

Wir bewegen Wissen.

wvgw
media

Umwelterklärung 2026

der wvgw mbH / wvgw media GmbH



„Viele kleine Leute an vielen kleinen Orten, die viele kleine Dinge tun, können das Gesicht dieser Welt verändern.“

Afrikanisches Sprichwort



Im September 2015 haben sich die Vereinten Nationen zu den 17 Nachhaltigkeitszielen (Sustainable Development Goals) verpflichtet.

Diese 17 Ziele, hier dargestellt, umfassen ökologische, ökonomische und soziale Aspekte, um allen Menschen weltweit ein würde-

volles Leben zu ermöglichen und gleichzeitig unsere natürlichen Lebensgrundlagen zu bewahren.

www.17Ziele.de

Jetzt erst recht!

Trotz zunehmender Warnungen der Klimawissenschaft und spürbarer Folgen der Erderwärmung ist in Gesellschaft und Politik ein nachlassendes Umweltengagement spürbar. Während das Umweltbewusstsein in Umfragen weiterhin hoch erscheint, sinkt vielerorts die Bereitschaft, den eigenen Lebensstil maßgeblich zu verändern und sich aktiv für Umwelt- und Klimaschutz zur Begrenzung des Klimawandels einzusetzen. Die Lücke zwischen Wissen und Handeln wird größer.

Die Gründe dafür sind vielfältig. Was einst als moralischer Imperativ galt, tritt im Alltag häufig in den Hintergrund. Pandemie, Inflation und geopolitische Krisen haben den Fokus auf wirtschaftliche Stabilität und individuelle Sicherheit verschoben; Klimaschutz erscheint manchem als zusätzliche Belastung. Hinzu kommt eine Debatte, die oft mit Verzicht und Verbot assoziiert wird – und damit Abwehr erzeugt, wo Motivation entstehen sollte. Gleichzeitig säen Desinformation und Polarisierung Zweifel, während das Gefühl wächst, der eigene Beitrag gehe im Schatten globaler Emittenten unter.

Gerade weil die Herausforderungen größer und die Zweifel lauter werden, braucht es eine klare Ausrichtung und ein überzeugtes Vorgehen. Nachhaltigkeit ist dabei für uns kein Luxus für gute Zeiten, sondern ein Stabilitätsfaktor, der gerade jetzt Orientierung bietet. Wir sind überzeugt: Ressourceneffizienz senkt langfristig Kosten und Abhängigkeiten, Klimaschutz stärkt Innovationskraft und Zukunftsfähigkeit und Transparenz legt die Basis für dauerhaftes Vertrauen bei Partnern und Kunden.



Wir wissen aber auch: Die Balance zwischen ökologischen Zielen, wirtschaftlichen Anforderungen, Alltag und Gewohnheiten gelingt nicht immer reibungslos. Vieles ist ein Prozess, der Engagement und Flexibilität erfordert. EMAS ist für uns dabei sowohl Werkzeug als auch Ansporn – es motiviert uns, unser Umweltmanagement konsequent weiterzuentwickeln und eine Kultur zu fördern, in der Verantwortung nicht delegiert, sondern von allen gelebt wird – **jetzt erst recht!**

Bonn, im April 2026

Stephan Maul
Geschäftsführer

Wolfgang Wollensack
Prokurist und
Umweltmanagementbeauftragter

Begriffe Klimapolitik

CO₂-Bilanz / Carbon Footprint

Gesamte Menge an Treibhausgasemissionen, die durch eine Person, ein Unternehmen, ein Produkt oder eine Aktivität verursacht werden.

CO₂-Äquivalent (CO₂e)

Maßeinheit, mit der verschiedene Treibhausgase anhand ihrer Klimawirkung in eine vergleichbare CO₂-Menge umgerechnet werden.

CO₂-Kompensation

Ausgleich von verursachten Emissionen durch Klimaschutzmaßnahmen, z. B. Aufforstung oder erneuerbare Energieprojekte.

Emission(en)

Ausstoß von Stoffen, z. B. Treibhausgase oder Schadstoffe, in die Atmosphäre durch menschliche oder natürliche Prozesse.

EmpCo-Richtlinie

EU-Richtlinie zur Stärkung der Verbraucher für den ökologischen Wandel, die u. a. irreführende Umwelt- und Klimawerbeaussagen stärker reguliert.

Greenwashing

Irreführende Darstellung von Unternehmen, Produkten oder Maßnahmen als besonders umweltfreundlich ohne tatsächliche oder ausreichende Grundlage.

Klimaneutralität

Zustand, bei dem ausgestoßene Treibhausgase vollständig vermieden, reduziert oder durch ökologische Gegenleistungen ausgeglichen werden.

Klimaschutzprojekte

Projekte, die Treibhausgasemissionen reduzieren oder vermeiden, z. B. Aufforstung, erneuerbare Energien oder Energieeffizienzmaßnahmen.

Klimawandel

Langfristige Veränderung des globalen Klimas, die heute hauptsächlich durch menschlich verursachte Treibhausgasemissionen beeinflusst wird.

Pariser Klimaabkommen

Internationaler Vertrag von 2015, der das Ziel verfolgt, die globale Erwärmung auf deutlich unter 2 °C, möglichst auf 1,5 °C, zu begrenzen.

