



## Nachhaltigkeitsbericht 2010

Cilentano - Natürlich Süditalien  
Margaretenstr. 14  
93047 Regensburg



## Inhaltsverzeichnis

1. Unternehmensportrait .....	3
1.1. Finanzen .....	3
1.1.1. Umsatz .....	3
1.1.2. Ausgabenstruktur .....	4
1.2. Reiseangebote .....	4
2. Nachhaltigkeit im Unternehmen .....	6
2.1 Leitbild .....	6
3. Verantwortung für Kunden .....	7
4. Umwelt .....	9
4.1. Wasserverbrauch .....	9
4.2. Stromverbrauch .....	9
4.3. Heizenergieverbrauch .....	9
4.4. Mobilität .....	10
4.4.1. Dienstreisen .....	10
4.4.2. Pendelverkehr .....	11
4.5. Beschaffung .....	11
4.6. Papierverbrauch .....	11
5. MitarbeiterInnen .....	12
6. Verantwortung für die Gesellschaft .....	13
7. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette .....	13
7.1 Angebotsgestaltung .....	13
7.2 Leistungsträger .....	14
7.2.1 Partneragenturen .....	14
7.2.2 Unterkunft .....	14
7.2.3 Reiseleitung .....	16
7.2.4. Transport .....	16
IMPRESSUM .....	19

Anhang: Verbesserungsprogramm

**Datenbasis: 2008**



# 1. Unternehmensportrait

## Cilentano - Natürlich Süditalien!

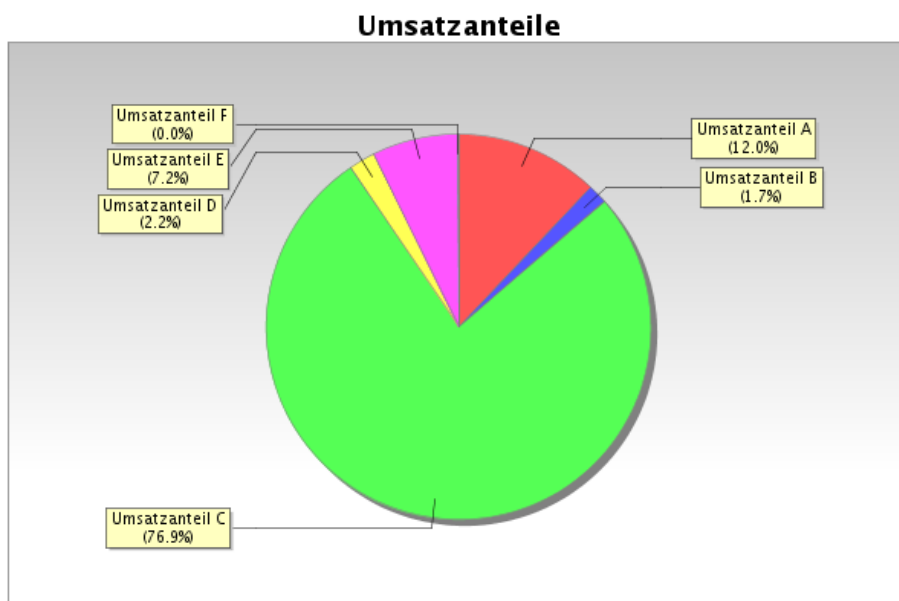
Reisen nah an der Natur, den Menschen und ihrer Kultur: Das ist die Philosophie von Cilentano (früher Natururlaub), gegründet 1999 von Matthias Baldauf und Raphael Mankau. Mit Sitz in Regensburg ist der Schwerpunkt unserer Internetagentur die Vermittlung von Ferienhäusern, Ferienwohnungen, Hotels und Landgütern im Nationalpark Cilento (Kampanien). Seit einigen Jahren bieten wir zudem Unterkünfte in Kalabrien (Tropea und Capo Vaticano), an der Amalfiküste und im Golf von Neapel sowie in Apulien und auf Sizilien an. Außerdem vermitteln und organisieren wir Sprach-, Wander- und Radreisen.

Jedes der Objekte wird von uns persönlich vor Ort ausgewählt, dabei legen wir viel Wert auf die individuelle Note und wählen kleine, familiäre Unterkünfte. Im zehnjährigen Jubiläumsjahr sind wir heute mit rund 140 Objekten der größte Anbieter von Ferienwohnungen und -häusern im Cilento. In unserer Regensburger Zentrale beraten vier Mitarbeiter die Reisenden ganz persönlich bei der Urlaubsplanung. Rund 6.000 Urlauber kommen jährlich mit uns in die Region südlich der Amalfiküste. Viel Wert legen wir auf die Entwicklung eines nachhaltigen und sanften Tourismus in Süditalien, auf die Belange der Umwelt und der Einheimischen. Aus diesem Grunde sind wir Mitglied im forum anders reisen und unterstützen die Ziele des Verbands.

## 1.1. Finanzen

### 1.1.1. Umsatz

Den größten Anteil am Umsatz bestreitet die Region Cilento, mit Abstand gefolgt von der Amalfiküste, Tropea sowie Sizilien und Apulien.



