



ASI Reisen Nachhaltigkeitsbericht 2019



Einführung

Liebe LeserInnen,

seit der Gründung der ASI durch meinen Vater im Jahr 1963 dreht sich bei uns alles um das Reisen. Das ist großes Glück und Herausforderung zugleich. Wir dürfen unsere Leidenschaft zum Beruf machen und konnten im stetigen Wandel mitgehalten. So hat sich in den letzten Jahrzehnten vieles verändert und trotzdem bleibt die Idee meines Vaters immer noch die gleiche - „Wir möchten Augen und Herz der Menschen für Natur und Kultur öffnen“.

In Zeiten von Billigflügen, Kreuzfahrten und Overtourism gehen wir noch einen Schritt weiter und formulieren unsere Mission wie folgt: Wir entwickeln nachhaltige Erlebnisse für Reisende und lokale Communities. Denn nur wenn wir es schaffen möglichst ressourcenschonend zu reisen und den lokalen Communities mit Wertschätzung

und Wertschöpfung zu begegnen, wird es uns möglich sein auch in Zukunft Reisen anzubieten.

Im Jahr 2019 entwickelte sich das Unternehmen in allen Bereichen sehr zufriedenstellend. So konnte ein Gäste- und Umsatzwachstum von rund 14% erzielt werden und das ASI Team wuchs im neugebauten ASI Nest auf 49 MitarbeiterInnen. Im Bereich Nachhaltigkeit wurde die Unternehmensstrategie in Kooperation mit allen ASI Stakeholdern geschärft. Dafür wurden umfassende Befragungen und verschiedene Workshops mit MitarbeiterInnen, Guides, Partnern aus aller Welt und unseren Gästen organisiert.

Einige der Ziele und Maßnahmen wurden bereits im Jahr 2019 umgesetzt. Andere große Themen wie bspw. die Co2

Berechnung und Kompensation unserer ASI Original Reisen wurde im Laufe des Jahres 2020 umgesetzt. Eine dieser Maßnahmen ist auch die Offenlegung unserer Reisekalkulation und die damit verbundene Ausweisung der lokalen Wertschöpfung am Reisepreis.

Alle weiteren Informationen zu unserer ganzheitlichen Nachhaltigkeitsarbeit finden Sie im vorliegenden Bereich welcher für unser Geschäftsjahr (1.11.2018 bis 31.10.2019) gilt.

Herzliche Grüße

Ihr Ambros Gasser

Über ASI Reisen

ASI Reisen entwickelt nachhaltige Erlebnisse für Reisende und lokale Communities.

Die Alpinschule Innsbruck GmbH wurde 1963 als Familienunternehmen gegründet mit dem Ziel „Menschen Hirn und Herz für die Wunder von Natur und Kultur zu eröffnen“ und wird derzeit in der zweiten Generation von Ambros Gasser geführt, mit dem klaren Ziel einen Mehrwert für Reisende und Communities durch Reisen zu schaffen. In Zeiten von Overtourism und boomender Kreuzfahrtindustrie geht ASI Reisen einen Schritt weiter und stellt neben den Reisenden die lokalen Communities ins Zentrum des Unternehmens.



