



GROUP
WORLDSPAN

Communication on Progress

Year: 2008

STATEMENT OF CONTINUED SUPPORT

Als Mitglied des UN Global Compact handeln wir stets im Einklang mit den 10 Prinzipien und versuchen, 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 circa 15 Mitarbeitern, leisten wir dabei zwar verhältnismässig kleine Schritte. Dennoch sind wir überzeugt, dass auch ein kleiner Beitrag viel bewirken kann.

30.03.09, Sabine Biedermann

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.

| | |
|--------------------|---|
| PRINCIPLE 1 | BUSINESS SHOULD SUPPORT AND RESPECT THE PROTECTION OF INTERNATIONALLY PROCLAIMED HUMAN RIGHTS |
| Actions | Actions taken |
| | <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. 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>Freelancer werden grundsätzlich unter Leistung der AHV- und ALV Abgaben bezahlt. Anderenfalls müssen sie eine Befreiung von der AHV vorweisen.</p> <p>Für unsere Partner wie DMC, Künstler, Hostessen und Reiseleiter haben wir eigene Verträge aufgesetzt, die garantieren, dass bei all unseren Partnern Schweizer Recht bei der Zusammenarbeit eingehalten wird.</p> |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company |
| | |

| | |
|--------------------|--|
| PRINCIPLE 2 | BUSINESS SHOULD ENSURE THAT THEY ARE NOT COMPLICIT IN HUMAN RIGHTS ABUSES |
| Actions | Actions taken |
| | <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>Für unsere Partner wie DMC, Künstler, Hostessen und Reiseleiter haben wir eigene Verträge aufgesetzt, die garantieren, dass bei all unseren Partnern Schweizer Recht bei der Zusammenarbeit eingehalten wird.</p> |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company |
| | |

| | | |
|--------------------|--|--|
| PRINCIPLE 3 | BUSINESS SHOULD UPHOLD THE FREEDOM OF ASSOCIATION AND THE EFFECTIVE RECOGNITION OF THE RIGHT TO COLLECTIVE BARGAINING | |
| Actions | Actions taken | |
| | k. A. | |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company | |
| | | |

| | |
|--------------------|---|
| PRINCIPLE 4 | BUSINESS SHOULD SUPPORT THE ELIMINATION OF ALL FORMS OF FORCED AND COMPULSORY LABOUR |
| Actions | Actions taken |
| | <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>Für unsere Partner wie DMC, Künstler, Hostessen und Reiseleiter haben wir eigene Verträge aufgesetzt, die garantieren, dass bei all unseren Partnern Schweizer Recht bei der Zusammenarbeit eingehalten wird.</p> |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company |
| | |

| PRINCIPLE 5 | BUSINESS SHOULD SUPPORT THE EFFECTIVE ABOLITION OF CHILD LABOUR |
|-----------------|--|
| Actions | <p>Actions taken</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>Für einen Microsoft Event in Oslo im Herbst 2008 haben wir „Drum Café“ für einen Auftritt engagiert.</p> <p>Die Trommeln, die Drum Café verwendete, 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> |
| Outcomes | <p>Measurement of (expected) outcomes and value added for our company</p> |
| | |

| | |
|--------------------|---|
| PRINCIPLE 6 | BUSINESS SHOULD SUPPORT THE ELIMINATION OF DISCRIMINATION IN RESPECT OF EMPLOYMENT AND OCCUPATION |
| Actions | Actions taken |
| | <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> |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company |
| | |

| | |
|--------------------|---|
| PRINCIPLE 7 | BUSINESS SHOULD SUPPORT A PRECAUTIONARY APPROACH TO ENVIRONMENTAL CHALLENGES |
| Actions | Actions taken |
| | <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>Für eine grosse Messe im Mai 2009, das SCHLEIFRING Grinding Symposium, konnten wir unseren Kunden überzeugen, zugunsten der Umwelt auf Teppich in grossen Teilen der Messehallen mit einer Gesamtfläche von 600qm zu verzichten. Stattdessen wird ein Holzfussboden gelegt, der aus wieder verwertbaren Holzplanken erstellt wird.</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> |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company |
| | <p>Durch die Zahlung des „Halbtax“ sparen wir pro Woche ca. 3 Fahrten mit dem Auto à 100 km, für die unsere Mitarbeiter jeweils CHF 70.00 pro Fahrt an Spesen bekommen würden, d.h. CHF 210.00 pro Woche, ganz zu schweigen natürlich von den Schadstoffemissionen und der Umweltverschmutzung, die dadurch vermieden wird.</p> |

| | |
|--------------------|--|
| PRINCIPLE 8 | BUSINESS SHOULD UNDERTAKE INITIATIVES TO PROMOTE GREATER ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITY |
| Actions | Actions taken |
| | <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> <p>Für eine grosse Messe im Mai 2009, das SCHLEIFRING Grinding Symposium, konnten wir unseren Kunden überzeugen, zugunsten der Umwelt auf Teppich in grossen Teilen der Messehallen mit einer Gesamtfläche von 600qm zu verzichten. Stattdessen wird ein Holzfussboden gelegt, der aus wieder verwertbaren Holzplanken erstellt wird.</p> |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company |
| | |

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

| | |
|---------------------|---|
| PRINCIPLE 10 | BUSINESS SHOULD WORK AGAINST CORRUPTION IN ALL ITS FORMS, INCLUDING EXTORTION AND BRIBERY |
| Actions | Actions taken |
| | <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> |
| Outcomes | Measurement of (expected) outcomes and value added for our company |
| | |

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

Dieser Bericht wird auf unserer Website www.groupworldspan.com veröffentlicht. Mit einem E-Newsletter und einer Pressemitteilung werden wir unsere Stakeholder informieren.