Nachhaltigkeitsbericht der Dreamtime Travel AG

Berichtszeitraum: 01.01. – 31.12.2025

1. Ausgangslage

Dreamtime Travel ist ein spezialisierter Schweizer Reiseveranstalter mit Fokus auf Fernreisen in Afrika, den Indischen Ozean, Südamerika und Ozeanien. Das Unternehmen betreut jährlich rund 1'500 Reisende. Nachhaltigkeit ist seit mehreren Jahren fester Bestandteil der Unternehmensstrategie und wird aktiv in die operative Tätigkeit integriert.

Als Anbieter von Fernreisen bewegt sich Dreamtime bewusst in einem Spannungsfeld: Reisen ermöglichen wirtschaftliche Entwicklung in den Zielgebieten, fördern interkulturellen Austausch und schaffen persönliche Erlebnisse. Gleichzeitig verursachen insbesondere Flugreisen erhebliche CO_2-Emissionen und tragen zur globalen Umweltbelastung bei.

Dieser Zielkonflikt ist nicht auflösbar. Dreamtime Travel stellt sich dieser Realität bewusst. Eine vollständige Vermeidung der Umweltwirkungen ist im aktuellen Geschäftsmodell nicht möglich. Der Fokus liegt deshalb auf der gezielten Gestaltung der Reisen, der Stärkung positiver Effekte sowie der schrittweisen Verbesserung von Transparenz und Steuerung.

Nachhaltigkeit wird dabei nicht als Anspruch auf Perfektion verstanden, sondern als kontinuierlicher Entwicklungsprozess.

Aus Sicht von Dreamtime Travel stehen die Organisation von Reisen und Nachhaltigkeitsbestrebungen nicht grundsätzlich im Widerspruch. Ein verantwortungsvoll gestalteter Tourismus kann zur wirtschaftlichen Entwicklung beitragen und gleichzeitig Anreize schaffen, natürliche Ressourcen und kulturelle Werte zu erhalten.

Ein intaktes Umfeld, funktionierende lokale Strukturen und ein bewusster Umgang mit touristischen Ressourcen liegen dabei auch im langfristigen Interesse des Unternehmens. Ziel ist es, tourismus-bedingte Belastungen zu begrenzen, Übernutzung zu vermeiden und dazu beizutragen, dass die lokale Bevölkerung vom Tourismus profitieren kann.

Die wichtigsten Ergebnisse im Bereich Nachhaltigkeit werden künftig regelmässig in einem öffentlichen Nachhaltigkeitsbericht zusammengefasst und auf der Website von Dreamtime Travel zugänglich gemacht.

2. Strategischer Ansatz

Nachhaltigkeit ist bei Dreamtime Travel kein Zusatz, sondern Teil des Geschäftsmodells und Grundlage zentraler Entscheidungen.

Ein zentraler Ansatz ist die bewusste Einschränkung des Angebots. Dreamtime konzentriert sich auf ausgewählte Destinationen, die vom Team persönlich gut gekannt und regelmässig bereist werden. Dies ermöglicht eine fundierte Auswahl von Partnern sowie eine realistischere Einschätzung der Auswirkungen vor Ort.

Ein wichtiger Hebel ist die Definition von Mindestaufenthaltsdauern. Ziel ist es, das Verhältnis zwischen Reisedistanz und Aufenthaltsdauer zu verbessern und mehr Zeit vor Ort zu ermöglichen.

Die Mindestaufenthalte sind wie folgt definiert:
Südliches und östliches Afrika, Indischer Ozean, Mittelamerika: mindestens 2 Wochen
Australien, Neuseeland, Südsee, Südamerika: mindestens 3 Wochen

Reisen ab/bis Schweiz unterhalb dieser Dauer werden nicht aktiv beworben.

Die Einhaltung dieser Mindestaufenthalte wird intern regelmässig überprüft. Ziel ist es, die durchschnittliche Reisedauer kontinuierlich zu erhöhen und das Verhältnis zwischen Flugdistanz und Aufenthaltsdauer zu verbessern.

Die Programme orientieren sich an praktikablen Reiserouten. In vielen Destinationen sind Inlandflüge aufgrund von Distanzen und Infrastruktur ein zentraler Bestandteil der Reise – wo sinnvoll, versuchen wir diese zu reduzieren oder mit attraktiveren Reisearten zu ersetzen.

