

# SinnWin

## CSR / Nachhaltigkeitsstrategie und -ziele



Nach einer Nachhaltigkeitsanalyse und Stakeholdermapping, sowie Stakeholderdialog wurde folgende Strategie erarbeitet:

## CSR / Nachhaltigkeitsstrategie

In den 3 Nachhaltigkeitsbereichen sind folgende Handlungsfelder relevant:

- **Dienstleistung:** zusätzliche Nachhaltigkeitsdienstleistungen
- **Wirtschaft:** Steigerung Umsatz / Gewinn auf Basis nachhaltiger Dienstleistungen
- **Kommunikation und Kooperation:** Kundinnen, PartnerInnen, Allgemeinheit (Stakeholder)
- **Einkauf / Verkauf:** Reduktion negativer Auswirkungen

Die SinnWin Dienstleistungen haben keine negativen Auswirkungen. Bei SinnWin Einkauf und Verkauf bestehen teilweise negative Auswirkungen, die laufend reduziert werden.



## Nachhaltigkeitsziele

Handlungsfelder	Strategische Ziele	Zielwert	Frist	Auswirkung M (Markt) G (Gesell) U (Umwelt)
Dienstleistung	Innovative Nachhaltigkeitsdienstleistung einführen	1x	jährlich	M, G, U
	vorwiegend regional tätig sein		lfd.	M, U,
Wirtschaft	Steigerung Gesamtumsatz mit nachhaltigen Dienstleistungen	5% (VJ)	31.12.	M, G, U
	Steigerung Gesamtgewinn mit nachhaltigen Dienstleistungen	5% (VJ)	31.12	M, G, U
Kommunikation	Stakeholderanalyse und Dialog	1x	jährlich	M, G
	Kostenlose CSR, CSR-HR Veranstaltungen / Vorträge: Abhaltung als Green Meeting und barrierefrei		lfd	M, G, U
	Homepage umstellen auf Barrierefreiheit		31.12.2015, erledigt	M, G
	Kommunikationskonzept analysieren und bedarfsspezifischer informieren	1x	jährlich	M, G
Kooperation	KooperationspartnerInnen erweitern: CSR für KMU, CSR-HR Themen	Je 1 neuer strat. Partner	31.12.	M, G, U
Einkauf	Regionalität fördern: Geschäftsbeziehungen analysieren	1x	jährlich	M, G, U
	Bürobedarf: Produkte analysieren und umstellen auf nachhaltigere Produkte, ressourcenschonende Nutzung (Papier etc)	+10% (VJ)	31.12	M, G, U
	Facility - Strom, Wärme, Reinigung etc. nachhaltiger einkaufen: Check Einsparungspotentiale u nachhaltige Anbieter, ggf wechseln, ressourcenschonendere Nutzung		31.12	M, G, U



	Nachhaltigere Mobilität: CO2 Ausstoß verringern. Bei anstehendem Mobilitätswechsel Überprüfung nachhaltiger Alternativen	Anlassfall	31.12	M, G, U
Verkauf	Nachhaltigere Mobilität: CO2 Ausstoß verringern. Routen planen, wenn möglich Wechsel von Individualverkehr auf öffentlichen Verkehr, Rad oder zu Fuß	+10% (VJ)	31.12	M, G, U

