



WIN-Charta Zielkonzept

2020

BFG MEDIA GROUP

Zielkonzept im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit Baden-Württemberg (WIN)  
Baden-Württemberg

Inhaltsverzeichnis

[Unternehmensdarstellung BFG MEDIA GROUP 1](#_Toc43796307)

[1.Die WIN-Charta…………………………. 2](#_Toc43796308)

[2.Unsere Schwerpunktthemen ……………………………………………………………………………………………………………..3](#_Toc43796309)

[3.Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen.. 4](#_Toc43796310)

[Leitsatz 02 - Mitarbeiterwohlbefinden 4](#_Toc43796311)

[Leitsatz 07 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze 4](#_Toc43796312)

[4.Weitere Aktivitäten…………………… 6](#_Toc43796313)

[Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange 6](#_Toc43796314)

[Umweltbelange 6](#_Toc43796315)

[Ökonomischer Mehrwert 7](#_Toc43796316)

[Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption 7](#_Toc43796317)

[Regionaler Mehrwert 7](#_Toc43796318)

[5.Unser WIN!-Projekt…………………….. 9](#_Toc43796319)

[6.Kontaktinformationen………………….. 10](#_Toc43796320)

[Ansprechpartner 10](#_Toc43796321)

[Impressum 10](#_Toc43796322)

# Unternehmensdarstellung BFG MEDIA GROUP

Die BFG MEDIA GROUP ist eine inhabergeführte Werbeagentur für alle analogen und digitalen Disziplinen der Kommunikation. Wir kämpfen mit Herzblut für gute Ideen, exzellentes Design und relevante Inhalte.

BFG wurde 2000 als klassische Werbeagentur gegründet und vereint heute fünf spezialisierte Units unter einem Dach, die nahtlos aneinander anknüpfen. Die BFG bedient das ganze Spektrum der Kommunikation, um Marketingprozesse schnell, effizient, zielgerichtet und höchster Qualität umzusetzen. Auf internationaler Ebene konnten wir uns mit der Entwicklung von interaktiven Produkten für Messen, Museen und Showrooms einen Namen machen.

### STRATEGIES FOR YOUR SUCCESS

Unternehmen wie Axel Springer, Falkenstein, Circor oder IMI vertrauen auf die Leistungen und das Wissen der BFG MEDIA GROUP.   
Unter einem Dach ziehen Markenstrategen, Kreative, Eventmanager, Mediaspezialisten, Content Creator und Social Media Manager an einem Strang. Das macht uns zu einem schnellen, flexiblen, wandelbaren und vertriebsorientierten Partner für Ihr Marketing.

# Die WIN-Charta

## Bekenntnis zur Nachhaltigkeit und zur Region

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

## Die 12 Leitsätze der WIN Charta

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

**Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange**

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

**Umweltbelange**

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

**Ökonomischer Mehrwert**

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

**Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption**

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

**Regionaler Mehrwert**

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.*"

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

## Engagierte Unternehmen aus Baden-Württemberg

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf [www.win-bw.com](http://www.win-bw.com).

# Unsere Schwerpunktthemen

## Künftige Schwerpunkte unserer Nachhaltgkeitsarbeit

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: "Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."

In unserem Unternehmen herrscht das Prinzip der offenen Tür. Probleme, Bedürfnisse und Anliegen können zu jeder Zeit mit dem Geschäftsführer besprochen werden.

Diese offene Kommunikationspolitik fördert das Vertrauen zwischen den Mitarbeitern und garantiert den internen Zusammenhalt.

Fairness, Offenheit und die Zufriedenheit der Mitarbeiter sind zentrale Bestrebungen.

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: "Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."

Durch den weiteren Ausbau des Unternehmens schaffen wir Arbeitsplätze in der Region. Gleichzeitig schaffen wir als Partner der dualen Hochschule und IHK weitere Ausbildungsmöglichkeiten und fördern so potentiellen Nachwuchs in der Werbeindustrie.

# Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Leitsatz 02 - Mitarbeiterwohlbefinden

## Wo stehen wir?

Die Mitarbeiterzufriedenheit in unserem Unternehmen ist verhältnismäßig hoch angesetzt  
Qualitative interne Umfragen bestätigen, dass in der BFG Media Group eine große Grundzufriedenheit besteht und die Mitarbeiter sich wertgeschätzt fühlen.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Um die Mitarbeiterzufriedenheit weiter zu erhöhen und die Work-Life Balance zu verbessern, sowie dafür zu sorgen dass die Gesundheit der Mitarbeiter weiter gefördert wird, hat die BFG Media Group sich dazu entschieden einen Bürohund zuzulegen. Da Hunde nachweislich die psychische Gesundheit erhöhen, sowie stressreduzierend wirken, ist dies ein wichtiger Schritt um die allgemeine Zufriedenheit zu erhöhen, sowie das Teamgefühl zu steigern. Mit diesem kann jeder Mitarbeiter nach Bedarf spazieren gehen. Auch ist der Ausbau der Büroküche geplant. Mit dieser soll ein weiterer Raum geschaffen werden in welchen sich die Mitarbeiter zurückziehen und entspannen können. Außerdem wird so die Möglichkeit des gemeinsamen Kochens gefördert, was sich widerum positiv auf die Teamgefühl und die Ernährung auswirkt.

Daran wollen wir uns messen

**Der Ausbau der Küche soll in diesem Jahr erfolgen, während die Anschaffung des Hundes bereits erfolgt ist. Die Mitarbeiterzufriedenheit wird weiter mit internen, anonymen Umfragen erfasst, sodass sich abzeichnen wird, ob die Maßnahmen die gewünschte positive Wirkung entfalten.**

Leitsatz 07 - Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze

## Wo stehen wir?

Bereits im Jahr 2019 haben wir einer Studentin an der dualen Hochschule einen Ausbildungsplatz bieten können. Zusätzlich bieten wir regionale Arbeitsplätze in Aulendorf.

Wie wir Veränderungen herbeiführen wollen

Im Jahr 2020 wollen wir diese Ausbildungsplatzschaffung weiterführen und zwei Studenten einen Ausbildungsplatz bei uns bieten.. Zusätzlich zur Ausbildung im dualen Bereich soll auch eine ‚klassische‘ Möglichkeit der Ausbildung gefördert werden und der Ausbilderschein absolviert werden.

Daran wollen wir uns messen

**Der Erfolg der Maßnahme lässt sich an der Anzahl aufgenommener Auszubildender ablesen.**

# Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

## Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Wir behandeln alle MiarbeiterInnen gleich, unabhängig des Geschlechts, Alters, Hautfarbe oder Religion. Jegliche Diskriminierung wird unterbunden. Die Erhaltung dieses Zustandes ist das Ziel.
* In jeder hirarischen Ebene ist sichergestellt, dass MitarbeiterInnen in betriebliche Entscheidungsprozesse eingebunden sind und sich ernst genommen fühlen.

## Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Der Kontakt zu Kunden wird regelmäßig und intensiv gepflegt. Die Erwartungen der Kunden sind das wichtigste Thema eines jeden Projekts und unsere Richlinie ist, den Unternehmen die maximale Unterstützung zuzusichern.

Umweltbelange

## Leitsatz 04 – Ressourcen

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Der Umwelt zulieben erweitern wir stetig den Bereich des Social Media Marketings, um so zu großen Teilen auf Printmedien, die viel Papier, Druckertoner und andere Materialen brauchen,   
  zu verzichten. Unsere Server und IT Infrastrukturen werden ressourcenschonend betrieben und umweltschonend entsorgt.

## Leitsatz 05 – Energie und Emissionen

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Um ressurcenschonend zu agieren werden die Heizungen im Unternehmen immer nur dann verwendet, wenn es nötig ist. Während gelüftet wird, werden die Heizungen gänzlich ausgeschalten. Auch werden bei jedem Verlassen des Büros die Computer heruntergefahren und alle weiteren Geräte ausgesteckt, um Energie zu sparen.