Ein weiterer Bestandteil ist die Stärkung der lokalen Wertschöpfung. Bei der Planung wird darauf geachtet, möglichst viele Leistungen vor Ort zu beziehen und lokale Anbieter einzubinden, insbesondere Agenturen, Guides und kleinere Unterkünfte.

Ziel ist es, dass ein möglichst grosser Anteil der Einnahmen in den bereisten Ländern verbleibt und zur Schaffung von Einkommen und Arbeitsplätzen beiträgt.

Zudem werden Reisende, wo möglich, in weniger stark frequentierte Regionen gelenkt, um klassische Hotspots zu entlasten.

Dieser Ansatz reduziert die Umweltbelastung von Fernreisen nicht grundsätzlich, beeinflusst jedoch deren Struktur und Wirkung.

3. Organisation

Nachhaltigkeit ist bei Dreamtime Travel organisatorisch verankert und Teil der Führungsstruktur. Die Verantwortung liegt auf Ebene der Geschäftsleitung und ist nicht auf einzelne Projekte beschränkt.

Eine verantwortliche Person koordiniert die Themen, begleitet Projekte und stellt die Verbindung zwischen strategischen Zielen und operativer Umsetzung sicher. Entscheidungen werden regelmässig im Management diskutiert und priorisiert.

Ein zentrales Steuerungsinstrument ist ein internes Verbesserungsprogramm. Darin werden Massnahmen, Verantwortlichkeiten und Umsetzungsstände systematisch erfasst und laufend aktualisiert.

Nachhaltigkeit ist zudem Bestandteil der internen Zusammenarbeit. Themen werden regelmässig im Team behandelt und sind fester Bestandteil des wöchentlichen Teammeetings. Mitarbeitende werden in die Weiterentwicklung einbezogen.

Die Umsetzung erfolgt im Rahmen des Tagesgeschäfts. Als KMU mit begrenzten Ressourcen stehen Nachhaltigkeitsthemen teilweise im Spannungsfeld zu operativen Anforderungen, Zeitdruck und kurzfristigen Prioritäten. Die Weiterentwicklung erfolgt daher schrittweise.

4. Externe Überprüfung und Standards

Dreamtime Travel lässt seine Nachhaltigkeitsleistung regelmässig durch externe Organisationen überprüfen und orientiert sich an etablierten Standards im Tourismus.

Seit 2023 ist das Unternehmen als «Travelife Partner» anerkannt. Im Rahmen dieser Anerkennung wurden Anforderungen in den Bereichen Management, Umwelt, Soziales, Partnerstruktur und Kundenkommunikation erfüllt.

Dreamtime Travel war zudem seit 2016 TourCert-zertifiziert und hat diesen Standard über mehrere Jahre angewendet. Die daraus gewonnenen Erfahrungen fliessen weiterhin in die heutige Nachhaltigkeitsarbeit ein.

Ergänzend engagiert sich das Unternehmen in verschiedenen Initiativen, darunter «The Code» zum Schutz von Kindern im Tourismus sowie beim Verein KlimaLink sowie der Organisation Fair unterwegs.

Die externen Überprüfungen dienen als Rahmen für die Weiterentwicklung und unterstützen eine systematische Auseinandersetzung mit Nachhaltigkeitsthemen.

5. Verantwortung entlang der Wertschöpfungskette

Reisegestaltung
Die grösste Hebelwirkung liegt in der Gestaltung der Reiseangebote. Durch Mindestaufenthalte, bewusste Routenführung und den Verzicht auf problematische Aktivitäten werden negative Auswirkungen reduziert und die Qualität der Reisen gesteigert.

Partner und lokale Zusammenarbeit
Dreamtime arbeitet überwiegend mit lokalen Agenturen in den Zielgebieten zusammen. Diese übernehmen einen Grossteil der operativen Umsetzung vor Ort. Die Zusammenarbeit basiert auf langfristigen Partnerschaften und einem verbindlichen Code of Conduct, der soziale und ökologische Mindeststandards definiert.

Von den Partnern wird erwartet, dass sie faire Arbeitsbedingungen gewährleisten, lokale Mitarbeitende beschäftigen und nachhaltige Praktiken fördern. Die Einflussmöglichkeiten sind indirekt, werden jedoch über die Auswahl der Partner aktiv gesteuert.