Scope-Emissionen (GHG-Protocol)

Kategorisierung von Treibhausgasemissionen eines Unternehmens nach ihrer Quelle:

- **Scope 1:** direkte Emissionen aus eigenen Anlagen oder Fahrzeugen
- **Scope 2:** indirekte Emissionen aus eingekaufter Energie (z. B. Strom, Wärme)
- **Scope 3:** weitere indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette, z. B. Lieferanten, Geschäftsreisen, Nutzung von Produkten

Treibhausgasemissionen (THG)

Emissionen von Gasen wie CO₂, Methan oder Lachgas, die zur Erwärmung der Atmosphäre beitragen.

Inhaltsverzeichnis

1	Wer wir sind	6
1.1	Umfirmierung und strategische Neuausrichtung	
1.2	Unsere Standorte	
1.3	Verantwortliche und Zuständigkeiten	
1.4	Unser Portfolio	
1.5	Unser Engagement	
2	Umweltmanagementsystem und Umweltpolitik	18
3	Umweltprogramm und Maßnahmen	24
3.1	Das haben wir bisher erreicht	
3.2	Das wollen wir noch erreichen	
4	Unsere Kommunikation	29
4.1	Interne Kommunikation	
4.2	Externe Kommunikation	
5	Umweltaspekte und Umweltauswirkungen	32
5.1	Direkte Umweltauswirkungen	
5.2	Indirekte Umweltauswirkungen	
6	Umweltdaten, Zahlen und Fakten	44
	Gültigkeitserklärung	50
	Impressum	51

1 Wer wir sind

Die wvgw media GmbH ist das Medienhaus der deutschen Energie- und Wasserwirtschaft. Seit unserer Gründung im Jahr 1952 sind wir zuverlässiger und kompetenter Ansprechpartner für Stadtwerke, Energie- und Wasserversorger sowie für Verbände und andere in dieser Branche tätige Experten wie Architekten, Planer, Berater und Handelsunternehmen.

Als Fachverlag und Tochterunternehmen der Verbände

- BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft e. V.,
- DVGW Deutscher Verein des Gas- und Wasserfaches e. V. – Technisch-wissenschaftlicher Verein und
- rbv Rohrleitungsbauverband e. V.

bieten wir unseren Kunden u. a. aktuelle Fachinformationen (print und online), maßgeschneiderte Broschüren sowie individuelle Kommunikations- und Marketingdienstleistungen rund um die Themen Trinkwasser und Energie. Außerdem sind wir Vertriebspartner für das DVGW-Regelwerk, welches die technische Grundlage für alle Aktivitäten in der Gas- und Wasserwirtschaft bildet.

1.1 Umfirmierung und strategische Neuausrichtung

Die Medienbranche befindet sich in einer tiefgreifenden Transformation, die auch die klassischen Geschäftsmodelle von Fachverlagen erfasst. Nicht nur im Endkundenbereich, sondern auch im B2B-Bereich verändert sich das Konsum- und Informationsverhalten von Entscheiderinnen und Entscheidern nachhaltig. Kaufentscheidungen beginnen heute oft digital, Informationsquellen sind vielfältig und Kunden erwarten schnelle, präzise und kanalübergreifende Antworten. Gedruckte Produkte verlieren an Reichweite und Relevanz und traditionelle Erlösmodelle stoßen zunehmend an Grenzen.

Der Einzug von künstlicher Intelligenz (KI) beschleunigt diese Veränderungen zusätzlich. KI eröffnet Chancen für Automatisierung und personalisierte Inhalte, verlangt aber zugleich Investitionen in Know-how, Datenkompetenz und digitale Infrastruktur.

Vor diesem Hintergrund haben wir entschieden, die Kompetenzen der wvgw mbH und unserer Agenturtochter Energie Kommunikation Services GmbH (EKS) unter einer Marke zu bündeln.

Zum 1. Mai 2026 wurde aus der Wirtschafts- und Verlagsgesellschaft Gas und Wasser mbH die wvgw media GmbH.

Die Umfirmierung markiert den Startpunkt für eine strategische Neuausrichtung. Unser Ziel ist es, vom klassischen B2B-Medienhaus mit Schwerpunkt auf Printformaten zu einem digitalen Kommunikations- und Servicepartner unserer Zielgruppen zu werden. Im Mittelpunkt stehen dabei flexible Formate, neue Geschäftsmodelle und ein konsequenter Fokus auf digitale Angebote.

