. (siehe "Sustainable Travel Finland")

Unsere Zukunft als Reiseveranstalter hängt von der Zukunft unseres Planeten maßgeblich ab. Nur was wir schützen und bewahren, wird auch für zukünftige Generationen lebenswert sein.

Das sind unsere Werte

Qualität und Expertise - Als familiengeführtes Unternehmen in zweiter Generation bieten wir seit mehr als 45 Jahren individuelle und einzigartige Reisen nach Finnland an. Wir lieben das Land, seine Kultur, Natur und die Menschen. Durch diese langjährige Erfahrung, unsere guten Kontakte und die Spezialisierung auf Finnland profitieren unsere Kunden bei ihren Reisen von unserer Expertise und unserem Insiderwissen.

Individualität - Weiterentwicklung und nachhaltiger Tourismus im Einklang mit der Natur sind uns wichtig. Wir bieten individuelle Reisen an, bei Ausflugsangeboten vor Ort achten wir auf möglichst kleine Gruppen. Wir sind immer auf der Suche nach neuen interessanten Unterkünften und besonderen Angeboten für unsere Kunden. Gerade auch im Bereich Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

Partnerschaften - Unsere Kooperationen vor Ort sind auf Langfristigkeit ausgelegt. Wir kooperieren nur mit Unterkünften und Unternehmen, die wir persönlich besichtigt und getestet haben. Wir bevorzugen und unterstützen regionale Familienunternehmen. Wir pflegen ehrliche, faire, persönliche und freundschaftliche Geschäftsbeziehungen.

Verantwortung - Verantwortung bedeutet für uns, die Kultur des Landes und der Menschen zu respektieren sowie die Natur zu schützen. So fördern wir beispielsweise den Tourismus in peripheren Regionen, die von Abwanderung und Arbeits-

platzverlusten bedroht sind (z.B. Finnisch Lappland). Bei Ausflügen mit Tieren vor Ort achten wir darauf nur mit Anbietern zusammen zu arbeiten, bei denen das Wohl der Tiere an erster Stelle steht. Des Weiteren sensibilisieren und informieren wir unsere Kunden zum Thema Umweltschutz und Reisen. Wir versuchen auf Kurzreisen zu verzichten und bieten eine CO2 Kompensation über atmosfair an. Wir beraten zu alternativen Anreisemöglichkeiten. Wir verweisen bei innerdeutschen aber auch bei finnischen Zubringerflügen gerne auf die Bahn. Eine Anreise per Flug soll möglichst als Direktflug erfolgen.

Kundenservice - Wir pflegen unsere Kundenbeziehungen. Wir sind für unsere Kunden immer ein kompetenter und freundlicher Ansprechpartner: Vor der Reise - Während der Reise - Nach der Reise. Auch während der Pandemie sind wir immer erreichbar. Wir berücksichtigen individuelle Kundenwünsche. So ist (fast) jede Reise individuell anpassbar.

Menschenrechte - Wir haben Finnland als faires Land gegenüber allen Menschen kennengelernt. Auch wir achten auf eine Gleichbehandlung aller Menschen und schätzen Vielfalt. Gern organisieren wir auch Reisen für Menschen mit eingeschränkter Mobilität oder Beeinträchtigung. Finnland ist ein sehr kinderfreundliches Land und legt großen Wert auf den Zugang zu Bildung für jedes Kind. Die Einhaltung der Kinderrechte ist in Finnland eine Selbstverständlichkeit.

Teamarbeit - In unserem Team arbeiten wir bereichsübergreifend, unterstützen uns gegenseitig und pflegen einen freundschaftlichen Umgang. Wir haben dank guter Arbeitsbedingungen Freude an unserer Arbeit, sowie unserem "Produkt" Finnland. Wir erfahren immer wieder positive Rückmeldungen unserer Kunden, was uns motiviert und glücklich macht. Durch unsere Vorgesetzten erfahren wir Wertschätzung und Motivation.

In unserem Büroalltag arbeiten wir schon seit langer Zeit papierlos. Wenn wir doch einmal drucken dann auf Papier mit dem blauen Engel. Wir haben Ökostrom, trennen unseren Müll inklusive Kompost, nutzen Kaffeebohnen statt Kapseln, vermeiden das Drucken von Katalogen und motivieren uns gegenseitig immer wieder zu mehr Achtsamkeit gegenüber unserer Umwelt und unseren Ressourcen



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

Die beiden CSR-Beauftragte Petra Fritz und Claudia Sobirai haben sich aus Eigenmotivation heraus bereit erklärt, sich im laufenden Betrieb neben ihren Aufgaben im Verkauf und Produktmanagement um das Thema Nachhaltigkeit zu kümmern. Die Geschäftsleitung unterstützt das Engagement, in dem sie beide bei Bedarf von anderen Aufgaben zeitweise befreit. Die Geschäftsleitung selbst hat ein großes Interesse das Thema Nachhaltigkeit stark bei allen Prozessen zu berücksichtigen und ist stets bereit Verbesserungsvorschläge zügig und pragmatisch umzusetzen. Aufkommende Nachhaltigkeitsthemen werden im wöchentlichen Teammeeting gemeinsam besprochen und die jeweiligen notwendige Schritte werden dann im hauseigenen CRM-System als Workflows mit konkreten Arbeitsanweisungen und Terminen einem oder mehreren Beteiligten bzw. der Geschäftsleitung zur Umsetzung zugeordnet. Die beiden CSR-Beauftragten selbst stimmen sich engmaschig und arbeitsteilig ab und berichten der Geschäftsleitung unmittelbar. Für die Bearbeitung des TourCert-Verfahrens haben CSR-Beauftragte und Geschäftsleitung gemeinschaftlich an den erforderlichen Schulungen teilgenommen. Da wir ein relativ kleines Unternehmen sind, werden die Aufgabengebiete auch beim CSR-Management nicht so scharf getrennt, sondern wir setzen hier sehr stark auf ein gemeinschaftliches Miteinander.

1.3. Legal Compliance

In Reiserechtsfragen arbeiten wir eng mit einer renommierten Rechtsanwaltskanzlei spezialisiert auf Reiserecht zusammen. Wenn hier Fragen auftauchen sind wir immer bestens beraten. In diesem Zusammenhang sind natürlich auch unsere AGB's und Buchungsabläufe entsprechend geprüft. Darüber hinaus bekommen wir regelmäßig Rechtstipps von der Verbandsanwältin von forum anders Reisen.

Steuerrechtlich arbeiten wir mit einer Steuerberaterkanzlei zusammen, zusätzlich informieren wir uns regelmässig über einschlägige Fachzeitschriften bzw. -veröffentlichungen.