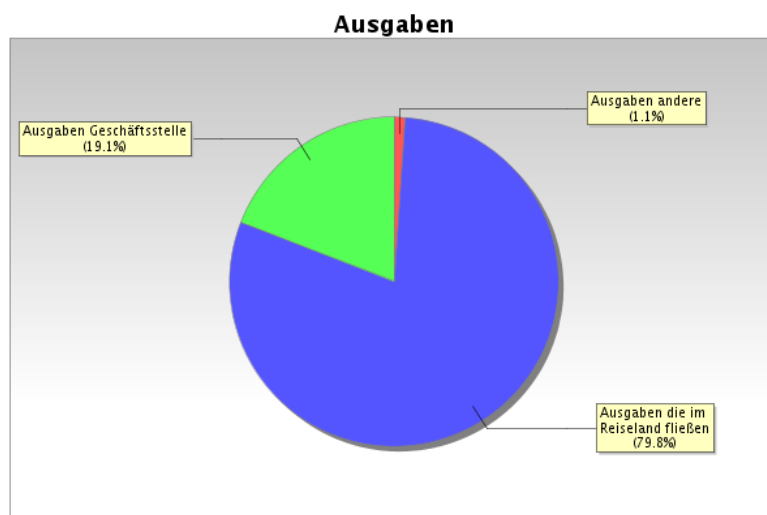


### Bezeichnung der Umsatzanteile

Umsatzanteil A	Umsatzanteil B	Umsatzanteil C	Umsatzanteil D	Umsatzanteil E	Umsatzanteil F
Amalfi	Apulien	Cilento	Sizilien	Tropea	Vermittlung Mietwagen, Reiseversicherung

#### 1.1.2. Ausgabenstruktur

In unserer Position als Unterkunftsvermittler stellen wir, bildlich gesehen das Bindeglied zwischen Eigentümer und Kunden dar. Dies schlägt sich auch auf unsere Ausgabenstruktur nieder, denn der Großteil der Summe, die der Kunde an uns zahlt, wird an den Eigentümer weitergeleitet. Eine Provision bleibt im Unternehmen.



#### 1.2. Reiseangebote

Unser Reiseangebotsspektrum erstreckt sich überwiegend auf die Vermittlung von Unterkünften an der Amalfiküste, in Apulien, Kalabrien und auf Sizilien, vor allem jedoch im Cilento (Kampanien), wo wir auch einige Gruppenwanderreisen und Sprachkurse anbieten. Unsere Unterkünfte sind je nach Architektur bzw. Winterfestigkeit ganzjährig im Programm, einige der Hotels haben in den kälteren Monaten geschlossen. Unsere Gruppenreisen sind einwöchig angelegt und werden jeweils im Frühjahr und Herbst angeboten (Sprachkurse kamen 2008 aufgrund mangelnder Teilnahme leider nicht zustande).

Durchschnittliche Reisedauer getrennt nach Individual- und Gruppenreisen.



	Gruppenreisen	Individualreisen
durchschnittliche Reisedauer	7	11

Anzahl der Reisenden getrennt nach Individual- und Gruppenreisen.

	Gruppenreisen	Individualreisen	
Anzahl der Reisenden	43	6607	6650.0



## 2. Nachhaltigkeit im Unternehmen

"CSR beschreibt den Beitrag der Unternehmen zu einer nachhaltigen Entwicklung, indem sie über die gesetzlichen Vorgaben hinaus soziale und ökologische Verantwortung in ihrem Kerngeschäft übernehmen".

CSR-Beauftragung bei Cilentano: Annika Burger

### 2.1 Leitbild

Seit Gründung von Cilentano ist die Unternehmensphilosophie die eines sanften, verantwortungsvollen Reisens. Nach unserer Auffassung muss Tourismus im Einklang mit Natur und Kultur einer Region stehen. Als Mitglied im forumandersreisen streben wir eine nachhaltige Tourismusform an, die langfristig ökologisch tragbar, wirtschaftlich, sowie ethisch und sozial gerecht ist und richten unser Handeln im und als Unternehmen danach:

#### **Individuelle Unterkünfte**

Wir setzen auf kleine, persönliche Unterkünfte mit authentischem Stil statt auf Massen- und Pauschal Tourismus. So haben unsere Kunden während ihres Urlaubs die Möglichkeit, ein noch weitgehend ursprünglich gebliebenes Süditalien kennenzulernen und in das ganz normale Alltagsleben der Einheimischen einzutauchen.

#### **Lokale Beteiligung**

Wir arbeiten ausschließlich mit einheimischen Privateigentümern zusammen, unsere Strukturen gehören weder internationalen noch nationalen Ketten an. Unsere Reiseleiter sind entweder Einheimische oder schon sehr lange vor Ort ansässig. Sie kennen sowohl Natur als auch Kultur und gehen verantwortungsvoll damit um.

#### **Kundenzufriedenheit**

Die Zufriedenheit unserer Kunden ist uns sehr wichtig. Dazu zählt eine persönliche Beratung sowie ausführliche Information auf unserer Internetseite. Darüber hinaus bemühen wir uns um eine ständige Qualitätssicherung; wir erfragen die Meinung unserer Kunden und stehen im ständigen Dialog mit den Eigentümern. Dafür reisen wir mehrmals im Jahr nach Süditalien, prüfen und wählen jedes Objekt mit eigenen Augen und erweitern das Angebot um neue Tipps und Empfehlungen.

#### **Umweltschonend**

Wir empfehlen eine umweltschonende Anreise mit dem Zug. Viele Kunden reisen dennoch mit dem Flugzeug an, diese verweisen wir auf die Initiative atmosfair, eine Möglichkeit, die beim Flug entstehenden klimaschädlichen Emissionen zu kompensieren.

#### **Arbeit im Team**

Wir arbeiten selbstverantwortlich und im Dialog miteinander, ein offenes und kommunikatives Klima ist uns wichtig.



### 3. Verantwortung für Kunden

Wir sind stets darum bemüht, die Zufriedenheit und den Service für unsere Kunden zu optimieren. Dies umfasst folgende Punkte:

#### a) Kundeninformation

Dafür steht zunächst vor allem unsere Internet-Seite zur Verfügung, die mehr als nur ein Buchungsportal ist: Sie soll den Blick öffnen für den hierzulande noch weitgehend unbekanntem Landstrich Cilento. Neben einer Fülle von Informationen und Insider-Tipps für Ausflüge, regionaltypische Restaurants, geführte Wanderungen, Exkursionen, sportliche Aktivitäten und Veranstaltungen, präsentieren wir detailliert unser Angebot von Ferienwohnungen und -häusern aller Preisklassen, Landhäusern, B&B-Unterkünfte und Hotels. Viele Fotos und Kundenstimmen erleichtern die Entscheidung. Auf dem Laufenden halten wir unsere Kunden außerdem über unsere regelmäßigen Newsletter.

