Studiosus

Intensiverleben

Nachhaltigkeitsbericht 2025/2026

mit integrierter Umwelterklärung gemäß EMAS III

EMAS
GEPRÜFTES UMWELTMANAGEMENT
DE-155-00093

Stand April 2026

Inhalt

Inhalt I

1 Vorwort 1

Die Unternehmensleitung 1

2 Über diesen Bericht 4

2.1 Wesentliche Themen 4

2.2 Grundlegendes zum Bericht 7

3 Unternehmensprofil 9

3.1 Unternehmensleitbild 9

3.2 Die Unternehmensgruppe 11

3.3 Die Marke Studiosus 14

3.4 Daten und Fakten 16

3.5 Managementsysteme am Standort 21

3.6 Qualität der Reisen 24

3.7 Sicherheit auf Reisen 27

3.8 Innovation 31

4 Stakeholder 34

4.1 Stakeholder bei Studiosus 34

4.2 Mitarbeitende am Unternehmenssitz 37

4.3 Arbeitgeberattraktivität 40

4.4 Reiseleitende 53

4.5 Kundinnen und Kunden 62

4.6 Hotels, Zielgebietsagenturen und Transportunternehmen 67

4.7 Reisebüros 70

5 Soziale Verantwortung 73

5.1 Sozial verantwortliches Reisen 73

5.2 Projektförderung über die Studiosus Foundation e. V. 76

5.3 Engagement für Menschenrechte 78

5.4 Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern 83
5.5 Compliance 86
5.6 Engagement für Klimaschutz 88
5.7 Soziales Engagement am Unternehmenssitz 90
6 Umweltschutz (Umwelterklärung 2026) 91
6.1 Nachhaltigkeitsprinzipien 91
6.2 Nachhaltigkeitsmanagement 93
6.3 Wesentliche Umweltaspekte 95
6.4 Umweltschutz auf Reisen 98
6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz 101
6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele 107
7 Externe Bestätigungen zum Bericht 110
Anhang GRI-Index 1

1 Vorwort

Die Unternehmensleitung

Peter-Mario Kubsch

Geschäftsführer
CEO

Philip Edel

Geschäftsführer
CFO

Guido Wiegand

Marketing, Vertrieb
CMO

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Geschäftspartner und Freunde des Hauses Studiosus,

es freut mich, Ihnen den neuen Studiosus-Nachhaltigkeitsbericht 2025/2026 vorlegen zu können – in Übereinstimmung mit den GRI-Standards (Global Reporting Initiative). Der Report umfasst das Geschäftsjahr 2025, in dem sich Studiosus über ein Umsatzplus und mehr Gäste auf Reisen freuen durfte. Beim Umsatz legte Studiosus im Geschäftsjahr 2025 um neun Prozent auf 279,7 Mio. Euro zu. Das Teilnehmerwachstum betrug im gleichen Zeitraum drei Prozent. Die Gästezahlen stiegen auf insgesamt 75.800. Neben Studiosus und Marco Polo beinhaltet das Ergebnis des Geschäftsjahrs 2025 (1.1. bis 31.12.2025) erstmals auch die Umsatz- und Teilnehmerzahlen von Hauser Exkursionen. Die Anteile des Reiseveranstalters hatte Studiosus vor einem Jahr zu 100 Prozent übernommen.

Zum Erfolg im Jahr 2025 beigetragen hat insbesondere die Nachfrage nach Nordafrika, wo Ägypten und Marokko zweistellig zulegten. Auf der Arabischen Halbinsel waren der Oman und Saudi-Arabien beliebte Reiseziele. In Europa konnten sich 2025 zudem Urlaubsländer wie Frankreich, Kroatien und die Türkei über zweistellige Zuwachsraten freuen. In der Ferne gehörten die Länder Ostasiens abermals zu den Wachstumstreibern. Neben China blieb Japan dabei das Trendziel. Ebenfalls weiter im Aufwind war Indien. Ein gemischtes Bild zeigt sich hingegen in Nordamerika. Während die USA bei Studiosus-Gästen deutlich an Beliebtheit einbüßten und die Nachfrage um ein Drittel einbrach, konnte Kanada steigende Gästezahlen vermelden.

2025 gab es weitreichende Veränderungen in der Leitung von Studiosus. Peter Strub, der seit Jahrzehnten die Touristik in der Unternehmensleitung vertrat, schied Ende des Jahres aus Altersgründen aus dem Unternehmen aus. In einem intensiven, moderierten Prozess entwickelte eine

Arbeitsgruppe aus dem Haus mit externer Beratung eine innovative Nachfolgeregelung. In einem sogenannten Shared-Leadership-Modell übernehmen die Area-Manager aus dem Bereich Touristik zusammen die Abteilungsleitung und sind künftig als Gesamtheit mit einer vollwertigen Stimme in der Unternehmensleitung vertreten.

Was gleichgeblieben ist: unser Engagement für Mensch und Umwelt. Beispielsweise hat Studiosus in den letzten beiden Jahren Dialogforen und Nachhaltigkeitsworkshops in Kambodscha, Laos, Jordanien, Tansania, Albanien und Indien durchgeführt. Ziel dieser Gesprächsrunden ist es, den Tourismus mit den Interessen und Rechten der gastgebenden Bevölkerung zu verbinden. Im Bereich des Klimaschutzes erfasst Studiosus seit langem die Treibhausgase, die beim Flug, durch Transporte im Zielgebiet, Übernachtung und Verpflegung entstehen, und leistet dafür entsprechende Klimaschutzbeiträge. Sie fließen in den Bau von Biogasanlagen für kleinbäuerliche Familien in Indien. Last but not least: Wo immer sinnvoll möglich, bieten wir in Europa alternativ zum Flug die umweltschonendere Bahnanreise an. Aktuell ist das bereits bei mehr als 100 Reisen der Fall.

Unsere Bemühungen um umweltschonendes und sozial verantwortliches Reisen haben wir schon früh systematisiert und strukturiert und uns bereits 1998 als erster Reiseveranstalter Europas dem EU-Öko-Audit-Verfahren unterzogen. Im Rahmen des Audits haben wir eine Umweltpolitik formuliert, einen Maßnahmenkatalog erstellt und ein Umweltmanagementsystem eingerichtet. Im April 2026 erfolgte die neuerliche Revalidierung nach EMAS III (Eco-Management and Audit Scheme) und Rezertifizierung nach DIN EN ISO 14001 für den nächsten Drei-Jahres-Zyklus.

In dieser Publikation berichten wir ausführlich über unsere Ziele und verschiedenen Maßnahmen, die unser Engagement im Bereich Nachhaltigkeit am Standort und bei der Planung und Durchführung unserer Reisen belegen. Dass unsere Bemühungen deutliche Erfolge aufweisen, zeigt u. a. die Auswertung der Kundenfragebögen 2025. So sehen beispielsweise 94 % unserer Gäste ihre Erwartungen an die Umweltverträglichkeit ihrer Reise als erfüllt bzw. übererfüllt an. Unser Anspruch, Reisen anzubieten, die sozial verantwortlich konzipiert sind, wurde von den Befragten sogar mit über 98 % bestätigt.

Diese Zahlen zeigen, dass wir auf dem richtigen Weg sind: Unsere Kundinnen und Kunden nehmen unser Engagement zu Themen der Nachhaltigkeit wahr und schätzen die hohen Anforderungen, die wir an uns und unsere Leistungspartner stellen. Und auch wir sehen, dass wir, beispielsweise durch Selbstverpflichtungserklärungen und Rahmenvereinbarungen mit unseren Leistungspartnern, ein kontinuierliches Monitoring und eine sofortige Reaktion auf Hinweise unserer Kundinnen und Kunden oder Reiseleiterinnen und Reiseleiter, viel bewirken können.

Unser Engagement für nachhaltiges Reisen zur Unterstützung der Sustainable Development Goals der Vereinten Nationen ist unserer Meinung nach nicht nur notwendig, um den Umweltschutz und die Verbesserung der Lebensverhältnisse in den Gastgeberländern zu fördern, sondern stellt auch

eine Chance dar, neue Gäste zu gewinnen und bestehende Kundinnen und Kunden dauerhaft an unser Unternehmen zu binden.

Ihr

Peter-Mario Kubsch

Geschäftsführer
Studiosus Reisen München GmbH

München, den 2. März 2026

Inhaltsübersicht

2 Über diesen Bericht

2.1 Wesentliche Themen

Im Zuge der neuen europäischen Nachhaltigkeitsgesetzgebung durch die Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD) wurden mit den European Sustainability Reporting Standards (ESRS) erstmals europaweit einheitliche Berichtsstandards eingeführt. Der Gesetzgebungsprozess war in den vergangenen Jahren von mehreren Anpassungen geprägt. Bis zuletzt war unklar, ob die CSRD in der ursprünglich geplanten Form umgesetzt wird und welche Unternehmen künftig berichtspflichtig sind.

Eine für die Jahre 2020/2021 geplante Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse musste pandemiebedingt verschoben werden. Vor diesem Hintergrund hat Studiosus im Winter 2024/2025 eine umfassende Aktualisierung der Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Obwohl Studiosus nach den finalen Anpassungen der CSRD nicht mehr in den unmittelbaren Anwendungsbereich der Richtlinie fällt – was zu Beginn des Prozesses noch nicht absehbar war – wurde der Prozess bewusst vollständig nach den Anforderungen der doppelten Wesentlichkeit gemäß ESRS abgeschlossen.

Neu war hierbei insbesondere der Ansatz der doppelten Wesentlichkeit, bei dem Nachhaltigkeitsthemen sowohl aus einer Inside-Out-Perspektive (Wesentlichkeit der Auswirkungen der Geschäftstätigkeit auf Umwelt und Gesellschaft) als auch aus einer Outside-In-Perspektive (finanzielle Wesentlichkeit, d. h. Risiken und Chancen für das Unternehmen) bewertet werden. Die ESRS geben hierfür thematische Standards für die Bereiche Environmental, Social und Governance (ESG) vor.

Ungeachtet der regulatorischen Entwicklung hat sich Studiosus entschieden, weiterhin am GRI-Standard festzuhalten. Die Ergebnisse der ESRS-konformen doppelten Wesentlichkeitsanalyse wurden daher systematisch in die bestehende GRI-Berichtsstruktur überführt und bilden die Grundlage der künftigen Nachhaltigkeitsberichterstattung.

Prozedere der Wesentlichkeitsanalyse 2024/25

Zur Identifikation der wesentlichen Themen wurden von Beginn an sowohl interne als auch externe Stakeholder in den Prozess eingebunden. Ziel war es, jene ESG-Themen zu ermitteln, die für die Wertschöpfungskette von Studiosus aus Sicht der Stakeholder die höchste Relevanz besitzen.

Als Grundlage für die Stakeholderbefragung dienten die Unterthemen der ESRS, die – wo sinnvoll – thematisch aggregiert wurden, um die Komplexität des Fragebogens zu reduzieren. Die Teilnehmenden wurden gebeten, fünf aus insgesamt 20 Themenfeldern als besonders relevant auszuwählen.

An der Befragung nahmen insgesamt 260 Personen teil, davon 131 externe und 129 interne Stakeholder. Zu den externen Stakeholdern zählten unter anderem Destination Management Companies (DMCs), Hotels, Transportunternehmen, Nichtregierungsorganisationen, Vertreterinnen und Vertreter aus Wissenschaft sowie Verbände. Intern wurden Gesellschafter, Unternehmensleitung,

Führungskräfte, Mitarbeitende der Corporate-Responsibility-Abteilung, Reiseproduzentinnen und -produzenten, Ländermentorinnen und -mentoren, der Stammkundenbeirat, der Counterbeirat sowie der Betriebsrat einbezogen.

Die Ergebnisse der Stakeholderbefragung führten zu einer Priorisierung der Top-6-Themen. Diese Ergebnisse wurden im weiteren Verlauf des Prozesses mit den Resultaten der doppelten Wesentlichkeitsanalyse zusammengeführt.

Durchführung der doppelten Wesentlichkeitsanalyse (ESRS)

Zum Start der doppelten Wesentlichkeitsanalyse wurden gemeinsam mit der Unternehmensleitung, dem Leiter der Corporate-Responsibility-Abteilung sowie einem CR-Referenten die Auswirkungen, Risiken und Chancen (IROs) für alle 38 ESRS-Unterthemen systematisch identifiziert.

In einem weiteren Schritt wurden die identifizierten IROs anhand festgelegter Bewertungsskalen beurteilt:

Finanzielle Wesentlichkeit (Outside-In-Perspektive)

- Ausmaß: 1 = minimal bis 7 = kritisch
- Eintrittswahrscheinlichkeit (kurz-, mittel-, langfristig):
  1 = 0–15 % (sehr unwahrscheinlich) bis 7 = 90–100 % (sehr wahrscheinlich)

Wesentlichkeit der Auswirkungen (Inside-Out-Perspektive)

- Ausmaß: 1 = sehr gering bis 7 = sehr hoch
- Umfang: 1 = lokal bis 7 = global
- Behebbarkeit: 1 = sehr leicht bis 7 = unmöglich
- Eintrittswahrscheinlichkeit: 1 = 0–15 % bis 7 = 90–100 %

Auf Basis dieser Bewertungen wurde für jedes Unterthema jeweils ein Score für die Inside-Out- und Outside-In-Perspektive ermittelt. Um eine konsistente und konservative Darstellung sicherzustellen, wurde bei Unterthemen mit mehreren identifizierten Auswirkungen sowie Risiken oder Chancen jeweils der höchste Einzelwert herangezogen.

Ein Unterthema gilt als wesentlich, sobald in einer der beiden Perspektiven der definierte Schwellenwert von 4,5 überschritten wird. Der Schwellenwert wurde für beide Perspektiven einheitlich festgelegt.

Plausibilitätsprüfung und Validierung

Die Ergebnisse der doppelten Wesentlichkeitsanalyse sowie die daraus abgeleitete Materialitätsmatrix wurden im Anschluss gemeinsam mit der Unternehmensleitung einer Plausibilitätsprüfung unterzogen. Ziel dieser Validierung war es, sicherzustellen, dass die als wesentlich identifizierten Themen sowohl die tatsächlichen Auswirkungen der Geschäftstätigkeit als auch die strategischen Risiken und Chancen von Studiosus realistisch und nachvollziehbar abbilden.

Dabei wurden insbesondere die wesentlichen ESRS-Unterthemen, die festgelegten Schwellenwerte sowie die resultierende Priorisierung der Themen kritisch reflektiert und bestätigt. Die Plausibilitätsprüfung führte zu keiner grundlegenden Anpassung der Bewertungsergebnisse.

Übertragung in das GRI-Framework

Aufgrund der beschriebenen regulatorischen Rahmenbedingungen wurde das Ergebnis der doppelten Wesentlichkeitsanalyse im nächsten Schritt in das GRI-Framework überführt. Konkret bedeutet dies, dass die priorisierten Themen aus der Stakeholderbefragung sowie die wesentlichen Unterthemen aus der IRO-Bewertung zusammengeführt und den entsprechenden GRI-Themenstandards zugeordnet wurden. Der GRI-ESRS-Interoperabilitätsindex wurde genutzt, um die identifizierten Themen strukturiert und nachvollziehbar den entsprechenden GRI-Themenstandards zuzuordnen.

Durch die aktualisierte Wesentlichkeitsanalyse ergeben sich die folgenden wesentlichen Themenstandards für die Berichterstattung:

Ergebnis Befragungen	Zugehöriger GRI Themenstandard
Umweltbewusstsein auf Reisen	**GRI 305** Emissionen 2016
Klimaschutz und THG-Reduktion	
Anpassung an den Klimawandel	
Plastik und Abfallmanagement	**GRI 306** Abfall 2020
Schutz von Natur und Ökosystemen	**GRI 101** Biodiversität 2024
Faire Arbeitsbedingungen	**GRI 403** Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018
	GRI 404 Aus- und Weiterbildung 2016
	GRI 405 Diversität und Chancengleichheit 2016
	GRI 406 Nichtdiskriminierung 2016
	GRI 408 Kinderarbeit 2016
	GRI 409 Zwangs- oder Pflichtarbeit 2016
Energie	**GRI 302** Energie
Wirtschaftliche, soziale und kulturelle Rechte von lokalen Gemeinschaften	**GRI 411** Rechte der indigenen Völker 2016
Informations-bezogene Auswirkungen für Verbraucher und/oder Endnutzer	**GRI 417** Marketing und Kennzeichnung 2016
Persönliche Sicherheit von Verbrauchern und/oder Endnutzern	**GRI 416** Kundengesundheit und -sicherheit 2016
Unternehmenskultur	**GRI 201** Wirtschaftliche Leistung 2016

Inhaltsübersicht

2.2 Grundlegendes zum Bericht

Mit diesem Bericht will Studiosus den hohen Stellenwert hervorheben, den das Thema Nachhaltigkeit im Unternehmen besitzt. Zugleich sollen interessierte Stakeholder wie Geschäftspartner, die Fachöffentlichkeit sowie Kundinnen und Kunden über die ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen informiert werden.

Anforderungen

Wir freuen uns, erneut den umfassenden Studiosus-Nachhaltigkeitsbericht mit integrierter Umwelterklärung anbieten zu können. Die im Bericht integrierte Umwelterklärung wird extern durch den TÜV Rheinland geprüft. Der Report dient zugleich als Basis für die Berichterstattung an den UN Global Compact.

Alle relevanten Kriterien und Empfehlungen der DIN EN ISO 26000 (Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen), die für Dienstleistungsunternehmen von Bedeutung sind, werden von Studiosus umgesetzt und sind im Nachhaltigkeitsbericht erläutert. Überprüft und umgesetzt wurden auch touristische Kriterien, sofern sie von Studiosus als sinnvoll erachtet wurden.

Vorgehensweise

Alle Aussagen des Berichts beziehen sich auf die Geschäftstätigkeit der Studiosus Reisen München GmbH mit 228 Mitarbeitenden (Stand: 31.12.2025), es sei denn, es wird explizit auf die gesamte Unternehmensgruppe hingewiesen. Die Inhalte des Berichts wurden an der Materialitätsmatrix ausgerichtet und erfüllen die EMAS-Anforderungen (Eco-Management and Audit Scheme) an eine Umwelterklärung. Der Bericht erscheint als PDF online, zu finden unter:

https://www.studiosus.com/nachhaltig-reisen/nachhaltigkeitsbericht

Der Berichtszeitraum umfasst vor allem das vorausgegangene Geschäftsjahr 2025, wenn auch teilweise Informationen und Daten aus dem begonnenen Jahr 2026 ergänzt wurden. Der Schwerpunkt des Berichts liegt auf den identifizierten wesentlichen Aspekten.

Die Texte wurden für das Berichtsjahr 2025/2026 aktualisiert. Es gibt keine wesentlichen Veränderungen in den Grenzen der Aspekte. Die Zahlen und Daten sind mit Sorgfalt und nach bestem Wissen und Gewissen zusammengestellt. Es kommt vor, dass sich Berechnungsgrundlagen oder Rahmenbedingungen ändern. Darüber hinaus können Fehler entdeckt werden, die natürlich zu bereinigen sind. Daher müssen gelegentlich Zahlen der Vorperiode korrigiert werden. Somit sind nicht immer alle Daten mit dem Bericht der Vorperiode identisch. Auf Änderungen wird in den Fußnoten hingewiesen.

Um seine Leistung zu messen, bedient sich Studiosus diverser aussagekräftiger Kennzahlen. Die Ermittlung und Berechnung der Kennzahlen erfolgen nach gängigen Standards. Die Kennzahlen zur Finanz-, Vermögens- und Ertragslage wurden nach dem deutschen Handelsrecht erhoben. Kennzahlen auf Basis von Befragungen diverser Stakeholder stellen für Studiosus eine effektive Möglichkeit dar, Leistungen zu messen, die sonst nicht messbar wären (**Kapitel 4.1**). Hohe

Rücklaufquoten garantieren aussagekräftige und repräsentative Ergebnisse. Alle Verbrauchskennzahlen basieren auf exakten Abrechnungen. Auch interne Datenbanken werden als Quelle zur Berechnung diverser Kennzahlen verwendet.

Ihr Kontakt für Fragen zum Bericht sowie zu den Themenfeldern der Corporate Responsibility:

Tony Reyhanloo	Ruth Hopfer-Kubsch	Janne Mertineit	Severin Eder
Head of Corporate Responsibility	Referenten Corporate Responsibility		
Telefon +49 (0)89 500 60-680	Telefon +49 (0)89 500 60-612	Telefon +49 (0)89 500 60-616	Telefon +49 (0)89 500 60-609

Sie erreichen unser Team unter:

E-Mail: **Corporate_Responsibility@studiosus.com**

Studiosus Reisen München GmbH
Riesstr. 25, 80992 München

Inhaltsübersicht

3 Unternehmensprofil

3.1 Unternehmensleitbild

Im Unternehmensleitbild von Studiosus sind die Richtlinien für das Handeln nach außen und innen festgeschrieben. Sie sind die Grundwerte des Unternehmens.

Die Unternehmensvision

"Studiosus will als unabhängiges Wirtschaftsunternehmen zum Kennen- und Verstehenlernen anderer Länder, Menschen und Kulturen beitragen, Toleranz und Akzeptanz fördern und damit Horizonte erweitern.

"Wir sehen unsere Aufgabe darin, im Sinne der Völkerverständigung Brücken zu schlagen über innere und äußere Grenzen hinweg. Das können wir nur zusammen mit unseren Kundinnen und Kunden, die wir als Partner betrachten. Ihnen möchten wir die kulturelle Vielfalt in ihrer ständigen Veränderung und die natürliche Schönheit unserer Erde als für alle Menschen und deren Nachkommen erhaltenswerte Güter verständlich machen. Mit unseren Reisen wollen wir Vorbehalte, Vorurteile und Ablehnung gegenüber allem Fremden abbauen, das Miteinander der Menschen fördern und damit als Botschafter von Toleranz und Offenheit einen Beitrag zum Abbau von Fremdenfeindlichkeit und Diskriminierung auch im eigenen Land leisten. Wir wollen durch Innovation und Qualität wachsen und unsere Stellung als Marktführer ausbauen sowie in den Bereichen Sicherheit und nachhaltiges Wirtschaften Maßstäbe setzen. Alle Studiosus-Angebote müssen den hohen Erwartungen unserer Kundinnen und Kunden gerecht werden. Wir wollen die Achtung der Menschenrechte in den von uns bereisten Ländern fördern. Durch unsere Reisen schaffen wir Austausch, Begegnungen, Information und Öffentlichkeit. Wir glauben daher, dass verantwortungsvoller und nachhaltiger Tourismus langfristig zu einer positiven Veränderung der Menschenrechtssituation beiträgt."

Auszeichnungen

Für seine nachhaltigen Zukunftsstrategien wurde Studiosus im Jahr 2010 mit dem Deutschen Nachhaltigkeitspreis ausgezeichnet. Die Jury würdigte damit die "konsequente Ausrichtung von Studiosus auf soziale und ökologische Belange". Das Unternehmen stelle sich in besonderer Weise aktuellen und zukünftigen Herausforderungen nachhaltiger Entwicklung.

CSR-PREIS DER BUNDESREGIERUNG
AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN 2013

Drei Jahre später, 2013, folgte die Prämierung mit dem CSR-Preis der Bundesregierung und dem European CSR Award. Die Begründung der Jury: "Das Touristik-Unternehmen erhält die Auszeichnung dafür, dass es in einem schwierigen Feld Pionierarbeit leistet und in seiner Strategie feste Ziele zur Umsetzung der unternehmerischen Verantwortung setzt."

2016 erhielt Studiosus-Geschäftsführer Peter-Mario Kubsch den B.A.U.M.-Umweltpreis für sein Engagement in Umweltschutz und nachhaltiger Entwicklung. Das Unternehmen überzeugte in der Kategorie "Kleine und mittelständische Unternehmen". Die Jury lobte die "konsequent sozial verantwortliche und umweltschonende Reisegestaltung" und die "Kommunikation mit den Reisenden, um über Umweltschutz und Nachhaltigkeit weltweit aufzuklären". Der Bundesdeutsche Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management e. V. (B.A.U.M.) zeichnet jedes Jahr Unternehmen aus, die sich in besonderer Weise für nachhaltiges Wirtschaften einsetzen.

Für sein Klimaschutzengagement wurde Studiosus Anfang Dezember 2022 mit der EcoTrophea 2022, dem Nachhaltigkeitspreis des Deutschen Reiseverbands (DRV), ausgezeichnet. Mit dem renommierten Preis, der seit 1987 verliehen wird, würdigt der DRV vorbildliche Initiativen, die einen wirkungsvollen Beitrag zum nachhaltigen Tourismus leisten.

Überzeugt hatte die Jury, dass Studiosus die, den CO_2e -Emissionen entsprechenden, Klimaschutzbeiträge in den Reisepreis einschließt und in Klimaschutzprojekte im globalen Süden investiert. Beispielgebend fanden die Fachleute auch, dass Studiosus-Gäste vorab transparente Informationen über die Emissionen ihrer Reisen erhalten und somit deren Klimawirkung in ihre Buchungsentscheidung einbeziehen können.

Links:

https://www.drv.de/themen/nachhaltigkeit/ecotrophea.html

https://www.studiosus.com/nachhaltig-reisen/auszeichnungen

Inhaltsübersicht

3.2 Die Unternehmensgruppe

Mittelständisches Unternehmen mit Tradition

Die Studiosus Reisen München GmbH ist ein mittelständisches Unternehmen in Familienbesitz. Gegründet 1954 durch Werner Kubsch, hat es sich im Lauf seines Bestehens durch die Qualität des Angebots, seine starke Kundenorientierung und seine innovativen Reiseideen zu Deutschlands größtem Studienreise-Veranstalter entwickelt. Mehr zur **Geschichte des Unternehmens** finden Sie auf der Studiosus-Website.

Die Tochterunternehmen

Studiosus bietet vor allem Studienreisen an. Mit seinen Tochterunternehmen verwirklicht das Unternehmen aber auch verwandte Reiseideen. Zum Beispiel "maßgeschneiderte" Gruppenreisen, die die individuellen Vorstellungen der Kunden verwirklichen, oder Entdeckerreisen, die den Aspekt "preiswert erleben und entdecken" in den Vordergrund stellen. Mehr zur Marke Studiosus erfahren Sie im Kapitel **3.3 "Die Marke Studiosus"**.

Der Standort der Tochterunternehmen entspricht, mit Ausnahme von Hauser Exkursionen mit Sitz in München-Pasing, dem Hauptsitz der Studiosus Reisen München GmbH in München.

MARCO POLO REISEN	MARCO POLO REISEN	MARCO POLO YOUNG LINE TRAVEL
Entdeckerreisen im Team	Individuell reisen ohne Gruppe	YOUNG LINE TRAVEL
auch in der Mini-Gruppe	Perfekt organisierte Entdeckertouren ohne Gruppe	Entdeckerreisen für Traveller zwischen 20 und 35 Jahren Entdeckerreisen für Traveller ab 35 Jahren

Marco Polo präsentiert sein Angebot in drei Katalogen, die jeweils eine andere Zielgruppe ansprechen. Die Produkte von Marco Polo sind preisgünstige Rundreisen. Sie sind für Reisende gedacht, die an den wichtigsten Highlights einer Destination sowie an Land und Leuten interessiert sind – ohne aber inhaltlich das Niveau einer Studiosus-Reise zu erwarten. Marco Polo liegt preislich deutlich unter Studiosus und befindet sich bei Gruppenreisen im Wettbewerb mit anderen Rundreiseanbietern und Zielgebietsspezialisten. Trotz der vergleichsweise niedrigen Preise bieten die Reisen ein echtes Kennenlernen von Land und Leuten.

Ein landeskundiger Marco Polo Scout, der in der Regel vor Ort lebt, kennt das Reiseland aus erster Hand und garantiert ein authentisches Reiseerlebnis. Landestypische Hotels sorgen dafür, dass das

Flair und die Kultur eines Landes erlebbar werden. Marco Polo Live, das Entdecker-Highlight auf jeder Reise, bietet ein einzigartiges Erlebnis: Hier sind die Gäste aktiv dabei und dürfen manchmal auch selbst mit anpacken – sei es bei der Reisernte in Thailand oder beim Bau einer Jurte in Kirgisistan.

Studiosus Gruppenreisen

Als Tochterunternehmen der Studiosus Reisen München GmbH bietet die Studiosus Gruppenreisen GmbH seit über 45 Jahren Reisen für geschlossene Gruppen aller Art an. Ein weit gespanntes Netz an zuverlässigen Partnern, renommierten Fluggesellschaften und sorgfältig ausgewählten Hotels und Reiseleitenden garantiert eine professionelle Vorbereitung und eine sichere Durchführung. Die „**Gruppenreise nach Maß**“ wird zusammen mit den Kundinnen und Kunden und ganz nach ihren Wünschen gestaltet. Jeder hat seine eigenen Vorstellungen von einem gelungenen Urlaub, jeder möchte eigene Schwerpunkte setzen. Je nach Konzept und Preisniveau werden die Reisen unter der Marke Studiosus Gruppenreisen oder Marco Polo Reisen ausgearbeitet. In einem eigenen **Online-Katalog für Sondergruppen** bietet Studiosus Gruppenreisen ausgewählte Reiseziele für exklusive Gruppen an. Das Programm kann, genauso wie es ist, gebucht oder auch um weitere Highlights ergänzt werden.

Zubucherreisen sind seit vielen Jahren ein fester Bestandteil der Studiosus Gruppenreisen. Ganzjährig werden immer wieder neue Reisen zu attraktiven Destinationen mit einer Vielzahl an Terminen produziert. So wird auf aktuelle Trends und Entwicklungen reagiert und die Reisen können zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis angeboten werden.

Partner und Auftraggeber sind: Spiegel, Gruner & Jahr, Deutscher Ärzteverlag, Hörfunksender, Unternehmen, Vereine und Verbände aus vielfältigen Branchen, Rotary- und Lions-Clubs, Volkshochschulen, Privatkunden und Reisebüros aus Deutschland, der Schweiz, Österreich und Luxemburg.

Seit Oktober 2024 gehört Hauser Exkursionen zur Unternehmensgruppe und wird künftig als eigenständiger Betrieb innerhalb der Unternehmensgruppe Studiosus fortgeführt.

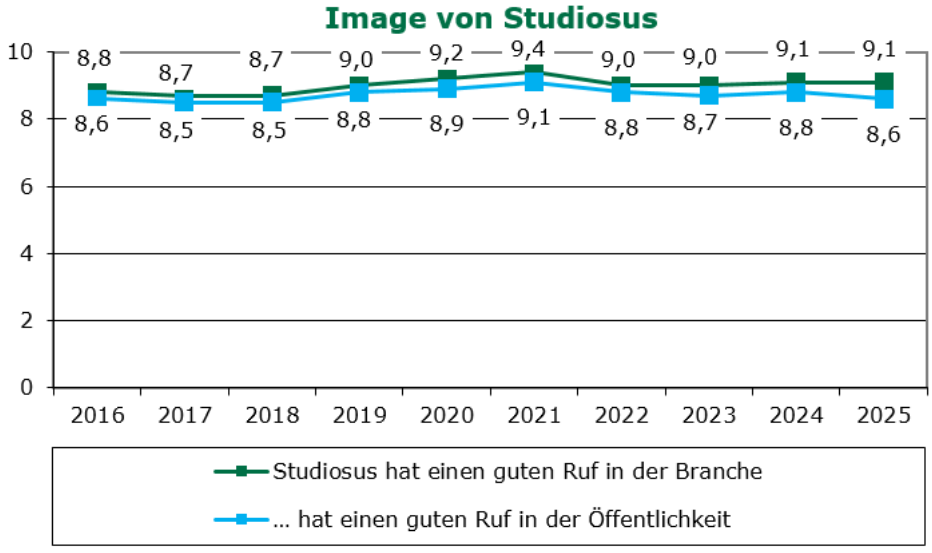
Hauser Exkursionen ist einer der führenden deutschen Veranstalter für Wander- und Trekkingreisen. Mit dem Reiseveranstalter mit Sitz in München Pasing erkunden Weltentdecker seit 1973 Landschaften und Kulturen rund um den Erdball. Bei jeder der mehr als 350 Touren in rund 80 Ländern steht der respektvolle Umgang mit Mensch und Natur im Vordergrund. So lebt Hauser Exkursionen die Philosophie des Slow Trekking wie kaum ein anderer Anbieter und gilt in Sachen ökologischer sowie sozialer Verantwortlichkeit seiner Reisen als Pionier der Branche. Langjährige Partnerschaften vor Ort, familiengeführte Unterkünfte mit regionaler, gesunder Küche sowie die Ausbildung lokaler Guides zu Hauser-Reiseleiterinnen und -Reiseleitern bilden den Grundstein für ein Reiseerlebnis, das sich vom industriell geprägten Tourismus abhebt.

Inhaltsübersicht

3.3 Die Marke Studiosus

Jedes Jahr führt die Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (FUR) die sogenannte Reiseanalyse durch. Dies ist eine Untersuchung zur Erfassung und Beschreibung des Urlaubs- und Reiseverhaltens sowie der Urlaubsmotive und -interessen der deutschsprachigen Bevölkerung. Laut Reiseanalyse lag der gestützte Bekanntheitsgrad von Studiosus zuletzt bei 24,7 %. Das bedeutet, dass knapp 30 % der Befragten den Namen "Studiosus" kannten, als man ihnen diesen nannte.

Die Mitarbeitenden bewerten die Fragen zum Image von Studiosus in der Öffentlichkeit und Branche auf einer Werteskala von 1–10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu) in der jährlichen Mitarbeitendenbefragung wie die folgende Grafik zeigt:



Durchschnittl. Rücklaufquote der Mitarbeitendenbefragung 2016-2025: 69 %

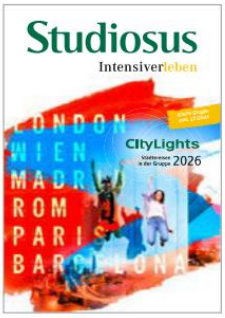
Die Studiosus-Reise

Den Angeboten von Studiosus liegt ein gemeinsames Konzept zugrunde. Dieses hält Studiosus für die beste Möglichkeit, die Unternehmensvision der Völkerverständigung umzusetzen. Die Studiosus-Reise ist eine intelligente Form des Urlaubs: Sie ermöglicht eine intensive Begegnung mit dem Gastland, indem sie die gegenwärtige Lebenssituation und Kultur aufzeigt, Bezug zur Vergangenheit herstellt und dies zu einem Erlebnis für alle Sinne werden lässt. Gleichzeitig bleibt genügend Zeit, um sich zu entspannen und zu erholen. Vororganisierte Extratouren geben den Gästen die Freiheit, zwischen dem Gruppenprogramm und alternativen Unternehmungen zu wählen. Die Planung und Durchführung der Reisen erfolgen so, dass die Menschenrechte im Zusammenhang mit der soziokulturellen Situation im Gastland respektiert und die Umweltbelastungen möglichst gering gehalten werden.

Das Erlebnis Studiosus-Reise gibt es in vielen Varianten für unterschiedliche Zielgruppen und Kundenwünsche: von Studiosus Preiswert und Studiosus Klassik über Studiosus Wandern und

Studiosus Expedition bis hin zu Studiosus Naturerlebnis, Studiosus Kreuzfahrt und Studiosus Mit Muße.

Außer Studienreisen bietet Studiosus auch andere attraktive Angebote mit den wesentlichen Inhalten moderner Studienreisen an.



Studiosus CityLights – Städtereisen

Für Gäste, die eine Stadt in der Gruppe perfekt organisiert mit einer erstklassigen Studiosus-Reiseleiterin oder einem erstklassigen Studiosus-Reiseleiter und durchdachtem Besichtigungsprogramm kennenlernen möchten. Kleine Gruppe mit maximal 15 Gästen.

Studiosus me & more – Singlereisen

Urlaub für Singles und Alleinreisende, die in einer Gruppe weltoffener Mitreisender ihren Urlaub genießen wollen. Mit erstklassigen Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleitern.

Studiosus smart & small – Auszeit mit Kultur

Für alle, denen Badeurlaub zu langweilig und eine Studienreise nicht entspannt genug ist: Studiosus smart & small – kleine Gruppe mit maximal 15 Gästen, charmante Hotels, Programm mit viel Freizeit. Mit erstklassigen Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleitern.

Studiosus family

Familienurlaub mit Kultur- und Erlebnisprogramm: spannende Besichtigungen für Jung und Alt mit erstklassigen Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleitern.

Studiosus Incoming

Neben Reisen für Gäste aus dem deutschsprachigen Raum bietet Studiosus seit jeher auch Reisen im Incoming-Bereich an – zunächst vor allem für Studenten aus Nordamerika, heute für Interessentinnen und Interessenten aus dem gesamten asiatischen Raum. Von der maßgeschneiderten Reise für eine kleine Gruppe bis hin zu MICE-Reisen (Meetings, Incentives, Conferences and Events) für über 1000 Teilnehmende – Studiosus Incoming organisiert Reisen aller Größenordnungen.

kultimer – Eventreisen

Der kultimer bietet Eventreisen zu Ausstellungen, Festivals oder musikalischen Highlights sowie kulinarische oder botanische Themenreisen und Reisen zu speziellen Naturphänomenen. Der durch sein Schmalformat auffällige Katalog erscheint sechsmal im Jahr und wird Studiosus-Kundinnen und -Kunden automatisch zugeschickt. Das kultimer-Konzept ergänzt den Besuch des Events mit einem interessanten Rahmenprogramm. Erstklassige Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleiter führen die Gäste beispielsweise in Museen, die zum Event passen, begleiten Sie beim Stadtbummel durch spannende Viertel und zeigen ihnen die wichtigsten Sehenswürdigkeiten des jeweiligen Reiseziels.