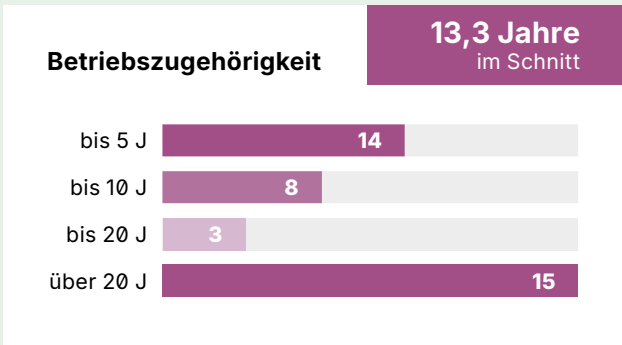
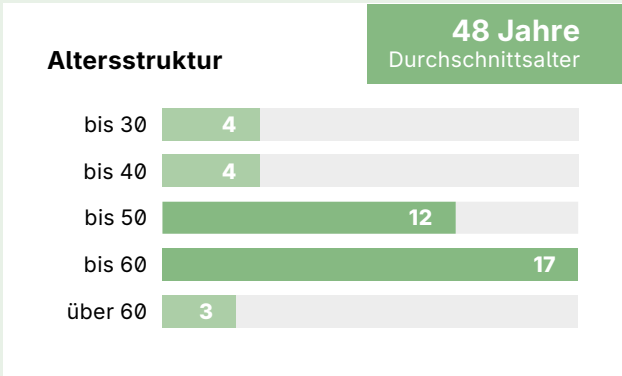
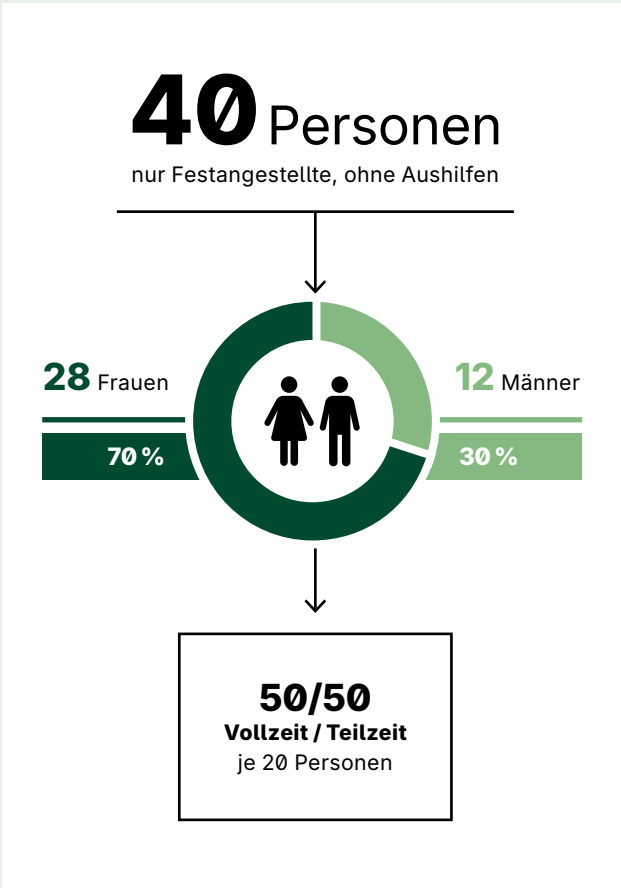
Gleichzeitig erweitern wir unser Themenspektrum gezielt um zentrale Zukunftsthemen: Mit einem Fokus auf Künstliche Intelligenz (KI) und Nachhaltigkeit begleiten wir Unternehmen der Daseinsvorsorge bei der digitalen und nachhaltigen Transformation. Unser bewährtes Branchen-Know-how bleibt dabei bestehen. Doch wir ergänzen es durch einen klaren Wachstumskurs, der über die bisherigen Grenzen hinausgeht.



Unser Selbstverständnis

Unser Handeln basiert auf Empathie, Wertschätzung und Authentizität. Wir begegnen unseren Partnern und uns im Team auf Augenhöhe – offen, ehrlich und fair. **Dabei stehen wir für demokratische Grundwerte sowie für nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln gegenüber Menschen, Umwelt und Gesellschaft.** Mit Transparenz und Professionalität schaffen wir Vertrauen, arbeiten lösungsorientiert und partnerschaftlich zusammen. Neugierde und Innovation treiben uns an, zukunftsfähige Wege zu gehen und Herausforderungen aktiv zu begegnen. Wir bekennen uns dazu, Diversität und Integration in Bezug auf Nationalität, ethnische Zugehörigkeit, Geschlecht, sexuelle Orientierung und Religion zu leben – bei allem, was wir tun.

Die wvgw media GmbH in Zahlen



Häufigster Geburtstagsmonat: September. Die meisten Geburtstags-torten backen wir im Herbst.



1.2 Unsere Standorte

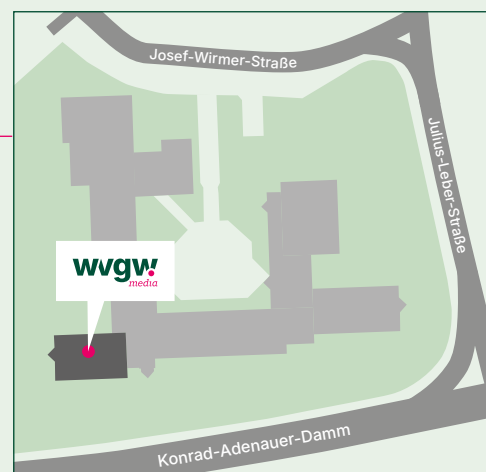
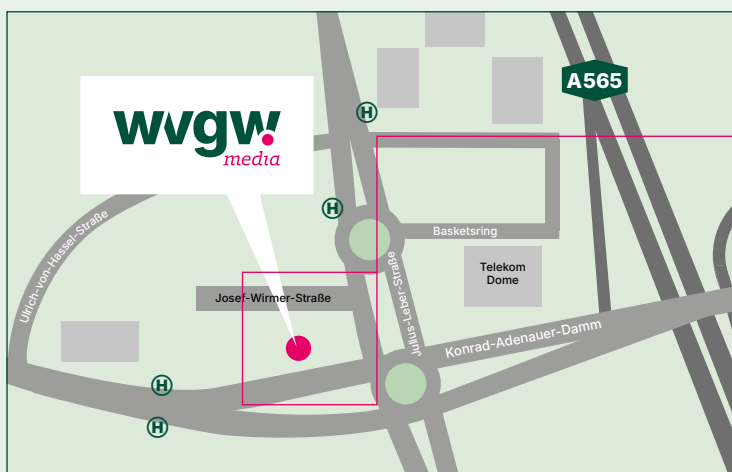
Die wvgw media GmbH beschäftigt aktuell 40 feste Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie zeitweise projektbezogene Aushilfen, die zum überwiegenden Teil am Hauptstandort (Verlagssitz) arbeiten. Darüber hinaus betreiben wir ein externes Warenlager. An beiden Standorten wird EMAS aktiv umgesetzt.