Darüber hinaus erhält jeder unserer Kunden bei seiner Buchung wahlweise ein auf Recycling-Papier gedrucktes Kochbuch der Region Cilento oder den Wanderführer "Cilento-Aktiv" mit Anregungen zu Rad- und Wandertouren sowie Informationen zu Stränden, Tauchmöglichkeiten etc.

Seit 2009 können wir unseren Cilento-Kunden erstmals unsere Informations-Broschüre Cilento-Service 2009 anbieten. Sie enthält praktische Tipps von der Apotheke über Einkaufsmöglichkeiten, Informationen zum öffentlichen Nahverkehr, Wochenmärkten und Läden typischer Produkte. Inhalt sind Auskünfte der Eigentümer der Unterkünfte als auch Insider-Tipps unserer Kunden, die wir im Laufe der Jahre gesammelt haben.

Nicht alle der zu dem Resultat des "Indexes zur Qualität der Kundeninformation" (S. 9) führenden Aspekte treffen in vollem Maße auf uns zu, was zu einer Abwertung des Ergebnisses geführt hat. Dennoch sind wir natürlich bestrebt, das Ergebnis zu verbessern und unser Informationsspektrum für die Kunden kontinuierlich auszuweiten.

#### b) Sicherheit für den Kunden:

Auch Reisevermittler sind im Allgemeinen verpflichtet, bei der Buchung einen Sicherungsschein auszugeben. Kunden von Cilento sind mit dem Reisepreis- Sicherungsschein der R+V-Versicherung abgesichert, den sie mit ihrer Buchungsbestätigung erhalten.

Cilento empfiehlt den Abschluss einer Reiserücktritts-, Reisekranken- und Reisegepäckversicherung, dafür empfehlen wir die HanseMercur-Versicherungsgesellschaft; ein Anmeldeformular liegt jeder Buchungsbestätigung bei.

#### c) Kundenzufriedenheit

Instrument für unsere Qualitätskontrolle sind v.a. die Kundenfragebögen. Inhalt ist die Abfrage allgemeiner Zufriedenheit über den Aufenthalt, spezielle Tipps und Anregungen für die Region,



außerdem Fragen und Unterkunft. Die meisten unserer Fragen sind offen gestaltet, um ein möglichst detailliertes Informationsspektrum der Kunden zu erhalten. Jeder Eigentümer erhält jeweils nach Ablauf eines Jahres ein Resumée der Auswertung seiner Unterkunft, mit Verbesserungsvorschlägen und Maßnahmenlisten. Jede Unterkunft wird zusätzlich immer wieder durch persönliche Besuche auf Qualität und Standard überprüft.

Als bisheriges Ergebnis der Kundenbefragung wird neben spezifischen Aspekten bezüglich der jeweiligen Unterkunft, allgemein vor allem die Müllsituation in der Region als problematisch angesehen, die trotz erheblicher Maßnahmen immer noch verbesserungswürdig ist. Auch die Beschilderung und Ausweisung von Wanderwegen sei zu optimieren. Überwiegend sind die Rückmeldungen, die wir von unseren Kunden erhalten jedoch positiv, über 50% hat der Aufenthalt im Cilento sehr gut gefallen: "Mein Cilento-Tip: So oft hinfahren wie möglich, damit man noch viel mehr von Land und Menschen erfahren kann...Es ist unbeschreiblich schön, interessant und vielfältig; eine wunderbare Natur, Kultur, Besichtigungen, Wanderungen, das köstliche Essen und die vielen interessanten Strände und Buchten - hier werden alle Urlaubsansprüche erfüllt".

Alle Cilento-Kunden, die nach Ihrer Reise unseren Rückmeldebogen ausgefüllt an uns zurücksenden oder/und uns Ihre Lieblingsbilder aus dem Urlaub schicken, erhalten als Dankeschön wahlweise eine Flasche biologischen Olivenöls der Cooperativo Cilento oder unser Cilento-T-Shirt aus 100% fair-trade Bio-Baumwolle sowie mit unserer Kundenkarte drei Prozent Rabatt auf die nächste Buchung.

Indizes

	Prozent
Zufriedenheitsindex Kunden	88
Rücklaufquote der Kundenbefragung	20,96
Index zur Qualität der Kundeninformation	63,48

Betreuerschlüssel (Gruppengröße pro Betreuer)

Anzahl der Reisenden pro Betreuer	8,6
-----------------------------------	-----



## 4. Umwelt

In unserem 126 m<sup>2</sup> großen Büro ist Nachhaltigkeit ein entscheidender Aspekt. Die Einrichtung besteht überwiegend aus Naturholzmöbeln und auch das Büromaterial wird entweder von Herstellern ökofairer Produkte (memo-Versand) oder lokalen Anbietern bezogen. Der Drucker ist ein vielbenutztes Gerät in unserem Büro, das seit Ende 2008 nach ökologischen Standards ohne Feinstaubproduktion, wenig Abfallaufkommen und uneingeschränkte Verwendung von Recyclingpapier ausgesucht wurde.

CO2 pro Mitarbeitenden		
	t	CO2 Emissionen gesamt
In Tonnen (t)	1.48	5.18

### 4.1. Wasserverbrauch

Wasserverbrauch	
	m <sup>3</sup>
	33.73

### 4.2. Stromverbrauch

Ursprünglicher herkömmlicher Versorger für unseren Strom war die REWAG (Regensburger Energie- und Wasserversorgung). Seit Ende 2008 beziehen wir unseren Strom über LichtBlick. Dieser stammt zu 100% aus regenerativen Energiequellen und vermindert damit den CO<sub>2</sub>-Ausstoß gegenüber herkömmlicher Stromgewinnung.

Stromverbrauch	
	kWh
	5333.0

### 4.3. Heizenergieverbrauch

Die Heizungsanlage des gesamten Gebäudekomplexes wird mit Erdgas betrieben und ist auf automatische Nachtabsenkung eingestellt.