Inhaltsübersicht

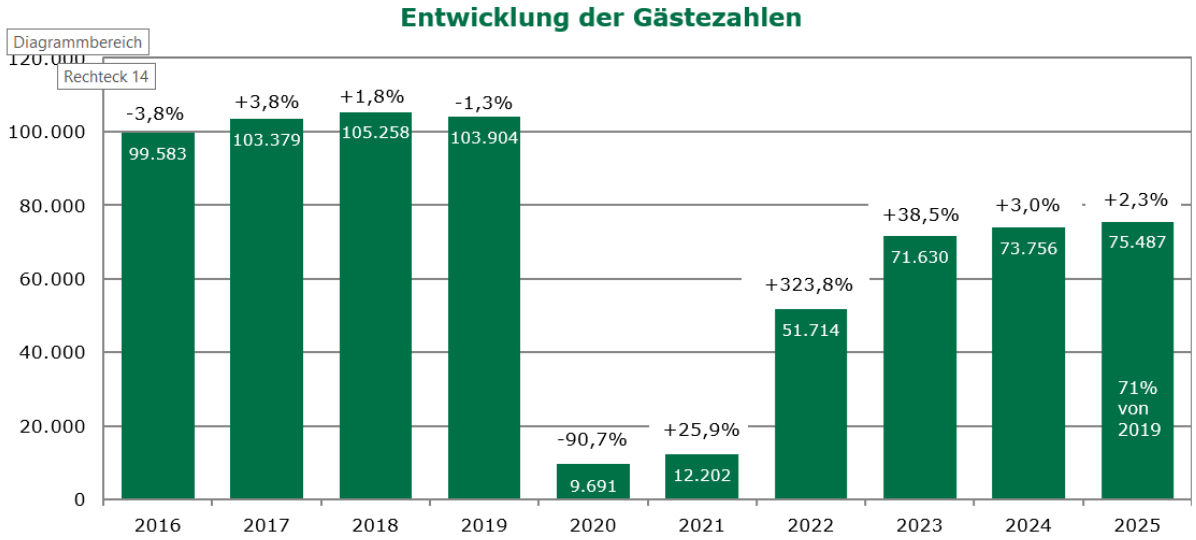
3.4 Daten und Fakten

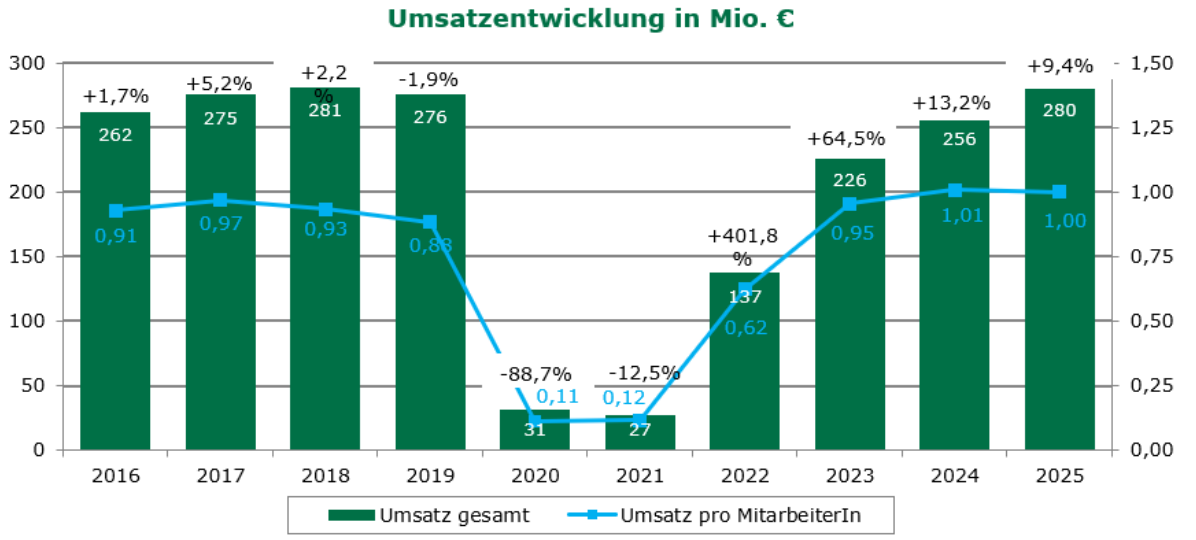
Gründung:	1954
Unternehmenszweck:	Veranstaltung von intelligenten Urlaubsreisen weltweit: die kultivierte Art zu reisen.
Geschäftsführer:	Peter-Mario Kubsch (GF & CEO), Philip Edel (GF & CFO)
Prokuristen	Isabeau-Jutta Kubsch, Guido Wiegand (CMO) Die Mitglieder der Unternehmensleitung sind direkt oder indirekt am wirtschaftlichen Erfolg des Unternehmens beteiligt und somit nicht unabhängig.
Amtszeit des Kontrollorgans (GF):	Familienbetrieb (Nachfolgeregelung) Unbefristet
Andere bedeutende Positionen oder Verpflichtungen:	Unternehmensleitung
Kompetenzen bzgl. wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Auswirkungen	Peter-Mario Kubsch
Vertretung von Stakeholdern:	Mitarbeitendenvertretung (Betriebsrat), Wirtschaftsausschuss, Reiseleitendenbeirat, Stammkundenbeirat, Counterbeirat (Reisebüros), Touristischer Nachhaltigkeitsausschuss, Innerbetrieblicher Umweltausschuss, Gesellschafterversammlung
Externe Prüfer:	URBIS TREUHAND GMBH Wirtschaftsprüfungsgesellschaft und Steuerberatungsgesellschaft Umweltgutachter TÜV Rheinland Die Prüfungsinstitutionen sind weder direkt noch indirekt am Unternehmen beteiligt und stellen keine Mitglieder der Unternehmensleitung.
Gesellschafter:	Peter-Mario Kubsch, Melanie Kubsch, Florian Kubsch, Sebastian Kubsch, Tatjana Kubsch, Studiosus Reisen München GmbH (eigene Anteile)

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter am Unternehmenssitz:	301 in der Unternehmensgruppe (ohne Hauser Exkursionen), davon 24 Auszubildende (Mitarbeitendenzahl nach Personen)
Reiseleiterinnen und Reiseleiter:	Im Jahr 2025 waren 507 Reiseleitende im Einsatz. Davon waren 73 Reiseleitende fest angestellt (14 %).
Tochterunternehmen:	Studiosus Gruppenreisen GmbH, Marco Polo Reisen GmbH, Hauser Exkursionen international GmbH
Vertrieb:	Rund 5500 aktive Studiosus-Agenturen in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der Vertrieb erfolgt zu knapp 70 % über Reisebüros.
Reisen:	568.825 Übernachtungen oder gebuchte Nächte
Geschäftspartner vor Ort:	2100 Partnerhotels
Stammkapital:	1.000.000 €
Mitgliedschaften des Unternehmens:	ARGE Arbeitsgemeinschaft Lateinamerika e. V. Anerkannte Spezialisten für Afrika-Reisen (ASA) DRV Deutscher Reiseverband e. V. DRV – Ausschuss für Nachhaltigkeit DRV – Arbeitsgruppe zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung DRV – Ausschuss für Recht DRV – Ausschuss Auslandstourismus DRV – Krisen- und Sicherheitsmanagement DRV - Datenschutz European Tourism Association (ETOA) Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen e. V. (F.U.R.) International Air Transport Association (IATA) Kinderschutz-Initiative "The Code" KlimaLink Verein zur Entwicklung eines Standards zur Berechnung von CO_2e-Emissionen aus den einzelnen Bestandteilen der touristischen Wertschöpfungskette

	Österreichischer Reisebüroverband
	Roundtable Human Rights in Tourism e. V.
	Schweizer Reise-Verband (SRV)
	Studienkreis für Tourismus und Entwicklung e. V.
	Studiosus Foundation e. V.
	UN Global Compact
	Umweltpakt Bayern
Zertifikate:	DIN EN ISO 9001:2015
	DIN EN ISO 14001:2015
	EMAS III (Eco-Management and Audit Scheme)
Veränderungen:	Im Berichtszeitraum 2025 schied Peter Strub aus der Unternehmensleitung aus.
Impressum:	Studiosus Reisen München GmbH
	Postfach 50 06 09, D-80976 München
	Telefon + 49 (0)89/500 60-0, Telefax +49 (0)89/500 60-100
	www.studiosus.com
	tours@studiosus.com

Umsatz- und Gästeentwicklung der Unternehmensgruppe

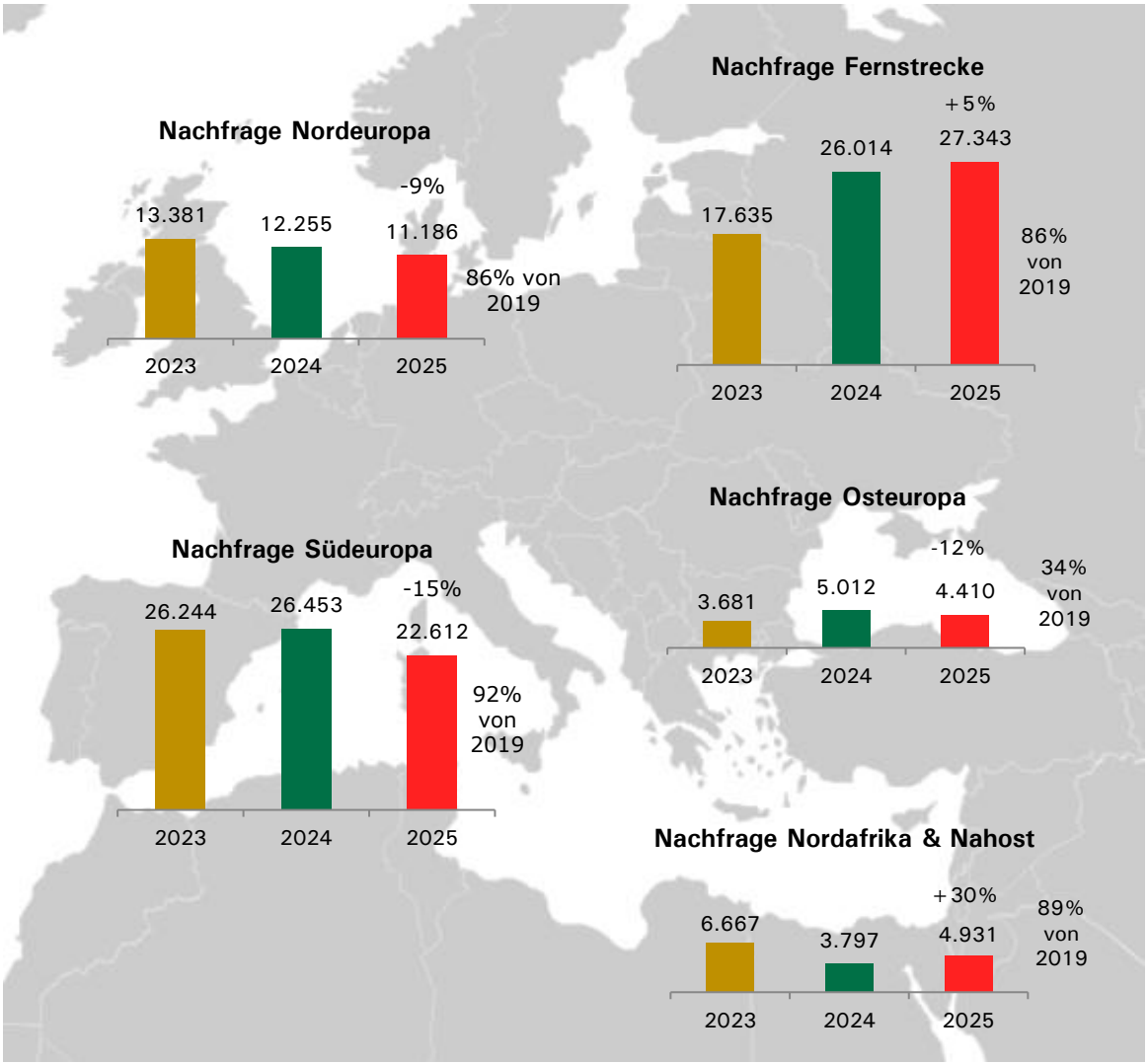




Ab 2025 ist Hauser Expeditionen in die Gäste- und Umsatzzahlen inkludiert.

Infolge der Pandemie durch das Coronavirus (SARS-CoV-2) kam es in den Jahren 2020 bis 2022 zu signifikanten Beeinträchtigungen des nationalen und internationalen Tourismus. Die Studiosus-Unternehmensgruppe als Anbieter von Studienreisen in nahezu alle Regionen der Erde war davon in aller Härte betroffen.

Entwicklung der Studiosus Gästezahlen nach ausgewählten Zielgebieten



Zum Erfolg im Jahr 2025 beigetragen hat insbesondere die Nachfrage nach Nordafrika, wo Ägypten und Marokko zweistellig zulegten. Auf der Arabischen Halbinsel waren der Oman und Saudi-Arabien beliebte Reiseziele. In Europa konnten sich 2025 zudem Urlaubsländer wie Frankreich, Kroatien und die Türkei über zweistellige Zuwachsraten freuen, während Portugal, Spanien, Italien und Griechenland weniger gefragt waren.

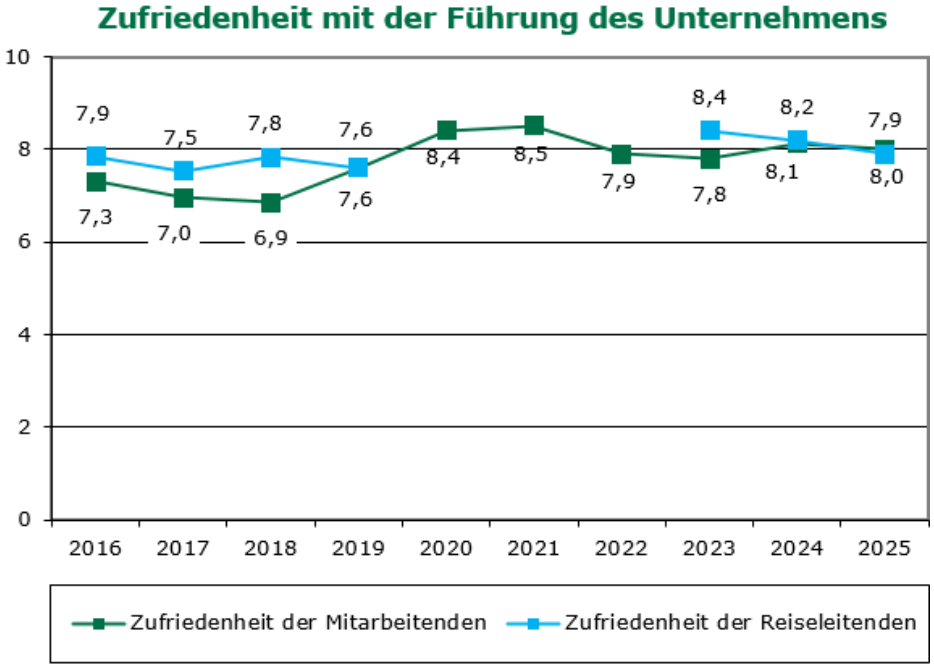
In der Ferne gehörten die Länder Ostasiens abermals zu den Wachstumstreibern. Neben China blieb Japan dabei das Trendziel. Ebenfalls weiter im Aufwind war Indien. Ein gemischtes Bild zeigt sich hingegen in Nordamerika. Während die USA bei Studiosus-Gästen deutlich an Beliebtheit einbüßten und die Nachfrage um ein Drittel einbrach, konnte Kanada steigende Gästezahlen vermelden.

In den Jahren der Pandemie verschob sich das Reiseaufkommen. Reiseziele in Europa nahmen im Jahr 2022 auf knapp 74 % des gesamten Reiseaufkommens zu (2019: 57 %). Seit 2023 ging diese Entwicklung wieder zurück und Reisen innerhalb Europas nahmen 2025 einen Anteil von 55 % ein. Die Fernreisen entsprachen 2025 36 % (2023: 35 %, 2019: 31 %).

Inhaltsübersicht

3.5 Managementsysteme am Standort

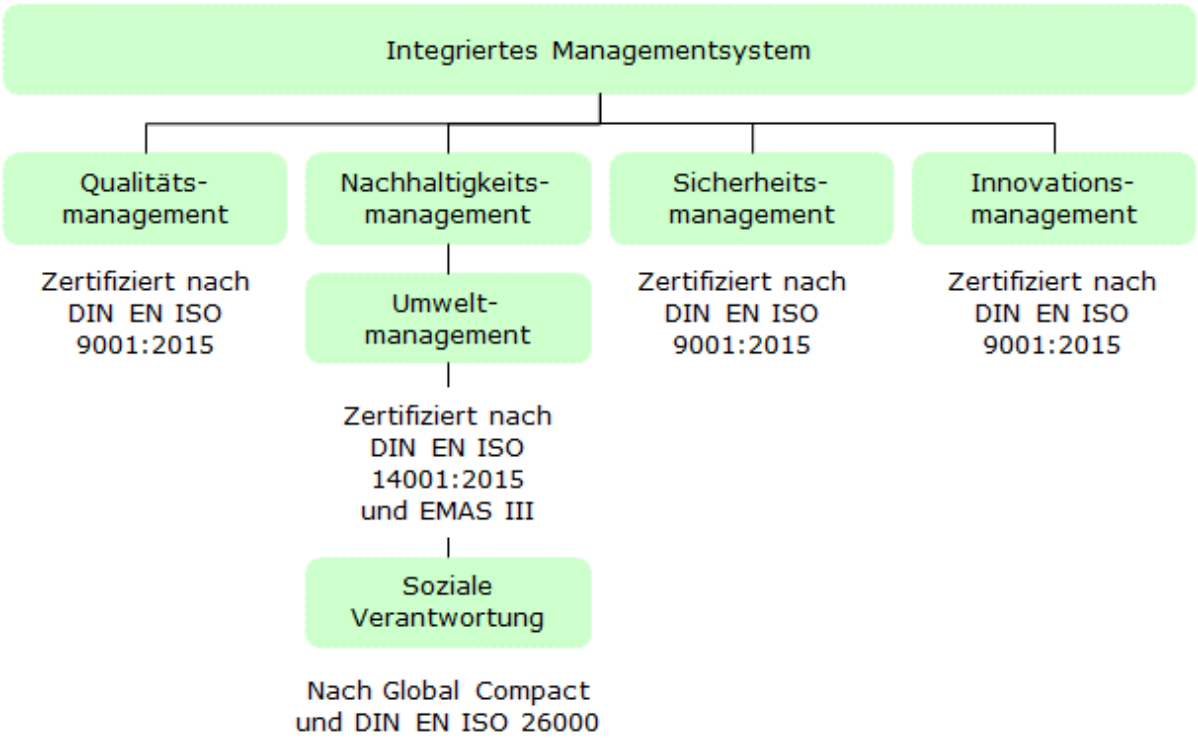
Eine gute Unternehmensführung ist allen Stakeholdergruppen besonders wichtig und Basis des Erfolgs eines Unternehmens und der Zufriedenheit seiner Mitarbeitenden. Der Erfolg von Studiosus lässt sich an den Gästezufriedenheit ablesen. Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit der Führung des Unternehmens zeigen die Ergebnisse der Mitarbeitenden- und Reiseleitendenbefragungen. In den Jahren 2020 bis 2022 fand die übliche Reiseleitendenbefragung pandemiebedingt nicht statt.



Mitarbeitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 69%
Reiseleitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 34%

Managementsysteme bei Studiosus

Managementsysteme unterstützen die Unternehmensleitung bei der Umsetzung der Unternehmensziele. Das Managementsystem bei Studiosus ist ein integriertes Managementsystem, welches das Qualitätsmanagement, Innovationsmanagement, Sicherheitsmanagement und Nachhaltigkeitsmanagement (Umweltmanagement sowie soziale Verantwortung) umfasst. Das Qualitätsmanagement und das Sicherheitsmanagement sind nach DIN EN ISO 9001:2015 zertifiziert. Das Umweltmanagement ist nach DIN EN ISO 14001:2015 zertifiziert sowie nach EMAS III (Eco-Management and Audit Scheme) validiert. Das Managementsystem zur sozialen Verantwortung orientiert sich an den zehn Prinzipien des UN Global Compact sowie an dem Leitfaden DIN EN ISO 26000 (Leitfaden zur gesellschaftlichen Verantwortung von Organisationen).



Die vier Managementsysteme wurden passend zu den vier Unternehmensstrategien "Nachhaltiges Wirtschaften", "Qualitätsmanagement", "Sicherheitsmanagement" und "Innovationsförderung" aufgebaut, um diese effektiv zu verfolgen. Eine entsprechende Vertiefung zu den einzelnen Strategien erfolgt in den Kapiteln **6.2** Nachhaltigkeitsmanagement, **3.6** Qualität der Reisen, **3.7** Sicherheit auf Reisen sowie **3.8** Innovation. Die Chancen und Risiken des Unternehmens werden in die Managementsysteme integriert und bewertet.

Studiosus möchte mit Hilfe seiner Managementsysteme die folgenden fünf übergeordneten unternehmenspolitischen Ziele erreichen:

1. Zufriedene Kundinnen und Kunden
2. Zufriedene Mitarbeitende
3. Faire Beziehungen mit den Geschäftspartnern
4. Wahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung
5. Angemessener wirtschaftlicher Ertrag

Zertifizierung und Validierung der Managementsysteme

Seinen Ursprung hat das Qualitätsmanagement bei Studiosus im Bereich der Auswahl sowie der Aus- und Weiterbildung der Studiosus-Reiseleitenden. Dieser Prozess wurde bereits 1998 nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert. Die Vorteile wurden erkannt und im Laufe der darauffolgenden Jahre ein Qualitätsmanagementsystem für das ganze Haus aufgebaut,

welches 2004 zum ersten Mal zertifiziert wurde. Im selben Jahr erhielt auch das Sicherheitsmanagementsystem erstmals ein Zertifikat nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001.

Die Erstzertifizierung des Umweltmanagementsystems reicht bis ins Jahr 1998 zurück, in dem es nach der Umweltnorm DIN EN ISO 14001 zertifiziert sowie nach EMAS I validiert wurde.

Im Jahr 2004 wurden das Qualitätsmanagement, Innovationsmanagement, Sicherheitsmanagement und Nachhaltigkeitsmanagement (Umweltmanagement und soziale Verantwortung) schließlich in ein integriertes Managementsystem zusammengeführt.

Seit den Erstzertifizierungen wurden das Qualitäts- und Umweltmanagementsystem turnusgemäß nach drei Jahren rezertifiziert und revalidiert. Dabei wurde stets die aktuelle Qualitäts- und Umweltnorm berücksichtigt.

Zuletzt wurden die Managementsysteme im April 2026 durch den TÜV-Rheinland gemäß DIN EN ISO 9001:2015 und DIN EN ISO 14001:2015 rsowie nach EMAS III erfolgreich auditiert. Die neuen Zertifikate stehen noch aus. Die nächsten Rezertifizierungs- bzw. Revalidierungsaudits sind für März/ April 2029 terminiert.

Weitere Informationen zum Qualitätsmanagement und den Qualitätszertifikaten siehe Kapitel **3.6.**

Weitere Informationen zum Sicherheitsmanagement siehe Kapitel **3.7.**

Weitere Informationen zum Innovationsmanagement siehe Kapitel **3.8.**

Weitere Informationen zum Nachhaltigkeitsmanagement und den Umweltzertifikaten sowie das EMAS-Zertifikat finden Sie in der Umwelterklärung (**Kapitel 6**).

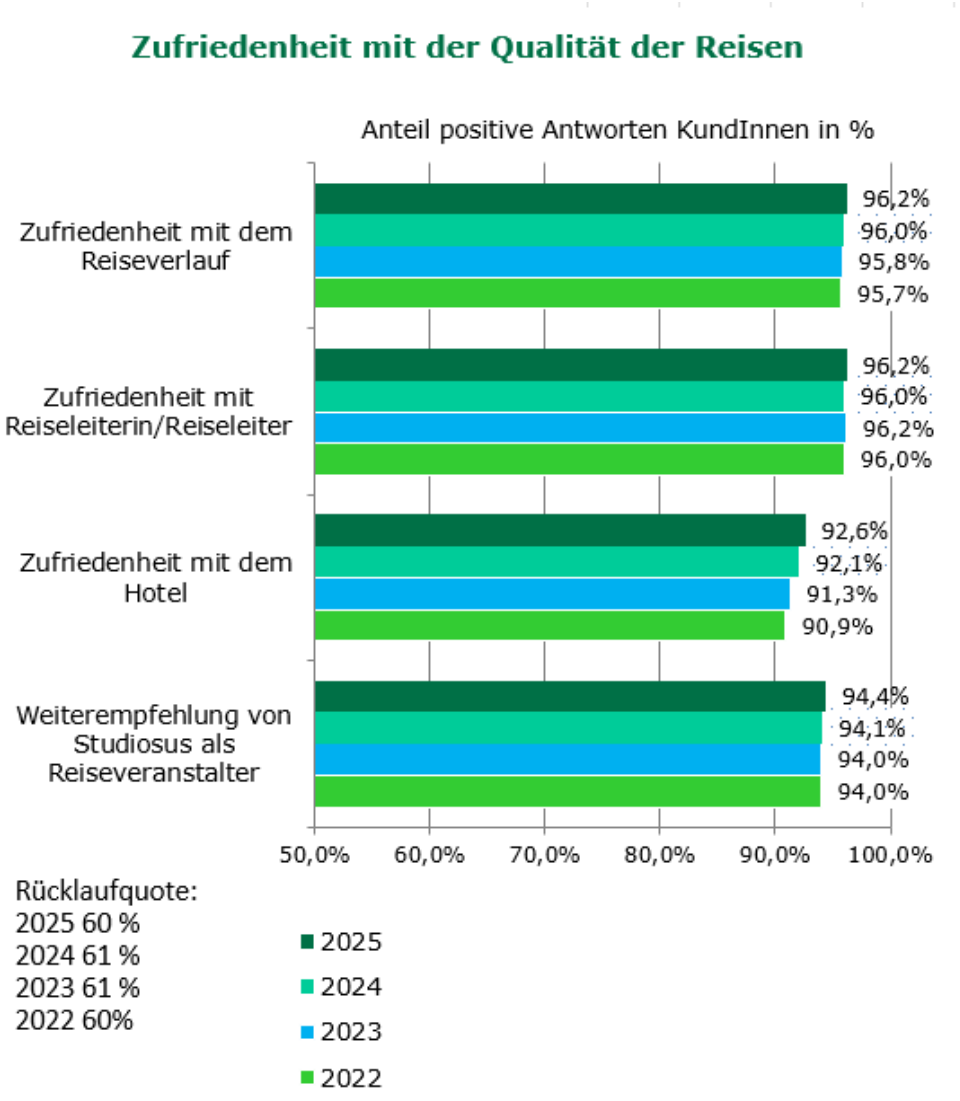
Inhaltsübersicht

3.6 Qualität der Reisen

Studiosus ist nachweislich bekannt für die hohe Qualität seiner Reisen, das Qualitätsmanagementsystem ist nach der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001 zertifiziert.

Produktqualität

Eine hohe Produktqualität ist Studiosus und seinen Stakeholdern sehr wichtig. Im Studiosus-Unternehmensleitbild heißt es: "Der Maßstab für unseren Qualitätsanspruch ist der zufriedene Kunde". Daher misst Studiosus die Qualität seiner Dienstleistungen an der Erfüllung der Kundenerwartungen. Hierfür erhalten alle Gäste am Ende der Reise einen Beurteilungsbogen, in dem sie angeben können, wie zufrieden sie mit den verschiedenen Aspekten der Reise waren. Die Ergebnisse sind die Basis für die weitere Programmplanung. Zudem dienen sie der Erfolgsmessung bezüglich der Zufriedenheit der Gäste. Zentrale Qualitätskennzahlen bei Studiosus sind die Zufriedenheit der Reisegäste mit dem Reiseverlauf, den Reiseleitenden, dem Hotel sowie der Weiterempfehlung von Studiosus als Reiseveranstalter (siehe folgende Grafik).



Auch die Reisebüros, Mitarbeitenden und Reiseleitenden bewerten die Produktqualität seit Jahren sehr hoch. So fällt die Beurteilung der Aussage "Studiosus hat eine hohe Produktqualität" bei den Mitarbeitenden mit 8,4 in 2025 (2024: 8,5) und bei den Reiseleitenden mit 7,9 in 2025 (2024: 8,1) aus (Werteskala von 1–10; 1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu). Die Reisebüros geben 2023 die Produktqualität zu 100 % mit gut oder sehr gut an. Die nächste Befragung erfolgt 2026.

Transparente Qualität: Studiosus veröffentlicht Gästebewertungen im Internet

Studiosus war der erste Studienreise-Veranstalter, der die Gästebewertungen seiner Reisen im Internet veröffentlichte. Dabei fließen nur Bewertungen von Kundinnen und Kunden ein, die selbst an der jeweiligen Reise teilgenommen haben. Die Ergebnisse, welche anonym und kumuliert präsentiert werden, basieren auf der kontinuierlichen Auswertung der Kundenfragebögen. Veröffentlicht werden dieselben Daten, mit denen intern das Qualitätsmanagement arbeitet.

Qualitäts-Award für Hotels

Seit 2011 vergibt Studiosus Qualitäts-Awards an Hotels, die in der Kundenbefragung besonders gut abgeschnitten haben und dadurch hervorstechen.
Dazu müssen zahlreiche Kriterien erfüllt werden: In der Gesamtbewertung sind mindestens 150 Punkte zu erreichen, was Gästenennungen von durchschnittlich 50 % mit "die Erwartungen wurden erfüllt" und 50 % mit "die Erwartungen wurden übertroffen" entspricht. Zudem müssen in jeder einzelnen Bewertung der Kategorien Atmosphäre, Komfort, Sauberkeit, Frühstück, Hauptmahlzeit, Servicebereitschaft und Umweltschutzmaßnahmen mindestens 125 Punkte erreicht werden.
Lediglich bei dem Kriterium der Lage wurde der Zielwert auf 100 Punkte (entspricht im Schnitt 100 % mit "die Erwartungen wurden erfüllt") reduziert, da auf die Lage bereits bei der Auswahl des Hotels Einfluss genommen werden kann.

Da nicht alle Umweltbemühungen der Hotels für Kundinnen und Kunden sichtbar sind, wird bei einer Bewertung im Umweltbereich von weniger als 125 Punkten geprüft, ob das Hotel ein aktuell gültiges, anerkanntes Umweltsiegel/-zertifikat besitzt. Dies ist bei zahlreichen, von Studiosus genutzten Hotels der Fall.

Im Jahr 2024 konnte der Award an 96 Hotels verliehen werden. 2025 erreichten 161 Hotels die erforderlichen Gesamtpunktezahl von 150 Punkten. Bei diesen Hotels werden die Kriterien zur Verleihung des Qualitäts-Awards aktuell geprüft. Die Verleihung der Awards wird voraussichtlich im Frühjahr 2025 erfolgen.

Qualitätsmanagement

Das Qualitätsmanagement nach der international anerkannten Norm ISO 9001 basiert auf dem Grundsatz, dass Qualität kein Zufallsprodukt ist, sondern das Ergebnis systematisch geplanter und konsequent umgesetzter Prozesse. Im Zentrum steht dabei die Prozessorientierung: Wir betrachten unser Unternehmen nicht in isolierten Abteilungen, sondern als Kette ineinandergreifender Abläufe, die alle darauf ausgerichtet sind, die Anforderungen unserer Kunden und Partner punktgenau zu erfüllen.

Die Vorteile einer Zertifizierung nach ISO 9001 wirken sowohl nach innen als auch nach außen. Durch die klare Definition von Verantwortlichkeiten und standardisierten Abläufen reduzieren wir die Fehlerquote erheblich, was unmittelbar zu einer Senkung der Qualitätskosten führt. Intern sorgt dies für mehr Transparenz und Sicherheit, da Prozesse nachvollziehbar und Ergebnisse reproduzierbar werden. Nach außen dient das ISO-Zertifikat als weltweit anerkanntes Gütesiegel, das Vertrauen schafft und unsere Marktposition stärkt.

Um diese Vorteile in die Praxis umzusetzen, nutzen wir ein spezifisches Instrumentarium. Das fundamentale Werkzeug ist der PDCA-Zyklus (Plan-Do-Check-Act), der sicherstellt, dass Verbesserungen in einem permanenten Kreislauf aus Planung, Ausführung, Überprüfung und Optimierung verstetigt werden. Ein weiteres essenzielles Element ist das risikobasierte Denken, bei dem wir potenzielle Gefahren frühzeitig bewerten, um präventive Maßnahmen einzuleiten. Ergänzt wird dies durch ein systematisches Auditwesen: Hierbei bewerten interne Auditoren die Wirksamkeit unseres Systems objektiv und schaffen so die Basis für unseren kontinuierlichen Verbesserungsprozess.

Mit der Zertifizierung wird die Erfüllung der gesetzlichen Anforderung z. B. zur Informationspflicht bestätigt. Im jährlichen Auditbericht werden mögliche Abweichungen bei gesetzlichen Anforderungen und selbst definierten Verpflichtungen, wie Kommunikationsstandards in der Werbung, festgehalten und der Unternehmensleitung mitgeteilt. Seit Beginn der Aufzeichnungen ist kein Gesetzesverstoß bekannt.

TÜV-zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem gemäß ISO 9001

Inhaltsübersicht

3.7 Sicherheit auf Reisen

Zertifiziertes Sicherheitsmanagement

„Krisenprävention geht vor Krisenreaktion:“ Bereits ab 2002 hat Studiosus als erster Reiseveranstalter weltweit ein zertifiziertes Sicherheitsmanagement eingeführt. Das Ziel dahinter: durch frühzeitiges Erkennen von „kritischen“ Entwicklungen, die zu einer Gefährdung von Reisenden in einzelnen Regionen oder sogar in ganzen Reiseländern führen könnten, präventiv Gefahren vermeiden. Viele Krisen sind unvorhersehbar, können jedoch durch vorsorgliche Beobachtung und Expertise frühzeitig erkannt werden, und negative Folgen für die Gäste können so ggf. durch frühzeitiges entschiedenes Handeln – v. a. Absagen der Reisen oder Umrouten – vermieden werden.

Die Tatsache, dass das Sicherheitsmanagement laut Unternehmensleitbild eine von vier zentralen Unternehmensstrategien sowie integraler Teil des Qualitätsmanagementsystems ist, zeigt den Stellenwert, den es im Hause Studiosus besitzt. Als komplexes Managementsystem umfasst es alle Ebenen der Planung und Durchführung der Reisen. Wie im gesamten Unternehmen nimmt auch hier der Gast eine zentrale Rolle ein: Daher ist eines der wichtigsten Elemente die offene und ehrliche Kommunikation von sicherheitsrelevanten Ereignissen gegenüber Kundinnen und Kunden sowie Medien – beispielsweise durch aktuelle Sicherheitsinformationen auf der Studiosus-Website.

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement wurde schrittweise zum Vorbild für die Branche – heute haben alle großen Reiseveranstalter Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in diesem Bereich, bei vielen Veranstaltern berichtet das Sicherheitsmanagement – wie bei Studiosus – direkt an die Geschäftsleitung.

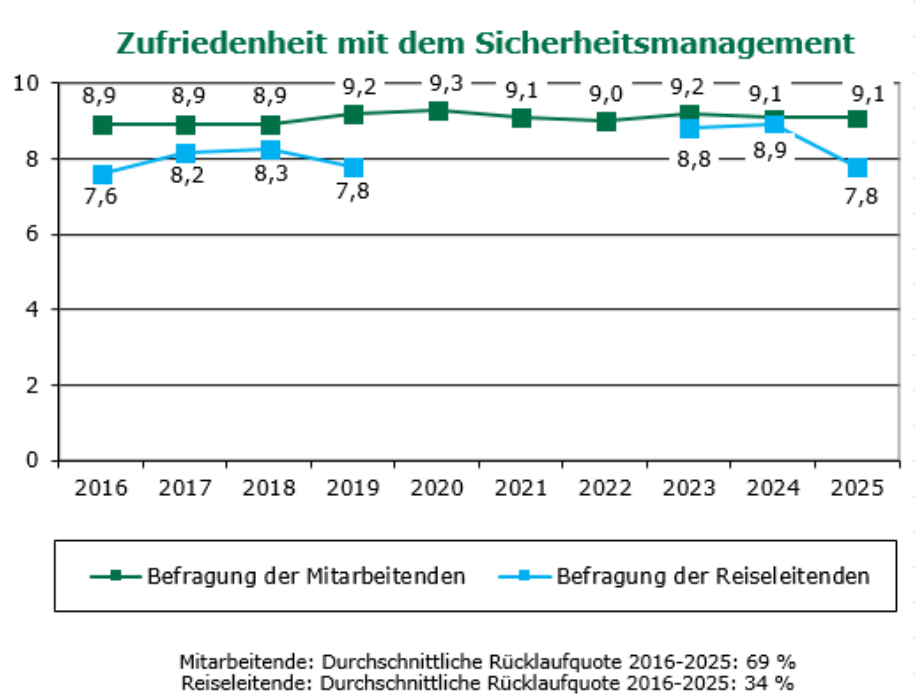
Die herausragende Rolle, die Studiosus seit Beginn in diesem Zusammenhang spielt, zeigt sich vor allem in der kontinuierlichen Bereitstellung von Informationen zu Fragen der Reisesicherheit: fortlaufend zu jedem Krisenereignis intern per Hausmitteilung an Krisenmanagement-Verteiler, anschließend extern als E-Mail an über 6500 Reisebüros in Deutschland, Österreich und der Schweiz, sowie auf der Website. Das Ergebnis: Studiosus wurde zu einem gefragten Ansprechpartner der Medien in diesem Bereich.

Der Deutsche Reiseverband (DRV), in dem Reisebüros und Reiseveranstalter organisiert sind, hat 2011 einen eigenen Ausschuss zu diesem Thema eingerichtet. Studiosus engagiert sich darin seit Anbeginn und bringt seine langjährigen Erfahrungen in das Gremium ein.

Eine offene und aktive Informationspolitik rund um Fragen der Sicherheit sowie Gesundheitsrisiken auf Reisen ist eine zentrale Aufgabe eines Reiseveranstalters. Jährlich werden 100 % aller Reisen im Rahmen des Studiosus-Sicherheitsmanagements sowohl auf Gesundheitsgefährdung als auch auf andere Gefahren für Leib und Leben untersucht. Studiosus reagiert damit auf ein Grundbedürfnis seiner Gäste, für die Sicherheit und Gesundheit eine wesentliche Entscheidungsgrundlage bei der Auswahl ihrer Reise sind. Die Bedeutung von Sicherheitsfragen für die Reiseentscheidung belegen nicht nur viele Marktforschungsergebnisse der letzten Jahre, sondern auch Gespräche mit

den Kundinnen und Kunden. Für Studiosus hat Sicherheit in jedem Fall und uneingeschränkt Vorrang vor wirtschaftlichen Erwägungen.

Wie die folgende Grafik zeigt, sind auch die Mitarbeitenden und Reiseleitenden mit dem Sicherheitsmanagement zufrieden. In den Jahren 2020 bis 2022 fand die Reiseleitendenbefragung pandemiebedingt nicht statt.



Mitarbeitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 69 %
Reiseleitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 34 %

Sicherheitseinstufung der Länder

Einen Schwerpunkt des Sicherheitsmanagements stellt die kontinuierliche Analyse der Sicherheitslage in allen von Studiosus bereisten Ländern dar: Dazu gehört unter anderem die fortlaufende Auswertung der Reise- und Sicherheitshinweise des deutschen Auswärtigen Amts. Im Jahr 2025 sichteten die Studiosus-Länderexperten 760 Mitteilungen der Behörde. Um sich in einzelnen Reiseländern ein noch differenzierteres Bild zu verschaffen, recherchieren die Experten in internationalen Medien sowie bei internationalen Sicherheitsdienstleistern und gleichen ihre Analysen mit der Medienberichterstattung im jeweiligen Zielland ab. Informationen von lokalen Ansprechpartnern, Reiseleitenden und Geschäftspartnern unterstützen sie zusätzlich bei der Erstellung eines möglichst aktuellen und differenzierten Lagebilds.

In Ländern und Regionen mit hohem Risiko politischer Unruhen, hoher Gewaltkriminalität oder sehr hoher Terrorgefahr führt Studiosus nach eigener Analyse selbst dann keine Reisen durch, wenn es keine Reisewarnung bzw. kein Abraten des Auswärtigen Amtes gibt. Innerhalb der Gruppe von Ländern, die Studiosus nach sorgfältiger Analyse als bereisbar betrachtet, wird unterschieden zwischen Ländern mit geringem und Ländern mit erhöhtem Risikopotenzial. Länder mit erhöhter Gefährdung beobachtet und analysiert Studiosus sehr genau: Bei Verschärfung der Lage steht ein detailliert festgelegtes und abgestuftes Repertoire von Maßnahmen bereit, das von der

Aktualisierung der Kundeninformation über Umroutungsmaßnahmen bis hin zur Absage von Reisen reicht. In Ländern, in denen es ein mögliches höheres Risiko von Krisenereignissen gibt, bieten wir unseren Gästen ein Recht auf kostenlose Umbuchung ihrer Reise bis vier Wochen vor Abreise an. Dank dieses Angebots konnten unsere Gäste die Wahl ihrer Reise frei von wirtschaftlichen Erwägungen treffen. 2026 bieten wir dieses Recht für Reisen nach Israel an.

Informationen zur Reisesicherheit erhalten die Gäste bzw. Reiseinteressenten in den Katalogen. Aktuelle Meldungen sind über die **Studiosus-Website** abrufbar. Reisebüros und anderen Interessierten bietet Studiosus seinen E-Mail-Service mit Sicherheitsnachrichten an. Im Jahr 2025 wurden 193 Sicherheitsmeldungen herausgegeben (2024: 107).

Führt die gewünschte Reise in ein Land mit erhöhtem Gefahrenpotenzial, werden die Gäste nach der Buchung von Studiosus kontinuierlich über Veränderungen der Sicherheitslage in ihrem Urlaubsziel informiert. Die ersten Informationen erhalten sie bereits mit der Buchungsbestätigung. Kurz vor der Abreise gibt es aktuelle Hinweise zur Sicherheitssituation. Vor Ort stehen den Gästen schließlich die Reiseleitenden mit Rat und Tat zur Seite.

IT-gestützter Notfall-Service

Studiosus hat ein rund um die Uhr besetztes Notruf-Telefon, einen Chef vom Dienst, der sich ständig über die Nachrichtenlage informiert, sowie ein weltweites Netzwerk aus Reiseleitenden und örtlichen Partnerunternehmen, die Studiosus im Ernstfall kontaktieren. Dadurch wird eine festgelegte Informationskette in Gang gesetzt.

Im Krisenfall wird als erstes die Anzahl der betroffenen Gäste und die Schwere des Krisenereignisses geprüft. Mit Hilfe einer eigens entwickelten "Krisenassist"-Datenbank können im Krisenfall die involvierten Mitarbeitenden schnell feststellen, welche Kundinnen und Kunden gerade von der Krise betroffen sind und wann die nächste Reise ins Krisengebiet startet. Die Zahl der betroffenen Gäste bestimmt die Größe des Krisenstabs. Die Zahl derjenigen, die Anrufe in der Krisen-Hotline bearbeiten, kann binnen kürzester Zeit aufgestockt werden. Bei diesen Springern handelt es sich ausschließlich um unternehmenseigene Mitarbeitende, die sonst zum Beispiel im Hoteleinkauf arbeiten. Alle – Service-Mitarbeitende sowie Springer – sind für die Krisenkommunikation geschult. Müssen die Mitarbeitenden nachts oder feiertags schnell zur Verfügung stehen, ist die Technologie so ausgelegt, dass sie sich mobil einwählen können. Priorität eins ist immer herauszufinden, ob die Gäste in Sicherheit sind. Hierzu kontaktiert Studiosus die Reiseleitenden sowie die Reisenden über einen SMS-Dienst direkt über das Handy.