Im Bedarfsfall steht uns bei arbeitsrechtlichen Fragen ein Fachanwalt zur Verfügung und ein Notar aus dem Nachbarort vertritt uns bei allen "normalen" Rechtsfragen und Beglaubigungen.

Über Mitgliedschaften beim AER, sowie DFG (Deutsch Finnischen Gesellschaft), als auch bei der Schweizer Vereinigung der Finnlandfreunde sind wir immer über das aktuelle und politische Geschehen informiert. Über den Verein ProHannover können wir uns zudem über regionale Fragen austauschen. Bei jeglichen Rechtsfragen finden wir also immer einen fachkompetenten externen Ansprechpartner.

1.4. Supplier Code

Wir arbeiten seit vielen Jahren mit einer großen Zahl von Geschäftspartner*innen in Finnland nachhaltig, vertrauensvoll und direkt ohne Zwischenorganisationen zusammen. Vereinbarungen und Absprachen erfolgen mündlich und werden dann schriftlich bzw. in Vertragsform festgehalten. Im Zuge der Zertifizierung haben wir

begonnen mit unseren Partneragenturen und Hotels in den Zielgebieten zusätzlich einen Supplier Code of Conduct über eine nachhaltige Zusammenarbeit zu vereinbaren. Dieser Praxis wird nun neu eingeführt und soll so schrittweise bei den kommenden Vertragsabschlüssen weiter mit umgesetzt werden. Darüberhinaus tauschen wir uns im Tagesgeschäft sowie bei persönlichen Treffen, z.B. auf Messen oder Workshops mit unseren Partner*innen darüber aus, wie wir gemeinsam dem Thema Nachhaltigkeit mehr Aufmerksamkeit widmen können.

1.5. Menschenrechte und Kinderschutz

Im Norden Fennoskandiens, also auch in unserem Zielgebiet, Finnisch-Lapland, lebt Europas letztes indigenes Volk, die Samen. In der heutigen Zeit stellen die in Lapland lebenden Sami eine ethnische Minderheit dar. Schätzungen zufolge leben noch 90.000 - 140.000 Sami in Lapland, die meisten davon in Norwegen. Ein weiterer Teil in Schweden und Finnland und sogar etwa 2000 Menschen auf der russischen Insel Kola. Nur noch wenige sprechen die ursprüngliche Sprache, Sapmi, aber diese ist als Sprache nun in Norwegen, Schweden und Finnland anerkannt und Kinder haben die Möglichkeit Sámi-Schulen zu besuchen. Es gibt einen reinen Sámi-Radiosender in Inari. Einige Sonderrechte haben die Sami ebenfalls, z.B. ist das Lachsessen oft nur für Sámi erlaubt und das Betreten von Naturschutzgebieten allen, außer den Sámi, untersagt.

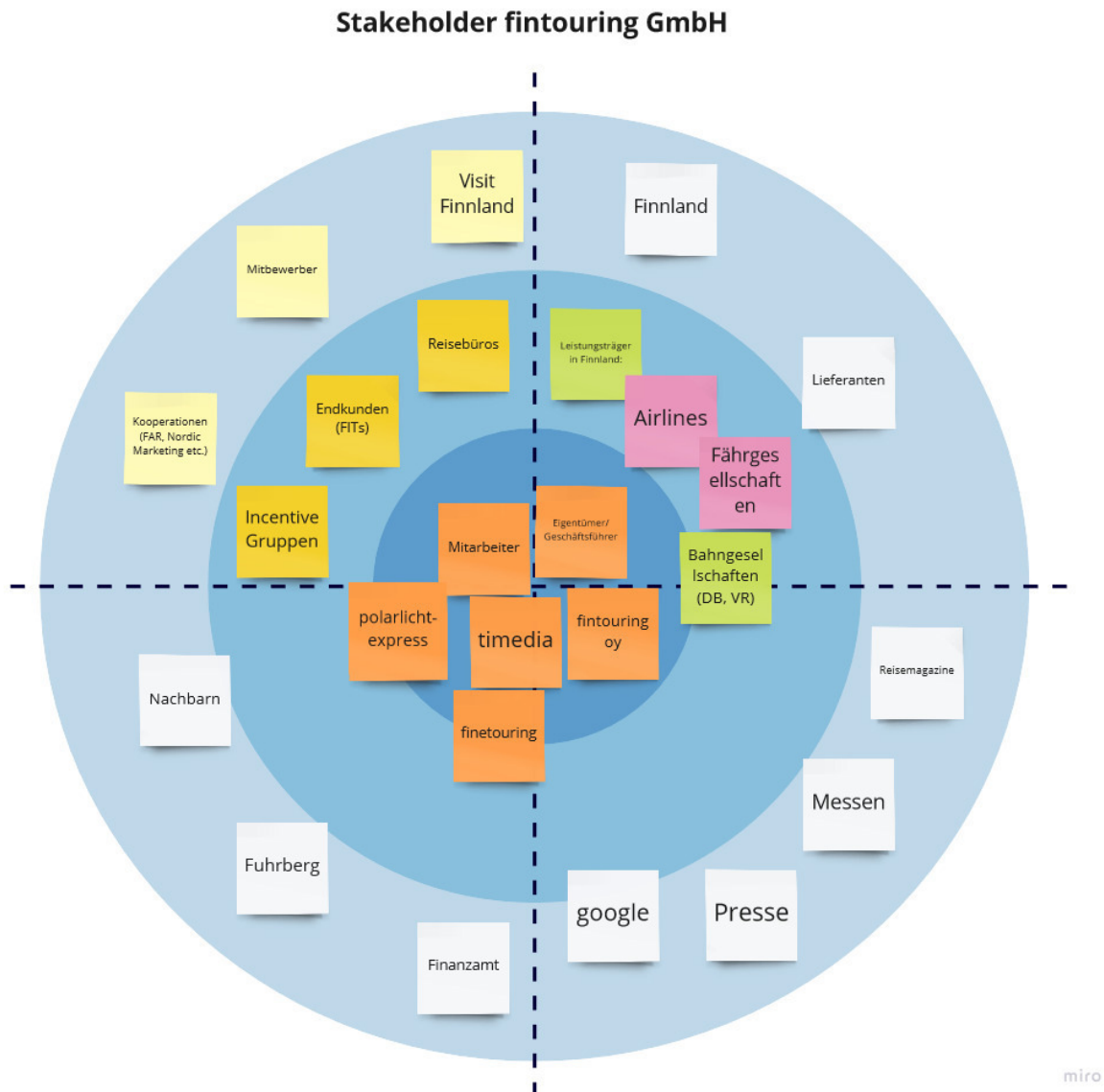
Rentierzüchter in Lapland sind ausschließlich Sámi und viele von Ihnen haben Einnahmen aus dem Tourismus .

