

## Umwelterklärung 2008

1.	<b>Studiosus – ein Firmenprofil.....</b>	<b>2</b>
2.	<b>Die Geschichte des Unternehmens und seines Engagements für sozial verantwortliches und umweltschonendes Reisen .....</b>	<b>3</b>
	<b>Impulse für einen nachhaltigen Tourismus .....</b>	<b>4</b>
3.	<b>Umweltpolitik und soziale Verantwortung .....</b>	<b>6</b>
4.	<b>Das Studiosus-UmweltManagementSystem.....</b>	<b>7</b>
5.	<b>Direkte und indirekte Aspekte (Umweltaspekte und soziale Auswirkungen) .....</b>	<b>9</b>
6.	<b>Unsere Umweltziele: Ziele bis 2010 .....</b>	<b>11</b>
7.	<b>Bewertung durch die Geschäftsführung .....</b>	<b>21</b>
8.	<b>Gültigkeitserklärung.....</b>	<b>22</b>
9.	<b>Ansprechpartner im Umweltschutz .....</b>	<b>23</b>

## 1. Studiosus – ein Firmenprofil

Studiosus ist ein innovatives und kundenorientiertes mittelständisches Unternehmen in Familienbesitz. Gegründet 1954 durch Werner Kubsch hat es sich im Lauf seines Bestehens durch die Qualität des Angebots und seine frischen Reise-Ideen zu Deutschlands größtem Studienreise-Veranstalter entwickelt. Heute führt Peter-Mario Kubsch das Unternehmen in der zweiten Generation.

Rund 270 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter planen, entwickeln und organisieren über 800 verschiedene Reisen in mehr als 100 Ländern zu mehr als 6000 Terminen.

Mehr als 95.000 Reiseteilnehmer werden im Jahr 2008 mit der Unternehmensgruppe fremde Länder und Kulturen kennen lernen. Der Jahresumsatz beträgt rund 220 Mio. Euro.

Die „Visitenkarten des Unternehmens“ vor Ort sind die eigens von und für Studiosus geschulten über 620 Reiseleiterinnen und Reiseleiter. Sie sind bestens mit den unterschiedlichsten Ansprüchen des Publikums vertraut. Sie kennen und lieben ihr Reiseland. Es gibt kaum eine tiefere und gleichzeitig derart behutsame Begegnung mit Menschen und Kulturen als eine Reise mit einem Studiosus-Reiseleiter. Nicht von ungefähr gelten unsere Studienreisen auf dem deutschsprachigen Reisemarkt als besonders qualitativ.

Studiosus-Kataloge liegen in gut 9000 Reisebüros in Deutschland, Österreich und der Schweiz auf. Zu rund 90 Prozent werden unsere Studienreisen über Reisebüros vertrieben. In München besitzt das Unternehmen auch ein eigenes Verkaufsbüro: das Studiosus UrlaubsCenter.

### Auf einen Blick

Studiosus Reisen München GmbH

*Firmensitz:*

Riesstraße 25, 80992 München

*Geschäftsführender Gesellschafter:*

Peter-Mario Kubsch

*Unternehmensleitung:*

Peter-Mario Kubsch,  
Dieter Lohneis,  
Peter Strub,  
Guido Wiegand

*MitarbeiterInnen:* 230

*ReiseleiterInnen:* über 620

*Tätigkeiten:*

Veranstaltung und Durchführung von Reisen, Veranstaltung von Sprachreisen, ServiceCenter, Reiseleiterauswahl, Reiseleiterausbildung, Reiseleiterweiterbildung, Sicherheitsmanagement für die Planung und weltweite Durchführung von Reisen unter Berücksichtigung der aktuellen Sicherheitssituation in den Zielgebieten, Umweltmanagement für die Planung und weltweite Durchführung von umweltschonenden und sozial verantwortlichen Reisen.



## **2. Die Geschichte des Unternehmens und seines Engagements für sozial verantwortliches und umweltschonendes Reisen**

Man schrieb das Frühjahr 1954, als die erste Studiosus-Gruppe per Bus von München „durch die Schluchten des Balkan“ nach Griechenland fuhr. Das war die Geburtsstunde von Studiosus Reisen München.

Noch im selben Jahr wurde Italien ins Programm aufgenommen. Erste Studienreisen nach Ägypten und in den Sudan folgten 1956. Ein Jahr später feierte man bereits ein Jubiläum: die 25. Studienreise „Klassisches Griechenland“.

Den ersten Weitsprung - nach Indien - wagte man 1963. Vier Jahre später setzte Studiosus über den „großen Teich“ in die USA. Knapp zehn Jahre darauf flog man den Fernen Osten an. Die ersten Aktivurlaube, WanderStudienreisen in Griechenland und Island, bot Studiosus 1979 an, die ersten Sprachreisen - nach England und Schottland - 1980. Die Innovationskraft ist seither ungebrochen. Das beweisen die vielfältigen Reiseformen, die inzwischen das Programm bereichern.

Den Namen Studiosus hat man bewusst beibehalten, auch als das Unternehmen längst weitaus mehr andere Interessenten anzog als Studenten.

Peter-Mario Kubsch, Sohn des Firmengründers Werner Kubsch, trat 1983 in das Unternehmen ein. Schritt für Schritt in alle Bereiche des Unternehmens eingeführt, übernahm er nach dem Tod seines Vaters 1992 die Geschäftsführung. Er setzte die Tradition, Studienreisen von hoher Qualität zu veranstalten, fort und gab dem Unternehmen neue Impulse.

In den 90er Jahren entwickelte Studiosus systematisch das Konzept der Modernen Studienreise mit den vier Elementen „Dem Leben begegnen“, „Kultur erleben“, „Entspannung genießen“, „Rücksicht nehmen“. Damit gelang es dem Unternehmen, Studienreisen für die Bedürfnisse der Menschen von heute anzubieten. Eine große Rolle spielte auch das Thema „umweltschonendes und sozial verträgliches Reisen“. Studiosus führte ein UmweltManagementSystem ein, das seit 1998 nach DIN ISO 14001 zertifiziert und nach dem European Management and Audit Scheme EMAS II validiert ist: eine Pioniertat in der Reisebranche. Eine chronologische Übersicht über das Umweltengagement des Unternehmens finden Sie unter: „Impulse für einen nachhaltigen Tourismus“.

Heute ist das Unternehmen in Europa mit deutlichem Abstand Marktführer für Studienreisen.

## Impulse für einen nachhaltigen Tourismus

Das Engagement für einen nachhaltigen Tourismus hat bei Studiosus seit langem einen hohen Stellenwert und reicht bis zu Beginn der 1970er Jahre zurück:

1970	Erste Empfehlungen, wie sich Fotografen fremden Kulturen und Menschen „sanft“ annähern können
1971	Reiseleiterschulungen zu Aspekten des sozial verantwortlichen Reisens
1974	Die <i>SympathieMagazine</i> des Studienkreises für Tourismus und Entwicklung werden gratis als Information an die Kunden ausgegeben.
1986	Verzicht auf den Besuch sensibler und gefährdeter Zielorte (Goa)
1990	Kataloge werden auf umweltschonend hergestelltem Papier gedruckt und sie enthalten Umwelthinweise Gründung des Innerbetrieblichen Umweltausschusses
1991	Ein Koordinator für Fragen der Umwelt- und Sozialverträglichkeit wird bestellt Beginn der systematischen Mülltrennung im Büro Empfehlungen für die MitarbeiterInnen zur Abfallvermeidung und Mülltrennung Gründung des Beirats für umwelt- und sozialverträgliches Reisen Reisedokumente für die Kunden (Mappen, Kofferanhänger) werden nur noch aus Recycling-Material hergestellt Sensibilisierung der Gäste durch den Folder „Willkommen in der Welt“ Kataloghinweis „Ökologie-Sanfter Tourismus“ bei StudienKreuzfahrten ("Don't leave anything but footsteps") Einführung eines Reiseleiter-Berichtswesens zur Sozial- und Umweltverträglichkeit in den Zielgebieten Erste Erhebung „Umweltschutz in den Studiosus-Hotels“
1992	Erstmals legt das Produktmanagement einen Jahresbericht zum Thema „Umweltverträglichkeit unserer Reisen in den Zielgebieten“ vor Spürbare Reduktion der Katalog-Auflagen Selbstverpflichtungserklärung zu einem sozial verantwortlichen und umweltschonenden Tourismus des Managements
1993	Aufruf zur Aktion „Rettet Pamukkale“ (Türkei) Beginn der Förderung von sozialen und umweltorientierten Projekten in den Zielgebieten
1995	Gründung des Umweltausschusses für den Bereich Reiseveranstaltung
1996	Erste Schritte zur Umsetzung des Öko-Audits und Umweltprüfung Gründung des Ausschusses für sozial verträglicheres Reisen Einschluss der umweltfreundlichen Bahnreise in den Reisepreis („Rail & Fly“) Studiosus Reisen München wird erwähnt in „Das Grüne Buch der Touristik“. (Herausgeber: Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit, Berlin). Auszeichnung mit der „Grünen Palme“ (3. Preis) der Zeitschrift GEOSAISON für das Unternehmensleitbild
1997	Umweltpreis der Stadt München für einen herausragenden Beitrag im Bereich des umweltverträglichen Wirtschaftens
1998	Zertifizierung des UmweltManagementSystems nach DIN EN ISO 14001, Validierung und Registrierung nach EMAS I
1999	Einschluss der umweltfreundlichen Anreise mit dem öffentlichen Personennahverkehr zum Flughafen in den Reisepreis („Fahren & Fliegen“) Auszeichnung mit der „Grünen Palme“ (1.Preis) der Zeitschrift GEOSAISON für die Zertifizierung des UmweltManagementSystems
2000	Beitritt zur Tour Operators Initiative for Sustainable Tourism Development, einem internationalen Zusammenschluss zur Förderung von nachhaltigem Tourismus, und Unterstützung der ECPAT-Initiative gegen Kinderprostitution