Als eine Konsequenz aus den Erfahrungen mit der Aschewolke eines isländischen Vulkans im Jahr 2010 erfasst Studiosus für Notfälle die Handynummern seiner Kundinnen und Kunden. Jeder Gast, der eine Studiosus-Reise gebucht hat, erhält mit seinen Reiseunterlagen eine Telefonnummer, an die er per SMS seinen Namen und seine Rechnungsnummer übermitteln kann. Die Anmeldung erfolgt freiwillig und die Kontaktdaten werden nach der Reise automatisch gelöscht. Auf Reisen der Kurz- und Mittelstrecke nehmen ca. 70 % der Gäste den SMS-Dienst in Anspruch. Auf Fernreisen

wird der SMS-Dienst mit ca. 85 % noch häufiger genutzt. So ist sichergestellt, dass Studiosus für den Kontakt im Notfall über die jeweils aktuelle Handynummer der Gäste während der Reise verfügt.

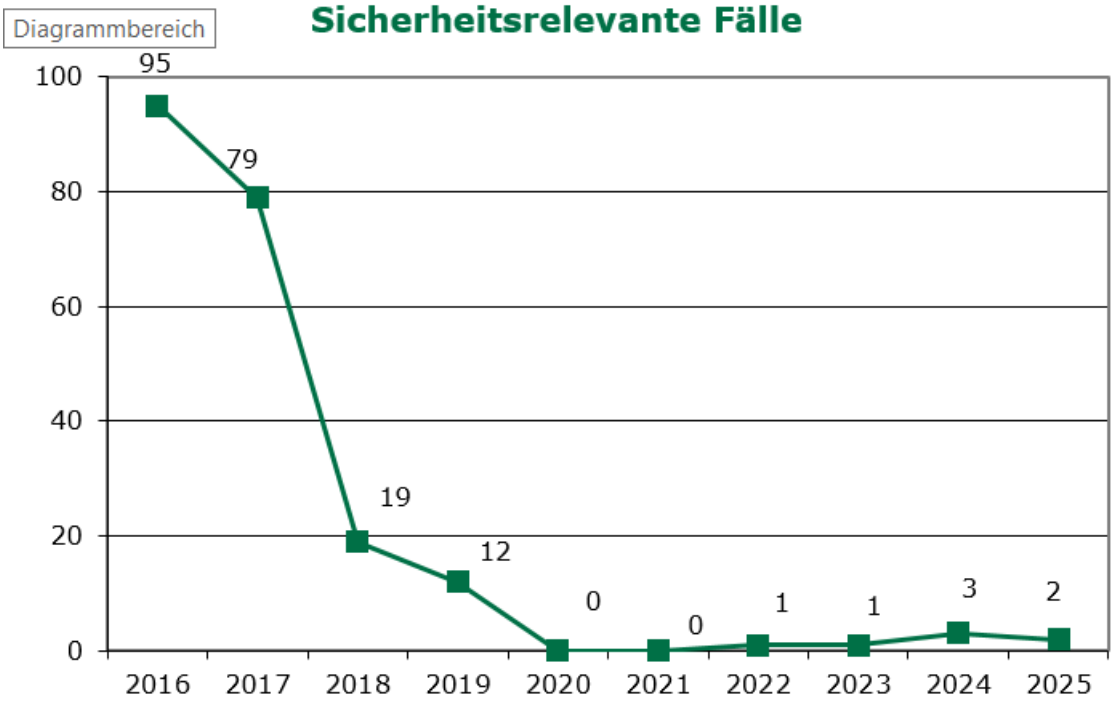
Priorität zwei ist, die Gäste aus dem Land zu holen und Gäste, die dorthin unterwegs sind, zu stoppen – entweder über das Reisebüro oder direkt. Dies bedeutet meist das Buchen von Rückflügen und zwar mit Fluggesellschaften, die sicher und zeitnah fliegen. Hierbei sind Schnelligkeit und Know-how gefragt. Um die Stärken und Schwächen der Krisenpläne sowie das Zusammenspiel im Krisenstab von einem externen Partner beurteilen zu lassen und weiter zu verbessern, werden Krisenstabsübungen durchgeführt.

Sicherheit der Transportmittel und der Hotels

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement umfasst auch die Sicherheit der Hotels und Transportmittel weltweit. Beispielsweise hat Studiosus eine eigene Flugsicherheitsliste erstellt, die weit über die "Schwarze Liste" der Europäischen Union hinausgeht. Weiterhin verpflichtet das Unternehmen alle Busfahrenden weltweit zur Einhaltung der strengen EU-Vorschriften bei den täglichen Lenkzeiten. Studiosus hat zentrale Sicherheitsstandards für alle von Partnern erbrachten Leistungen (Hotels, Flüge, Busse, Schiffe und sonstige Transportmittel) festgelegt, deren Einhaltung laufend durch ein strenges Monitoring kontrolliert wird. Ziel ist es, alle erkennbaren und vermeidbaren Risiken auf den Reisen auszuschließen und das Sicherheitsmanagement kontinuierlich weiterzuentwickeln, um die Reisen so sicher wie möglich zu gestalten. In der Umsetzung der Sicherheitsstandards ist Studiosus auf die Unterstützung der Geschäftspartner angewiesen.

Feedback zu sicherheitsrelevanten Themen

Wenn es um die Vermeidung von Gefährdungspotentialen geht, spielen alle Hinweise eine Rolle. So werden Briefe und E-Mails der Kundinnen und Kunden, Hinweise auf Kundenfragebögen sowie in Berichten und der Korrespondenz von Reiseleitenden und Mitarbeitenden erfasst. Studiosus hat ein internes Frühwarnsystem eingeführt. Dieses überprüft jeden einzelnen Fall nach möglichen Sicherheitslücken, um diese in Zukunft zu schließen, indem beispielsweise die jeweiligen Leistungsträger um sofortige Mängelbeseitigung gebeten werden. Im Jahr 2016 sind die erfassten sicherheitsrelevanten Fälle deutlich angestiegen, da seitdem alle Fälle erfasst werden, auch diejenigen, die keinen Schaden verursacht haben (siehe Grafik). Neu aufgenommen wurde u. a. die Kategorie "kritisches Feedback" von Reiseleitenden und Mitarbeitenden. Bei der Erfassung handelt es sich ausschließlich um aktiv gemeldete Fälle. 2019 sank trotz Beibehaltung der weit gefassten Kriterien die Zahl der erfassten Fälle auf insgesamt zwölf. 2025 waren es zwei Fälle.



Inhaltsübersicht

3.8 Innovation

Studiosus ist Marktführer im Bereich Studienreisen und will dies auch bleiben. Die Unternehmensstrategie zur Erreichung dieses Ziels ist neben Qualität vor allem Innovation. Im Unternehmensleitbild heißt es dazu: „Der Anspruch unserer Kundinnen und Kunden auf ein perfektes Reiseerlebnis darf uns nicht daran hindern, immer wieder Neues zu erproben. […] Daher sind Neuerungen bei Reiseangeboten und Serviceleistungen für die Zukunftssicherung von Studiosus unerlässlich. […] Unsere Kundinnen und Kunden von morgen werden von veränderten Lebensbedingungen, Konsumgewohnheiten und Wertestrukturen geprägt sein. Das müssen wir bei unserer Produktentwicklung berücksichtigen."

Innovationsmanagement

Um innovativ zu sein, schafft Studiosus die nötigen Rahmenbedingungen und bindet seine Reiseleitenden und Mitarbeitenden mit ein. Die Mitarbeitenden haben die Möglichkeit, innovative Ideen über das interne Vorschlagswesen einzubringen. Im Rahmen von jährlichen Planungskonferenzen werden von Mitarbeitenden aus den Länderteams, welche die Reisen konzipieren, neue Reiseideen vorgeschlagen. Dass sich dies bewährt hat, zeigen kreative Vorschläge der Mitarbeitenden, aus denen die erfolgreichen Produktlinien kultimer und Studiosus family hervorgingen. Üblicherweise über die Wintermonate führt Studiosus auch Länderseminare und Länderworkshops mit Reiseleiterinnen und Reiseleitern durch. In diesem Rahmen können sowohl bereits angesprochene als auch neue Themen von den Reiseleitenden und Mitarbeitenden diskutiert und Ideen entsprechend

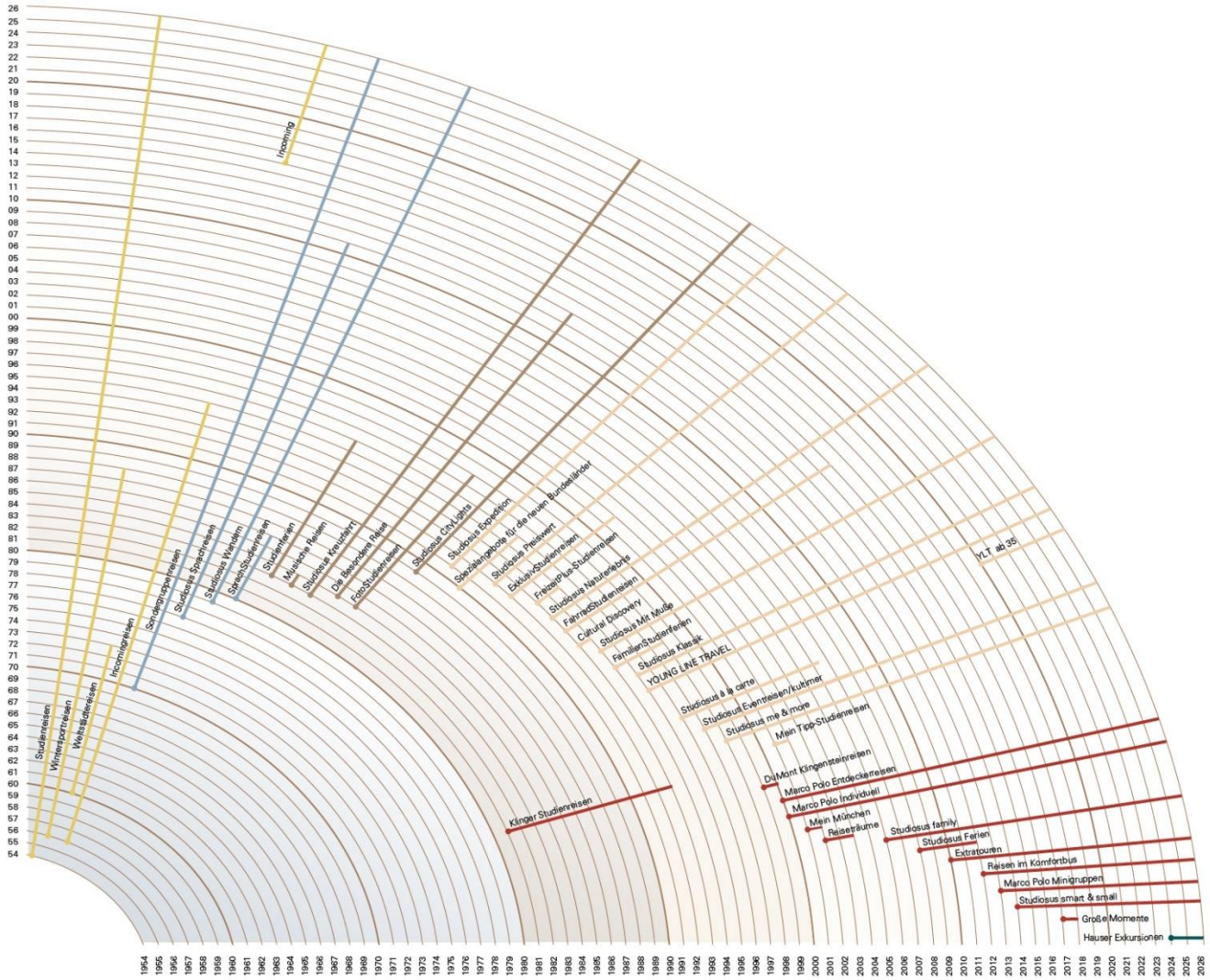
weiterentwickelt werden. Die Reiseleitenden können darüber hinaus Ideen über die Länderbriefings, die Reiseleitendenbefragung, die Ländermentorinnen und -mentoren sowie den Reiseleitendenbeirat einbringen.

Zukunftsworkshops

Zur Innovationsförderung arbeitet Studiosus am Standort mit abteilungsübergreifenden Workshops. So gab es diverse Zukunftsworkshops, in denen Mitarbeitende und Führungskräfte aus unterschiedlichen Abteilungen innovative Konzepte zu vorher festgelegten Themen erarbeitet haben. Hieraus ging beispielsweise das Studiosus Incoming hervor.

Innovationen bei Studiosus

Studiosus hat seit der Firmengründung im Jahr 1954 verschiedene Reiseformen und -varianten eingeführt. Viele davon haben sich bis heute bewährt, einige wurden wieder aufgegeben. In der folgenden Grafik wird deutlich, dass Studiosus keine Investitionen scheut, um Neues auszuprobieren, und seine Kraft zu Innovationen über die Jahre nicht verloren hat.



Neben unterschiedlichen Reiseprodukten hat Studiosus auch in anderen Bereichen Pionierarbeit für die gesamte Branche geleistet:

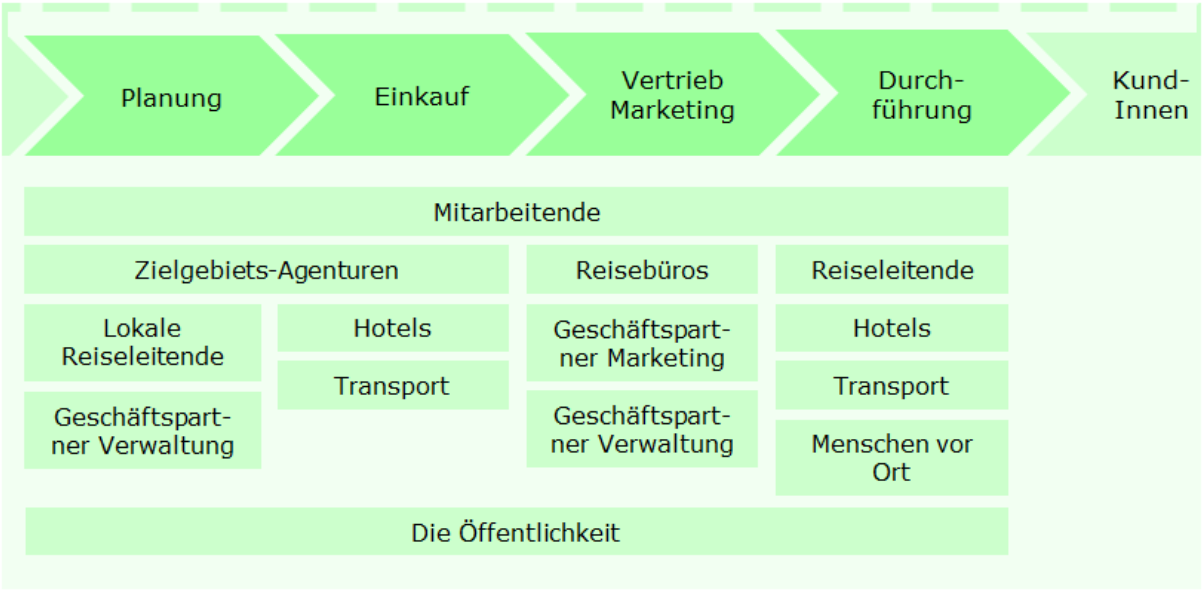
- 1990: Studiosus bietet als erster Reiseveranstalter einen eigenen Studienreise-Katalog für Bürger der damals noch existierenden DDR an.
- 1996: Studiosus inkludiert als erster deutscher Reiseveranstalter das "Rail & Fly"-Ticket in den Reisepreis.
- 1998: Studiosus kann als erster Studienreise-Veranstalter in Europa ein zertifiziertes Qualitätsmanagementsystem zur Auswahl, Aus- und Weiterbildung seiner Reiseleitenden und ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem vorweisen.
- 2002: Aufbau eines Sicherheitsmanagementsystems.
- 2003: Die Integration von Billigflügen in die Pauschalreise ist ein Novum in der Branche.
- 2010: Studiosus bringt mit "Extratouren" erfolgreich mehr individuelle Freiheiten in die Reiseprogramme.
- 2012: Studiosus leistet als erster Veranstalter Deutschlands Klimaschutzbeiträge für alle CO_2e-Emissionen der gesamten Katalogproduktion sowie sämtlicher Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten auf seinen Reisen weltweit.
- 2021: Umfassendes Engagement für den Klimaschutz – Studiosus weitet die Finanzierung von Klimaschutzprojekten aus und finanziert Projekte entsprechend der Treibhausgas-Emissionen aller Flüge, Bus-, Bahn- und Schiffsfahrten, Hotelübernachtungen sowie der Verpflegung aus Reisen.
- 2022: Studiosus weist bei jeder Reiseausschreibung die entstehenden CO_2e-Emissionen pro Reisegast in t aus, für die Klimaschutzbeiträge geleistet werden.
- 2024: Studiosus unterstützt die KlimaLink-Initiative zur Einführung einer branchenübergreifend einheitlichen Berechnung der CO_2e-Emissionen auf Reisen.

Inhaltsübersicht

4 Stakeholder

4.1 Stakeholder bei Studiosus

Das Geschäft von Studiosus – die Planung, Durchführung und Vermarktung von Studienreisen – bringt das Unternehmen in Kontakt mit vielen verschiedenen Interessengruppen (Stakeholdern). Die Ermittlung der Stakeholder erfolgte anhand der Wertschöpfungskette einer Studiosus-Reise, wie folgende Abbildung zeigt.



Bei der Vorbereitung der Reisen sind intern verschiedene Abteilungen oder Bereiche wie Planung, Einkauf, Vertrieb, Marketing und Durchführung beteiligt. Viele weitere Abteilungen, wie beispielsweise das Finanz- und Rechnungswesen, die IT, die Verwaltung und die Personalabteilung, unterstützen den Prozess. Am Ende der Wertschöpfungskette stehen die Kundinnen und Kunden, welche die Dienstleistung – die Reise – konsumieren.

Die wichtigste Gruppe der Stakeholder sind die **Kundinnen und Kunden**, die Studiosus als Partner betrachtet. Eine gute Beziehung zu ihnen und ihre Zufriedenheit mit den Reisen sind eine unabdingbare Voraussetzung für die Sicherung der Unternehmensexistenz.

Genauso wichtig sind die **Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter,** die bei der Produktion der Reisen am gesamten Wertschöpfungsprozess beteiligt sind. Nur mit qualifizierten und motivierten Mitarbeitenden können die hohen Erwartungen der Gäste erfüllt werden, die sie an eine Studiosus-Reise stellen.

Zu den **Geschäftspartnern** von Studiosus gehören Hotels, Zielgebietsagenturen, Transportunternehmen wie Busgesellschaften und Airlines sowie Reisebüros. Am Standort kommen noch die Geschäftspartner im Bereich Marketing und Verwaltung hinzu. Eine gute Zusammenarbeit mit den Partnern ist maßgeblich, um die Unternehmensziele zu erreichen.

Ebenfalls zu den Stakeholdern von Studiosus zählen die **Menschen in den Zielgebieten**. Studiosus ist sich bewusst, dass durch Tourismus auch Herausforderungen entstehen können. Daher nimmt Studiosus Rücksicht auf die Interessen der einheimischen Bevölkerung, auf ihre Eigenständigkeit und ihren Wunsch nach Selbstbestimmung und respektiert und achtet die einheimischen Sitten und Bräuche sowie kulturelle Besonderheiten.

Auch die **Fachöffentlichkeit** zählt zu den Stakeholdern. Hierzu zählen Fachverbände wie der Deutsche Reiseverband, Fremdenverkehrsämter, Reiseveranstalter, Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen wie Tourism Watch oder Pro Wildlife, touristische Medien und die Presse.

2025 gab es in der Wertschöpfungskette keine wesentlichen Änderungen. Auch bei den Leistungspartnern sind keine grundlegenden Abweichungen bekannt. Das Unternehmen bevorzugt langfristige Partnerschaften, zentrale Veränderungen bei den Lieferanten sind nicht gewollt, solange die Anforderungen des Unternehmens in Bezug auf Qualität und Nachhaltigkeit erfüllt werden.

In den folgenden Kapiteln wird näher auf die verschiedenen Stakeholder-Gruppen eingegangen:

- **Mitarbeitende**
- **Reiseleitende**
- **Kundinnen und Kunden**
- **Hotels, Zielgebietsagenturen und Transportunternehmen**
- **Reisebüros**

Im Dialog mit den Stakeholdern

Das Unternehmen versucht, die Interessen aller Stakeholder entlang seines gesamten wirtschaftlichen Handelns und in dessen sozialen Zusammenhängen zu erfassen. Durch die Unternehmenstätigkeit werden verschiedene Gruppen von Stakeholdern beeinflusst. Ebenso können das Unternehmen und die Unternehmenstätigkeit von diesen verschiedenen Stakeholdern direkt und indirekt beeinflusst werden. Diese Gruppen können auch Ansprüche an das Unternehmen stellen. Die Berücksichtigung und Achtung der Stakeholder stellen eine große Verantwortung an das Management dar.

Um die guten Beziehungen zu stärken und die unterschiedlichen Bedürfnisse der Stakeholder zu erfahren, steht Studiosus im ständigen Dialog mit ihnen.

Es werden regelmäßig repräsentative Mitarbeitenden- und Reiseleitendenbefragungen sowie Befragungen der Geschäftspartner sowie Gäste durchgeführt, damit sich Studiosus weiterentwickeln kann und die Interessen der Anspruchsgruppen berücksichtigt werden können.

Jede Kundin und jeder Kunde bekommt auf der Reise einen Fragebogen ausgehändigt, auf dem die verschiedenen Aspekte der Reise beurteilt werden können. Die Mitarbeitenden sowie Reiseleitenden werden einmal jährlich zu verschiedenen Themen befragt.

Da die Reiseleitenden in ständigem Kontakt mit den Gästen sowie Leistungspartnern stehen, erhält Studiosus dadurch Feedback und Informationen über die Wünsche und Erwartungen der Kundinnen und Kunden sowie die Zusammenarbeit mit den Leistungspartnern vor Ort. Alle zwei Jahre werden auch die Geschäftspartner selbst zur Zufriedenheit mit der Zusammenarbeit befragt.

In den Jahren 2020 bis 2022 wurde die schriftliche Befragung der Reiseleitenden sowie der Geschäftspartner pandemiebedingt pausiert.

Neben dem Betriebsrat gehören seit vielen Jahren auch der Reiseleitendenbeirat, der Reisebürobeirat, der Stammkundenbeirat und Kundenforen zu erprobten und institutionalisierten Instrumenten, um den berechtigten Interessen und Anliegen der verschiedenen Stakeholder Gehör zu verschaffen und diese laufend in die Geschäftspolitik einzubinden. Die Sitzungen und Foren werden, mit Ausnahme der Kundenforen, regelmäßig, mindestens einmal im Jahr, durchgeführt. Im März 2025 fand ein Kundenforum mit Erstreisenden in München statt.

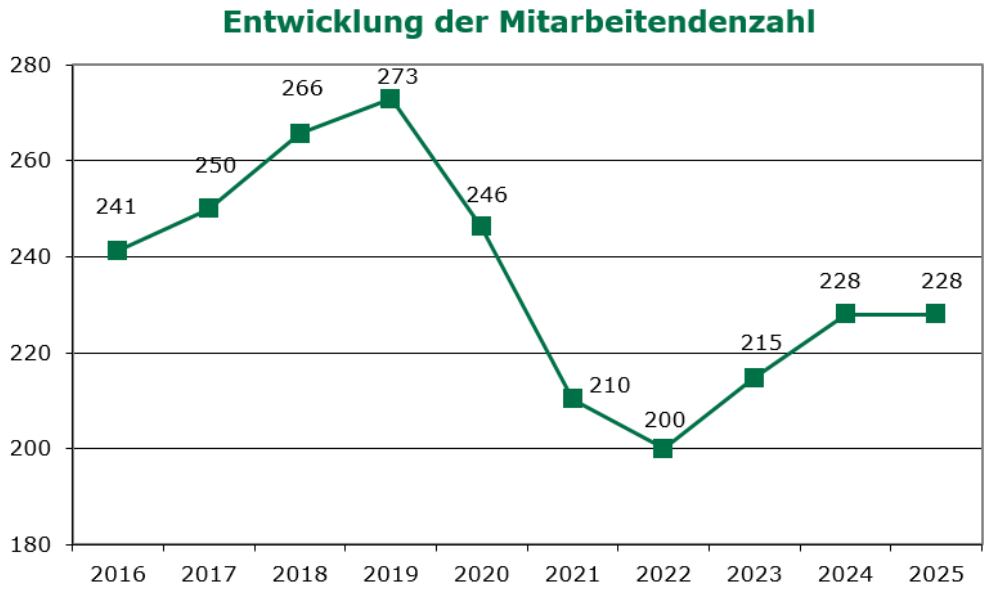
Im Sinne eines zukunftsfähigen, d. h. nachhaltigen Tourismus will Studiosus mit der einheimischen Bevölkerung kooperieren und sie an der Gestaltung aktiv und partnerschaftlich beteiligen. Ein Instrument dafür sind die sogenannten Dialogforen, die in unterschiedlichen Ländern stattfinden. Im gemeinsamen Gespräch möchte Studiosus Möglichkeiten zur Verbesserung der touristischen Situation und zur Entwicklung eines nachhaltigen Tourismus finden. Näheres zu den Dialogforen finden Sie im Kapitel **5.1 "Sozial verantwortliches Reisen"**.

Inhaltsübersicht

4.2 Mitarbeitende am Unternehmenssitz

Mitarbeitendenstruktur

Die Mitarbeitendenzahl der Studiosus Reisen München GmbH ist seit der Gründung des Unternehmens 1954 bis 2019, mit wenigen Ausnahmen, jährlich kontinuierlich angestiegen. Die Ausnahmesituation der Corona-Pandemie führte in den Jahren 2020 bis 2022 zu einem deutlichen Rückgang an Beschäftigten. Die Mitarbeitendenzahlen der Tochterunternehmen sind im folgenden Kapitel nicht enthalten.



Mitarbeitende der Studiosus Reisen München GmbH ohne Tochterunternehmen (Stand 31.12.2025) in Vollzeitäquivalenten. Berechnungsgrundlage siehe wie folgt.

Die Ermittlung der Anzahl der Mitarbeitenden erfolgte nach der effektiven Mitarbeitendenzahl. Dieser liegt folgender Schlüssel zugrunde:

Vollzeitkräfte mit 38,5 Stunden und mehr pro Woche	100 %
Teilzeitkräfte über 15 Stunden pro Woche	50 %
Teilzeitkräfte mit 15 Stunden und weniger pro Woche	25 %
Freie Mitarbeitende	0 %
Auszubildende	50 %
Praktikanten	25 %
Aushilfen	25 %

Die nachfolgenden Tabellen beinhalten die Mitarbeitendenstruktur sowie Informationen bezüglich der Ein- und Austritte von Mitarbeitenden.

			Geschlecht		Alter (in Jahren)				
	Jahr	Absolut	Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Beschäftige insgesamt	2025	228	70%	31%	7%	16%	23%	41%	13%
	2024	228	67%	31%	8%	16%	26%	38%	13%
Unternehmens-leitung	2025	3	0%	100%	0%	0%	0%	33%	67%
	2024	4	0%	100%	0%	0%	0%	25%	75%
Management / Führungskräfte	2025	23	43%	57%	0%	4%	13%	61%	26%
	2024	23	39%	61%	0%	4%	17%	61%	17%
TeamleiterInnen	2025	23	95%	26%	0%	21%	0%	58%	21%
	2024	10	63%	37%	0%	11%	26%	42%	32%
Sachbearbeiter-Innen	2025	175	72%	28%	2%	19%	28%	41%	10%
	2024	6	73%	27%	3%	18%	30%	38%	10%
Geringfügig Beschäftigte	2025	6	83%	21%	25%	4%	21%	25%	29%
	2024	8	63%	38%	25%	38%	13%	25%	13%
Auszubildende	2025	12	83%	17%	96%	4%	0%	0%	0%
	2024	11	81%	28%	92%	8%	0%	0%	0%

Effektive Mitarbeitendenzahl in Vollzeitäquivalenten. Stand Ende Dezember 2025.

			Geschlecht		Alter (in Jahren)				
	Jahr	Absolut	Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Eintritte	2025	20	60%	40%	0%	0%	0%	0%	0%
	2024	37	78%	22%	32%	27%	11%	30%	0%
Austritte	2025	21	67%	33%	10%	19%	5%	0%	33%
	2024	25	72%	28%	8%	28%	20%	28%	16%

Nach Personen, ohne Praktikanten und Aushilfen. Stand Ende Dezember 2025.

Der Anteil der Mitarbeitenden mit einer Schwerbehinderung liegt bei 4 %. Im Jahr 2023 wurde erstmals eine Schwerbehindertenvertretung (SBV) ernannt, welche durch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit Schwerbehinderung oder Gleichstellung gewählt wurde. Die SBV ist über die E-Mail-Adresse **sbv@studiosus.com** zu erreichen und wird sich zukünftig regelmäßig am Newsletter des Betriebsrats beteiligen.

In der Grafik "Entwicklung der Mitarbeitendenzahl" sowie der Tabelle zur Mitarbeitendenstruktur sind nur "aktive" Mitarbeitende enthalten. D. h. Mitarbeitende, die sich in Mutterschutz und/oder Elternzeit befinden, sind nicht enthalten. Da diese das Unternehmen nicht verlassen haben, ist ein direkter Vergleich mit der Tabelle "Ein- und Austritte" nicht möglich. Elternzeit wurde 2025 von 7 Mitarbeiterinnen und einem Mitarbeiter in Anspruch genommen. Acht Kolleginnen kehrten aus der Elternzeit zurück.

Qualifikation der Mitarbeitenden

Die hohen Erwartungen der Gäste kann Studiosus nur mit qualifizierten und motivierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfüllen. Vakante Stellen werden daher zeitnah durch gut ausgebildetes Personal besetzt, ob durch eigene Auszubildende oder externe Bewerberinnen und Bewerber.

Feedback-Kultur

Bei Studiosus spielt regelmäßiges Feedback eine wichtige Rolle. Neben zeitnahen Rückmeldungen und regelmäßigen Teammeetings nutzt Studiosus auch strukturierte Feedback-Instrumente wie das Mitarbeitendenjahresgespräch sowie die Reiseleitenden- und Mitarbeitendenbefragung. Dies ermöglicht, Optimierungspotentiale frühzeitig zu erkennen und gegebenenfalls Maßnahmen zu entwickeln.

Mitarbeitendenjahresgespräch

In Form des Mitarbeitendenjahresgesprächs erhalten alle Mitarbeitende mit unbefristeten Arbeitsverhältnissen sowie Mitarbeitende mit einer Befristung von über einem Jahr jährlich ein strukturiertes Feedback zu ihrer Arbeit. Die Führungskräfte beurteilen ihre Mitarbeitenden auf Grundlage einer Kompetenzeinschätzung und treffen zusammen mit der jeweiligen Person Zielvereinbarungen für das kommende Jahr. Diese beinhalten die individuellen Entwicklungsziele und sollen den Gesprächspartnerinnen und -partnern als Orientierungshilfe, aber auch zur Motivation dienen. Zudem sind sie die Grundlage für die Weiterbildungsbedarfsanalyse der Personalentwicklung. Die Auszubildenden werden in einem gesonderten Beurteilungssystem von der Personalabteilung betreut.

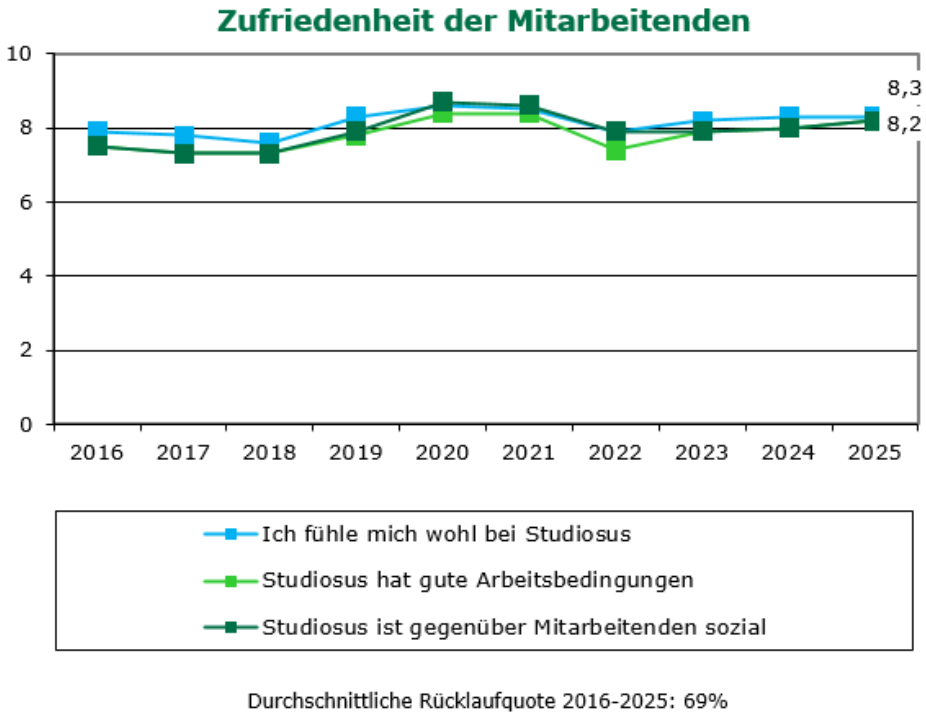
Inhaltsübersicht

4.3 Arbeitgeberattraktivität

Die Ideen und Leistungsbereitschaft der Mitarbeitenden bestimmen die Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit des Unternehmens. Kurz: Der Erfolg von Studiosus basiert auf seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Deshalb will Studiosus sie im Unternehmen halten und ihnen ein attraktiver Arbeitgeber sein.

Mitarbeitendenzufriedenheit

Studiosus führt jährlich eine Mitarbeitendenbefragung durch, um die Zufriedenheit des Personals zu verschiedenen Themen zu messen. Die Ergebnisse werden genau analysiert, und bei Abweichungen zu intern festgelegten Zielwerten werden Gegenmaßnahmen eingeleitet. Die Ergebnisse der Mitarbeitendenbefragungen von 2016 bis 2025 zu den Aussagen "Ich fühle mich wohl bei Studiosus", "Studiosus hat gute Arbeitsbedingungen" und "Studiosus ist gegenüber Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen sozial" zeigt die nachstehende Grafik. Die Mitarbeitenden können auf einer Werteskala von 1 bis 10 ihre Bewertung abgeben. 1 bedeutet, dass sie der Aussage "ganz und gar nicht" zustimmen, und 10 bedeutet, sie stimmen der Aussage "voll und ganz" zu.



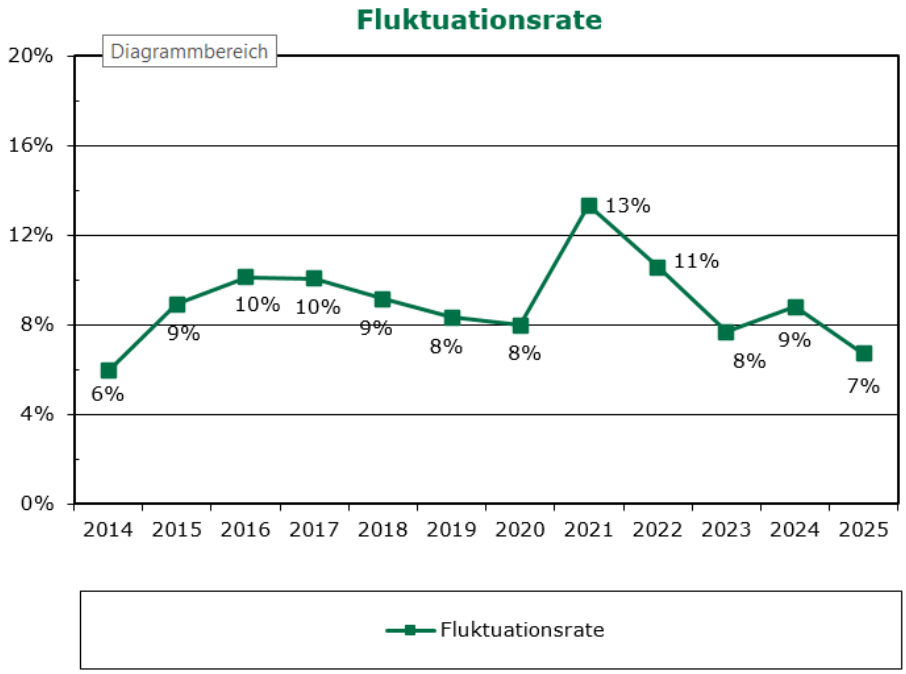
Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 69%

Mitarbeitendenbindung

Die Zufriedenheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zeigt sich auch in der Bindung an das Unternehmen. Eine beachtliche Anzahl an Mitarbeitenden bleibt Studiosus über Jahrzehnte und oftmals bis zum Renteneintritt treu. Die Mitarbeitenden, die bei Studiosus angestellt sind, waren im Jahr 2025 im Durchschnitt bereits seit mehr als 12 Jahren im Unternehmen tätig. Diese langjährige Bindung an das Unternehmen ist erfreulich und bestärkt Studiosus in der Annahme, dass seine Mitarbeitenden gerne für das Unternehmen arbeiten. Aufgrund der langen Betriebszugehörigkeit liegt das Durchschnittsalter bei 47 Jahren. Darin enthalten sind alle festangestellten

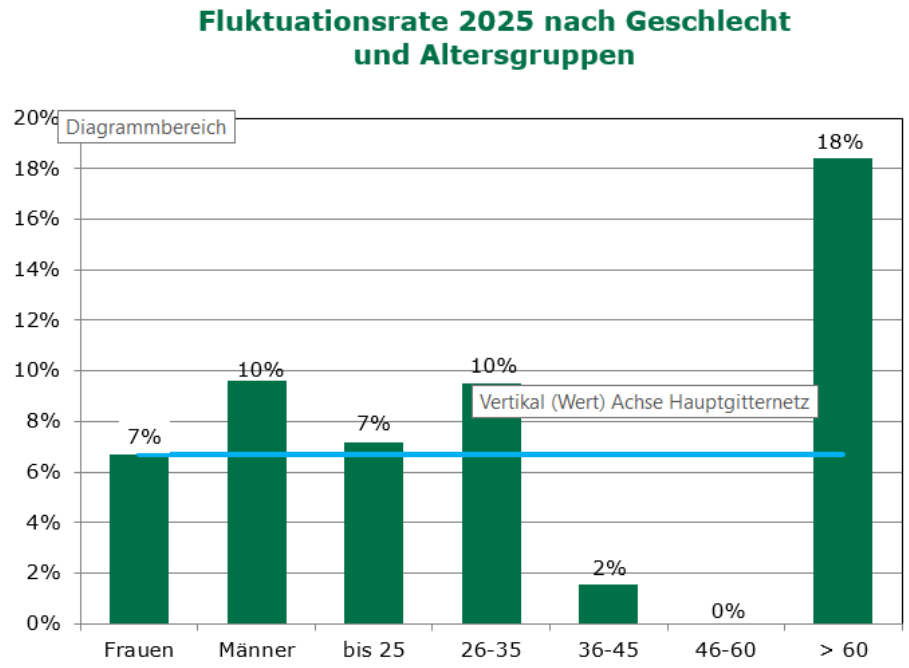
Mitarbeitenden, sowohl unbefristet als auch befristet, die bis zum 31.12.2025 im Unternehmen beschäftigt waren. Nicht enthalten sind Auszubildende, Volontäre und Praktikanten. Die nächste Erfassung der Betriebszugehörigkeit ist für 2027 geplant.

Die folgenden Grafiken zeigen die Fluktuationsrate.