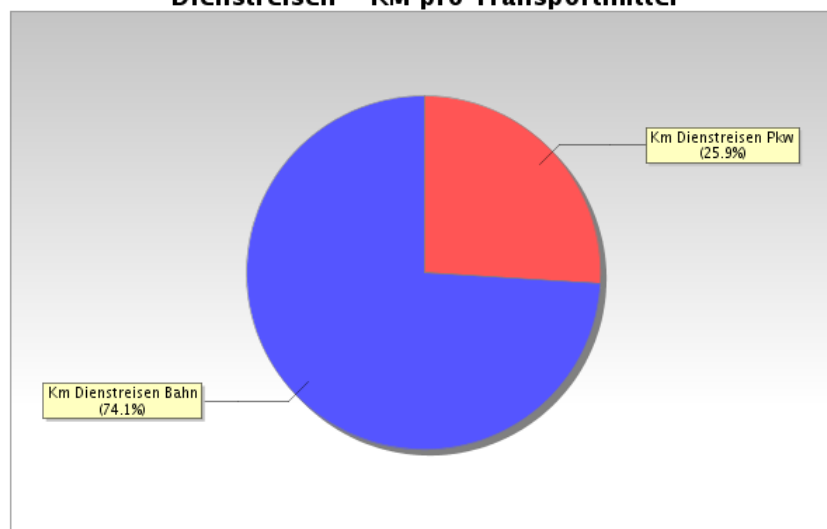
Heizenergieverbrauch	
	Erdgas
Verbrauch in kWh	10779.0

## 4.4. Mobilität

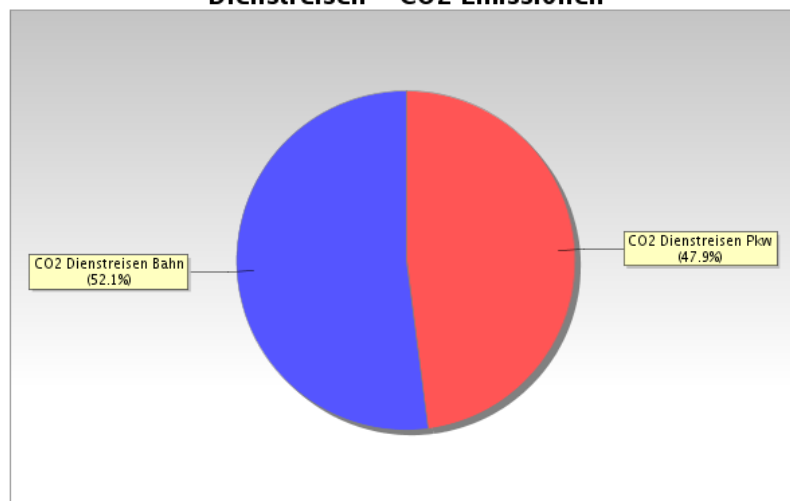
### 4.4.1. Dienstreisen

Da wir unser Angebot persönlich vor Ort aussuchen und immer wieder überprüfen, sind Reisen nach Süditalien unumgänglich. Im Jahr 2008 war dies fünf Mal der Fall. Für die An- und Abreise in das Cilento-Zielgebiet (Regensburg - Salerno) wird ausschließlich die Bahn genutzt. Da viele der kleinen Orte im Land selber nicht mit der Bahn und zu selten mit dem Bus erreichbar sind, wird vor Ort ein Mietwagen eingesetzt.

**Dienstreisen - KM pro Transportmittel**

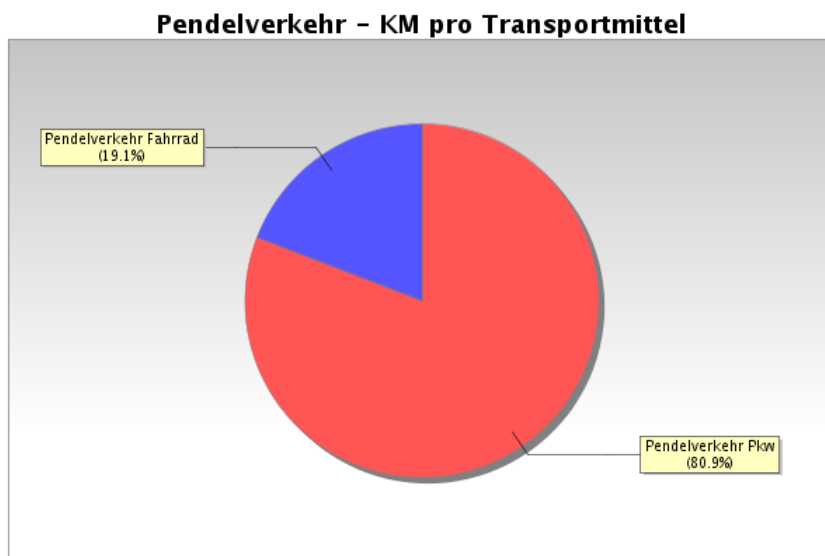


**Dienstreisen - CO2 Emissionen**



#### 4.4.2. Pendelverkehr

Drei unserer Mitarbeiter wohnen in Büronähe und kommen mit dem Fahrrad, jeweils eine Strecke von circa 1,5 km (einfach) zurücklegend. Der restliche Pendelverkehr beläuft sich auf den Pkw als Transportmittel, der weitere insgesamt 19 km pro Strecke ausmacht.



#### 4.5. Beschaffung

Unser Büromaterial beziehen wir hauptsächlich von zwei Herstellern bzw. Lieferanten. Produkte, die wir nicht von öko und/oder fairen Herstellern (memo-Versand) beziehen, stammen von einem Handel für Büromaterial mit Sitz in Regensburg. Auf diese Weise unterstützen wir öko-faire Produkte, leisten gleichzeitig aber auch einen Beitrag zur Unterstützung der lokalen Wirtschaft. Dies wiederum sorgt für kurze Transportwege.