2001	Rezertifizierung des Umweltmanagement-Systems nach DIN EN ISO 14001 und Revalidierung nach EMAS II
2002	Nennung im Fachbuch „Zukunftsfähige Unternehmen – Wege zur nachhaltigen Wirtschaftsweise von Unternehmen“ (Herausgeber: BUND und UnternehmensGrün; Ökom-Verlag) Umweltpreis der Bayerischen Landesstiftung Umwelt-Online-Award in Gold von B.A.U.M. e.V. Einführung eines Sicherheitsmanagement-Systems
2003	Studiosus wird Umweltbotschafter für den Umweltpakt Bayern Studiosus gewinnt den Scal-Award (Eco-Tourism-Award)
2004	Nennung im Fachbuch „Qualitätsorientiertes Tourismus-Management – Wege zu einer kontinuierlichen Weiterentwicklung“ Haupt Verlag 2004 (Verfasser: Hansruedi Müller, Leiter des Freizeitinstituts für Forschung und Tourismus FIF) 2. Rezertifizierung des UmweltManagementSystems nach DIN EN ISO 14001 und 2. Revalidierung nach EMAS II Studiosus wird nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert
2005	Bei der Ausschreibung von NETS AWARD für innovative Bahnangebote wurde Studiosus für den 2. Platz nominiert Gründung der steuerlich als gemeinnützig anerkannten Studiosus Foundation e.V.
2006	Teilnahme am Wettbewerb „Umweltfreundliches Reisen in Europa“ mit der Auszeichnung 1.Preis in der Kategorie Reiseveranstalter für nachhaltiges Reisen
2007	Studiosus Foundation e.V. bietet auf der Internetseite <a href="http://www.studiosus-foundation.org">http://www.studiosus-foundation.org</a> die Möglichkeit, für Kunden den CO <sub>2</sub> -Ausstoß einer geplanten Flugreise zu berechnen und zu kompensieren. CO <sub>2</sub> Kompensation der Dienstreisen aller Mitarbeiter per Flugzeug. 3. Rezertifizierung des UmweltManagementSystems nach DIN EN ISO 14001 und 3. Revalidierung nach EMAS II und Rezertifizierung nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001:2000. Verleihung der Urkunde „klimafreundliches Reisen“ vom Bayerischen Umweltministerium Beitritt zum UN Global Compact Willi-Scharnow-Preis für die Aus- und Weiterbildung der Studiosus Reiseleiter
2008	Die Vereinigung Deutscher Reisejournalisten (VDRJ) zeichnet den Geschäftsführer von Studiosus Reisen, Peter-Mario Kubsch auf der ITB in Berlin mit dem VDRJ-Preis 2008 aus. Gewürdigt wird damit die Arbeit der auf seine Initiative im Februar 2005 gegründeten Studiosus Foundation e.V. Verleihung der „Goldenen Palme“ (1. Platz) durch die Zeitschrift Geo Saison für die kultimer Reise „Die Alpen und der Klimawandel“. Verleihung des Hospitality Innovation Award für nachhaltige und innovative Produktpolitik durch die PKFhotelexperts.

### 3. Umweltpolitik und soziale Verantwortung

Die **Umweltpolitik des Unternehmens** wird nach folgenden Grundsätzen umgesetzt:

1. Bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf allen Ebenen wird das Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt und für die soziale Verantwortung den Gastgeberländern gegenüber gefördert.
2. Die Auswirkungen jeder neuen Tätigkeit, jedes neuen Produkts und jedes neuen Verfahrens auf die Umwelt und das soziale Gefüge werden im Voraus beurteilt.
3. Die Folgen der gegenwärtigen Tätigkeiten auf die lokale Umgebung werden beurteilt und konstant überwacht, und alle bedeutenden Auswirkungen dieser Tätigkeiten auf die Umwelt und die soziale Verträglichkeit im Allgemeinen werden geprüft.
4. Es werden die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um Belastungen der Umwelt und des sozialen Gefüges zu vermeiden bzw. zu beseitigen. Wo dies im Umweltbereich nicht zu bewerkstelligen ist, muss zumindest versucht werden, belastende Emissionen und das Abfallaufkommen auf ein Mindestmaß zu verringern und die Ressourcen zu erhalten; hierbei sind mögliche umweltfreundliche Verfahrensweisen zu berücksichtigen. Belastungen für das soziale Gefüge sollen durch sozialverantwortliche Programmplanung und die Sensibilisierung der Reisegäste durch die Reiseleiter möglichst gering gehalten werden. Durch Dialog und Begegnung soll eine positive Wirkung im Sinne der Völkerverständigung erreicht werden.
5. Es sind Verfahren zur Kontrolle der Übereinstimmung mit der Umweltpolitik und den sozialen Zielen festzulegen und anzuwenden. Sofern diese Verfahren Messungen erfordern, wird für die Aufzeichnung und Aktualisierung der Ergebnisse gesorgt.
6. Es werden Verfahren und Maßnahmen für jene Fälle erarbeitet und auf dem neuesten Stand gehalten, in denen man feststellt, dass ein Leistungspartner seine Umweltpolitik oder Umweltziele nicht einhält bzw. seiner sozialen Verantwortung gegenüber der Bevölkerung der Gastländer nicht gerecht wird.
7. Der Öffentlichkeit werden alle Informationen zur Verfügung gestellt, die geeignet sind, die Auswirkungen der Unternehmenstätigkeit auf die Umwelt und das soziale Gefüge verständlich zu machen; ferner soll ein offener Dialog mit der Öffentlichkeit geführt werden.
8. Die Kunden werden über die umweltrelevanten und die sozialen Aspekte unserer Reisen im Zusammenhang mit ihrer Reiseteilnahme in angemessener Weise informiert.
9. Das Unternehmen achtet bei seinen Leistungspartnern auf die Einhaltung des fortschrittlichsten, dem jeweiligen Gastland angemessenen Umweltstandards.
10. Das Unternehmen strebt eine kontinuierliche Verbesserung in allen umwelt- und sozial relevanten Bereichen im eigenen Hause an.
11. Die umweltrelevanten und auf die soziale Verantwortung ausgerichteten Tätigkeiten des Unternehmens werden in regelmäßigen Abständen überprüft und bewertet.
12. Zu unseren Grundsätzen der Umwelt- und Sozialverantwortung zählt ferner, dass wir nicht nur Gesetze und behördliche Auflagen der Bundesrepublik Deutschland sowie völkerrechtliche Bestimmungen und international gültige Rechtsnormen einhalten, sondern sie darüber hinaus durch eigene Initiativen übertreffen wollen.

## 4. Das Studiosus-UmweltManagementSystem

Um seine Umweltpolitik effektiv umsetzen zu können, hat Studiosus ein UmweltManagementSystem (UMS) eingerichtet, das 1998 erstmals zertifiziert und validiert wurde. Die Vorüberlegungen hierzu setzten schon sehr früh ein. Als die Europäische Gemeinschaft im Juni 1993 das Öko-Audit, die betriebliche Umweltprüfung, für das produzierende Gewerbe ins Leben gerufen und Bonn 1995 das Umweltaudit-Gesetz erlassen hatte, begann Studiosus sofort damit zu prüfen, ob und wie das UmweltManagementSystem auch auf Reiseveranstalter ausgedehnt bzw. ob es überhaupt für Dienstleister angewandt werden könne. Ein schwieriger Prozess, ein Lernprozess, bei dessen einzelnen Schritten Studiosus oft sehr positiv mit dem Umweltministerium und dem Umweltbundesamt zusammengearbeitet hat.

Studiosus war der Meinung, dass sich ein Reiseveranstalter nicht damit begnügen darf, seinen Standort, d.h. den Firmensitz, unter die Lupe zu nehmen – wie es die EG-Öko-Audit-Verordnung für produzierende Betriebe festlegte. Da bei ihm wesentliche Folgen für die Umwelt vom Produkt Reise ausgehen und nicht von den Abläufen am Standort, muss er eben auch diese Auswirkungen in seine Umweltpolitik einbeziehen. In der Erweiterungsverordnung für Dienstleister, die im Februar 1998 in Kraft trat, hat dies auch seinen – sehr freilassend formulierten – Niederschlag gefunden. Dort heißt es: Am Audit teilnehmende Unternehmen sind gehalten, „in ihrer Umweltpolitik, in ihrem Umweltprogramm und bei den Umweltbetriebsprüfungen auch die Produktseite zu berücksichtigen“.

Außerdem hält Studiosus, aus dem ganzheitlichen Grundgedanken einer nachhaltigen Tourismusentwicklung heraus, nicht nur die Umweltverträglichkeit, sondern auch die Auswirkungen seiner Reisen auf die sozialen Strukturen im Gastland für wichtig. Doch soziale Verantwortung spielt in der entsprechenden EG-Verordnung und ihrer Erweiterung keine Rolle.

