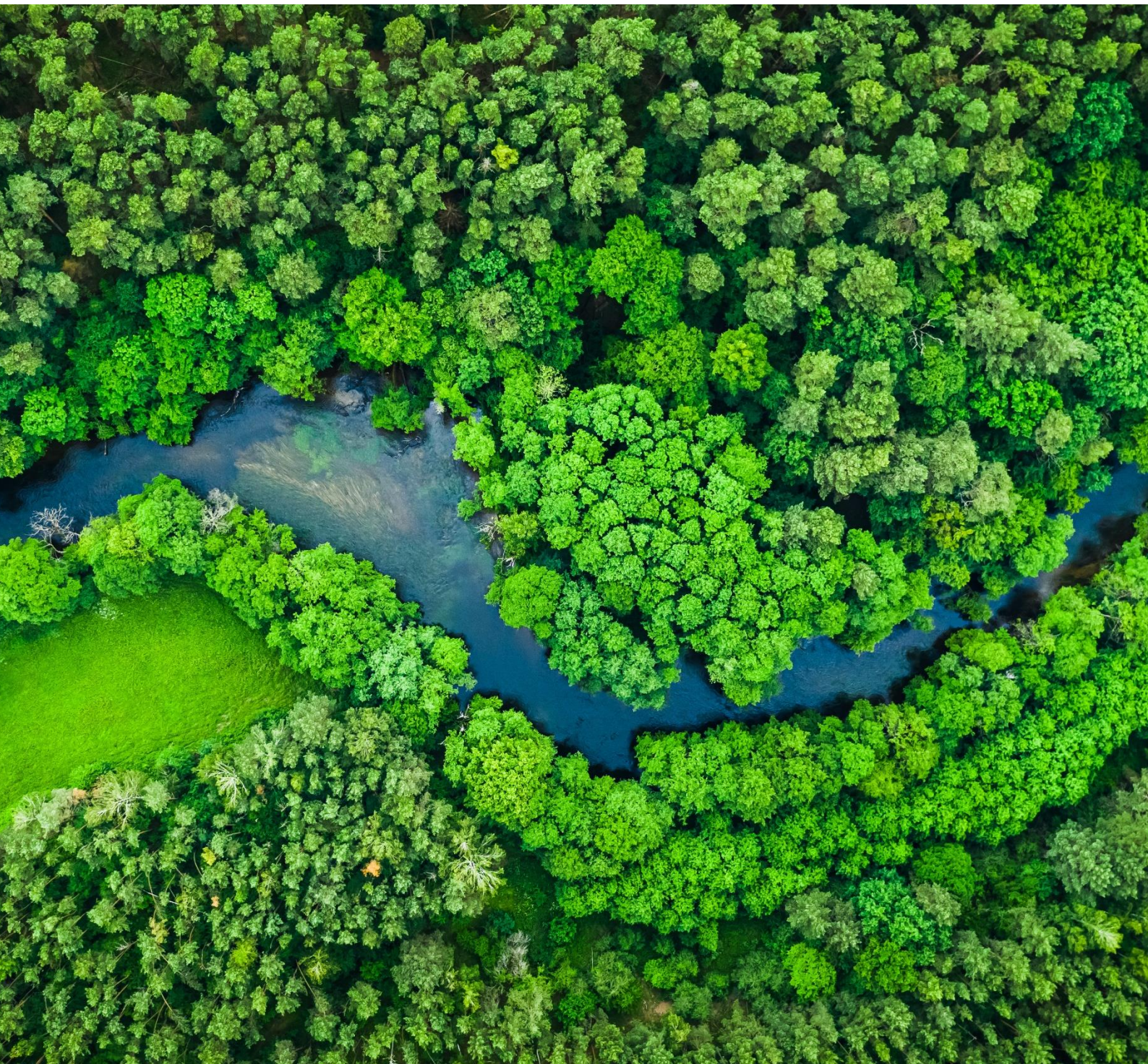


reiseart GmbH & Co. KG

# Nachhaltigkeitsbericht

Datenbasis 2023 – 2025 | Stand Januar 2026



# Impressum

Unternehmensname: reiseart GmbH & Co. KG

Straße: Salzstr. 36

PLZ, Ort: 48149 Münster

Telefon: +49 (0) 251 4815 - 0

Telefax: +49 (0) 251 4815 – 131

E-Mail: muenster@reiseart.de

Website:

<https://lueckertz.de/>

<https://www.reiseart.de/>

<https://reiseart-business.de/>

<https://reiseart-incentives.de/>

Nachhaltigkeitsbeauftragte: Judith von Minden

Tel.: 0251 4815-166

E-Mail: j.vonminden@reiseart.de

Zuständige Geschäftsführerin: Laura Brokamp

Tel.: 0251 4815-0

E-Mail: l.brokamp@reiseart.de

# Inhalt

Impressum.....	1
Vorwort.....	3
Unternehmensportrait .....	4
Management.....	4
Nachhaltigkeitsleitbild.....	4
Verankerung des Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen.....	5
Legal Compliance & Reisesicherheit.....	5
Stakeholder-Analyse & Doppelte Wesentlichkeitsanalyse.....	7
Nachhaltigkeitsprogramm.....	10
Unternehmenskennzahlen 2023-2025 .....	11
Umwelt.....	12
Klimabilanz.....	12
Direkte und indirekte Emissionen aus Scope 1 und 2.....	13
Vor- und nachgelagerte, indirekte Emissionen aus Scope 3 .....	13
Kompensation.....	14
Biologische Vielfalt.....	15
Klimawandel & Klimarisiken .....	16
Nachhaltige Produktentwicklung.....	17
Soziales .....	19
Beschäftigungsstruktur 2023-2025 .....	19
Arbeitsbedingungen .....	20
Mitarbeiterzufriedenheit .....	20
Gesellschaftliches Engagement.....	22
Anhang .....	23

## Vorwort

Ökologische und soziale Nachhaltigkeit sind für uns keine kurzfristigen Trends oder Randthemen, sondern Grundpfeiler unserer langfristig angelegten Unternehmensführung und eine absolute Herzensangelegenheit. Wir sehen es als unsere Verantwortung, aktiv dazu beizutragen, Reisen und Mobilität bewusster zu gestalten und die Tourismusbranche auf zukunftsfähige Beine zu stellen. Reisen verbindet Menschen und Kulturen – umso wichtiger ist es, diese Verbindungen so verantwortungsvoll wie möglich zu gestalten, langfristig zu sichern und die negativen Auswirkungen auf das Klima und die Umwelt in jedem Schritt der Reiseplanung weiter zu reduzieren. Wir alle können unseren Beitrag dazu leisten.

In den vergangenen zwei Jahren haben wir dem Thema Nachhaltigkeit daher oberste Priorität eingeräumt. Mit der Schaffung einer eigenen Stelle für das Nachhaltigkeitsmanagement haben wir gezielt die strukturellen Voraussetzungen geschaffen, um unsere internen Prozesse kritisch zu hinterfragen, weiterzuentwickeln und nachhaltiger auszurichten. Parallel dazu investieren wir in neue Weiterbildungsangebote für unsere Teams, um Wissen, Bewusstsein und Handlungskompetenz im Bereich nachhaltiges Reisen kontinuierlich zu stärken. Darüber hinaus binden wir das Thema zunehmend in unsere Kundenkommunikation ein, um auch unsere Kundinnen und Kunden im Privat- und Geschäftsreisebereich für einen bewussteren Umgang mit Mobilität und Reisen zu sensibilisieren.

Dieser CSR-Bericht gibt Einblick in unsere bisherigen Maßnahmen, Fortschritte und Herausforderungen. Er ist zugleich Ausdruck unseres Anspruchs, Verantwortung zu übernehmen, transparent zu handeln und unseren Beitrag für eine nachhaltigere Tourismusbranche konsequent weiterzuentwickeln.

L. Brokamp      M. Müller      J. Staal



## Unternehmensportrait

Im April 2022 haben sich das Reisebüro Lückertz, ReiseArt, beide aus Münster, sowie das Reisebüro Schlagheck aus Coesfeld zusammengeschlossen und bündeln als reiseart GmbH & Co. KG seither die langjährige Expertise und Ressourcen der traditionsreichen Reisebüros. Auch in unserer neu aufgestellten, schlagkräftigen Konstellation verstehen wir uns weiterhin als Familienunternehmen, wo der Mensch im Mittelpunkt steht: die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden und die persönliche Beziehung zu unseren Kundinnen und Kunden haben oberste Priorität bei reiseart. Zu unserem breiten Dienstleistungsportfolio beraten wir an sieben Standorten in Münster und im Münsterland. Unser Unternehmen umfasst über 130 Expertinnen und Experten rund ums Thema Reisen. Wir sind spezialisiert in vier Unternehmensbereichen:

- Die touristische Beratung und Vermittlung von Freizeitreisen weltweit
- Maßgeschneiderte Gruppenreisen unter unserer Eigenmarke reiseart
- Softwarelösungen und Dienstleistungen im Geschäftsreisen-Segment
- Incentive- und Eventreisen weltweit

## Management

### Nachhaltigkeitsleitbild

Im Dezember 2024 haben wir unser Nachhaltigkeitsleitbild vorgestellt, das einen ganzheitlichen Ansatz der Corporate Social Responsibility definiert und sich auf die drei

Säulen der Nachhaltigkeit Ökologie, Ökonomie und Soziales bezieht. Die reiseart GmbH & Co. KG erkennt ihre gesellschaftliche Verantwortung innerhalb einer globalen Gesellschaft an und richtet ihr Handeln im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung der Sustainable Development Goals der UN aus. Dazu gehört die Reduktion von Emissionen und Ressourcenverbrauch sowie ein respektvoller Umgang mit Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden und Partnern weltweit. Wir richten unsere Prozesse kontinuierlich an Nachhaltigkeitskriterien aus und haben es uns zum Ziel gesetzt, ökologische und soziale Nachhaltigkeit langfristig in unser Geschäftsmodell zu integrieren, ohne dabei die wirtschaftliche Leistungsfähigkeit aus den Augen zu verlieren. Die Erfüllung von ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitszielen sehen wir als unsere Verpflichtung an, da auch der Tourismus auf eine intakte Natur und funktionierende Ökosysteme angewiesen ist und von Ökosystemdienstleistungen profitiert. Unser Nachhaltigkeitsleitbild in Gänze finden Sie unter: [reiseart.de | Nachhaltigkeitsleitbild](https://reiseart.de/Nachhaltigkeitsleitbild).