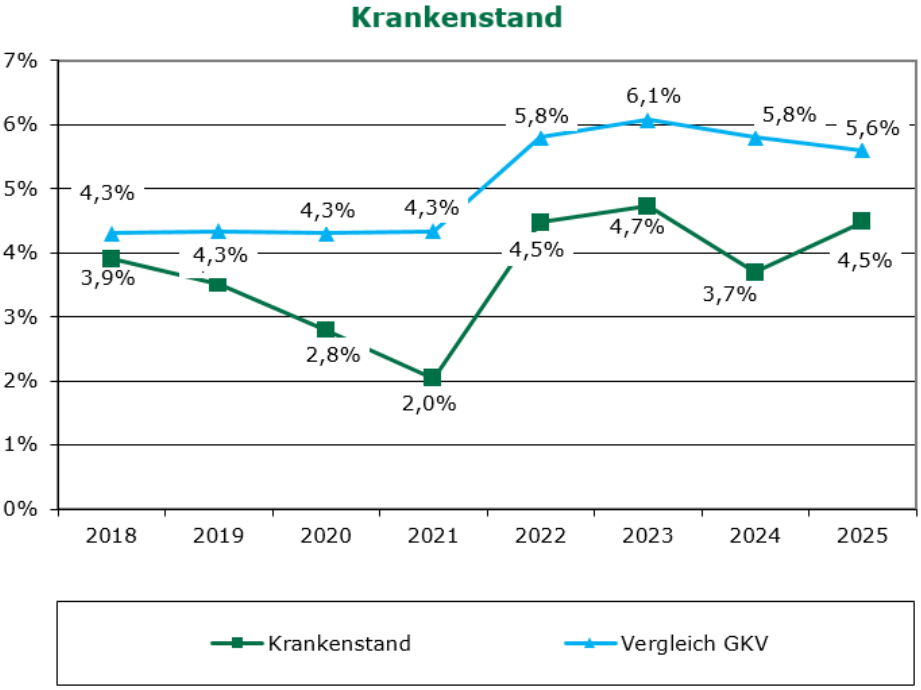
Der höchste Stand der Fluktuation wurde im zweiten Jahr der Pandemie (2021) mit 13 % erreicht. Seitdem ging die Fluktuation wieder zurück auf das Vorkrisenniveau. In den Pandemiejahren wurden keine betriebsbedingten Kündigungen ausgesprochen.

Nach Altersgruppen war die höchste Fluktuation im Jahr 2024 bei Mitarbeitenden über 60 Jahren, bedingt durch Renteneintritte. Die niedrigste Fluktuation war in der Altersgruppe von 46 bis 60 Jahren.



Gesundheitsmanagement

Auch den Krankenstand zählt Studiosus zu den Merkmalen der Arbeitgeberattraktivität. Im Vergleich zum deutschlandweiten Krankenstand gemäß der gesetzlichen Krankenversicherung (GKV) liegt der Krankenstand bei Studiosus meist darunter (siehe Grafik).



In den Jahren 2020 und 2021 lag der Krankenstand bedingt durch die hohe Kurzarbeitsquote und die von staatlicher Seite vorgenommenen Corona-Schutzmaßnahmen sowie die betrieblichen Infektionsschutzmaßnahmen deutlich unter den Vorjahren.

Um die Krankheitstage der Mitarbeitenden zu reduzieren und die Mitarbeitenden beim Thema Gesundheit aktiv zu unterstützen, setzt Studiosus auf Prävention und ganzheitlich ausgerichtete Maßnahmen.

Studiosus bietet seinen Mitarbeitenden täglich kostenlos unbehandeltes Obst sowie Wassersprudler an. Über die Wassersprudler können Mitarbeitende nicht nur Leitungswasser mit Kohlensäure versetzen, sondern erhalten ebenfalls gefiltertes Wasser. Leitungswasser hat eine gute Ökobilanz und in München eine sehr gute Qualität.

Durch das Angebot von kostenfreiem Betriebssport wie Fußball, Volleyball, Badminton, die Teilnahme an externen Sport-Events, wie z.B. den B2Run, und den Verleih von Fahrrädern für die Mittagspause möchte Studiosus die Gesundheit der Mitarbeitenden fördern. Zur Stärkung des Rückens wird ca. dreimal jährlich für 10 Wochen eine Rückenschule mit einer Physiotherapeutin angeboten. Ganzjährig gibt es außerdem Pilates-, Yoga-, Functionaltraining-, Zumba-, „Gesund Atmen"- und Achtsamkeitskurse, die regelmäßig angeboten werden. Die Kurse zur Gesundheitsförderung werden live, online oder in hybrider Form organisiert. Ca. 40% der Mitarbeitenden besuchten 2025 Gesundheitskurse bei Studiosus. Die Kooperation mit dem Fitness-Studio Body & Soul wurde 2025 fortgeführt. Neu hinzugekommen ist die Kooperation mit FitX.

Durch die bedarfsgerechte Anschaffung von ergonomischen und höhenverstellbaren Büromöbeln schafft Studiosus einen optimalen Arbeitsplatz. Beratung zu einer korrekten Haltung bei der Arbeit am Bildschirm wird durch eine interne Fachkraft angeboten. Bei Bedarf kann die Betriebsärztin bei dieser Beratung einbezogen werden. Die Betriebsärztin bietet darüber hinaus Sprechstunden für arbeitsmedizinische Beratungen und Grippeschutzimpfungen an.

Bei Themen wie Umgang mit hoher Arbeitsbelastung, Stress und Burnout, Work-Life-Balance, Umgang mit Konflikten, Führungsfragen und dem Umgang mit Veränderungsprozessen können sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an die externe Arbeitspsychologin wenden, deren Beratung streng vertraulich erfolgt. Zweimal jährlich wird am Standort eine betriebspsychologische Sprechstunde angeboten. Außerdem wurde 2025 eine Mental-Health-Kampagne mit einer externen Beratung für alle Führungskräfte und Mitarbeitende durchgeführt. In einem monatlichen Workshop oder Impuls zu dem Thema wurden allen Angestellten Tipps und Unterstützungsangebote zum Thema Resilienz, Stressreduktion, Umgang mit psychischen Herausforderungen u.ä. gegeben.

Mitarbeitende, die auf Dienstreise in tropische und subtropische Regionen gehen, müssen sich vorab einer "Arbeitsmedizinischen Vorsorge" durch die Betriebsärztin unterziehen. Für die reisemedizinische Beratung hat Studiosus eine Hotline eingerichtet. Deren Ziel ist es, alle Mitarbeitenden über die speziellen Gesundheitsrisiken und Verhaltensregeln in den bereisten Regionen zu informieren. Im Zweifelsfall soll durch eine Untersuchung sichergestellt werden, dass eine Dienstreise dem Mitarbeitenden nicht schadet bzw. ihn nicht unnötigen Risiken aussetzt.

Das Angebot wurde noch erweitert: So wurde eine externe Hotline zur arbeitspsychologischen Beratung eingerichtet, an die sich alle Mitarbeitenden und Führungskräfte anonym wenden können.

Über die telefonische Beratung hinaus bietet die Arbeitspsychologin auch persönliche Sprechstunden für Mitarbeitende an. Auch hier erhalten Mitarbeitende ohne Wissen des Arbeitgebers Unterstützung, zum Beispiel in privaten Krisensituationen, bei Konflikten am Arbeitsplatz oder bei Krankheit.

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewerteten das Engagement von Studiosus zum Arbeits- und Gesundheitsschutz mit 8,3 (2024: 8,3). Bewertet wurde die Aussage "Arbeits- und Gesundheitsschutz werden im Haus ernst genommen" auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu).

Arbeitssicherheit

Zur Überprüfung und Gewährleistung der Sicherheit am Arbeitsplatz arbeitet Studiosus mit der Firma ASAM praevent zusammen, die eine Sicherheitsfachkraft beauftragt hat. Zwei Betriebsärztinnen hat Studiosus direkt engagiert. Themen zur Arbeitssicherheit und zum Gesundheitsschutz werden mit dem Betriebsrat besprochen und protokolliert. Zum Beispiel werden mögliche Gefährdungen anhand von Tätigkeitsprofilen und -bereichen ermittelt sowie beurteilt. Anhand der Ergebnisse der Gefährdungsbeurteilung werden entsprechende Abhilfemaßnahmen bestimmt und umgesetzt.

Die Sicherheitsfachkraft überprüft in regelmäßigen Abständen sämtliche vorhandene Betriebseinrichtungen und -ausstattungen und gibt Hinweise auf zu behebende Mängel. Die gesetzlich und vertraglich festgeschriebenen Sitzungen des Arbeitssicherheitsausschusses werden regelmäßig, viermal jährlich, abgehalten.

Der Ausschuss besteht aus zwei Sicherheitsbeauftragten aus der Belegschaft, den Betriebsärztinnen, einer Arbeitspsychologin, der externen Sicherheitsfachkraft, zwei Betriebsratsmitgliedern, einer Schwerbehindertenvertretung, einem Mitglied des Qualitätsmanagements und der Leiterin der Abteilungen Verwaltung und HR (Personalwesen). Die zwei Sicherheitsbeauftragten wurden durch einen erfolgreich abgeschlossenen Lehrgang für ihre Tätigkeit qualifiziert.

Jede neue Mitarbeiterin und jeder neue Mitarbeiter ist verpflichtet, an einer Schulung zum Thema Sicherheit am Arbeitsplatz teilzunehmen. Diese wird von einer externen Sicherheitskraft durchgeführt. Außerdem erhalten alle neuen Mitarbeitenden innerhalb des ersten Tages im Unternehmen eine Unterweisung in allen sicherheitsrelevanten Aspekten.

Der Aufbau und die Abläufe des Notfallmanagements sind in einem Notfallplan dokumentiert, der allen Mitarbeitenden zugänglich ist. Dieser Plan enthält Informationen zu den Standorten der vorhandenen Löscheinrichtungen wie Handfeuerlöscher und Brandmelder sowie der Verbandskästen. Zudem sind die Lage des eingerichteten Sammelplatzes, die Fluchtwege und Informationen zu den Ersthelfern beschrieben. Der Notfallplan gibt außerdem detaillierte Verhaltensanweisungen für verschiedene Notfallsituationen. Darüber hinaus werden Evakuierungsübungen durchgeführt, die auch ausgewertet werden.

Im Jahr 2025 gab es drei Wegeunfälle (2024: 3) und keine Arbeitsunfälle (2024: 0). Statistisch gesehen ergibt sich auf eine Million Arbeitsstunden bei Studiosus ein hochgerechneter Wert von fünf Unfällen. Mitarbeitende mit einer hohen Erkrankungsrate oder Gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung sind nicht bekannt.

Betriebsvereinbarungen und Mitteilungsfrist für betriebliche Veränderungen

Betriebsvereinbarungen werden zwischen der Studiosus Reisen München GmbH und dem Betriebsrat im Rahmen des Betriebsverfassungsgesetzes abgeschlossen. Alle festangestellten Reiseleitenden sind von den Kollektivvereinbarungen erfasst. Ebenfalls sind 100 % der Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer am Standort in die Kollektivvereinbarungen eingeschlossen.

Die Mitteilungsfrist, die den Mitarbeitenden und dem Betriebsrat gewährt wird, bevor erhebliche betriebliche Veränderungen umgesetzt werden, variiert je nach Sachlage und Recherchebedarf. Eine schriftliche Festlegung diesbezüglich ist nicht vorhanden, da nicht jeder Einzelfall geregelt werden kann. Vielmehr kommt es auf die Angemessenheit in der jeweiligen Situation an.

Betriebsvereinbarung zur Ausgestaltung von mobiler Arbeit

Eine wegweisende Betriebsvereinbarung wurde zuletzt im Herbst 2023 zur Flexibilisierung der Arbeitszeit geschlossen und spiegelt das Vertrauen wider, das die Unternehmensleitung in die hervorragende Arbeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat. Maximal 70 % der Jahresarbeitszeit der Mitarbeitenden am Standort können ab dem Jahr 2024 mobil eingebracht werden. Mindestens 30 % der Arbeitszeit erfolgt in Präsenz am Hauptsitz in München.

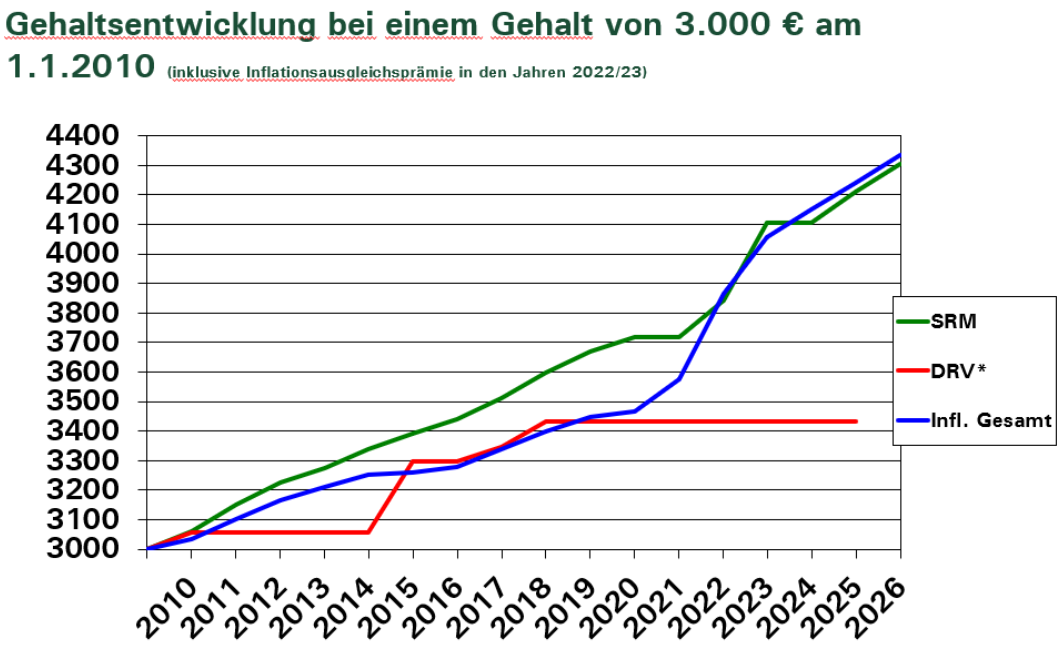
Gehaltsniveau

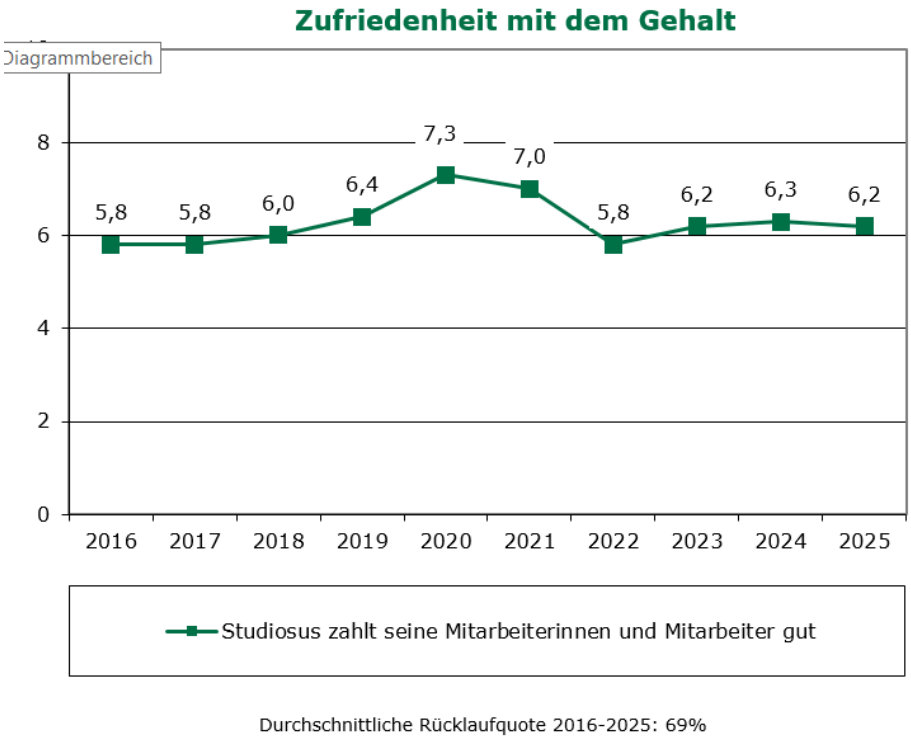
Die Gehälter bei Studiosus liegen über dem Branchendurchschnitt, siehe Grafik Gehaltsentwicklung, und sollen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fair und wertschätzend entlohnen.

In der Corona-Pandemie konnte, wie in der gesamten Branche, keine Anhebung der Gehälter erfolgen. Durch den weltweiten Lockdown war Studiosus gezwungen, von März 2020 bis Juni 2022 Kurzarbeit einzuführen. Um die finanziellen Einbußen der Mitarbeitenden durch das Kurzarbeitergeld abzufedern, zahlte Studiosus Aufstockungsbeträge zum Kurzarbeitergeld, die eine Verringerung der Nettolohnlücke von 2/3 bewirkten.

Die Zufriedenheit der Mitarbeitenden mit ihrem Gehalt zeigt die folgende Grafik (Werteskala von 1–10; 1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu). Die Zufriedenheit mit dem Gehalt in den Jahren der Kurzarbeit war mit Werten von 7,3 und 7,0 hoch. Die Aufstockungsbeträge zeigten ihre Wirkung. Im Jahr 2022 nahm die Zufriedenheit mit dem Gehalt infolge der gleichgebliebenen Gehälter seit Beginn der Pandemie mit gleichzeitig hoher Inflation ab. Die Unternehmensleitung reagierte darauf mit einer weiteren „Corona-Prämie“ als Sonderauszahlung sowie der Auszahlung einer Inflationsausgleichsprämie. Seit 2023 konnten die Gehälter der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, dank steigender Gästezahlen, deutlich angehoben werden, siehe Grafik Gehaltsentwicklung.

Bitte die eingefügte Grafik von Philip mit 3.000 € Basisgehalt verwenden. Philip schickt die Grafik noch separat.





Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 69%

Die Unternehmensleitung beteiligt nicht nur die Führungskräfte am Unternehmenserfolg, sondern auch die Mitarbeitenden. Die Führungskräfte erhalten eine Tantieme, die je nach Geschäftsentwicklung höher oder niedriger ausfällt. Bei den Mitarbeitenden orientiert sich die Höhe der Weihnachtsgratifikation als freiwillige soziale Leistung an der Entwicklung der Gästezahlen. Wie in der folgenden Aufstellung ersichtlich, bietet Studiosus seinen Mitarbeitenden zudem eine ganze Reihe von

weiteren freiwilligen sozialen Leistungen. Diese fördern ein starkes Gemeinschaftsgefühl und ein gutes Betriebsklima und verbessern die Mitarbeitendenbindung an das Unternehmen. Aber auch Geburtstagsgeschenke, der organisierte Betriebssport und die Teilnahme an Sport-Events, wie dem Münchner Firmenlauf, kommen bei den Mitarbeitenden gut an.

Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen im Jahr 2025	
Weihnachtsgratifikation	1.325.900 €
Inflationsausgleichsprämie	0 €
Urlaubsgeld (Anteilig für Teilzeitmitarbeitende)	279.700 €
MVV-Fahrtkostenerstattung	125.900 €
Zuschuss Vermögenswirksame Leistungen (auslaufend, Neuverträge in betrieblicher Altersvorsorge)	16.258 €
Zuschuss zur betrieblichen Altersvorsorge (für Mitarbeitende über der Geringfügigkeitsgrenze)	195.500 €
Betriebsausflug, Wiesn, Weihnachtsfeier, Abteilungsessen	111.900 €
Angebote zur Gesundheitsvorsorge sowie Aufwendungen für Kaffee und Tee am Standort	144.504 €
Kosten für private Reisebuchungen der Mitarbeitenden (Gesonderte Rabatte für Mitarbeitende unter 19 Wochenstunden)	32.200 €
Summe	2.231.862 €

Außerdem gibt es noch weitere Parameter, die die Arbeitgeberattraktivität beeinflussen: die Arbeitsplatzsicherheit, Vielfalt und Chancengleichheit, Work-Life-Balance sowie die Aus- und Weiterbildung.

Arbeitsplatzsicherheit

Wie die folgende Grafik zeigt, werden befristete Arbeitsverträge nur selten geschlossen, z. B. bei Überbrückung von Elternzeiten, wenn die Mitarbeitenden in Vollzeit wieder zurückkommen wollen.

			Geschlecht		Alter (in Jahren)				
	Jahr	Absolut	Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Unbefristete Verträge	2025	258	74%	26%	2%	16%	25%	45%	15%
	2024	254	72%	28%	2%	15%	28%	42%	13%
Befristete Verträge	2025	1	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%
	2024	1	0%	100%	0%	100%	0%	0%	0%

Nach Personen, ohne Auszubildende, Praktikanten und Aushilfen. Stand Ende Dezember 2025.

Vielfalt und Chancengleichheit

Für Studiosus arbeiten Menschen, die verschiedenen Kulturen, Religionen, Nationalitäten, Weltanschauungen und Altersgruppen angehören. Diese Vielfalt sieht das Unternehmen als Chance, denn

sie erweitert das Potenzial für Kreativität und Innovation und verbessert damit die Wettbewerbsfähigkeit. Zudem sorgt sie für mehr Toleranz und Offenheit.

Studiosus fördert die Gleichbehandlung von allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, unabhängig von Geschlecht, Herkunft oder Alter. Alle Mitarbeitenden werden jährlich zum "Allgemeinen Gleichbehandlungsgesetz (AGG)" informiert. Eine Beschwerdestelle ist eingerichtet. Studiosus sind keine Fälle bekannt, in denen Mitarbeitende diskriminiert wurden. Dies zeigt auch die Bewertung der Aussage "Bei Studiosus wird niemand wegen seiner Herkunft, Religion, seines Alters oder Geschlechts diskriminiert" im Rahmen der Mitarbeitendenbefragung 2025. Der Aussage wurde, wie in den Vorjahren, mit 9,4 auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu) zugestimmt.

Eine Überprüfung des Verhältnisses der Grundgehälter für Männer zu den Grundgehältern für Frauen findet jährlich statt und erfolgte zuletzt im Februar 2026. Die Überprüfung ergab, dass sich bei der Vergütung hinsichtlich des Geschlechts keine unterschiedliche Behandlung erkennen lässt.

Laut Statistischem Bundesamt lag der Anteil von Frauen in Führungspositionen in Deutschland im Jahr 2024 bei rund 29,1 %. Bei Studiosus liegt dieser Anteil im Jahr 2025 bei 44 % (2024: 39 %). Um die Anzahl der Frauen in Führungspositionen zu erhöhen bzw. Frauen die gleichen beruflichen Möglichkeiten einzuräumen wie ihren männlichen Kollegen, hat Studiosus unter anderem Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Familie und Beruf eingeführt.

Work-Life-Balance

Das Engagement von Studiosus findet bei den Mitarbeitenden Anerkennung, wie die Ergebnisse der Mitarbeitendenbefragung zum Thema "Familienfreundlichkeit" zeigen. Die Aussagen "In familiären Notsituationen unterstützt mich Studiosus angemessen" und "Ich kann Familie und Beruf gut miteinander vereinbaren" wurden 2025 mit 8,9 bzw. 8,8 (2024: jeweils 8,7) bewertet. (Die Werteskala reicht von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu).

Studiosus unterstützt Eltern auf vielfältige Weise. Beispielsweise werden Eltern finanziell gefördert, indem sie die Weihnachtsgratifikation auf eigenen Wunsch in einen Kindergartenzuschuss, welcher frei von Steuer- und Sozialabgaben ist, umwandeln lassen können. Zudem organisiert Studiosus seit 2010 üblicherweise am schulfreien Buß- und Bettag einen Kindertag mit umfangreichem Programm. Durch eine flexible Arbeitszeit mit Jahresarbeitskonten und Gleitzeit können sich die Mitarbeitenden ihre tägliche Arbeitszeit nach persönlichen Bedürfnissen bzw. betrieblichen Belangen selbst einteilen. Gegebenenfalls gibt es in einzelnen Abteilungen Telefonservicezeiten, zu denen das Team anwesend sein muss. Verbreitung flexibler Arbeitszeit: 100 % aller Mitarbeitenden im Jahr 2025. Des Weiteren ermöglicht Studiosus seinen Mitarbeitenden auf Wunsch, wo immer möglich, die Arbeitszeit zu verkürzen. Nicht zuletzt unterstützt die neue Betriebsvereinbarung, siehe Abschnitt zur Ausgestaltung von mobiler Arbeit, die Mitarbeitenden mit hoher Flexibilität. Verbreitung Teilzeitarbeit: 35 % aller Mitarbeitenden im Jahr 2025 (2024: 36 %)

			Geschlecht		Alter (in Jahren)				
	Jahr	Absolut	Frauen	Männer	bis 25	26-35	36-45	46-60	über 60
Vollzeit	2025	167	63%	37%	2%	20%	26%	43%	13%
	2024	169	61%	39%	3%	18%	28%	39%	13%
Teilzeit	2025	92	92%	8%	2%	9%	23%	48%	18%
	2024	86	93%	7%	1%	9%	27%	47%	14%

Nach Personen, ohne Auszubildende, Praktikanten und Aushilfen. Stand Ende Dezember 2025.

Ein weiteres Angebot seitens Studiosus sind Langzeitarbeitskonten. Überstunden können auf ein Langzeitkonto übertragen werden, anstatt diese abzubauen oder sich auszahlen zu lassen. Neben Altersteilzeit und vorgezogenem Ruhestand ist es auch möglich, über einen zuvor definierten und abgestimmten Zeitraum Teilzeit zu arbeiten. Im Jahr 2025 nutzten 22 % aller Mitarbeitenden (2024: 20 %) Langzeitkonten. Die Mitarbeitenden können zum Abbau ihres Guthabens auf dem Langzeitarbeitskonto eine Auszeit von der Arbeit nehmen. Diese Auszeit, das sogenannte Sabbatical, kann für drei bis zwölf Monate bei Nutzung des Langzeitkontos, ansonsten unbezahlt für maximal drei Monate beantragt werden. Im Jahr 2025 machten zwei Mitarbeitende ein Sabbatical (2024: 3). Studiosus bietet auch in umfangreichem Maße die Möglichkeit zu mobilem Arbeiten an, siehe Abschnitt zur Ausgestaltung von mobiler Arbeit.

Aus- und Weiterbildung

Weiterbildungsbedarf kann bei Studiosus auf verschiedene Weisen an die Personalentwicklung herangetragen werden: direkt von den Mitarbeitenden, von den Führungskräften oder über die jährlichen Zielvereinbarungen.

2025 hat Studiosus die im Vorjahr neu ausgerichtete Strategie der Personalentwicklung weiter ausgebaut, um vor dem Hintergrund der sich permanent verändernden gesellschaftlichen Anforderungen auch weiterhin den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die bestmöglichen Chancen zu geben, sich persönlich wie fachlich im Unternehmen weiterentwickeln zu können.

Weiterbildungen werden nicht nur in Form singulärer Maßnahmen angeboten, sondern vielmehr als ein kontinuierlicher Prozess gesehen, der längerfristig ausgerichtet und zugleich dynamisch an den jeweiligen Bedarf anpassbar ist. Zudem versteht Studiosus Personalentwicklung als Organisationsentwicklung mit dem Ziel einer gesunden, nachhaltigen und lernenden Organisation. Schwerpunkte sind daher nach wie vor die Führungskräfteentwicklung, die Durchführung, Umsetzung der Maßnahmen der psychologischen Gefährdungsbeurteilung und die Begleitung von (IT-) Projekten, wie z.B. das Studiosus-Informations-System (SIS) und das Projekt Grow (die Integration von Hauser Exkursionen).

Studiosus hat im Jahr 2025 einen starken Fokus auf das Thema ‚Mental Health' gelegt. Firmenweit wurde eine Kampagne gemeinsam mit der Münchner Agentur WE ARE MENTAL für alle Mitarbeitenden und Führungskräfte zum Thema mentale Gesundheit entwickelt und durchgeführt. Dabei wurden unter anderem die Themen Umgang mit hoher Arbeitsbelastung (Quantität) und Resilienz im Rahmen von Lunch & Learns und Workshops geschult.

Das 2024 installierte Lunch-&-Learn-Konzept wurde durch zahlreiche weitere Themen weiter vorangetrieben und zu einem sehr etablierten Format bei Studiosus entwickelt, das 2026 ebenfalls weitergeführt wird.

Auch im Jahr 2025 wurden Hospitationen von Mitarbeitenden bei Studiosus sehr gut angenommen. Hierbei ermöglichen wir interessierten KollegInnen, über den eigenen Tellerrand hinauszublicken und für eine Dauer von ca. 2 Stunden andere Geschäftsbereiche bei Studiosus kennenzulernen. Dies dient zum einen der persönlichen Wissenserweiterung, schafft auf der anderen Seite aber auch ein größeres Verständnis für Abläufe und Arbeitsweisen in anderen Abteilungen.

Ebenfalls 2025 haben wir bei Studiosus angefangen, den bestehenden Projekt-Management-Prozess zu betrachten und zu bearbeiten. Ziel ist eine effiziente und professionelle Steuerung und Umsetzung von Projekten bei Studiosus mit einem einheitlichen Vorgehen und Verständnis für alle Beteiligte. Teil dieses Prozesses wird auch eine Weiterentwicklung bestehender Mitarbeitender sein, notwendige Fähigkeiten zu erlangen, um in der neuen Projektlandschaft erfolgreich arbeiten zu können. Die Voraussetzungen hierfür wurden 2025 vorbereitet und werden 2026 weiter umgesetzt.

Ende 2025 hat Studiosus die Einführung des Betriebssystems Microsoft Windows 11 und von MS Office365 umgesetzt. Die Abteilung Aus- und Weiterbildung hat die KollegInnen von der ITK zunächst dabei unterstützt, ein Verständnis für die Herausforderungen einer solchen Veränderung zu erlangen und die notwendigen Unterstützungsmaßnahmen im Unternehmen zu platzieren.

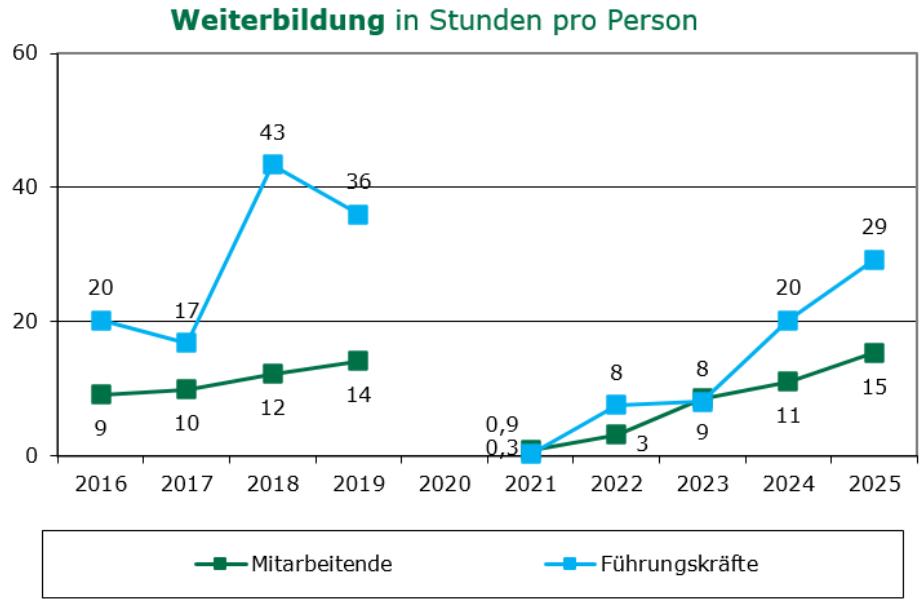
Unter Begleitung durch die Organisationsentwicklung und der Personalleitung wurde ein Shared-Leadership-Modell für den Bereich Touristik entwickelt und implementiert. Hierbei wurde auf allen Ebenen gearbeitet – von den Mitarbeitenden bis hoch in die Unternehmensleitung, um diesen Prozess erfolgreich zu initialisieren und umzusetzen. Ebenso wurde der diesjährige Führungskräfte-Workshop im November 2025 durch die Personal- und Organisationsentwicklung aktiv konzipiert und moderativ umgesetzt. Aus den Führungskräfte-Veranstaltungen lassen sich vor allem zwei Themen ableiten, die die Personal- & Organisationsentwicklung die nächsten Monate und Jahre beschäftigen werden: Das weitere Begleiten des Generationenwechsels und das Vorantreiben von unternehmerischer und strategischer Verantwortungsübernahme durch die Führungskräfte.

Die verpflichtenden Unterweisungen zu den Themen IT-Nutzung, Cyber Security und Datenschutz werden über die Lernplattform SoSafe abgebildet. Dieses Angebot wird 2026 um Schulungen zu den Themen Antidiskriminierung, Compliance, Arbeitssicherheit u.ä. ausgebaut.

Weiterhin gibt es regelmäßig wiederkehrende Seminarangebote, u. a. diverse Fachtrainings in verschiedenen Abteilungen oder Kommunikations- und Verkaufstrainings im Servicebereich, für die Auszubildenden oder Touristik. Darüber hinaus wird das Seminar- und Qualifizierungsangebot bedarfs- und zielgruppenorientiert gestaltet. Das Onboarding der neuen Mitarbeitenden und Auszubildenden wird standardmäßig durch spezielle Schulungen und Veranstaltungen im Rahmen einer Einführungsrunde begleitet und ständig weiterentwickelt, damit sie das Unternehmen und die Unternehmenskultur gleich von Beginn an kennenlernen und mit den Abläufen vertraut werden.

2023 fanden für alle Mitarbeitenden bei Studiosus 153, im Jahr 2024 bereits wieder 219 Veranstaltungen statt. 2025 waren es 256 Veranstaltungen.

Eine Aufteilung der Weiterbildungsstunden pro Person zeigt die folgende Grafik.



Im Rahmen der nachhaltigen Personalpolitik stellt Studiosus jedes Jahr Ausbildungsplätze zur/zum **Tourismuskauffrau/-mann mit Schwerpunkt Reiseveranstaltung** zur Verfügung. Das Angebot einer beruflichen Ausbildung bei Studiosus stellt sicher, dass auch in Zukunft qualifizierte Mitarbeitende im Unternehmen beschäftigt werden können. Aktuell sind 24 Auszubildende beschäftigt (Ausbildungsquote 2025: 8 %, 2024: 7 %).

Inhaltsübersicht

4.4 Reiseleitende

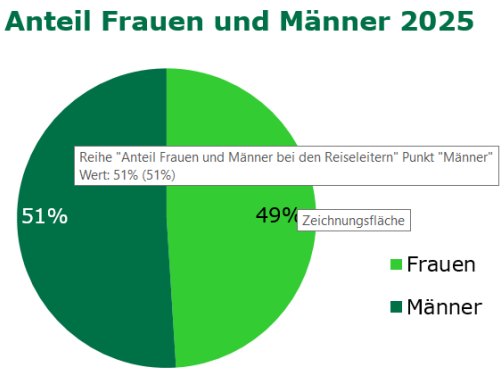
Die "Visitenkarte" des Unternehmens sind die Studiosus-Reiseleiterinnen und Studiosus-Reiseleiter. Sie leisten einen entscheidenden Beitrag für die Qualität der Reisen und nehmen daher eine besondere Stellung im Unternehmen ein.

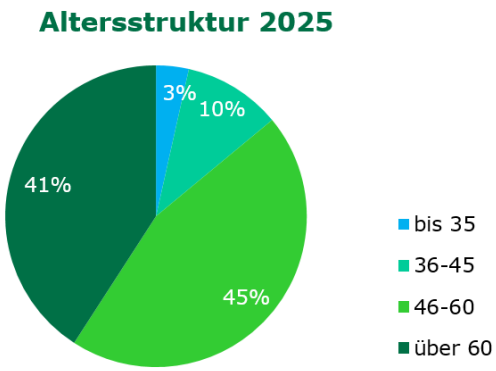
Studiosus-Gäste möchten ihr Reiseziel in allen Facetten und mit allen Sinnen erleben. Die Studiosus-Reiseleiterinnen und -Reiseleiter bieten dafür die besten Voraussetzungen. Sie kennen "ihr Land" hervorragend und führen ihre Reisen mit Begeisterung. Sie verstehen es, ihr umfangreiches Wissen über Land und Leute in spannende Geschichten zu packen. Aber sie lassen die Einheimischen auch selbst erzählen – auf organisierten Begegnungen mit zum Beispiel Winzern, Nonnen oder Künstlern. Wie man Menschen zusammenbringt, dafür haben sie einfach ein Gespür. Studiosus-Reiseleitende sind Vermittler zwischen den Kulturen, kümmern sich um den reibungslosen Ablauf der Reise und sorgen dafür, dass die Reisegruppe zur richtigen Zeit am richtigen Ort ist – sei es zum Sonnenuntergang auf den Dünen am Rande der Sahara oder wenn gregorianische Gesänge in einer Kathedrale erklingen. Auch die Sicherheit der Gäste haben sie immer im Auge.

Vielfalt bei den Studiosus-Reiseleitenden

Das Geschlechterverhältnis ist annähernd ausgeglichen (siehe Grafik) und steht im Gegensatz zu dem sonst in der Tourismusbranche deutlich höheren Frauenanteil.

Der jüngste Reiseleiter ist 24 Jahre alt und der älteste Reiseleiter 81. Wie sich die Altersstruktur insgesamt darstellt, zeigt die nachfolgende Grafik.





Bei den Studiosus-Reiseleitenden sind verschiedene Nationalitäten vertreten: 58 % der Reiseleitenden haben eine andere Staatsbürgerschaft als die deutsche.

Die Gehälter der unbefristet angestellten Reiseleitenden werden vom Betriebsrat, der neben den Mitarbeitenden am Unternehmenssitz auch die unbefristet angestellten Reiseleitenden vertritt, jährlich geprüft. Die Überprüfung ergab im Dezember 2024 erneut, dass das Geschlecht hinsichtlich der Bezahlung keine Rolle spielt. Die Zufriedenheit der Reiseleitenden mit dem Honorar lag 2025 bei 6,9 (2024:6,4). Bewertet wurde die Aussage "Studiosus zahlt gutes Honorar" auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu).

Der Weg zu Studiosus

Studiosus veranstaltet Reisen auf einem hohen Niveau. Um die vielfältigen Aufgaben zu erfüllen, werden die Reiseleitenden sorgfältig ausgesucht, aus- und weitergebildet. Die Abteilung Tour Guide Recruiting & Training führt jedes Jahr zahlreiche Veranstaltungen im In- und Ausland durch, um die Reiseleitenden optimal auf ihre Tätigkeit vorzubereiten und kontinuierlich zu unterstützen.

Angesichts der sich in den letzten Jahren zunehmend verändernden Rahmenbedingungen wurde das Auswahl- und Ausbildungssystem für neue Reiseleitende seit 2021 inhaltlich und strukturell angepasst, modularer und flexibler und damit attraktiver für die Bewerber gestaltet. Oberstes Ziel ist weiterhin, die hohe Qualität der Studiosus-Reiseleitenden zu wahren.

Das System der Auswahl, Aus- und Weiterbildung der Studiosus-Reiseleitenden ist Teil des Qualitätsmanagementsystems, welches seit 1998 nach DIN EN ISO 9001 zertifiziert ist. Jährlich unterzieht eine unabhängige Institution diesen Prozess einer Qualitätsprüfung. Studiosus ist der einzige Studienreiseveranstalter in Europa, der ein solches Zertifikat zur Auswahl, Aus- und Weiterbildung seiner Reiseleitenden vorweisen kann.

Die Auswahl

Seit 2022 können sich Interessenten auf einer speziellen **Jobseite für Reiseleitende** umfassend über das Berufsbild und die Anforderungen der Tätigkeit als Studiosus-Reiseleitende informieren und online bewerben.

Nach einer Bewerbung stellen die Kandidaten ihr Wissen, ihre Landeskenntnisse und ihre persönliche Eignung in einem ausführlichen Vorstellungsgespräch unter Beweis. Die Anforderungen an die Bewerber sind sehr hoch. Studiosus erwartet, neben den oben genannten Fertigkeiten, ein Hochschulstudium oder langjährige Erfahrung im Bereich der Studienreiseleitung. In einigen Ländern ist zusätzlich eine örtliche Reiseleiterlizenz erforderlich. Soziale Kompetenz, Organisationstalent, Begeisterungsfähigkeit und eine positive Ausstrahlung sind ebenfalls Voraussetzung.

Die Ausbildung

Beim anschließenden mehrtägigen Seminar „Reiseleitung bei Studiosus“ werden in einem ersten Schritt die geeigneten Kandidaten durch praxisbezogene Übungen ausgewählt. Im zweiten Teil des Seminars erlernen sie das Handwerkszeug eines Studiosus-Reiseleitenden: Die Kombination aus Wissensinhalten und praktischen Übungen spiegelt die realen Bedingungen auf einer Studiosus-Reise wider, sodass die Kandidaten ideal auf ihren künftigen Reiseleiteralltag vorbereitet werden. Sie machen Probeführungen und werden mit typischen Situationen auf der Reise konfrontiert.

Schulungsinhalte, die keiner Präsenzvermittlung bedürfen, werden den Kandidatinnen und Kandidaten seit 2022 in Online-Modulen zur Verfügung gestellt. Alle Online-Einheiten müssen vor der ersten eigenen Reise erfolgreich absolviert werden. Die Erfolgskontrolle erfolgt mittels Prüfungsfragen. Ziel der ergänzenden Online-Einheiten ist es, den Ausbildungsprozess für die Kandidaten flexibler und ortsunabhängiger zu gestalten und den hohen Qualitätsstandard zu wahren.

