



THE GLOBAL  
COMPACT

---

GROUP  
WORLDSPAN

## Communication on Progress

Year: 2007

### STATEMENT OF CONTINUED SUPPORT

Als Mitglied des UN Global Compact sind wir bestrebt, im Einklang mit den 10 Prinzipien zu handeln und unsere Performance in diesen Bereichen jedes Jahr zu verbessern. Wir sind stolz darauf, Teil dieser grössten, globalen Vereinigung für Corporate Citizenship zu sein und unseren Beitrag für eine bessere (Wirtschafts-)Welt zu leisten. Als Event- und Incentive Agentur mit 15 Mitarbeitern, und somit als relativ kleine Business Unit, leisten wir zwar auch verhältnismässig kleine Schritte. Dennoch sind wir überzeugt, dass auch ein kleiner Beitrag viel bewirken kann.

---

26.03.08, Christina Spindler

**Contact:** Sabine Biedermann

**Email:** sb@groupworldspan.com **Phone:** +41 44 829 55 61 **Fax:** +41 44 829 55 45

### **Brief description of nature of business**

Group Worldspan ist eine Beratungsagentur im Bereich der live communication, besonders Event- und Incentive Marketing. Wir konzipieren, organisieren und realisieren Events und Incentive Reisen als integrierte Marketinglösungen weltweit. In der Schweiz beschäftigen wir ca. 15 Mitarbeiter und arbeiten mit einem Netzwerk von Schwesteragenturen, Partnern und Lieferanten weltweit zusammen.

<b>PRINCIPLE 1</b>	<b>BUSINESS SHOULD SUPPORT AND RESPECT THE PROTECTION OF INTERNATIONALLY PROCLAIMED HUMAN RIGHTS</b>
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
	<p>Unsere Firma verpflichtet sich, die Menschenrechte zu achten und ihre Einhaltung zu gewährleisten. Dabei halten wir uns sowohl an die Internationalen Menschenrechte als auch an das Schweizer Gesetz.</p> <p>System:</p> <p>Wir haben Systeme von Verträgen und Vereinbarungen eingeführt, um den Schutz der Menschenrechte intern und extern zu gewährleisten. So werden sowohl feste als auch freie Mitarbeiter wie Hostessen, Reiseleiter oder Künstler, die an unseren Events und Incentive Reisen arbeiten, nach den geltenden gesetzlichen Bestimmungen und zu den branchenüblichen Sätzen bezahlt und alle sozialen Abgaben für sie geleistet.</p> <p>Wir akzeptieren keine Schwarzarbeit. Zudem engagieren wir keine Minderjährigen und achten darauf, dass dies auch von unseren Partnern eingehalten wird.</p> <p>Activities:</p> <p>2007 haben wir durchgesetzt, dass kein Freelancer mehr ohne Angabe seiner AHV Angaben bezahlt wird. Anderenfalls muss er eine Befreiung von der AHV vorweisen.</p> <p>Anfang 2008 haben wir neue Verträge für DMC, Künstler, Hostessen und Reiseleiter eingeführt und durch einen Anwalt gesetzlich prüfen lassen. Auf diese Weise garantieren wir, dass Schweizer Recht auch bei unseren Partnern im Ausland für die Zusammenarbeit eingehalten wird.</p>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

<b>PRINCIPLE 2</b>	<b>BUSINESS SHOULD ENSURE THAT THEY ARE NOT COMPLICIT IN HUMAN RIGHTS ABUSES</b>
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
	<p>Commitment:</p> <p>Wir verpflichten uns, in unserem geschäftlichen Alltag die Einhaltung der Menschenrechte zu fördern und Vergehen dagegen anzuzeigen.</p> <p>System:</p> <p>Wir wählen unsere Lieferanten und Partner sorgfältig aus und holen vor der Zusammenarbeit Referenzen über sie ein. Durch einen von uns nach Schweizer Recht aufgesetzten Vertrag, der die Einhaltung der Menschenrechte explizit erwähnt, wird die Zusammenarbeit definiert. Dieser Vertrag wird vor dem Start der Zusammenarbeit von beiden Parteien unterschrieben.</p> <p>Activities:</p> <p>Anfang 2008 haben wir neue Verträge für DMC, Künstler, Hostessen und Reiseleiter eingeführt und durch einen Anwalt gesetzlich prüfen lassen. Auf diese Weise garantieren wir, dass Schweizer Recht auch bei unseren Partnern im Ausland für die Zusammenarbeit eingehalten wird.</p>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

<b>PRINCIPLE 3</b>	<b>BUSINESS SHOULD UPHOLD THE FREEDOM OF ASSOCIATION AND THE EFFECTIVE RECOGNITION OF THE RIGHT TO COLLECTIVE BARGAINING</b>
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