Wandern &
Trekking



(e)Bike &
Rad



Erlebnis-
reisen



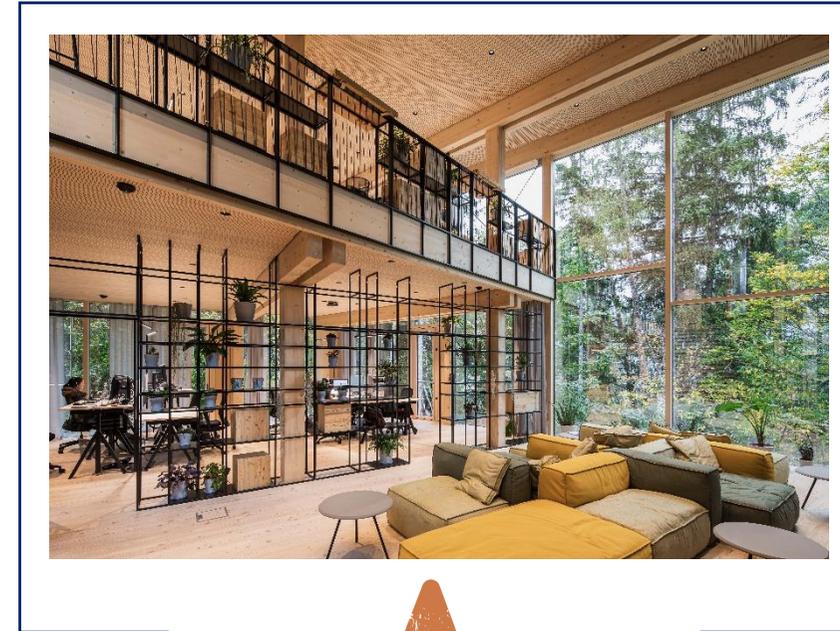
Alpin &
Bergsteigen

Die Alpinschule Innsbruck GmbH bietet seit 57 Jahren Aktiv- und Wanderreisen in mehr als 90 Länder an. Das Unternehmen steht unter der Leitung von Ambros Gasser (CEO) und Benjamin Kehrer (COO). Im Jahr 2020 umfasste das Angebot von ASI Reisen über 1.000 Reisen in den Produktparten: Alpin, Wander- und Trekking, (e)Bike und (e)MTB und Erlebnisreisen.

ASI Kennzahlen 2019

Gründung	1963	49 Mitarbeiter	336 Guides
26,1 Mio. € Umsatz	14% Wachstum	17767 Gäste	
94,7% Kundenzufriedenheit	4 Verticals	80 Länder	

Die Kernkompetenzen sowie die Lebenswerte mit denen ASI Reisen gegründet wurde sind heute relevanter denn je. ASI Reisen steht für Expertise und Wertschätzung. Dies macht das Unternehmen einzigartig und ist ein unveränderbares, solides Fundament. Um diesen Kern herum entwickelt sich ASI Reisen dynamisch und passt Produkte und Services den sich stetig verändernden Rahmenbedingungen an.



Nachhaltigkeit bei ASI Reisen

Nachhaltigkeit

Gesamtheitlich und strategisch: Seit der Gründung von ASI Reisen war Nachhaltigkeit fest im Unternehmen verankert. Im Jahr 2019 wurde die bis dato dezentrale Koordination des Themas Nachhaltigkeit in eine Vollzeitposition einer CSR Managerin zentralisiert. In dieser Struktur wurden die Ziele und Prozesse der Nachhaltigkeitsstrategie geschärft. Dies ist ein Prozess der sich kontinuierliche Verbesserung als Ziel setzt. Das Nachhaltigkeitsprogramm beruht auf folgenden Grundlagen:

- Wesentlichkeitsanalyse
- Stakeholder Dialog
- Strategische Unternehmensziele im Rahmen von Objectives & Key Results (OKRs)
- Transparenz und Information

wurde eine Materialitätsanalyse ausgeführt. Der Nachhaltigkeitsbericht und die Strategie von ASI Reisen wurden durch diese Analyse bestätigt und gestärkt.

Risiken und Chancen, die für die Zukunft von ASI Reisen relevant sind, sowie direkte und indirekte Auswirkungen von globalen Zielen zur Nachhaltigkeit werden laufend evaluiert und an die Strategie angepasst. Anfang 2019



Stakeholder Engagement

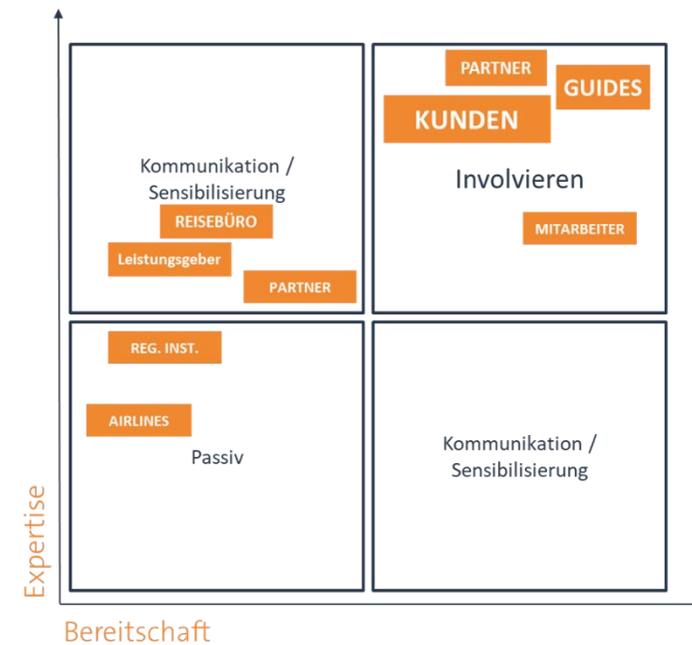
Ein aktiver Dialog und Austausch ist die Basis für eine nachhaltige Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern. Wir legen hohen Wert darauf, unsere Stakeholder aktiv zu integrieren und in die Entwicklung miteinzubeziehen. Die wichtigsten Stakeholder für