Der **Hauptstandort** befindet sich in 53123 Bonn-Duisdorf in der Josef-Wirmer-Straße 3. Eigentümer des Gebäudekomplexes ist der DVGW, der hier ebenfalls seinen Hauptsitz hat. In dem Gebäude sind außerdem mehrere Tochterunternehmen des DVGW und weitere Mieter untergebracht. Zudem befinden sich im Gebäude ein Tagungszentrum mit Kongressräumen und Cateringmöglichkeiten sowie die DVGW-Kantine mit eigener Küche. Die Kantine

steht allen Mitarbeitenden im Gebäude sowie angrenzenden Unternehmen zur Verfügung. Darüber hinaus gibt es Tiefgaragenparkplätze, die angemietet werden können. Insgesamt arbeiten hier ca. 250 Personen.

Die von uns angemieteten Büros erstrecken sich über drei Etagen mit Einzel-, Zweier- und Dreierbüros. Die versiegelte Fläche beträgt 254 m².

Der Gebäudekomplex liegt nahe der Autobahnanschlussstelle Bonn-Hardtberg und zweier Bushaltestellen. In unmittelbarer Umgebung befinden sich Wohn- und weitere Bürogebäude, mehrere Einzelhandelsgeschäfte sowie die Mehrzweckhalle „Telekom Dome“.



Anfahrtskizze zum Hauptstandort an der Josef-Wirmer-Straße in Bonn und Lageplan der von der wvgw media angemieteten Etagen innerhalb des DVGW-Gebäudekomplexes.

Das **Warenlager** befindet sich in einem Gewerbegebiet in 53117 Bonn-Buschdorf, In den Dauen 6. Aktuell sind im Warenlager zwei Mitarbeitende beschäftigt.

Zum 1. Januar 2025 wurde ein Teil der bisherigen Lagerfläche aus dem Mietvertrag herausgelöst. Die von uns genutzte Lager- und Produktionsfläche verringerte sich dadurch um 365 m² und beträgt nun 635 m². Die Lagerfläche ist mit vier Hochregalen und mehreren Fachbodenregalen ausgestattet; ein Teil der Palettenregale ist untervermietet.

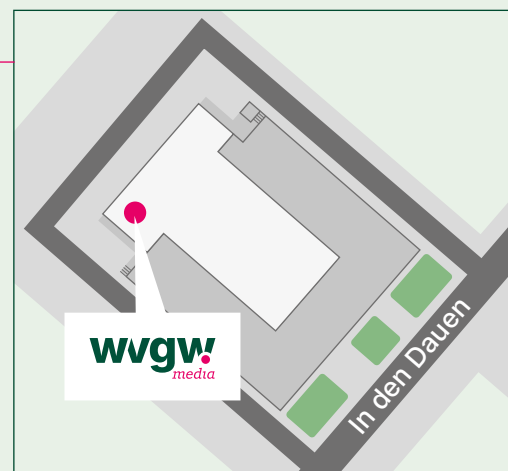
Tätigkeiten im Warenlager

Im Warenlager werden die Printausgaben des DVGW-Regelwerkes gedruckt. Dafür wird ein digitaler Drucker von Sharp (MX 8090 Polaris) mit angeschlossenen Finisher und einer Blockmatic eingesetzt. Der überwiegende Teil der Fertigung erfolgt für den Abonnentenversand; bei Bedarf wird zusätzlich On-Demand produziert. Höhere Auflagen werden aus ökologischen und ökonomischen Gründen im Offsetdruck durch externe Druckereien produziert. Darüber hinaus dient das Warenlager der Lagerung verschiedener Informationsmedien wie

Fachzeitschriften, Broschüren, Bücher sowie der von uns vertriebenen Werbeartikel. Auch Unternehmensunterlagen werden hier archiviert.

Seit dem 1. April 2026 haben wir zusätzlich die Lagerung und Distribution von DVGW-Publikationen zu Energie- und Trinkwasserthematen für die B2C- und politische Kommunikation übernommen.

Die Warenannahme und die Vorbereitung für den Versand von DVGW-Regelwerken und wvgw-media-Produkten finden ebenfalls an diesem Standort statt.



Anfahrtskizze zum wvgw-Lagerstandort im Gewerbegebiet in Bonn-Buschdorf. Lageplan des wvgw-Lagers innerhalb des Gebäudekomplexes mit einer Außenansicht.

1.3 Verantwortliche und Zuständigkeiten

Geschäftsführung

Gemäß der EMAS-Verordnung trägt die Geschäftsführung die Gesamtverantwortung für das Umweltmanagementsystem der Organisation. Sie übernimmt die Führung und stellt sicher, dass alle Anforderungen wirksam umgesetzt werden.

Zu den Aufgaben gehören die Festlegung der Umweltpolitik sowie die Definition und kontinuierliche Weiterentwicklung der Umweltziele. Darüber hinaus bestellt sie den Umweltmanagementbeauftragten.

Die Geschäftsführung stellt die erforderlichen finanziellen und personellen Ressourcen zur Verfügung, um die festgelegten Umweltziele und Maßnahmen umzusetzen. Gleichzeitig motiviert und befähigt sie alle Mitarbeitenden, sich aktiv an umweltrelevanten Maßnahmen zu beteiligen und Verantwortung zu übernehmen.