## Verankerung des Nachhaltigkeitsmanagements im Unternehmen

Die Nachhaltigkeitsbelange im Umwelt- und Personalbereich wurden bis August 2024 von der Geschäftsführerin Laura Brokamp entwickelt und umgesetzt. Im Sommer 2024 wurde die strategische Entscheidung getroffen, den Nachhaltigkeitsbereich durch personelle Ressourcen auszubauen. So verfolgt seit September 2024 eine Mitarbeiterin der Verwaltung mit einer durchschnittlichen Verfügbarkeit von 0,7 Vollzeitäquivalenten einen Großteil der Nachhaltigkeitsmaßnahmen, während die Personalbelange bei der Geschäftsführerin Laura Brokamp verblieben sind. Da Nachhaltigkeit ein Querschnittsthema ist, das in allen Abteilungen des Unternehmens verankert werden muss, ist es der Unternehmensleitung ein großes Anliegen, die Verantwortung für die Verbesserung des Energie- und Ressourceneinsatzes sowie die Fortentwicklung der Nachhaltigkeitsprojekte an EntscheidungsträgerInnen in den einzelnen Fachabteilungen zu übertragen.

## Legal Compliance & Reisesicherheit

### *Arbeitssicherheit*

Die reiseart GmbH & Co. KG misst der Arbeitssicherheit einen hohen Stellenwert bei. Ziel ist es, sichere und gesundheitsgerechte Arbeitsbedingungen für alle Mitarbeitenden zu gewährleisten und arbeitsbedingte Risiken frühzeitig zu minimieren.

Zur Umsetzung dieser Verantwortung werden jährlich verpflichtende Unterweisungen im Arbeitsschutz durchgeführt. Diese sensibilisieren die Mitarbeitenden für potenzielle Gefährdungen im Arbeitsalltag und vermitteln konkrete Verhaltensregeln zur Unfallvermeidung. Die Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben wird regelmäßig überprüft und bei Bedarf angepasst. Regelmäßig finden Arbeitsschutzausschuss Sitzungen mit dem Fachsicherheitsbeauftragten und dem Betriebsarzt statt.

## *Datenschutz*

Der Schutz personenbezogener Daten ist für uns ein zentrales Compliance-Thema, insbesondere aufgrund der Verarbeitung sensibler Kund:innen- und Mitarbeitendendaten. Die Einhaltung der Vorgaben der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ist verbindlich für alle Unternehmensbereiche.

Zur Sicherstellung eines hohen Datenschutzniveaus werden jährliche Datenschutzbildungen für Mitarbeitende durchgeführt. Ergänzend finden regelmäßige Schulungen zu PCI-DSS (Kreditkartensicherheit) sowie zur Cybersicherheit statt, um den sicheren Umgang mit Zahlungsdaten und digitalen Systemen zu gewährleisten. Datenschutzrelevante Prozesse werden fortlaufend überprüft und an gesetzliche sowie technische Entwicklungen angepasst.

## *Schutz der Gesundheit der Mitarbeitenden*

Wir verstehen den Schutz der Gesundheit der Mitarbeitenden als wesentlichen Bestandteil verantwortungsvoller Unternehmensführung. Neben der Einhaltung gesetzlicher Anforderungen werden präventive Maßnahmen umgesetzt, um physische und psychische Belastungen zu reduzieren.

Dazu zählen unter anderem ergonomische Arbeitsplätze mit hochwertigen Bürostühlen, soweit gewünscht ergonomischen Eingabegeräten sowie – soweit möglich und gewünscht – höhenverstellbaren Schreibtischen. Ergänzend unterstützen flexible Arbeitszeitmodelle, Teilzeitmöglichkeiten und Angebote zur Work-Life-Balance die langfristige Gesunderhaltung der Mitarbeitenden. Maßnahmen zur Gesundheitsförderung, wie Firmenfitnessangebote über HANSEFIT, tragen zusätzlich zur Stärkung des Wohlbefindens bei.

## *Anti-Korruption*

Wir bekennen uns zu einer klaren Null-Toleranz-Haltung gegenüber Korruption, Bestechung und unlauteren Geschäftspraktiken. Die Geschäftsführung trägt die Verantwortung für die Einhaltung ethischer Grundsätze und rechtlicher Vorgaben in allen Geschäftsbeziehungen.

Zur Prävention werden Mitarbeitende für rechtliche Rahmenbedingungen sensibilisiert, insbesondere in den Bereichen Reiserecht, Cybersicherheit und Datenschutz. Darüber hinaus steht allen Mitarbeitenden ein externes, digitales Hinweisgebersystem zur Verfügung, über das mögliche Verstöße oder Verdachtsfälle vertraulich gemeldet werden können. In den letzten drei Jahren gab es keine Meldungen.

## *Sicherheit auf Reisen*

Als Reiseveranstalter tragen wir eine besondere Verantwortung für die Sicherheit unserer Gäste. Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, haben wir in Kooperation mit einer externen Beratungsagentur für Reisesicherheit und Krisenmanagement einen strukturierten Fahrplan erarbeitet, der unseren Reiseleiter:innen vor Ort und unseren internen Ansprechpartner:innen konkrete Handlungsschritte für unterschiedliche Krisenszenarien an die Hand gibt. Die daraus entstandenen Leitfäden definieren klare Zuständigkeiten, Kommunikationswege und Handlungsabläufe für unterschiedliche Notfallszenarien, darunter Verkehrsunfälle, Gewaltverbrechen und Naturkatastrophen. Durch regelmäßige Schulungen und die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer Prozesse stellen wir sicher, dass im Ernstfall schnell, umsichtig und koordiniert gehandelt wird. So schaffen wir verlässliche Strukturen, die unseren Reisenden Sicherheit geben und gleichzeitig unsere Mitarbeitenden vor Ort bestmöglich unterstützen.

## **Stakeholder-Analyse & Doppelte Wesentlichkeitsanalyse**

Im April 2025 haben wir als Praxispartner an einem Kooperationsprojekt der FH Münster teilgenommen, das Teil einer breit angelegten Innovationsoffensive des Münsterland e.V. ist – dem Projekt [Sustainable Innovations Münsterland](#). Der Nachhaltigkeitscheck der FH Münster ist ein durch Master-Studierende durchgeführtes Einzelcoaching für Unternehmen, um mit wissenschaftlich fundierten Methoden einen Rundumblick auf den eigenen Status Quo in allen Nachhaltigkeitsfragen zu erhalten. An zwei gemeinsamen Workshop-Tagen haben wir mit einer Gruppe von vier engagierten Studierenden eine Stakeholder-Analyse und eine doppelte Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt und haben dadurch für unser Unternehmen relevante Themen und Zukunftsfragen identifizieren können.

In Zusammenarbeit mit den Studierenden haben wir 16 Stakeholder-Gruppen bestimmt und diese entlang der beiden Achsen Interesse und Macht über das Unternehmen eingeordnet (Abb. 1). Die in der Grafik grün umrandeten Stakeholder sind besonders relevant für die reiseart GmbH & Co. KG.