Ein Problem ist ferner, dass das Umwelt- und v.a. das Sozialengagement von Studiosus gerade im Reiseveranstaltungsbereich oft nicht quantifizierbar, also messbar und in Zahlen beschreibbar sind. Daher legt Studiosus neben der Beobachtung von Maßzahlen auf qualitative Entwicklungen zum Besseren höchsten Wert. Doch diese sind weiche Faktoren, die meist nur über Befragungen von Kunden, Mitarbeitern, Reiseleitern und Leistungspartnern erfasst werden können. Trotz dieser Probleme hat Studiosus versucht, ein tragfähiges und zielführendes UmweltManagementSystem, das den Ansprüchen der EG-Verordnung genügt, zu etablieren. Es wurde 1998 erfolgreich begutachtet.



Damit war Studiosus weltweit der erste europäische Reiseveranstalter, dessen UmweltManagementSystem nach EMAS validiert und nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert wurde.

Nach der Revalidierung und Rezertifizierung in 2001 hat ein externer Gutachter unsere Bemühungen in den nachfolgenden jährlichen Überwachungsaudits im August 2002, im Juli 2003 bestätigt.

Im Juli 2004 wurden die bereits mehrfach geprüften Qualitäts- und Umweltmanagement-Systeme in ein integriertes StudiosusManagement-System (SMS) zusammengeführt und erstmals für alle Unternehmensbereiche nach DIN EN ISO 9001:2000 zertifiziert, sowie im Umweltbereich nach 14001 rezertifiziert bzw. nach EMAS II revalidiert. Im Jahr 2005 prüfte der TÜVRheinland das gesamte StudiosusManagementSystem nach DIN EN ISO 9001. Das UmweltManagementSystem wurde auf die neue Norm DIN EN ISO 14001:2005 umgestellt.

Das UmweltManagementSystem ist heute integraler Bestandteil des nach den Normen DIN EN ISO 14001, 9001 und EMAS II im Jahr 2007 vom TÜV Rheinland erneut zertifizierten ganzheitlichen StudiosusManagementSystems (SMS).

Das StudiosusManagementSystem umfasst Qualität, Umwelt, soziale Verantwortung und Sicherheit. Es greift die Vorgaben der Unternehmenspolitik auf und setzt sie in praktische Handlungsanweisungen und Handlungsabläufe (Prozesse) um.

Das SMS ist kein starres, sondern ein dynamisches System, welches einem kontinuierlichen Veränderungsprozess unterliegt und aus welchem praktischer Nutzen gezogen wird. Ziel ist die kontinuierliche Verbesserung aller Leistungen und Tätigkeiten. Die Bewertung der Eignung, Angemessenheit und Wirksamkeit des SMS wird regelmäßig durch interne und externe Audits überprüft.

### Umweltmanagement als Prozess:

Die Politik der nachhaltigen Entwicklung und die strategischen Ziele im Bereich der Umweltschonung und der sozialen Verantwortung werden von der Unternehmensleitung festgelegt.

In Zusammenarbeit mit dem Umweltausschuss (UA), dem Ausschuss für sozialverantwortliches Reisen (SVA) und dem Innerbetrieblichen Umweltausschuss (IBU) überführt die Unternehmensleitung die unternehmenspolitischen Ziele in strategische und operative Ziele als Schwerpunktaufgaben für die nächste Periode. Ebenfalls in Zusammenarbeit mit den Ausschüssen werden dann Maßnahmen festgelegt, mit denen die operativen Ziele erreicht werden sollen.

Diese Maßnahmen sind ebenso wie die strategischen und operativen Ziele im Umwelthandbuch festgeschrieben. Dort ist auch festgelegt, wer für die Umsetzung der Maßnahmen und ihre Kontrolle verantwortlich ist. Verabschiedete Maßnahmen werden den verantwortlichen Abteilungsleitern mitgeteilt. Sie informieren ihre Mitarbeiter, sorgen für die Umsetzung der Aktionen und überwachen diese. Ob die Maßnahmen mit Erfolg durchgeführt werden, kontrollieren die Ausschüsse, die alle dazu notwendigen Informationen von den Verantwortlichen anfordern.

Spätestens anlässlich der einmal jährlich stattfindenden internen Umweltbetriebsprüfung berichten die Verantwortlichen an die Ausschüsse und einen Vertreter der Unternehmensleitung. Die Ausschüsse entwickeln gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge, die dann in die operativen Ziele einfließen.

Die strategischen und operativen Ziele werden einmal im Jahr im Rahmen der Klausur von der Unternehmensleitung überprüft und ggf. revidiert. Auch die Politik der nachhaltigen Entwicklung kann eine Änderung erfahren. Das Studiosus-UmweltManagementSystem funktioniert nach den Regeln des Kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.

Zur Anwendung und Aufrechterhaltung des Umweltmanagement-Systems wurde ein Managementvertreter von der Unternehmensleitung bestimmt.

### Umwelt-Organigramm



## 5. Direkte und indirekte Aspekte (Umweltaspekte und soziale Auswirkungen)

Die Umweltauswirkungen werden wir dort, wo wir es können, maßgeblich beeinflussen und unseren Beitrag zur Erhaltung einer gesunden Umwelt leisten. Wir unterscheiden hierbei direkte und indirekte Umweltaspekte. Beispiele:

### Direkte Aspekte (Standort betreffend)

Umweltaspekte	Mögliche Umweltauswirkung	Unser Nachhaltigkeitsbeitrag
Papier und Energieverbrauch bei der Katalogproduktion	Raubbau an der Natur/Wald, globale Erwärmung, Ressourcenverbrauch, Luftverschmutzung Abfallerzeugung	Verantwortungsvoller Umgang mit natürlichen Ressourcen, z.B. Verwendung von chlorfreiem Papier mit 50% Altpapieranteil in der Katalog- und Werbemittelproduktion. Der Holzschliffanteil ist aus heimischen Durchforstungsholz gewonnen und garantiert eine mehrmalige Recyclingfähigkeit des Materials. Um den Verbrauch von Rohstoffen einzuschränken, halten wir die Auflagenhöhe so gering wie möglich. Einführung von elektronischen Bestellmöglichkeiten zur Einsparung des Papierverbrauchs (Werbemittel, Anmeldungen)
Papier und Energieverbrauch bei der Werbemittelproduktion	Raubbau an der Natur/Wald, globale Erwärmung, Ressourcenverbrauch, Luftverschmutzung Abfallerzeugung	Wo möglich, Verzicht auf Kunststoffprodukte und Einsatz von leicht abbaubarem Material. Optimierung und Ausbau der Angebotsdarstellung im Internet.  CO <sub>2</sub> -Reduzierung in allen relevanten Bereichen
Versand von Katalogen, Werbemitteln, Briefen etc.	Raubbau an der Natur/Wald, globale Erwärmung, Ressourcenverbrauch, Luftverschmutzung, Abfallerzeugung	Geschäfts- und Kopierpapier aus 100% Altpapier. Zusammenarbeit mit zertifizierten Lieferanten.
Verbrauch von Papier durch Bürotätigkeiten	Globale Erwärmung, Ressourcenverbrauch, Abfallerzeugung	Alte, stromfressende Elektrogeräte werden fachgerecht entsorgt und durch umweltfreundliche Produkte ersetzt. An unserem Standort setzen wir neben Strom auch Fernwärme ein, die wir von einem nahe gelegenen Heizkraftwerk beziehen. Seit Jahren optimieren wir laufend die Erfassung der Energieverbrauchsdaten. So sind wir in der Lage, die größten Verbraucher zu ermitteln und gezielt Maßnahmen zur Einsparung abzuleiten.
Stromverbrauch am Standort durch Beleuchtung, Büromaschinen etc.	Globale Erwärmung, Erschöpfung nicht erneuerbarer Rohstoffe, Luftverschmutzung	Seit 2001 ausschließliche Verwendung von 100% biologisch abbaubaren Reinigungsmitteln.
Beheizung der Büroräume am Produktionsstandort München	Globale Erwärmung, Erschöpfung nicht erneuerbarer Rohstoffe, Luftverschmutzung	Anweisung an Mitarbeiter Dienstreisen unter 500 km mit der Bahn durchführen. Einsatz von Fahrradkurieren. Kompensation des CO <sub>2</sub> -Ausstoßes von Dienstreisen per Flugzeug durch eine Spende an ein Klimaschutzprojekt.
Verwendung von Reinigungsmitteln am Produktionsstandort München	Wasserverschmutzung, Schadstoffanreicherung in der Umwelt	
Dienstreisen und Materialtransport	Globale Erwärmung, lokale Luftverschmutzung	

