

**ORC**



**REDUCE  
REUSE  
RECYCLE**



**NACHHALTIGES  
WIRTSCHAFTEN**



# WIN-CHARTA NACHHALTIGKEITSBERICHT

**2023**

**ORC GMBH**



## Inhaltsverzeichnis

<b>1. Über uns.....</b>	<b>1</b>
<b>2. Die WIN-Charta .....</b>	<b>2</b>
<b>3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement .....</b>	<b>3</b>
<b>4. Unsere Schwerpunktthemen .....</b>	<b>4</b>
Wohlbefinden der Mitarbeitenden .....	4
Ressourcen.....	6
<b>5. Weitere Aktivitäten.....</b>	<b>7</b>
Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden .....	7
Umweltbelange.....	8
Ökonomischer Mehrwert.....	9
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption .....	9
Regionaler Mehrwert.....	10
<b>6. Unser WIN!-Projekt .....</b>	<b>12</b>
<b>7. Kontaktinformationen .....</b>	<b>13</b>
Ansprechpartnerin / Ansprechpartner.....	13
Impressum .....	13

## 1. Über uns

### UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

ORC positioniert sich mit ihren 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern seit 2009 weltweit als Partner für alle Anforderungen rund um die ressourcenschonende Wiedernutzung gebrauchter Baugruppen und Systeme für alle etablierten Hersteller von Telekommunikationstechnik. Wir bieten zahlreiche Einzelleistungen rund um Ankauf und Verkauf, Aufbereitung und Tests der Technik an. Mit fachlicher Kompetenz und Flexibilität geht ORC auf die Wünsche und Anforderungen der Kunden ein und stellt individuelle Lösungspakete aus verschiedensten Leistungen zusammen. ORC unterhält eine 6100 m<sup>2</sup> große Lagerfläche und ein 1100 m<sup>2</sup> großes Testlabor.

Unser Leistungsspektrum umfasst den Ankauf von Telekommunikationssystemen und -komponenten, das Refurbishment, umfassende Tests sowie den Wiederverkauf der aufbereiteten Technik. Dank unserer langjährigen Expertise und flexiblen Herangehensweise können wir individuelle Kundenwünsche und -anforderungen optimal erfüllen. Wir legen nicht nur Wert auf Qualität und Effizienz, sondern setzen auch einen starken Fokus auf Nachhaltigkeit und die Schaffung eines zweiten Lebenszyklus für die revitalisierten Produkte. Die Wiedervermarktung spielt dabei eine zentrale Rolle in unserem Geschäftsmodell.

In unserem Unternehmen steht eine nachhaltige Vision im Mittelpunkt. Wir engagieren uns aktiv für den Umweltschutz, indem wir Ressourcen intelligent nutzen, Abfall minimieren und Wert aus bereits vorhandenen Materialien schöpfen. Diese Prinzipien prägen nicht nur unser Geschäft, sondern auch die Welt um uns herum.

Durch intelligente Ressourcennutzung, die Reduzierung unseres ökologischen Fußabdrucks und Recycling tragen wir dazu bei, unsere Umwelt zu schützen. Die Idee der Wiederverwendung bildet das Herzstück unserer Unternehmensaktivitäten. Unabhängig von unserem Tätigkeitsbereich sind die Entwicklung und Umsetzung von Strategien zur Wiederverwendung, Ressourceneffizienz und Nachhaltigkeit fest in unserer Unternehmenskultur verankert.

### WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

## 2. 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, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden**

Leitsatz 01 – Menschenrechte und Rechte der Arbeitnehmenden: *"Wir achten und schützen Menschenrechte sowie Rechte der Arbeitnehmenden, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

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

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 Mitarbeitende 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 <http://www.nachhaltigkeitsstrategie.de/wirtschaft-handelt-nachhaltig>.