Umweltmanagementbeauftragter (UMB)

Der Umweltmanagementbeauftragte (UMB) ist für die Umsetzung, Aufrechterhaltung und kontinuierliche Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystems verantwortlich. Er übernimmt die zentrale Koordination und Steuerung aller damit verbundenen Prozesse.

Dabei berichtet er direkt an die Leitung der Organisation und fungiert als Schnittstelle zwischen Geschäftsführung und Mitarbeitenden. In dieser Rolle sorgt er für einen reibungslosen Informationsfluss und unterstützt die praktische Umsetzung der Umweltziele im Arbeitsalltag.

Arbeitsgruppen

Um aktiv einen verantwortlichen Umgang mit Umweltstandards im eigenen Haus zu etablieren, wurde 2019 eine Arbeitsgruppe „Umwelt- und Klimaschutz“ mit Kolleginnen und Kollegen aus allen Fachabteilungen gegründet.

Ziel war es, Maßnahmen zur Verbesserung der Umweltleistung des Unternehmens zu entwickeln. Die Arbeitsgruppe identifizierte zentrale Handlungsfelder wie Mülltrennung und -vermeidung, nachhaltige Beschaffung sowie Mobilität und erarbeitete in regelmäßigen Treffen Ideen, Konzepte und Entscheidungsvorlagen.

Im Zuge der Weiterentwicklung des Umweltmanagements hat sich die Arbeitsweise inzwischen verändert: Statt einer festen Arbeitsgruppe werden heute themenspezifische Arbeitsgruppen bei Bedarf gebildet. Die Einberufung der Arbeitsgruppen erfolgt durch den UMB. Die Beteiligung an solchen Arbeitsgruppen steht allen Mitarbeitenden offen und trägt zur kontinuierlichen Verbesserung der Umweltleistung bei.

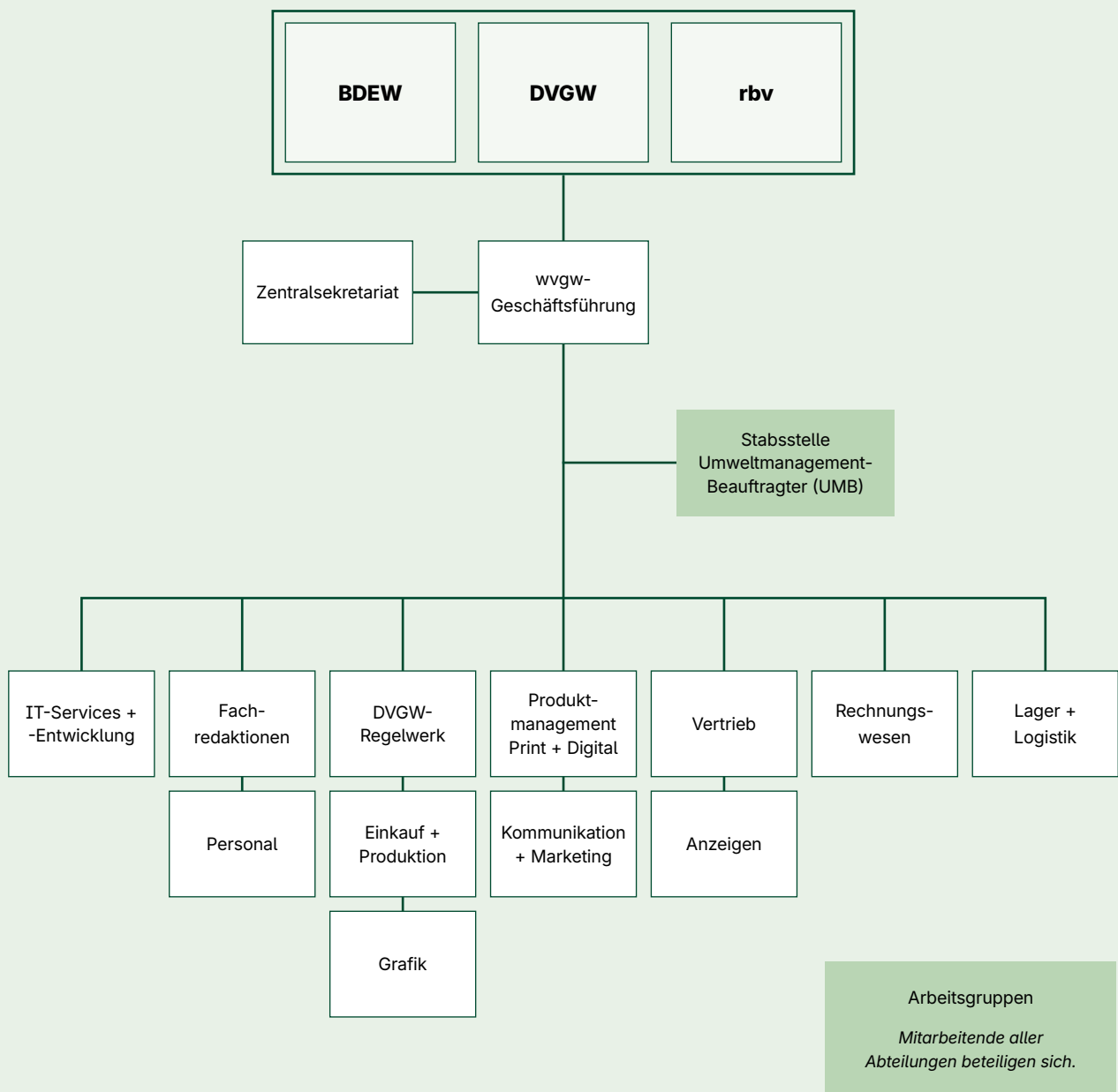
Die Arbeitsgruppen treffen sich nach Bedarf und erarbeiten Konzepte und Entscheidungsvorlagen sowie Vorschläge für weitere Themen- und Handlungsfelder. Sie dienen auch als Bindeglied zwischen Belegschaft und dem UMB.