## Indirekte Aspekte (Urlaubsreisen betreffend)

Umweltaspekte	Mögliche Umweltauswirkung	Unser Nachhaltigkeitsbeitrag
Transport und Verkehr zum und im Zielgebiet	Globale Erwärmung und lokale Luftverschmutzung; Erschöpfung der Mineralölreserven, Verbrauch nicht erneuerbarer Energie	<p>Einschluss von Rail&amp;Fly-Bahnanreise sowie ÖPNV in den Reisepreis.</p> <p>Angebot von Bus, Bahn und Schiff zur Anreise zum und im Zielgebiet, wo möglich und sinnvoll.</p> <p>CO<sub>2</sub>-Kompensationsmöglichkeit unter <a href="http://www.studiosus-foundation.org">http://www.studiosus-foundation.org</a></p> <p>Vermeidung von Inlandsflügen im Zielgebiet durch Einsatz von Bus und Bahn, wo möglich und sinnvoll.</p> <p>Keine Flugreisen unter 4 Tagen. Möglichst Direktflüge, etc.</p>
Energieverbrauch im Hotel	Globale Erwärmung und lokale Luftverschmutzung; Erschöpfung der Mineralölreserven, Verbrauch nicht erneuerbarer Energie	<p>Regelmäßige Schulung unserer Geschäftspartner durch „Hotelökologiekonferenzen“, um Handlungsmöglichkeiten in den Bereichen Energie- und Wassereinsparungen, Verpflegung, Abfallvermeidung etc. aufzuzeigen. Zusätzliche Sensibilisierung der Partner durch den Versand des ECO-Letters.</p> <p>Sensibilisierung der Kunden, sich an Umweltschutzmaßnahmen der Hotels (Verzicht auf täglichen Handtuch-, Bettwäschewechsel; Energiesparmaßnahmen, etc.) zu beteiligen, durch entsprechende Hinweise in den Kundeninformationen.</p> <p>Zusätzlich ausführliche Schulung der Studiosus-Mitarbeiter und der Reiseleiter zu den Themen umweltbewusstes und sozialverantwortliches Reisen.</p>
Wasserverbrauch der Kunden im Hotel; Swimmingpools	Eingriff in den Wasserhaushalt	
Abwasseraufkommen im und außerhalb des Hotels	Verschmutzung von Oberflächenwasser	
Abfallproduktion durch Konsum vor Ort	Verunreinigung von Natur und Luft	
Reiseplanung/-programme	Eingriff in das kulturelle und soziologische Gefüge sowie das ökologische Gleichgewicht	<p>Aufstellung von Energie- und Schadstoffbilanzen für:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ökomodellreisen</li> <li>- Gegenüberstellung verschiedener Verkehrsträger in ausgewählten Katalogen.</li> </ul> <p>Verzicht auf Hotels an besonders umweltsensiblen Standorten, von denen eine nicht verantwortbare Schädigung der Umwelt ausgeht</p> <p>Einbau von Programmpunkten, die zum Erhalt der Kultur einer Region in besonderem Maße beitragen</p> <p>Verzicht auf Reisen in ökologisch sensible Regionen und zu abgechieden lebenden eingeborenen Völkern.</p> <p>Sensibilisierung der Gäste durch Reiseleiter und Informationsmaterial.</p>

## 6. Unsere Umweltziele: Ziele bis 2010

### 6.1 Kontinuierliche Verbesserung des Innerbetrieblichen Umweltschutzes (IBU) am Standort München

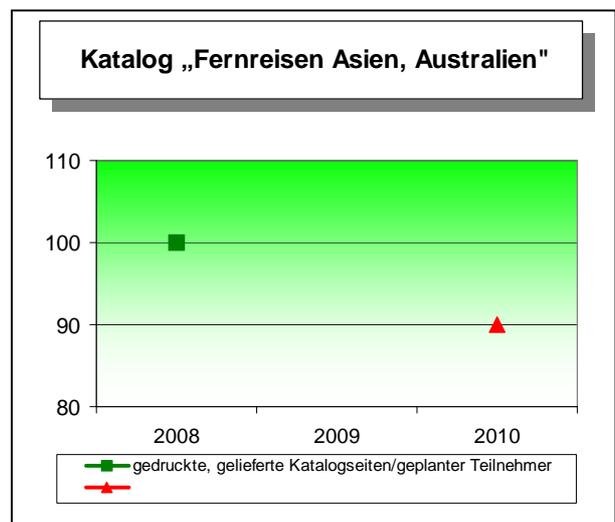
<b>Ziele 2010</b>	<b>Katalogproduktion</b> Kennzahl: „Gedruckte bzw. gelieferte Menge Katalogseiten (Auflage x DIN A4-Seitenzahl) pro geplantem Reisegast pro Katalogsorte“
-------------------	--

#### Aktivität

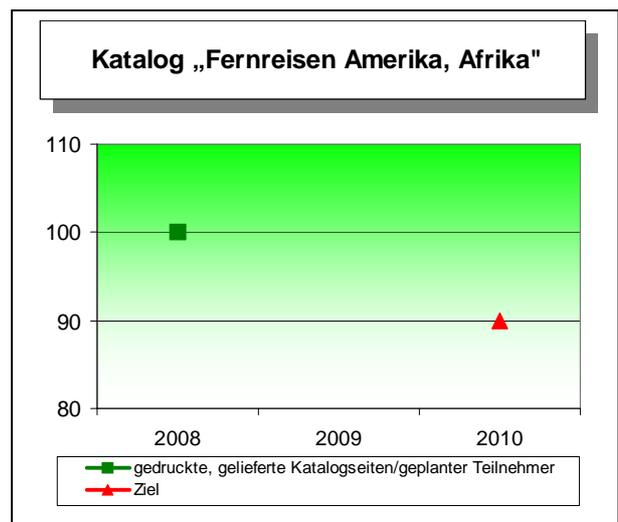
Nachfragegerechte Steuerung der Auflagen und Distribution.

Verantwortlich: Marketing/Verkaufsförderung

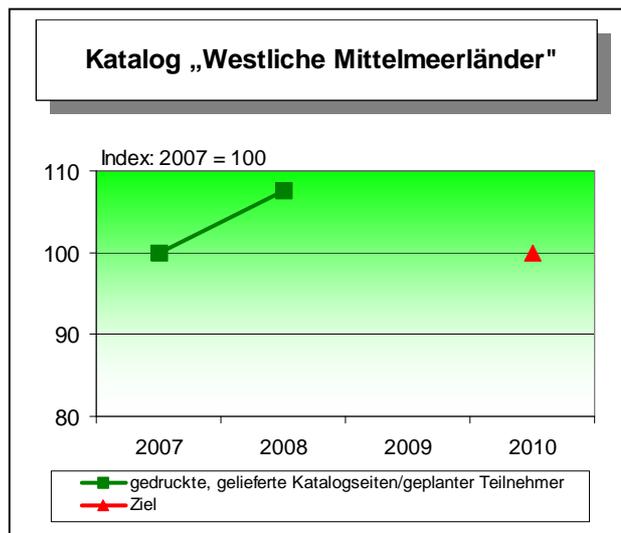
Zielsetzung für den 2008 erstmalig eigenständig aufgelegten Katalog „Fernreisen Asien/Australien“ ist ein Indexwert von 90 bis 2010.



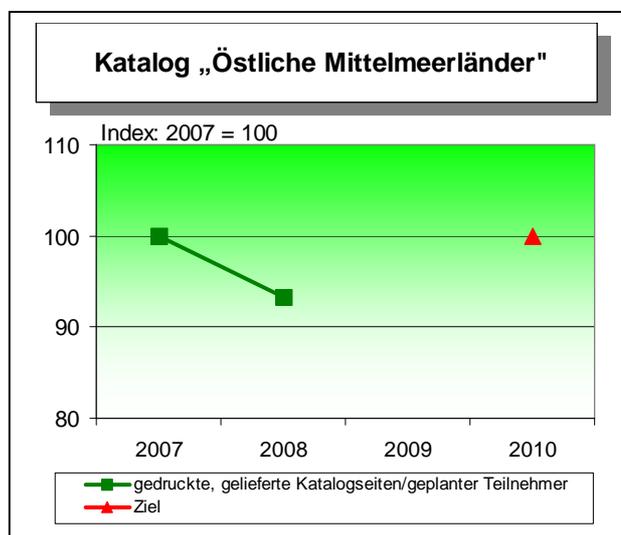
Zielsetzung für den 2008 erstmalig eigenständig aufgelegten Katalog „Fernreisen Amerika/Afrika“ ist ein Indexwert von 90 bis 2010



Bei dem Katalog „Westliche Mittelmeerländer“ wird das Halten des erreichten niedrigen Niveaus bei kontinuierlichem Ausbau des Angebots mit einhergehender Steigerung der Zahl der Reisegäste angestrebt. Zielwert für 2010 ist daher ein Halten des Indexwertes von 100.

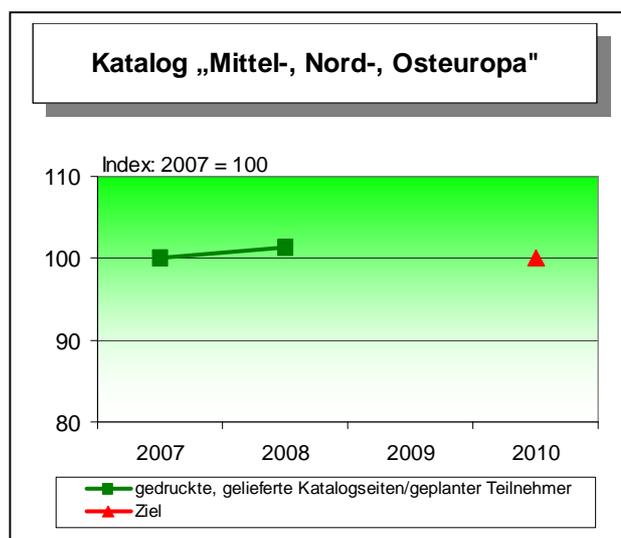


Bei dem Katalog „Östliche Mittelmeerländer“ wird das Halten des erreichten niedrigen Niveaus bei kontinuierlichem Ausbau des Angebots mit einhergehender Steigerung der Zahl der Reisegäste angestrebt. Zielwert für 2010 ist daher ein Halten des Indexwertes von 100.