Unterkünfte und Angebote
Bei der Auswahl von Unterkünften werden Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt, insbesondere wenn entsprechende Zertifizierungen oder nachweisbare Engagements vorhanden sind. Gleichzeitig ist die Datenlage in vielen Destinationen begrenzt, was eine vollständige Bewertung erschwert.

Der Anteil klar ausgewiesener nachhaltiger Produkte ist aktuell noch überschaubar und soll in Zukunft gezielt weiterentwickelt werden.

Lokale Wirkung
Ein zentrales Ziel ist die Stärkung der lokalen Wertschöpfung. Durch die Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmen, Guides und Dienstleistern soll ein möglichst grosser Anteil der Einnahmen vor Ort verbleiben.

Zusätzlich unterstützt Dreamtime Travel regelmässig soziale und ökologische Projekte in den Zielgebieten. Der Fokus liegt dabei auf kleineren Organisationen und Initiativen, bei denen die Mittel möglichst direkt eingesetzt werden können.

Beispielsweise unterstützt Dreamtime ein Projekt von Agro-sans-frontiere Suisse in Madagaskar, das den Anbau von Kartoffeln fördert und damit zur Verbesserung der Ernährungssicherheit und zur Stabilisierung von Einkommen in ländlichen Regionen beiträgt.

Ein weiteres Engagement besteht in Uganda, wo ein Waisenkinderprojekt von Vision4UgandaKids unterstützt wird. Dabei werden Wohnraum und Infrastruktur für Kinder geschaffen und laufend verbessert.

Die Unterstützung von Projekten sowie die Zusammenarbeit mit lokalen Partnern werden jährlich überprüft und auf der Website transparent dargestellt. Dazu gehören insbesondere Informationen zu unterstützten Projekten sowie – soweit möglich – die eingesetzten finanziellen Mittel.

6. Umweltwirkungen im eigenen Betrieb

Im eigenen Betrieb wurden in den vergangenen Jahren verschiedene Massnahmen umgesetzt:

- weitgehende Digitalisierung von Prozessen und Reduktion des Papierverbrauchs
- Konsequenter Einsatz von Recyclingpapier und nachhaltigen Büroprodukten
- Bezug von erneuerbarer Energie an den Standorten Baden und Bern
- CO_2-Kompensation der Geschäftsreisen
- Reduktion von Verpackungsmaterialien und Verzicht auf Einwegplastik

Diese Massnahmen tragen zur Reduktion des direkten ökologischen Fussabdrucks bei, sind jedoch im Vergleich zu den Auswirkungen der vermittelten Reisen von untergeordneter Bedeutung.

Gleichzeitig bestehen klare Lücken:

- keine vollständige CO_2-Gesamtbilanz des Unternehmens
- Energie- und Wasserverbräuche nur teilweise erfasst
- keine systematischen Reduktionsziele für Abfall
- CO_2-Kompensation für den Unternehmensstandort derzeit nicht umgesetzt

Die Datenlage ist in mehreren Bereichen unvollständig und soll in Zukunft systematisch verbessert werden. Ziel ist es, mittelfristig eine umfassendere Datengrundlage für betriebliche Umweltkennzahlen zu schaffen.

7. Kundeninformation und Einfluss

Dreamtime nutzt die persönliche Beratung als zentrales Instrument, um Kund:innen für nachhaltiges Reisen zu sensibilisieren.

Bereits vor der Buchung werden nachhaltigere Optionen thematisiert, soweit verfügbar. Während der Reisevorbereitung erhalten Kund:innen ein Reisehandbuch mit Informationen zu Verhalten, kulturellen Besonderheiten, Umweltaspekten sowie rechtlichen Themen wie illegalen Souvenirs.

Die Möglichkeit zur CO_2-Kompensation wird standardmässig in die Angebote integriert. Sie bleibt jedoch freiwillig und ersetzt keine strukturelle Reduktion der Emissionen.

Nach der Reise wird systematisch Feedback eingeholt, auch zu Nachhaltigkeitsthemen.

Einschränkungen bestehen insbesondere darin, dass konkrete CO_2-Emissionen pro Reise derzeit nicht transparent ausgewiesen werden und der Einfluss auf das tatsächliche Verhalten der Reisenden begrenzt ist.

