

Verhaltenscodex

in flagranti communication

in flagranti ag hat sich als Grundlage für ihre Geschäftsaktivitäten der Nachhaltigkeit und unternehmerischen Gesellschaftsverantwortung verschrieben.

Dieser Verhaltenskodex für Nachhaltigkeit (Verantwortung) und unternehmerische Gesellschaftsverantwortung dient in flagranti ag bei all ihren Aktivitäten als Leitfaden, insbesondere hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Sozial und Umweltverträglichkeit und Transparenz sämtlicher Kooperationen und Tätigkeiten.

Nachhaltigkeit = Verantwortung

Wir bei in flagranti ag haben für uns definiert, dass wir bei Nachhaltigkeit von Verantwortung sprechen.

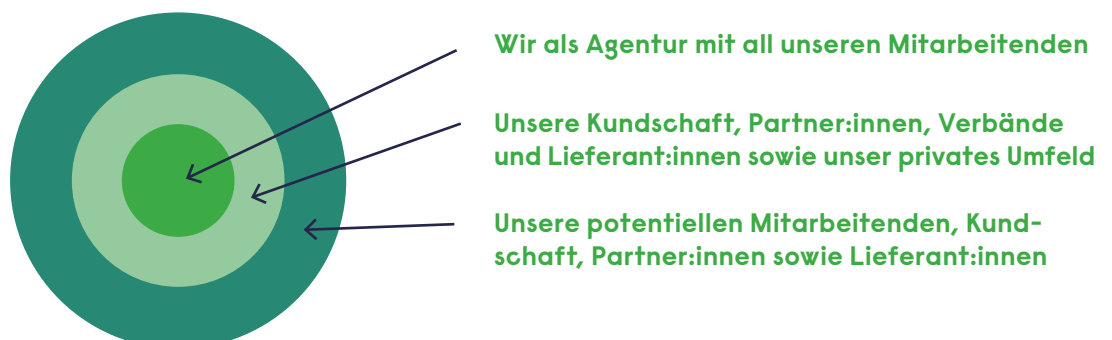
In Bezug auf Nachhaltigkeit umfasst der Begriff Verantwortung für uns die Verpflichtung, nachhaltige Praktiken zu fördern und umzusetzen, um langfristige ökologische, soziale und wirtschaftliche Auswirkungen zu minimieren.

Dies schliesst die Verantwortung ein, die eigenen Handlungen und Entscheidungen in Bezug auf die Umwelt und die Gesellschaft zu reflektieren und entsprechend anzupassen.

Dabei geht es nicht nur darum, nachhaltige Verhaltensweisen im eigenen Unternehmen oder persönlichen Umfeld zu praktizieren, sondern auch in der Zusammenarbeit mit anderen Akteur:innen, wie etwa Geschäftspartner:innen, Kundschaft oder Lieferant:innen.

Wir sehen uns als Vorreiterin und wollen gemeinsam mit unseren Geschäftspartner:innen über die gesamte Wertschöpfungskette Lösungen suchen.

Bewusstsein schaffen: Unser Verständnis «Teil des Ganzen»



Wir leben Verantwortung

Kommunikation findet im privaten und öffentlichen Raum statt. Wir wollen Menschen erreichen, um ihr Wissen, ihre Einstellung, ihr Verhalten zu beeinflussen. Damit wollen wir unsere Kundschaft noch erfolgreicher machen. Wir wollen und müssen nachhaltig verantwortlich sein, und dies in allen Dimensionen:

1. Ökonomisch gegenüber Kapitalgeber:innen, Aktionär:innen, Mitarbeitenden, Kund:innen, Geschäftspartner:innen und der Umwelt.

2. Sozial gegenüber den Stakeholdern, aber auch gegenüber der Gesellschaft.

3. Ökologisch im Sinne einer gesellschaftlichen Verantwortung.

Die Herausforderung ist die Gewichtung, damit die personellen wie finanziellen Ressourcen unseres Kleinunternehmens am richtigen Ort und mit bestmöglicher Wirkung eingesetzt werden. Wir müssen uns bewusst sein, dass das ökonomisch erfolgreiche Wirken Voraussetzung für jede Massnahme im sozialen und ökologischen Bereich ist. Mit einem jährlichen Bericht wollen wir unseren Mitarbeitenden und auf Nachfrage auch weiteren Stakeholdern Rechenschaft über unsere Tätigkeit geben.

«Wir sind neugierig und interessiert an nachhaltigen und zukunftsfähigen Lösungen und suchen gemeinsam eine zuverlässige und bewusste Option, die sowohl für uns als auch für unser Umfeld geeignet ist. Wir gehen dies gezielt Schritt-für-Schritt an.»

**Matthias Graf, CEO, Partner und Head of Digital Marketing
in flagranti ag**

IFC-Werte

Wir führen die Unternehmung unter Abwägung der Ansprüche nach dem Grundsatz „Checks and Balances“. Der Inhalt dieses Verhaltenskodex spiegelt die vier Grundwerte von in flagranti ag wider, die wir als Basis für unser Denken und Handeln in der Agentur leben und pflegen.

Neugier

Weil uns Neues weiterbringt.

Wir sind neugierig, nachhaltige Produkte sowie Herstellungsverfahren zu kennen und wo sinnvoll einzusetzen.

Unternehmertum

Weil uns unternehmerisches Denken und Handeln erfolgreich macht.

Wir verzichten auf „Pflasterli- und Symbolpolitik“ und Buzzwords jeglicher Art. Wir betreiben kein Greenwashing.

Zuverlässigkeit

Weil wir mit Zuverlässigkeit Vertrauen schaffen.