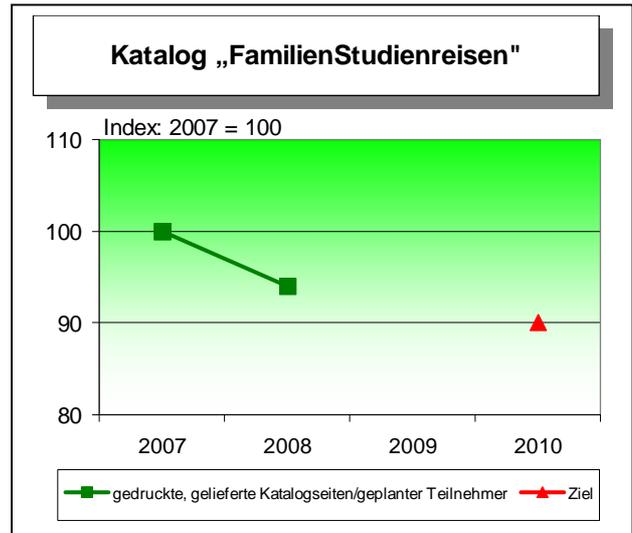


Wegen der krisenbedingten Volatilität der Nachfrage in die enthaltenen Reisegebiete, ist eine Prognose groben Unsicherheiten unterworfen.

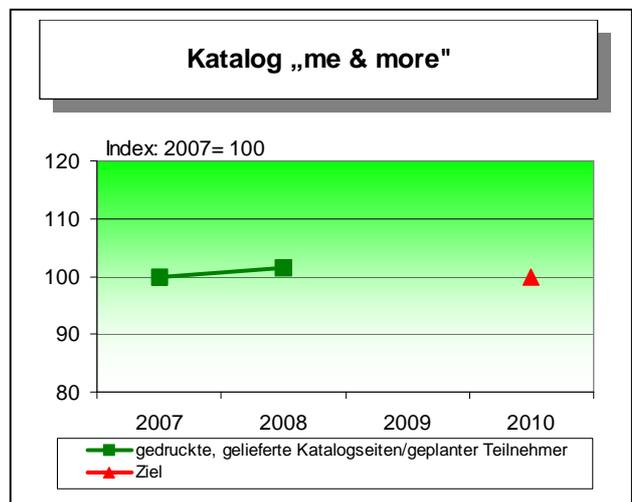
Bei dem Katalog „Mittel-, Nord-, Osteuropa“ wird das Halten des erreichten niedrigen Niveaus bei kontinuierlichem Ausbau des Angebots mit einhergehender Steigerung der Zahl der Reisegäste angestrebt. Zielwert für 2010 ist daher ein Halten des Indexwertes von 100.



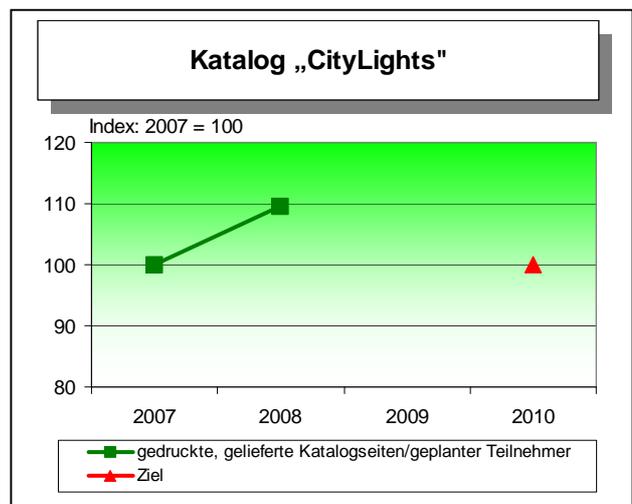
Aufgrund der Katalogerweiterung und der steigenden Nachfrage wird ein Indexwert von 90 bis 2010 erwartet.



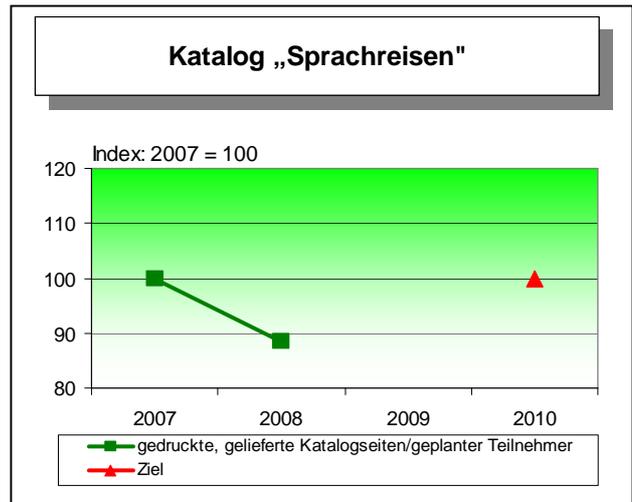
Bei dem Katalog „me & more“ wird das Halten des erreichten niedrigen Niveaus bei kontinuierlichem Ausbau des Angebots mit einhergehender Steigerung der Zahl der Reisegäste angestrebt. Zielwert für 2010 ist daher ein Halten des Indexwertes von 100.



Aufgrund zusätzlicher Vermarktungsmaßnahmen und deswegen erhöhter Auflage im Jahr 2008 wird zunächst ein Anstieg des Indexwertes erwartet. Insofern wird das Wiedererreichen des Indexwertes von 100 bis 2010 angestrebt.



Bei dem Katalog „Sprachreisen“ wird das Halten des erreichten niedrigen Niveaus bei kontinuierlichem Ausbau des Angebots mit einhergehender Steigerung der Zahl der Reisegäste angestrebt. Zielwert für 2010 ist daher ein Halten des Indexwertes von 100.



<b>Ziel 2010 für 2009</b>	<p><b>Gedruckte Auflage kultimer (Folder und Kataloge) pro daraus gebuchtem kultimer-Gast</b></p> <p>Senkung der Kennzahl um 10% „Gedruckte Auflage kultimer (Folder und Kataloge) pro daraus gebuchtem kultimer-Gast“ (Neues Ziel auf Basis 2006: Reduzierung auf Index 90)</p>
---------------------------	--

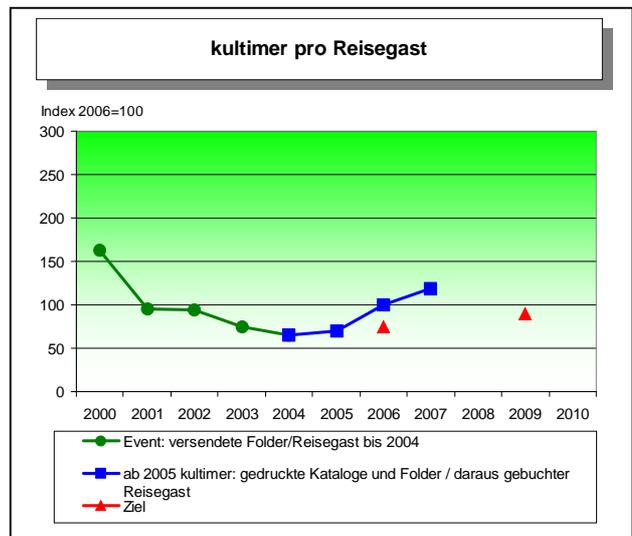
**Aktivität**

Eingrenzung des Mailverteilers, überwachte zielgruppengerechte Ansprache/Angebote.

Verantwortlich: Dialogmarketing

Die Anzahl der gedruckten kultimer (Folder und Kataloge) pro kultimer-Gast lag bis 2005 im Zielbereich. Im August 2005 wurde zusätzlich zum Folder der kultimer-Katalog mit einer Zusatzaufgabe produziert, was den Anstieg in 2005 und vor allem in 2006 begründet.

Seit Januar 2007 wird das kultimer-Programm ausschließlich im neuen Schmalkatalog veröffentlicht. Verbunden mit dieser neuen animativen Reiseausschreibung waren erhebliche Investitionen in die Gewinnung neuer Kunden. Umfangreiche Direktmarketing-Maßnahmen, zum Teil auch in Kooperation mit dem Reisebürovertrieb, führten zu einer erheblichen Steigerung der produzierten Auflage bei allen sechs Ausgaben des Jahres 2007. Sowohl die absolute Zahl der kultimer-Gäste als auch der Anteil der Neukunden konnten deutlich gesteigert werden. Dennoch ist das Verhältnis von produzierten Katalogen zu gewonnen Gästen dabei naturgemäß ungünstiger als bei Mailings an bestehende Kunden.