Einweisungsreise

Im nächsten Schritt begleiten die Neuen einen erfahrenen Reiseleitenden auf einer Reise: Sie übernehmen die Gestaltung und Organisation eines kompletten Reisetages, um das Gelernte umzusetzen. Der versierte Kollege vermittelt ihnen wichtige Details, nicht nur zu den organisatorischen und inhaltlichen Anforderungen einer Studiosus-Reise, sondern auch zu den speziellen Erwartungen der Gäste. Ihre Erfahrungen halten die neuen Reiseleitenden in einem umfassenden Bericht fest, der ihnen anschließend als Logbuch dient.

Premierenreise

Sind all diese Schritte erfolgreich absolviert, geht es nach weiterer persönlicher Vorbereitung auf die erste eigene Reise, auf der bei Bedarf ein erfahrener Kollege telefonisch beratend zur Seite steht. Wieder zurück, führen die Ausbilderinnen und Ausbilder mit den neuen "Studiosi" ein ausführliches Feedback-Gespräch zum Verlauf der Reise und prüfen gemeinsam mögliche Optimierungen.

Aufbau-Seminar

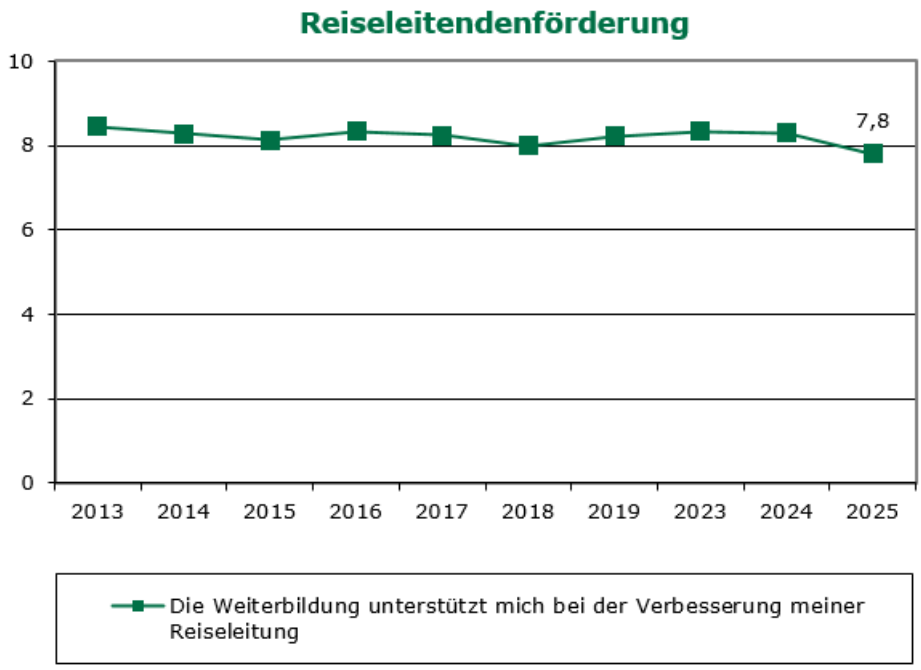
Haben die neuen Reiseleitenden ihre erste Saison erfolgreich abgeschlossen, lädt Studiosus sie zu einem Aufbau-Seminar ein, das abschließender Teil der internen Qualifikation ist. Bei diesem mehrtägigen Seminar tauschen sie ihre Erfahrungen aus und klären weitere Fragen zur Reiseleiter-Praxis. Daneben geht es schwerpunktmäßig um eine abwechslungsreiche Methodik und Didaktik bei der Vermittlung von Reiseinhalten.

Kontinuierliche Weiterbildung

Da sich die Erwartungen und die Wünsche der Reisegäste ändern und immer wieder neue Herausforderungen und Anforderungen entstehen, bildet Studiosus alle Reiseleitenden regelmäßig weiter. Ein breites Angebot an Weiterbildungsthemen aus den Bereichen Naturkunde, Politik & Soziales, Kunst & Kultur, Methodik & Technik der Reiseleitung und den aktuellen Entwicklungen bei Studiosus steht den Reiseleitenden in unterschiedlichen Veranstaltungsformaten zur Verfügung. Neben den klassischen Präsenzseminaren ergänzen heute virtuelle Formate – Web-Seminare und E-Lectures – den Veranstaltungskalender. Je nach Thema und Kreis der Teilnehmenden wählt Studiosus das geeignete Veranstaltungsformat und stellt so sicher, dass möglichst viele der Reiseleitenden weltweit von den Weiterbildungen profitieren. Im Falle der Web-Seminare werden vielfach Videomitschnitte auf dem Studiosus-Reiseleiterportal dauerhaft zur Verfügung gestellt. Dieses umfangreiche Weiterbildungsangebot für Reiseleitende ist einzigartig in Europa.

Zufriedenheit mit der Förderung

Die Ergebnisse der Reiseleiterbefragung 2025 zeigen, dass die Reiseleitenden mit der Unterstützung durch die Studiosus-Weiterbildung zufrieden sind (siehe Grafik, Werteskala von 1 bis 10; 1 bedeutet, dass sie der Aussage "ganz und gar nicht" zustimmen, und 10 bedeutet, sie stimmen der Aussage "voll und ganz" zu). Mit Inhalten und Qualität der einzelnen durchgeführten Weiterbildungsveranstaltungen sind die Reiseleitenden besonders zufrieden, was die hohen Positivwerte der Seminarbeurteilungen belegen. Das Ergebnis zeigt, dass Studiosus mit dem Konzept der verschiedenen Veranstaltungen und Seminare seine Reiseleitenden bei ihren vielfältigen Aufgaben zielführend unterstützt und fördert.



Durchschnittliche Rücklaufquote 2013-2025: 40 %

Vom Reiseleitenden in die Unternehmensleitung

Bewährte Reiseleitende haben bei Studiosus attraktive Weiterentwicklungschancen. Sie können auf Wunsch und je nach Fähigkeiten neue Länder und Reisevarianten führen oder als Ländermentoren bei der Entwicklung neuer Reisen mitwirken. So manche Mitarbeitende in der Studiosus-Zentrale – von Area Managern über Mitarbeitende der Tour-Guide-Abteilung bis hin zu Mitgliedern der Unternehmensleitung – haben ihre Karriere bei Studiosus als Reiseleiterin oder Reiseleiter begonnen. Mehr als 50 % der Führungskräfte in der touristischen Produktion sind ehemalige Studiosus-Reiseleitende.

Im Dialog miteinander

Rückmeldungen durch die Reiseleitenden

Die Reiseleitenden spielen eine wichtige Rolle, wenn es um die Qualität der Reisen geht. Nach jeder Reise berichten sie über die einzelnen Leistungsbestandteile der Reise und bewerten diese, beispielsweise die genutzten Verkehrsmittel. Somit erfährt Studiosus aus erster Hand von der Qualität der erbrachten Leistung. Bei etwaigen Mängeln können sofort Verbesserungsmaßnahmen eingeleitet werden. Durch den ständigen Kontakt mit den Gästen erfahren die Reiseleitenden zudem, welche Wünsche die Kundinnen und Kunden haben und was sie in Zukunft von den Studiosus-Reisen erwarten. In dem Bericht informieren die Reiseleitenden das Unternehmen auch über diese Wünsche. Die Berichterstattung erfolgt in Form einer online-Abfrage, die die Reiseleitenden digital an Studiosus übermitteln. Die Daten können somit destinations- und reisespezifisch gesammelt und ausgewertet werden. Dieses kontinuierliche Monitoring hilft, die hohe Qualität der Reisen und die Zufriedenheit der Gäste sicherzustellen.

Feedback-Kultur

Die Beurteilungen der Gäste zu jedem einzelnen Reiseleitenden analysiert die Tour-Guide-Abteilung zeitnah nach jeder Reise und über längere Zeiträume. Daraus ergibt sich ein ausführliches Feedback sowohl über positive als auch über negative Entwicklungen. Werden in bestimmten Bereichen Verbesserungsmöglichkeiten deutlich, erhalten die Reiseleitenden ein entsprechendes Weiterbildungsangebot. Auch individuelle Coaching-Gespräche gehören zum intensiven Kontakt zwischen der Fachabteilung und ihren Reiseleitenden.

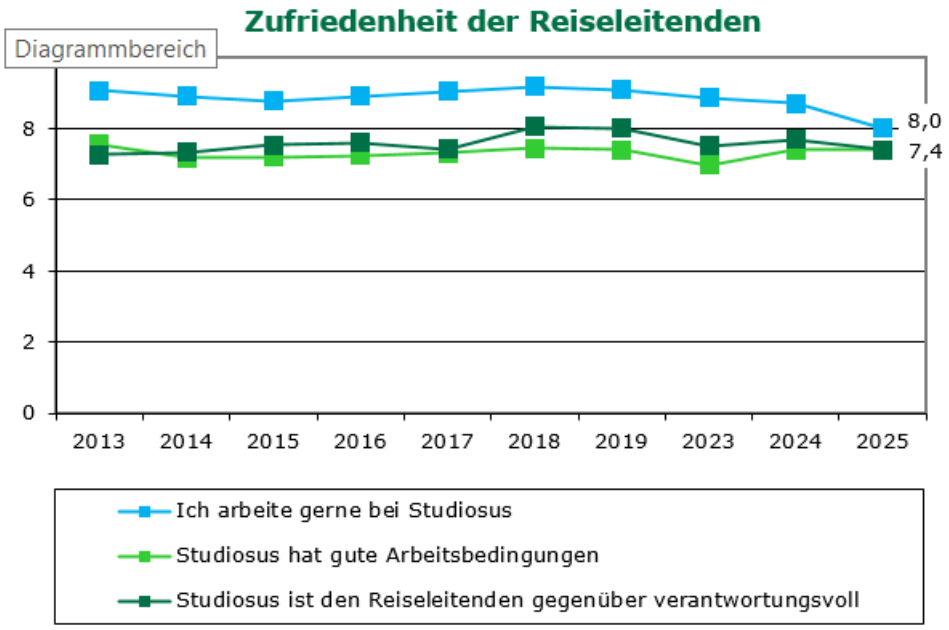
Reiseleiter-Portal

Das interne Reiseleiter-Portal dient als wichtige Informations- und Weiterbildungsquelle für Studiosus-Reiseleitende. Hier finden sie das komplette Weiterbildungs- und Seminarangebot sowie Texte, Links und Downloads zu reiserelevanten Themen. Unter der Rubrik "Webcasts & Tutorials“ stehen zahlreiche Online-Lehreinheiten zur Verfügung, die es den Reiseleitenden ermöglichen, sich zeit- und ortsunabhängig fortlaufend weiterzubilden.

Zufriedenheit der Reiseleitenden

Die Zufriedenheit der Reiseleitenden mit den Arbeitsbedingungen ist Studiosus sehr wichtig. Ein positives Arbeitsverhältnis wirkt sich nicht nur positiv auf die Motivation und Leistungsbereitschaft aus, sondern trägt auch dazu bei, die hohen Ansprüche der Gäste zu erfüllen. Um die Zufriedenheit der Reiseleitenden zu messen, gibt Studiosus ihnen jedes Jahr die Möglichkeit, anonym mittels eines teilstandardisierten Fragebogens ihre Einstellung zum Unternehmen, zum Markt und zur eigenen Arbeitssituation mitzuteilen. Pandemiebedingt hat es von 2020 bis 2022 keine Befragung gegeben.

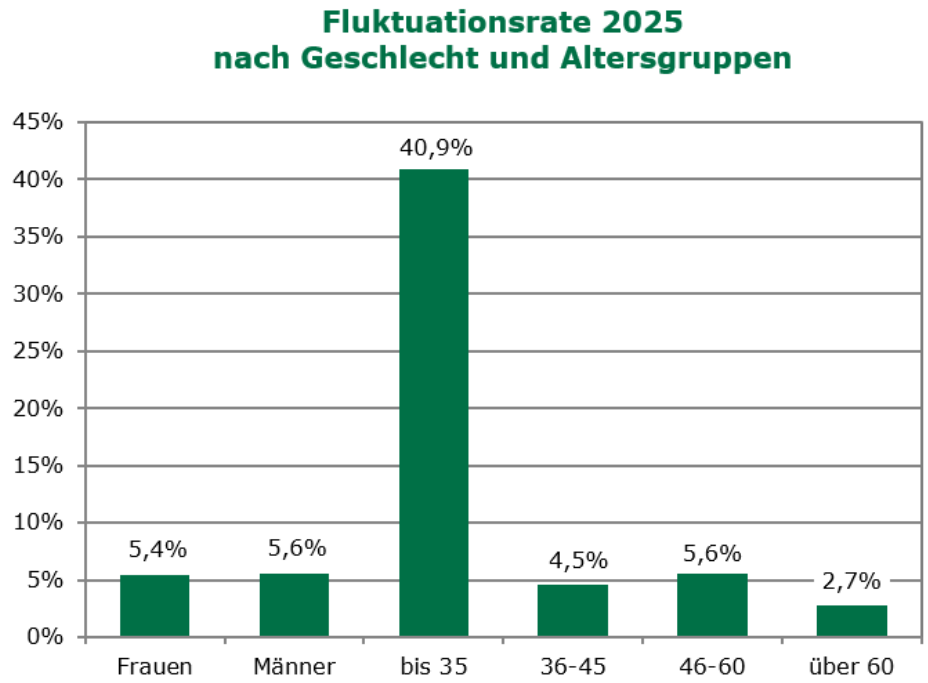
Die Ergebnisse der letzten Befragung für 2025 zeigt die nachstehende Grafik. Die Zufriedenheit der Reiseleitenden zeigt sich auch in der langen Zeit, die viele Reiseleitende bereits für Studiosus tätig sind. 57 % der Reiseleitenden sind dem Unternehmen bereits seit über zehn Jahren treu. Durchschnittlich arbeiten die aktiven Reiseleitenden seit 16 Jahren für Studiosus.



Durchschnittliche Rücklaufquote 2013-2025: 40 %

Fluktuationsrate

Die Fluktuationsrate lag bei den Reiseleitenden im Jahr 2025 bei 6 % (2024: 6%). Die Fluktuationsrate der Mitarbeitenden am Standort lag bei 7 % (2024: 9 %). Die nachfolgende Grafik zeigt die Fluktuationsrate der Reiseleitenden nach Geschlecht und Altersgruppen auf.



Gesundheit, Sicherheit und Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Reisemedizinische Vorsorge

Studiosus bietet seinen Reiseleitenden eine umfassende reisemedizinische Vorsorge an, die alle nutzen können, sofern sie in medizinische Risikogebiete reisen. Für alle Reiseleitenden ist es Pflicht, diese mindestens einmal im Jahr, jedoch spätestens vor Beginn der ersten Reise in ein medizinisches Risikogebiet im neuen Jahr, wahrzunehmen. Studiosus kommt damit seiner Pflicht als Arbeitgeber zur gesundheitlichen Fürsorge gegenüber seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern nach und sorgt dafür, dass arbeitsbedingten Erkrankungen vorgebeugt wird. Die reisemedizinische Vorsorge wird durch einen Betriebsarzt durchgeführt. Der Erstkontakt findet telefonisch statt. Hierbei erfragt der Betriebsarzt eventuelle Grunderkrankungen sowie den Impfstatus einschließlich Auffrischungen. Studiosus geht über die gesetzliche Forderung hinaus und bietet die reisemedizinische Vorsorge allen Mitarbeitenden an, die auf Dienstreisen gehen, und allen Reiseleitenden, unabhängig von der Anzahl der Einsatztage.

Eine arbeitsmedizinische Untersuchung wird gefordert, wenn Mitarbeitende dienstlich veranlasst häufiger oder insgesamt mehr als drei Monate pro Jahr in klimatisch belastende Gebiete reisen. Der Betriebsarzt kann in solchen Fällen weitergehende Untersuchungen festsetzen. Dafür ist ein persönliches Erscheinen bei ihm erforderlich. Hierfür hat Studiosus eine Liste mit ausgewählten, reisemedizinischen Praxen in mehreren Städten zusammengestellt. Sollten diese für die Reiseleitenden nicht erreichbar sein, können sie in eine Praxis ihrer Wahl gehen. Die Kosten für die reisemedizinische Vorsorge sowie für eine vorgeschriebene oder vom Betriebsarzt empfohlene Impfvorsorge trägt Studiosus. Zudem erhalten die Reiseleitenden vor jeder Reise spezifische Sicherheits- und Gesundheitshinweise zu ihrem Reiseland.

Rücksichtnahme bei der Disposition

Auf die gesundheitliche Verfassung der Reiseleitenden sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie wird bei der Disposition Rücksicht genommen. Dies war vor allem in der Pandemiezeit ein besonders wichtiges Kriterium. Das Ziel ist, die Einsatzplanung immer zur Zufriedenheit der Reiseleiterinnen und Reiseleiter zu gestalten. Die Reiseleitenden beurteilen die Kommunikation mit der zuständigen Abteilung 2025 mit einem Wert von 7,6 (2024: 8,5) auf einer Skala von 1 bis 10 als sehr positiv.

Gesundheit und Entspannung auf Reisen

Im Rahmen eines umfangreichen Seminarangebots für Reiseleitende bietet Studiosus auch Seminare zum Thema Gesundheit auf Reisen sowie zum Ressourcenmanagement an, in denen die Reiseleitenden Tipps bekommen, wie sie während der Reisen die freie Zeit effektiv nutzen können, um sich zu entspannen. In dem Seminar zum Thema Gesundheit auf Reisen, das von einem reiseerfahrenen Arzt durchgeführt wird, lernen die Reiseleitenden nicht nur, wie sie ihren Gästen bei gesundheitlichen Problemen helfen können oder Erste Hilfe leisten, sondern auch, wie sie bei sich

selbst Krankheiten rechtzeitig erkennen und richtig damit umgehen. Zudem bekommen sie Tipps für ihre Reiseapotheke.

Sicherheit

Von dem hohen Sicherheitsstandard, den Studiosus seinen Gästen auf Reisen bietet, profitieren auch die Reiseleiterinnen und Reiseleiter. Im Jahr 2025 gab es insgesamt acht Unfälle (2024: 2). Dies entspricht 41 Unfällen pro eine Million Arbeitsstunden (2024: 10). Meist handelt es sich nur um leichte Unfälle, wie z. B. Verstauchungen und/oder Fuß- und Handbrüche, die durch Straucheln oder Stolpern auf nassen Steinen, über Türschwellen, Verkehrspoller oder Unebenheiten zustande kommen.

EU-Dienstleistungsrichtlinie

Seit 2005 gibt es eine Dienstleistungsrichtlinie in der Europäischen Union (EU), die allen Studienreiseleitenden aus EU-Mitgliedsländern eine temporäre Ausübung ihrer Tätigkeit in allen Mitgliedsstaaten erlaubt: **Directive 2005/36/EC**. Eine Umsetzung der Richtlinie in allen EU-Ländern ist ein wesentlicher und entscheidender Schritt zu einer Verbesserung der Arbeitsmöglichkeiten der Studiosus-Reiseleitenden und damit zu einer Qualitätsoptimierung der Reisen. Dafür setzt sich Studiosus seit Jahren intensiv auf verbandspolitischer und politischer Ebene ein.

Inhaltsübersicht

4.5 Kundinnen und Kunden

Zufriedene Kundinnen und Kunden

"Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden" – so lautet eines der fünf Unternehmensziele. Dass Studiosus bei der Umsetzung dieses Ziels sehr erfolgreich ist, zeigen die hervorragenden Werte in den Beurteilungsbögen nach der Reise. Beispielsweise gaben dort 2025 94 % der Gäste an, Studiosus als Reiseveranstalter weiterempfehlen zu können. Auch einzelne Reiseaspekte werden sehr gut bewertet. So gaben 2025 knapp 96 % der Gäste im Beurteilungsbogen an, dass ihre Erwartungen bezüglich des Reiseverlaufs erfüllt oder übertroffen wurden, in Bezug auf die Reiseleitung lag dieser Wert ebenfalls bei 96 %. Weitere Informationen finden sich im Kapitel **3.6 "Qualität der Reisen"**.

Die Studiosus-Gäste

Studiosus kann sich über einen hohen Stammkundenanteil freuen: 74 % der Gäste, die im Jahr 2025 mit Studiosus gereist sind, hatten zuvor bereits eine oder mehrere Studiosus-Reisen unternommen. Studienreisen sind bei Studiosus-Gästen eine beliebte Reiseform: Über 33 % der Gäste unternehmen nach eigenen Angaben einmal jährlich eine Studienreise, 24 % der Gäste sogar mehrmals im Jahr. Der Neukundenanteil lag 2025 bei 26 %. Neukunden werden vor allem durch Freunde und Bekannte, durch Recherchen im Internet oder eine Beratung im Reisebüro auf Studiosus aufmerksam.

Studiosus-Gäste sind nicht nur qualitätsbewusst, sondern auch sensibel für Thematiken der Nachhaltigkeit. Interne Marktforschungsergebnisse zeigen, dass sie dem Thema offener gegenüberstehen als andere Reisende. Im Rahmen einer von Studiosus durchgeführten Nachhaltigkeitsbefragung der Kundinnen und Kunden im Jahr 2022 stimmten 91 % der Befragten (n = 1200) folgender Aussage zu: „Mein Urlaub soll möglichst sozialverträglich sein (faire Arbeitsbedingungen und Respektieren der einheimischen Bevölkerung)“. Der Aussage „Mein Urlaub soll möglichst ökologisch verträglich, ressourcenschonend und umweltfreundlich sein“ stimmten 74 % der Befragten zu.

Mit Studiosus reisen mehr Frauen als Männer. Die Gäste kommen hauptsächlich aus Deutschland, Österreich und der Schweiz und aus allen Berufs- und Altersgruppen. Ausgerichtet sind die Reisen auf die Interessen von 45- bis 65-Jährigen. Mit der Produktlinie Studiosus smart & small können noch gezielter Berufstätige angesprochen werden, deren Ansprüche an Erholung und Regeneration stärker ausgeprägt sind.

Da wir weder im öffentlichen Raum noch bei den Transportmitteln und Unterkünften durchgängig Barrierefreiheit garantieren können, sind unsere Reisen für Menschen mit eingeschränkter Mobilität nicht geeignet. Studiosus berät seine Gäste hierzu - sowie zu anderen Behinderungen oder Handicaps – mit einem Inklusionsteam individuell und hat dafür eine eigene **Inklusionshotline** eingerichtet.

Im Dialog mit den Kundinnen und Kunden

Um zu erfahren, welche Wünsche und Ansprüche die Gäste bezüglich einer Reise haben, befragt Studiosus alle Kundinnen und Kunden nach der Reise und tauscht sich mit ihnen darüber hinaus regelmäßig im Kundenbeirat sowie in Kundenforen aus.

Kundenbeirat

Einmal jährlich findet der sogenannte Kundenbeirat statt, bei dem erfahrene und vielgereiste Studiosus-Gäste im Rahmen einer Gruppendiskussion die Möglichkeit haben, der Unternehmensleitung direkt Feedback zu geben. Der Teilnehmerkreis bleibt dabei von Jahr zu Jahr weitgehend konstant. Neben einem offenen Feedback werden aktuelle Themen rund um die Reiseangebote, deren Ausschreibung und zum Service besprochen.

Kundenforen

Zudem gibt es das Format der Kundenforen. Diese sind ebenfalls Gruppendiskussionen der Unternehmensleitung mit Studiosus-Gästen, jedoch mit einem wechselnden Teilnehmerkreis, der abhängig von den aktuellen Gesprächsthemen ist. Das können zum Beispiel Erstreisende, Wanderreisende oder Gäste von Studiosus smart & small sein. Auch hier wird ein offenes Feedback gewünscht und es werden zusätzlich aktuelle und zielgruppenspezifische Themen besprochen. Im Februar und März 2025 fanden ein Kundenbeirat und ein Kundenforum mit Erstreisenden in München statt.

Kundenbefragung

Um die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden mit den Reisen zu ermitteln, bekommt jeder Gast nach der Reise einen Beurteilungsbogen von den Reiseleitenden überreicht, über den er die Möglichkeit hat, Studiosus seine Meinung mitzuteilen. Abgefragt werden verschiedene Aspekte zum Reiseverlauf, Reiseprogramm, Reiseleitende, Beförderung, zu den Hotels, der Reiseanmeldung und den Reiseunterlagen. Zudem möchte Studiosus von seinen Kundinnen und Kunden wissen, inwieweit die Reise aus ihrer Sicht umweltschonend und sozial verantwortlich durchgeführt wurde. Mit einem Rücklauf von 60 % (Stand 15.1.2026) sind die Ergebnisse seit vielen Jahren repräsentativ und aussagekräftig. Die Kommentare der Kundinnen und Kunden auf den Fragebögen geben Studiosus immer wieder neue Impulse und zeigen Verbesserungsmöglichkeiten auf.

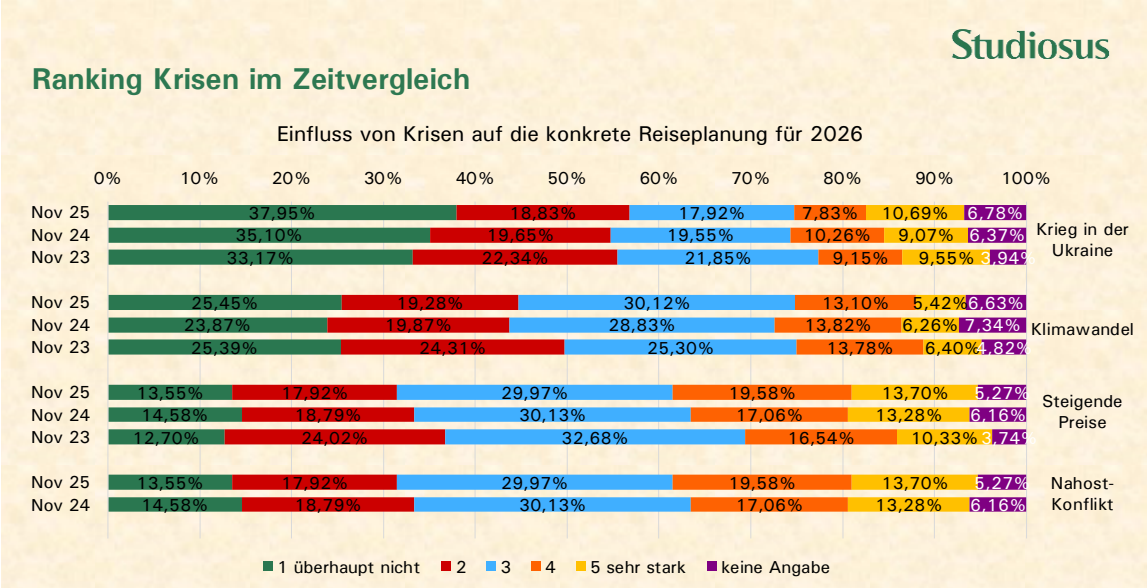
Mehr zu den Ergebnissen der Kundenbefragung kann in folgenden Kapiteln nachgelesen werden:

- **3.6 "Qualität der Reisen"**
- **5.1 "Sozial verantwortliches Reisen"**
- **6.4 "Umweltschutz auf Reisen"**

Kundenbefragung seit den Pandemiejahren

Während der Corona-Pandemie verloren die bewährten Prognoseinstrumente zwischenzeitlich an Bedeutung. Staatliche Maßnahmen und eine große pandemiebedingte Verunsicherung prägten die Reiseentscheidungen maßgeblich. Um die unternehmensinterne Krisenpolitik auf die Kundenwünsche auszurichten und verlässliche Prognosen zu erstellen, wurde ein neues Instrument eingeführt. Seit September 2020 werden die Studiosus-Gäste mehrmals pro Jahr zu ihren Reiseplanungen und Einstellungen zu den unterschiedlichen Krisen befragt.

Per Zufallsstichprobe werden 5000 Kundenadressen ermittelt und mit einem Fragebogen per Post angeschrieben. Der Rücklauf schwankt zwischen 700 und 1200 Fragebögen.



Kundenschreiben

Studiosus erhält von den Gästen zahlreiche Briefe und E-Mails nach den Reisen. Neben Reklamationen sind darunter auch viele Schreiben, in denen auf Verbesserungsmöglichkeiten hingewiesen wird. Diese werden geprüft und gegebenenfalls umgesetzt.

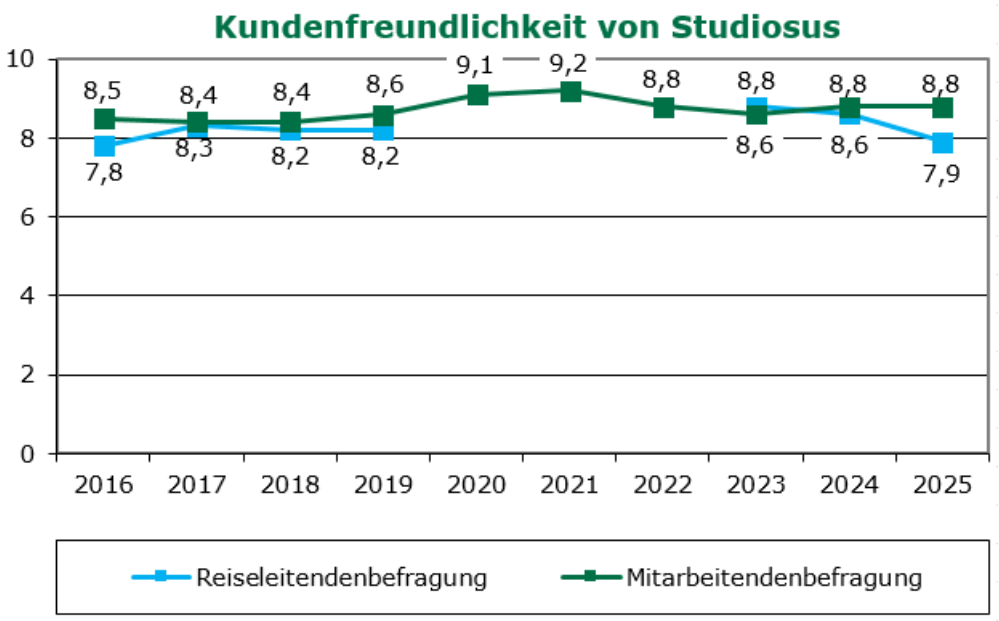
Kundenbedürfnisse

Bei der Planung der Reisen muss Studiosus die verschiedensten Kundenbedürfnisse berücksichtigen, die oftmals gegensätzlicher Natur sind.

Studiosus bietet viele verschiedene Studienreise-Varianten und Produktlinien an, um möglichst viele Kundenbedürfnisse befriedigen zu können. Die Palette reicht von Naturerlebnis- über Preiswert- und Expeditionsreisen bis hin zu Reisen mit Muße. Zudem bietet der Marktführer attraktive studienreisennahe Angebote wie Eventreisen, Reisen für Singles und Familien, Städtereisen und mit der Produktlinie Studiosus smart & small auch spezielle Urlaubsangebote für alle, denen Badeurlaub zu langweilig und eine Studienreise nicht entspannt genug ist.

Verhalten gegenüber Kundinnen und Kunden

Ein freundliches, zuvorkommendes und verständnisvolles Verhalten gegenüber Kundinnen und Kunden ist Studiosus ein großes Anliegen. Studiosus nimmt daher alle Gäste sehr ernst und betreut sie individuell. Auch die Mitarbeitenden und Reiseleitenden werden jährlich zur Kundenfreundlichkeit von Studiosus befragt. Sie können auf einer Werteskala von 1 bis 10 ihre Bewertung abgeben. 1 bedeutet, dass sie der Aussage "ganz und gar nicht" zustimmen, und 10 bedeutet, sie stimmen der Aussage "voll und ganz" zu. Die Ergebnisse der Mitarbeitenden- und Reiseleitendenbefragung zeigt die nachfolgende Grafik.



Mitarbeitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 69 %
Reiseleitende: Durchschnittliche Rücklaufquote 2016-2025: 34 %

Pandemiebedingt fand in den Jahren 2020 bis 2022 keine Reiseleitendenbefragung statt.

Wie Studiosus sich gegenüber seinen Gästen verhalten will, ist zudem im **Unternehmensleitbild** unter Kapitel 6 Verhaltensgrundsätze festgelegt.

Datenschutz

Studiosus verarbeitet personenbezogene Kundendaten ausschließlich zur Reisedurchführung, Vertragsabwicklung, Kundenbetreuung und zu Werbezwecken im Rahmen der eigenen Kundenpflege. Der Verwendung zu Werbezwecken kann jederzeit widersprochen werden (Art. 21 Abs. 2 DSGVO). Wie für die Ausübung der weiteren Rechte (Art. 15 bis 20 DSGVO) ist eine kurze Mitteilung ausreichend.

Gäste werden darauf hingewiesen, dass Studiosus bei der Datenverarbeitung durch externe Dienstleister unterstützt wird. Diese Daten werden unter Beachtung der Bestimmungen für Auftragsverarbeiter nach Art. 28 DSGVO verarbeitet; vertraglich werden entsprechende Verpflichtungen mit den Auftragsverarbeitern vereinbart.

Alle notwendigen Vorkehrungen zur Datensicherheit werden getroffen. Die Grundsätze für die Verarbeitung personenbezogener Daten (Art. 5 DSGVO) werden befolgt. Ein Datenschutzbeauftragter ist benannt.

Inhaltsübersicht

4.6 Hotels, Zielgebietsagenturen und Transportunternehmen

Studiosus kommt seiner Verpflichtung zur Einhaltung der von den Vereinten Nationen festgelegten Kriterien zu Menschenrechten, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Antikorruption (UN-Global-Compact-Kriterien) nach. Es ist Studiosus wichtig, dass seine Geschäftspartner ihre Tätigkeiten ebenfalls an diesen Werten ausrichten.

Daher enthalten alle Verträge mit Hotels, Agenturen und Transportunternehmen verbindliche Standards zum Umweltschutz, Verpflichtungen zur Einhaltung der Menschenrechte und der ILO-Kernarbeitsnormen sowie eine Antikorruptionsklausel.

Studiosus legt hierbei einen Schwerpunkt auf die Anstellungs- und Arbeitsbedingungen des in den Hotels beschäftigten Personals sowie der Busfahrenden bzw. Busbegleitenden. Die Bestimmungen umfassen Themen wie faire Bezahlung der Angestellten, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, eine gute Unterbringung und Verpflegung der Mitarbeitenden, Freizeitregelungen und keine Benachteiligung von Angestellten aufgrund sexueller Identität, Nationalität, Familienstand, Alter, religiöser bzw. ethnischer Zugehörigkeit oder körperlicher Behinderung (Diskriminierungsverbot). Zudem wird verlangt, dass die Geschäftskontakte die vereinbarten Beschäftigungsnormen ihrerseits auch von den eigenen Lieferunternehmen einfordern.

Teil der Verträge ist die Klausel, dass die aktive Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen, wie die Duldung von sexueller Ausbeutung von Kindern, die Beschäftigung von Kindern oder Zwangsarbeit im Geschäftsbetrieb, je nach Schwere zu einer sofortigen Beendigung der Geschäftsbeziehung führen kann. Dies gilt auch auf die Gefahr hin, dass Studiosus keine alternativen Geschäftsbeziehungen zur Verfügung stehen. Die Überprüfung der Einhaltung erfolgt durch Hinweise von Gästen, Reiseleitenden oder Studiosus-Mitarbeitenden im Rahmen von Dienstreisen sowie über die Meldeadresse **Menschenrechte@studiosus.com** und durch eine gezielte Befragung der Geschäftspartner anhand eines Online-Fragebogens alle zwei Jahre, zuletzt 2025. Erfreulicherweise ist den Geschäftskontakten von Studiosus nach eigenen Aussagen soziale Verantwortung und Umweltschutz selbst wichtig. Dies gaben im Jahr 2025 91 % der Befragten hinsichtlich sozialer Verantwortung und 88 % beim Thema Umweltschutz an.

Um die Leistungspartner über Neuerungen zu informieren, verschickt Studiosus zweimal jährlich seinen Newsletter "PartnerNews" an Hotels, Zielgebietsagenturen, Busunternehmen und Airlines. Neben Themen des sozial verantwortlichen und umweltschonenden Tourismus finden sie darin auch Wissenswertes über allgemeine Entwicklungen bei Studiosus.

Die Hotels

Eine zentrale Rolle bei den Studiosus-Reisen spielen die Unterkünfte, die einen großen Beitrag zur Kundenzufriedenheit leisten. Daher ist Studiosus bemüht, Leistungspartner auszuwählen, die den hohen Ansprüchen der Gäste gerecht werden. Hinsichtlich Qualität, Sicherheit, Umweltschutz und Menschenrechten müssen die Geschäftskontakte eine Reihe von Anforderungen erfüllen, damit

eine Zusammenarbeit zustande kommt. Studiosus versucht diejenigen Hotels vermehrt zu nutzen, die hohe Zufriedenheitswerte seitens der Reisenden und die geforderten Standards vorweisen, um eine langfristige Geschäftsbeziehung aufzubauen. Bei Bedarf bietet Studiosus Schulungen an, um ein gegenseitiges Verständnis für die Anforderungen des Qualitätsmanagements und die Arbeit der Hoteliers in der Praxis zu schaffen.

Studiosus plant, zukünftig vorrangig mit Hotels zu arbeiten, die nach den GSTC-Standards (den Kriterien des Global Sustainable Tourism Council) zertifiziert sind. Die Abfrage nach bestehenden Zertifizierungen ist seit 2023 Bestandteil der Verträge.

Die Transportunternehmen

Vor allem bei Aspekten im Bereich der Sicherheit bestehen strenge Anforderungen an die Geschäftspartner: Ziel dieser Anforderungen ist es, den Gästen ein Höchstmaß an Reisesicherheit zu bieten. Bei der Auswahl der Airlines werden Sicherheitsstandards überprüft und regelmäßig Risikoanalysen erstellt. Über unsere Busagenturen verpflichten wir alle Busfahrenden, die für Studiosus weltweit im Einsatz sind, sich an die strengen EU-Vorschriften bei den täglichen Lenkzeiten zu halten.

Um die Umweltbelastung zu verringern, verpflichtet Studiosus seine Busgesellschaften dazu, bestimmte Standards einzuhalten, wie beispielsweise bei Pausen den Motor abzuschalten ("stop the engine"; siehe Kapitel **6.4 Umweltschutz auf Reisen**).

Darüber hinaus ergreift Studiosus – wo möglich – weitere Initiativen, um mit Hilfe der Busunternehmen einen größeren Beitrag zum Umweltschutz auf den Reisen zu leisten. So stellen wir beispielsweise auf dem Großteil unserer in Deutschland beginnenden Busreisen biologisch abbaubares Einweggeschirr für Picknicks zur Verfügung. Unsere Busfirmen weltweit sind angehalten, wo immer möglich Mehrweg- oder Pfandflaschen sowie Großgebinde mit Wasser zum eigenen Abfüllen mitzuführen. Die Möglichkeit, Hybrid- oder E-Fahrzeuge zu nutzen, wird kontinuierlich geprüft.

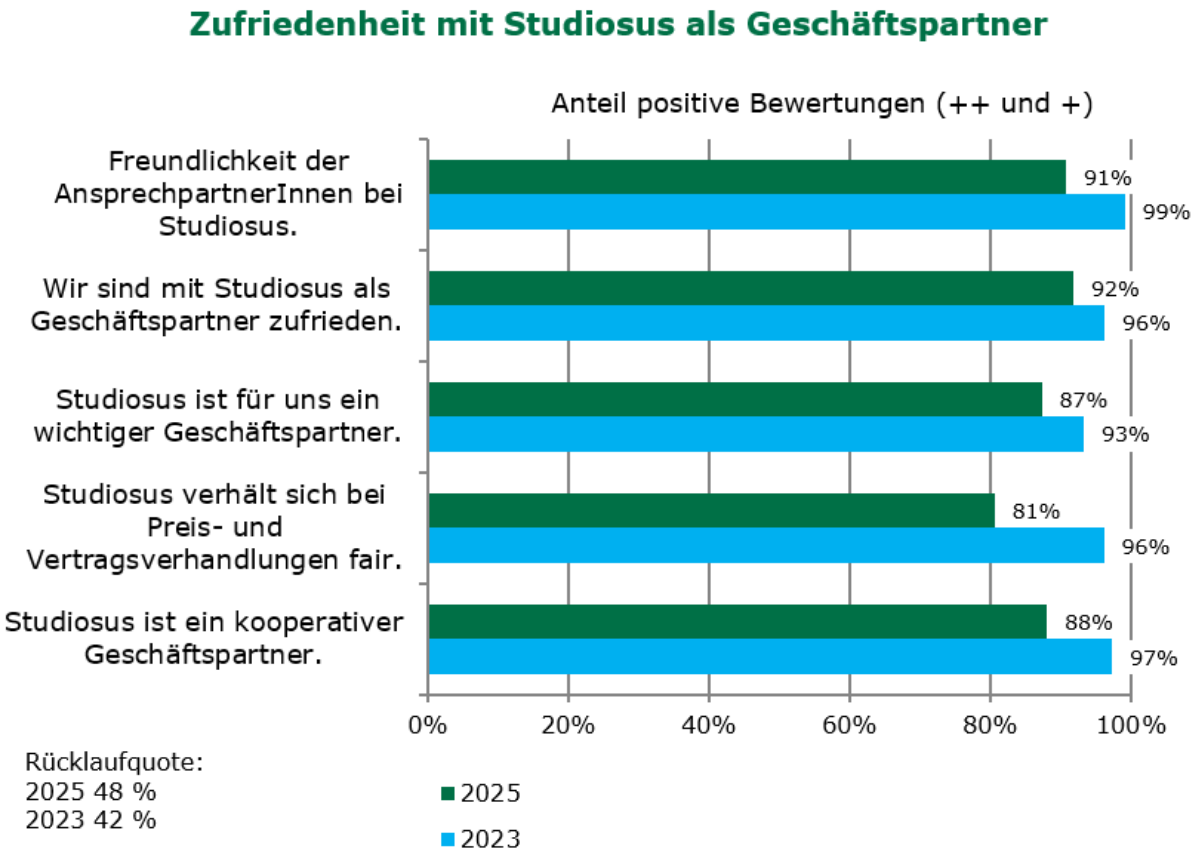
Die Zielgebietsagenturen (Destination Management Companies)

Zielgebietsagenturen im Ausland verstehen sich als Mittler zwischen Studiosus und den dort ansässigen Leistungspartnern. Wenn mit Zielgebietsagenturen zusammengearbeitet wird, besteht häufig nur über diese der Kontakt zum Hotel oder zum Transportunternehmen. Daher müssen auch die Agenturen zusichern, die Qualitäts-, Sicherheits-, Umwelt- und sozialen Standards von Studiosus einzuhalten und diese gegenüber ihren Lieferunternehmen (Hotels, Busfirmen usw.) einzufordern. Es gibt daher auch in den Agenturverträgen umfangreiche Vertragsvorgaben, die denen in Hotel- und Transportverträgen entsprechen.