unser Unternehmen sind: Gäste, Mitarbeiter, Partner und unsere Guides.

Die zentralen Stakeholder wurden dieses Jahr aktiv in die Strategieerstellung miteingebunden. So ist Nachhaltigkeit ein Bestandteil des jährlichen Guide Summits und des Partner Summits. Gäste wurden mittels eines Fragebogens zu relevanten

Nachhaltigkeitsthemen befragt. Mit unserem Reise Feedback-Fragenbogen werden wir fortlaufend Kunden zu reisespezifischen Nachhaltigkeitsaspekten befragen. Unsere Mitarbeiter wurden mittels Umfragen und Kurzpräsentation in die Konzipierung eingebunden.

STAKEHOLDER	EXPERTISE RELEVANT FÜR DIE NACHHALTIGKEITS-STRATEGIE (BEITRAG)	BEREITSCHAFT ZUM ENGAGEMENT (Annahme*)	EINFLUSS
REISEBÜRO	Mittel	Gering*	Hoch
KUNDEN	Hoch	Mittel*	Sehr Hoch
DMC	Sehr Hoch	Hoch	Hoch
UNTERKÜNFTE	Mittel	Mittel*	Mittel
REGIONALE INSTUTIONEN	Hoch	Gering*	Gering
MITARBEITER	Hoch	Hoch*	Mittel
GUIDES	Sehr Hoch	Sehr Hoch	Sehr Hoch
AIRLINES	Gering	Gering*	Gering
DIV. SERVICE PROVIDERS	Gering - Mittel	Gering*	Mittel



Wesentlichkeit

Die für ASI Reisen wesentlichen Themenbereiche wurden mittels Umfragen und Workshops erarbeitet. Die Übersicht erörtert den Prozess zur Konzepterstellung.

Gäste wurden mittels einer Umfrage befragt, zu der 620 Rückmeldung in die Bewertung einfließen. Die Gäste wurden zu ihrer Einstellung zu Nachhaltigkeit befragt sowie zu den Fokuspunkten, die ASI Reisen setzen sollte.

Mit über 100 Guides wurden in einem Workshop die wesentlichen Themenbereiche besprochen und Lösungsansätze erarbeitet.

Ein ähnlicher Workshop wurde mit 20 Partnern wiederholt.

Unsere MitarbeiterInnen wurden mittels Umfragen sowie einer Kurzpräsentation zu ihrem Input befragt.

Aus diesen Stakeholder Befragungen ergaben sich folgende Fokusthemen:

- Transport & Anreise
- Co2 Emissionen
- Biodiversitätsschutz
- Abfall
- Sensibilisierung
- Lärmschutz
- Kultursensitivität
- Lunchpakete & Versorgung
- Wertschöpfung
- Transparenz
- Werbematerial

Auf Basis dessen wurde die Nachhaltigkeitsstrategie erstellt und die wesentlichen Themenbereiche festgelegt.



Nachhaltigkeitsstrategie

Die Fokuspunkte der Materialitätsanalyse definierten des Weiteren die Nachhaltigkeitszielsetzung von ASI Reisen. Das Nachhaltigkeitsprogramm wurde mit 3 übergeordneten Projektvisionen festgelegt. Diese 3 Projekte sind langfristige Zielsetzungen, welche jeweils durch Unterziele konkretisiert werden.