Prognose: Bei den ersten Ausgaben des Jahres 2008 konnte die Druckauflage gegenüber dem Vorjahr aufgrund reduzierter Investitionen in die Neukunden-Gewinnung gesenkt werden. Eine anhaltend positive Nachfrage vorausgesetzt sollten wir uns wieder deutlich in Richtung des Zielwerts für 2009 entwickeln.

**Ziel 2010  
für 2009**

**Katalogproduktion**

Buchungsquote pro Internetkatalogbestellung auf Index 115 erhöhen

**Aktivität**

Optimierung und Ausbau der Angebotsdarstellung im Internet, Erhöhung der Aktualität aller Angaben zu Terminen, Programmen, Leistungen und Preisen.

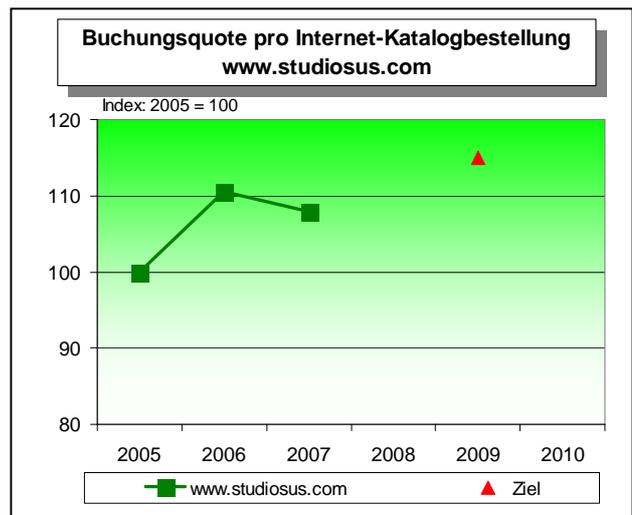
Verantwortlich: Marketing/EDV

Die Umwandlungsquote der Internet-Katalogbestellungen zu Reisebuchungen bewegt sich seit Jahren auf einem erfreulich hohen Niveau, auch im Vergleich mit anderen Kanälen. Ein Indiz, dafür, dass diese Interessenten gut vorinformiert sind und ganz gezielt Kataloge nach ihrem Bedarf anfordern.

Im Jahr 2007 ist diese Quote geringfügig zurückgegangen. Möglicherweise haben reichweitenstarke Online-Werbemaßnahmen (Suchmaschinen, Banner etc.) dazu geführt, dass die Streuverluste etwas größer geworden sind.

Prognose: Da wir auch im Jahr 2008 nochmals in Online-Werbung investiert haben ist ein ähnlicher Wert wie in 2007 zu erwarten

Ziel 2010: Index 115



**Ziel 2010**

**Verwendung von Papiersorten, die anerkannt umweltschonend erzeugt wurden**

Anteil Recyclingpapier am Kopierpapierverbrauch auf dem hohen Niveau von 98% halten

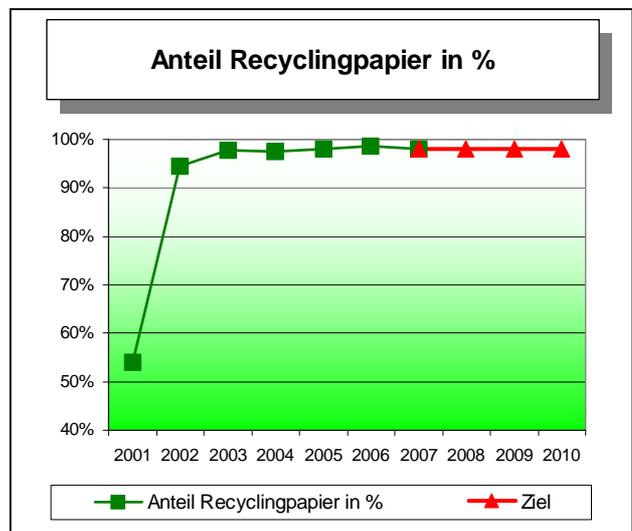
**Aktivität**

Konsequente Verwendung von Recyclingpapier. z.B. durch Koordination der Nachbestellung von Kopierpapier.

Verantwortlich: Verwaltung

Der Anteil von Recyclingpapier konnte nach Einführung der Maßnahme im Jahre 2001 von anfänglichen 54% auf über 90% gesteigert werden und liegt aktuell bei 98%.

Ziel 2010: Halten des hohen Prozentsatzes von 98%



<b>Ziel 2010 für 2009</b>	<b>Abfallvermeidung vor Recycling und umweltgerechter Entsorgung</b> Schwerpapier-Müllmenge senken
---------------------------	---

**Aktivität**

Information an Mitarbeiter über die Möglichkeiten der Abfallentsorgung im Haus. Regelmäßige Kontrolle und Messung der Abfallmenge durch die Abteilung Verwaltung.

Verantwortlich: Verwaltung

Die jährliche Entsorgung von Schwerpapier unterschritt bereits in 2005 den geplanten Zielwert.

Der Anstieg in 2006 lässt sich durch die Markteinführung von zwei Produktinnovationen<sup>1)</sup> sowie Entsorgungen im Zuge von Renovierungsmaßnahmen<sup>2)</sup> im Haus erklären.

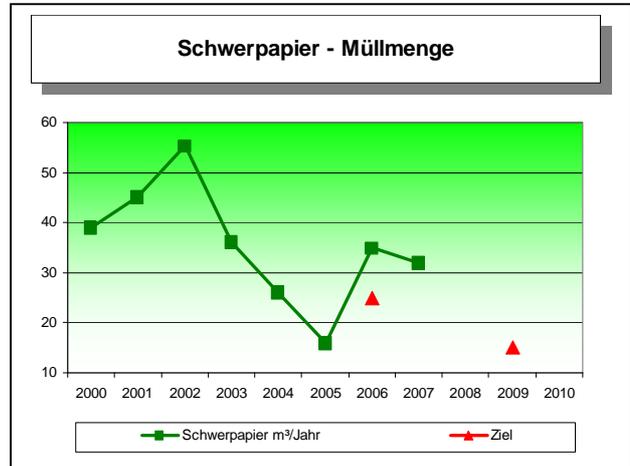
In 2007 konnte die Müllmenge trotz Erweiterungen in der Produktpalette reduziert werden.

<sup>1)</sup> Höhere Rückläuferzahl bei kultimer-Katalogzusendungen sowie Urlaubsmagazine = 10,2m<sup>3</sup>

<sup>2)</sup> Papierentsorgung (Prospekte und Broschüren) aufgrund des Teppich austausches im 3. OG = 9,8 m<sup>3</sup>

Zielerreichung Ende 2006: Ziel (ohne die oben genannten Einmaleffekte in 2006) erfüllt

Ziel 2010 für 2009: 15 m<sup>3</sup>



<b>Ziel 2010 für 2009</b>	<b>Stromverbrauch</b> Reduzierung des Stromverbrauchs pro Mitarbeiter auf 0,48 KWh pro geleisteter Arbeitsstunde
---------------------------	---

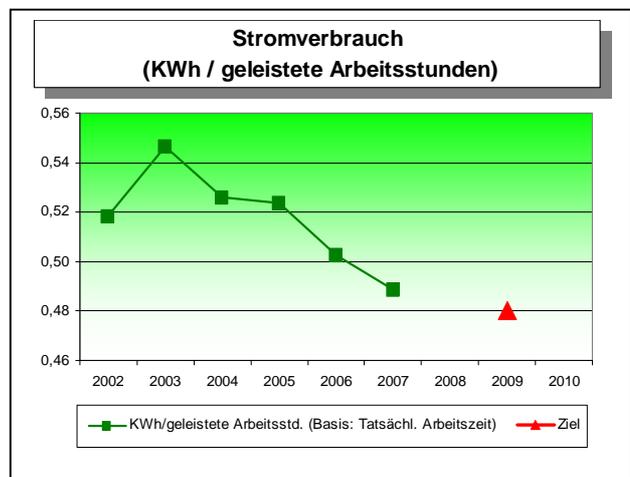
**Aktivität**

Durch Information und Empfehlungen an alle Mitarbeiter, Beachtung des Stromverbrauches bei Neuanschaffungen.

Verantwortlich: IBU

Der Stromverbrauch pro geleisteter Arbeitsstunde konnte seit dem Jahr 2003 kontinuierlich gesenkt werden. Im Lauf des Jahres 2008 wird durch den Einsatz der „Green IT“-Technologie ein weiterer Rückgang erwartet.

Als Zielwert für 2009 wird eine weitere Reduzierung auf 0,48 KWh angestrebt.



<b>Ziel 2010 für 2008</b>	<b>Beheizen der Büroräume am Standort</b> Heizenergieverbrauchs 20% unter der Gradtagezahl halten. (Basis: Heizmonate 1. Oktober bis 31. März)
---------------------------	--

**Aktivität**

Durch Information und Empfehlungen an alle Mitarbeiter unter Beachtung des Heizenergieverbrauches.