Mitarbeitende

Ein wirksames Umweltmanagementsystem in einer Organisation lebt maßgeblich von der aktiven Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Aus diesem Grund werden unsere Kolleginnen und Kollegen regelmäßig und transparent über aktuelle umweltrelevante Themen, gesetzliche Entwicklungen sowie über den Fortschritt und die Weiterentwicklung des Umweltmanagementsystems informiert. Darüber hinaus wird ihnen die Möglichkeit gegeben, sich aktiv einzubringen. Sie können jederzeit Anregungen, Ideen und konkrete Verbesserungsvorschläge zur Optimierung der Umweltleistung einbringen.

Themenspezifische Arbeitsgruppen stehen allen Mitarbeitenden offen und verbessern gemeinsam die Umweltleistung.

Organigramm der wvgw media GmbH

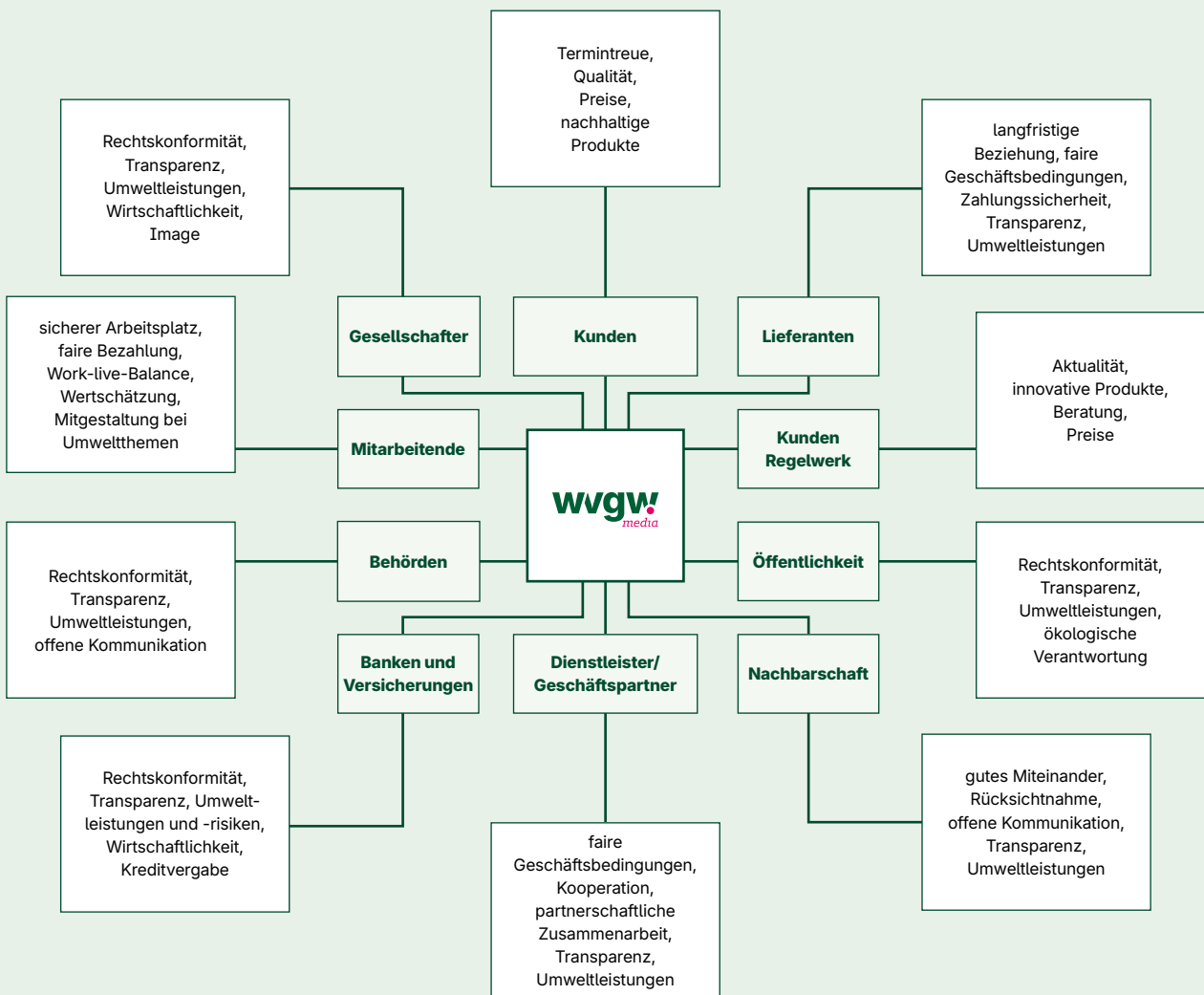


Das wvgw-Organigramm verdeutlicht den Stellenwert unseres Umweltschutzes.

Stakeholder

Zum Umfeld einer Organisation gehören zahlreiche Stakeholder – auch als „interessierte Parteien“ bezeichnet – die in unterschiedlicher Weise mit dem Unternehmen verbunden sind. Diese Parteien verfolgen jeweils eigene Interessen, Anforderungen und Erwartungen an die Organisation. Dazu zählen beispielsweise Transparenz, Rechtssicherheit, wirtschaftliche Stabilität, verantwortungsbewusstes Handeln oder die Einhaltung bestimmter Umweltstandards.

