

UN Global Compact Communication on Progress 2009

17. Juli 2009



Inhalt

| | |
|---|---|
| Executive statement of continued support..... | 2 |
| x-act AG: Wer wir sind und was wir tun | 3 |
| Die Global Compact Initiative | 4 |
| x-act und Global Compact: Aktuelle Massnahmen | 5 |
| x-act und Global Compact: Geplante Massnahmen..... | 8 |

Executive statement of continued support

Warum UN Global Compact?

Wir von x-act glauben an die nachhaltige Vermittlung von Botschaften durch emotionale Verankerung bei der angesprochenen Zielgruppe. Wir glauben auch an die nachhaltige und langfristig überlegte Nutzung von Ressourcen jeder Art.

Gerade die letzten Monate der wirtschaftlich herausfordernden Zeit haben gezeigt, dass uns kein Mittel uneingeschränkt zur Verfügung steht. Unsere Gesellschaft basiert auf einem System von gegenseitigem Austausch von Ressourcen - es ist ein Fluss in beide Richtungen. Wer Ressourcen nur nutzt, ohne etwas für ihre Erhaltung und Verfügbarkeit zu tun, bewegt sich in einer Einbahnstrasse.

Unsere Motivation, die Global Compact Initiative zu unterstützen basiert auf den Wertvorstellungen, die wir bei x-act leben. Wir legen Wert auf eine bewusste Art und Weise, Ressourcen zu verwenden und legen diese Denkweise unseren Kunden und Partnern ans Herz. Davon ausgehend, waren wir auf der Suche nach einer Charta, die diese Werte widerspiegelt und sind froh, unser Engagement in die Global Compact Initiative einzubringen. Wichtig ist für uns, dass die Unterstützung der Global Compact Initiative kein leeres Aushängeschild oder Marketinginstrument zur Unterstreichung unserer Aussenwirkung ist. Im Gegenteil: Wir von x-act leben die Global Compact Werte indem wir sie in unsere tägliche und Denk- und Handlungsweise integrieren.

Auch wenn wir eine kleine Agentur sind und unser Wirkungsgrad deshalb eingeschränkt ist, tun wir alles in unserer Macht stehende, um unsere Ziele und Massnahmen im Zusammenhang mit der Global Compact Initiative auszuweiten und immer einen Schritt weiter zu denken.

In unserer offenen Kommunikation mit Kunden und Partnern spielt der Global Compact Gedanke eine tragende Rolle. Inwiefern sich dieses Engagement positiv auf unsere Arbeit auswirkt, sehen Sie in den einzeln beschriebenen Aktionen dieses Berichts.

Ich wünsche Ihnen viel Inspiration beim Lesen,



Andrej Isler
CEO und Geschäftsführer
x-act AG, live communication

x-act AG:

Wer wir sind und was wir tun

Wer wir sind

Softfacts

Wir verstehen uns als Agentur für erlebbare Kommunikation. Wir schaffen Räume für wirkungsvolle Kommunikation und verbinden so Menschen mit Menschen - für eine nachhaltige Auseinandersetzung mit Unternehmen, Produkten und Dienstleistungen.

Uns ist es wichtig, die Botschaft unserer Kunden erlebbar zu machen und so eine emotionale Verankerung bei der Zielgruppe zu erreichen. Denn nur was man emotional erlebt, kann man verinnerlichen und danach im Alltag anwenden. Dabei nutzen wir die Methodik des „Storytellings“. Durch Analogien machen wir auch komplexe Themen, Strategien und Produkte fassbar und verständlich. Im Mittelpunkt steht für uns immer der Mensch und die Zielgruppe.

Hardfacts

Wir sind eine Agentur mit 10 festen Mitarbeitern und einem Netzwerk aus freischaffenden Mitarbeitern, die wir je nach Grösse des Projekts hinzuziehen. Unser Atelier ist im Herzen der Stadt Zürich, im Hürlimann Areal bei der „Aqui Quelle“ gelegen.