## Leitsatz 06 – Produktverantwortung

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Die BFG behält sich als Werbeagentur vor die Kunden selbst zu wählen und verweigert es mit diskriminierenden Unternehmen in jeglicher Form zusammen zu arbeiten.

Ökonomischer Mehrwert

## Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Nach der Innovation von Tagbit arbeitet die BFG Media Group immer weiter daran neue Technologien zu entwickeln, die sich positiv auf Produktwerbung, Gestaltung oder Präsentation auswirken.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

## Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Unsere Finanzentscheidungen werden nach transparenten Regeln getroffen. BFG ist Bankenunabhängig.

## Leitsatz 10 – Anti-Korruption

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Durch einen offenen Dialog mit Mitarbeitern, Kunden und weiteren Partnern wird Korruption verhindert.

Regionaler Mehrwert

## Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Unser Ziel ist es die Wirtschaft in Baden-Württemberg zu stärken.

## Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken

Ziele und geplante Aktivitäten:

* Durch die Unternehmensphilosophie wird sowohl das eigenständige Denken, als auch das Selbstbewusstsein gefördert. MitarbeiterInnen sind dazu angehalten ihre Wünsche, Ideen und Gedanken zu jeder Zeit zu äußern.

# Unser WIN!-Projekt

## Dieses Projekt wollen wir unterstützen

Um regionale Projekte zu fördern, unterstützen wir den Eissportverein Ravensburg (EVR).  
Das Spektrum des Vereins reicht von der Laufschule, über alle Kinder- und Jugendklassen, bis hin zum Fraueneishockey, dem Profiteam und der zweiten Eishockey Bundesliga.   
Profisport, Jugendförderung und sportliches Engagement sind aus dem EVR nicht wegzudenken. Dieses Engagement möchten wir unterstützen.  
Dafür investieren wir jährlich 1.500 Euro.  
  
Auch der Fußballverein Aulendorf (SGA) wird von der BFG Media Group unterstützt.  
Der Traditionsverein existiert bereits seit 1920 und finanziert sich durch den Förderverein.   
Der Förderverein verfolgt in erster Linie den Zweck der Unterstützung der Jugendfußballabteilung, sowie das Thema Familie und Integration.  
Der Verein engagiert sich dafür, Familien, Kinder und Jugendliche und Geflüchtete in den Verein zu integrieren und unterstützt sozial schwächere Familien durch Trainingsmaterial.  
Der Fokus liegt auf der Förderung der sportlichen und sozialen Belange der Nachwuchsabteilung.  
BfG unterstützt den Fußballverein jährlich mit 5.000 Euro.  
  
Ein weiteres Projekt welches die BFG Mediagroup bereits seit langer Zeit jährlich unterstützt, ist der Förderverein Piela-Bilanga. Ein gemeinnütziger Verein mit 280 Mitgliedern, der seit 1982 Projekte in der Entwicklungszusammenarbeit in Burkina Faso initiiert und durchführt.   
Die finanziellen Mittel dienen dem Bau von Schulen und Trinkwasserbrunnen, sowie Aufklärungsmaßnahmen gegen die Genitalverstümmlung von Mädchen und Frauen. Auch wird das Geld für die Unterstützung von Frauenzentren verwendet und in die Ausbildung und Hilfe von behinderten Menschen investiert.   
Der Verein agiert nach der Prämisse „Hilfe zur Selbsthilfe“ und möchte eine nachhaltige Entwicklung fördern. Die BfG Media Group unterstützt dieses Projekt mit 2.000 Euro im Jahr.

# Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Elena Faller  
Email: ef@bfg-mediagroup.com

Impressum

Herausgegeben am 23.06.2020 von

BFG Media Group   
Hauptstraße 32  
88326, Aulendorf  
Telefon: + 49 (0) 7252 | 920 22 0   
E-Mail: hello@bfg-mediagroup.com  
Internet: <https://www.bfg-mediagroup.com/>