Die Samen haben sich länderübergreifend zusammengeschlossen, um gemeinsam für ihre Rechte zu kämpfen und ihre Kultur aufrecht zu erhalten, aber natürlich stoßen auch hier manchmal wirtschaftliche und kulturelle Interessen aufeinander und auch die Klimaveränderungen machen der Bevölkerung zu schaffen. Seit 1973 gibt es auch in mehreren Städten ein Sami-Parlament, welches als allgemeine Interessenvertretung, die Belange der samischen Bevölkerung vertritt und Ihre kulturelle Selbstbestimmung stärkt. Das finnische Sami Parlament befindet sich in Inari, dem kulturellen Zentrum der Sami.

Unsere Hauptdestination Finnland setzt sich seit Jahrzehnten für die Förderung der Menschenrechte ein und war bereits mehrere Jahre Mitglied im UN-Menschenrechtsrat um in Zusammenarbeit mit weiteren Mitgliedsländern die Menschenrechte zu verteidigen und nachhaltige Lösungen für die globalen Herausforderungen zu finden. Laut dem Global Childhood Report 2019, der Kinderrechtsorganisation Save the Children, ist Finnland das drittbeste Land zum Leben. Erstplatziert ist Singapur, zweitbestes Schweden. Finnland konnte seine Platzierung damit sogar um 2 Ränge, gegenüber dem Vorjahr verbessern.

Wir berücksichtigen die Ablehnung jeder Form der Ausbeutung von Kindern in unserem Leitbild sowie gemeinsam mit unseren Partnern vor Ort im Supplier Code of Conduct.

1.6. Stakeholder-Analyse



1.7 Information und Kommunikation

Interessierte informieren sich über uns und unsere Reisen im ersten Schritt über unsere Websites. Schon seit 2014 arbeiten wir im papierlosen Büro und sparen seitdem einen großen Anteil Ressourcen ein. Materialien, welche noch gedruckt werden, drucken wir auf Recycling-Papier, welches mit dem Blauen Engel gekennzeichnet ist.

Reisekataloge drucken wir schon seit längerer Zeit nur noch in geringer Auflage. Wir bieten unsere Kataloge als pdf Dateien zum Download auf unserer Webseite an. Generell halten wir zur Information unsere Internetseiten stetig aktuell. Unser Ferienhauskatalog wurde seit längerer Zeit nicht neu gedruckt, auch hier setzen wir auf unsere Internetseite, über welche alle Informationen inklusive Preise und Verfügbarkeiten auf einen Blick ersichtlich sind. Für unsere Winterreisen haben wir

ebenfalls keinen klassischen Katalog mehr, sondern vor ca. 2 Jahren zum ersten Mal ein Finnland Magazin erstellt, welches nicht jährlich sondern nach Bedarf erscheint.

Explizite Informationen über Nachhaltigkeit auf unseren Webseiten befinden sich im Aufbau und werden beim geplanten Relaunch unserer Hauptseite www.fintouring.de in Zukunft stärkere Berücksichtigung finden.

Unsere Kunden kontaktieren uns hauptsächlich per e-Mail bzw. über unsere Webseiten sowie telefonisch.

Gute Kundenbeziehungen sind uns sehr wichtig und wir sind für unsere Kund*innen von Anfang an kompetente und gut erreichbare Ansprechpartner*in. Wir versuchen in der persönlichen individuellen Beratung z.B. möglichst Direktflüge anzubieten, da dies sowohl für die Kund*innen als auch für die Umwelt von Vorteil ist. In unserer E-Mail Signatur, als auch in den Buchungsunterlagen informieren wir über die Möglichkeit der CO² Kompensation über atmosfair.

Ebenso beraten wir unsere Kund*innen über Anreisemöglichkeiten per Fähre, sowie zu Ausflügen vor Ort mit wenig Emissionen. In unseren Reiseprogrammen finden sich viele Reisen mit nachhaltigen, emissionsfreien Aktivitäten, wie z.B. Schneeschuhwanderungen, Huskytouren, Rentierfarmbesuchen und Eisangeln.

Über die ausführlichen Reiseunterlagen, informieren wir unsere Kund*innen zudem sehr eingehend zu finnischen Gepflogenheiten, Sitten und Bräuchen sowie auch zum Thema Nachhaltigkeit auf Reisen.

Nachhaltigkeits- und Umweltschutzthemen werden zukünftig noch häufiger auch in unserem Reisemagazin und auf unserer facebook Seite Einzug halten.



1.8. Handlungsfelder, Verbesserungsprogramm und Monitoring

Nr	Aktivität	Verantwortliche/r (GF= Geschäftsführung, NB= Nachhaltigkeitsbeauftragte, PM = Produktmanagement IT = IT Administrator)	Frist
1	Management: Strategie & Entwicklung		
1.1.	Nachhaltigkeit in allen Prozessen berücksichtigen	GF, Team	laufend
1.2.	Analyse der Servicekette	Team	11/21
2	Wirtschaftliche Entwicklung		
2.1.	Umsatz nach Corona wieder stabilisieren	GF, Team	09/22
3.	Reiseangebote		
3.1.	Nachhaltigkeit der Reiseangebote prominenter auf Homepage darstellen	GF, IT, PMr	07/22
3.2.	CO2 Kompensation standardisierter anbieten	NB, PM	03/22
3.3.	Innerdeutsche Zubringerflüge zu Direktflügen vermeiden oder nur noch inkl. atmosfair Kompensation anbieten	NB, PM	03/22
3.4.	Kurzreiseanteil verringern	GF, PM	07/22
3.5.	Angebote mit Bahn-Fähranreise weiter ausbauen	PM	laufend
4.	Kund*innen		
4.1.	Nachhaltigkeit in gesamter Customer Journey besser kommunizieren	GF, IT, PM	laufend
4.2.	Kund*innenzufriedenheitsbefragung vergleichbarer machen	NB	11/22
4.3.	Nachhaltigkeitsaspekte in Feedbackbefragung einbauen	NB	11/21
4.4.	Nachhaltigkeitsinformationen für Kund*innen zusammenstellen	NB	10/21
5.	Mitarbeitende		
5.1.	Home-Office Tage zum konzentrierten Arbeiten und Reduktion Fahrkilometer	GF	10/21
	Mind. 1 Nachhaltigkeitsschulung/Jahr	NB	
6.	Betriebsökologie		
6.1.	Reduzierung Individualverkehr durch Home-Office-Tage (s. 5.1.)	Team	10/21
6.2.	Beschaffungsrichtlinien verfeinern (regionale Anbieter*innen bevorzugen, Akkus statt Batterien)	Team	10/21
	Wirtschaftlichkeit einer Photovoltaikanlage überprüfen	GF	03/23
7.	Leistungsträger*innen in der Wertschöpfungskette		
7.1.	Nachhaltige Leistungspartner*innen wo möglich bei Reiseangeboten bevorzugen	GF, PM	04/22
7.2.	Zertifizierte Partner*innen in Reisebeschreibung kenntlich machen	GF, PM	11/21
7.3.	Kommunikation mit Safarianbietern wg. Umstellung auf alternative Antriebsarten bei Motorschlittentouren fortsetzen	GF PM	04/22
7.4.	Supplier Code of Conduct von allen Partner*innen unterschreiben lassen	GF, PM	09/22
7.5.	Alle über Zertifizierung informieren Partner*innen kommunizieren	NB	11/21