Was wir tun

Unser Leistungsspektrum ist klar im Dienstleistungsbereich angesiedelt und umfasst kreative Konzeption, strukturierte Organisation und erfolgreiche Realisierung in folgenden Bereichen:

- > **Marketing und Kommunikation**
(nach aussen gerichtete Kommunikation wie z.B.. Kunden- und Verkaufsanlässe, Roadshows, etc.)
- > **Unternehmenskommunikation**
(nach innen gerichtete Kommunikation wie z.B. Mitarbeiteranlässe)
- > **Grossgruppen Kommunikation**
(Anlässe mit über 500 Teilnehmern, bei denen die Kraft der Gruppe genutzt wird und jeder Einzelne zählt)
- > **Incentive Reisen**
(Auslandsreisen als Teil von Mitarbeiter-Motivations-Kampagnen)
- > **Messen und Ausstellungen**
(Standkonzeption und Umsetzung)
- > **Promotionen und Markenwelten**
(Kommunikationskampagnen als emotional wahrnehmbare Erlebarmachung von Marken)

Die Global Compact Initiative

Die Global Compact Initiative wurde vom früheren UN Generalsekretär Kofi Annan ins Leben gerufen. Ziel des Global Compact ist es, durch die Kraft gemeinsamen Handelns das gesellschaftliche Engagement von Unternehmen zu fördern – damit die Wirtschaft zu einem Teil der Lösung werden kann, wenn es darum geht, den Herausforderungen der Globalisierung zu begegnen.

Der Pakt ist eine freiwillige Initiative zur Förderung des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen, die einander ergänzende Ziele verfolgt, nämlich

1. den Global Compact und seine Prinzipien in die Strategien und Geschäftspraktiken von Unternehmen zu integrieren sowie
2. die Zusammenarbeit zwischen zentralen Interessengruppen zu stärken und die Anbahnung von Partnerschaften zu fördern, die die Ziele der Vereinten Nationen unterstützen

Der Global Compact ist kein Regulierungsinstrument und dient nicht dazu, das Verhalten oder Handeln von Unternehmen zu kontrollieren, etwas zu erzwingen oder zu bewerten. Vielmehr stützt er sich auf die Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit, auf Transparenz und das aufgeklärte Eigeninteresse von Unternehmen, Arbeitnehmerorganisationen und der Zivilgesellschaft, um die Ziele des Global Compact durch konkrete Massnahmen und gemeinsames Handeln zu verwirklichen.

Die inhaltlichen Grundsätze und Werte der Global Compact Initiative werden in 10 Prinzipien manifestiert, welche die vier Hauptbereiche Menschenrechte, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung abdecken:

Menschenrechte

Prinzip 1: Unternehmen sollen den Schutz der internationalen Menschenrechte innerhalb ihres Einflussbereichs unterstützen und achten und

Prinzip 2: sicherstellen, dass sie sich nicht an Menschenrechtsverletzungen mitschuldig machen.

Arbeitsnormen

Prinzip 3: Unternehmen sollen die Vereinigungsfreiheit und die wirksame Anerkennung des Rechts auf Kollektivverhandlungen wahren sowie ferner für

Prinzip 4: die Beseitigung aller Formen der Zwangsarbeit,

Prinzip 5: die Abschaffung der Kinderarbeit und

Prinzip 6: die Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung eintreten.

Umweltschutz

Prinzip 7: Unternehmen sollen im Umgang mit Umweltproblemen einen vorsorgenden Ansatz unterstützen,

Prinzip 8: Initiativen ergreifen, um ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt zu erzeugen, und

Prinzip 9: die Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien fördern.

Korruptionsbekämpfung

Prinzip 10: Unternehmen sollen gegen alle Arten der Korruption eintreten, einschließlich Erpressung und Bestechung.

Als Mitglied der Global Initiative unterstützen wir diese vier Grundpfeiler innerhalb unseres Einflussbereiches indem wir in unserer täglichen Arbeit Massnahmen ergreifen, um die 10 Prinzipien zu erfüllen. Einige Prinzipien werden dabei vom Schweizer Rechtssystem bereits abgedeckt (z.B. Arbeitsnormen, Menschenrechte innerhalb unseres Unternehmens, Prinzip der Korruptionsbekämpfung). Aus diesem Grund konzentrieren wir uns bei unseren Massnahmen hauptsächlich auf jene Bereiche, in denen es unserer Meinung nach Verbesserungspotenzial gibt (wie z.B. Umweltschutz, Menschenrechts- und Arbeitsnormenwahrung bei unseren Lieferanten aus dem Ausland, etc.)

Mehr Informationen zur Global Compact Initiative finden Sie auf: <http://www.unglobalcompact.org/>

x-act und Global Compact: Aktuelle Massnahmen

Da wir als Dienstleistungsunternehmen über keine Produktionsstätten verfügen, konzentrieren wir uns in erster Linie auf Massnahmen, die unser eigenes Büro betreffen. In einem zweiten Schritt wählen wir unsere Lieferanten nach bestimmten Kriterien aus, die den Gedanken der Global Compact Initiative unterstützen.