# Stakeholder-Analyse

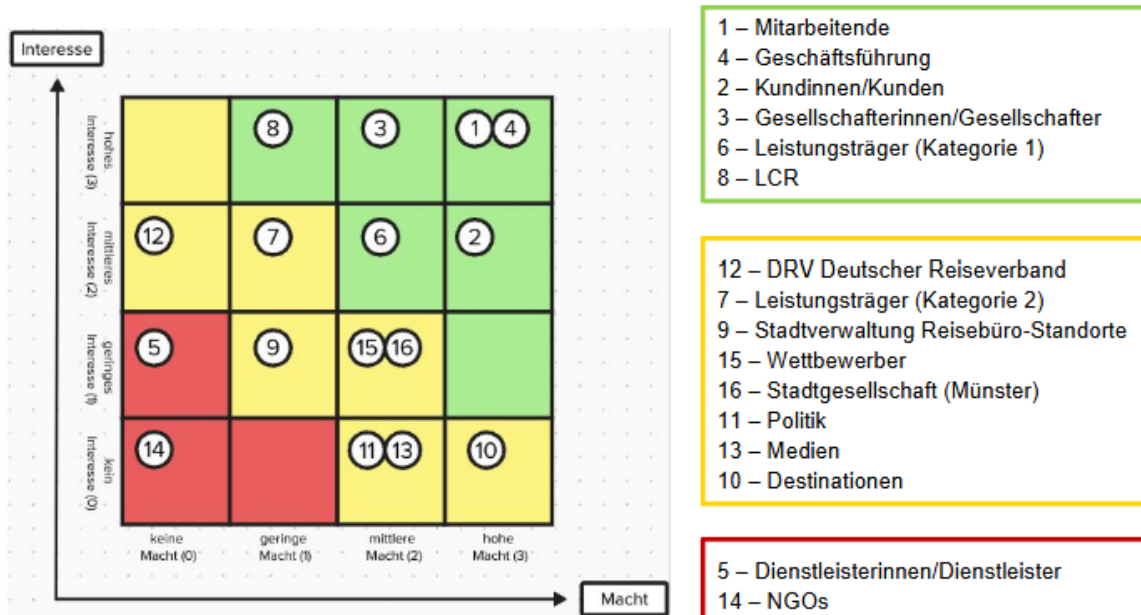


Abbildung 1: Stakeholder-Analyse reiseart GmbH & Co. KG; Quelle: Nachhaltigkeitscheck der FH Münster 04/25

Unter Berücksichtigung unserer wesentlichen Stakeholder haben wir eine umfassende Liste an Themenfeldern aus den drei Nachhaltigkeitsbereichen Ökologie, Soziales und Ökonomie mithilfe eines vorgegebenen Bewertungssystems auf eine Shortlist mit neun Themen reduziert. Diese Shortlist umfasst relevante Zukunftsthemen für unser Unternehmen und beinhaltet folgende Themen:

- Partizipation
- Corporate Volunteering
- Verhaltenskodex
- Politisches Engagement
- Nachhaltigkeit auf Geschäftsführungs-Ebene
- Lieferantenbeziehungen
- Biodiversitätsschutz
- CO<sub>2</sub>-Kompensation
- Nachhaltige Beschaffung

In einem dritten Schritt haben wir diese Themen mithilfe einer Doppelten Wesentlichkeitsanalyse priorisiert. Bei dieser Methodik werden Themenbereiche auf zwei Achsen mithilfe eines Scorings eingeordnet: die Auswirkungs-Wesentlichkeit (Inside-Out) auf der einen Seite und die Finanzielle Wesentlichkeit (Outside-In) auf der anderen Seite. Das Scoring berücksichtigt sowohl positive als auch negative Auswirkungen, sowie auch finanzielle Chancen und Risiken. In Abb. 2 wird deutlich mit welchen Nachhaltigkeitsbereichen wir den größten Impact erzielen können und welche Bereiche die meisten Kosten nach sich ziehen oder auch Kosteneinsparungspotenziale bringen.

# Doppelte Wesentlichkeitsanalyse

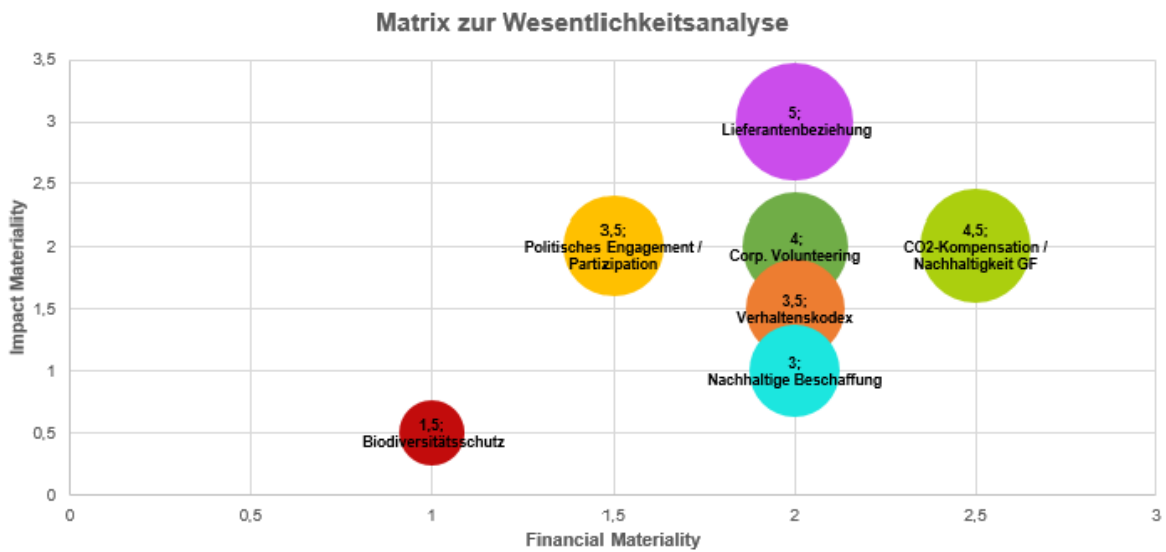


Abbildung 2: Doppelte Wesentlichkeitsanalyse reiseart GmbH & Co. KG; Quelle: Nachhaltigkeitscheck der FH Münster 04/25

Abschließend haben wir eine Vielzahl von Handlungsempfehlungen diskutiert, die die Studierenden in ihrer Abschlusspräsentation sehr ausführlich aufbereitet und teilweise weiter ausgearbeitet haben.

Mögliche zukünftige Entwicklungspfade im Nachhaltigkeitsbereich zeigt Abb. 3 :

Lieferantenbeziehungen	Nachhaltigkeit auf Geschäftsführungs-Ebene	CO <sub>2</sub> -Kompensation
<ul style="list-style-type: none"> <li>•Erstellung Ethikkodex</li> <li>•Engere Abstimmung</li> <li>•Stärkerer Fokus auf Prüfsiegel</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Nachhaltigkeitsziele quantifizieren</li> <li>•Nachhaltigkeitsbudget festschreiben</li> <li>•Mitarbeitervorschlagswesen und Partizipation fördern</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>•Eigene Klimaschutzprojekte</li> <li>•Wissen im Team verbessern</li> <li>•Technische Schnittstellen für die Kompensation verbessern</li> <li>•Kundenkommunikation intensivieren</li> </ul>

Abbildung 3: Mögliche Entwicklungspfade in wesentlichen Nachhaltigkeitsfeldern; Quelle: eigene Darstellung der Ergebnisse des FH Nachhaltigkeitschecks 04/25

Einige dieser Ansätze haben wir bereits umgesetzt, darunter Schulungsmaßnahmen für unsere Teams in den Bereichen CO<sub>2</sub>-Kompensation und Nachhaltiges Reisen und die Initiierung eines eigenen Artenschutzprojektes in unserer Region. Weitere Themen verankern wir Schritt für Schritt in unser Nachhaltigkeitsprogramm, wie den Ausbau von Nachhaltigkeitsimpulsen in unserer Kundenkommunikation und die kontinuierliche Pflege unserer Lieferantenbeziehung mit einem Fokus auf die Auswahl von nachhaltig agierenden Partnern weltweit.

## Nachhaltigkeitsprogramm

Unser Nachhaltigkeitsprogramm bündelt unsere strategischen Ziele, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten im Bereich ökologischer, sozialer und unternehmerischer Verantwortung. Es bildet den operativen Rahmen, mit dem wir Nachhaltigkeit systematisch in alle relevanten Unternehmensbereiche integrieren und kontinuierlich weiterentwickeln.

Einen zentralen Schwerpunkt setzen wir im Handlungsfeld Energie & Ressourcen. Unser Ziel ist es, den eigenen Ressourcenverbrauch zu senken und unseren ökologischen Impact entlang der Scope-3-Lieferkette nachhaltig zu verbessern. Zu den bereits umgesetzten Maßnahmen zählen unter anderem die Umstellung auf Recyclingpapier, die Reduzierung von Abfall durch den Bezug von Bürobedarf in größeren Gebinden sowie die Einführung und Optimierung einer konsequenten Mülltrennung an unseren Standorten. Darüber hinaus haben wir unternehmensweite Beschaffungsstandards etabliert, die nachhaltig zertifizierte und Bio-Produkte bevorzugen, um ein einheitliches Vorgehen in allen Teams und Standorten zu garantieren und unseren Impact entlang der von uns bestimmten Wertschöpfungskette im Scope 3-Bereich zu verbessern. Im Bereich der Stromversorgung streben wir die vollständige Umstellung aller Standorte auf Ökostrom an, um unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen weiter zu reduzieren. Aktuell beziehen wir an 5 von 7 Standorten Ökostrom.