Anteil öko-fairer Produkte	
	%
	22.29

#### 4.6. Papierverbrauch

Seit 2007 wird unser Katalog nicht mehr neu aufgelegt. Wir konzentrieren uns seitdem ausschließlich auf das Internet als Informationsmedium. Unser Briefpapier besteht aus weißem Papier, davon bestellen wir jährlich 10.750 Blatt. Generell wird alles weitere Infomaterial wie zusätzliche Lagekarten oder unser Kunden-Feedbackbogen auf Recyclingpapier ausgedruckt. 2008 mussten wir aufgrund von Problemen mit unserem alten Drucker zeitweise auch für diese Zwecke auf weißes Papier



umsteigen. Zusammen mit unserem jährlichen Weihnachtskundenanschreiben wurde 2008 13.900 Blatt Recyclingpapier bestellt.

Anteil 100% Altpapier vom gesamten Papierverbrauch

%
54.19

Papiergramm pro Reisendem

%
0,02 (=20 Gramm)

## 5. MitarbeiterInnen

2008 waren in unserem Büro vier Mitarbeitende festangestellt beschäftigt, drei davon in Vollzeit, eine zu 50 Prozent. Die telefonische Präsenz für unsere Kunden zu festgelegten Uhrzeiten schränkt zwar die Flexibilität der Arbeitszeiten ein, Aufgabenfelder jenseits des operativen Bereichs können jedoch im Rahmen von Gleitzeit freier gestaltet werden. Als Verbesserungswunsch wurden regelmäßige Teambesprechungen genannt. Im Gegenzug schätzt unser Team das Arbeitsklima ohne spürbaren Leistungsdruck sowie die allgemein gute interne Stimmung.

MitarbeiterInnen im Unternehmen

	Männer	Frauen	
Führungspositionen	1		1.0
Freie Mitarbeitende			
MA mit Ausbildung in Tourismusbranche oder mindestens 3-jährige Erfahrung		3	3.0
Ausbildungsstellen			
Zeitverträge			
PraktikantInnen			
MA ohne Ausbildung bzw. Erfahrung in Tourismusbranche		1	1.0
		4.0	



Anzahl der MitarbeiterInnen getrennt nach In- und Ausland

	im Inland	im Ausland
Anzahl der Mitarbeitenden	4	0

Bewertung der Unternehmenskultur aus MitarbeiterInnensicht

%
79.0

## 6. Verantwortung für die Gesellschaft

Als Mitglied des forumandersreisen haben wir uns dem nachhaltigen Tourismus verpflichtet, dies betrifft sowohl sozio-ökonomische als auch ökologische Aspekte. Obwohl wir die Anreise ins Zielgebiet mit dem Zug empfehlen, wählen viele unserer Kunden das Flugzeug als Transportmittel. Deswegen verweisen wir auf unserer Internetseite mit Tipps zur Anreise auf die Initiative atmosfair. Sie bietet die Möglichkeit, die beim Flug entstehenden klimaschädlichen Emissionen zu kompensieren.

Mit der Wahl unseres einheimischen Wanderführers unterstützen wir gleichzeitig dessen "Associazione Posidonia", eine gemeinnützige Organisation, die sich für den nachhaltigen Tourismus im Nationalpark Cilento engagiert.

Anteil des Reisepreises der im Reiseland fließt

%
79.78

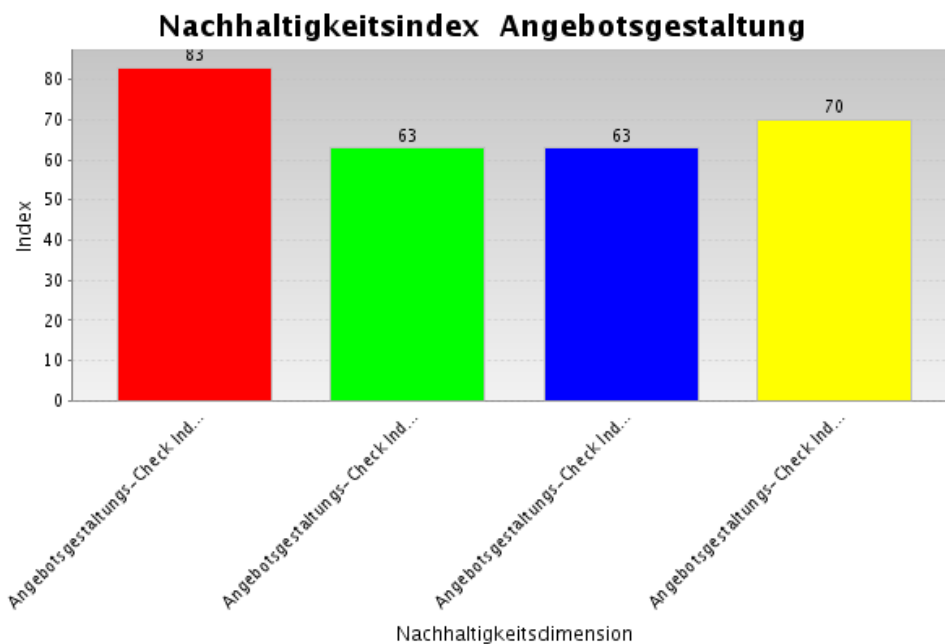
## 7. Produktverantwortung in der Dienstleistungskette

Für jede unserer angebotenen Unterkünfte wird ein Vertrag über Rechte und Pflichten mit dem jeweiligen Eigentümer abgeschlossen. Vor Ort arbeiten wir mit keinen weiteren Partneragenturen zusammen; die Regelung der Schlüsselübergabe sowie die Instandhaltung der Unterkünfte liegt in der Verantwortung des Eigentümers.