Diese Erwartungen können sich direkt oder indirekt auf die Umweltaspekte und Umweltauswirkungen der Organisation auswirken. Daher ist es wichtig, die Bedürfnisse dieser Anspruchsgruppen im Rahmen des Umweltmanagements systematisch zu erfassen und zu berücksichtigen. Interessierte Parteien können sowohl innerhalb der Organisation angesiedelt sein (z. B. Mitarbeitende) als auch außerhalb, etwa Behörden, Kunden oder die Gesellschafter.



Interessierte Parteien, mit denen die wvgw media im Dialog steht.

1.4 Unser Portfolio

Das Portfolio der wvgw media GmbH umfasst Produkte und Dienstleistungen im analogen wie digitalen Bereich: Neben verlagstypischen Produkten, wie z. B. Fachzeitschriften, Fachbüchern und Broschüren, bieten wir ein umfangreiches Werbeartikel-sortiment sowie Dienstleistungen in den Bereichen Druck, Versand, Redaktion und Grafik.

Zusätzlich bieten wir zunehmend digitale Lösungen an – sowohl im Bereich der Fachinformationen als auch in Form von Branchenportalen oder Webentwicklungen. Durch die Integration der Agenturtochter gehen auch die Agenturdienstleistungen in den Verlag über.

Produkt- und Dienstleistungen im Überblick

DVGW-Regelwerk

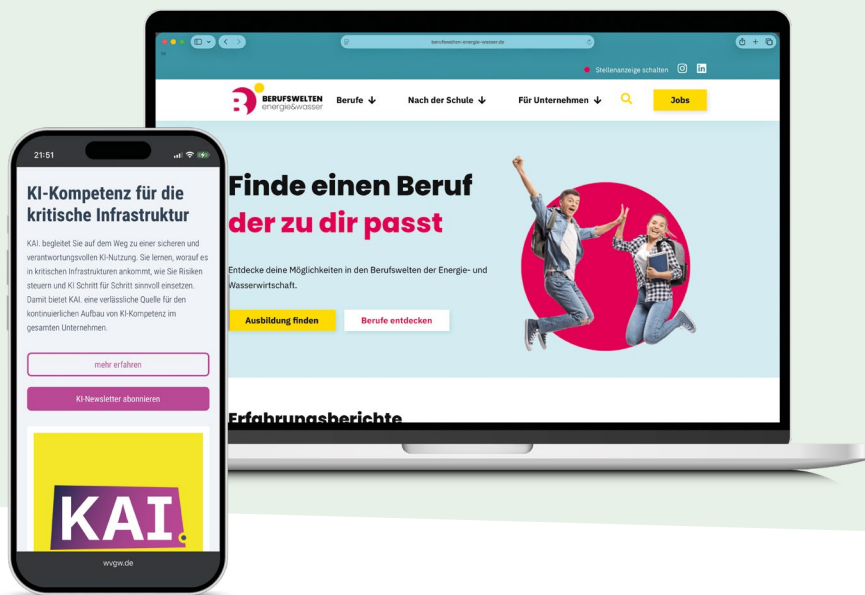
Das DVGW-Regelwerk bildet die technische Grundlage für die sichere Versorgung mit Gas und Trinkwasser in Deutschland. Es umfasst über 1.100 Arbeitsblätter (DVGW-Regeln und DIN-Normen) und ist als Online-Anwendung oder als Print-Version erhältlich. Seit März 2026 können Abonnentinnen und Abonnenten eines Gesamt-Moduls im Online-Regelwerk kostenlos einen KI-Chatbot nutzen. Eine Weiterentwicklung dieses Chatbots zu einer kostenpflichtigen Version ist geplant.



Informationsmedien

Im Bereich Informationsmedien bieten wir ein umfassendes Portfolio an Fachpublikationen. Dazu gehören die renommierten Fachzeitschriften *DVGW energie | wasser-praxis* sowie *bbr Leitungsbau | Brunnenbau | Geothermie*, die regelmäßig über aktuelle Entwicklungen und technische Neuerungen informieren. Ergänzt wird das Angebot durch Magazine, Fachbücher und Broschüren, die vertiefendes Wissen zu spezifischen Themen vermitteln. Abgerundet wird das Spektrum durch Faltposter und Poster, die kompakte Informationen anschaulich aufbereiten.

Seit März 2026 können Abonnentinnen und Abonnenten eines Gesamt-Moduls im DVGW-Regelwerk Online kostenlos einen KI-Chatbot nutzen.



Werbeartikel

Im Segment der Werbeartikel bieten wir eine breite Palette an Produkten – von günstigen Give-aways für Veranstaltungen bis hin zu hochwertigen und nachhaltigen Geschenken für Geschäftspartnerinnen, Geschäftspartner, Kundinnen und Kunden.

Internet-Portallösungen

Wir konzipieren, realisieren und betreiben Internet-Portallösungen für die Energie- und Wasserwirtschaft. Ein Beispiel ist das Karriere- und Nachwuchsportal *Berufswelten Energie & Wasser* unter www.berufswelten-energie-wasser.de, das junge Talente mit der Branche vernetzt und über Berufsperspektiven informiert. Aktuell entsteht mit *KAI*, dem Wissensportal für künstliche Intelligenz in der Daseinsvorsorge, auf www.kai-portal.de eine neue Plattform zur Vermittlung von KI-Kompetenz in Unternehmen.