2. Wirtschaftsdaten

2.1 Umsatz

fintouring erwirtschaftet inzwischen seinen Hauptumsatz zu gut 90% mit Winterreisen und hier in erster Linie in die Zielregion Lappland. Die Verlagerung des Umsatzes von der Sommer- zur Wintersaison war eine fast schon natürliche Entwicklung, die 2004 begann und einen richtigen Schub nahm, als Lufthansa begann Direktflüge nach Kittilä anzubieten. Mit der staatlich gewollten, touristischen Entwicklung Lapplands konnte den Bewohner*innen nördlich des Polarkreises eine neue wirtschaftliche Lebensperspektive geboten werden und die Landflucht nach Südfinnland wurde gebremst. Somit haben zwischenzeitlich auch entlegene Regionen Finnlands die Möglichkeit, mehr Einkommen über Tourismus zu erzielen.

Der nächste Schritt wird nun eine schrittweise bessere Auslastung der Nebensaison in Lappland sein, wobei hier darauf geachtet wird, dass nach einem langen und intensiven Winter auch Zeit bleiben muss, damit sich Menschen und Tiere (vor allem Rentiere und Huskys) wieder erholen können.

Der Anteil der fintouring Sommerreisen nach Mittel- und Südfinnland liegt momentan bei etwa 10%. Bei der Tochterfirma fintouring oy wird über die reine Vermittlung von Ferienhäusern dagegen zu einem Großteil der Umsatz in der Sommersaison erwirtschaftet.

Mit einem zunehmenden Trend zu Fähranreisen anstelle von Fluganreisen ist in den kommenden Jahren auch bei fintouring GmbH wieder ein leichte Umsatzverschiebung zu mehr Sommerreisen zu erwarten. Dennoch gehen wir davon aus, dass der Umsatz bei fintouring aus der Wintersaison auch in Zukunft weiter den stärksten Anteil ausmachen wird.

2.2 Ausgaben

Die Ausgaben setzen sich zu 51,7 % aus Ausgaben im Reiseland, 28,8% Internationalen Kosten und zu 19,5% aus Geschäftsstellenkosten zusammen.

Bei den Geschäftsstellenkosten machen die Personalkosten den Hauptanteil aus, dies ist eine logische Konsequenz aus der starken Service-Orientierung von fintouring und zeigt die Bedeutung qualifizierter Mitarbeitender.

Im Durchschnitt fließt knapp die Hälfte des Reisepreises direkt ins Zielgebiet ab (48,52%) und hier auch direkt ohne Zwischenhändler an die lokalen und regionalen Leistungsträger wie Unterkünfte, Transportunternehmen für Transfers und Safariunternehmen für das Ausflugsprogramm. Sogenannte DMC's werden von uns kaum in Anspruch genommen. fintouring pflegt mit den lokalen und regionalen Vertragspartner*innen ein direktes, enges und oft auch langjähriges, freundschaftliches Verhältnis.

Selbst bei den Internationalen Kosten für die Anreise ins Zielgebiet geht ein großer Teil auf das Konto der finnischen Fluggesellschaft Finnair und die internationale Fährgesellschaft Finnliness, die selbst ein stark finnisch geprägtes Unternehmen ist.

3. Reiseangebote

3.1. Angebotsportfolio

Unter dem Motto "fintouring kennt Finnland und Finnland kennt fintouring" bietet fintouring ausschließlich eigene Reisen nach Finnland für Reisende aus Deutschland, Österreich oder Schweiz an und zwar grundsätzlich ganzjährig und in alle Regionen Finnlands. Insgesamt haben wir rund 40 Reiseprogramme für unser Sommerprogramme ausgearbeitet, die wir unter 12 Kategorien auf unserer Webseite: <https://www.fintouring.de/> direkt an Individualreisende anbieten. Fast jede Reise lässt sich zudem auch individuell auf die jeweiligen Kund*innenwünsche, hinsichtlich Anschlussprogrammen oder Zusatzaktivitäten ergänzen bzw. anpassen. Die Anreise zu den Sommerprogrammen kann individuell per Flug oder mit dem eigenen PKW bzw. Fähre erfolgen. Je nach Kund*innenwunsch ist die Anreise optional Bestandteil des individuell von uns erstellen Angebotes. Die Auswahl der Reisekategorien reicht dabei von individuellen Rundreiseprogrammen mit PKW, Zug oder Fahrrad, über Natur- und Wanderreisen, Aktiv reisen mit Kanu & Kajak bis hin zu Naturerlebnisprogrammen wie beispielsweise zum Thema Fisch & Bär & Elch. Das Sommerportfolio wird zunehmend ergänzt durch Reiseprogramm zur Ruska-Zeit der finnischen Variante des Indian Summers. Darüberhinaus vermitteln wir für unsere finnische Tochterfirma fintourig oy auf der Seite <https://www.fintouring24.com/> Ferienhäuser, sogenannte Mökkis, in Süd- und Mittelfinnland. In Kombination bieten wir dazu über fintourig GmbH auch passende Anreisemöglichkeiten meist per Fähre und PKW an.

Den weitaus größeren Anteil unseres Angebotsportfolios machen die Reiseprogramme für den Winter aus. Unterteilt in 23 Kategorien haben wir rund 180 Reiseprogramme erarbeitet, welche wir ebenfalls auf unserer Website <https://www.fintouring.de/> anbieten. Unsere Reisen nach Finnisch-Lapland haben in der Regel eine Dauer von 8 Tagen/ 7 Nächten und reichen von Blockhausferien, Nordlichtreisen, Reisen für Paare, Familien&Weihnachtsmannreisen, Schneeschuh- und Skiwanderungen, Huskyreisen bis hin zu Abenteuerreisen. Die Hauptreisezeit ist eindeutig Weihnachten und Silvester, weshalb wir hier alleine rund 55 verschiedene Reisen ausgearbeitet haben. Auch hier handelt es sich in der Hauptsache um Individualreisen als Pauschalprogramme inkl. der An- und Abreise, Transfers, Unterkunft+Verpflegung und einem Ausflugsprogramm mit sogenannte Safaris als stundenweise Ausflugsaktivitäten. Dies sind u.a., durch lokale Guides geführte Schneeschuhwanderungen, Huskyschlittenfahrten, Rentierschlittenfahrten oder auch Motorschlittenfahrten, dem Hauptfortbewegungsmittel in Lapland. Auch hier können die meisten Reisen individuell angepasst werden.