### 7.1 Angebotsgestaltung

Unser Angebot erstreckt sich ausschließlich auf die Leistungen vor Ort, d.h. vor allem auf die Vermittlung von Unterkünften (Details siehe 7.2.2). Bei unseren Gruppenreisen (Cilento-Wanderreise und Sprachkurs) legen wir Wert auf kleine Gruppen und die Möglichkeit für unsere Kunden, neben

den Wanderungen genügend Zeit für eine individuelle Aufenthaltsgestaltung zur Verfügung zu haben. Aufgrund des angenehmeren Klimas im Cilento werden die Gruppenreisen im Frühling und Herbst angeboten. Eine An- und Abreise oder Transport vor Ort vermitteln wir nicht, wir informieren jedoch unsere Kunden über Möglichkeiten und empfehlen dabei die Anreise mit der Bahn bzw. verweisen bei Flugreisen auf atmosfair. Ein Transfer vom Zielbahnhof zum Hotel und zurück ist im Angebot der Gruppenreisen inklusive.



## 7.2 Leistungsträger

### 7.2.1 Partneragenturen

Vor Ort arbeiten wir direkt mit den Eigentümern zusammen, ohne den Einsatz von Partneragenturen.

### 7.2.2 Unterkunft

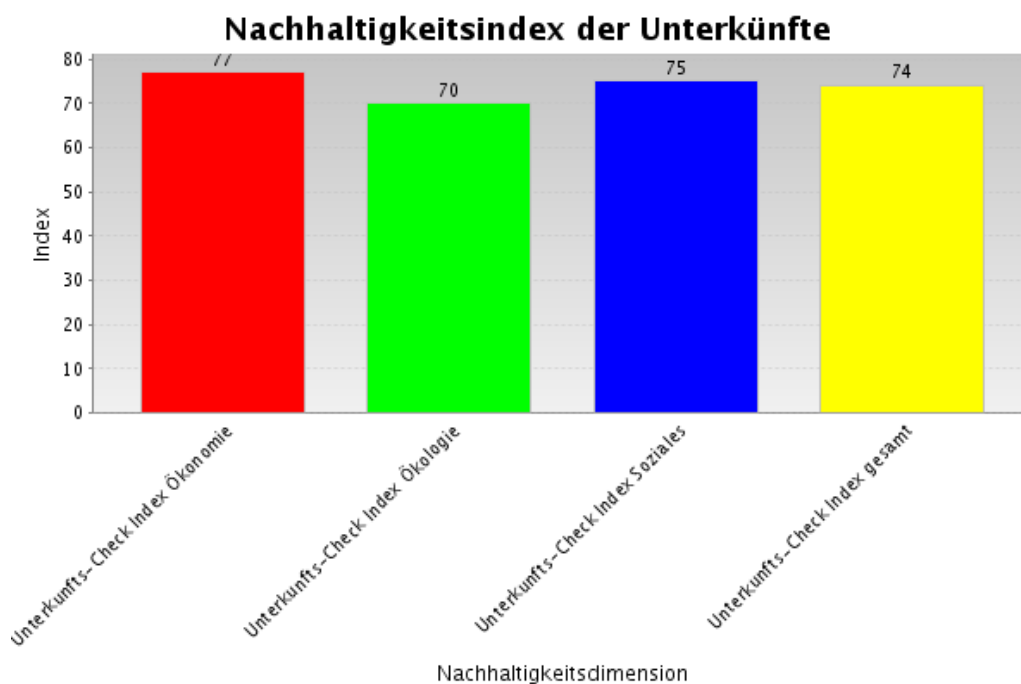
Unsere angebotenen Unterkünfte werden stets persönlich von uns vor Ort ausgesucht, wofür jährlich mehrere Reisen in den Cilento unternommen werden. Dabei legen wir großen Wert auf individuelles und persönliches Flair: Keine der Unterkünfte gehört einer Kette an, die meisten Hotels sind vor allem

kleine Familienbetriebe, mit allen Eigentümern stehen wir in direktem Kontakt.

Im Jahr 2008 hatten wir 180 Unterkünfte im Programm, davon 145 im Cilento. Anhand des Unterkunfts-Check geprüft wurden unsere Hotels und B&B's im Cilento. Da viele der angeführten

Aspekte auf unsere Ferienwohnungen und -häuser nicht zutreffen, hätten nur sehr wenig Fragen beantwortet werden können, was zu einer Verzerrung des Ergebnisses geführt hätte. Dennoch haben wir auch Eigentümern von Ferienwohnungen und -häusern den Fragebogen zukommen lassen, um auch in diesem Angebotsbereich einen Überblick zu erhalten und eventuelle Verbesserungsmaßnahmen angehen zu können.

Das Ergebnis des Unterkunfts-Check zeigte, dass gerade im Bereich Müll bzw. Verpackungsaufkommen aufgrund von Kleinportionierungen noch Verbesserungspotential besteht. Schulungen für die Mitarbeiter werden im Allgemeinen nicht angeboten, was auch auf die saisonbedingte Anstellung zurückgeführt werden kann. Dafür sind viele der Hotels bezüglich Energieeinsparungen, Nutzung von erneuerbaren Energien (Solarzellen) und Zertifizierungen bereits recht gut aufgestellt, im Gegensatz zu den Privatunterkünften, die an dieser Stelle noch einiges aufholen können. Welche Möglichkeiten hierfür existieren, muss zunächst noch überprüft werden. Gerade im Bereich Zertifizierung und Nutzung erneuerbarer Energien sehen wir einen Ansatzpunkt, in dem auch wir als Agentur noch Informations- und Motivationsarbeit leisten können.