Umwelteinfluss reduzieren

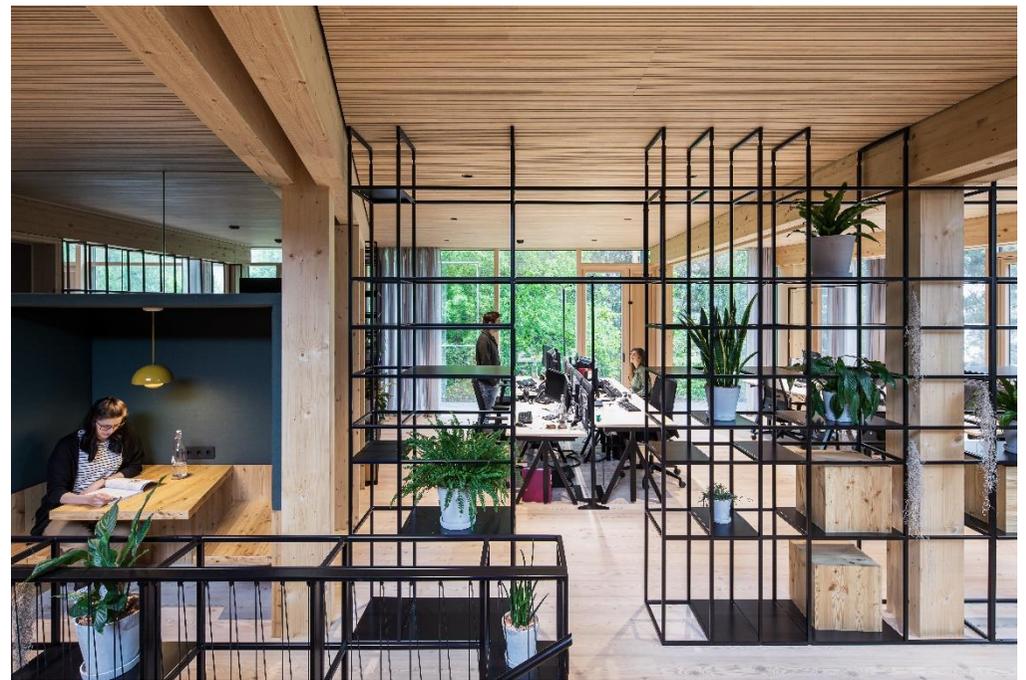
Jede Reise hinterlässt Spuren. Wir arbeiten daran, diese **kontinuierlich zu verringern**. Beispielsweise durch Co2 **Optimierungen des Reiseverlaufs**, einem weltweiten Projekt zur **Einsparung von Plastik und mehr Reisen**, welche mit der Bahn erreichbar sind. **Emissionen**, die wir derzeit nicht **einsparen können**, werden bei allen ASI Original Reisen zur Gänze **kompensiert**.

Wertschöpfung erhöhen

Reisen muss für lokale Communities gleich viel Sinn machen wir für Reisende. Ein wesentlicher Faktor dabei ist die **lokale Wertschöpfung**. Wir haben es uns zum **Ziel gesetzt diese stetig zu verbessern** und verpflichten uns, diese bei ASI Original Reisen **transparent zu kommunizieren**.

Transparenz & Dialog fördern

Kooperation, Kollaboration und aktiver Austausch ist die Basis eines **ganzheitlichen Nachhaltigkeitsmanagements**. Daher legen wir größten Wert auf einen **offenen, regelmäßigen und aktiven Dialog** mit unseren Interessensgruppen.



Organisationsstruktur

Die Organisationsstruktur von ASI Reisen ist auf Themenbereiche unterteilt und erfolgt folgendermaßen:



Über ASI - Mitarbeiter

Mitarbeiter Zahlen

Im ASI Büro arbeiteten insgesamt 48,75 Mitarbeiter (Angabe in Vollzeitäquivalenten). Das ASI Team zeichnet sich als junges, dynamisches Team aus mit einer Affinität zu Reisen und Natur.

Durch eine enge Kooperation mit Universitäten bietet ASI Reisen diverse Praktika an, vor allem im Produktmanagement und Marketing. So wurden im Geschäftsjahr 2019 5 Praktikanten eingestellt.

	Total	w	m	Div.
Mitarbeiter Angestellte	/ 45	28	17	
Teilzeit Angestellte	9	7	2	
Unternehmensführung	3	1	2	
Geringfügig Angestellte	2	1	1	
Praktikanten	5	3	2	
Auszubildende	0			

Im Geschäftsjahr 2019 wurden 576 Stunden für Mitarbeiterweiterbildung aufgewendet.

Zusatzleistungen für Mitarbeiter

Jeder ASI Mitarbeiter ist kollektivvertraglich kranken- und pensionsversichert.