Die Hälfte der Winter-Reiseangebote hat den Zielflughafen Kittilä und somit reisen auch 48% unserer Kunden in diese Zielregion rund um Levi, Ylläs und Äkäslompolo. Kittilä war einer der ersten Zielflughäfen Lapplands, die durch Direktflüge aus Deutschland zu erreichen sind. Daher haben wir uns auch auf diese Region für die aktuelle Zertifizierung fokussiert.

3.2. Produktgestaltung

Bei der Produktbewertung haben wir je eine Reise nach Nuorgam sowie eine Reise nach Salla aus unserem Gesamtportfolio exemplarisch analysiert.

Bei der Analyse der Reiseprogramme durch unsere Produktmanager*innen wurden Fragebestandteile teilweise als selbstverständlich betrachtet und daher überhaupt nicht bewertet, jedoch nicht eindeutig im Fragebogen in der Beantwortung erfasst. Der ermittelte Gesamtindex spiegelt daher nicht die tatsächliche CSR-Realität wider und wird bei einer Rezertifizierung nochmals gesondert durchgeführt. Wir gehen hier daher auf uns wesentliche Aspekte bei der Produktgestaltung etwas ausführlicher ein:

Grundsätzlich arbeiten wir kontinuierlich daran, die Programme in Bezug auf Nachhaltigkeit und Qualität zu optimieren. Dabei spielt der direkte und persönliche Kontakt zu den Vertragspartnern vor Ort eine entscheidende Rolle. Wir verzichten bei diesen Reisen, wie auch bei den meisten unserer Reisen nach Finnland gänzlich auf die Kooperation mit Incoming-Agenturen, sondern arbeiten direkt mit den Leistungspartnern vor Ort zusammen: dazu zählen Unterkünfte, Transportunternehmen und Safarianbieter inkl. der lokalen Guides. Damit tragen wir direkt zur lokalen Wertschöpfung bei.

Absprachen zwischen uns und unseren lokalen Leistungspartnern erfolgen vorab in mündlicher Form entweder auf Geschäftsführerebene oder zwischen den Produktmanagern, die wir anschließend schriftlich fixieren. Im Verlauf der Zertifizierung haben wir damit begonnen sukzessive die sogenannten Supplier Code of Conducts auch von unseren Partnern in Finnland zusätzlich unterschreiben zu lassen. Wobei Arbeitsrechte und -standards, Menschenrechte und Kinderschutzmaßnahmen sehr gut in Finnland gesetzlich verankert sind und mindestens genauso selbstverständlich sind wie in Deutschland. Arbeitsschutzrechte sind sogar strenger geregelt als in Deutschland, auch ist das Lohnniveau insgesamt höher als bei uns. Derlei Fragen spielen daher in der Zusammenarbeit mit unseren finnischen Partnern keine Rolle.

Die Finnen haben einen engen Bezug zur Natur, d.h. die Achtung der Umwelt ist in vielen Aspekten eine Selbstverständlichkeit. Dies wird den Gästen auch durch die Leistungsträger vor Ort, insbesondere natürlich durch die lokalen Guides auf den Safaris vermittelt. Dennoch hat Visit Finland mit dem Programm Visit Sustainable Finland begonnen, nicht nur einzelne touristische Leistungsträger, sondern sogar ganze Regionen im Sinne der Nachhaltigkeit zu bewerten. So wurde beispielsweise die Region Salla auch als erste nachhaltige Region Finnlands bewertet. Unsere Reisen nach Salla gehören zu unserem festen Portfolio.

Die in Lappland lebenden Sami sind eines der letzten indigenen Völker Europas. Viele von Ihnen erwirtschaften ihren Lebensunterhalt nicht nur durch Rentierzucht, sondern sind auch auf den Tourismus angewiesen. Bei der Reise "Romantische Weihnachten" nach Nuorgam wird das kleine Feriendorf von einer Sami-Familie betrieben. Wir arbeiten daher, wo immer es möglich ist mit Sami zusammen und unterstützen damit auch deren wirtschaftliche Lebensgrundlage. Die ursprüngliche Kultur der Sami und deren Lebensweise im Einklang mit der sie umgebenden arktischen Natur wird dabei auf authentische Weise auch den Gästen vermittelt.

Bei der Auswahl unserer Leistungspartner*innen achten wir stets auf Qualität, Verlässlichkeit und lokale Wertschöpfung. Auch Betriebe, welche noch nicht mit einem Nachhaltigkeitslabel zertifiziert sind handeln in vielen Bereichen bereits sehr umweltbewusst. Die Darstellung der nachhaltig zertifizierten Betriebe und die Darstellung deren Aktivitäten im Rahmen unserer Reisegastinformationen wird Teil unseres Verbesserungsprogrammes sein.

Bei der Analyse der Produkte haben wir zudem Verbesserungsbedarf festgestellt, unsere Kunden für die Anreise zum Startflughafen noch aktiver auf die Nutzung der Bahn hinzuweisen und ebenso die CO₂-Kompensationsmöglichkeiten durch atmosfair verstärkt in den Reiseinformationen der Customer Journey zu verankern.

3.3. CO₂-Emissionen der Reisen

Die reine Flugzeit in unser Hauptzielgebiet Kittilä dauert in Regel zwischen 3 und 4 Stunden, je nach Abflugort in Deutschland, Österreich oder der Schweiz (DACH) und Flugverbindung. Damit liegt das Flugreiseziel Lappland genau zwischen einem europäischen Kurz- (bis 3 Stunden Flugzeit) zu einem Mittelstreckenziel (bis 6 Stundenflugzeit). Direktflugverbindungen existieren in den Wintermonaten mit Lufthansa ab München bzw, Flycar ab Hannover. Von den Flughäfen Hamburg, Düsseldorf, Berlin, Frankfurt, Zürich, Wien können wir dagegen nur Umsteigeverbindungen mit Linie via Helsinki in unsere Reiseangebote inkludieren.

Im Geschäftsjahr 2019/20 hatten wir 1624 Flugreisende mit insg. 747,04t CO₂-Emissionen, also 0,46t CO₂ pro Fluggast. Bei einer durchschnittlichen Aufenthaltsdauer von 8 Tagen entsprechen dies 57,5kg CO₂ Emissionen pro Fluggast und Reisetag.