<b>PRINCIPLE 4</b>	<b>BUSINESS SHOULD SUPPORT THE ELIMINATION OF ALL FORMS OF FORCED AND COMPULSORY LABOUR</b>
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
	<p>Commitment:</p> <p>Wir verpflichten uns, alle Formen von Zwangsarbeit zu eliminieren.</p> <p>System:</p> <p>Wir wählen unsere Lieferanten und Partner sorgfältig aus und holen vor der Zusammenarbeit Referenzen über sie ein. Durch einen von uns nach Schweizer Recht aufgesetzten Vertrag, der auch die Ausschaltung von Zwangsarbeit explizit erwähnt, wird die Zusammenarbeit definiert. Dieser Vertrag wird vor dem Start der Zusammenarbeit von beiden Parteien unterschrieben.</p> <p>Activities:</p> <p>Anfang 2008 haben wir neue Verträge für DMC, Künstler, Hostessen und Reiseleiter eingeführt und durch einen Anwalt gesetzlich prüfen lassen. Auf diese Weise garantieren wir, dass Schweizer Recht auch bei unseren Partnern im Ausland für die Zusammenarbeit eingehalten wird.</p>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

PRINCIPLE 5	BUSINESS SHOULD SUPPORT THE EFFECTIVE ABOLITION OF CHILD LABOUR
<b>Actions</b>	<p><b>Actions taken</b></p>
	<p>Commitment:</p> <p>Wir verpflichten uns, Kinderarbeit auf der ganzen Welt zu bekämpfen.</p> <p>System:</p> <p>Wir wählen unsere Lieferanten und Partner sorgfältig aus und holen vor der Zusammenarbeit Referenzen über sie ein. Durch einen von uns nach Schweizer Recht aufgesetzten Vertrag, der Kinderarbeit ausdrücklich verbietet, wird die Zusammenarbeit definiert. Dieser Vertrag wird vor dem Start der Zusammenarbeit von beiden Parteien unterschrieben.</p> <p>Wir unterstützen Projekte, die sich ausdrücklich gegen Kinderarbeit werden.</p> <p>Activities:</p> <p>Bei einem Event für eine grosse Schweizer Versicherungsgesellschaft im November 2006 mit 4'000 Personen sowie auf einem ICT Event im Oktober 2007 mit 700 Personen haben wir „Drum Café“ für einen Auftritt engagiert.</p> <p>Die Trommeln, die wir verwendet haben, werden in Indonesien hergestellt, genau in Denpasar Bali. Der Leiter der Firma ist ursprünglich Amerikaner und hat für seine Herstellung die amerikanischen Standards mit übernommen. Dies beinhaltet einen absoluten Verzicht auf Kinderarbeit, Kranken- und Sozialversicherung für alle Angestellten und Urlaubsanspruch. Das ist für balinesische Verhältnisse enorm und gibt ihm eine Sonderstellung ein. Drum Cafe USA hat seinen Betrieb auch besucht und sich selbst davon überzeugt. Jährlich lässt alleine Drum Cafe Deutschland etwa eine Zahl von 20-25.000 Trommeln verschiedener Grösse dort herstellen, dabei bestellen alle über 10 Büros weltweit bei diesem Anbieter. Das gibt ihm eine finanzielle Sicherheit für Investitionen und die Möglichkeit eines Fair Trading sowohl mit Drum Cafe als auch mit seinen Mitarbeitern und Dienstleistern.</p>
<b>Outcomes</b>	<p><b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b></p>

<b>PRINCIPLE 6</b>	<b>BUSINESS SHOULD SUPPORT THE ELIMINATION OF DISCRIMINATION IN RESPECT OF EMPLOYMENT AND OCCUPATION</b>
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
	<p>Commitment</p> <p>Wir verpflichten uns, Diskriminierung bei der Vergabe von Jobs entgegenzuwirken.</p> <p>System</p> <p>Unsere Stellen sind offen für Menschen jeder Hautfarbe, jedes Geschlechts und wir kennen keine Diskriminierung bei der Vergabe von Stellen. Wir fördern das Miteinander der Menschen aller Rassen durch unsere weltweiten Incentive Reisen.</p> <p>Activities</p> <p>Auf unseren weltweiten Incentive Reisen achten wir sehr darauf, unseren Gästen die Kulturen des jeweiligen Landes nahe zu bringen. So besuchen wir z.B. auf unseren Reisen nach Südafrika regelmässig auch ein Township, in dem ein Restaurant von Einheimischen geführt wird, deren Lebensbedingungen sich durch ihren Job und ihre Aufgabe wesentlich verbessert hat.</p>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