Jeder Mitarbeiter erhält bei Eintritt des Unternehmens eine Ausrüstung von Jack Wolfskin und ASI Reisen bietet ein Reisebudget zu Weiterbildungszwecken an.

Das ASI Büro, inmitten grüner Natur, bietet Mitarbeitern einen dynamischen und offenen Arbeitsplatz. Zweiwöchentliche Massagen, wöchentliches Yoga, ein wöchentlicher Obstkorb und der das Büro umgebende Wald bieten einen Ausgleich zum Arbeitsleben. Diverse Aktivitäten wie Afterwork in Form von Nachtskifahren oder Rodeln finden in regelmäßigem Rahmen statt.

Jedem Team steht pro Jahr ein Tag zur Verfügung für ein Teamevent, für welches ein Budget von 100 Euro pro Mitarbeiter gestellt wird.

Mitarbeiterzufriedenheit

Mit einer zweiwöchentlichen Umfrage wird die Mitarbeiterzufriedenheit und das Wohlbefinden abgefragt und analysiert. ASI Reisen verzeichnet im Jahr 2019 einen Mitarbeiter Net Promotor Score (NPS) von 38.

Das ASI Reisen Team zeichnet sich durch Diversität aus. Das Durchschnittsalter beträgt 33,5 Jahre und die Frauenquote im Unternehmen beträgt 62 %.

	Unter 25	26-45	46-55	Über 56
Mitarbeiter Angestellte	5	30	9	1
Teilzeit Angestellte		6	2	1
Unternehmensführung		2		1
Geringfügig Angestellte	1	1		
Praktikanten	3	2		
Auszubildende				

Unternehmenskennzahlen

Erlös und Wachstum

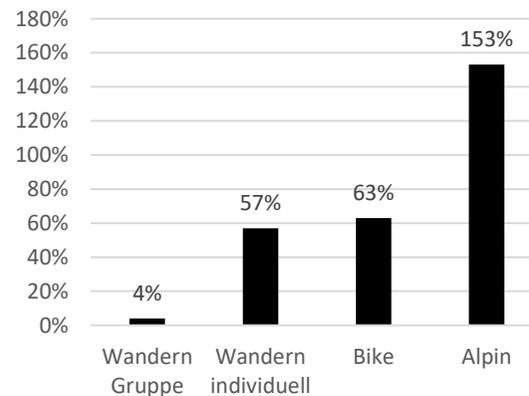
Als Familienunternehmen verbindet ASI Reisen: Tradition, Expertise und Innovation. Langjährige Erfahrung im Wander- und Aktivtourismus zeichnen sich vor allem in den ASI Original Reisen aus. Eine Produktparte, die auf Basis langjähriger Erfahrung erarbeitet wurde. Gleichzeitig differenziert sich ASI Reisen durch innovative Arbeitsweisen und fächert die Bandbreite der angebotenen Reisearten weiter aus. Dies entsteht durch enge Zusammenarbeit mit lokalen Partnern und Agenturen.

Mit dem Bau eines neuen Gebäudes differenziert sich ASI Reisen von klassischen Reiseunternehmen und setzt stark auf eine offene, innovative Arbeitsweise.

Im Geschäftsjahr 19/20 verzeichnete ASI Reisen Erlöse von 26,1 Millionen Euro und somit ein Wachstum von 14%.

Insbesondere zeichnet sich dieses Wachstum in den Produktparten: Bike, Alpin und Individuelles Wandern ab.

Wachstum ASI Reisen Geschäftsjahr 2019



Wertschöpfung

ASI Reisen selektiert bei der Reisekonzipierung Klein- und Familienbetriebe, welche einen Fokus auf die lokale Wertschöpfung setzen. Durch langjährige Zusammenarbeit konnten nachhaltige Kollaborationen geknüpft werden und somit trägt ASI Reisen positiv zu einer langfristigen und nachhaltigen Wertschöpfung in den Reiseregionen bei.

Im Laufe des nächsten Geschäftsjahres wird dies weiter verstärkt, indem der Mehrwert, der für die Destinationen durch eine ASI Reise entsteht, für jede Reise berechnet wird. Eine genaue Aufschlüsselung wird für jede Reise transparent dargestellt, sodass die lokale Wertschöpfung auf einen Blick ersichtlich ist.