Die folgende Auflistung ist in die drei Bereiche „x-act intern“, „Events“ und „Incentives“ gegliedert und beschreibt somit einzeln jene Tätigkeitsfelder, in denen wir aktiv sind.

x-act intern

| Thema | Massnahme | Resultat |
|--------------------------|---|--|
| Abfall | Abfalltrennung in-house (Papier, Aluminium, PET und Restmüll) und bewusste Entsorgung durch einen Partner da eine Mülltrennung von der Gebäudeverwaltung nicht unterstützt wird. | Aufbereitung der x-act Abfälle; somit können diese in den Recycling-Prozess einfließen. |
| Blumendekoration | Das x-act Büro ist hauptsächlich mit langhaltenden Topfpflanzen dekoriert. Die wöchentlich wechselnde Blumendekoration wird durch einen lokalen Lieferanten bezogen, der saisonale Blumen aus nationaler Anpflanzung verwendet. | Langfristige Blumennutzung (Topfpflanzen), Reduzierung der CO ₂ Emissionen da kein Import von exotischen Blumenarten, Förderung lokaler Lieferanten. |
| Energieverbrauch | <ul style="list-style-type: none"> - Verwendung von Energiesparlampen - Bildschirme ausschalten, wann immer möglich - Nicht benötigtes Licht (z.B. Sitzungszimmer, Schreibtischlampen) werden wenn immer möglich ausgeschaltet | Verminderung des Jahres-Energieverbrauches von 2006 auf 2007 um 7.06 % sowie eine weitere Verminderung des Jahres-Energieverbrauches von 2007 auf 2008 um 13.82 %. |
| Energieversorgung | Die x-act Büroräumlichkeiten werden durch Öko-Strom betrieben. | Nutzung von Stromquellen wie Wasser- und Solarenergie, Unterstützung des Baus von Solar- und Wasserkraftanlagen nach höchsten ökologischen Kriterien. |
| Papier | Wir verwenden Recycling-Papier für interne Ausdrücke. | Pro 500 Blatt Recyclingpapier werden im Vergleich zu Frischfaserpapier folgende Ressourcen gespart ¹ : Wasser: 79.1 Liter Energie: 16.3 kWh CO ₂ : 0.4 kg |

¹ Quelle: http://www.initiative-papier.de/index.php?page_id=113

| Thema | Massnahme | Resultat |
|--|--|---|
| Transportmittel x-act Mitarbeiter | 80 % der x-act Mitarbeiter fahren mit dem eigenen Fahrrad oder öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit. Zu Terminen, die innerhalb der Stadt Zürich wahrgenommen werden, fahren die Mitarbeiter mit dem x-act Fahrrad. Lange Strecken für Kundenmeetings werden bevorzugt mit dem Zug zurück gelegt. | Verringerung der CO ₂ Emissionen. |
| Reinigungsmittel | Der Grossteil der Mittel, die zur Reinigung unserer Büroräumlichkeiten verwendet werden, sind zu 100 % ökologisch abbaubar. | Keine Erzeugung von Giftstoffen, die die Umwelt (sowohl bei der Herstellung als auch im Abwasser) belasten. |
| Verpflegung | Sämtliche Lebensmittel wie Obst, Tee, Milch die allen Mitarbeitern zur Verfügung gestellt werden sind Bio- oder Fair-Trade Produkte. | Förderung von regionalen Bauern, umweltbewusster Anpflanzung und kontrollierten Anbau-Kriterien im Ausland. |
| Wasser | Alle x-act Mitarbeitende trinken Leitungswasser aus Glaskaraffen. | Kein PET-Flaschen Müll, optimale Ressourcen-Nutzung von Leitungswasser aus der Region. |