# CHECKLISTE: UNSER NACHHALTIGKEITSENGAGEMENT

## 3. Checkliste: Unser Nachhaltigkeitsengagement

Charta-Unterzeichner seit: 15.09.2022

### ÜBERSICHT: NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN IM UNTERNEHMEN

	SCHWER- PUNKTSETZUNG	QUALITATIVE DOKUMENTATION	QUANTITATIVE DOKUMENTATION
Leitsatz 1	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 2	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 3	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 4	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 5	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
Leitsatz 6	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 7	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 8	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 9	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 10	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 11	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Leitsatz 12	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### NACHHALTIGKEITSANSTRENGUNGEN VOR ORT

Unterstütztes WIN!-Projekt: Etablierung der ORC Umwelturkunde

#### Schwerpunktbereich:

- Energie und Klima     Ressourcen     Bildung für nachhaltige Entwicklung  
 Mobilität     Integration

#### Art der Förderung:

- Finanziell     Materiell     Personell

**Umfang der Förderung:** Unterstützung des Bundes Deutscher Kriminalbeamter bei der Aufklärung von Kindern in verschiedenen gesellschaftlichen Bereichen

## 4. Unsere Schwerpunktt Themen

### ÜBERBLICK ÜBER DIE GEWÄHLTEN SCHWERPUNKTE

- Leitsatz 2: Wohlbefinden der Mitarbeitenden: „Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeitenden“
- Leitsatz 4: Ressourcen: „Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen“

### WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Leitsatz 2: Wohlbefinden der Mitarbeitenden

Da auch bei uns der Unternehmenserfolg mit unseren Mitarbeitenden steht und fällt liegt uns deren Wohlbefinden besonders am Herzen. Die Work-Life Balance gewinnt für Arbeitnehmende immer mehr an Bedeutung und der Arbeitgeber wird zunehmend nach diesem Kriterium ausgewählt. Wir legen großen Wert auf die körperliche und mentale Gesundheit unserer Mitarbeitenden und möchten sie dabei unterstützen

Leitsatz 4: Ressourcen

Alleine durch unser Geschäftsmodell, der Verlängerung des Lebenszyklus der Telekommunikationsinfrastruktur, arbeiten wir in unserem operativen Tagesgeschäft bereits äußerst ressourcenschonend und greifen auf geringe Mengen an natürlichen Ressourcen zurück. Hier wollen wir die Ressourceneffizienz weiter erhöhen.

## Wohlbefinden der Mitarbeitenden

### ZIELSETZUNG

Das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden soll durchgehend gesteigert werden. Priorität hat für uns dabei die Gesundheit. Zu diesem Zweck haben alle Mitarbeitenden eine Zusatzkrankenversicherung über das Unternehmen abgeschlossen, deren Kosten von uns übernommen werden. Des Weiteren sind für dieses Jahr zwei Gesundheitstage in Kooperation mit einer Krankenkasse geplant. Zum einen wird das Thema der Haltung am Arbeitsplatz behandelt, zum anderen wird ein Stressprofil für alle erstellt.

Außerdem ist eine weitere Kooperation mit einer Kampfsportschule geplant, um die körperliche und mentale Fitness unserer Mitarbeitenden zu stärken.

Unsere Feedbackkultur soll weiterhin gelebt und noch verstärkt werden, sodass eine offene Kommunikation gefördert wird und jeder in der Lage ist, sowohl positive als auch negative Kritik anzunehmen und abzugeben. Auch die anonyme Mitarbeitenden Befragung wird jährlich weitergeführt.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## ERGRIFFENE MAßNAHMEN

- Kooperation mit der TK
- Kooperation mit FightFever
- Offenen Feedbackkultur vorleben

## ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Zusatzversicherung wird von den Mitarbeitenden, die sie benötigen, sehr gerne genutzt und als positiv wahrgenommen. Alle Mitarbeitenden leben die Feedbackkultur und es kann wahrgenommen werden, dass sie die Aufnahme und die Abgabe von Feedback verbessert haben. Auch die jährliche Befragung der Mitarbeitenden wurde durchgeführt.

Die beiden Kooperationen sind bereits geplant und auf Sommer dieses Jahres terminiert. Die Ergebnisse dieser werden im nächsten Nachhaltigkeitsbericht aufgelistet.

## INDIKATOREN

### **Indikator 1: Zufriedenheit der Mitarbeitenden**

- Gesamtergebnis der Mitarbeiterbefragung auf einer Skala von eins bis zehn: 6,0
- Die Zielsetzung für das nächste Jahr ist die Steigerung dieses Wertes auf 7,5
- Im Vergleich zum Basisjahr hat sich das Ergebnis minimal verschlechtert, was sich jedoch auf ein bestimmtes Ereignis zurückführen lässt, welches bis auf Weiteres für die Zukunft ausgeschlossen werden kann. Daher ist mit einer erneuten Verbesserung zu rechnen.