Ein weiterer Schwerpunkt unseres Programms liegt auf dem Themenfeld Nachhaltiges Reisen in den Bereichen Leisure und Business Travel. Hier verfolgen wir einen ganzheitlichen Ansatz aus Wissensvermittlung, Bewusstseinsbildung und transparenter Kundenkommunikation. Wir setzen auf verpflichtende Schulungen für alle Mitarbeitenden, unter anderem zum DRV-Climate Counter, sowie auf fortlaufende Weiterbildungsangebote zu Themen wie CO<sub>2</sub>-Kompensation, nachhaltige Unterkünfte und verantwortungsvolle Reisegestaltung. Ergänzend entwickeln wir gezielte Informationsmaterialien für den Counter und regelmäßige Newsletter, um unsere Kundinnen und Kunden für nachhaltige Reiseoptionen zu sensibilisieren und diese aktiv zu fördern. Auch im Geschäftsreisemanagement verankern wir Nachhaltigkeit durch verpflichtende Schulungen und klare Leitlinien.

Im Bereich Mobilität verfolgen wir das Ziel, die CO<sub>2</sub>-Emissionen unserer Mitarbeitermobilität zu reduzieren und emissionsarme Verkehrsmittel stärker zu fördern. Bereits umgesetzte Maßnahmen wie die Bezuschussung des Deutschlandtickets und das Angebot von Job-Bikes tragen dazu bei, den Anteil umweltfreundlicher Mobilitätsformen im Pendelverkehr zu erhöhen. Die Auswirkungen dieser Maßnahmen fließen in unsere CO<sub>2</sub>-Bilanzierung ein und werden regelmäßig ausgewertet. Unsere eigenen Dienstreisen, bei denen eine Flugreise unausweichlich ist, kompensieren wir die entstandenen CO<sub>2</sub>e-Emissionen über unseren Partner atmosfair und für dienstlich veranlasste Hotelübernachtungen bevorzugen wir nach Verfügbarkeit diejenigen Unterkünfte, die über eine Nachhaltigkeitszertifizierung verfügen.

Ein wesentlicher Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsprogramms ist zudem das Stakeholder-Management. Neben Maßnahmen zum Erhalt der Biodiversität, wie der Anlage einer großflächigen Blühfläche, legen wir großen Wert auf Qualitätssicherung und Kundenzufriedenheit. Dazu haben wir systematische Kundenbefragungen nach Gruppenreisen unserer Eigenmarke reiseart eingeführt. Ebenso ist uns die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden ein zentrales Anliegen, das wir durch Angebote zur Gesundheitsförderung und zur Steigerung unserer Arbeitgeberattraktivität gezielt unterstützen.

Auf strategischer Ebene haben wir ein verbindliches Nachhaltigkeitsleitbild entwickelt und veröffentlicht, das unsere Werte und Ziele klar definiert. Ergänzend dazu erstellen wir regelmäßig Klimabilanzen auf Standorteebene und streben ab 2025 eine konsolidierte Gesamtbilanz an. Diese Maßnahmen unterstreichen unseren Anspruch an Transparenz und eine datenbasierte Steuerung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten. Für das erste Quartal 2026 haben wir es uns als Ziel gesetzt, einen internen Fachbeirat zu allen Nachhaltigkeitsfragen zu gründen, um die vielfältigen Fragestellungen dieses Querschnittsbereichs in allen Fachbereichen zu verankern und dabei gleichzeitig eine zielgerichtete Gesamtstrategie im Blick zu behalten.

Insgesamt verstehen wir Nachhaltigkeit als einen langfristigen und strukturierten Prozess. Mit klaren Verantwortlichkeiten, konkreten Maßnahmen und definierten Zeiträumen schaffen wir die Grundlage, ökologische und soziale Verantwortung dauerhaft in unserem Kerngeschäft zu verankern und die Tourismusbranche aktiv und verantwortungsvoll mitzugestalten. Das Nachhaltigkeitsprogramm ist in voller Gänze dem Anhang dieses Nachhaltigkeitsberichtes angefügt.

## Unternehmenskennzahlen 2023-2025

Die reiseart GmbH & Co. KG blickt im Berichtszeitraum auf eine stabile wirtschaftliche Entwicklung zurück. Nach den Herausforderungen der Corona-Pandemie lag der Fokus bewusst auf Qualität, Stabilität und nachhaltigem Wachstum, insbesondere im personellen Bereich.

Kennzahl	2023	2024	2025
<b>Umsatz</b>	71,5 Mio. €	75,9 Mio. €	79,9 Mio. €
<b>Mitarbeitende (Ø)</b>	110	130	140
<b>Standorte</b>	7	7	7

Die Geschäftsfelder blieben über den gesamten Zeitraum konstant und umfassen Touristik, Geschäftsreisen, Gruppenreisen sowie Incentives & Events. Außergewöhnliche Marktveränderungen oder strukturelle Umbrüche gab es im Berichtszeitraum nicht. Das Wachstum erfolgte kontrolliert und mit dem Ziel, die Servicequalität langfristig zu sichern.

Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden wird regelmäßig erfasst. Neben jährlichen Mitarbeitergesprächen und informellem Austausch findet eine jährliche Mitarbeiterumfrage statt. Ergänzend gibt es monatliche Townhall-Meetings für alle Mitarbeitenden sowie regelmäßige Steering-Committee-Sitzungen auf Führungsebene.

Die Ergebnisse der Mitarbeiterumfrage 2025 zeigen ein sehr positives Gesamtbild. Mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,75 von 4 Sternen wird reiseart als attraktiver Arbeitgeber wahrgenommen. Besonders positiv bewertet wurden Aspekte wie Führung, Teamzusammenhalt, Fairness, Anerkennung und Identifikation mit dem Unternehmen.

Mitarbeitende schätzen insbesondere den Teamgeist, die wertschätzende Arbeitsatmosphäre sowie die Flexibilität in der Arbeitsgestaltung. Als zentrales Handlungsfeld wurde der Verbesserungsbedarf bei technischer Software und Ausstattung identifiziert.

Als Reaktion auf die Rückmeldungen wurden und werden konkrete Maßnahmen umgesetzt, darunter:

- die Wiedereinführung eines regelmäßigen internen Newsletters,
- die Anschaffung neuer Headsets,
- die Einführung einer digitalen Zeiterfassung
- Umstellung der technischen Arbeitsplätze.

## Umwelt

### Klimabilanz

Für das Geschäftsjahr 2023 wurde erstmalig eine Klimabilanz nach dem Greenhouse Gas (GHG) Protocol Standard erstellt. Mithilfe des CSR-Dienstleisters Planted wurde unser unternehmensbezogener CO<sub>2</sub>-Fußabdruck (Corporate Carbon Footprint, CCF) nach dem Konsolidierungsansatz „Operational Control“<sup>1</sup> durchgeführt. Die Prozesse, die der Berechnung des CCF durch Planted zugrunde liegen, sind unabhängig durch den TÜV Rheinland zertifiziert. Die Klimabilanz wird seit 2023 fortlaufend erstellt, wobei in den Geschäftsjahren 2023 und 2024 alle Standorte einzeln erfasst wurden. Für das Geschäftsjahr 2025 und folgende Jahre wurde der Entschluss gefasst, dass das Unternehmen im Rahmen der Klimabilanz als eine Unternehmenseinheit betrachtet wird, da der Mehraufwand nicht im Verhältnis zum Mehrgewinn an Erkenntnissen steht.

Im Geschäftsjahr 2023 verursachte die reiseart GmbH & Co. KG unternehmensweit 192,52 t CO<sub>2</sub>e (CO<sub>2</sub>-Äquivalente). Der überwiegende Anteil der Emissionen entfiel mit 62,9% auf Scope-3-Emissionen, die alle indirekten Treibhausgase in der vor- und

---

<sup>1</sup> Bei diesem Ansatz bilanziert ein Unternehmen alle Emissionen, die in seiner operativen Kontrolle liegen. Demgegenüber stehen der Financial Control Ansatz und der Equity Share Ansatz.

nachgelagerten Wertschöpfungskette umfassen, die ein Unternehmen nicht direkt kontrollieren kann. Mit unseren Partnern des Lufthansa City Center-Netzwerks haben wir entschieden, die Nutzung unserer verkauften Produkte nicht in unserer Klimabilanz erfasst wird, da hier keine ausreichende Datenlage und realistische Umsetzbarkeit gewährleistet werden kann.

Für eine transparente Vergleichbarkeit der Klimaleistung über die Berichtsjahre und das Unternehmenswachstum hinweg wurden für das Geschäftsjahr 2023 folgende Kennzahlen ermittelt:

- 2,04 t CO<sub>2</sub>e pro Vollzeitäquivalent
- 0,25 t CO<sub>2</sub>e pro 100.000 € Umsatz

## Direkte und indirekte Emissionen aus Scope 1 und 2

Der direkte und indirekte Energieverbrauch aus Scope 1 und 2 belief sich auf 71,40 t CO<sub>2</sub>e. Davon wurden 37,05 t CO<sub>2</sub>e durch die Wärmeversorgung an unseren 7 Standorten emittiert. Unser Fuhrpark, einschließlich elektrisch betriebener Fahrzeuge, verursacht Emissionen in Höhe von 29,34 t CO<sub>2</sub>e. An 5 von unseren 7 Standorten bezogen wir im Jahr 2023 Ökostrom, sodass wir mit eingekauftem Strom lediglich 5,01 t CO<sub>2</sub>e verursachten. Eine Umstellung der noch verbleibenden Standorte auf Ökostrom ist geplant.