Wir denken nachhaltig und wollen langfristige Kunden- und Partnerbeziehungen pflegen.

Gemeinschaft

Weil wir als Gemeinschaft mehr erreichen können als ein einzelnes Individuum.

Wir suchen gezielt Partner:innen, die sich bewusst nachhaltig engagieren und Lösungen für eine bewusste Zukunft anbieten.

SDG

Zusätzlich stützt sich der Inhalt dieses Verhaltenskodex auf die für uns relevanten SDG (Sustainable Development Goals) der UN. Wir fokussieren uns auf vier der siebzehn SDG.

Ziel 4: Hochwertige Bildung

Ziel 7: Bezahlbare und saubere Energie

Ziel 12: Nachhaltiger Konsum und Produktion

Ziel 17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele



Ziel 4:

Hochwertige Bildung •

Inklusive und gleichberechtigte Bildung von hoher Qualität sicherstellen und Möglichkeiten des lebenslangen Lernens für alle fördern.

Unser Ansatz: Als Wissensfirma mit knapp 30 Mitarbeitenden setzen wir auf direkt und geschäftsrelevant anwendbare Aus- und Weiterbildungen.

Unser Engagement: Pro Jahr liegt bei rund 5% der Lohnsumme (direkte und indirekte Kosten). Dies ist ein Spitzenwert in unserer Branche: Der Durchschnitt in der Branche liegt bei 2-3%. Die Aus- und Weiterbildung haben wir im Arbeitsreglement dokumentiert.

- Wir investieren in **interne und externe Aus- und Weiterbildungen** unserer Mitarbeitenden
- Wir organisieren punktuell **Wissensworkshops**, um Wissen zu erweitern oder aufzufrischen

- Wir bieten monatlich ein **«Digital-Marketing-Meeting»** an, wo Teammitglieder aus dem Digital-Team über News und Veränderungen im Markt berichten. Bei diesem Meeting dürfen **auch Kunden teilnehmen**, falls sie Interesse haben
- Wir veranstalten **Wissenstransfers** zu sozialen, wertebasierten und fachspezifischen Themen wie zum Beispiel unseren **«Werte-Workshop»**
- Wir besuchen punktuell **Firmen aus unserem Ökosystem**, damit alle Mitarbeitende einen Zugang zu unserem Partner-Netzwerk bekommen, um Neues aus deren Tätigkeit kennenzulernen

Ziel 7:

Bezahlbare und saubere Energie

Den Zugang zu bezahlbarer, zuverlässiger, nachhaltiger und moderner Energie für alle sicherstellen.

Unser Ansatz: Wir beziehen den Strom bei unserem lokalen Stromlieferanten esag. Wir kaufen bewusst einen 100% Ökostrom ein.

Ziel 12:

Verantwortungsvoller Konsum und Produktion

Nachhaltige Konsum- und Produktionsmuster sicherstellen.

Unser Ansatz: Wir beziehen für unsere internen Apéros die Produkte von lokalen Produzent:innen und achten auf eine nachhaltige Produktion. Zudem stellen wir unseren Mitarbeitenden frische Früchte zur Verfügung, die wir bei einem lokalen Bauer beziehen.

Bei Kundenprojekten prüfen wir nach dem Prinzip «Check and Balances» den Bedarf an Werbemittel, um sicherzustellen, dass wir keine Überproduktion veranlassen. Bei der Beschaffung achten wir auf regionale Partnerschaften sowie gegebenenfalls auf nachhaltige Produzent:innen.

Ziel 17:

Partnerschaften für die Ziele

Umsetzungsmittel stärken und die globale Partnerschaft für nachhaltige Entwicklung neu beleben.

Unser Ansatz: Unser Partner-Netzwerk ist mehrheitlich lokal geprägt. Mit den meisten Partnern pflegen wir einen persönlichen und regelmässigen Austausch, dies mit dem Ziel eine langfristige und vertrauensvolle Beziehung auf Augenhöhe zu pflegen.

Als Mitglied des Branchenverbands Leading Swiss Agencies (kurz LSA) haben wir uns engagiert, beim geplanten Programm mit «Climate Partner» aktiv mitzumachen. Am 31. August 2023 fand einen ersten Workshop statt, welcher der Verband mit Climate Partner organisiert hat.

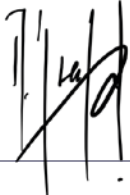
Ziele

Wir bei in flagranti ag fordern unseren Geschäftspartnern, Kundenschaft oder Lieferant:innen dazu auf, sich gemeinsam mit uns dem Verhaltenskodex zu verpflichten, indem wir unseren Verhaltenscodex auf unserer Website publizieren und für alle zugänglich machen. Mit dem Verhaltenskodex stärken und bestätigen wir unser gemeinsames Engagement für Nachhaltigkeit (Verantwortung) und soziale Unternehmensverantwortung, das von Geschäftspartnern, Kundenschaft oder Lieferant:innen, mit denen wir Geschäfte machen, geteilt wird.

Commitment

in flagranti ag verpflichtet sich, für die in diesem Verhaltenscodex beschriebenen Werte einzutreten und der daraus entstehenden Verantwortung nachzukommen. Wir verpflichten uns, unsere Netzwerkmitglieder bei der Einhaltung dieses Verhaltenskodex zu unterstützen.

Ort, Datum: Lyss, 1. Dezember 2023



Matthias Graf
CEO, Partner und Head of Digital
Marketing der in flagranti ag



Michael Hählen
Verwaltungsratspräsident, Managing Director
und Partner der in flagranti ag