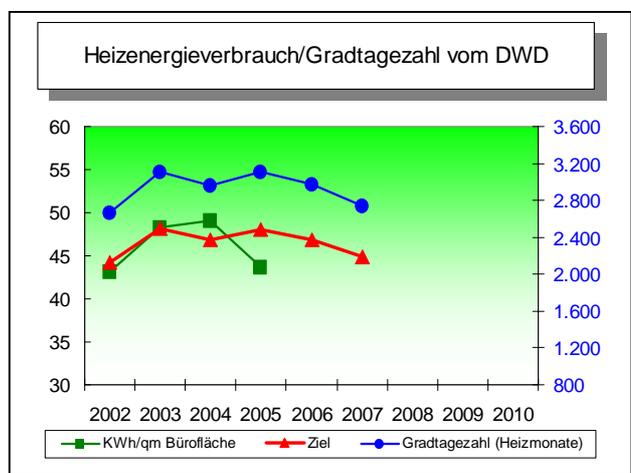
Den bewussten Umgang mit Heizenergie fördern  
Mit IBU-Tipps z.B. mit der AKTION „NO-ENERGY“  
Richtiges Heizen und Lüften.

Verantwortlich: IBU

Benchmark: Gradtagezahlen

Die Klimadaten „Gradtagzahlen nach VDI 2067“ der Station München-Stadt liefern einen Vergleichswert für den Wärmebedarf, der erforderlich ist, um z.B. eine Bürotemperatur von 20° Celsius zu erreichen. Wenn dieser Wert steigt, bedeutet das, dass ein höherer Energiebedarf erforderlich ist.

Die Vergleichswerte zeigen, dass vor allem in 2005 der Heizenergiebedarf deutlich unterhalb der Gradtagezahlen lag. Die Verbrauchswerte für 2006 liegen aufgrund eines Eigentümerwechsels des Bürogebäudes noch nicht vor.



Zielwert: Halten des geringen Verbrauchs bei unter 20% des „Benchmarks Gradtagezahl“

<b>Ziel 2010 für 2009</b>	<b>Einsatz von ressourcenschonenden Materialien und Verfahrensweisen</b> Verwendung von Reinigungsmitteln auf Niveau von 2006 halten
---------------------------	---

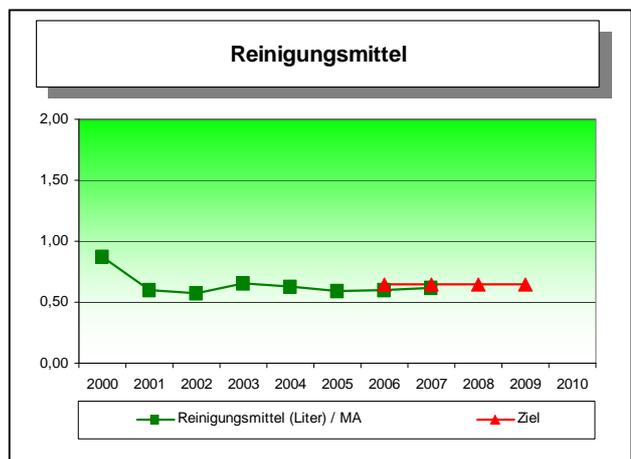
**Aktivität**

Verwendung von umweltfreundlichen Reinigungs- und Pflegemitteln (WGK 1) und Reduzierung durch sparsame Dosierung.  
(Ausnahme: Fleckentfernungsmittel).

Verantwortlich: Verwaltung

Die Zielstellung wurde bereits erreicht. Eine weitere Senkung des Verbrauchs umweltschonender Reinigungsmittel scheint nicht möglich, ohne die hygienischen Verhältnisse zu beeinträchtigen.

Ziel 2010: Halten des Zielwerts von 0,65 Liter/Mitarbeiter



<b>Ziel 2010 für 2009</b>	<b>Dienstreisen</b> Dienstreisen unter 500 km mit der Bahn durchführen (Anteil über 50% halten)
---------------------------	--

**Aktivität**

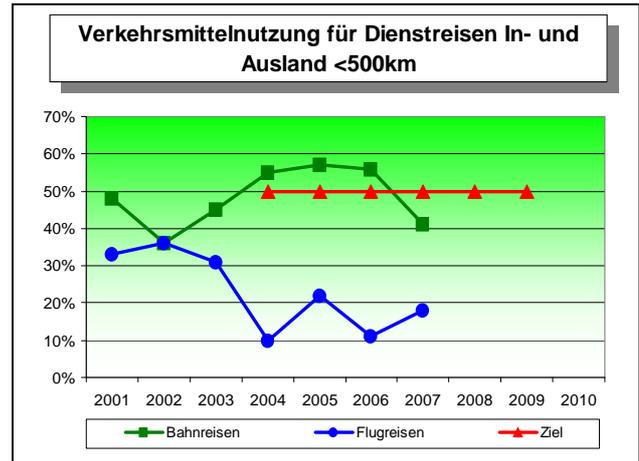
Die Dienstreiseregelung wurde um eine Empfehlung des Transportmittels mit Dienstreisezielen ergänzt.

Verantwortlich: Personalabteilung/IBU

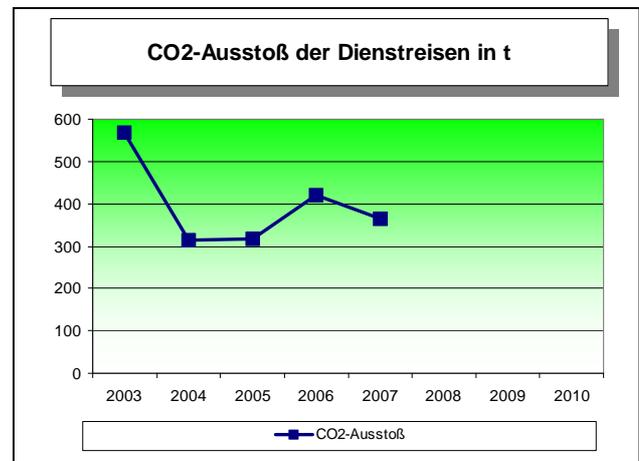
In 2007 konnte der Zielwert von 50% Bahnreisen nicht gehalten werden. Gründe hierfür liegen in einer Zunahme der PKW-Reisen. Auch erhöhte sich der Anteil der Flugreisen aufgrund einer höheren Zahl von Airlineschulungen.

Der innerbetriebliche Umweltausschuss prüft derzeit Möglichkeiten, den Anteil der Bahnreisen wieder auf das hohe Niveau der Vorjahre zu bringen.

Ziel 2010: Bahnreiseanteil von mindestens 50%



Zudem ermitteln wir die, bei Dienstreisen bei Flügen anfallenden CO<sub>2</sub>-Emissionen über unseren Studiosus-Flug-Emissionsrechner und zahlen den entsprechenden Kompensationsbetrag in das Klimaschutzprojekt der Studiosus Foundation e.V. ein. (Windkraftanlage 2x800 kW in Karnataka, Indien)  
[www.studiosus-foundation.org](http://www.studiosus-foundation.org)



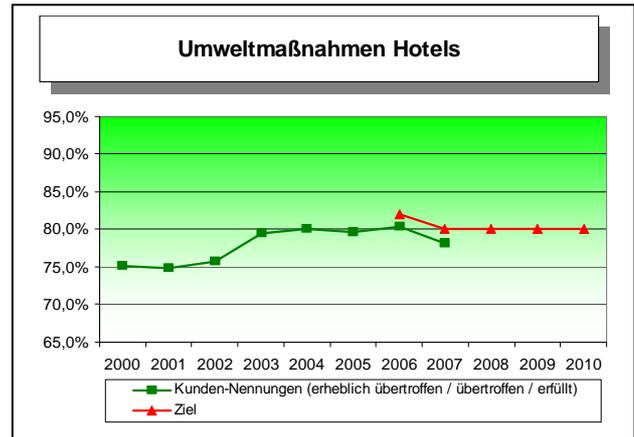
**6.2. Kontinuierliche Verbesserung des Umweltschutzes im Bereich Reisen<sup>1)</sup>**

<b>Ziel 2010</b>	<p><b>Umweltschutzmaßnahmen in Hotels</b></p> <p>Verbesserung der Umfrageergebnisse unter den Kunden bezüglich Umweltschutzmaßnahmen in den Hotels um einen Prozentpunkt pro Jahr (Beurteilungsbogen; Nennungen erfüllt, übertrroffen, erheblich übertrroffen. (Basis 1. HJ 2006 = 79,5%)</p>
------------------	---

**Aktivität**

Information an Einkaufsabteilung, Intensivierung der Auswahl umweltbewusster Hotels, Durchführung von Hotelökologieseminaren, Information der Hoteliers mit der Dokumentation „Hotel-Ökomanagement“, Partnernews, Eco-Letters. Alle zwei Jahre Erhebung zum Umweltschutz mit Selbstcheck für Hotels.

Verantwortlich:  
Einkauf & Reservierung, Umweltausschuss



Die Kundenfrage nach den Umweltschutzmaßnahmen in den Hotels hat sich zusammengefasst im Verlauf von 1997 bis 2005 positiv entwickelt.

Derzeit gibt es einen Trend zu Reisen in Länder, in denen Umweltschutzmaßnahmen eine geringe Priorität besitzen. Studiosus versucht, durch Hotelökologieseminare, den Versand der Hotelfragebogen sowie die Weiterführung des elektronischen Newsletters „PartnerNews“ unsere Hotelpartner auch in diesen Ländern für das Thema Umweltschutz zu sensibilisieren.