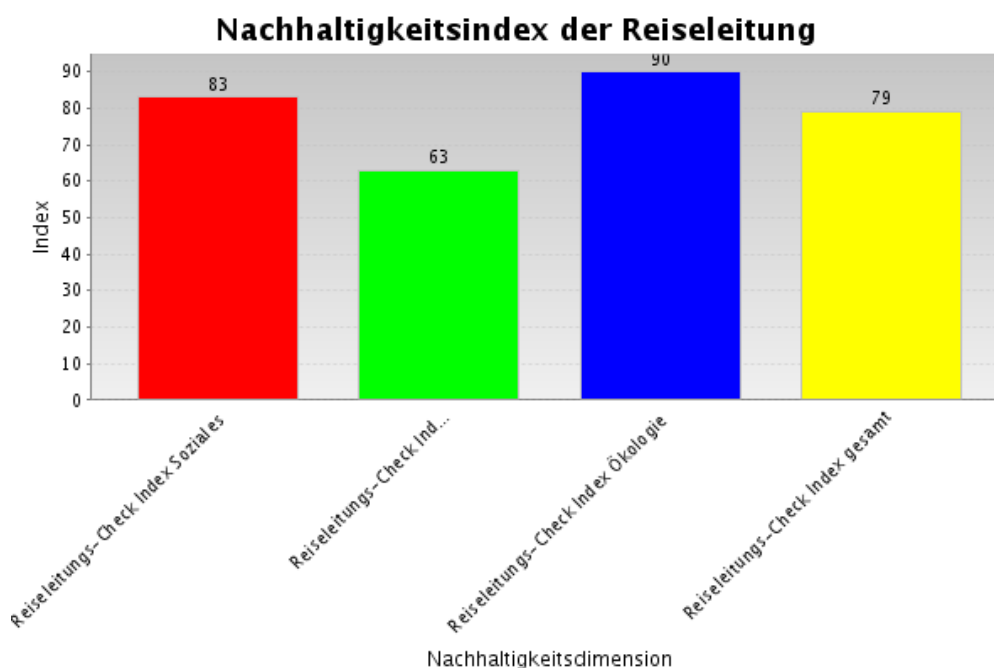




### 7.2.3 Reiseleitung

Auf der Suche nach einem kompetenten, einheimischen Wanderführer sind wir bei Salvatore Calicchio fündig geworden. Mit viel Engagement und Leidenschaft bringt Salvatore - von Beruf Lehrer - und seine Associazione unseren Gästen Flora und Fauna, Tradition und Brauchtum sowie die Geschichte des Cilento näher. Damit unterstützen wir gleichzeitig dessen " Associazione Posidonia", eine gemeinnützige Organisation, die sich für den nachhaltigen Tourismus im Nationalpark Cilento engagiert und vor allem Wanderwege unentgeltlich anlegt und pflegt sowie bei der Erstellung von Wanderkarten mitwirkt. Da Signor Calicchio überwiegend seine Muttersprache - italienisch - spricht, steht unseren Kunden je nach Inhalt des Tages sowie jeden Abend im Hotel eine deutschsprachige Begleitung bzw. Ansprechperson zur Verfügung, Frau Anita Sigrist. Sie ist von Geburt Schweizerin, lebt jedoch seit vielen Jahren mit ihrem einheimischen Ehemann vor Ort.

Für die Ferienunterkünfte stehen unseren Kunden sowohl für die Schlüsselübergabe als auch als Ansprechpartner vor Ort entweder die Eigentümer selber oder von ihnen organisierte lokale Verwalter zur Verfügung. Einige bieten unseren Gästen auch einen Transferservice von bzw. zum Bahnhof vor Ort an.



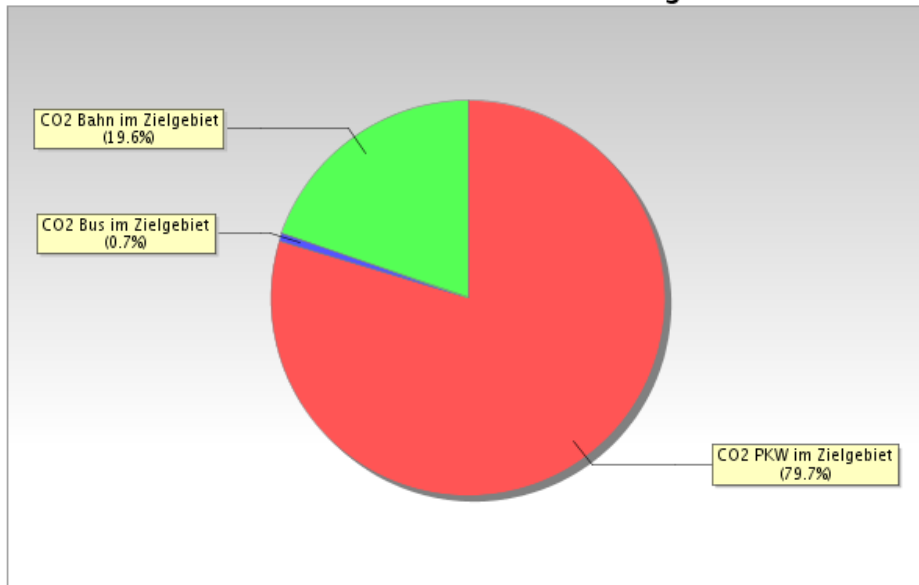
### 7.2.4. Transport

Für die An- und Abreise empfehlen wir vor allem den (Nacht)zug. Die Gäste, die mit dem Flugzeug reisen, weisen wir auf atmosfair hin.

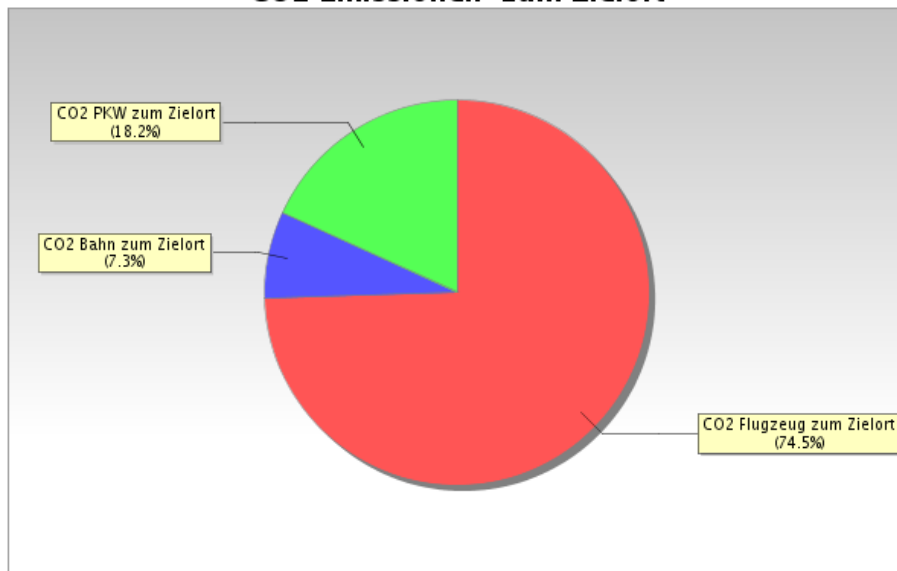
Da wir den Transport für unsere Kunden nicht organisieren und bisher auch die Art der Fortbewegung nicht erfasst haben (z.B. mittels der Kundenbefragung), können wir diesbezügliche Angaben nur