Zufriedenheit der Geschäftspartner mit Studiosus

Um die Zufriedenheit der touristischen Geschäftskontakte mit dem Unternehmen zu messen, führt Studiosus in regelmäßigen Abständen (in der Regel alle zwei Jahre) eine Geschäftspartnerbefragung durch, in der verschiedene Aspekte der Zusammenarbeit und des Umgangs miteinander erfragt und zudem die Aspekte Umweltschutz und soziale Verantwortung thematisiert werden.

Es handelt sich bei der Geschäftspartnerbefragung um eine repräsentative, stichprobenartige Befragung von Hotels, Zielgebietsagenturen, Busunternehmen und Airlines, mit denen Studiosus zusammenarbeitet. Die Geschäftspartner bewerteten verschiedene Fragestellungen mit ++ (Ich stimme voll und ganz zu), + (Ich stimme zu), 0 (Neutral), - (Ich stimme nicht zu), - - (Ich stimme ganz und gar nicht zu) und k. A. (keine Angabe).



Unsere Mitarbeitenden sind zudem sensibilisiert, bei persönlichen Kontakten mit unseren Geschäftspartnern entsprechende Stimmungsbilder einzuholen und auf diesem Weg Thematiken der Nachhaltigkeit wie auch der Zufriedenheit mit der gemeinsamen Zusammenarbeit anzusprechen.

Eine gute und faire Beziehung mit den Geschäftspartnern ist für Studiosus besonders wichtig und fest in den Unternehmenszielen verankert (siehe Kapitel **3.1**). In der Mitarbeitendenbefragung 2025 wurde die Aussage "Studiosus ist fair gegenüber Lieferanten und Leistungsträgern" auf einer Werteskala von 1 bis 10 (1 = stimme ganz und gar nicht zu; 10 = stimme voll und ganz zu) mit 8,4 (2024: 8,4) bewertet.

Inhaltsübersicht

4.7 Reisebüros

Reisebüros im gesamten deutschsprachigen Raum sind und bleiben für Studiosus die wichtigsten Vertriebspartner und daher eine bedeutende Stakeholder-Gruppe. Die meisten der Studiosus-Gäste schätzen nach wie vor eine Beratung im Reisebüro und bestätigen die hohe Beratungsqualität: 97 % der Gäste gaben an, dass sie mit dieser sehr zufrieden waren, wie die Ergebnisse der Kundenbefragung aus dem Jahr 2025 zeigen. Nicht zu vergessen ist, dass auch eine nicht unerhebliche Anzahl an Neukunden jedes Jahr durch eine Beratung im Reisebüro gewonnen werden kann.

Im Dialog mit den Reisebüros

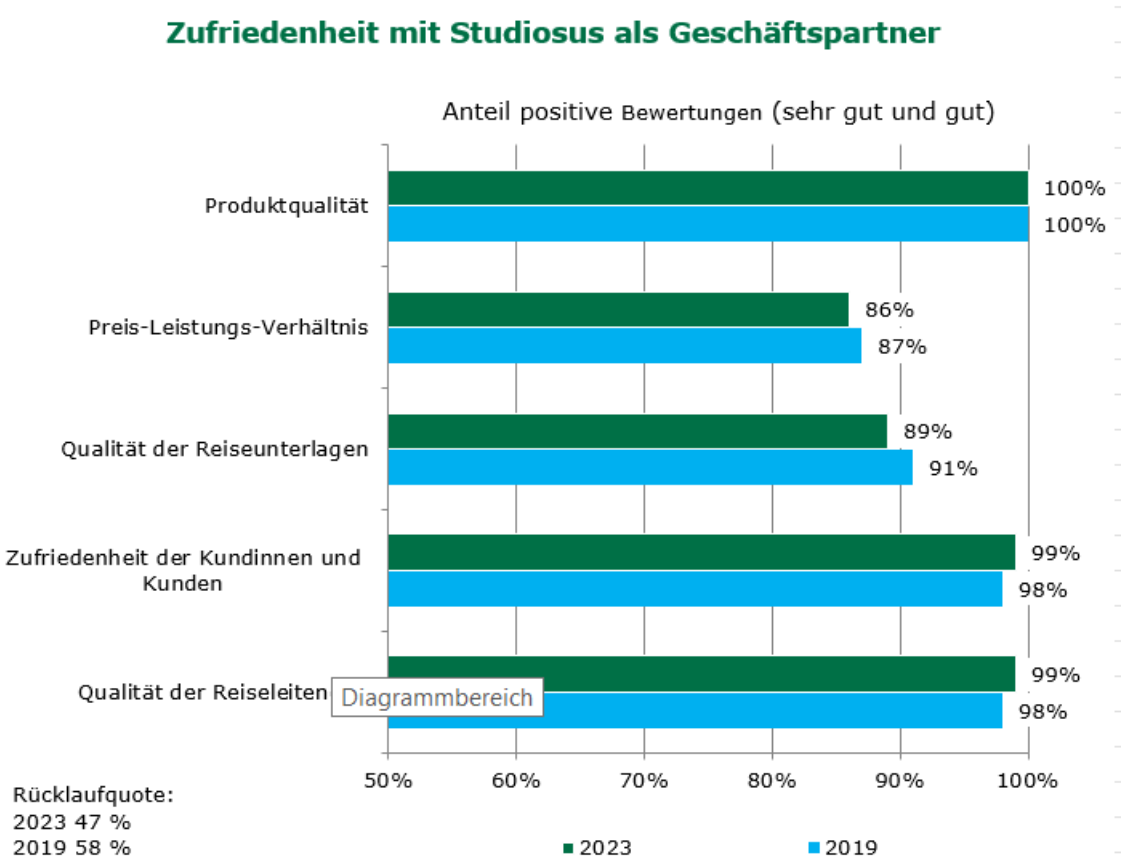
Befragung Lufthansa City Center

Bei einer Befragung der Lufthansa City Center-Reisebüros, die zu den größten und wichtigsten Reisebüropartnern zählen, erhielt Studiosus im Jahr 2025 eine Gesamtnote von 1,7 (Durchschnitt 1,9). In der Befragung, die jährlich stattfindet, geht es unter anderem um die Kompetenz und Unterstützung bei Fragen, den Buchungsprozess und die Reklamationsbearbeitung. Vergeben wurden Noten von 1 bis 4. Studiosus wurde, wie in den Vorjahren, in allen Fragestellungen überdurchschnittlich bewertet.

Reisebürobefragung von Studiosus

Für Studiosus ist es sehr wichtig, wie Reisebüros die Angebote und das Unternehmen beurteilen, wie zufrieden sie mit dem Service und den Provisionen sind und wie die Reisebüros Studiosus im Vergleich zu den Mitbewerbern beurteilen.

Um diese Fragen zu beantworten, führt Studiosus regelmäßig eine detailreiche Umfrage unter den Reisebüros durch. Pandemiebedingt fand 2020 bis 2022 keine Befragung statt. Eine Auswahl der Ergebnisse aus den Befragungen 2023 und 2019 ist nachstehender Grafik zu entnehmen. Die nächste Reisebürobefragung ist für 2026 geplant.



Counterbeirat

Seit über 30 Jahren findet im Rahmen des sogenannten Counterbeirats zwischen Studiosus und ausgewählten Reisebüros aus Deutschland, Österreich und der Schweiz ein regelmäßiger persönlicher Erfahrungsaustausch statt, um das aktuelle Geschehen im Vertrieb zu analysieren und die Zusammenarbeit weiter zu optimieren. So bleibt Studiosus ständig in direktem Kontakt mit dem Vertrieb. 2025 fand die Tagung in Valencia statt, die nächste ist im März 2026 in Lyon geplant.

Schulungen und Serviceleistungen für Reisebüros

Studiosus bietet den Reisebüros pro Jahr zahlreiche **Veranstaltungen** an, um sich über Neuigkeiten zu informieren und weiterzubilden. Neben einer Online-Fernschulung gibt es jährlich zu Saisonbeginn News-Webinare und Expertenrunden, bei denen aktuelle Neuigkeiten rund um Studiosus sowie Verkaufsargumente vorgestellt werden. Zudem werden diverse Schulungen und Workshops auf unterschiedlichen Tagungen sowie unterjährige Webinare und Tutorials zu diversen Themen angeboten.

Die **PremiumPartner** (Reisebüros, die sich vertraglich zu einer besonders intensiven Zusammenarbeit verpflichtet haben) können zudem an einigen weiteren Schulungsmaßnahmen teilnehmen, wie zum Beispiel einer Seminarreihe zum Thema „Hochwertiger Verkauf“ oder einem „Studiosus-München-Wochenende“ mit Stadtführung und einem Blick hinter die Kulissen bei einem Rundgang durch die Studiosus-Zentrale. In der Saison 2024 hat Studiosus insgesamt über 10.000 Schulungsteilnahmen verzeichnen können.

Seine Reisebüro-Partner unterstützt Studiosus auch bei der Kundenbindung und Neukundengewinnung mit dem Angebot von gemeinsamen Kundenveranstaltungen wie Studiosus-Länderabenden, an denen Studiosus-Reiseleitende den Gästen ein Land näherbringen, oder exklusiven Stadtführungen.

Weiterführende Informationen erhalten die Reisebüros auf der **Website der Verkaufsförderung**. Dort stehen ihnen auch zahlreiche Werbemittel wie Schaufensterdekorationen, Plakate, Angebotsblätter, Content für Reisebüro-TV, Anzeigenvorlagen, Social-Media-Posts sowie umfangreiches Bildmaterial zum Download bzw. zur Bestellung zur Verfügung.

Das Studiosus-Sicherheitsmanagement beobachtet und analysiert die Sicherheitslage weltweit und informiert die Reisebüros entsprechend aktuell mit einem Sicherheits-Newsletter – unabhängig davon, ob zu diesem Zeitpunkt Studiosus-Gäste vor Ort sind oder nicht.

Inhaltsübersicht

5 Soziale Verantwortung

5.1 Sozial verantwortliches Reisen

Studiosus ist einem nachhaltigen und zukunftsfähigen Tourismus verpflichtet. Im **Unternehmensleitbild** heißt es: *"Insbesondere liegt in unserer Verantwortung als Reiseveranstalter, unseren Kundinnen und Kunden das Kennen- und Verstehenlernen fremder Länder und Kulturen in einer aus sozial verantwortlicher und ökologischer Sicht zukunftsfähigen, d. h. nachhaltigen Form zu ermöglichen."*

Studiosus plant seine Reisen sozial verantwortlich. Eine wesentliche Rolle spielen dabei die Integration von Besuchen entsprechender Umwelt-, Sozial- oder Kulturprojekte sowie organisierte Begegnungen im Rahmen der Reiseprogramme. Solche Begegnungen sollen zum Erhalt und der Stärkung einer Region beitragen, zugleich die Kommunikation und den Austausch zwischen den Gästen und Einheimischen fördern. Wenn sinnvoll, werden auch Abendessen außerhalb des Hotels organisiert, um Begegnungen mit den Menschen vor Ort zu ermöglichen und die lokale Küche kennenzulernen.

Studiosus verzichtet auf Reisen, Ausflüge und Expeditionen zu abgeschlossenen, von der westlichen Zivilisation kaum berührten ethnischen Gruppen. Es sei denn, negative Einflüsse und Auswirkungen sind auszuschließen und der Kontakt ist ausdrücklich gewünscht. Das Auftreten mehrerer Studiosus-Gruppen zur gleichen Zeit am selben Ort soll vermieden werden. An stark frequentierten Orten, deren Besuch jedoch für eine sinnvolle Programmgestaltung unerlässlich ist, erhalten die Reiseleiterinnen und Reiseleiter Hinweise zu einer angemessenen Besucherlenkung. Bei der Programmplanung wird die Bewertung der Reisen durch Kundinnen und Kunden sowie der Reiseleitenden hinsichtlich der sozialen Verantwortung berücksichtigt. Einen Schwerpunkt bildet die sensible und rücksichtsvolle Begegnung mit verschiedenen Kulturen. Seit Jahren liegt die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden mit der sozial verantwortlichen Gestaltung des Reiseverlaufs bei über 98 %. Als Vermittler zwischen den Kulturen sind es die Reiseleitenden, die den Kundinnen und Kunden vor Ort den Respekt für Sitten und Bräuche vermitteln. Entsprechend intensiv ist die Ausbildung der Reiseleitenden darauf ausgerichtet. Die Zufriedenheit der Kundinnen und Kunden hinsichtlich der Sensibilität der Reiseleitenden für Land und Leute liegt seit Jahren ebenfalls bei über 98 %.

Dialoge und Zusammenarbeit in unseren Destinationen

Seit 1998 veranstaltet Studiosus **Dialogforen** in Orten bzw. Regionen, die entweder touristisch bereits stark erschlossen sind oder aufgrund neuer touristischer Zielsetzungen nach sinnvollen und nachhaltigen Konzepten suchen. Im gemeinsamen Gespräch mit der lokalen Bevölkerung und Partnern vor Ort sollen Möglichkeiten zur Verbesserung der touristischen Situation und zur Gestaltung eines nachhaltigen Tourismus gefunden werden. Der Dialog mit den Menschen in den Zielgebieten hilft Studiosus, seine Vorstellung eines sozial verantwortlichen und umweltschonenden Tourismus zu verwirklichen und dabei die Interessen und Rechte der gastgebenden Bevölkerung zu wahren.

Zu den Foren lädt Studiosus relevante Stakeholder aus dem Tourismussektor ganz unterschiedlicher Betätigungsbereiche ein. Je nach Thema können dies zum Beispiel Hoteliers, Mitarbeitende von Tourismus- und Naturschutzorganisationen, Gemeindevertreter, Geistliche, Lehrer, Fischer und Händler sein.

Pro Jahr finden mehrere dieser Stakeholder-Engagement-Veranstaltungen in unterschiedlichen Regionen und Ländern statt. Bisher wurden in mehr als 60 Ländern, die Studiosus bereist, Dialogforen veranstaltet, je nach Bedarf oder Anlass auch mehrmals in einem Land.

2025 fanden Dialogforen in Tansania, Albanien und Indien statt. In Tansania wurden dabei konkrete Maßnahmen entwickelt, um die Rechte von Massai-Gemeinschaften zu gewährleisten. In Albanien bildete die Stärkung der Kinderrechte einen der Schwerpunkte in Zusammenarbeit mit ECPAT Albania. In Indien ging es darum, wie Tigersafaris für Mensch und Tier verantwortungsvoll durchgeführt werden können in Zusammenarbeit mit der NABU International Naturschutzstiftung.

Das Konzept des Stakeholder-Engagements in den Destinationen wurde seit 2024 weiterentwickelt: Parallel zu den Dialogforen werden **Nachhaltigkeit-Workshops** gemeinsam mit den lokalen Leistungsträgern veranstaltet. Ziel ist es, partizipativ und partnerschaftlich Lösungen zu wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen entlang der Lieferkette zu entwickeln, die vor Ort umsetzbar und wirksam sind.

So konnte im Jahr 2025 in Albanien durch einen gemeinsam mit der Agentur für die Balkanregion von Studiosus durchgeführten Nachhaltigkeits-Workshop ein konkreter Impuls gesetzt werden, der zur verbindlichen Entscheidung der Agentur für die Einführung und Umsetzung einer umfassenden Nachhaltigkeitszertifizierung führte.

Darüber hinaus gehören menschenrechtliche und umweltbezogene **Impact Assessments** zu unserem Engagement für eine vertiefte Prüfung von Nachhaltigkeitsthemen in unseren Reisezielen. Dies umfasst unter anderem die Arbeitsrechte entlang unserer Lieferketten sowie den Schutz vulnerabler Gruppen im Tourismus.

So wurde beispielsweise für die Wiederaufnahme Saudi-Arabiens in unser Produktportfolio im Herbst 2024 ein umfassendes menschenrechtliches und umweltbezogenes **Impact Assessment** durchgeführt. Dazu wurde eine Methodik entwickelt, um die Erkenntnisse vor Ort systematisch zu erfassen und zu bewerten. Der Fokus lag auf Arbeitsbedingungen sowie den Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft. Entlang der geplanten Route wurden alle Leistungspartner befragt. Es wurden über 100 Gespräche geführt, mit Dorfbewohnern, Reiseleiterinnen, Kamelbesitzern, Betreibern von Dattelpalmoasen, Geistlichen bis hin zu Behördenvertreterinnen. Im Fokus der Untersuchung standen die Arbeitsbedingungen in Hotels, bei Busagenturen und von lokalen Guides. Maßgabe waren dabei die Sorgfaltspflichten, die das deutsche Lieferkettengesetz den Unternehmen vorgibt. Zudem ergab sich so ein vertiefter Einblick in die aktuelle Tourismusentwicklung sowie in das Leben der Saudis, von Frauen wie Männern, von Jung und Alt sowie von ausländischen

Gastarbeitern. Die Ergebnisse waren durchweg positiv und eine Reise entlang der geprüften Route konnte 2025 angeboten werden.

Im Jahr 2025 wurde gemeinsam mit der Multistakeholder-Initiative Roundtable Human Rights in Tourism in Südafrika ein sektorales Impact Assessment durchgeführt und daraus branchenweite Maßnahmen abgeleitet. Analysiert wurden menschenrechtliche Risiken entlang der Liefer- und Wertschöpfungsketten verschiedener Reiseveranstalter, einschließlich der Studiosus-Gruppe, in Kapstadt, Johannesburg und dem Greater-Kruger-Gebiet. Das qualitativ ausgerichtete Assessment umfasste 31 Vor-Ort-Konsultationen mit über 80 lokalen Akteuren sowie acht vorbereitende Online-Gespräche. Ziel war es, Reiseveranstaltern praxisnahe Empfehlungen zur Identifikation, Priorisierung und Minderung menschenrechtlicher Risiken im eigenen Geschäftsumfeld bereitzustellen. Zentrale sektorale Risikobereiche waren die Schaffung von Arbeitsplätzen und Qualifizierung, Arbeitsrechte und Ausbeutungsrisiken, Kinderrechte sowie faire Preis- und Vertragsgestaltungen in den Lieferketten. Darüber hinaus wurden Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften, Umweltaspekte sowie Diskriminierung und Geschlechterrollen untersucht. Die gewonnenen Erkenntnisse mündeten in konkrete Maßnahmen und Handlungsempfehlungen zur Stärkung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten von Reiseveranstaltern, die auch Studiosus initiiert sowie aufgenommen hat. In diesem Zusammenhang wurde unter anderem eine offene digitale Wissens-Plattform entwickelt, die frei zugängliche Ressourcen zu Menschenrechten und nachhaltigem Tourismus bündelt. Diese unterstützt Tourismusakteure in Südafrika und international bei der Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen. Der Bericht wurde im Juni 2025 veröffentlicht und dient als Referenz für weitere Nachhaltigkeits- und Due-Diligence-Initiativen in der Branche.

Weitere Informationen: **Tourism Impact Assessment South Africa | Roundtable Human Rights in Tourism**

Inhaltsübersicht

5.2 Projektförderung über die Studiosus Foundation e. V.

Seit 1993 fördert Studiosus weltweit Projekte zur Verbesserung der Lebensverhältnisse, zum Schutz der Natur und zum Erhalt des kulturellen Erbes in den Gastgeberländern. Der Gedanke dahinter lautet: nicht nur nehmen, sondern auch geben.

Die Studiosus Foundation e. V.

Von 1993 bis 2025 hat Studiosus weltweit mehr als 130 Projekte unterstützt. Jährlich werden dringend benötigte Maßnahmen innerhalb bereits bestehender Projekte sowie für neue Projekte ermöglicht.

Seit 2005 erfolgt die Projektförderung durch den von Studiosus-Touristikern gegründeten gemeinnützigen Verein Studiosus Foundation e. V. Dieser ergänzt seitdem das langjährige Engagement des Reiseveranstalters für einen nachhaltigen Tourismus. Gefördert werden vorrangig NGO-Projekte, die nicht bereits von größeren Sponsoren unterstützt werden.

Die Förderung der Maßnahmen liegt in der Regel unter einem Betrag von 10.000 Euro. Die Fördersumme muss nachweislich innerhalb eines Jahres für die vereinbarten Maßnahmen verwendet werden. Danach ist ein Report mit tatsächlichem Kostennachweis erforderlich. Die Förderung sollte einen Zeitraum von drei Jahren nicht überschreiten. Ausnahmen sind möglich. Für einige kleinere Organisationen erweisen sich Förderungen über einen längeren Zeitraum sinnvoll, um wirkungsvoll, nachhaltig und zielorientiert arbeiten zu können. Folgeförderungen werden jährlich neu bewertet und auf ihre langfristige Wirksamkeit überprüft.

Im Jahr 2025 konnten Maßnahmen für 17 Projekte in verschiedenen Ländern finanziert werden. Der gemeinnützige Verein hat keine Werbekosten. Die Verwaltungskosten liegen unter 1 %. Alle zusätzlichen Kosten werden vollständig durch Mitgliedsbeiträge finanziert, sodass Spenden Dritter ungeschmälert den Projekten zufließen.

Die Unterstützung der Projekte erfolgt in direkter Zusammenarbeit mit den Organisationen vor Ort, gelegentlich in Kooperation mit anderen Hilfsorganisationen. Mit wenigen Ausnahmen werden alle Förderprojekte im Rahmen der Reiseprogramme von Studiosus besucht. Neben dem Aspekt der Begegnung können Studiosus-Reiseleitende dadurch die maßnahmengerechte Verwendung der Gelder begutachten.

So unterstützte die Studiosus Foundation e. V. 2025 beispielsweise folgende Initiativen:

Eine indigene Töpferschule in **San Juan del Oriente Nicaragua**: Hier finanziert der gemeinnützige Verein die Keramikausbildung indigener Jugendlicher mit Schwerpunkt auf dem Erlernen traditioneller Techniken. Die jungen Absolventen haben mit dieser Ausbildung landesweit eine deutlich höhere Chance, eine feste Anstellung zu bekommen.

Für die **Fundación Wiphala in El Alto**, Bolivien, eine integrierte Anlaufstelle für arbeitende Kinder und Jugendliche, ermöglichte die Studiosus Foundation e. V. wiederholt die gesamte Lebensmittelversorgung für das ganze Jahr und sichert damit eine wichtige Grundlage für den laufenden Betrieb.

Das Bildungsprojekt **HVTO Free Education Programm Sophy Village** in Kambodscha bietet ergänzend zur staatlichen Schule Englisch- und Computertraining für Jungen und Mädchen an. Es sorgt zudem seit Jahren erfolgreich für die schulische Ausbildung und berufliche Weiterbildung der Jugendlichen. Ziel ist es, den Jugendlichen Aufgaben und Arbeitsplätze im nahe gelegenen, von Touristen stark frequentierten Angkor Wat zu ermöglichen, um die Abwanderung in die Großstädte zu vermeiden. Außerdem baut die HVTO Brunnen und Toiletten für familiäre Kleinstbetriebe, um den Familien den Zugang zu sauberem Wasser zu ermöglichen. Mit der Finanzierung der jährlichen Betriebskosten und Gehälter sichert die Studiosus Foundation e. V. die nötigen Grundlagen.

Neu hinzugekommen ist die Einrichtung einer **Trinkwasserstation in El Calafate,** Argentinien, die von der Studiosus Foundation e. V. ermöglicht wurde. Bewohner und Besucher haben dadurch öffentlichen Zugang zu kostenfreiem frischem Trinkwasser.

Ebenfalls neu ist das Engagement des Vereins für das neue **Uplift – Therapiezentrum** in Tokomok, Kirgisistan. Die Studiosus Foundation e.V finanzierte die Küchen sowie weitere dringend notwendige Einrichtungsmaßnahmen für das neu eröffnete Haus.

Spenden-Siegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI)

Seit 2010 ist die Studiosus Foundation e. V. Träger des Spenden-Siegels des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI). Eine Überprüfung findet jährlich statt.

Informationen zum Spenden-Siegel sind im Internet unter **www.dzi.de** abrufbar. Die Studiosus Foundation e. V. ist auf der **Website des DZI** zu finden.

Informationen zu den Projekten finden Sie auf der Website der Studiosus Foundation e. V.: **https://www.studiosus-foundation.org/foerderungen/**.

Inhaltsübersicht

5.3 Engagement für Menschenrechte

Die Achtung der Menschenrechte im Tourismus hat bei Studiosus einen hohen Stellenwert.

Bereits seit vielen Jahren tritt Studiosus für umweltschonenden und sozial verantwortlichen Tourismus ein. Dieser ist eng mit Menschenrechtsfragen verknüpft. Auch das langjährige Engagement gegen die Ausbeutung und insbesondere die sexuelle Ausbeutung von Kindern im Tourismus ist in diesem Kontext zu nennen. Mehr dazu lesen Sie in Kapitel **5.4 "Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern"**.

Meilensteine

2007	Studiosus tritt dem **UN Global Compact** bei und verpflichtet sich damit freiwillig, die von den Vereinten Nationen festgelegten Kriterien zu Menschenrechten, Arbeitsstandards, Umweltschutz und Antikorruption einzuhalten.
2011	Der Abschlussbericht des UN-Sonderbeauftragten für Menschenrechte, John Ruggie, wird veröffentlicht. Dieser legt erstmals einen verbindlichen Rahmen für die Menschenrechtsverantwortung von Unternehmen fest, auf dessen Grundlage Studiosus sein Menschenrechtsengagement weiter ausbaut.
2012	Auf der ITB in Berlin lädt Studiosus zur Podiumsdiskussion "Menschenrechte im Tourismus: Was wird gefordert, was ist machbar?" ein. Der **"Roundtable für Menschenrechte im Tourismus"** wird auf Mitinitiative von Studiosus gegründet.
2013	Studiosus unterzeichnet das **"Commitment zu Menschenrechten im Tourismus"** und integriert den grundlegenden Passus der sozialen Verantwortung in die Verträge mit allen Leistungspartnern.
2015	Studiosus ist Gründungsmitglied des inzwischen gemeinnützigen Vereins **"Roundtable Human Rights in Tourism e. V."** und war bis 2018 im Vorstand vertreten.
2016	Im Rahmen des CSR-Tags auf der ITB lädt Studiosus ein zum Podiumsgespräch "Menschenrechte im Tourismus – darum geht es für Unternehmen und darum nicht".
2017	Integration sozialer Verantwortung in Selbstverpflichtungserklärungen für Lieferanten.

2018	Erstellung allgemeingültiger "Guidelines for fair jobs and decent work in tourism" auf der Basis der ILO-Empfehlungen für faire Arbeitsbedingungen im Tourismus: Erarbeitung, Versand und Auswertung eines Fragenkatalogs zur sozialen Verantwortung für Reedereien und Schiffsreisen.
2019	Studiosus baut sein Menschenrechts-Engagement im Rahmen der sozialen Verantwortung weiter aus und unterstützt maßgeblich das Social Impact Assessment des Roundtable Human Rights in Tourism in Myanmar und in Thailand.
2023	Studiosus ist wieder im Vorstand des "Roundtable Human Rights in Tourism e. V." vertreten.
2023	Neuaufstellung der Corporate-Responsibility-Abteilung sowie Weiterentwicklung des bestehenden Nachhaltigkeitsmanagements mit einem unternehmensgruppenübergreifenden Nachhaltigkeitsausschuss.
2024	Menschenrechtliches und umweltbezogenes Impact Assessment in Saudi-Arabien.
2025	Menschenrechtliches und sektorales Impact Assessment in Südafrika zusammen mit dem Roundtable Human Rights in Tourism.

Auch wenn Studiosus aufgrund der Zahl der Mitarbeitenden nicht gesetzlich verpflichtet ist, erweist sich das seit Januar 2023 geltende Lieferkettensorgfaltspflichtengesetz (LkSG) in der Folge des Nationalen Aktionsplans Wirtschaft und Menschenrechte als richtungsweisend für das Unternehmen und bestärkt Studiosus in seinen Bemühungen, das bestehende Nachhaltigkeitsengagement weiterzuführen.

Umsetzung im Unternehmen

Das Engagement für Menschenrechte ist im Studiosus-Unternehmensleitbild verankert, in dem es heißt: *"Wir wollen die Achtung der Menschenrechte in den von uns bereisten Ländern fördern. Durch unsere Reisen schaffen wir Austausch, Begegnungen, Information und Öffentlichkeit. Wir glauben daher, dass verantwortungsvoller und nachhaltiger Tourismus langfristig zu einer positiven Veränderung der Menschenrechtssituation beiträgt."*

Für sämtliche Länder, in denen wir Reisen anbieten, recherchieren die Studiosus-Länderexperten und dort tätige Reiseleitende regelmäßig mögliche relevante Menschenrechtsprobleme im Kontext der Reisen. In den Reiseausschreibungen werden politische, ökonomische, soziale, ökologische und menschenrechtsrelevante Thematiken angesprochen, immer mit der Rücksicht auf die Leistungspartner und Bevölkerung.

Seit 2012 bietet Studiosus über seine Meldestelle für Menschenrechtsfragen – Menschenrechte@studiosus.com – für Gäste und andere Stakeholder die Möglichkeit, Menschenrechtsverletzungen im Kontext der Reisen zu melden. Im Fall einer Meldung nimmt sich die Corporate-Responsibility-Abteilung der Sache an, recherchiert und wird – falls erforderlich und möglich – versuchen, Abhilfe zu schaffen oder aber die Meldung an zuständige externe Stellen weiterzuleiten. Im Jahr 2025 sind, wie in den Vorjahren, keine Meldungen über die Meldestelle eingegangen.

Schulungen und Workshops

In Schulungen und Workshops für Mitarbeitende bzw. Reiseleitende ist das Thema Menschenrechte seit Jahren präsent und wichtig.

Das Thema "Soziale Verantwortung bei Studiosus" ist in die Veranstaltungsreihe "Einführung für neue Mitarbeitende und Auszubildende" integriert. Zudem bekommen Mitarbeitende das Thema in Länderschulungen, sogenannten Lunch & Learns, vermittelt. In diesen werden unter anderem Menschenrechtsproblematiken in den einzelnen Zielgebieten thematisiert.

In Sitzungen, diversen Meetings sowie im internen Mitarbeitenden-Onlinemagazin werden relevante Themen zu Menschenrechten und zur sozialen Verantwortung immer wieder angesprochen. Zugleich erfüllt Studiosus seine Verpflichtungen, alle Stakeholder bei der Information über sein menschenrechtliches Engagement einzubeziehen.

Um den Wissenstransfer zu sozialer und ökologischer Verantwortung sicherzustellen, wurde 2025 zudem ein neues Schulungskonzept im Bereich Corporate Responsibility entwickelt.

Nachhaltigkeit hat auch im Reiseleitendenbereich einen wichtigen Stellenwert. So wurde ein Video-Tutorial „Nachhaltigkeit bei Studiosus“ erstellt. Künftig werden Reiseleitende verstärkt bei den Dialogforen einbezogen werden. Zur Unterstützung der Nachhaltigkeitsausschüsse werden temporäre themenbezogene Reiseleitenden-Arbeitsgruppen gebildet, um auf diesem Weg die externe Expertise zu bekommen.

Kundinnen und Kunden können sich auf der **Studiosus-Website** über das Engagement des Unternehmens im Rahmen der ökologischen und sozialen Verantwortung ausführlich informieren. Zudem finden sie Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement von Studiosus in den Reisekatalogen, im Abschnitt "Wir übernehmen Verantwortung". Ebenfalls werden Informationen zum Nachhaltigkeitsengagement, zu Förderprojekten und zur Sozialverantwortung der Reisen in den Reiseausschreibungen sowie den Länderinformationen in den Reisekatalogen bereitgestellt. In regelmäßig erscheinenden Kunden-Newslettern sowie den ein bis zwei Mal im Jahr erscheinenden Kundenmagazinen wird regelmäßig zu Themen der sozialen Verantwortung im Tourismus generell und der Umsetzung bei Studiosus berichtet. Auch nach der Buchung erhalten Reisende ausführliches Informationsmaterial zu Menschenrechten und Tipps zum sozial verantwortlichen Verhalten auf Reisen, z. B. Tipps zum Fotografieren mit der Broschüre "**Blickfang**" oder dem **Flyer zum Kinderschutz auf Reisen**.

Reisebüros, mit denen Studiosus zusammenarbeitet, werden z. B. über Newsletter oder in News-Webinaren über dieses Thema informiert. Einen regemäßig aktualisierten Flyer, der einen schnellen Überblick über die Nachhaltigkeitsmaßnahmen des Unternehmens bietet, erhalten sowohl Reisebüros als auch Gäste.

Verpflichtung der Geschäftspartner

2012 wurden sämtliche Verträge mit Leistungspartnern um neue Klauseln auf Basis der ILO-Kernarbeitsnormen ergänzt. Das betrifft faire Arbeitszeiten und Arbeitsbedingungen, angemessene Bezahlung, Versicherungsschutz, Gesundheitsschutz, Kinderarbeit, Kinderschutz, Ausschluss von Zwangsarbeit, Freizeitregelung, Schutz vor Diskriminierung, Meinungs- und Versammlungsfreiheit, angemessene Unterkunft. Die neuen Klauseln wurden weltweit von allen Leistungspartnern unterzeichnet. Sie werden jedes Jahr überprüft und gegebenenfalls aktualisiert.

Um die eingeleiteten Verbesserungsmaßnahmen zu beobachten, hat Studiosus ein Monitoring-System eingerichtet. Für die Leistungspartner in den Bereichen Hotel, Busgesellschaften und Zielgebietsagenturen entwickelte Studiosus einen mehrsprachigen Selbstauskunfts-Fragebogen, der 2012 erstmalig verschickt wurde. Die ersten Auswertungen ergaben die weitere Erarbeitung von einzuleitenden Verbesserungsmaßnahmen. Um langfristig eine sinnvolle Vergleichbarkeit zu erzielen, wurden die Fragen optimiert und Kernindikatoren festgelegt. Die Fragebögen werden jährlich verschickt und ausgewertet.

Seit 2018 gibt es einen Selbstauskunfts-Fragebogen zur Nachhaltigkeit für Reedereien mit Fragen zu sozial verantwortlichen und ökologischen Themen. Der Versand erfolgt aktuell in unregelmäßigen Abständen.

2014 entstand der "Code of Conduct für Begegnungen auf Reisen". Studiosus-Reiseleitende erhalten damit Empfehlungen, wie Besuche und Begegnungen im jeweiligen Reiseland für Gäste und Gastgeber zu gestalten sind. Weiterhin wurden Empfehlungen zum sensiblen Umgang beim Fotografieren und Filmen herausgegeben, der **"Blickfang – Gedanken zum Fotografieren auf Reisen"**, der 2022 aktualisiert wurde. Alle Studiosus-Gäste erhalten diese Broschüre mit ihren Reiseunterlagen.

Unterstützung des "Roundtable Human Rights in Tourism e. V."

Im Rahmen des **"Roundtable Human Rights in Tourism e. V."** wurde ein **Management-Leitfaden** und ein **Online-Fortbildungsmodul** entwickelt, in das auch die Erfahrungen von Studiosus eingeflossen sind. Die 2015 erschienene Handlungsempfehlung zur Einhaltung der Arbeits- und Sozialstandards für **Fahrpersonal im Tourismus** konnte mit der maßgeblichen Unterstützung von Studiosus realisiert werden. Gleiches gilt für die 2016 erschienene Handlungsempfehlung "Orientierungshilfe zum Umgang mit **menschenrechtlicher Sorgfalt in fragilen Kontexten**". Das 2019 durchgeführte Social Impact Assessment Thailand & Myanmar hat Studiosus beratend unterstützt. 2022 war Studiosus Teil einer Arbeitsgruppe, die an einer Handreichung für Produktmanager hinsichtlich des Umgangs mit Reisen in Ländern mit nicht demokratischen Regierungsformen

arbeitete. Das Dokument "Guideline for Tour Operators to Putting People First – Responsible Tourism in Opressive Countries“ wurde im Frühjahr 2023 veröffentlicht.

Unterstützung der Brancheninitiative „Digitale Trainings – Human Rights in Tourism“

Die Brancheninitiative unterstreicht die Bedeutung menschenrechtlicher Sorgfaltspflichten als Basis für einen verantwortungsvollen Tourismus. Studiosus beteiligte sich gemeinsam mit dem Roundtable Human Rights in Tourism e.V. und Futouris e.V. sowie mehreren deutschen Reiseveranstaltern an der Entwicklung digitaler Trainingformate für Menschenrechte im Tourismus.

Inhaltsübersicht

5.4 Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern

Bereits 1998 unterstützte Studiosus zusammen mit Terre des Hommes eine deutschlandweite Plakatierung gegen die sexuelle Ausbeutung von Kindern.

Seit dem Jahr 2000 arbeitet Studiosus mit ECPAT (Ending the Sexual Exploitation of Children) zusammen, ein weltweites Netzwerk von Organisationen, die sich für die Beendigung der sexuellen Ausbeutung von Kindern einsetzen. Studiosus unterstützte die Entwicklung des Code of Conduct zum Schutz von Kindern vor sexueller Ausbeutung auf Reisen und im Tourismus (Kinderschutzkodex) und die damit verbundene Gründung der internationalen Kinderschutzinitiative **"thecode.org"** in Zusammenarbeit mit ECPAT und weiteren Akteuren der Tourismusbranche. Seit 2001 ist Studiosus aktives Mitglied in der Arbeitsgruppe des Deutschen Reiseverbands (DRV) zur Umsetzung des Kinderschutzkodex. Studiosus hat den Kinderschutzkodex als Reiseveranstalter selbst unterzeichnet und setzt diesen konsequent um (**Kinderschutzkodex der internationalen Reisebranche**). Mit der Unterzeichnung des Kinderschutzkodex gehen folgende Maßnahmen einher:

1. Formulierung einer Kinderschutz-Policy für das Unternehmen.
2. Schulung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Bezug auf die Rechte von Kindern, die Prävention von sexueller Ausbeutung und die Etablierung von Meldemechanismen für Verdachtsfälle.
3. Aufnahme einer Kinderschutz-Klausel in die Verträge mit Leistungspartnern.
4. Bereitstellung von Informationen für Reisende über die Rechte von Kindern, die Prävention von sexueller Ausbeutung von Kindern und die Meldemechanismen für Verdachtsfälle.
5. Aufbau von Kooperationen und Zusammenarbeit mit Akteuren, wie Kinderschutzorganisationen oder der Tourismusbranche im Hinblick auf Prävention.
6. Jährliche Berichterstattung und Evaluation der Maßnahmen.

Seine Leistungspartner hat Studiosus schon vor Jahren weltweit vertraglich dazu verpflichtet, sich nicht an Menschenrechtsverletzungen zu beteiligen, wie der Duldung der sexuellen Ausbeutung von Kindern auf Reisen und im Tourismus. Eine Missachtung führt zu einer sofortigen Beendigung der Geschäftsbeziehung, auch auf die Gefahr hin, dass Studiosus keine anderen Partner alternativ zur Verfügung stehen.

Der Besuch von Waisenhäusern im Rahmen der Reiseprogramme ist nicht vorgesehen. Werden im Rahmen unserer Reisen Einrichtungen besucht, in denen sich Kinder und Jugendliche aufhalten, werden entsprechende Vorsorgemaßnahmen getroffen. Dazu gehört der von der Einrichtung zu erbringende Nachweis einer Kinderschutz-Policy, die sorgfältige Planung und Gestaltung der Begegnungsprogramme sowie die Schulung der Reiseleitenden in Zusammenarbeit mit ECPAT Deutschland.