Events

| Thema | Massnahme | Resultat |
|---|---|--|
| Event-Material | Wir kümmern uns bereits in der Event-Konzeption um die nachhaltige Verwendung von Material, das während des Events eingesetzt werden. Teppiche, Karton, Textilien, etc. werden nach dem Anlass entweder an Recycling-Partner abgegeben oder an andere Abnehmer verschenkt. So haben wir z.B. das Kartonmaterial aus einem Grossanlass einem Kindergarten als Spielmaterial zur Verfügung gestellt. Wir arbeiten - wann immer möglich - mit recycelbaren Teppichstoffen. | Nachhaltiger Einsatz und Wiederverwertung von Event-Material. |
| Lieferanten- und Produkteauswahl | Wir achten bei der Wahl unserer Lieferanten und deren Produkte auf Qualitätskriterien, die eng mit der Global Compact Initiative in Verbindung stehen (bzw. arbeiten mit Lieferanten, die selbst Global Compact Mitglied sind). - Catering: regionale und biologisch angebaute Produkte sowie Wein, der einem Anbaugebiet aus einem Umkreis von max. 200 km entstammt. Weiters vermeiden wir den Einsatz von PET-Flaschen wo immer möglich. | Förderung lokaler und regionaler Produkte, Verringerung der Transport-Emissionen, Verringerung von PET-Abfall. |

| | |
|---|--|
| - Technik: Lieferanten die mit dem neuesten Stand der Technik arbeiten (sparsam im Energieverbrauch), LED Technik wo immer möglich. | Sparsamer Umgang mit Energie. |
| - Textilien: Bezug von Textilien mit fair trade Zertifikat, CO ₂ neutraler Herstellung oder anderen Zertifizierungen. | Förderung von umweltbewusstem Anbau von Rohstoffen, Einhaltung von Menschenrechten und Arbeitsnormen. |
| - Gadgets & Give-aways: Einkauf bei zertifizierten Lieferanten, die die Einhaltung der Menschenrechte und Arbeitsnormen unterstützen und Anti-Korruptionsmassnahmen treffen. | Förderung von umweltbewusstem Anbau von Rohstoffen, Einhaltung von Menschenrechten und Arbeitsnormen. |
| - Blumendekoration: mit lokalen Lieferanten, die saisonale Blumen verwenden. | Reduzierung der CO ₂ Emmissionen da kein Import von exotischen Blumen, Förderung lokaler Lieferanten. |

Incentives

| Thema | Massnahme | Resultat |
|---|--|--|
| Catering | Wir empfehlen unseren Kunden die Verwendung von Produkten (auch Wein) aus der Region. Des Weiteren vermeiden wir den Einsatz von PET-Flaschen wo immer möglich. | Förderung lokaler und regionaler Produkte, Verringerung der Transport-Emissionen, Verringerung von PET-Abfall. |
| Lieferanten- und Produktauswahl | Wir achten bei der Wahl unserer Lieferanten und deren Produkte auf Qualitätskriterien, die eng mit der Global Compact Initiative in Verbindung stehen. Weiters wählen wir unsere Lieferanten möglichst aus der direkten Umgebung des Veranstaltungsortes/ -landes (z.B. Teilnehmergeschenke, die im Land selbst hergestellt und verkauft werden) | Förderung von Energie sparenden Massnahmen sowie umweltbewusstem Umgang mit Ressourcen, Förderung von Arbeitskräften aus der Region, Förderung von Hilfswerken der Region (z.B. in Ländern wie Südamerika, Asien etc.) |
| Motivation zur Teilnahme an Global Compact | Der Hinweis auf die Bestimmungen von Global Compact sind fester Bestandteil unserer Partner-Verträge mit lokalen Lieferanten. Hier weisen wir aktiv auf die gewünschten Punkte wie Arbeitsbedingungen, Korruption, Kinderarbeit, lokale Produkte und ökologische Produktionsarten hin, und motivieren unsere Partner, diese zu berücksichtigen und auch selbst eine Mitgliedschaft an Global Compact Initiative zu prüfen. | Offene und flexible Partner, welche die Philosophie der Global Compact Initiative teilen, und diese Punkte teils auch bereits berücksichtigen, werden bei der Evaluation von möglichen lokalen Partnern (so genannten DMC - Destination Management Companies) aktiv berücksichtigt und anderen Lieferanten vorgezogen. Leistungen, welche nicht der Global Compact Initiative entsprechen, werden wo immer möglich nicht in Anspruch genommen. |