8. Steuerung und kontinuierliche Verbesserung

Nachhaltigkeit wird bei Dreamtime als laufender Prozess verstanden und aktiv gesteuert.

Das interne Verbesserungsprogramm bildet die Grundlage für die Weiterentwicklung. Es umfasst konkrete Massnahmen in den Bereichen Angebot, Partnerstruktur, interne Prozesse und Kommunikation.

In den vergangenen Jahren wurden unter anderem umgesetzt:

- Einführung und Verankerung von Mindestaufenthalten
- Integration von Nachhaltigkeitskriterien in die Partnerauswahl
- Digitalisierung zentraler Prozesse
- Aufbau von Schulungs- und Sensibilisierungsmassnahmen

Gleichzeitig bestehen verschiedene offene Themen:

- Entwicklung und Integration von Kennzahlen
- Verbesserung der CO_2-Datenbasis
- systematische Erfassung der lokalen Wertschöpfung
- Ausbau nachhaltiger Angebote über alle Destinationen hinweg

Diese Punkte sind Teil der laufenden Weiterentwicklung und werden schrittweise bearbeitet.

Zur Verbesserung der Steuerung und Transparenz definiert Dreamtime Travel schrittweise zentrale Nachhaltigkeitskennzahlen.

Geplant sind insbesondere die Erfassung und Veröffentlichung folgender Grössen:

- durchschnittliche Reisedauer
- durchschnittliche Anzahl Flugsegmente pro Reisende
- Anteil der CO_2-Kompensation (myclimate)
- Mitarbeiterzufriedenheit

Einzelne Kennzahlen, insbesondere zur Reisedauer und zu Flugsegmenten, können derzeit aufgrund systemtechnischer Einschränkungen noch nicht automatisiert ausgewertet werden.

Die Entwicklung entsprechender Auswertungsmöglichkeiten ist Teil des laufenden Verbesserungsprogramms und erfolgt in Zusammenarbeit mit externen IT-Dienstleistern. Ziel ist es, diese Kennzahlen künftig systematisch zu erfassen und im Nachhaltigkeitsbericht zu veröffentlichen.

9. Ausblick

Dreamtime Travel verfügt über ein strukturiertes Nachhaltigkeitsmanagement mit klarer Verankerung im Geschäftsmodell und in den operativen Prozessen.

Die Stärken liegen insbesondere in der konsequenten Gestaltung der Reiseangebote sowie in der langfristigen Zusammenarbeit mit lokalen Partnern. Gleichzeitig bestehen Herausforderungen im Bereich der Messbarkeit und Transparenz, insbesondere bei den Umweltwirkungen.

In den kommenden Jahren liegt der Fokus auf:

- Verbesserung der Datengrundlagen
- Einführung und Veröffentlichung von Kennzahlen
- Weiterentwicklung nachhaltiger Angebote
- stärkere Integration von Nachhaltigkeit in Systeme und Prozesse

Ein zentrales Ziel ist es, den Anteil nachhaltiger Angebote im Portfolio schrittweise zu erhöhen und diese aktiver in der Beratung und im Verkauf zu positionieren. Dabei werden insbesondere Unterkünfte und Anbieter berücksichtigt, die lokale Wertschöpfung fördern, faire Arbeitsbedingungen bieten und sich im Bereich Umwelt und Ressourcenmanagement engagieren. Wo vorhanden, werden auch anerkannte Zertifizierungen und Labels in die Beurteilung einbezogen.

Nachhaltigkeit wird weiterhin als Entwicklungsprozess verstanden, nicht als abgeschlossener Zustand.

10. Öffentliche Berichterstattung

Dreamtime Travel veröffentlicht mindestens alle zwei Jahre einen Nachhaltigkeitsbericht, beginnend mit dem Berichtsjahr 2025.

Der Bericht wird auf der Website des Unternehmens (Unterseite «Engagement») öffentlich zugänglich gemacht.

Ergänzend werden dort laufend relevante Informationen zu Nachhaltigkeitsthemen publiziert, insbesondere:

- unterstützte Projekte und Partnerschaften
- Fortschritte im Bereich Nachhaltigkeit

Ziel ist es, die Transparenz gegenüber Kund:innen und Öffentlichkeit schrittweise zu erhöhen und die Entwicklung nachvollziehbar darzustellen.

Baden, Mai 2026, Dreamtime Travel AG