Posten	Emissionen in t CO <sub>2</sub> e <sup>2</sup>	Anteil Gesamtemissionen
<b>Scope 1</b>	55,66	28,91%
1.1 Heizung	37,05	19,25%
1.2. Fuhrpark (Verbrenner)	18,61	9,67%
<b>Scope 2</b>	15,74	8,17%
2.1 Eingekaufter Strom	5,01	2,60%
2.4 Fuhrpark, elektrisch	10,73	5,57%
<b>Scope 3</b>	121,11	62,91%
<b>Gesamtemissionen</b>	192,52	100%

## Vor- und nachgelagerte, indirekte Emissionen aus Scope 3

Die in Scope 3 zusammengefassten indirekten Emissionen machten mit ca. 63 % einen Großteil unseres Corporate Carbon Footprint aus. Dazu gehören eingekaufte Waren, Rohstoffe wie Frisch- und Abwasser, Logistik, Dienstreisen, Pendeln und Homeoffice der Mitarbeitenden sowie die Abfallentsorgung.

Der Bereich Beschaffung stellte einen zentralen Emissionstreiber innerhalb von Scope 3 dar und trug mit ca. 21 % zur gesamten Klimabilanz bei. Insbesondere der Einkauf von Holz, Papier und Pappe verursachte 24,78 t CO<sub>2</sub>e und war damit der größte einzelne Posten aus beschaffungsbezogenen Werten. Weitere Emissionen entstanden durch

<sup>2</sup> Werte sind gerundet

Lebensmittel und Agrarrohstoffe wie Schnittblumen, die Elektronikbeschaffung sowie in geringfügigem Maße die Neuanschaffung von Möbeln und den Einkauf von chemischen Produkten. Wesentliche Hebel zur Emissionsreduktion liegen in der nachhaltigen Ausgestaltung von Beschaffungsprozessen, der Produktauswahl und zugrundeliegenden Lieferketten. In den letzten zwei Jahren haben wir unseren Bedarf Schritt für Schritt auf den Prüfstand gestellt, um wo immer möglich nachhaltig zertifizierte Alternativen zu finden und unser Beschaffungsvolumen insgesamt zu reduzieren.

Posten	Emissionen in t CO <sub>2</sub> e <sup>3</sup>	Anteil Gesamtemissionen
Chemische Rohstoffe und Produkte	0,91	0,47 %
Holz, Papier und Pappe	24,78	12,87 %
Lebensmittel & Agrarrohstoffe	9,17	4,77 %
Elektronik	4,71	2,45 %
Möbel	0,05	0,03 %
<b>Beschaffungsbezogene Emissionen</b>	<b>39,62</b>	<b>20,58 %</b>

Auch die Pendelbewegungen und Home-Office-Arbeitsplätze unserer Mitarbeitenden werden in der Klimabilanz unter Scope 3 erfasst. Beide Posten zusammen machten ca. 16 % unserer Gesamtklimabilanz aus. Wir unterstützen nachhaltige Mobilitätsoptionen wie das Deutschland-Ticket und Jobbike-Angebote und beschäftigen überwiegend lokale Mitarbeitenden. Da jedoch 6 unserer 7 Standorte in ländlichen Gebieten des Münsterlandes liegen, ist ein Umstieg auf das Fahrrad oder öffentliche Verkehrsmittel leider nicht immer leistbar.

Unsere Geschäftsreisen und Hotelübernachtungen trugen mit 13,48 t CO<sub>2</sub>e und 7 % zur Gesamtbilanz unseres Unternehmens bei. Wann immer möglich verzichten wir auf Flugreisen sowie Autofahrten und bevorzugen eine Bahn-Anreise. Wenn Fliegen dennoch die einzige Option ist, versuchen wir mit Rail & Fly-Optionen Zubringerflüge zu vermeiden. Seit Ende 2025 haben wir uns entschieden, dass für dienstlich veranlasste Hotelübernachtungen grundsätzlich nur Hotels ausgewählt werden, die von der STAY FAIR-Initiative mit einem Nachhaltigkeits-Scoring von mehr 75 Punkten eingestuft sind, sofern eine passende Unterkunft am geplanten Reiseternin und Reiseziel verfügbar ist.

Weiterführende Informationen zum Corporate Carbon Footprint der reiseart GmbH & Co. KG erhalten Sie unter: [reiseart.de | Klimabilanz 2023](https://reiseart.de/Klimabilanz2023).

## Kompensation

Für die Geschäftsjahre 2023 bis 2025 kompensieren wir ausgewählte Posten unserer Klimabilanz über die branchenweit anerkannte Klimaschutzorganisation atmosfair gGmbH. Mit dieser Maßnahme übernehmen wir Verantwortung für die unvermeidbaren

---

<sup>3</sup> Werte sind gerundet

Treibhausgasemissionen, die im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit entstehen und derzeit noch nicht vollständig vermieden werden können.

Die Kompensation erfolgt auf Basis unserer berechneten Emissionsmengen und ergänzt unsere Maßnahmen zur Emissionsvermeidung und -reduktion. Ziel ist es, unseren Beitrag zum globalen Klimaschutz wirksam und nachvollziehbar zu leisten.

atmosfair investiert die Kompensationsbeiträge ausschließlich in hochwirksame Klimaschutzprojekte im Globalen Süden, die nach internationalen Standards zertifiziert sind. Der Fokus liegt dabei auf Projekten, die langfristig zur Reduktion von CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen und zugleich soziale und wirtschaftliche Mehrwerte vor Ort schaffen. Dazu zählen insbesondere:

- der Ausbau erneuerbarer Energien wie Solar-, Wind- und Wasserkraft,
- Projekte zur Steigerung der Energieeffizienz,
- die Verbreitung effizienter Kochöfen und klimafreundlicher Energielösungen, die den Brennstoffverbrauch und gesundheitsschädliche Emissionen deutlich reduzieren,
- sowie der Aufbau nachhaltiger Energieinfrastrukturen, die fossile Energieträger ersetzen.

Alle Projekte zielen darauf ab, Emissionen dort zu vermeiden, wo sie mit geringem Mitteleinsatz besonders wirksam reduziert werden können, und gleichzeitig die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung zu verbessern.

Wir kompensieren die CO<sub>2</sub>e-Emissionen der folgenden Bereiche unserer Klimabilanz:

- Geschäftsreisen inkl. Hotelübernachtungen
- Büromaterialien und Printprodukte
- Wareneinkauf
- Stromverbrauch
- Heizenergie
- Fuhrpark inkl. E-Fahrzeuge
- Webhosting und Website-Nutzung

Für das Geschäftsjahr 2023 beläuft sich die Summe der kompensierten Emissionen aus den genannten Bereichen auf 125,018 t CO<sub>2</sub>e. Daraus ergibt sich ein Klimaschutzbeitrag in Höhe von € 3.125,00, der vollständig in zertifizierte Klimaschutzprojekte von atmosfair fließt.

## Biologische Vielfalt

Die Tourismusbranche ist in besonderem Maße auf eine intakte Natur und funktionierende Ökosysteme angewiesen. Landschaften, Artenvielfalt und natürliche Lebensräume bilden die Grundlage für viele Reiseerlebnisse. Vor diesem Hintergrund

sehen wir den Erhalt der Biodiversität als wesentlichen Bestandteil unserer unternehmerischen Verantwortung.

Der fortschreitende Verlust von Arten und Lebensräumen stellt eine der größten ökologischen Herausforderungen unserer Zeit dar. Um dieser Entwicklung im Rahmen unserer Möglichkeiten entgegenzuwirken, haben wir uns entschieden, in ein regionales Artenschutzprojekt zu investieren. Dabei legen wir Wert auf lokale Wirksamkeit, Transparenz und eine langfristige Ausrichtung der Maßnahmen. Gemeinsam mit unserem Partner Feldwerk bewirtschaften wir in den Jahren 2026 bis 2028 eine 5.000 Quadratmeter große Blühfläche, die gezielt zur Förderung der regionalen Artenvielfalt angelegt wird. Die Fläche bietet wertvollen Lebensraum und Nahrungsquellen für Insekten, Vögel und andere Tierarten und leistet einen gezielten Beitrag zum Erhalt stabiler Ökosysteme in der Region.

Ein besonderes Anliegen ist es uns, dieses Engagement auch intern erlebbar zu machen. Im April 2026 werden wir daher einen Teil der Aussaat im Rahmen eines Teamevents vor Ort begleiten. Auf diese Weise verbinden wir aktiven Naturschutz mit Bewusstseinsbildung und stärken zugleich das Verständnis unserer Mitarbeitenden für die Bedeutung von Biodiversität. Mit diesem Projekt möchten wir Verantwortung übernehmen und zeigen, dass nachhaltiges Handeln auch über das eigene Kerngeschäft hinaus Wirkung entfalten kann. Der Schutz der Biodiversität ist für uns ein wichtiger Baustein auf dem Weg zu einem verantwortungsvollen und zukunftsfähigen Tourismus.