Unternehmensökologie

Natur ist Bestandteil aller ASI Reisen, daher ist die Wahrung dieser essenziell für den Fortbestand unseres Unternehmens. ASI Reisen hat sich als Ziel gesetzt, den ökologischen Fußabdruck gesamtheitlich zu reduzieren. Dies bezieht sich auf unseren internen Umwelteinfluss, sowie den Einfluss unserer Wertschöpfungskette.

Interne Unternehmensökonomie:

Im September 2019 zog ASI Reisen mit dem gesamten Team in ein neu erbautes Bürogebäude. Das ASI Bürogebäude entspricht den höchsten Umweltstandards. Ressourceneffizienz, Energieeffizienz und die Nutzung von erneuerbaren Energien war der Grundsatz in der Konzeption. In diesem Sinne wurde das neue, viergeschossige Gebäude für ASI Reisen in Holzbauweise errichtet. Die Kombination aus Holzrahmenbau und Massivholzbauweise

ermöglicht großzügige, offene und flexibel nutzbare Räume. Darüber hinaus stehen ökologische Materialien im Vordergrund: geölte Naturholzböden, unbehandelte Akustikdecken aus Holz, Zellulose und Glasschaumschotter als Dämmmaterialien.

Der Neubau wurde nach höchsten Nachhaltigkeitsstandards erbaut. Der Stromverbrauch pro Jahr liegt bei geschätzten 57,23 kWh pro m². Dies basiert auf den Werten des ersten Halbjahres nach Einzugsdatum. 100% des bezogenen Stromes stammt von zertifiziertem Ökostrom.

Der Energieverbrauch seit Einzug in das Gebäude beträgt 48 189 kWh (18/07/2019 - 31/01/2020). Nach Bemessung und Erhebung der jährlichen Energieverbrauchswerte wird ASI Reisen eine überarbeitete Co₂ Bilanz erstellen.

Werbematerial und Papierverbrauch

ASI Reisen reduzierte die Katalogproduktion pro Produktparte um durchschnittliche 5%, um diese gezielter an Endkunden zu bringen und gleichzeitig Papier zu sparen. Ebenso wird seit 2019 auf eine biobasierte Folierung der Kataloge gesetzt.

Im täglichen Geschäftsprozess werden jährlich etwa 358.790 Blatt Papier verwendet.

Pendelemissionen

In 2019 betragen die Pendel Emissionen 47 t Co₂.

Abfall

Im gesamten Bürogebäude wird der Abfall recycelt. Die Abholung und Trennung erfolgen über die Gemeinde vor Ort.

Ökologie auf unseren Reisen

Klimabewusstes Reisen

ASI Reisen bietet Reiseerlebnisse an, die Herz und Hirn Zeit zum Atmen geben. Unser Ziel ist es, einen positiven Einfluss auf unsere Gäste und die Communities zu erzielen und dabei den Umwelteinfluss so gering wie möglich zu halten. 2019 berechneten wir den Fußabdruck unserer Reisen mit dem Ziel, diesen bis 2021 zu 100% zu kompensieren und den Fußabdruck transparent auszuweisen.

Durch die von ASI selbst konzipierten Reisen entstanden 2019 12.362 Tonnen Co2 Emissionen. Im Durchschnitt ergeben sich pro Gast pro Reise durch diese Berechnungen folgende Emissionen:

Auf Erdgebundenen Reisen, welche meist eine individuelle Anreise mittels PKW oder öffentlichen Verkehrsmitteln mit sich bringen, ist die Co2 Bilanz sehr gering. Erhöht wird diese durch längere Anreisen sowie innerländlichen Transport. Somit liegt die Co2 Bilanz auf unseren Fernreisen

durchschnittlich bei 3,8 t Co2 Emissionen pro Gast pro Reise.

Co2 Kompensation auf allen ASI Original Reisen

Auf Reisen entstehen, vor allem durch den Transport, negative Klimaauswirkungen.

Erdgebundene Reisen	0,15	
Europe	1,17	tCo2 / Gast
Fernstrecke	3,87	

Trotzdem sind wir der Überzeugung, dass verantwortungsvolles Reisen einen wertvollen Beitrag leistet und Destinationen nachhaltig wirtschaftlich stärkt. Durch den kulturellen Austausch wird unser Blickfeld erweitert und das Naturbewusstsein kann geschärft werden.

Aus diesem Grund werden für Abreisen ab 1.11.2020 100% der Emissionen, die durch eine ASI Original Reise entstehen, mit einem Waldschutz Projekt kompensiert.