x-act und Global Compact: Geplante Massnahmen

x-act intern

| Thema | Massnahme | Angestrebtes Resultat |
|--------------------------|--|--|
| Abfall-Entsorgung | Initiative Hürlimann Areal Derzeit wird eine Abfalltrennung durch die Gebäudeverwaltung des Areals nicht unterstützt. Aus diesem Grund werden wir uns für eine Lösung stark machen, von der alle ansässigen Unternehmen profitieren können. | Abfallreduzierung, Community building, Verbreitung der Global Compact Initiative. |
| Energieverbrauch | Weitere Massnahmen um den Energieverbrauch zu senken, z.B. durch Austausch von technischen Geräten und Ersetzen durch neue, energiesparsamere Modelle. | Weitere Reduzierung des Energieverbrauchs. |
| Event-Material | Verstärkung der Initiativen zur Wiederverwertung von gebrauchtem Event-Material. | Langfristige (nachhaltige) Nutzung von Event-Material. |
| Interne Prozesse | Überdenken unserer internen Abläufe und Strukturen um weitere Möglichkeiten für umweltbewusstes Handeln aufzudecken (z.B. Reduzierung von Papier-Ausdrucken). | Weitere Möglichkeiten für zukünftige Massnahmen erarbeiten und umsetzen. |
| Know-how Exchange | Eines der Unternehmen am Hürlimann Areal ist „Google“, welches sich auch sehr in Umweltbelangen einsetzt. Wir werden regelmässige Treffen vereinbaren, um „best practice“ Beispiele und allgemeines know-how in Umweltfragen auszutauschen. | Austausch von „best practice“ Beispielen und know-how zur weiteren Förderung unserer Ziele und Massnahmen. |
| Kommunikation | <ul style="list-style-type: none"> - Einmalige Publikation eines Global Compact Newsletter, in welchem unser Engagement und die inhaltlichen Hintergründe der Initiative für unsere Kunden und Partner hervorgehoben werden, sowie auf den COP report verwiesen wird - Danach: Monatlicher „Global Compact Tipp“ in unserem Newsletter „x-views“ | Das Engagement von x-act im Hinblick auf die Global Compact Initiative aufzeigen sowie auch Steigerung der Bekanntheit der Initiative. |

Events

| Thema | Massnahme | Angestrebtes Resultat |
|---|---|---|
| Kundeninformation | Weitere Sensibilisierung unserer Kunden durch Information und Aufklärung | Ein Grossteil unserer Kunden entscheidet sich für umweltbewusste Lösungen (auch wenn diese evt. mit höheren Kosten verbunden sein sollten). |
| Lieferanten Briefing: x-act Nachhaltigkeits-Charta | Teil jedes Lieferantenbriefings in Zusammenhang mit Eventkonzeptionen und -produktionen wird die x-act Nachhaltigkeits-Charta sein, in der auf unser Global Compact Engagement hingewiesen wird. In dieser Charta bitten wir unsere Lieferanten, dieses Engagement in Ihren jeweiligen Einflussbereichen bestmöglich zu unterstützen. | Förderung des Bewusstseins der Inhalte der Global Compact Initiative und Umsetzung einzelner Massnahmen in die Praxis. |
| Partnerschaft SENS International | Ab dem 1.Oktober 2009 ist x-act Partner von SENS International und unterstützt die Swiss Climate Protection Initiative (SCPI). | CO ₂ neutrale Umsetzung sämtlicher Veranstaltungen, die durch x-act realisiert werden. |

Incentives

| Thema | Massnahme | Angestrebtes Resultat |
|---|---|---|
| Kompensation Flugemissionen | Als Kompensation der entstandenen Emissionen der Flugreisen, bieten wir unseren Kunden die aktive Teilnahme am Klimaschutzprogramm der Schweizer Non-Profit Organisation myclimate.org an. | Kompensation der entstandenen Flugemissionen. |
| Lieferanten Briefing: x-act Nachhaltigkeits-Charta | Teil jedes Lieferantenbriefings in Zusammenhang mit Eventkonzeptionen und -produktionen wird die x-act Nachhaltigkeits-Charta sein, in der auf unser Global Compact Engagement hingewiesen wird. In dieser Charta bitten wir unsere Lieferanten, dieses Engagement in Ihren jeweiligen Einflussbereichen bestmöglich zu unterstützen. | Förderung des Bewusstseins der Inhalte der Global Compact Initiative und Umsetzung einzelner Massnahmen in die Praxis. |
| Incentive-Programm | Bei der Auswahl der Aktivitäten der Incentive Programme achten wir (vor allem in wirtschaftlich benachteiligten Ländern) auf die Einbindung lokaler oder regionaler Institutionen wie z.B. einen Verein für Handwerkskunst in Indien. | Sensibilisierung der Teilnehmer, die ein gutes Gefühl von „ich habe etwas bewirkt“ vermittelt, Förderung lokaler Einrichtungen. |

Herzlichen Dank.