## AUSBLICK

In der Zukunft werden wir auf jeden Fall an diesem Schwerpunktthema festhalten, da es maßgeblich für den Erfolg des Unternehmens verantwortlich ist. Das Wohlbefinden unserer Mitarbeitenden ist auch ein wichtiger Unternehmenswert, der im Arbeitsalltag gelebt werden muss und daher ständig weiterentwickelt werden muss.

Durch die Steigerung des Wohlbefindens der Mitarbeitenden soll sowohl deren Zufriedenheit und damit das Ergebnis der Mitarbeitenden Befragung gesteigert werden, als auch die Abwesenheitsquote aufgrund von Krankheit verringert werden. Dazu sollen auch unsere Gesundheitstage, sowie die Stärkung der körperlichen Fitness durch die Kooperation mit FightFever beitragen.

- Geplante Aktivitäten:
  1. Gesundheitstage in Kooperation mit der Krankenkasse
  2. Kooperation mit der Kampfsportschule FightFever
- Unser Ziel: Wir möchten die Gesundheit am Arbeitsplatz verbessern und dadurch den Krankenstand verringern. Außerdem möchten wir das generelle Wohlbefinden der Mitarbeitenden fördern und sie frisch motivieren, um den Teamgedanken zu stärken.

# UNSERE SCHWERPUNKTTHEMEN

## Ressourcen

### ZIELSETZUNG

Die ORC GmbH ist kein direkt produzierendes Unternehmen. Hierdurch werden für unsere Dienstleistungen und Services wenige bis keine natürlichen Ressourcen von uns im operativen Tagesgeschäft verwendet. Durch unsere Tätigkeit verlängern wir den Lebenszyklus von Telekommunikationsinfrastruktur und achten daher automatisch auf die Langlebigkeit unserer Produkte und der Produkte, die von uns selbst genutzt werden, hierdurch ist bereits eine Optimierung unseres Ressourcenbedarfs gegeben. Wir wollen die Anzahl der Produkte, die wir einem zweiten Lebenszyklus zubringen und somit dem Sekundärmarkt zuführen, jedes Jahr steigern. Bei all unseren Prozessen achten wir auf eine effiziente Gestaltung, um Ressourcen zur Nutzung der Betriebsmittel zu schonen. Außerdem können alle Mitarbeitenden mit E-Autos am Tag ihr Auto kostenfrei bei uns tanken.

### ERGRIFFENE MAßNAHMEN

- Benutzung von verschiedenen Recycling-Materialien
- Keine Nutzung von vermeidbaren Einwegutensilien
- Einführung der Umweltkunde

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Im Jahr 2023 haben wir 193.112 Geräten ein zweites Leben im Sekundärmarkt verschafft.

### INDIKATOREN

**Indikator 1:** Wiederzugeführte Geräte in den Sekundärmarkt

- 193.112 Geräte im Sekundärmarkt in 2023
- Ziel: Steigerung um 5% im Jahr 2024

### AUSBLICK

Da Ressourcen in unserem Geschäftsfeld eine maßgebende Rolle spielen, legen wir auf diesen Leitsatz auch in den kommenden Jahren einen großen Wert. Unser Ziel ist es, durch unsere Arbeit jedes Jahr mehr wertvolle Ressourcen einzusparen. Auch in unserem Arbeitsalltag soll sich dies widerspiegeln. Das setzen wir durch die Nutzung von recycelten und umweltfreundlichen Materialien im Büro und in der Küche um.