Eine CO₂ Kompensation ist in unseren Reisepreisen bislang nicht inkludiert. Wir empfehlen unsere Kunden explizit, eine CO₂ Kompensation über atmosfair vorzunehmen. Dazu senden wir in unseren digitalen Reiseunterlagen den Kunden auch einen direkten Link zu atmosfair. Unsere wenigen Dienstreisen werden ebenfalls über atmosfair kompensiert.

Wir bieten bereits jetzt vorrangig die Direktflüge mit Lufthansa ab/ bis München an und versuchen Linien-Umsteigeflüge mit Finnair über Helsinki zu vermeiden. Zudem nutzen wir die "Leerkapazitäten" auf den jeweiligen Rückflügen der Charterflugverbindung der Autoindustrie, die mit Flycar eine Verbindung von Januar bis März nach Arvidsjaur bzw. Kittilä anbieten, um dort von Montag bis Freitag ihre Testcrews ein- bzw. auszufliegen. Als Anreise zu den Direktflügen werden wir auch in Zukunft noch stärker die Anreise mit Rail&Fly empfehlen.

Als besonderen Service bieten wir schon jetzt die individuelle Anreise nach Lappland auf dem Land- und Wasserweg an, was allerdings einen 8-tägigen Aufenthalt in Lappland um ca. 3-4 Tage für die An- und Abreise per Fähre und Bahn auf insgesamt 12 Tage Reisedauer verlängert.

4. Kund*innen

4.1. Kund*innenzufriedenheit

Die Zufriedenheit unserer Kund*innen ist uns sehr wichtig. Wir sind für unsere Kund*innen von Anfang an zuverlässiger Ansprechpartner*in bei allen Fragen. Jeder Reisegast hat dazu eine/n Hauptansprechpartner*in im fintouring-Team. Über unser firmeninternes CRM wird jede*r Mitarbeiter*in automatisch 10 Tage nach Reiseende seiner/s Kundin/en daran erinnert, diese(n) persönlich nach den individuellen Reiseerfahrungen zu befragen. Damit pflegen wir eine sehr personalisierte Feedbackkultur. Mittels E-Mail befragen wir jeden Reisegast zu seiner Zufriedenheit über die Reise, der Unterkunft, zur Organisation, unserem Service, zu den gebuchten Ausflügen sowie zu Verbesserungspotenzial.

Zukünftig werden wir unseren Feedbackbogen um Fragen zur Nachhaltigkeit erweitern.

Beschwerden werden ernst genommen und umgehend und individuell behandelt. Über unsere 24h Reiseservicenummer sind wir zudem direkt rundum die Uhr auch während der Reise erreichbar und kümmern uns unmittelbar um auftretende Fragen oder Probleme. Generell versuchen wir stets die bestmögliche Lösung für alle Seiten zu finden.

Es erreichen uns jedoch sehr oft ausgesprochen positive und begeisterte Rückmeldungen.

Zudem können unsere Kund*innen auch via facebook mit uns kommunizieren und uns Rückmeldungen geben.

Seit diesem Jahr nutzen wir als zusätzliche Feedback-Tools für unsere jeweiligen Homepages auch proven expert und google zur Kund*innenbewertung.

Der Fragenkatalog wird auch hier zukünftig um das Thema Nachhaltigkeit erweitert.

Wir pflegen eine offene und transparente Kommunikation mit unseren Kund*innen und leben von deren Zufriedenheit und persönlichen Weiterempfehlungen.

4.2. Kund*inneninformation

Alle Mitarbeitenden haben im Rahmen einer Stärken-Schwächen-Analyse eine Bewertung unserer Kund*inneninformation vorgenommen.

Als besondere **Stärken** wurden erkannt

- Hohe Informationsdichte. auf unseren Homepages
- Hohe und intensive Beratungsqualität im direkten Kundenkontakt am Telefon (direkter Endkundenkontakt)
- hohe Beratungsqualität durch umfangreiche Zielgebietskenntnisse
- Schnelle Reaktion auf Anfragen
- Transparenz des Angebots (kein Hotelroulette)
- die Qualität und der Umfang unserer Reiseunterlagen
- 24h Reiseservicenummer während der Reise
- regelmässige Newsletter

Aus den erkannten Schwächen werden folgende Schlüsse gezogen:

- Nachhaltigkeit bei uns und von unserern Partner muss insgesamt in der gesamten Customer Journey stärker kommuniziert werden
- Überarbeitung der Reiseunterlagen hinsichtlich Struktur und Umfang ist notwendig, evtl. Zusatzinfos über Kundeninterne Bereiche auf Website zum downloaden bereitstellen
- vermehrt Bilder und Videos in persönliche Angebote integrieren



5. Mitarbeitende
5.1. Beschäftigtenstruktur

An unserem Hauptsitz in Fuhrberg/Bugwedel nördlich von Hannover arbeiten wir mit festangestellten Mitarbeitern. 5 Mitarbeiter sind in Vollzeit tätig, 2 in Teilzeit sowie unsere Geschäftsführung. Wir haben außerdem eine Produktmanagerin für die Vermittlung der Ferienhäuser, diese Kollegin arbeitet ebenfalls in Teilzeit und ausschließlich im Homeoffice.

	Einheit	2019
Mitarbeitende gesamt (Vollzeitäquivalente)	Anz	7 (+2 GL)
Anteil Frauen in Führungspositionen	%	50
Freie Mitarbeiter/innen	Anz	2
Mitarbeiter/innen im Ausland	Anz	0

5.2 Arbeitsbedingungen + Schulungen

Das fintouring-Team arbeitet in hellen Büroräumen im Erdgeschoss eines Zweifamilienhauses. Auf ergonomische Arbeitsbedingungen wird geachtet. Unter Beteiligung einer Gesundheitsberaterin wurde u.a. eine gemeinsame bewegte Mittagspause ein- und gesundheitsfördernde Kurse durchgeführt. Frisches Obst, Kaffee und Mineralwasser stehen allen Mitarbeitenden zur freien Verfügung.

Bei den wöchentlichen Teammeetings können auch Verbesserungsvorschläge und Nachhaltigkeitsaspekte offen angesprochen werden. Die Geschäftsführenden Tina und Daniel Lang arbeiten beide im Büro mit und haben stets ein offenes Ohr für die Anliegen der Mitarbeitenden. Jährlich werden individuelle Mitarbeitergespräche von der Geschäftsleitung durchgeführt. Regelmässige Team-Events fördern die offenen Dialoge auf Augenhöhe in arbeitsfamiliärer Atmosphäre. Auch die externen Mitarbeiter*innen kommen in mehrwöchigen Abständen ins Büro, um den persönlichen Kontakt im Team zu halten. Dazu steht eine freie Unterkunftsmöglichkeit im Haus zur Verfügung.