Information der Kundinnen und Kunden

Studiosus unterstützte in Zusammenarbeit mit dem DRV, ECPAT und der polizeilichen Kriminalprävention die Entwicklung des Flyers "Nicht wegsehen", den das Unternehmen in gedruckter Form den Reiseunterlagen aller Neukunden beilegt, unabhängig davon, wohin sie reisen.

Weitere Informationen finden die Gäste in den Reisekatalogen und auf der **Studiosus-Website**.

Nicht wegsehen_Flyer_DE.pdf
Nicht wegsehen_Flyer_EN.pdf

Sensibilisierung von Reiseleitenden und Mitarbeitenden

Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Länderteams und des ServiceCenters sowie alle Reiseleiterinnen und Reiseleiter des Unternehmens werden regelmäßig zum Thema Kinderschutz geschult. Dabei arbeitet Studiosus eng mit ECPAT Deutschland e. V. zusammen. Im Jahr 2024 nahmen 22 Mitarbeitende an einem E-Learning zum Thema Kinderschutz teil. Bei der Grundausbildung neuer Reiseleitender gehört das Thema zum Basistraining. Alle Reiseleitenden der Studiosus family-Reisen absolvieren verpflichtend eine spezifische Schulung. Zudem werden im Rahmen der Weiterbildung für alle Reiseleitenden Schulungen durchgeführt. In allen jährlich durchgeführten Reiseleitenden-Länderseminaren wird dieses Thema länderspezifisch zwecks Sensibilisierung behandelt. Im internen Mitarbeitenden-Onlinemagazin wird immer wieder zu diesem Thema informiert.

Destinations-Workshops

Zusammen mit ECPAT Deutschland e. V. hat der DRV in den vergangenen Jahren Workshops in verschiedenen Reiseländern durchgeführt. Studiosus hat sich an der Finanzierung und Organisation der Workshops beteiligt. Ziel der Destinations-Workshops ist es, Mitarbeitende von Tourismusunternehmen in Reiseländern zu sensibilisieren und ihnen Hilfestellungen an die Hand zu geben, wie sie den Missbrauch von Kindern erkennen und verhindern können.

An diesen Schulungen nehmen Mitarbeitende der Studiosus-Leistungspartner in den jeweiligen Destinationen und ggf. Studiosus-Mitarbeitende als Referenten teil. So wurden bereits Mitarbeitende von Hotels und Zielgebietsagenturen in der Dominikanischen Republik, Thailand, Kenia, Sri Lanka, Vietnam, Bulgarien, Indonesien und Deutschland geschult. Weitere Schulungen sind in Planung.

2025 führte Studiosus einen Kinderschutz-Workshop gemeinsam mit ECPAT Albanien und ihrer Agentur für den Balkan in Albanien durch.

Zudem gibt es eine aktuelle zentrale Meldeadresse, an die sich Mitarbeitende und Reisende in Verdachtsfällen jederzeit wenden können:

https://www.nicht-wegsehen.net/

Die Meldeplattform ist auch durch Klick auf den nebenstehenden roten Report-Button zu erreichen.

Hintergründe zum Thema Kinderschutz und sexueller Ausbeutung Minderjähriger im Tourismus erfahren Sie auf der Website von ECPAT unter: **https://ecpat.de/**.

Inhaltsübersicht

5.5 Compliance

Compliance-Politik

Korruption definiert Studiosus als persönliche Vorteilsannahme, die über eine Gegengabe für eine Serviceleistung oder die übliche Pflege der Geschäftsbeziehungen hinausgeht, wie es im Unternehmensleitbild festgehalten ist. An aktiven Korruptionsmaßnahmen beteiligt sich das Unternehmen nicht. Passive Korruption, die an eine konkrete Auftragsvergabe gebunden ist, wird geahndet. Einladungen und/oder Vergünstigungen, die in angemessener Weise dem Kennenlernen von touristischen Leistungen oder potenziellen Leistungspartnern dienen, betrachtet Studiosus nicht als passive Korruption. Geschenke im Wert von über 100 € sind in jedem Einzelfall dem Arbeitgeber zu melden.

Die Compliance-Politik kommuniziert das Unternehmen über seine Verträge mit den Leistungspartnern, die bereits seit 2002 eine Antikorruptionsvereinbarung als Bestandteil enthalten. Seit 2013 wird sie noch ausführlicher definiert. Beide Parteien verpflichten sich durch die Vereinbarung, keine geldwerten oder anderen Geschenke oder Zuwendungen anzubieten, zu übergeben oder der Übergabe zuzustimmen sowie selbst welche anzunehmen oder der Annahme zuzustimmen. Dies trifft auch für Angestellte, Vertreter oder Dritte zu, die im Namen der jeweils anderen Vertragspartei handeln. Eingeschlossen sind auch Zahlungen an Regierungsvertreter und -beamte, Behördenvertreter oder an deren Mitarbeitende, Familienangehörige oder enge Freunde. Die Vertragsparteien sind verpflichtet, sich zu benachrichtigen, sobald sie von einem Korruptionsfall Kenntnis bekommen oder einen konkreten Korruptionsverdacht haben.

Engagement gegen Korruption

Studiosus unterstützt seit 2011 eine Anti-Mafia-Kampagne in Palermo und Neapel. "Addiopizzo – Tschüss, Schutzgeld" – unter diesem Motto haben sich in Palermo vor einigen Jahren zahlreiche Geschäftsleute zusammengeschlossen, die sich weigerten, Schutzgeld an die Mafia zu zahlen. Studiosus unterstützt "Addiopizzo", indem zahlreiche Studiosus-Gruppen auf Italien-Reisen Vertreter der Initiative zum Gespräch treffen.

Selbstverpflichtungserklärung ILO-Kernarbeitsnormen

Studiosus erwartet von allen seinen Leistungspartnern, Grundsätze und Anforderungen auf Grundlage der ILO-Kernarbeitsnormen einzuhalten. Auch Studiosus hat sich dazu verpflichtet. Für alle Leistungspartner, bei denen die Einhaltung nicht bereits vertraglich verankert ist, wurde eine Selbstverpflichtungserklärung aufgesetzt. Diese umfasst unter anderem Themen wie faire Bezahlung der Mitarbeitenden, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, keine Diskriminierung, Zwangs- oder Kinderarbeit, auch beim Einsatz von Produkten aus Zulieferländern. Die Selbstverpflichtungserklärung ist von neuen Leistungspartnern zu unterzeichnen. Bestehende Leistungspartner werden in regelmäßigen Abständen zur erneuten Unterzeichnung aufgefordert. Eine

Nichteinhaltung der Vereinbarung führt zur Beendigung der Geschäftsbeziehung. Selbstverpflichtungserklärung.pdf

Einrichtung einer internen Meldestelle

Im Jahr 2023 ist in Deutschland das neue Hinweisgeberschutzgesetz (HinSchG) in Kraft getreten. Beschäftigte in Unternehmen nehmen Missstände oftmals als erste wahr und können durch ihre Hinweise dafür sorgen, dass Rechtsverstöße aufgedeckt, untersucht, verfolgt und unterbunden werden. Hinweisgeberinnen und Hinweisgeber übernehmen Verantwortung für die Gesellschaft und verdienen daher Schutz vor Benachteiligungen, die ihnen wegen ihrer Meldung drohen und sie davon abschrecken können.

Studiosus ist seiner gesetzlichen Verpflichtung zur Einrichtung einer Meldestelle nachgekommen. Mit den Aufgaben der internen Meldestelle wurde der Compliance-Beauftragte und die Personalleiterin der Unternehmensgruppe betraut.

Studiosus ist nicht verpflichtet, die Meldekanäle technisch so zu gestalten, dass anonyme Meldungen möglich sind. Um eine vertrauliche und geschützte Kommunikation mit Hinweisgebern zu gewährleisten, kann für Meldungen aber eine Compliance-Standardsoftware, die von einem externen Partner betrieben wird, genutzt werde. Die Einführung erfolgte in enger Abstimmung mit der Geschäftsführung und unter der Beteiligung des Betriebsrats und des Datenschutzbeauftragten.

Compliance-Beauftragter

Um im eigenen Unternehmen sicherzustellen, dass die zutreffenden Gesetze und Richtlinien, aber auch freiwilligen Kodizes von allen Mitarbeitenden beachtet und eingehalten werden, hat Studiosus einen Compliance-Beauftragten und eine Vertreterin ernannt, die als Ansprechpartner im Hause dienen.

Im Berichtsjahr sind keine Vorfälle aufgetreten, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung nicht eingehalten wurden. Ebenfalls gab es im selben Zeitraum keine Vorfälle, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation, einschließlich Werbung, Verkaufsförderung und Sponsoring nicht eingehalten wurden.

Nichteinhaltung von Gesetzen oder Vorschriften im sozialen und wirtschaftlichen Bereich liegt ebenfalls nicht vor.

Inhaltsübersicht

5.6 Engagement für Klimaschutz

Seit Januar 2011 fördert Studiosus den Bau von Biogasanlagen zum Ausgleich von Treibhausgas-Emissionen. Das Engagement in Klimaschutzprojekten wurde seitdem stetig ausgeweitet und umfasst seit 2021 die gesamten Treibhausgas-Emissionen der Reisen. Schwerpunkt der Förderung liegt bei Klimaschutzprojekten in Indien. Alle Klimaschutzprojekte, die Studiosus unterstützt, werden nach den Gütekriterien des Clean Development Mechanism Gold Standard überprüft und erfüllen somit die höchsten Anforderungen (**http://www.cdmgoldstandard.org/**). Damit ist sichergestellt, dass die Biogasanlagen die Entstehung von Treibhausgasen mindern und zugleich die nachhaltige Entwicklung im Projektgebiet fördern.

Jede Anlage spart durchschnittlich etwa zehn Tonnen CO_2 pro Jahr ein. Bei entsprechender Instandhaltung beträgt die Lebensdauer einer solchen Biogasanlage bis zu 30 Jahre.

Das Bildmaterial entstand bei persönlichen Projektbesuchen von Studiosus-Mitarbeitenden in Indien und Nepal.

Nutzen von Biogasanlagen:

Biogasanlagen kommen zum einen dem Klima zugute, weil weniger Treibhausgase freigesetzt werden. Zum anderen stiften sie vielfältigen sozialen Nutzen: Durch die Anlagen müssen die Familien weniger über dem offenen Feuer kochen, wodurch Brandverletzungen vermieden werden können. Atemwegs- und Augenerkrankungen nehmen ab und gleichzeitig haben die Frauen mehr Zeit, weil sie kein Brennholz sammeln müssen. Den Kindern, die ebenfalls in diese Tätigkeiten einbezogen sind, steht mehr Zeit zur Verfügung, um die Schule zu besuchen und Hausaufgaben zu machen. Ein weiterer Gesundheitsaspekt: Alle Familien haben die Möglichkeit, ihre Toilette in die Biogasanlage einzuleiten. Auch wirtschaftlich gesehen sind die Effekte groß: Der hochwertige Biodünger, der beim Betrieb entsteht, steigert die Erträge und ersetzt den minderwertigeren Kunstdünger. Die Familien werden unabhängiger in der Energieverfügbarkeit und sparen Kosten ein. Und: Der Bau von Biogasanlagen beschäftigt Menschen vor Ort, was deren Einkommen steigert.

Für das **Jahr 2025** hat Studiosus bisher Klimaschutzbeiträge für die Treibhausgas-Emissionen aller Reisen der Gäste weltweit (Flüge ins und im Zielgebiet, Bus-, Bahn- und Schiffsstrecken, Übernachtungen und Verpflegung), sowie der Printprodukten, der Dienstreisen sowie des Post- und Paketversands und der Produktbeigaben in Höhe von **120.800 t CO_2e** geleistet.

Die Endabrechnung für das Jahr 2025 erfolgt im Frühjahr 2025.

Zur Urkunde der Klimaschutzorganisation (PDF-Download)

Für das Jahr **2026** wurde der Gegenwert von **55.000 t CO_2e** bereits vorab finanziert.

Inhaltsübersicht

5.7 Soziales Engagement am Unternehmenssitz

Unterstützung der dezentralen Unterkunft Klausenburger Straße in München-Zamdorf:

In enger Zusammenarbeit und Abstimmung mit den Mitarbeitenden des Fachbereichs Integration Alveni des Caritasverbands, die in der Unterkunft in München-Zamdorf Unterstützungsangebote für geflüchtete Kinder, Jugendliche und deren Familien organisieren, haben Studiosus und vor allem die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter seit 2016 diverse Projekte unterstützt: Unter anderem wurden Sachspenden von Mitarbeitenden (wie Schulranzen, Wickeltaschen, Fahrräder, Rollerblades, Kindersitze fürs Rad, Kleidung u. v. m.) an die Unterkunft überreicht.

2022 konnten alle der insgesamt 180 Kinder in der Unterkunft beschenkt werden: Den Großteil spendete die Studiosus-Belegschaft, ein kleinerer Betrag wurde von Studiosus übernommen.

2023 wohnten weitere Familien und Kinder in Zamdorf (insgesamt 400 Personen): Das Spendenziel von 190 Geschenken konnte komplett von den Mitarbeitenden erreicht werden.

2024 wurde eine Nikolausfeier für die Familien und Kinder in Zamdorf von Studiosus sowohl finanziell wie auch personell unterstützt. Ein Highlight war die Live-Performance des Trommel-Duos Double Drums. Die Belegschaft von Studiosus spendete darüber hinaus Nikolaustüten für die Familien, insgesamt über 500 Personen.

2025 konnten durch Geldspenden der Belegschaft rund 400 Schoko-Nikoläuse finanziert werden. Studiosus stockte um weitere 130 Schoko- Nikoläuse auf, sodass jeder Bewohner ein kleines Geschenk erhielt.

Das Unternehmen hat sich ganz im Sinne seines Unternehmensleitbildes klar positioniert, denn Tourismus und Fremdenfeindlichkeit passen nicht zusammen. Studiosus möchte im Ausland willkommen sein, das Gleiche sollte daher auch für alle gelten, die nach Deutschland kommen.

Ebenfalls in der Vorweihnachtszeit fand der Bücher-Basar der unternehmenseigenen Buchhandlung Bernsdorf für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter statt. Der Erlös wurde, wie bereits in den vorangegangenen Jahren, an den Verein BISS e.V. für Bürgerinnen und Bürger in sozialen Schwierigkeiten gespendet.

Inhaltsübersicht

6 Umweltschutz (Umwelterklärung 2026)

6.1 Nachhaltigkeitsprinzipien

Die folgenden Nachhaltigkeitsprinzipien enthalten die Forderungen der Umweltpolitik gemäß EMAS III. Sie sind Teil des Studiosus-Unternehmensleitbildes:

"Durch unsere Nachhaltigkeitspolitik, die die drei Säulen – Ökonomie, Ökologie und soziale Verantwortung – einschließt, können wir mehrere Ziele gleichzeitig erreichen: innovative, wettbewerbsfähige Produkte, Schonung der natürlichen Ressourcen und Gesundheitsschutz für die Menschen.

An den folgenden drei Prinzipien richten wir unsere Nachhaltigkeitspolitik aus:

*1. Das **Verursacherprinzip** setzen wir am Standort München um.*
Der physische Verursacher von Umweltschäden/-belastungen soll die Kosten zur Vermeidung, Reduzierung oder Beseitigung in vollem Umfang tragen.

*2. Das **Kooperationsprinzip***
Möglichst alle Betroffenen sollen gemeinsam an umweltpolitischen Entscheidungen und Maßnahmen mitwirken.

*3. Das **Vorsorgeprinzip***
Umweltschäden sollen vor ihrer Entstehung vermieden, umweltrelevante Gefahren vorbeugend abgewehrt werden.

Diese Prinzipien der Nachhaltigkeitspolitik werden in unserem Unternehmen nach folgenden Leitlinien umgesetzt:

a) Bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf allen Ebenen des Unternehmens wie auch den Reiseleiterinnen und Reiseleitern wird das Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt und für die soziale Verantwortung den Gastgeberländern gegenüber gefördert.

b) Die Auswirkungen jeder neuen Tätigkeit, jedes neuen Produkts und jedes neuen Verfahrens auf die Umwelt und das soziale Gefüge werden im Voraus beurteilt.

c) 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.

d) Es werden die notwendigen Maßnahmen ergriffen, um Belastungen der Umwelt und des sozialen Gefüges zu vermeiden bzw. zu beseitigen sowie insbesondere zum Schutz der Biodiversität beizutragen. 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 umweltschonende Verfahrensweisen zu berücksichtigen. Unvermeidbare Emissionen werden vollumfänglich berechnet und Klimaschutzbeiträge in entsprechender Höhe an Gold-Standard-zertifizierte Klimaschutzprojekte geleistet. Belastungen für das soziale Gefüge sollen durch eine sozial verantwortliche Programmplanung und eine Sensibilisierung der Reisegäste durch unsere Reiseleitenden möglichst gering gehalten werden. Durch Dialog und Begegnung soll eine positive Wirkung im Sinne der Völkerverständigung erreicht werden.

e) 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.

f) Es werden auf Grund vertraglicher Regelungen Verfahren und Maßnahmen für jene Fälle erarbeitet und auf dem neuesten Stand gehalten, in denen festgestellt wird, dass ein Leistungspartner seine Umweltpolitik oder Umweltziele nicht einhält bzw. seiner sozialen Verantwortung gegenüber der Bevölkerung in den Gastländern nicht gerecht wird.

g) 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 den Stakeholdern geführt werden.

h) Die Kundinnen und Kunden werden über die umweltrelevanten und die sozialen Aspekte im Zusammenhang mit ihrer Reise in angemessener Weise informiert.

i) Das Unternehmen achtet bei seinen Leistungspartnern auf die Einhaltung des fortschrittlichsten, dem jeweiligen Gastland angemessenen Umweltstandards.

j) Das Unternehmen strebt eine kontinuierliche Verbesserung in allen umwelt- und sozial relevanten Bereichen im eigenen Hause an.

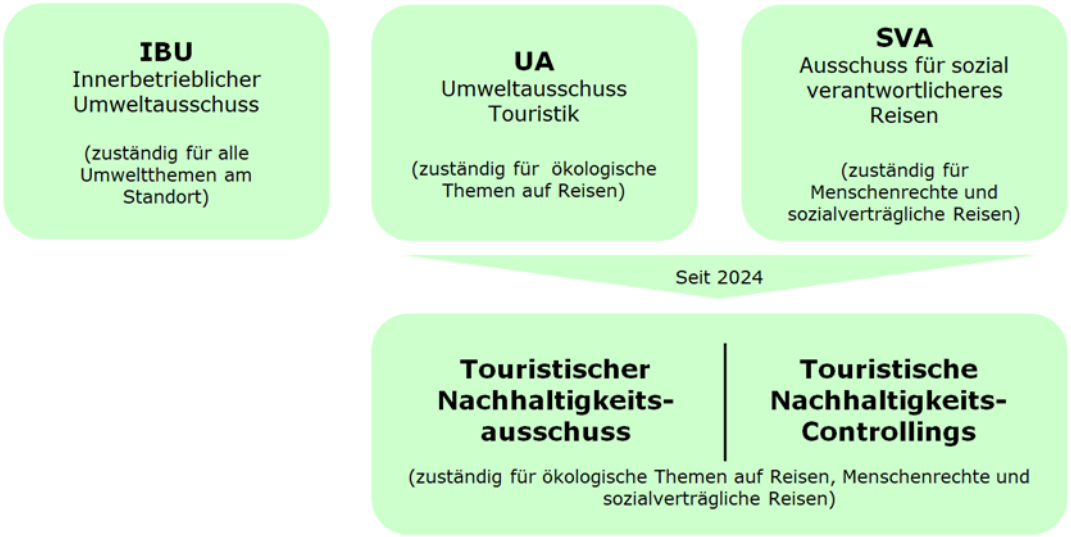
k) Die umweltrelevanten und auf die soziale Verantwortung ausgerichteten Tätigkeiten des Unternehmens werden in regelmäßigen Abständen überprüft und bewertet.

l) 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, insbesondere die UN-Menschenrechtscharta, in diesem Bereich einhalten, sondern wir wollen auch, wenn möglich, aus eigener Initiative mit positiven Beispielen darüberhinausgehende Impulse geben."

Inhaltsübersicht

6.2 Nachhaltigkeitsmanagement

Das Nachhaltigkeitsmanagement bei Studiosus basiert auf ständigen Ausschüssen, die mehrmals jährlich tagen und die Nachhaltigkeitsziele und -maßnahmen des Unternehmens festlegen. Sie unterteilen sich thematisch in Umweltthemen am Standort sowie ökologische und soziale Themen auf den Reisen. Mindestens einmal jährlich berichten die zur Umsetzung der Maßnahmen Verantwortlichen im Rahmen einer internen Betriebsprüfung an die Ausschüsse.



2024 wurden der Umweltausschuss Touristik und der Ausschuss für sozial verantwortlicheres Reisen zusammengelegt, um das Engagement in allen Bereichen der Nachhaltigkeit zukünftig noch besser zu steuern. Im unternehmensgruppenweiten Touristischen Nachhaltigkeitsausschuss werden aktuelle Themen behandelt. Er tagt zweimal jährlich und fungiert als Impulsgeber für die gesamte Unternehmensgruppe. Das Controlling der Maßnahmen erfolgt in sechs separaten, durch die Fachabteilungen geleiteten Controlling-Sitzungen. Im Innerbetrieblichen Umweltausschuss erfolgt das Controlling der Maßnahmen direkt in der Ausschusssitzung. Die Ausschüsse sind aus Mitgliedern verschiedener Hierarchiestufen, Fach- und Tätigkeitsbereichen zusammengesetzt. Es ist mindestens ein Mitglied der Unternehmensleitung vertreten. In den Ausschüssen werden gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge und neue Maßnahmen entwickelt, aktuelle Entwicklungen berichtet sowie Änderungen an den operativen Zielen vorgenommen. So finden aktuelle Themen und Anliegen Eingang in die Entwicklung von Strategien und Zielen. Die strategischen Ziele werden einmal im Jahr durch die Unternehmensleitung überprüft und gegebenenfalls geändert.

Auch die Politik der nachhaltigen Entwicklung kann eine Änderung erfahren. Einmal im Jahr wird das Managementsystem im Rahmen eines internen Audits überprüft und durch die Geschäftsführung bewertet (Managementreview). Es findet alle drei Jahre eine Rezertifizierung bzw. Revalidierung statt und in den Jahren dazwischen ein Überwachungsaudit.

Die Einhaltung der gesetzlichen Anforderungen wird regelmäßig überprüft und sichergestellt. Das geltende Umweltrecht wird eingehalten. Das Nachhaltigkeitsmanagement funktioniert nach den Regeln des kontinuierlichen Verbesserungsprozesses.

Die Delegation von Aufgaben erfolgt z. B. über Stellenbeschreibungen. Verantwortlichkeiten und Zuständigkeiten können z. B. über Verfahrensanweisungen eingesehen werden. Im Nachhaltigkeitsmanagement z. B. über die Arbeit der vorbenannten Ausschüsse, ISO-Normen, Managementanweisungen, Arbeitssicherheitsrichtlinien und den Arbeitssicherheitsausschuss.

Die Zeichnungsberechtigung wird über den Anstellungsvertrag der Führungskräfte sowie über die Zeichnungsberechtigungsliste geregelt. Die (externen) Zeichnungsberechtigten sind aus dem Handelsregister zu ersehen.

Informationen zum Notfallmanagement finden sich in **Kapitel 4.3** im Absatz Arbeitssicherheit.

Zertifizierung des Umweltmanagementsystems

Studiosus war der erste europäische Reiseveranstalter, dessen Umweltmanagementsystem nach EMAS validiert und nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert wurde. Seit der Erstzertifizierung und Erstvalidierung im Jahr 1998 wurde das Umweltmanagementsystem im Dreijahreszyklus nach DIN EN ISO 14001 rezertifiziert und nach EMAS revalidiert. Dabei wurde stets die aktuelle Norm berücksichtigt.

Im Juli 2004 wurden die Qualitäts- und Umweltmanagementsysteme in ein integriertes Managementsystem zusammengeführt. Die Managementsysteme wurden März 2023 gemäß der Qualitätsnorm DIN EN ISO 9001:2015 sowie nach den Umweltnormen DIN EN ISO 14001:2015 und EMAS III rezertifiziert bzw. revalidiert. Die Zertifikate waren bis März 2026 gültig. Das Rezertifizierungs- und Revalidierungsaudit fand im April 2026 statt, die neuen Zertifikate stehen noch aus.

EMAS-Urkunde_gültig-bis-2026.pdf

Zertifikat_ISO 14001.pdf

Inhaltsübersicht

6.3 Wesentliche Umweltaspekte

Grundlage für die Bewertung der wesentlichen Umweltaspekte sind die identifizierten externen Themen „Emissionen“, Energie“ und „Abfall“ für die Geschäftstätigkeit von Studiosus als Reiseveranstalter.

Die Bewertung der wesentlichen Umweltaspekte bezieht sich auf die Umweltauswirkungen der üblichen Geschäftstätigkeit von Studiosus. Dabei werden nicht nur direkte Treibhausgas-Emissionen des Unternehmens berücksichtigt, sondern auch solche, die entlang der Wertschöpfungskette entstehen.

Umweltaspekt	***Beeinflussbarkeit***	***Umweltauswirkung***	***Bedeutung des Umweltaspekts***
Treibhausgas-Emissionen durch den Transport der Gäste auf Reisen (Flug, Bus, Bahn, Schiff etc.)	Indirekter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	***Sehr hoch***, da jährlich gut 100.000 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Unterbringung der Gäste auf Reisen (Energieverbrauch zum Heizen und zur Beleuchtung, Wasserverbrauch im Bereich Sanitär)	Indirekter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Ressourcenverbrauch, Wasserverschmutzung	***Hoch***, da jährlich mehr als 500.000 Übernachtungen in Hotels gebucht werden
Verpflegung der Gäste auf Reisen (Energieverbrauch in der Küche, zum Heizen und zur Beleuchtung; Wasserverbrauch im Bereich Sanitär und in der Küche; Abfallaufkommen in der Küche)	Indirekter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Ressourcenverbrauch, Wasserverschmutzung	***Hoch***, da jährlich knapp 60.000 Gäste mit im Durchschnitt 10 Übernachtungen mit Studiosus unterwegs sind

Siehe „**Umweltschutz auf Reisen**“

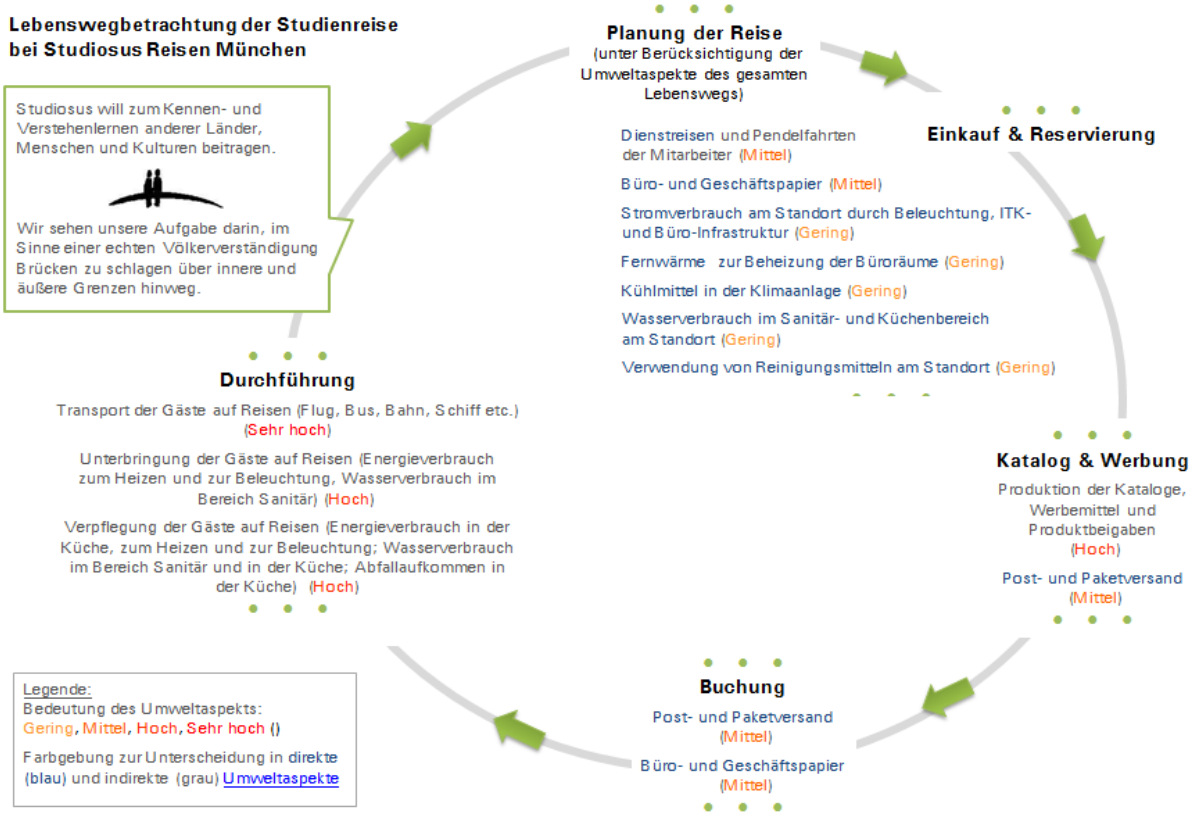
Treibhausgas-Emissionen durch die Produktion der Kataloge, Werbemittel und Produktbeigaben	Indirekter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	***Hoch***, da jährlich bis zu 2000 t Treibhausgas-Emissionen anfallen

Treibhausgas-Emissionen von Dienstreisen	Direkter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	***Mittel***, da jährlich mehr als 200 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Treibhausgas-Emissionen der Pendelfahrten der Mitarbeitenden	Indirekter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	***Mittel***, da jährlich mehr als 250 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Treibhausgas-Emissionen des Post- und Paketversands	Direkter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	***Mittel***, da jährlich circa 100 t Treibhausgas-Emissionen anfallen
Verbrauch an Büro- und Geschäftspapier	Direkter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Ressourcenverbrauch, Abfallerzeugung	***Mittel***, da durch den Druck der Reiseunterlagen der Papierverbrauch höher ist als in einem normalen Bürobetrieb
Stromverbrauch am Standort durch Beleuchtung, ITK- und Büro-Infrastruktur	Direkter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	***Gering***, da geringer Stromverbrauch pro Mitarbeitendem im Vergleich zu einem produzierenden Unternehmen und da durch den Bezug von Ökostrom kaum Emissionen anfallen
Verbrauch an Fernwärme zur Beheizung der Büroräume	Direkter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen, Luftverschmutzung	***Gering***, da die Fernwärme der Stadtwerke München eine gute CO_2-Bilanz hat. Die Räumlichkeiten des Unternehmens befinden sich in einem Gebäude mittleren Energiestandards

Kühlmittel in der Klimaanlage	Direkter Umweltaspekt	Globale Erwärmung durch Treibhausgas-Emissionen	***Sehr gering***, da nur spezifische Funktionsräume klimatisiert werden
Wasserverbrauch im Sanitär- und Küchenbereich	Direkter Umweltaspekt	Ressourcenverbrauch, Wasserverschmutzung	***Sehr gering***, da nur haushaltsübliche Mengen an Wasser verbraucht werden
Verwendung von Reinigungsmitteln	Direkter Umweltaspekt	Ressourcenverbrauch, Abfallerzeugung, Wasserverschmutzung	***Sehr gering***, da nur haushaltsübliche Mengen umweltschonender Reinigungsmittel verbraucht werden

siehe „Umweltschutz am Unternehmenssitz“

Zuordnung der wesentlichen Umweltaspekte zum Lebensweg der Studienreise



Inhaltsübersicht

6.4 Umweltschutz auf Reisen

Klimaschutz

Nach dem Prinzip "vermeiden vor reduzieren vor kompensieren" versucht Studiosus, die Umweltbelastung seiner Reisen so gering wie möglich zu halten.

Durch das Angebot von Non-Stop-Flügen (ohne Zwischenlandung), im Reisepreis inkludierter "Rail & Fly"-Tickets und der alternativen Bahnanreise ins Zielgebiet sollen CO_2e-Emissionen vermieden werden. Studiosus bietet zudem gezielt längere Reisen an, da das Verhältnis zwischen Transportaufwand und Aufenthaltsdauer bei diesen Reisen besser ist. Flugreisen unter vier Tagen werden mit Ausnahme von kultimer-Reisen nicht durchgeführt.

Erdgebundene Reisen sind im Hinblick auf die Emissionen besonders umweltschonend. Studiosus bietet innerhalb Europas daher eine Fülle an Bus- und Bahnreisen an. Typische Flugreise-Ziele werden dabei umweltschonend im Reisebus oder mit der Bahn erreicht. Die Reisen führen die Gäste durch 18 Länder. Der Fokus für 2025 lag auf dem Ausbau der Bahnreisen. So werden 2025 77 % mehr Bahnreisen angeboten als im Vorjahr, u. a. an den Golf von Neapel, nach Apulien, nach Sizilien und Barcelona.

Zur Vermeidung von CO_2e-Emissionen tragen weitere Maßnahmen bei. So werden alle Reiserouten weltweit so geplant, dass – wann immer sinnvoll möglich – Bus und Bahn zum Einsatz kommen und auf Inlandsflüge verzichtet werden kann. Des Weiteren werden Stadtbesichtigungen häufig mit öffentlichen Verkehrsmitteln durchgeführt.

Auch die Kampagne "Stop the engine – whenever possible", die das Unternehmen seit 1993 durchführt, hat zum Ziel, CO_2e-Emissionen zu vermeiden. Busunternehmen sollen entsprechende Schilder in den Studiosus-Bussen anbringen: Zum einen, um die eigenen Busfahrenden daran zu erinnern, bei Wartezeiten des Busses den Motor abzustellen, und zum anderen, um auch Gäste und andere Verkehrsteilnehmende darauf aufmerksam zu machen.

Unterstützung von Klimaschutzprojekten

Trotz aller Bemühungen, CO_2e-Emissionen zu vermeiden, bleibt Studiosus bei der Reisedurchführung auf die Nutzung von Transportmitteln angewiesen. Insbesondere das Flugzeug kann bei längeren Distanzen nicht ersetzt werden. Vor diesem Hintergrund setzt Studiosus auf die Unterstützung von Klimaschutzprojekten und investiert in erneuerbare Energien im Globalen Süden. Dadurch möchte das Unternehmen einen langfristigen Beitrag zum Klimaschutz und zur Unterstützung der UN Sustainable Development Goals leisten.

Bereits seit 2012 leistet Studiosus für durch Transporte zu Lande und zu Wasser entstehende CO_2e-Emissionen Klimaschutzbeiträge für Biogasanlagenprojekte.

Seit der Reisesaison 2021 werden zusätzlich auch für alle in der Reisebuchung enthaltenen Flüge und Hotelübernachtungen inkl. Verpflegung Klimaschutzprojekte in Nepal und Indien unterstützt. Seit Mitte 2024 fließen alle geleisteten Beiträge in Biogasanlagenprojekte in Indien.

Seit Mai 2022 veröffentlicht Studiosus zudem bei jeder Reise den CO_2e-Fußabdruck inklusive des separat ausgewiesenen Anreiseanteils und sorgt damit für Transparenz beim Klimaschutz. In vielen Zielgebieten in Europa schreibt Studiosus alternativ zur Flug- auch die Bahnanreise aus. In diesen Fällen können Kundinnen und Kunden die Anreisearten in puncto Klimawirksamkeit vergleichen und dies in ihre Entscheidung einfließen lassen.

Auch in der Branche plädiert Studiosus für den **Einschluss von CO_2e-Klimaschutzbeiträgem in den Reisepreis** sowie eine transparente Darstellung des CO_2e-Fußabdrucks in den Reiseausschreibungen. Studiosus unterstützt daher als Gründungsmitglied den **Verein KlimaLink**, einen 2022 von Reiseunternehmen und -verbänden gegründeten Verein zur Entwicklung eines Standards zur Berechnung von CO_2e-Emissionen aus den einzelnen Bestandteilen der touristischen Wertschöpfungskette.

Treibhausgas-Emissionen durch Transportmittel werden wie folgt berechnet:

Für erdgebundene Transportmittel werden Treibhausgas-Emissionen in Gramm pro Kilometer angesetzt. Die Basis bilden Angaben des Umweltbundesamts und ähnliche Quellen. Die Emissionswerte werden regelmäßig auf Aktualität überprüft. Für die **Berechnung von Flugemissionen** verwendet Studiosus bereits seit 2025 den Berechnungsstandard der KlimaLink Initiative. Dieser berücksichtigt u. a. die verstärkte Wirksamkeit von Treibhausgas-Emissionen in der Höhe (RFI). Mittelfristig stellt Studiosus die Berechnung der CO_2e-Emissionen schrittweise in allen Bereichen auf den, sich aktuell in Entwicklung befindenden, branchenweiten Berechnungsstandard von KlimaLink um.

Für die Berechnung 2025 wurden folgende Emissionswerte angesetzt:

Treibhausgas-Emissionen pro Transportmittel		2025
Flugzeug		Berechnung über Emissions-rechner
PKW Auslastung zwei Pers.	in g pro km	120
Bahn Fernstrecke	in g pro km	20
Reisebus	in g pro km	36

Für sein Klimaschutz-Engagement wurde Studiosus vielfach ausgezeichnet. Zuletzt 2022 erhielt Studiosus für die transparente Darstellung des umfassenden CO_2e-Fußabdrucks seiner Reisen und die entsprechende Unterstützung von Klimaschutzprojekten die EcoTrophea des Deutschen Reiseverbands (DRV). Mit dem renommierten Preis für Umweltschutz und soziale Verantwortung würdigt der DRV beispielgebende Projekte, die einen wirkungsvollen Beitrag zur Nachhaltigkeit im Tourismus leisten. Überzeugt hatte die mit hochkarätigen Experten und Expertinnen besetzte Jury insbesondere die Entscheidung von Studiosus, die Klimaschutzbeiträge in den Reisepreis einzuschließen

und in Klimaschutzprojekte im Globalen Süden zu investieren. Beispielgebend fanden die Fachleute zudem, dass Gäste von Studiosus vorab transparente Informationen über die Emissionen ihrer Reisen erhalten und somit deren Klimawirkung in ihre Buchungsentscheidung einbeziehen können.

Biodiversität

Die Programme sind so gestaltet, dass sie Rücksicht auf Mensch, Tier und Natur nehmen. In Naturschutzgebieten werden lokale Guides hinzugezogen, da diese den Gästen neben einem spezifischeren Wissen über Fauna und Flora auch den schonenden Umgang mit eben dieser auf den Touren vermitteln können. Tiere sollen möglichst in ihrem natürlichen Lebensraum beobachtet werden. Der Besuch von Umwelt- und Sozialprojekten gehört zu jeder Studiosus-Reise dazu.

2025 startete darüber hinaus ein Produktscreening-Prozess, um alle Reisen systematisch auf mögliche Risiken u. a. im Bereich Arten- und Tierschutz zu prüfen. Aus den Ergebnissen werden 2026 Maßnahmen abgeleitet.

Umweltverträglichkeit der Reisen

Erdgebundene Reisen mit dem Bus oder der Bahn bieten besonders emissionsarme Reisemöglichkeiten und sind daher innerhalb Europas fester Bestandteil des Studiosus-Angebots. 2026 (Stand 24.9.2025) bietet Studiosus insgesamt 40 (2025: 48) Busreisen, 106 Bahnreisen (2025: 116) sowie fünf Reisen mit Schiffsanreise (2025: 8) an.

Die Gäste können die Umweltverträglichkeit ihrer Reise bewerten. Im Jahr 2025 lag die Zufriedenheit mit der Umweltverträglichkeit des Reiseverlaufs bei 94,1 %. Die Kundenzufriedenheit mit den Umweltschutzmaßnahmen in den Hotels konnte von 68 % im Jahr 1996 auf 83,6 % im Jahr 2025 gesteigert werden.

Weitere Kennzahlen zur Struktur der Reisen[1]:

		2025	2024	2023
Übernachtungen je Unterkunftskategorie				
Bis 2 Sterne	in %	3%	3%	3%
3 Sterne	in %	26%	25%	26%
4 Sterne	in %	61%	62%	61%
5 Sterne	in %	10%	9%	10%
Durchschnittliche Länge der Reisen	in Übernachtungen	10	10	10
Treibhausgas-Emissionen der Reisen [2]				
Durchgeführte Reisen	pro Gast und Übernachtung in kg	210	193	179
	pro Jahr in t	119.245	111.849	98.232
durch Klimaschutzbeiträge abgedeckte Treibhausgas-Emissionen	in %	100%	100%	100%

1) Auf Basis aller durchgeführten Reisen. Enthalten sind alle Studiosus- und kultimer-Reisen.