- Geplante Aktivitäten: Wir möchten weiter vermehrt auf Einmalartikel verzichten und auf nachhaltige Rohstoffe setzen. Des Weiteren möchten wir unser Geschäft kontinuierlich ausbauen, sodass wir unsere Durchlaufzahlen in den Sekundärmarkt steigern können.
- Unser Ziel: Ressourcen in allen Belangen schonen und den Wertstoffkreislauf fördern



## 5. Weitere Aktivitäten

### **Menschenrechte, Sozialbelange & Belange von Arbeitnehmenden**

#### **LEITSATZ 01 – MENSCHENRECHTE UND RECHTE DER ARBEITNEHMENDEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

- geschlechtliche Gleichstellung in allen Belangen
- keine Diskriminierung am Arbeitsplatz
- Diversity und Vielfältigkeit

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Es gibt weder Diskriminierung noch Ungleichstellung in unserem Unternehmen

Ausblick:

- Es soll weiter an unserer Vielfältigkeit festgehalten und Diversität gefördert werden

#### **LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN**

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Langfristige Geschäftsbeziehungen auf einer vertrauensvollen Basis
- Vielfältige Kommunikationskanäle um den Kontakt mit allen Anspruchsgruppen zu pflegen und im Austausch zu bleiben

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Geschäftsbeziehungen wurden durch Besuche diese Jahr besonders gestärkt
- Der Kontakt wurde durch vielfältige Kommunikationskanäle weiter ausgebaut

Ausblick:

- Ein Jährlicher Besuch bei unseren Geschäftspartnern soll etabliert werden, um den persönlichen Kontakt zu fördern

# WEITERE AKTIVITÄTEN

## Umweltbelange

### LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Plug-In Hybrid-Firmenwagen
- Einsparung von Heiz- und Stromkosten durch die Einrichtung einer 3000m<sup>2</sup> großen Klimazone und App-steuerbare Heizthermostate
- Verantwortungsvoller Umgang mit Ressourcen
- Ersetzung von allen Leuchtstoffröhren durch LEDs
- Einführung von Umweltkunden bei unseren Geschäftspartnern

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch die Einrichtung der Klimazonen wurde 50% Energie im Vergleich zum Vorjahr eingespart
- Alles wird durch LEDs beleuchtet
- Sehr guter Anklang bei den Umweltkunden, viele fragen aktiv danach

Ausblick:

- Geplant ist die weitere Senkung des Stromverbrauchs
- Der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen soll weiter gefördert werden
- Verteilen der Umweltkunden an immer mehr Geschäftspartner als Motivation zur Wiederverwertung

### LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Da wir kein primär produzierendes Unternehmen sind, schaffen wir Transparenz in unserer Wertschöpfungskette und unserem Dienstleistungsprozess
- Wir untersuchen den Produktzyklus unserer Zulieferer auf Nachhaltigkeit

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Wir haben in diesem Jahr besonders darauf geachtet, dass unsere Wertschöpfungskette nachhaltig ist

Ausblick:

- Unsere Transparenz soll weiter gefördert werden

## Ökonomischer Mehrwert

### LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Der Unternehmenserfolg wird durch qualitativ hochwertige Leistung langfristig gesichert
- Wir schaffen regionale Arbeitsplätze und möchten unsere Mitarbeiter langfristig an uns binden

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Durch den Relaunch unserer Websuite und unserer Geschäftsbereiche haben wir unsere Qualität maßgeblich erhöht

Ausblick:

- Unsere Qualität soll den Unternehmenserfolg weiterhin nachhaltig steigern
- Wir schaffen weiterhin regionale Arbeitsplätze und geben unser bestes, Mitarbeiter an uns zu binden

### LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Dieser Leitsatz findet in unserem Unternehmen keine Anwendung, da dieser im Gegensatz zu unserem Geschäftsmodell steht. Wir werten alte Produkte wieder auf und entwickeln keine Innovationen.

## Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

### LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir haben eine nachhaltige IT-Infrastruktur im Unternehmen geschaffen, indem wir alles auf gebrauchte Notebooks umgestellt haben. Hierbei haben wir den ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeitsaspekt miteinander vereint

# WEITERE AKTIVITÄTEN

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Benötigte Hardware beziehen wir weiterhin auch selbst nur refurbished

Ausblick:

- Der Bezug von refurbished Produkten verschafft uns weiterhin einen nachhaltigen und finanziellen Vorteil

## LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Unser Qualitätsmanagement arbeitet ein Compliance Handbuch aus, welches die Zusammenarbeit mit allen Anspruchsgruppen zur Vermeidung von Korruption regelt

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Das Compliance Handbuch hat seine Anwendung gefunden und wird von den Mitarbeitenden befolgt

Ausblick:

- Wir achten weiterhin darauf, dass unsere Entscheidungen transparent bleiben und Korruption so vermieden werden kann