## Klimawandel & Klimarisiken

Angesichts der fortschreitenden Klimakrise und der bislang unzureichenden globalen Maßnahmen zur Begrenzung des Temperaturanstiegs ist davon auszugehen, dass sich die Rahmenbedingungen für die Tourismusbranche in den kommenden Jahren deutlich verändern werden. Auch für uns als Reisebüro und Reiseveranstalter ergeben sich daraus relevante Klimarisiken, die unser Geschäftsmodell mittel- bis langfristig beeinflussen können. Zunehmende Extremwetterereignisse in vielen Urlaubsregionen stellen bereits heute eine wachsende Herausforderung dar. Dazu zählen unter anderem Waldbrände in der Mittelmeerregion, langanhaltende Dürren, Hitzewellen sowie Starkregenereignisse und Überschwemmungen. Parallel dazu führt der weltweit steigende Meeresspiegel zu einer Bedrohung von Küstenstreifen, die zu den besonders nachgefragten touristischen Destinationen zählen. Auch der Wintertourismus in europäischen Zielgebieten ist durch den Rückgang verlässlicher Schneesverhältnisse zunehmend beeinträchtigt.

Diese Entwicklungen können zu Einschränkungen der Reisezeiten, kurzfristigen Angebotsänderungen und sogar zur langfristigen Attraktivitätsminderung vieler Destinationen führen. Durch eine zunehmende Häufigkeit und sich verstärkende Intensität lokaler und globaler Krisen werden wir in unseren operativen Abläufen mit einem höheren Betreuungsaufwand unserer Kundinnen und Kunden rechnen müssen, da unberechenbare Krisen zu kurzfristigen Umbuchungen und Stornierungen führen.

Insgesamt ist davon auszugehen, dass sich das touristische Angebot perspektivisch verknappen und verteuern wird. Gründe hierfür sind unter anderem steigende Investitionen von touristischen Leistungsträgern, etwa Hotelanlagen, in Anpassungs- und Schutzmaßnahmen gegen Klimawandelfolgen, steigende Kosten für Energie und Versicherungen sowie strengere regulatorische Rahmenbedingungen. Es ist davon auszugehen, dass insbesondere emissionsintensive Mobilitätsformen, darunter allen voran der Flugverkehr, zukünftig durch höhere Steuern und Abgaben starken Preissteigerungen unterliegen werden. Steigende Kosten führen dazu, dass Reisen für einen Teil der Bevölkerung unerschwinglicher werden und zunehmend lediglich einer kleineren, einkommensstarken Zielgruppe vorbehalten sind. Diese Entwicklung birgt das Risiko einer sinkenden Gesamtnachfrage im Reisemarkt, einhergehend mit einer zunehmenden Wettbewerbsintensität innerhalb der Branche. Für uns als Reisebüro und Reiseveranstalter bedeutet dies, dass wirtschaftliche Resilienz, Angebotsdifferenzierung sowie die frühzeitige Anpassung an veränderte Nachfrage- und Buchungsverhalten zunehmend an Bedeutung gewinnen, um weiterhin am Markt erfolgreich bestehen zu können.

Es ist daher nicht nur unsere idealistische Verpflichtung, die Schönheit und Vielfalt unseres Planeten auch für zukünftige Generationen zu bewahren, sondern ebenso unsere wirtschaftliche Verantwortung, die natürlichen Ressourcen zu schützen, auf denen unser Geschäftsmodell unmittelbar aufbaut. Intakte Ökosysteme, stabile klimatische Bedingungen und attraktive Reiseziele sind eine wesentliche Grundlage für eine langfristig erfolgreiche Tourismusbranche.

Vor diesem Hintergrund setzen wir uns gezielt dafür ein, nachhaltige Reiseformen in unsere tägliche Beratungspraxis zu integrieren und das Bewusstsein unserer Kundinnen und Kunden für die Auswirkungen ihrer Reiseentscheidungen zu stärken. Durch transparente Information, die gezielte Empfehlung verantwortungsvoller Angebote sowie die Zusammenarbeit mit nachhaltig agierenden Leistungsträgern leisten wir einen Beitrag dazu, Reisen umwelt- und klimaverträglicher zu gestalten und die Transformation der Tourismusbranche aktiv mitzugestalten.

## Nachhaltige Produktentwicklung

Die touristische Nachfrage ist laut neuesten Erkenntnissen der Tourismusforschung durch einen sog. Einstellungs-Verhaltens-Lücke (Attitude-Behaviour-Gap) gekennzeichnet: Zwar betonen viele Menschen, dass ihnen Nachhaltigkeit wichtig sei, doch bei der konkreten Reiseentscheidung dominieren häufig andere Faktoren – allen voran der Preis, aber auch Komfort, Verfügbarkeit oder Gewohnheiten. Diese Diskrepanz stellt eine zentrale Herausforderung, zugleich jedoch ein erhebliches Entwicklungspotenzial für eine nachhaltige Transformation im Tourismussektor dar. Denn sie zeigt, dass es nicht allein auf das Bewusstsein der Kundinnen und Kunden ankommt, sondern ebenso auf die konsequente Gestaltung attraktiver, transparenter und wettbewerbsfähiger nachhaltiger Angebote.

Vor diesem Hintergrund verstehen wir nachhaltige Produktentwicklung als aktiven Prozess, der nicht nur durch die Nachfrage eingefordert werden kann, sondern auch durch die Anbieterseite gestaltet werden kann. Ziel ist es, nachhaltige Optionen nicht als Verzicht, sondern als gleichwertige – idealerweise sogar überzeugendere – Alternative im Portfolio zu positionieren. Eine entscheidende Rolle spielen dabei qualifizierte Beraterinnen und Berater, die ökologische und soziale Aspekte kompetent einordnen, transparent kommunizieren und in die individuelle Bedarfsanalyse integrieren können.

Aktuelle Entwicklungsschwerpunkte in unserer touristischen Beratungspraxis liegen insbesondere auf zwei Handlungsfeldern: der aktiven Kommunikation von Möglichkeiten zur CO<sub>2</sub>-Kompensation sowie der Stärkung und Sichtbarmachung nachhaltiger Hoteloptionen. Wir integrieren die Kompensationsmöglichkeiten über die Klimaschutzorganisation atmosfair systematisch in den Beratungs- und Buchungsprozess und schulen unsere Teams, dass sie deren Wirkung nachvollziehbar erläutern können. Gleichzeitig arbeiten wir daran, nachhaltige Unterkünfte – etwa zertifizierte Hotels oder Häuser mit klaren Umwelt- und Sozialstandards – stärker hervorzuheben und ihre Mehrwerte deutlich zu machen.

Auch im Geschäftsreisen-Segment rechnen wir künftig mit einer deutlich wachsenden Nachfrage nach nachhaltig ausgerichteten Reiselösungen. Immer mehr Unternehmen erfassen – freiwillig oder im Zuge regulatorischer Anforderungen auf EU-Ebene – ihren Corporate Carbon Footprint und sind damit auf belastbare Datengrundlagen, transparente Auswertungen sowie wirksame Reduktions- und Kompensationsmaßnahmen angewiesen. Geschäftsreisen rücken dabei zunehmend in den Fokus, da sie in vielen Branchen einen relevanten Emissionsanteil ausmachen. Bereits heute bieten wir im B2B-Segment eine umfassende Produktpalette an, die Analyse- und Reporting-Tools ebenso umfasst wie Kompensationslösungen und gezielte Nudging-Instrumente. Letztere unterstützen Unternehmen dabei, klimabewusstere Reiseentscheidungen zu fördern, beispielsweise durch transparente Emissionsvergleiche oder die bevorzugte Anzeige nachhaltiger Reiseoptionen. Ebenso unterstützen wir die Nutzung von Green Fares und den Erwerb von SAF-Paketen (Sustainable Aviation Fuels) für unsere Kundinnen und Kunden.

Im Rahmen unseres Angebots der Responsible Travel Beratung ist unser Vertriebsteam speziell geschult, für jedes Unternehmen die passenden Instrumente auszuwählen und diese strategisch in bestehende Reiserichtlinien zu integrieren. So tragen wir dazu bei, dass Nachhaltigkeit im Geschäftsreisemanagement wirksam implementiert und kontinuierlich weiterentwickelt werden kann.

# Soziales

## Beschäftigungsstruktur 2023-2025

Die reiseart GmbH & Co. KG beschäftigt Mitarbeitende in unterschiedlichen Arbeitszeitmodellen, um den vielfältigen persönlichen Lebenssituationen und individuellen Bedürfnissen gerecht zu werden. Durch diese Flexibilität wird eine ausgewogene Balance zwischen betrieblichen Anforderungen und privaten Rahmenbedingungen ermöglicht.

Wir bieten ausschließlich unbefristete Arbeitsverhältnisse an und arbeiten nicht mit Zeitverträgen. Dies unterstreicht den Anspruch von reiseart, auf langfristige Zusammenarbeit und nachhaltige Mitarbeiterbindung zu setzen. Im Berichtszeitraum bestanden keine befristeten Arbeitsverträge.

Die Beschäftigungsstruktur stellt sich wie folgt dar:

- 69 Mitarbeitende in Vollzeit
- 58 Mitarbeitende in Teilzeit
- 9 Mitarbeitende auf Minijob-Basis

Unsere Belegschaft ist durch eine ausgeprägte Geschlechtervielfalt geprägt. Der Anteil weiblicher Mitarbeitender liegt bei rund 84 %, während 16 % der Beschäftigten männlich sind. Chancengleichheit und eine wertschätzende Zusammenarbeit unabhängig vom Geschlecht sind fester Bestandteil der Unternehmenskultur.