schätzen. Wir gehen davon aus, dass 60% mit dem Flugzeug, 30% per Auto und 10% mit der Bahn anreisen. Wieviel unserer Kunden atmosfair nutzen, können wir aus oben genannten Gründen leider nicht sagen. Vor Ort gehen wir davon aus, dass pro Reise durchschnittlich 50 km mit der Bahn, 5 km per Bus und 300 km mit dem Pkw gefahren werden.

### Reisen - CO2 Emissionen im Zielgebiet



### CO2 Emissionen zum Zielort





Flug-KM gesamt

	Gesamt	Durchschnittlich pro Reisendem
Flug-Km	6535860,0	1367,9

CO2-Emissionen/Gast/Tag

g
31.12.
48614.6



## IMPRESSUM

Cilentano - Natürlich Süditalien!  
 Matthias Baldauf & Raphael Mankau GbR  
 Margaretenstr. 14  
 D - 93047 Regensburg

Tel. ++ 49 / (0) 9 41 / 56 76 46-0

Fax ++ 49 / (0) 9 41 / 56 76 46-1

E-mail: [info@cilentano.de](mailto:info@cilentano.de)

Internet: [www.cilentano.de](http://www.cilentano.de)

CSR-Beauftragte: Annika Burger

E-mail: [info@cilentano.de](mailto:info@cilentano.de)

### Kernindikatoren

Co2 Emissionen pro Gast/Tag (Gramm)	48614,6
Unternehmensökologie: CO2 Emissionen pro MA (Kilogramm)	1480
Anteil des Reisepreises, der ins Reiseland fließt (%)	79,8
Qualität der Kundeninformation (Index in %)	63,5
Zufriedenheitsindex Kunden und Rücklaufquote (%)	88
Unternehmenskultur (Zufriedenheitsindex der Mitarbeitende in %)	79
Unternehmenserfolg_ Cash Flow (Anteil am Umsatz)	5,88
Nachhaltigkeitsindex Unterkünfte (%)	74
Nachhaltigkeitsindex Reiseleitung (%)	79
Nachhaltigkeitsindex Partneragenturen	



Ergebnis unserer Teamsitzung „Portfolio-Analyse/ Verbesserungsprogramm“  
Q.: Cilentano, August 2009

## Maßnahmenprogramm Cilentano – Natürlich Süditalien

Ziele		Maßnahmen Wie?	Verantwortlich Wer?	Termin Wann?
1	<b>Noch mehr Umweltfreundlichkeit im Büro</b>	1.1 umweltfreundliche Putzmittel zur Verfügung stellen	Annika	ab sofort
		1.2 wieder mehr bei memo-Versand bestellen	Gerlinde	ab sofort
		1.3 Bildschirm „Chef-Computer“ nach Dienstschluss aus (Computer muss für Home-office weiterlaufen)	Matthias	ab sofort
		1.4 Bildschirme während der Mittagspause aus	alle	ab sofort
2	<b>Papiereinsparung</b>	2.1 Umprogrammierung der Datenbank: elektronische Kopie der Buchungsbestätigung (keine „Papier-Archivierung“ mehr notwendig)	Matthias	Verlauf 2010
3	<b>Mitarbeiterzufriedenheit</b>	3.1 monatliche Teamsitzungen	Matthias	Ab 10/2009
		3.2. Infos über atmosfair für Mitarbeiter	Annika	10/2009
4	<b>Co2-Kompensation Dienstreisen</b>	4.1 Atmosfair-Abgaben bei Dienstreisen (Flügen) nach Sizilien	Matthias/ Barbara W.	Bei nächster Dienstreise nach Sizilien
5	<b>Verstärkt Werbung f. atmosfair</b>	5.1 nicht nur auf Internetseite, auch in Buchungsbestätigung	Matthias	Verlauf 2010 (in Zshg. m. 2.1)
6	<b>Kundenzufriedenheit/ Information</b>	6.1 Mehr Tipps u. Infos auf Internetseiten (Links zu Busfahrplänen, Aufbereitung der Fahrpläne)	Annika / Barbara W.	Dezember 2009
		6.2. Nennung vorhandener Zertifizierungen in Unterkunftsbeschreibung		
		6.3 Erfassung der Anreiseart auf Kundenfragebogen		
7	<b>Angebotsverbesserung</b>	7.1 Kunden gezielt ansprechen, nachhaken bei kritischen Unterkünften	Barbara P. / Matthias	Jeweils im Herbst, ab 2009
		7.2 konkreterer Maßnahmenkatalog für Eigentümer	Barbara P.	Jeweils Herbst, ab 2009
		7.3 Sensibilisierung der Eigentümer: a) Hotels: Möglichkeiten der Zertifizierung b) Eigentümer v. Ferienwohnungen und -häusern: Information über Möglichkeiten f. Wasser- und Energieeinsparmaßnahmen	Annika	Frühjahr 2010
8	<b>Information der Öffentlichkeit</b>	8.1 Aktuelles Team-Foto	Annika	Herbst 2009
		8.2 „Über uns“ auf Internetseite	Annika	Nach Abschluss d. Zertifizierung
		8.3 PM für Cilento-Service Neuauflage	Barbara W.	Vorauss. Frühjahr 2010