Ressourcenschonung

ASI Guides werden auf Umweltbewusstseinsbildung geschult und übermitteln dieses aktiv an unsere Reisende. Ebenso sehen unsere Packlisten bereits wiederverwendbare Wasserflaschen sowie Lunchboxen vor. Im Laufe des nächsten Geschäftsjahrs werden wir die Reduktion von Abfall und Sensibilisierung zur Ressourcenschonung verstärken.

Gäste

Kundengesundheit & Sicherheit

Wander- und Aktivreisen tragen positiv zu der Gesundheit unserer Gäste bei.

Die Sicherheit unserer Gäste ist die höchste Priorität auf unseren Reisen, gefolgt von deren Zufriedenheit und Wohlbefinden.

2019 begleiteten 336 Guides mit anerkannter Berg- und Wanderführerausbildung unsere Gäste auf ihren Reisen.

Durch ein präzises Auswahlverfahren unserer Guides können wir diese Punkte garantieren. Unsere Guides werden nach anerkannten Ausbildungen ausgewählt und durch einen persönlichen Interview Prozess sowie einem Guide Training auf die ASI

Standards gescreent und geschult. Darüber hinaus erhalten Guides weitere Schulungen beim jährlichen ASI-internen Guide Summit.

Derzeit arbeitet ASI Reisen mit 336 Guides, welche in einem freiberuflichen Verhältnis stehen. Von diesen sind 108 weiblich und 228 männlich.

Durch eine Kennzeichnung unserer Produkte in Schwierigkeitsgraden und Hinweise auf Besonderheiten der Touren sowie eine kompetente Beratung durch unser Reisespezialistinnen werden Risiken abgewogen und vorgebeugt.

Im Geschäftsjahr 2019/2020 verzeichnete ASI Reisen keine Unfälle während der Durchführung der Reisen.

Kundenzufriedenheit

Die Qualität unserer Reisen zeigt sich vor allem in den Gästebewertungen. So empfehlen 94,7 % der Gäste ihre Reise weiter.

Sustainable Development Goals

Tourismus hat einen maßgeblichen Einfluss auf nachhaltige Entwicklung. Unsere Nachhaltigkeitsstrategie und Ziele sind angelehnt an die globalen Ziele für Nachhaltige Entwicklung (SDGs: Sustainable Development Goals). Dies ist eine Zusammenfassung, wie die SDGs die ASI Strategie beeinflussen und durch welche Maßnahmen ASI Reisen die SDGs unterstützt.



ASI Reisen unterstützt Kleinbauern durch Partnerschaften mit Unternehmen, die Produkte von Kleinbauern beziehen



Mit Aktivreisen trägt ASI Reisen zur Gesundheit unserer Gäste bei. Reisen in der Natur fördert ein aktives Leben und trägt somit positiv zum Wohlergehen unserer Gäste bei.



Durch Kooperation mit Universitäten fördert ASI Reisen durch Praktika die Bildung und Beschäftigungsmöglichkeiten im Tourismus



Sowohl im Unternehmen als auch in Zusammenarbeit mit unseren freiberuflichen Guides und Partnern stellen wir sicher, dass keine Diskriminierung vorliegt.



Die Richtlinien für unsere Partner beinhalten Wassereffizienzmaßnahmen. Ebenso werden Kunden durch Guides zur Wassereffizienz sensibilisiert.



Leistungsgeberauswahl, die ökologische und soziale Auswirkungen berücksichtigt.

Signifikante Reduktion und Vermeidung von Abfall durch Lunchboxen und Sparen von Verpackungsmaterial



Aufklärung von Reisenden über das richtige Verhalten beim Besuch von Wäldern oder Naturgebieten, einschließlich Interaktion mit lokalen Communities



100 % erneuerbare Energien in Geschäftsbereichen sowie 100 % Kompensation von Co2 Emissionen.



Strom aus erneuerbaren Energien (im eigenen Betrieb)

Neue Beleuchtungssysteme im Betrieb

Reduktion von Treibhausgasemissionen aus Transportvorgängen: Intern und auf Reisen



Sensibilisierung der Reisenden gegenüber verschiedener Kulturen und Glaubensrichtungen, zur Förderung von Toleranz



Wir achten stark auf faire und nachhaltige Zusammenarbeit zwischen den zahlreichen Partnern, die im Tourismus involviert sind.