Auch die Altersstruktur ist ausgewogen und vielfältig. Sie verteilt sich auf:

- 31 Mitarbeitende unter 30 Jahren,
- 49 Mitarbeitende im Alter von 30 bis 50 Jahren sowie
- 57 Mitarbeitende über 50 Jahren.

Diese Altersmischung fördert einen generationenübergreifenden Austausch, bei dem langjährige Erfahrung, Branchenkenntnis und neue Perspektiven wirkungsvoll miteinander verbunden werden. So entstehen stabile Teams, die gleichzeitig offen für Weiterentwicklung und Innovation sind.

Die Fluktuation bei reiseart ist insgesamt niedrig und spiegelt eine hohe Mitarbeiterzufriedenheit sowie eine starke Bindung an das Unternehmen wider. Im Jahr 2023 kam es zu einer erhöhten Anzahl von Neueinstellungen, insbesondere im Zuge der gezielten personellen Wiederaufstockung nach der Corona-Pandemie.

Seitdem hat sich die Beschäftigungssituation stabilisiert. Unser Fokus liegt auf der nachhaltigen Entwicklung der bestehenden Belegschaft sowie auf dem Erhalt von Fachwissen und Erfahrung innerhalb des Unternehmens.

## Arbeitsbedingungen

Die reiseart GmbH & Co. KG bietet flexible Arbeitszeitmodelle mit Gleitzeitregelungen. Die Arbeitszeiten orientieren sich an den Öffnungszeiten der Reisebüros und ermöglichen zugleich individuelle Gestaltungsspielräume. Die Einführung einer erweiterten, flexiblen digitalen Zeiterfassung ist für das erste Quartal 2026 geplant.

Je nach Tätigkeitsbereich ist mobiles und hybrides Arbeiten möglich. Die Ausgestaltung erfolgt bedarfsorientiert und unter Berücksichtigung einer verlässlichen Erreichbarkeit und Besetzung der Standorte.

Die Vergütung orientiert sich an markt- und branchenüblichen Standards und liegt übertariflich. Ergänzend bietet reiseart eine Vielzahl von Zusatzleistungen, darunter:

- jährliche Weiterbildungsangebote (z. B. Resilienz, Nachhaltigkeit, Verkaufsschulungen),
- Zugriff auf ein umfangreiches Online-Schulungsangebot unseres Franchisegebers Lufthansa City Center,
- Reisevergünstigungen,
- Zuschuss zum Deutschlandticket,
- Firmenfitness über Hansefit,
- betriebliche Altersvorsorge sowie vermögenswirksame Leistungen.

Zur Förderung der Gesundheit werden ergonomische Arbeitsmittel bereitgestellt, darunter hochwertige Bürostühle, ergonomische Mäuse und – je nach Möglichkeit – höhenverstellbare Schreibtische. Flexible Arbeitszeitmodelle und Teilzeitangebote unterstützen die Work-Life-Balance der Mitarbeitenden.

## Mitarbeiterzufriedenheit

Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden ist für uns bei der reiseart GmbH & Co. KG ein zentraler Erfolgsfaktor und ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Wir sind überzeugt, dass engagierte, zufriedene Mitarbeitende die Grundlage für hohe Servicequalität, vertrauensvolle Kundenbeziehungen und eine nachhaltige Unternehmensentwicklung bilden. Deshalb verstehen wir Mitarbeiterzufriedenheit nicht als Momentaufnahme, sondern als kontinuierlichen Prozess, den wir aktiv gestalten.

Um ein realistisches und belastbares Bild der Stimmung und Bedürfnisse in unserem Unternehmen zu erhalten, setzen wir auf regelmäßige und strukturierte

Feedbackformate. Ein zentrales Instrument ist unsere jährlich durchgeführte Mitarbeiterumfrage, die anonym erfolgt und Raum für offene Rückmeldungen bietet. Die Ergebnisse der jüngsten Befragung zeigen ein sehr positives Gesamtbild: Mit einer durchschnittlichen Bewertung von 3,75 von 4 Sternen wird reiseart von den Mitarbeitenden als attraktiver und verlässlicher Arbeitgeber wahrgenommen. Besonders positiv bewertet werden dabei Führung, Teamzusammenhalt, Wertschätzung sowie die Identifikation mit dem Unternehmen.

Ergänzend zur jährlichen Umfrage pflegen wir einen kontinuierlichen Dialog. In monatlichen Townhall-Meetings informieren wir transparent über aktuelle Entwicklungen, strategische Themen und unternehmerische Entscheidungen. Gleichzeitig bieten diese Formate Raum für Fragen, Anregungen und den offenen Austausch über alle Unternehmensbereiche hinweg. Auf Führungsebene findet darüber hinaus ein regelmäßiger Austausch im Steering Committee statt, in dem Vertreterinnen und Vertreter aus verschiedenen Unternehmensbereichen gemeinsam an der Weiterentwicklung von Prozessen, Strukturen und Arbeitsbedingungen arbeiten. Regelmäßige Mitarbeitergespräche sowie der informelle Austausch im Arbeitsalltag ergänzen diese formellen Formate und tragen zu einer offenen Feedbackkultur bei.

Unsere Mitarbeitenden schätzen insbesondere die wertschätzende und kollegiale Arbeitsatmosphäre. Ein respektvolles Miteinander, flache Hierarchien und kurze Entscheidungswege prägen unseren Arbeitsalltag. Wir legen großen Wert darauf, dass jede und jeder unabhängig von Position, Alter oder Geschlecht als vollwertiges Teammitglied wahrgenommen wird. Der ausgeprägte Teamgeist und das gegenseitige Vertrauen werden immer wieder als besondere Stärke von reiseart hervorgehoben.

Ein weiterer wichtiger Beitrag zur Mitarbeiterzufriedenheit ist unser Angebot an Entwicklungsmöglichkeiten. Wir fördern die fachliche und persönliche Weiterentwicklung unserer Mitarbeitenden durch regelmäßige Schulungen, Weiterbildungsangebote und den Zugang zu umfangreichen Online-Lernplattformen. Dabei berücksichtigen wir sowohl individuelle Entwicklungswünsche als auch die strategischen Anforderungen des Unternehmens. Ziel ist es, langfristige Perspektiven zu schaffen und Potenziale nachhaltig zu entwickeln.

Auch attraktive Rahmenbedingungen tragen wesentlich zur Zufriedenheit bei. Flexible Arbeitszeitmodelle, die Möglichkeit zu Teilzeit und mobilem Arbeiten – je nach Tätigkeitsbereich – sowie verschiedene Zusatzleistungen unterstützen eine ausgewogene Work-Life-Balance. Gesundheitsangebote wie Firmenfitness, Zuschüsse zum Deutschlandticket sowie weitere Benefits sind fester Bestandteil unseres Angebots als Arbeitgeber.

Gleichzeitig nehmen wir kritische Rückmeldungen ernst und verstehen sie als Chance zur Verbesserung. In der Mitarbeiterbefragung wurde insbesondere der Wunsch nach

modernerer technischer Ausstattung und optimierter Software deutlich. Auf diese Rückmeldungen haben wir bereits reagiert und konkrete Maßnahmen angestoßen, darunter die Anschaffung neuer Headsets, die Wiedereinführung eines regelmäßigen internen Newsletters zur verbesserten internen Kommunikation sowie die geplante Einführung einer digitalen Zeiterfassung.

Insgesamt verfolgen wir das Ziel, ein Arbeitsumfeld zu schaffen, in dem sich unsere Mitarbeitenden gehört, wertgeschätzt und langfristig wohlfühlen. Durch regelmäßigen Dialog, transparente Kommunikation und konkrete Verbesserungsmaßnahmen stärken wir die Identifikation mit reiseart und schaffen die Grundlage für nachhaltigen unternehmerischen Erfolg.

## Gesellschaftliches Engagement

Unser Unternehmen engagiert sich seit vielen Jahren aktiv und breit in Münster und Umgebung, wo wir mit 7 Standorten von Warendorf bis Coesfeld vertreten sind. Wir sehen gesellschaftliches Engagement als festen Bestandteil unserer Unternehmenskultur, der weit über Sponsoring-Aktivitäten hinausgeht und nachhaltig zum Wohl unserer Gesellschaft beitragen soll.

Ein besonderes Zeugnis für diesen Grundsatz bildet die Auszeichnung unseres ehemaligen Geschäftsführers Matthias Lückertz sen.: Für sein herausragendes ehrenamtliches Engagement in Kunst, Kultur, für die lokale Kaufmannschaft und die Belebung urbaner Strukturen erhielt er im Oktober 2025 das Bundesverdienstkreuz am Bande – eine der höchsten Anerkennungen für bürgerschaftliches Engagement in Deutschland.

Seit 1985 setzt er sich u. a. als Mitgründer und Vorsitzender des Vereins „Die Kaufleute im Salzstraßen-Viertel“ dafür ein, dieses historische Quartier in Münster kulturell zu beleben und zu einem lebendigen Treffpunkt zu machen. Unter seiner Mitwirkung entstanden Initiativen wie das „Barockfest Münster“ und die „Piazza“ im Rahmen des Stadtfestes „Schauraum“ – Projekte, die kulturelles Leben und lokalwirtschaftliches Engagement eng verknüpfen. Gleichzeitig trug er als langjähriger Vorsitzender des Vereins „Freunde des LWL-Museums für Kunst und Kultur“ maßgeblich dazu bei, das Kunstangebot der Stadt zu stärken und die Mitgliederzahl in 15 Jahren deutlich zu steigern. Zudem war er an der Gründung von „Münster Marketing“ beteiligt und engagierte sich über Jahre in der „Initiative Starke Innenstadt“, die bedeutende Innenstadt-Projekte wie das „Hansemahl“ initiiert.