PRINCIPLE 7	BUSINESS SHOULD SUPPORT A PRECAUTIONARY APPROACH TO ENVIRONMENTAL CHALLENGES
<b>Actions</b>	<p><b>Actions taken</b></p>
	<p>Commitment</p> <p>Wir verpflichten uns, die Umwelt zu schützen und zu schonen.</p> <p>System</p> <p>Durch verschiedene Umweltschutzmassnahmen konnten wir letztes Jahr intern und extern Erfolge erzielen.</p> <p>Activities</p> <p>2007 sind wir mit unserer Schwesternfirma Rufenerevents zusammengezogen und beherbergen nun ca. 50 Leute unter einem Dach. Im Zuge des Umzugs haben wir für die gesamte Firma Wasserspender installiert und somit die Ausgabe von PET Flaschen drastisch reduziert.</p> <p>Ebenso haben wir einen Koch engagiert, der für alle Mitarbeiter der Agenturen im gleichen Gebäude kocht. Somit entfallen Verpackungsmaterialien für die vielen Lunchpakete, die vorher von unseren Mitarbeitern gekauft wurden.</p> <p>Wir zahlen allen unseren Mitarbeitern die Ermässigung von 50% für die Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel der SBB, das sog. „Halbtax“ und fördern somit die Nutzung der Öffentlichen Verkehrsmittel im Gegensatz zum Auto.</p>
<b>Outcomes</b>	<p><b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b></p>
	<p>Während vorher von 50 Mitarbeitenden ca. 1.5 1-Liter PET Flaschen am Tag verbraucht wurden, d.h. bei 20 Arbeitstagen im Monat und 12 Monaten ca. 18'000 1-Liter Flaschen pro Jahr, ist dieser Anteil heute praktisch gleich Null.</p> <p>Der Koch produziert täglich ca. 30 Mittagessen, dies entspricht 7'200 Portionen im Jahr und damit der gleichen Menge an Verpackungsmaterial, Transportkosten etc. die wir hierdurch einsparen.</p> <p>Durch die Übernahme der Kosten für das Halbtax und der Umzug der Agentur ins Zentrum von Zürich konnten private Autofahren drastisch reduziert werden.</p>

PRINCIPLE 8	BUSINESS SHOULD UNDERTAKE INITIATIVES TO PROMOTE GREATER ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
	<p>Commitment Wir verpflichten uns, wo immer wir können, Umweltbewusstsein zu fördern.</p> <p>System Als Beratungsagentur übernehmen wir auch im Hinblick auf Umweltbewusstsein diesen Part für unsere Kunden.</p> <p>Activities Unseren Kunden bieten wir besonders im Incentive Reise Bereich jeweils aktiv die Teilnahme an myclimate.org an, mit der Schadstoffemissionen ausgeglichen werden.</p> <p>Im Eventbereich pochen wir auf den Ausschank von offenen Getränken, um gleichzeitig die Ausgabe von kleinen PET Flaschen einzuschränken.</p> <p>Wir drängen unsere Kunden jeweils auf das Anbieten von öffentlichen Verkehrsmitteln für die Anreise zu Events.</p>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

<b>PRINCIPLE 9</b>	<b>BUSINESS SHOULD ENCOURAGE THE DEVELOPMENT AND DIFFUSION OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY TECHNOLOGIES</b>
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

<b>PRINCIPLE 10</b>	<b>BUSINESS SHOULD WORK AGAINST CORRUPTION IN ALL ITS FORMS, INCLUDING EXTORTION AND BRIBERY</b>
<b>Actions</b>	<b>Actions taken</b>
	<p>Commitment Wir verpflichten uns, Korruption und Bestechung in jeglicher möglichen Form zu bekämpfen.</p> <p>System Wir gehen offen und ehrlich in unseren Geschäftsbeziehungen um, zahlen keinerlei Schmiergelder und machen keine hochwertigen Kundengeschenke irgendeiner Art. Alle Leistungen werden offiziell abgerechnet und von unserem Controlling überprüft.</p> <p>Activities Auch bei Pitches kämpfen wir mit ehrlichen Mitteln und versuchen nicht, die Auftraggeber über Geschenke oder unentgeltliche Dienstleistungen zu einer Entscheidung in unserem Sinne zu bewegen.</p>
<b>Outcomes</b>	<b>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</b>

**How do you intend to make this COP available to your stakeholders?**

Dieser Bericht wird auf unserer Website [www.worldspan.ch](http://www.worldspan.ch) veröffentlicht. Mit einem E-Newsletter und einer Pressemitteilung werden wir unsere Stakeholder informieren.