Das Verkaufsteam kann nach Rücksprache mit der Geschäftsleitung an Zielgebietsschulungen sowohl online und als auch im Rahmen von FAM-trips teilnehmen. Alle Mitarbeitenden haben in den vergangenen 5 Jahren an mind. 2 gemeinsamen kompakten Schulungsreisen des gesamten Teams nach Finnland teilgenommen.

Die Gehälter sind branchenüblich. Freiwillige Sozialleistungen werden in Form von Tankgutscheinen gewährt. Kleine Aufmerksamkeiten im Büroalltag und zu Feiertagen und Geburtstagen oder Jubiläen schaffen eine wertschätzende Atmosphäre.

6. Unternehmensökologie

6.1. Energie

Unser Büro-Strom wird ausschließlich aus erneuerbaren Energien gewonnen. Wenn kein Bürobetrieb herrscht, wird immer darauf geachtet, dass auch alle Bildschirme ausgeschaltet sind und die Heizkörper im Winter auf ein Minimum herunterreguliert sind.

Die vorhandene Gas-Heizung aus dem Jahr 2000 wird regelmässig gewartet und aus wirtschaftlichen Gründen solange weiter betrieben, solange die Geräte noch intakt sind. Investitionen in eine Photovoltaik-Anlage sind angedacht, können jedoch erst wieder weiter verfolgt werden, sobald es die wirtschaftliche Situation des Unternehmens nach Corona wieder zulässt.

Aufgrund der ländlichen Lage ist unser Büro nicht optimal mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar. Die Anfahrt erfolgt deshalb meist per PKW. Mitfahrgelegenheiten sind nur sehr bedingt möglich, da die Mitarbeitenden aus verschiedenen Himmelsrichtungen und aus größeren Entfernungen ins Büro kommen.

Über die zwischenzeitlich getroffenen Home-Office-Regelungen konnten die tatsächlich gefahrenen Kilometer der Mitarbeitenden bereits verringert werden.

	Einheit	2019/2020
kWh Stromverbrauch	kWh	5.964
kWh Wärmeenergie gesamt	kWh	26.255
kWh Energieverbrauch gesamt	kWh	32.219
kWh Energieverbrauch gesamt pro Mitarbeitende/r	kWh	2.929

6.2. Ökostrom

Wir beziehen Ökostrom über die Stadtwerke Karlsruhe. Ein Klimaschutz Zertifikat fügen wir diesem Bericht bei.

6.3. CO2 Emissionen

Dienstreisen sind eher selten. Wenn möglich, werden die Leistungsträger komprimiert während einer längeren Sommerreise in Süd-/ Mittelfinnland besucht. Im Winter wird auch darauf geachtet, dass möglichst während einer Reise alle Lappland-Ziele, die wir besuchen möchten, angefahren werden. Die Flug nach Lappland erfolgt in der Regel ab/bis Hannover. Hier gibt es während der Wintermonate einen Anbieter der Mitarbeiter der Automobilindustrie in Richtung Norden fliegt. Wir nutzen praktisch für uns und vor allem für unsere Gäste das „Abfallprodukt“ – also die Strecken, die von den Mitarbeitern der Automobilindustrie nicht genutzt werden und sonst nicht genutzt als „open legs“ geflogen werden würden.

	Einheit	2019/2020
CO2 Unternehmensökologie gesamt	t	9,3649
CO2 pro Mitarbeitende/r	t	1,0405
CO2 Flugzeug (Dienstreisen) zu 100% kompensiert	t	0,460

6.4. Kompensation Flugdienstreisen

In 2019/2020 gab es nur eine Flugdienstreise, diese wurde komplett kompensiert über atmosfair

6.5. Papier

Bereits seit 2014 arbeiten wir mit einem CRM System, welches individuell an unsere Bedürfnisse angepasst ist und stetig weiter verfeinert wird. Dieses bietet uns die Möglichkeit jede schriftliche Information zu speichern und zu dokumentieren. Es leistet einen großen und wertvollen Beitrag hin zu einem weitestgehend papierlosen Büro.

Alle Reisebestätigungen sowie Reiseunterlagen versenden wir ausschließlich per E-Mail an unsere Kunden. Auch die klassischen Reisekataloge gibt es bei uns nicht mehr.

Anstelle der Reisekataloge erstellten wir erstmals in 2019 ein Reisemagazin. Wir geben darin Reisebeispiele, viele Informationen aber auch Rezepte und Interviews um Lust auf Finnland zu machen. Das Magazin wird in unregelmässigen Abständen erst neu aufgelegt, wenn die alte Auflage vergriffen ist.

Für notwendige Ausdrucke im Büroalltag nutzen wir Recyclingpapier mit dem blauen Engel.

	Einheit	2019/20
Gesamtgewicht Papier	kg	50
Anteil 100% Recyclingpapier	%	90
Papiergewicht (Kataloge) pro Reisende/r	kg	0
Papiergewicht (Büro) pro Mitarbeitende/r	kg	5

6.6 Beschaffung

In unseren Geschäftsräumen in Burgwedel gibt es für alle Mitarbeiter Kaffee aus einem Vollautomaten. Auch Obst und Gemüse sowie Wasser, Milch und Hafermilch werden regional eingekauft und stehen allen zur Verfügung.

Eco- Reinigungsmittel werden ebenfalls im regionalen Drogeriemarkt eingekauft. Wir haben einen großen Vorrat an Handtüchern für unsere Badezimmer und waschen diese selbst in unserem Büro, so dass wir keine Papierhandtücher benötigen.

Insgesamt werden wir das Thema Beschaffung in unserem Verbesserungsprogramm noch einmal bewerten und unter Nachhaltigkeitsaspekten weiter verfeinern, um in Zukunft noch konsequenter auf Bioprodukte und nachhaltige Anbieter zu achten.

	Einheit	2019/20
Anteil nachhaltige Produkte und Dienstleistungen	%	80



7. Leistungsträger in der Wertschöpfungskette

7.1. Partneragenturen

Wir arbeiten, bis auf sehr wenige Ausnahmen, nicht mit Zwischenhändlern vor Ort, sondern beziehen die Leistungen für unsere Reiseangebote wann immer möglich direkt. Damit profitieren die lokalen Anbieter im Zielgebiet direkt von unseren Reisen.