Als starker Partner unserer Heimat unterstützen wir regelmäßig regionale Veranstaltungen als Sponsoren und tragen damit zu einer lebendigen Stadtgesellschaft bei. Dazu zählen unter anderem:

- Open Air Kino am Schlossplatz in Münster (Sommernachtskino)

- Weinfest in Warendorf
- Münster Marathon
- Stadtfest „Münster Mittendrin“

Durch unsere aktive Mitgliedschaft bei der Initiative Starke Innenstadt ist uns insbesondere die jährliche Kulturveranstaltung Piazza am Erbdrostenhof in Münster eine Herzensangelegenheit – wir begleiten und unterstützen dieses Format mit großer Überzeugung.

Darüber hinaus engagieren wir uns finanziell und ideell für kulturelle Institutionen, Initiativen und gemeinnützige Projekte, die einen prägenden Beitrag zum gesellschaftlichen Leben leisten und Menschen in schwierigen Lebenssituationen unterstützen – insbesondere Menschen, die von schweren Krankheiten betroffen sind.

Hierzu gehören:

- das Stadtmuseum Münster
- der Freundeskreis der Volkshochschule (VHS)
- der westfälische Kunstverein
- die Kaufmannschaft Salzstraße
- die Stiftung Leben mit Krebs
- der Verein Ein Rucksack voll Hoffnung für Münster e. V.

## Anhang

Nachhaltigkeitsprogramm

Kategorie	Themenbereich	Ziel / Kennzahlen	Maßnahme	Zuständig	Termin
Energie & Ressourcen	Stromverbrauch	Verringerung CO2-Emissionen	Umstellung der letzten beiden Standorte auf Ökostrom	Geschäftsführung	Dez 26
Management und Kommunikation	Kundenkommunikation	Einbindung Nachhaltigkeit in 80% unserer Social Media Kommunikation: Bewusstseinsbildung auf Nachfrageseite, Bewerbung unserer Kompetenzen	Erstellung Social Media Konzept in Hinblick auf Nachhaltigkeit	Marketing	Jan 27
Energie & Ressourcen	Stromverbrauch	Verringerung Energieverbrauch	Neue Küchen an unseren Standorten in Dülmen und Nottuln mit effizienten Geräten	Geschäftsführung, Teamleitung Dülmen, Teamleitung Nottuln	Sep 26
Management und Kommunikation	Kundenkommunikation	Einbindung Nachhaltigkeit in 80% unserer B2C-Newsletter: Bewusstseinsbildung auf Nachfrageseite, Bewerbung unserer Kompetenzen	Nachhaltige Optionen einweben, Infokästen, eigenes Piktogramm, Nachhaltigkeitsbanner	Marketing	Sep 26
Stakeholdermanagement	Mitarbeitergesundheit	Verbesserung der Arbeitsumgebung, Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit	Schallschutzvorkehrungen im Büro Münster	Geschäftsführung, Ute Brune	Jul 26
Stakeholdermanagement	Mitarbeitergesundheit	Verbesserung der Arbeitsumgebung, Steigerung der Mitarbeiterzufriedenheit	Schallschutzvorkehrungen im Büro Coesfeld	Geschäftsführung, Teamleitung Coesfeld	Apr 26
Management und Kommunikation	Nachhaltigkeitsstrategie	Verstetigung und Entwicklung neuer Nachhaltigkeitsmaßnahmen in jedem Bereich	Gründung Fachbeirat Nachhaltigkeit	Nachhaltigkeits-Management, Geschäftsführung	Apr 26
Stakeholdermanagement	Biodiversität	Erhalt der regionalen Artenvielfalt	Bepflanzung einer 5000qm Blühfläche für 2 Jahre	Nachhaltigkeits-Management	Apr 26

Kategorie	Themenbereich	Ziel / Kennzahlen	Maßnahme	Zuständig	Termin
Produkte Nachhaltiges Reisen	Leisure	Nachhaltige Unterkünfte in der Beratung stärken	Bei einem Angebot mit 3 Hotels ist eins mit STAY FAIR-Symbol gekennzeichnet	Fachbeirat Touristik	Mrz 26
Produkte Nachhaltiges Reisen	Leisure, Business Travel	Wissenstransfer in die Teams	Schulungskalender Nachhaltigkeit entwickeln: externe Experten, Elearnio-Schulungen und internes Wissen aufbereiten	Nachhaltigkeits-Management, Geschäftsführung	Mrz 26
Energie & Ressourcen	Papier & Gedrucktes	Senkung Ressourcenverbrauch, Verbesserung Impact entlang Scope 3 Lieferkette	Umstellung auf Recyclingpapier (Steinbeis No 3) für sämtliche Drucke	Nachhaltigkeits-Management	Mrz 26
Produkte Nachhaltiges Reisen	Business Travel	Wissenstransfer	Verpflichtende Schulung 30 Minuten	Nachhaltigkeits-Management	Feb 26
Energie & Ressourcen	Dienstreisen	Verringerung CO2-Fußabdruck, Verbesserung Impact in Zielgebieten	Auswahl zertifizierter Hotels sofern verfügbar	Geschäftsführung	Nov 25
Produkte Nachhaltiges Reisen	Leisure	Bewusstseinsbildung Nachfrageseite, Bewerbung unserer Kompetenzen	Erstellung Informationsmaterial CO2-Kompensation Atmosfair	Nachhaltigkeits-Management, Marketing	Nov 25
Management und Kommunikation	Papier & Gedrucktes	Senkung Ressourcenverbrauch	Einführung Hinweis in E-Mail-Signatur „Bitte denken Sie an die Umwelt bevor Sie drucken“	Nachhaltigkeits-Management, Marketing	Okt 25

Kategorie	Themenbereich	Ziel / Kennzahlen	Maßnahme	Zuständig	Termin
Energie & Ressourcen	Einkauf	Informationsvermittlung für nachhaltige Beschaffungsoptionen in allen Teilbereichen des Unternehmens	Aufstellung interner Standards für die Beschaffung	Nachhaltigkeits-Management	Jul 25
Produkte Nachhaltiges Reisen	Leisure	Wissenstransfer	Eintägiger Workshop 20 Personen „Nachhaltiges Reisen und Verkaufsstrategien am Counter“ mit einer externen Trainerin	Nachhaltigkeits-Management	Apr 25
Energie & Ressourcen	Abfall	Abfallvermeidung- und verwertung	Bezug von Bürobedarf in großen Gebinden wenn möglich	Nachhaltigkeits-Management	Jan 25
Produkte Nachhaltiges Reisen	Leisure, Business Travel	Wissenstransfer	Pflichtschulung für alle Mitarbeitenden DRV-Climate Counter	Alle	Jan 25
Energie & Ressourcen	Einkauf	Verringerung CO2-Emissionen, Verbesserung Impact entlang Scope 3 Lieferkette	Umstellung auf ökologisch abbaubare Seifen und Reinigungsmittel, Bio-Milch, Fair Trade Kaffee usw.	Nachhaltigkeits-Management	Dez 24
Stakeholder-management	Qualitätssicherung	Messung der Kundenzufriedenheit	Einführung Kundenfragenbögen nach reiseart-Gruppenreisen	Nachhaltigkeits-Management, Marketing, Gruppenreisen-Abteilung	Dez 24

Kategorie	Themenbereich	Ziel / Kennzahlen	Maßnahme	Zuständig	Termin
Management und Kommunikation	Nachhaltigkeitsstrategie	Einheitliche und verbindliche Nachhaltigkeitsstrategie	Festlegung und Veröffentlichung Nachhaltigkeitsleitbild	Geschäftsführung, Nachhaltigkeits-Management, Marketing	Dez 24
Energie & Ressourcen	Abfall	Abfallvermeidung- und verwertung	Einführung Mülltrennung, Information an Teams verbessern	Nachhaltigkeits-Management	Okt 24
Management und Kommunikation	Unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung	Transparenz und Verringerung CO2-Emissionen	Erstellung Klimabilanz pro Standort 2023 & 2024; ab 2025 Erstellung einer Gesamtbilanz	Nachhaltigkeits-Management	Sep 24
Stakeholder-management	Mitarbeitergesundheit	Steigerung Arbeitnehmergesundheit und Arbeitgeberattraktivität	Einführung Hansefit	Geschäftsführung Personal	Okt 23
Mobilität	Mitarbeitermobilität	Verringerung CO2-Emissionen, Steigerung ÖPNV in Pendlerstatistik Planted für CO2-Bilanz	Bezuschussung D-Ticket	Geschäftsführung Personal	Mai 23
Mobilität	Mitarbeitermobilität	Verringerung CO2-Emissionen, Steigerung emissionsarme Mobilität in Pendlerstatistik Planted für CO2-Bilanz	Job-Bike Angebot	Geschäftsführung Personal	Apr 22