Ziel 2010: Kunden-Nennungen 80%

<sup>1)</sup> Da es sich als problematisch erwiesen hat, Umweltschutzerfolge im Bereich Reisen in konkreten Zahlen zu messen und fortzuschreiben, müssen wir unsere diesbezüglichen Fortschritte an der Kundenzufriedenheit im Bereich Umwelt messen. Diese ergibt sich aus den Auswertungen der Beurteilungsbogen, die am Ende jeder Reise an die Teilnehmer verteilt werden.

**Ziel 2010 Sensibilität für Land und Leute**  
 Sensibilität für Land und Leute bei den Reiseleitern auf hohem Niveau von 98% halten

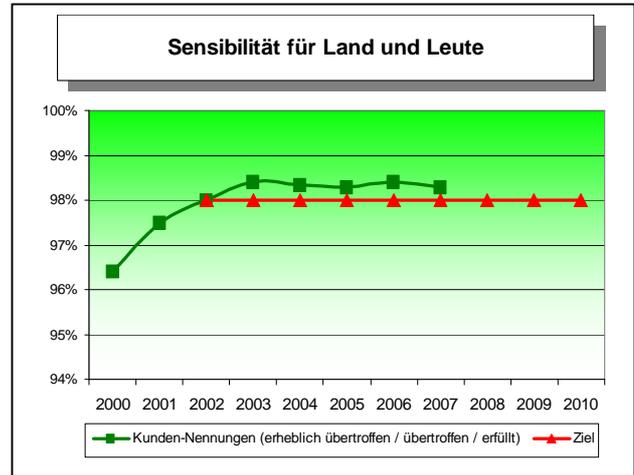
**Aktivität**

Schulung der Reiseleiter im Bereich der Aus- und Weiterbildung.

Verantwortlich: Reiseleiterabteilung

Die Ergebnisse der Kundenbefragung zeigen seit 1999 eine deutlich verbesserte Sensibilität für Land und Leute bei den Reiseleitern. Diese Entwicklung zeigt, dass unsere Maßnahmen in diesem Bereich in den Augen unserer Kunden zielführend sind.

Ziel 2010: Halten des Wertes von 98%



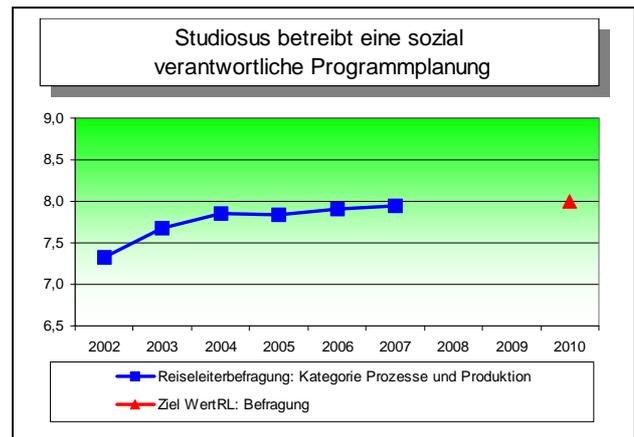
**Ziel 2010 für 2009 Reiseleiter-Befragung: "Studiosus betreibt eine sozial verantwortliche Programmplanung"**

**Aktivität**

Die Ergebnisse der Reiseleiter-Befragung zur Fragestellung "Studiosus betreibt eine sozial verantwortliche Programmplanung", sind ein weiterer wichtiger Indikator für die Programmplaner im Haus aus der Sicht der vor Ort tätigen Reiseleiter.

Es ist zu beachten, dass die Original-Skalierung des Fragebogens mögliche Antwortwerte von 1 („Trifft gar nicht zu“) bis 10 (Trifft voll“) ausweist.

Bis 2010 soll der Zielwert stabil bei 8 gehalten werden.



## 7. Bewertung durch die Geschäftsführung

In 2007 wurde das Rezertifizierungssaudit durchgeführt. Ein besonderes Augenmerk galt wie in den Vorjahren dem Sicherheitsmanagement.

Auch im laufenden Jahr werden die Weiterentwicklung und Verbesserung des StudiosusManagementSystems kontinuierlich fortgesetzt. Am 9. Mai fand das Managementreview, d.h. die Überprüfung des SMS durch die Geschäftsführung, statt.

Das SMS wird stetig ausgebaut, ergänzt und weiterentwickelt. Ein besonders großer Nutzen ergibt sich aus der leichten Verfügbarkeit der Informationen durch die Darstellung im Intranet.

Durch die Ausbildung von Qualitätsmanagementbeauftragten und Betreuern für die Intranetseiten der einzelnen Abteilungen, die mit großem Engagement am Ausbau der Seiten arbeiten, konnte der Informationsaustausch im Haus entscheidend verbessert werden. In KVP-Workshops werden Verbesserungspotenziale ermittelt und geeignete Maßnahmen definiert, deren Umsetzung verfolgt wird. Die Erreichung der Unternehmensziele wird zweimal jährlich anhand einer Balanced Scorecard durch die Unternehmensleitung kontrolliert. Ggf. werden geeignete Verbesserungs- und Korrekturmaßnahmen eingeleitet.

Zusammenfassend kann festgestellt werden, dass die im Rahmen des SMS definierten Maßnahmen durchgeführt und ständig weiterentwickelt werden. Sie sind zur Erfüllung unserer Ziele geeignet.

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess (KVP) wird durch PDCA-Audits, d.h. durch die regelmäßige Überprüfung der Zielerreichung und Anpassung der Maßnahmen sichergestellt. Wir erfüllen die Anforderungen, auf die wir uns im Rahmen des SMS festgelegt haben, in vollem Maße und werden diese im Sinne des KVP weiterhin optimieren.

München, im Juni 2008

Ihr



Peter-Mario Kubsch  
Geschäftsführer  
Studiosus Reisen München GmbH

## 8. Gültigkeitserklärung

Auf Grundlage der eingesehenen Dokumente, der Interviews (Mitarbeiterbefragungen), sonstigen Informationen und einer umfassenden Standortbegehung wird hiermit der

Studiosus Reisen München GmbH  
Riesstraße 25  
80992 München

bestätigt, dass die Umweltpolitik, das Umweltprogramm, die Umweltbetriebsprüfung, das Umweltbetriebsprüfungsverfahren sowie das UmweltManagementSystem und die vorliegende aktualisierte Umwelterklärung den Vorgaben der Verordnung (EG) Nr. 761/2001 des EP und des Rates vom 19. März 2001, in der Fassung vom 3. Februar 2006, entsprechen. Die Daten und Informationen der aktualisierte Umwelterklärung sind zuverlässig, alle für den Standort relevanten Aspekte wurden in angemessener Weise berücksichtigt und geben ein zuverlässiges, glaubwürdiges und richtiges Bild aller Tätigkeiten der Organisation wieder. Hinweise auf Abweichungen von einschlägigen Rechtsvorschriften liegen nicht vor.

Ich erkläre die vorliegende aktualisierte Umwelterklärung für gültig.

München/Berlin, den 24. Juli 2008

Dipl.-Wirtschafts-Ing.  
Manfred Peters  
Umweltgutachter  
Zulassungsnummer DE-V-0031  
Reichnerweg 42  
12305 Berlin



zugelassener  
Umweltgutachter  
gemäß  
Verordnung (EWG)  
Nr. 1836/93

Leitender Auditor  
für Qualitäts-, Umwelt- u. Arbeitsschutzmanagementsysteme gemäß  
DIN EN ISO 9001:2000, DIN EN ISO 14001, OHSAS 18001 und SCC/SCP

Ingenieurbüro M. Peters  
Umweltschutz · Qualität · Arbeitssicherheit · Brandschutz  
Reichnerweg 42  
12305 Berlin  
Telefon (0 30) 742 92 09  
Telefax (0 30) 743 36 06

## 9. Ansprechpartner im Umweltschutz



Wenn Sie noch Fragen zu unserer Umwelterklärung haben, wenden Sie sich bitte an:

Studiosus Reisen München  
Umweltmanagementbeauftragter  
Norbert Schüle  
Riesstraße 25  
80992 München

Telefon: 089/500-60-680  
Fax: 089/500-60-100

E-Mail: [umweltmanagement@studiosus.com](mailto:umweltmanagement@studiosus.com)  
Internet: [www.studiosus.com](http://www.studiosus.com)



Studiosus Reisen München  
Umweltreferentin  
Ruth Hopfer-Kubsch  
Riesstraße 25  
80992 München

Telefon: 089/500-60-602  
Fax: 089/500-60-100

E-Mail: [umweltmanagement@studiosus.com](mailto:umweltmanagement@studiosus.com)  
Internet: [www.studiosus.com](http://www.studiosus.com)

Wie setzt Studiosus nachhaltigen Tourismus praktisch um? Hier Ihr direkter Weg dahin:  
[http://www.studiosus.com/unternehmen/qualitaet/nachhaltiges\\_reisen/index.php](http://www.studiosus.com/unternehmen/qualitaet/nachhaltiges_reisen/index.php)  
<http://www.studiosus.com/downloads/umwelterklaerung.pdf>  
<http://www.studiosus-foundation.org/>

Die nächste Umwelterklärung erscheint spätestens im August 2009



### Impressum

Herausgeber: Studiosus Reisen München  
Riesstraße 25  
80992 München  
HR München B 40171  
Geschäftsführer: Peter-Mario Kubsch

Datum: Juni 2008

Layout: Umweltmanagementbeauftragter