7.2. Unterkünfte

In unserer Zielregion Kittilä haben wir insgesamt 19 potentielle Hotel-Unterkünfte. Wir haben im Rahmen unseres Zertifizierungsprozesses, die 10 Hotels befragt, mit denen wir am häufigsten zusammenarbeiten. Davon haben 7 Hotels aktiv geantwortet und 4 davon sind bereits mit einem Nachhaltigkeitslabel zertifiziert (3 mit Green Key und 1 Hotel mit ISO 14001 Certificate IQnet). Der hohe CSR-Index Wert von 91% zeigt jedoch den Grad der Nachhaltigkeit der Unterkünfte insgesamt, auch ohne offizielles Label. Alle Betriebe, die an der Befragung teilgenommen haben, haben uns zudem den Supplier Code of Conduct unterschrieben zurückgesendet. Weitere Unterkünfte aus der Region Kittilä wie Lodges und Ferienhäuser wurden außerdem im Rahmen der Geschäftspartnerbefragung separat befragt.

	Einheit	2019/20
CSR-Index Unterkünfte Kittilä	%	91
Anteil befragter Unterkünfte mit GSTC-anerkanntem Nachhaltigkeitslabel (3x Green Key und 1x ISO 14001 Certificate IQnet)	%	40
	Einheit	2019/20
Anzahl Hotel-Unterkünfte gesamt Kittilä	Anz	10
Anteil befragter Unterkünfte	%	70

In unserem CRM sind darüberhinaus für alle Regionen Finnlands inzwischen 300 Unterkünfte erfasst, die auch ein offiziell anerkanntes Nachhaltigkeitszertifikat besitzen. Bei diesen handelt es sich überwiegend um Hotels der Scandic bzw. der Sokos-Hotelgruppe, die den aufwendigen Zertifizierungsprozess Green Key durchlaufen haben. Aber auch zahlreiche kleinere Unterkunftsanbieter*innen sind darunter zu finden. Weiterhin findet gerade in Finnland durch die staatliche Organisation Visit Finland das Programm SustainableTravel Finland statt, bei dem sich viele Betriebe ebenfalls auch mit staatlicher Förderung zertifizieren lassen. Bei der Auswahl unserer Unterkunftspartner bevorzugen wir weiterhin, wo immer möglich, kleinere familiär geführte Unternehmen, die allein durch die gesellschaftlichen und staatlichen Rahmenbedingungen in Finnland auch ohne offizielle Zertifizierung bereits über einen hohen CSR-Standard verfügen. Dabei setzen wir auf langjährige und vertrauensvolle Partnerschaften

In der Kommunikation mit unseren Kund*innen werden wir in Zukunft das Nachhaltigkeits-Engagement der Unterkünfte stärker bei den Reisebeschreibungen auf unserer Homepage berücksichtigen und auf bereits vorhandene Zertifikate gezielter hinweisen.

7.3. Reiseleiter/innen

Wir beschäftigen keine eigenen Reiseleiter*innen. Unsere Reisen sind Bausteinreisen ohne Begleitung für Individualreisende. Unseren Reisegästen steht eine 24 Stunden Service-Nummer zur Verfügung, über welche wir jederzeit erreichbar sind.

Als Besonderheit bieten wir geführte Fotoreisen nach Finnisch-Lappland in kleinen Gruppen an. Für diese Reisen arbeiten wir schon seit vielen Jahren mit einigen Profifotografen zusammen, welche dann als freie Mitarbeiter ein oder zweimal jährlich feste Gruppen begleiten. Bei Sonderaktionen wie z.B. unserer Dankeschönreise oder Incentive-Reisen begleiten auch fintouring Mitarbeitende die Gruppe direkt von Deutschland aus.

Eine Befragung von Reiseleiter*innen wurde nicht separat durchgeführt.

7.4. Geschäftspartner*innen

Unsere Geschäftspartner*innen sind in erster Linie die Leistungsträger vor Ort in Finnland, aber auch einige Vertriebspartner*innen in Deutschland wie Reisebüros und Reiseagenturen, die unsere Reisen aktiv an Endkunden verkaufen.

Für unsere Zertifizierung haben wir insgesamt 25 Geschäftspartner*innen gebeten, an der Befragung teilzunehmen, darunter Transferunternehmen, Safari-Anbieter, weitere Unterkünfte wie Lodges und Ferienhausanbieter aus Finnisch-Lappland darunter auch aus unserer Zielregion Kittilä. 14 Partner haben sich aktiv an der Befragung beteiligt.

	Einheit	2019/20
Zufriedenheits-Index Geschäftspartner	%	81
Teil-Index Zusammenarbeit & Geschäftsbeziehung	%	95,7
Teil-Index Nachhaltigkeits-Engagement Reiseveranstalters	des %	65,8
	Einheit	2019/20
Anzahl befragter Geschäftspartner	Anz	14

Der hohe Wert von 95,7% bei der Zusammenarbeit mit unseren Geschäftspartner*innenn ist uns zugleich Ansporn, die langjährigen und vertrauensvollen Partnerschaften auch in Zukunft weiterhin gut zu pflegen. Diese Art der Zusammenarbeit hat uns auch in der Zeit der Corona-Krise ermöglicht viele Probleme durch flexible und gleichzeitig verlässliche und persönliche Absprachen zu überwinden.

Der niedrigere Index im Nachhaltigkeits-Engagement zeigt uns dagegen, dass wir in der Kommunikation mit unseren Partnern dieses Thema in Zukunft verstärkt berücksichtigen müssen. Dazu werden wir Schritt für Schritt, mit allen Partnern, bei den nächsten Vereinbarungen zusätzlich auch den Supplier Code of Conduct vereinbaren. Nach erfolgreicher Zertifizierung werden wir alle unsere Partner*innen informieren und zudem alle aktiv um Mitteilung über die eigenen Nachhaltigkeitsaktivitäten bitten. Mit den Anbietern von Motorschlittentouren wurde bereits über die Möglichkeiten alternativer Antriebsarten auf Geschäftsführerebene kommuniziert.

8. Community Involvement

Glücklicherweise gibt es in Finnland so gut wie keine Armut. Es werden faire Löhne und Gehälter gezahlt und besonders Zeiten außerhalb "normaler Arbeitszeiten", z.B. Wochenend-, Abenddienste oder Feiertage werden zusätzlich vergütet. Naturschutz ist für den finnischen Staat und für seine Bürger eine Selbstverständlichkeit und Firmen bzw. Regionen erhalten vom Staat Förderungen, wenn sie Projekte für mehr Klimaschutz realisieren.

Daher unterstützen wir keine speziellen Projekte in Finnland.

Stattdessen engagiert sich die fintouring Geschäftsleitung privat mit dem Verein Kilidafu e.V. vor allem für die Förderung von Schulen und Kindergärten in Ostafrika. Hier im speziellen auf der Insel Mafia vor Tansania.