## Regionaler Mehrwert

### LEITSATZ 11 – REGIONALER MEHRWERT

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Wir unterstützen den Bund Deutscher Kriminalbeamter
- Wir beziehen unsere IT-Infrastruktur ausschließlich von der AfB und unterstützen somit Menschen mit Beeinträchtigungen
- Wir unterstützen den regionalen Verein Sterneninsel e.V. finanziell
- Wir sind eine Zertifizierte Abgabestelle für Elektrogeräte für unseren Standort

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Alle unsere Zertifikate wurden erneuert

## WEITERE AKTIVITÄTEN

- Wir unterstützen weiterhin den Bund Deutscher Kriminalbeamter
- Wir beziehen unsere IT-Infrastruktur weiterhin ausschließlich von der AfB und unterstützen somit Menschen mit Beeinträchtigungen

Ausblick:

- Wir möchten gerne weitere Regionale Projekte unterstützen

### LEITSATZ 12 – ANREIZE ZUM UMDENKEN

Maßnahmen und Aktivitäten:

- Durch unseren „Recyclen statt wegwerfen“ Leitsatz setzen wir bereits ein Statement zum umdenken im Lebenszyklus vieler Produkte
- Unsere Mitarbeitenden sind dazu angehalten im Sinne der Nachhaltigkeit zu handeln

Ergebnisse und Entwicklungen:

- Unsere Umwelterkunde schafft einen weiteren Anreiz, Emissionen einzusparen

Ausblick:

- Wir wollen den Nachhaltigkeitsgedanken in unserem Umfeld weiter ausbauen und fördern

## 6. Unser WIN!-Projekt

Mit unserem WIN!-Projekt leisten wir einen Beitrag für die Region.

### DIESES PROJEKT UNTERSTÜTZEN WIR

Wir unterstützen den Bund deutscher Kriminalbeamter in der Aufklärung von Kindern in verschiedenen Bereichen. Das Projekt hat sich zum Ziel gesetzt Kinder auf Gefahren hinzuweisen und ihnen den korrekten Umgang mit Ressourcen und Fremden beizubringen,

### ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Der Bund deutscher Kriminalbeamten hat ein Heft herausgebracht. In diesen werden u.a. die Themen Mobbing, und Umgang mit Fremden. Zudem gibt es Malbilder und Rätsel in kindgerechter Art. Pro Heft werden andere Schwerpunkte angesprochen, bei denen wir der Meinung sind dass Kinder das wissen sollten. Auch wurde eine Infobroschüre herausgebracht, in der u.a. auf die Gefahren des Cybermobbing und der damit verbundenen Selbstmorde bei Jugendlichen aufmerksam gemacht wird. Wir sponsorn dieses Projekt und werden es auch weiterhin fördern. Zudem haben wir es an Einrichtungen für Kinder und im privaten Umfeld verteilt.

### ERGEBNISSE UND ENTWICKLUNGEN

Die Rückmeldungen von Kita's und Einrichtungen für Kinder sind überwiegend. Den Kindern wird spielerisch die Risiko- und Gefahrensituationen im Alltag wieder. Hierzu leisten wir gerne einen Beitrag und werden diesen auch ausbauen. Die Auflagenmenge wird jährlich auch erhöht, da die Nachfrage und Resonanz äußerst positiv ist.

### AUSBLICK

Wir möchten dieses Projekt jährlich fortführen, da uns die Aufklärung, der Schutz und die Zukunft der Kinder in der Region am Herzen liegt. Gerne werden wir den Bund deutscher Kriminalbeamter auch weiterhin unterstützen und fördern.

## 7. Kontaktinformationen

### **Ansprechpartnerin / Ansprechpartner**

Lisa Schmidt

Qualitymanager/Ordermanagement

Lisa.schmidt@orc-gmbh.de

### **Impressum**

Herausgegeben am [xx.xx.xxxx] von

Optical Refurbishment Center GmbH

Werner-von-Siemensstr. 2-6

76646, Bruchsal

Telefon: 07251 93487 512

E-Mail: [info@orc-gmbh.de](mailto:info@orc-gmbh.de)

Internet: [www.orc-gmbh.de](http://www.orc-gmbh.de)