2) Treibhausgas-Emissionen auf den Reisen der Gäste weltweit. Beinhaltet Flüge ins und im Zielgebiet, Bus-, Bahn- und Schiffsstrecken, Übernachtungen und Verpflegung sowie Transporte der Reiseleiterinnen und Reiseleiter.

Inhaltsübersicht

6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz

Das Umweltmanagementsystem ist nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert und nach EMAS validiert. Einziger Standort der Studiosus Reisen München GmbH sind die angemieteten Büroflächen im "Atrium Riesstraße" (Riesstraße 25, 80992 München) in München-Moosach. Hierbei handelt es sich um ein ca. 36.000 qm großes Bürogebäude mittleren Energiestandards aus dem Jahr 1991. Die Büroflächen verteilen sich auf fünf Stockwerke eines der vier Gebäudeteile. In einem weiteren Gebäudeteil sind einzelne Lagerflächen angemietet. Das Management der Haustechnik erfolgt über eine durch den Eigentümer bestellte Hausverwaltung.
Die Kennzahlen Treibhausgas-Emissionen am Standort, gefährliche Abfälle (Elektroschrott, Batterien und Leuchtstoffröhren) sowie Aktenvernichtung beziehen sich auf die gesamte am Standort ansässige Unternehmensgruppe (ohne Hauser). Alle übrigen Aussagen beziehen sich auf die Geschäftstätigkeit der Studiosus Reisen München GmbH mit 228 Mitarbeitenden (Stand 31.12.2025).

Energie, Abfall, Wasser und Papier

Der Energieverbrauch am Standort wird vor allem durch die IT-Infrastruktur (Server, PCs und Drucker) und die Beleuchtung beeinflusst. Durch Maßnahmen wie den Einsatz von Thin- bzw. Zero-Clients, die über 50 % weniger Strom verbrauchen als ein herkömmlicher PC, und eine effiziente Serverstruktur kann der Stromverbrauch weiter reduziert werden. Der Strom stammt zu 100 % aus erneuerbaren Energien. Die Heizenergie ins Bürogebäude wird per Fernwärme geliefert. Studiosus ist am Geschäftsstandort Mieter. Die Fernwärme der Stadtwerke München soll bis 2040 vollständig aus erneuerbaren Energien gewonnen zu werden, überwiegend durch den Ausbau der Geothermie. Der Anteil erneuerbarer Energien am Energiemix betrug im Jahr 2024 25,5 %. Die anfallenden Emissionen entsprechen 70 Gramm CO_2e je kWh.

Das Abfallaufkommen bei Studiosus setzt sich im Wesentlichen aus den Fraktionen Restmüll, Papier und Aktenvernichtung zusammen, wobei der Restmüll in München für die Fernwärmeherstellung verwendet wird. Seit 2019 werden die in den Teeküchen anfallenden Kunststoffe (z. B. leere Milchpackungen, Essensverpackungen o. ä.) separat gesammelt. Die Mengen werden seit 2025 erfasst und berichtet. Gefährliche Abfälle wie Batterien, Leuchtstoffröhren und Elektroschrott werden über zertifizierte Entsorgungsunternehmen oder kommunale Wertstoffhöfe umweltgerecht entsorgt. Abfallvermeidung ergibt sich auch durch eine gute Recyclingfähigkeit und langlebige Produkte. Daher wird beim Einkauf von IT-Geräten und Büroausstattung darauf geachtet. Die Tonerkartuschen werden durch ein vertraglich vereinbartes Rücknahmesystem vom Servicepartner fachgerecht entsorgt. Tonerkartuschen, die nicht unter das Rücknahmesystem fallen, werden von

einem zertifizierten Entsorgungsfachbetrieb entsorgt. Am Bürostandort wird den Mitarbeitenden in regelmäßigen Abständen die Möglichkeit zur Rückgabe überzähliger Büromaterialien gegeben, sodass diese erneut in Umlauf gelangen können. Dieses Angebot wird sehr gut wahrgenommen.

Wasser wird am Standort in haushaltsüblichen Mengen im Sanitärbereich sowie in den Teeküchen verbraucht. Im Jahr 2022 fand eine Kernsanierung im ganzen Haus statt. In den WCs wurden neue, wassersparende Lösungen verbaut (z. B. Zwei-Mengen-Spülung, wasserlose Urinale usw.).

Durch den Druck der Reiseunterlagen ist der Papierverbrauch bei Studiosus höher als in einem reinen Bürobetrieb. Seit vielen Jahren kommt sowohl beim Geschäfts- als auch beim Kopierpapier 100 % Recyclingpapier mit dem Umweltzeichen "Blauer Engel" zum Einsatz. Maßnahmen wie beidseitiges Drucken und Kopieren, ein firmeninternes Intranet sowie diverse IT-Lösungen, die das Ausdrucken von Korrespondenz und Unterlagen überflüssig machen, gehören seit Jahren zum Standard. Ende 2024 wurde auf den digitalen Versand von Rechnungen und Reisebestätigungen umgestellt. Eine postalische Zustellung erfolgt nur noch auf expliziten Wunsch der Kunden. Durch diese Maßnahme konnte der Papierverbrauch im Bereich Reiseunterlagen 2025 um über 80 % gesenkt werden.

Ebenso wurden 2025 in einem Pilotprojekt Plastiktransportverpackungen für den Versand von Katalogen durch Papierbanderolen ersetzt. Dadurch konnte mehr als eine Tonne Folie eingespart werden.

Bis 2024 wurden die Kataloge auf Papier mit 45 % Anteil aus Etikettenabfällen gedruckt. Für die Kataloge 2025 wurde ein Pilotprojekt zur Umstellung des Katalogdrucks auf 100 % Recyclingpapier umgesetzt. Aufgrund von Qualitätsproblemen war eine vollständige Umstellung des Katalogdrucks nicht möglich. Ab der Reisesaison 2026 werden die Kataloge daher auf Papier mit einem Recyclinganteil von 60 % gedruckt.

Die Klimaanlage im Dachgeschoss wurde 2018 in Betrieb genommen und ist mit 32,5 kg des Kühlmittels R410A und 1,4 kg des Kühlmittels R32 befüllt. Kühlmittel haben, wenn sie bei Defekt der Anlage entweichen, eine erhebliche Klimawirksamkeit. Daher wird jährlich geprüft, ob es zu Kühlmittelverlust kommt. Die Dichtheitsprüfung fand zuletzt im Dezember 2025 statt. Seit Inbetriebnahme ist kein Kühlmittel entwichen, sodass keine Treibhausgas-Emissionen freigesetzt wurden. Die nächste Prüfung findet im ersten Halbjahr 2026 statt.

		2025	2024	2023	2022
Zusammenfassung der Verbräuche					
Stromverbrauch	pro MA und Jahr in kWh	897	944 [2]	1.029	1.062
	pro Jahr in kWh	225.101	238.733 [2]	235.749	225.069
Heizenergie-verbrauch	pro MA und Jahr in kWh	n.v. [3]	n.v. [3]	918	1.232
	pro Jahr in kWh	n.v. [3]	n.v. [3]	197.459	246.498
Abfallaufkommen (nicht gefährliche Abfälle)	pro MA und Jahr in kg	41 [7]	46	115 [4]	59
	pro Jahr in t	11 [7]	12	28 [4]	13,7
Elektroschrott	pro Jahr in kg	540	935 [5]	315	434
Entsorgte Batterien	pro Jahr in kg	14	25	28	20
Entsorgte Leuchtstoffröhren	pro Jahr in Stück	0	30	45	0 [5]
Wasserverbrauch [6]	pro MA und Jahr in m³	n.v. [3]	n.v. [3]	11	10
	pro Jahr in m³	n.v. [3]	n.v. [3]	2.606	2.103
Kopierpapier, Geschäftspapier und Kuverts [1]	pro MA und Jahr in kg	34	65	68	84
	in Gramm je Gast	139	254	260	440
	pro Jahr in t	8	15	15	17

1) Die Verbrauchskennzahlen Kopierpapier, Geschäftspapier sowie Kuvertbedarf werden fortan in Gramm je Gast zusammengefasst dargestellt. Der stark zurückgegangene Verbrauch ab 2025 geht auf die Umstellung auf den digitalen Versand von Reisebestätigungen und Rechnungen zurück.

2) U.a. durch die externe Vergabe des Reiseunterlagendrucks ab Herbst 2023 konnte der interne Stromverbrauch 2024 gesenkt werden.

3) Angaben liegen noch nicht vor, da die Heizkosten- und Wasserabrechnung durch die Hausverwaltung noch nicht abgeschlossen ist.

4) Im Abfallaufkommen ist die Aktenvernichtung enthalten. Durch die Auflösung von Aktenlagerbeständen liegt die Aktenvernichtung in manchen Jahren deutlich über dem Normalanfall von Abfall.

5) Durch unregelmäßige Abholrhythmen ergeben sich teils Schwankungen.

6) Der Gesamtwasserverbrauch wird im Bürokomplex nach Quadratmetern auf alle Mieter umgelegt. Es gibt keine Unterzähler, daher kann der Wasserverbrauch von Studiosus nicht gesondert ausgewiesen werden.

7) Ab 2025 sind im Abfallaufkommen der nicht gefährlichen Abfälle auch separat gesammelte Kunststoffabfälle enthalten.

Das Thema Biodiversität kommt bei Studiosus am Standort aktuell nicht zur Anwendung, da die Räumlichkeiten des Unternehmens angemietet sind und Studiosus keinen direkten Einfluss auf die Flächenversiegelung oder die Gestaltung naturnaher Flächen nehmen kann.

Kataloge und Werbemittel

Die Katalogauflage wird sorgfältig geplant, um sie so gering wie möglich zu halten. So kann der Verbrauch von Rohstoffen so weit wie möglich reduziert werden. Die Kataloge werden auf Papier mit einem Recyclinganteil von 60 % gedruckt.

Bei den Werbemitteln kommen bevorzugt umweltschonende Materialien zum Einsatz. Beispielsweise verwendet Studiosus zur Produktion der Kofferanhänger Lederreste, die auf diese Art und Weise der Umwelt zuliebe eine weitere Verwendung finden, und lässt sie im Hinblick auf die CO_2e-Bilanz in Deutschland produzieren. Die Reiseunterlagen werden in umweltschonenden Unterlagentaschen aus Papier oder recyceltem Plastikmaterial versendet. Ein zunehmender Teil wird digital versendet.

Papiergewicht		2025	2024	2023	2022
Kataloge	Gewicht in kg pro gereistem Gast	5	5	5	9

Treibhausgas-Emissionen Kataloge und Werbemittel [1]		2025	2024	2023	2022
Kataloge	Treibhausgas-Emissionen in kg pro prognostiziertem Gast	23	16	23	30
Sonstige Drucksachen		2	2	3	3
Produktbeigaben		2	2	2	2

1) Die Angaben zu den Treibhausgas-Emissionen Kataloge und Werbemittel beziehen sich auf Studiosus Reisen München sowie Marco Polo Reisen.

Selbstverpflichtungserklärung

Studiosus erwartet von allen seinen Leistungspartnern, Grundsätze und Anforderungen der ILO-Kernarbeitsnormen einzuhalten. Auch Studiosus hat sich dazu verpflichtet. Für alle Leistungspartner, bei denen die Einhaltung nicht bereits vertraglich verankert ist, wurde eine Selbstverpflichtungserklärung erstellt. Diese umfasst unter anderem Themen wie faire Bezahlung der Mitarbeitenden, Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz, keine Diskriminierung, das Verbot von Zwangs- oder Kinderarbeit, auch beim Einsatz von Produkten aus Zulieferländern. Eine Nichteinhaltung der Vereinbarung führt zur Beendigung der Geschäftsbeziehung.

Selbstverpflichtungserklärung

Emissionen

Die Treibhausgas-Emissionen am Standort werden für die Katalog- und Werbemittelproduktion, Dienstreisen, den Post- und Paketversand, den Papierverbrauch und den Heizenergie- und Stromverbrauch ausgewiesen.

Den größten Anteil der freigesetzten Treibhausgase machte in Deutschland 2023 das Treibhausgas Kohlendioxid (CO_2) mit gut 89 % aus (**UBA 2024**). Neben CO_2 werden die Emission der Treibhausgase Methan (CH_4) und Lachgas (N_2O) zur Berechnung der Gesamtemissionen in CO_2-Äquivalente

(CO_2e) umgerechnet und mitberücksichtigt. Bei der Berechnung der Flüge findet eine gesonderte Berücksichtigung der Nicht-CO_2-Auswirkungen des Luftverkehrs statt (KlimaLink), siehe Kapitel 6.4.

Dienstreisen gehören bei einem Reiseveranstalter zum Tagesgeschäft. Dennoch wird versucht, sie auf ein notwendiges Maß zu begrenzen, indem nur Dienstreisen genehmigt werden, die unbedingt benötigt sind. Im Dienstreiseantrag, den die Mitarbeitenden vor Antritt der Dienstreise stellen müssen, werden die CO_2-Emissionen, welche die jeweilige Dienstreise verursacht, automatisch ausgewiesen. Dienstreisen konnten durch Maßnahmen wie die Umstellung auf Webinare und Pressekonferenzen mittels Videoübertragung verringert werden. Den ÖPNV für Pendelfahrten zu nutzen, unterstützt Studiosus durch die Kostenübernahme des Deutschlandtickets. Des Weiteren besteht das Angebot eines Jobrad-Leasings. Durch den Einsatz von Ökostrom und Recyclingpapier können weitere Emissionen eingespart werden.

Für die gesamte Katalog- und Werbemittelproduktion, die Dienstreisen, den Post- und Paketversand sowie den Kopier- und Geschäftspapierverbrauch leistet Studiosus Klimaschutzbeiträge zum Bau von Biogasanlagen in nach dem Gold Standard zertifizierten Projekten.

		2025	2024	2023	2022
Treibhausgas-Emissionen am Standort					
Dienstreisen der Mitarbeitenden [1]	pro MA und Jahr in kg	814	775	513	206
	pro Jahr in t	219	213	135	49
Post- und Paketversand	pro MA und Jahr in kg	370	413	436	391
	pro Jahr in t	93	105	103	87
Kopier- und Geschäftspapier [2, 3]	pro MA und Jahr in kg	33	58	62	74
	pro Jahr in t	8	15	15	17
Strom und Heizenergie	pro MA und Jahr in kg	68 [4]	67 [4]	67	86
	pro Jahr in t	16 [4]	16 [4]	16	19
Pendelfahrten der Mitarbeitenden [5]	pro MA und Jahr in kg	847	847	847	731
	pro Jahr in t	266	283	265	174
Gesamt [6]	pro MA und Jahr in kg	2.131 [4]	2.140 [4]	1.944	1.488
	pro Jahr in t	602 [4]	631 [4]	537	346

Treibhausgas-Emissionen nach Scope		2025
Scope 1	in t	2
Scope 2	in t	16 [4]
Scope 3	in t	584

1) Es werden in den Gesamtemissionen der Dienstreisen auch die auftragsbezogenen Dienstreisen externer Dienstleister erfasst.

2) Die Emissionen des Kopier- und Geschäftspapiers sind pro Studiosus-Mitarbeiter (ohne Tochterunternehmen) berechnet. In der Darstellung der Emissionen gesamt pro Jahr in Tonnen wurden die Studiosus-Werte auf die gesamte Unternehmensgruppe hochgerechnet.

3) Enthalten sind Kopier- und Geschäftspapier, Kuverts sowie Hygienepapier.

4) Hochrechnung der Heizenergie-Emissionen auf Basis der letzten Nebenkostenabrechnung, da noch keine abgeschlossenen Abrechnungen für 2024 und 2025 vorliegen.

5) Die Pendelfahrten wurden im Jahr 2023 in Form einer Mitarbeitendenbefragung aktuell erfasst. Die Erhebung der Pendelfahrten erfolgt in unregelmäßigen Abständen, da der Standort Riesstraße langjähriger und einziger Sitz des Unternehmens ist. Die nächste Befragung ist für 2026 geplant.

6) Die Kennzahlen Treibhausgas-Emissionen am Standort beziehen sich auf die Unternehmensgruppe (ohne Hauser).

Inhaltsübersicht

6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele

Im Folgenden sind die bis zum Jahr 2026 gesetzten Zielwerte den aktuellen Werten gegenübergestellt.

Der Grad der Zielerreichung kann der Spalte „Abweichung (Abw.)“ entnommen werden. Eine positive Abweichung zum Zielwert ist grün dargestellt, eine negative Abweichung rot. Der Spalte „Bemerkung“ können weiterführende Informationen über die Weiterverfolgung der jeweiligen Ziele entnommen werden.

Status der Zielerreichung

Treibhausgas-Emissionen	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Dienstreisen der Mitarbeitenden (in kg pro MA und Jahr)	798	2025	850	2028	-6,1%	

Maßnahmen zur Reduktion der Dienstreise-Emissionen:

- Umstellung auf Webinare und Pressekonferenzen mittels Videoübertragung
- Es werden nur Dienstreisen genehmigt, die unbedingt benötigt werden
- Im Dienstreiseantrag werden die CO_2e-Emissionen ausgewiesen

Energie	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Heizenergieverbrauch außentemperatur-bereinigt (pro MA und Jahr in kWh)	918	2023	1.232	Ziel 2023 = Vorjahres wert 2022	-25,5%	Es liegt keine aktuellere Abrechnung vor. Zielsetzung bis 2026: Der Heizenergieverbrauch soll außentemperaturbereinigt nicht über dem jeweiligen Vorjahr liegen.

Maßnahmen zur Reduktion des Heizenergieverbrauchs:

- Individuell einstellbare Heizkörper sowie jährlich, zum Beginn der Heizsaison, Hausmitteilung an Mitarbeitende zum Thema „Richtig Heizen und Lüften“
- In unregelmäßig genutzten Räumen: regelmäßige Raumkontrolle zum sinnvollen Abschalten von Heizkörpern

Energie	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Stromverbrauch (pro MA und Jahr in kWh)	897	2025	860	2028	4,3%	

Maßnahmen zur Reduktion des Stromverbrauchs:

- PCs: Einsatz von Thin- bzw. Zero-Clients
- IT: effiziente Serverstruktur

- Erfassung des Stromverbrauchs von Elektrogeräten am Standort
- Regelmäßiges Abtauen der Kühlschränke in den Teeküchen
- Regelmäßiges Entkalken der Wasserkocher in den Teeküchen
- Ausgabe von Heißwasser portionsweise je Tasse in den Teeküchen
- Reinigungsteam ist auf sinnvolles Lichtabschalten hingewiesen
- Jährlich Hausmitteilung an Mitarbeitende zu Möglichkeiten der Energieeinsparung

Wasser	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Wasserverbrauch (in m³ pro MA und Jahr)	11,0	2023	10	2028	10,0%	Es liegt keine aktuellere Abrechnung vor.

Der Gesamtwasserverbrauch wird im Bürokomplex nach Quadratmetern auf alle Mieter umgelegt. Es gibt keine Unterzähler, daher kann der Wasserverbrauch von Studiosus nicht gesondert ausgewiesen werden. Die Berechnung des Verbrauchs in Kubikmetern erfolgt über die in Rechnung gestellten Kosten geteilt durch die aktuellen Kosten je Kubikmeter. Wasser wird am Standort in haushaltsüblichen Mengen im Sanitärbereich sowie in den Teeküchen verbraucht.

Maßnahmen zur Reduktion des Wasserverbrauchs:

- Wassersparende Lösungen in den WCs (Zwei-Mengen-Spülung, Sensorautomatik am Wasserhahn)
- Einsatz von Spülmaschinen in den Teeküchen

Papier	Aktuell	Jahr	Ziel	Jahr	Abw.	Bemerkung
Recyclingpapieranteil Katalogpapier	60%	2025	60%	2028	0,0%	in 2025 gedruckte Kataloge mit ~60% Recylinganteil, Pilotprojekt mit 100% Recylingpapier im Katalogdruck für die Kataloge 2025 leider aufgrund qualitativer Einschränkungen gescheitert

Begrenzende Faktoren in der Erhöhung des Recyclingpapieranteils der Reisekataloge sind qualitative Merkmale. Die Reisekataloge für die Reisesaison 2025 wurden probeweise auf 100 % Recyclingpapier gedruckt. Aufgrund von Qualitätsmängeln erfolgt der Druck ab 2026 auf Papier mit einem Recyclingpapieranteil von etwa 60 %. Diese Auswahl stellt eine Verbesserung zu dem vor dem Pilotprojekt genutzten Papier mit 45% Recyclinganteil dar.

Kopierpapier-, Geschäfts-papier- und Kuvertbedarf in Gramm je Gast	139	2025	150	2028	-7,3%	Die Kennzahl Kopierpapierbedarf pro MA und Jahr wurde für die Zielsetzung 2026 auf Kopierpapier-Geschäftspapier- und Kuvertbedarf in Gramm je Gast umgestellt.

Maßnahmen zur Reduktion des Papierbedarfs:

- Bestätigungsversand und Rechnungsversand per E-Mail, postalischer Versand nur auf expliziten Wunsch des Gastes
- Verarbeitung von EC- und Kreditkarten ohne Papierausdruck
- Keine Ausdrucke mehr von Fehlerzetteln und Buchhaltungsexemplaren
- Geplante Einführung eines Dokumentenmanagementsystems
- Unternehmensinternes Intranet
- Voreingestelltes beidseitiges Drucken und Kopieren

Inhaltsübersicht

7 Externe Bestätigungen zum Bericht

Die externe Prüfung des Nachhaltigkeitsberichts 2025/2026 mit integrierter Umwelterklärung durch den TÜV erfolgte Ende März 2026.

Gültigkeitserklärung zur Umwelterklärung 2026

Die nächste Prüfung wird Ende März 2027 erfolgen.

Jahresabschluss der Studiosus Reisen München GmbH mit Bestätigungsvermerk des Abschlussprüfers für das Jahr 2024

Bestätigungsvermerk 2024 Studiosus Reisen München GmbH

Der Jahresabschluss für das Jahr 2025 wird voraussichtlich im April 2026 veröffentlicht.
Der Bestätigungsvermerk für das Jahr 2025 wird voraussichtlich im November 2026 vorliegen.

Inhaltsübersicht

Anhang GRI-Index

Anwendungserklärung	Studiosus Reisen München GmbH hat in Übereinstimmung mit den GRI Standards für den Zeitraum 01.01.2025-31.12.2025 berichtet.
Verwendeter GRI 1	GRI 1: Grundlagen 2021
Anwendbare(r) GRI- Branchenstandard	/

GRI Standard	*Beschreibung*		Verweis	Auslassung		
					Begründung	Erklärung
Allgemeine Angaben						
	2-1	Organisationsprofil	3.4-Daten-und-Fakten	Eine graue Zelle bedeutet, dass Gründe für die Auslassung bei der Offenlegung nicht zulässig sind oder dass keine GRI-Sektorsstandard-Referenznummer verfügbar ist.		
	2-2	Entitäten, die in der Nachhaltigkeitsberichterstattung der Organisation berücksichtigt werden (Tochterunternehmen,...)	2.2 Grundlegendes zum Bericht			
	2-3	Berichtszeitraum, Berichtshäufigkeit und Kontaktstelle	2.2 Grundlegendes zum Bericht			
	2-4	Richtigstellung oder Neudarstellung von Informationen				
	2-5	Externe Prüfung	2.2 Grundlegendes zum Bericht 3.5 Managementsysteme am Standort 6.2 Nachhaltigkeitsmanagement 7 Externe Bestätigungen zum Bericht			
	2-6	Aktivitäten, Wertschöpfungskette und andere Geschäftsbedingungen	3.1-Unternehmensleitbild 3.2-Die-Unternehmensgruppe 3.3-Die-Marke-Studiosus			

			3.4-Daten-und-Fakten 4.1-Stakeholder-bei-Studiosus			
	2-7	Angestellte	4.2 Mitarbeitende am Unternehmens-sitz - Mitarbeitendenstruktur 4.3 Arbeitgeberattraktivität - Arbeitsplatzsicherheit - Work-Life-Balance			Region entfällt, da nur ein Standort
	2-8	MitarbeiterInnen, die keine Angestellten sind	4.4 Reiseleitende 3.4 Daten und Fakten			
	2-9	"Führungsstruktur und Zusammensetzung	3.4-Daten-und-Fakten 3.5-Managementsysteme-am-Standort 6.2-Nachhaltigkeitsmanagement			
	2-10	Nominierungs- und Auswahlverfahren für das höchste Kontrollorgan		X	Nicht anwendbar	Es handelt sich bei der Studiosus Reisen München GmbH um einen Familienbetrieb mit Nachfolgeregelung. Die Auswahlkriterien kommen daher nicht zum Tragen.
	2-11	Vorsitzender des höchsten Kontrollorgans	1.- Vorwort 3.2 - Die Unternehmensgruppe 3.4 - Daten und Fakten			
	2-12	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Beaufsichtigung der Bewältigung der Auswirkungen	3.5-Managementsysteme-am-Standort 6.2-Nachhaltigkeitsmanagement *Jährliche Aktualisierung des Unternehmensleitbildes, der Nachhaltigkeitsprinzipien und -Ziele durch die gesamte Unternehmensleitung.*			
	2-13	Delegation der Verantwortung für das Management der Auswirkungen	6.2-Nachhaltigkeitsmanagement			

	2-14	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Nachhaltigkeitsberichterstattung	6.2-Nachhaltigkeitsmanagement				
	2-15	Interessenkonflikte	3.4-Daten-und-Fakten 3.5-Managementsysteme-am-Standort 4.1-Stakeholder-bei-Studiosus *Der Studiosus Reisen München GmbH sind keine Interessenkonflikte bekannt, die Stakeholdern verschwiegen werden.*				
	2-16	Übermittlung kritischer Anliegen	6.2-Nachhaltigkeitsmanagement				
	2-17	Gesammeltes Wissen des höchsten Kontrollorgans	6.2-Nachhaltigkeitsmanagement *Der Geschäftsführer tauscht sich regelmäßig mit den Fachabteilungen aus und ist somit stets informiert.*				
	2-18	Bewertung der Leistung des höchsten Kontrollorgans	3.5-Managementsysteme-am-Standort 6.2-Nachhaltigkeitsmanagement				
	2-19	**Vergütungspolitik**		X	Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht	Vertraulichkeitsauflagen: Diese Informationen sind nur einem begrenzten Personenkreis zugänglich, unterliegen der Geheimhaltung und keiner Veröffentlichungspflicht.	
	2-20	Verfahren zur Festlegung der Vergütung	4.3 Arbeitgeberattraktivität *Die Studiosus Reisen München GmbH beschäftigt keine Vergütungsberater. Die Vergütungsfestlegung erfolgt einmal jährlich unter Berücksichtigung der Inflationsrate und eines Branchenvergleichs.* *Der DRV stellt einen*				

			Branchenquerschnitt der Gehälter dar, an dem sich die Studiosus Reisen München GmbH orientiert.				
	2-21	Verhältnis der Jahresgesamtvergütung		X	Einschränkungen aufgrund einer Verschwiegenheitspflicht	Vertraulichkeitsauflagen: Diese Informationen sind nur einem begrenzten Personenkreis zugänglich, unterliegen der Geheimhaltung und keiner Veröffentlichungspflicht.	
	2-22	Erklärung zur Stategie für nachhaltige Entwicklung	3.1-Unternehmensleitbild 3.5-Managementsysteme am Standort 6.1-Nachhaltigkeitsprinzipien				
	2-23	Verpflichtungserklärung zu Grundsätzen und Handlungsweisen	3.1-Unternehmensleitbild 5.1-Sozial-verantwortliches-Reisen 5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte 5.4-Engagement-gegen-Kinderprostitution 6.1-Nachhaltigkeitsprinzipien 6.5-Umweltschutz-am-Unternehmenssitz				
	2-24	Einbeziehung der Verpflichtungserklärungen zu Grundsätzen und Handlungsweisen	3.5-Managementsysteme am Standort 5.5-Compliance 6.5-Umweltschutz-am-Unternehmenssitz				
	2-25	Verfahren zur Beseitigung negativer Auswirkungen	3.5-Managementsysteme am Standort 5.5-Compliance				
	2-26	Verfahren für die Einholung von Ratschlägen und die Meldung von Anliegen	4.1 Stakeholder bei Studiosus 6.2-Nachhaltigsmanagement				
	2-27	Einhaltung von Gesetzen und Verordnungen	5.5. Compliance				

	2-28	Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	3.4-Daten-und-Fakten 4.1-Stakeholder-bei-Studiosus			
	2-29	Ansatz für die Einbindung von Stakeholdern	2.1- Wesentliche Themen 4 Stakeholder 5.1-Sozial-verantwortliches-Reisen 5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte 5.4-Engagement-gegen-Kinderprostitution			
	2-30	Tarifverträge	*Hierzu zählen die Betriebsvereinbarungen, die zwischen der Studiosus Reisen München GmbH und dem Betriebsrat im Rahmen des Betriebsverfassungsgesetzes abgeschlossen werden. Der Prozentsatz bei den Arbeitnehmern unter den Reiseleitern, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind, liegt bei 100%. Der Prozentsatz bei den Arbeitnehmern am Standort liegt bei 99,7 %, da Arbeitnehmer mit befristeten Verträgen teilweise nicht darunter fallen.* *Die Mitteilungsfristen, die den Mitarbeitern und dem Betriebsrat gewährt werden, bevor erhebliche betriebliche Veränderungen umgesetzt werden, variieren je nach Sachlage und Recherchebedarf. Die Mindestmitteilungsfrist beträgt jedoch in der Regel zwei Wochen. Eine schriftliche Festlegung diesbezüglich ist allerdings nicht vorhanden, da nicht jeder Einzelfall geregelt werden kann. Vielmehr kommt es auf die Angemessenheit in der jeweiligen Situation an.*			
Wesentliche Themen						
	3-1	Verfahren zur Bestimmung wesentlicher Themen	2.1- Wesentliche Themen 3.5-Managementsystema am Standort			

GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-2**	Liste der wesentlichen Themen	2.1- Wesentliche Themen			
Biodiversität						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.5-Managementsystema am Standort			
GRI 101: Biodiversity 2024	**101-1**	Richtlinien zum Stoppen und Umkehren des Verlusts der Biodiversität	6.1 Nachhaltigkeitsprinzipien 6.3 Wesentliche Umweltaspekte 6.4 Umweltschutz auf Reisen			Hinweis: Nicht nach Kunminbg-Montreal
	101-2	Management der Auswirkungen auf die Biodiversität	5.1 Sozial verantwortliches Reisen 6.2 Nachhaltigkeitsmanagement 6.4 Umweltschutz auf Reisen			
	101-3	Zugang und Vorteilsausgleich		X	Nicht anwendbar	
	101-4	Identifizierung der Auswirkungen auf die Biodiversität		X	Nicht anwendbar	
	101-5	Standorte mit Auswirkungen auf die Biodiversität		X	Nicht anwendbar	Mieter von Bürofläche ohne direkte Einflussnahmemöglichkeit auf die Biodiversität
	101-6	Direkte Triebkräfte für den Verlust der Biodiversität		X	Nicht anwendbar	
	101-7	Veränderungen des Zustands der Biodiversität			Nicht anwendbar	
	101-8	Ökosystemleistungen			Nicht anwendbar	

Wirtschaftliche Leistung						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	1.-Vorwort 2.1-Wesentliche Themen 3.4-Daten-und-Fakten Jahresabschluss			
GRI 201: Wirtschaftliche Leistung 2016	**201-1**	Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	Jahresabschluss			
	201-2	Finanzielle Folgen des Klimawandels für die Organisation und andere mit dem Klimawandel verbundene Risiken und Chancen	6.4-Umweltschutz-auf-Reisen 6.5-Umweltschutz-am-Unternehmenssitz			
	201-3	Verbindlichkeiten für leistungsorientierte Pensionspläne und sonstige Vorsorgepläne	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet *Studiosus bietet seinen Mitarbeitern Zuschüsse zur betrieblichen Altersvorsorge. Darüber hinaus gibt es keinen speziellen Pensionsplan.*			
	201-4	Finanzielle Unterstützung durch die öffentliche Hand	3.4-Daten-und-Fakten *Subventionen sind nicht erforderlich, da die geförderten Projekte mit Fördergeldern durch Spenden an die Studiosus Foundation e. V. finanziert werden und kein weiterer Subventionsbedarf besteht.*			
Energie						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.5-Managementsysteme am Standort 6.3 Wesentliche Umweltaspekte 6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
GRI 302: Energie 2016	**302-1**	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz 6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele			
	302-2	Energieverbrauch außerhalb der Organisation		X	Informationen nicht	

					verfügbar	
	302-3	Energieintensität	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz 6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele			
	302-4	Verringerung des Energieverbrauchs	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz 6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele			
	302-5	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz 6.6 Zielerreichungsübersicht und Ziele			
Emissionen						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.5-Managementsysteme am Standort 6.3 Wesentliche Umweltaspekte 6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
GRI 305: Emissionen 2016	**305-1**	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	305-2	Indirekte energiebedingte THG-Emissionen (Scope 2)	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	305-3	Sonstige indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	305-4	Intensität der Treibhausgasemissionen	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	305-5	Senkung der Treibhausgasemissionen	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	305	Emissionen Ozon abbauender Substanzen		X	Nicht anwendbar	
	305-7	Stickstoffoxide (NOx), Schwefeloxide (SOx) und andere signifikante Luftemissionen		X	Nicht anwendbar	

Abfall						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.5-Managementsysteme am Standort 6.3 Wesentliche Umweltaspekte 6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
GRI 306: Abfall 2020	**306-1**	Anfallender Abfall und erhebliche abfallbezogene Auswirkungen	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	306-2	Management erheblicher abfallbezogener Auswirkungen	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	306-3	Angefallener Abfall	6.5 Umweltschutz am Unternehmenssitz			
	306-4	Von Entsorgung umgeleiteter Abfall		X	Nicht anwendbar	
	306-5	Zur Entsorgung weitergeleiteter Abfall		X	Nicht anwendbar	
Beschäftigung						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	2.1-Wesentliche Themen 4.2-Mitarbeiter-am-Unternehmenssitz 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter			
GRI 401: Beschäftigung 2016	**401-1**	Neu eingestellte Angestellte und Angestelltenfluktuation	4.2-Mitarbeiter-am-Unternehmenssitz 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter			
	401-3	Elternzeit	4.-Stakeholder - 4.2-Mitarbeiter-am-Unternehmenssitz			
Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	2.1-Wesentliche Themen 4.2-Mitarbeiter-am-Unternehmenssitz 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter			

GRI 403 Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz 2018	**403-1**	Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	3.5-Managementsysteme-am-Standort 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter *Die Arbeit im Bereich der Arbeitssicherheit und des Gesundheitsschutzes basiert auf den rechtlichen Grundlagen des Arbeitssicherheits- und Arbeitsschutzgesetzes sowie der Arbeitsstättenverordnung. Davon abgedeckt sind alle Mitarbeiter.*				
	403-2	Gefahrenidentifizierung, Risikobewertung und Untersuchung von Vorfällen	3.7-Sicherheit-auf-Reisen 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet				
	403-3	Arbeitsmedizinische Dienste	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter				
	403-4	Mitarbeiterbeteiligung, Konsultation und Kommunikation zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	3.7-Sicherheit-auf-Reisen 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter				
	403-5	Mitarbeiterschulungen zu Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter				
	403-6	Förderung der Gesundheit der Mitarbeiter	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter				
	403-7	Vermeidung und Abmilderung von direkt mit Geschäftsbeziehungen verbundenen Auswirkungen auf die Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter				
	403-8	Mitarbeiter, die von einem Managementsystem für Sicherheit und Gesundheit am Arbeitsplatz abgedeckt sind	3.5-Managementsysteme-am-Standort 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter				
	403-9	Arbeitsbedingte Verletzungen	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter				

			Es gab bisher keine arbeitsbedingten Todesfälle.			
	403-10	Arbeitsbedingte Erkrankungen	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter *Es gab bisher keine arbeitsbedingten Todesfälle.*			
Aus- und Weiterbildung						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	4.2-Mitarbeiter-am-Unternehmenssitz 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 4.4-Reiseleiter			
GRI 404: Aus- und Weiterbildung 2016	**404-1**	Durchschnittliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro Jahr und Angestellten	4.3 Arbeitgeberattraktivität - Aus- und Weiterbildung			
	404-2	Programme zur Verbesserung der Kompetenzen der Angestellten und zur Übergangshilfe	4.3 Arbeitgeberattraktivität - Aus- und Weiterbildung			
	404-3	Prozentsatz der Angestellten, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer beruflichen Entwicklung erhalten	4.2 Mitarbeitende am Unternehmenssitz - Mitarbeiterjahresgespräch			
Diversität und Chancengleichheit						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.4-Daten-und-Fakten 4.2-Mitarbeiter-am-Unternehmenssitz 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet			
GRI 405: Diversität und	**405-1**	Diversität in Kontrollorganen und unter Angestellten	3.4-Daten-und-Fakten 4.2-Mitarbeiter-am-Unternehmenssitz 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet			

Chancengleichheit 2016	**405-2**	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern	4.3 Arbeitgeberattraktivität - Vielfalt und Chancengleichheit *Jährliche Prüfung Grundgehalt Männer und Frauen durch Betriebsrat*			
Nichtdiskriminierung						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.1-Unternehmensleitbild 4.3-Arbeitgeberattraktivitaet 5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte			
GRI 406: Nichtdiskriminierung 2016	**406-1**	Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen	4.3-Arbeitgeberattraktivitaet *Es sind bis heute keine Diskriminierungsvorfälle bekannt.*			
Kinderarbeit						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	5.1-Sozial verantwortliches Reisen 5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte 5.4-Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern			
GRI 408: Kinderarbeit 2016	**408-1**	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Kinderarbeit	4.6-Hotels-Zielgebietsagenturen-und-Transportunternehmen 5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte 5.4-Engagement gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern			
Zwangs- und Pflichtarbeit						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte			

GRI 409: Zwangs- und Pflichtarbeit **2016**	**409-1**	Betriebsstätten und Lieferanten mit einem erheblichen Risiko für Vorfälle von Zwangs- oder Pflichtarbeit	4.6-Hotels-Zielgebietsagenturen-und-Transportunternehmen 5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte *Es wurden keine Abweichungen festgestellt.* *Es werden Sensibilisierungsmaßnahmen zum Thema Zwangs- oder Pflichtarbeit im Tourismus durch Vertragsklauseln und Befragung der Leistungspartner ergriffen.*			
Rechte indigener Völker						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	4.6-Hotels-Zielgebietsagenturen-und-Transportunternehmen 5.1 Sozial verantwortliches Reisen 5.3-Engagement-fuer-Menschenrechte			
GRI 411: Rechte indigener Völker 2016	**411-1**	Vorfälle, in denen die Rechte der indigenen Völker verletzt wurden	*Es sind im Berichtsjahr keine Vorfälle aufgetreten.*			
Kundengesundheit und -sicherheit						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.7-Sicherheit-auf-Reisen 4.5 Kunden			
GRI 416: Kundengesundheit und -sicherheit 2016	**416-1**	Beurteilung der Auswirkungen verschiedener Produkt- und Dienstleistungskategorien auf die Gesundheit und Sicherheit	3.1- Unternehmensprofil 3.7-Sicherheit-auf-Reisen *Jährlich werden 100 % aller Reisen im Rahmen des Studiosus Sicherheitsmanagements sowohl auf Gesundheitsgefährdungen als auch auf andere Gefahren für Leib und Leben untersucht.*			

	416-2	Verstöße im Zusammenhang mit den Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen auf die Gesundheit und Sicherheit	3.7-Sicherheit-auf-Reisen			
Marketing und Kennzeichnung						
GRI 3: Wesentliche Themen 2021	**3-3**	Management wesentlicher Themen	3.5-Managementsysteme-am-Standort 3.6-Qualitaet-der-Reisen 3.7-Sicherheit-auf-Reisen 4.5 Kunden			
GRI 417: Marketing and Labeling 2016	**417-1**	Anforderungen für die Produkt- und Dienstleistungsinformationen und Kennzeichnung	4.5 Kunden *Infomationen zur Buchung einer Reise mit Studiosus unter: https://www.studiosus.com/service/wichtige-informationen/buchung-bezahlung* *Außerdem werden die Reisenden einer Pauschalreise nach §651aBGB unterrichtet.* 5.5. Compliance			
	417-2	Verstöße im Zusammenhang mit Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichnung	5.5. Compliance *Es sind im Berichtsjahr keine Vorfälle aufgetreten, in denen Vorschriften im Zusammenhang mit den Produkt- und Dienstleistungsinformationen und der Kennzeichung nicht eingehalten wurden.*			

	417-3	Verstöße im Zusammenhang mit Marketing und Kommunikation	5.5. Compliance *Es sind im Berichtsjahr keine Vorfälle aufgetreten, in denen Vorschriften und freiwillige Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring nicht eingehalten wurden.*			