**Inhaltlich sind wir breit aufgestellt:
Unser Leistungsspektrum reicht
vom Webportal über Werbeartikel
bis hin zu Verlags- und Agentur-
leistungen.**

Verlags- und Agenturdienstleistungen

Als Full-Service-Dienstleister bieten wir umfassende Verlags- und Agenturleistungen aus einer Hand. Unser Portfolio umfasst die Entwicklung verschiedener Content-Formate für Print- und Online-Kanäle sowie professionelle Text- und Redaktionsdienstleistungen für Kommunikation und Marketing.

Grafisch unterstützen wir Unternehmen durch die Entwicklung kreativer Layoutlösungen und die Gestaltung von Print- und Online-Formaten, einschließlich der textlichen und grafischen Konzeption sowie Erstellung von Geschäfts- und Umweltberichten.

Darüber hinaus realisieren wir die Konzeption und Entwicklung von Webseiten, Landingpages und Recruiting-Seiten.

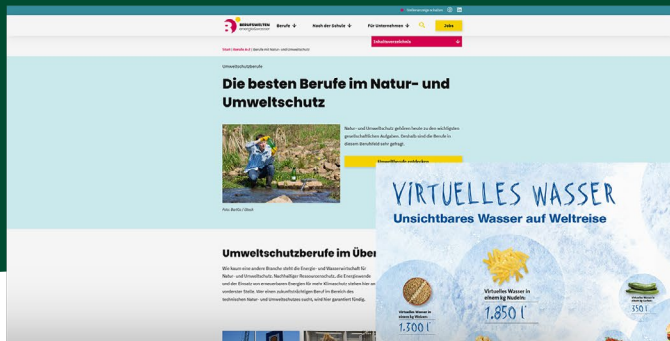
Abgerundet wird unser Leistungsspektrum durch umfangreiche Logistik- und Fulfillment-Services wie Lagerlogistik mit Einlagerung, Kommissionierung, Verpackung und Warenversand sowie Druckdienstleistungen und professionelles Fulfillment im E-Commerce.



Bildungsauftrag

Das Verlags-Portfolio ist auch Spiegelbild eines übergeordneten Bildungsauftrages, den wir im Auftrag unserer Gesellschafter ausüben. **Ganz im Sinne der globalen UN-Nachhaltigkeitsziele sehen wir es als unsere Aufgabe an, den nachhaltigen und verantwortungsvollen Umgang mit Trinkwasserressourcen und Energie nicht nur aktiv voranzutreiben, sondern dessen Bedeutung auch der Gesamtgesellschaft zu vermitteln.** Denn als Konsumenten von Trinkwasser und Energie können wir alle einen Beitrag für mehr Ressourcen- und Umweltschutz leisten.

In diesen Zusammenhang sind z. B. die Produkte für die Schulkommunikation, u. a. zu den Themen Wasserkreislauf oder virtuelles Wasser, einzuordnen. Auch mit dem Internetportal *Berufswelten Energie & Wasser* leisten wir einen wichtigen Beitrag zum Bildungsauftrag. Das Portal vermittelt die Bedeutung der Berufe in der Energie- und Wasserwirtschaft für Ressourcen- und Klimaschutz und nicht zuletzt ihre unverzichtbare und zum Teil systemrelevante Rolle für den Wohlstand unserer Gesellschaft.



1.5 Unser Engagement



Gesundheitsschutz

Die Gesundheit unserer Mitarbeitenden liegt uns am Herzen. Deshalb bieten wir regelmäßig verschiedene Präventionsmaßnahmen an, wie zum Beispiel Augenuntersuchungen. Zusätzlich bezuschussen wir bei Bedarf Bildschirmarbeitsplatzbrillen. Zu unserem Angebot gehören außerdem die finanzielle Unterstützung zur Teilnahme an Gesundheitskursen und Impfungen. Und bei Fragen rund um die Gesundheit stehen unsere Betriebsärztinnen und Betriebsärzte jederzeit beratend zur Seite.



Fort- und Weiterbildung

Um eine kontinuierliche Weiterbildung aller Kolleginnen und Kollegen zu gewährleisten, gibt es ein Weiterbildungskonzept. Die Fort- und Weiterbildungsangebote sind in die Bereiche EDV-Schulung, allgemeine Weiterbildung (z. B. Erste Hilfe, soziale Kompetenz etc.) und fachspezifische Weiterbildung (z. B. Führungsseminare, Vertriebskompetenzen) gegliedert. Weitere Vorschläge der Mitarbeitenden sind ausdrücklich erwünscht.



Arbeitssicherheit und Notfallmanagement

Arbeitssicherheit und Notfallmanagement werden an beiden Standorten durch engagierte Mitarbeitende gewährleistet, beispielsweise in den Rollen als Ersthelfer, Brandschutzhelfer und Sicherheitsbeauftragte. Die jährliche UVV-Schulung erfolgt durch einen externen Dienstleister. Beide Standorte verfügen über eine umfassende Ausstattung, darunter Verbandskästen, Feuerlöscher, Flucht- und Rettungspläne sowie eine Notfall-Signalanlage (Sirene). Am Hauptstandort steht zusätzlich ein Defibrillator bereit.

Gefährliche Stoffe werden bei uns nur in geringfügigen Gebrauchsmengen gelagert und verwendet. Selbst im Notfall besteht daher keine Gefahr für benachbarte Gebäude, Anwohner oder die Umwelt.

Wir wollen Verantwortung übernehmen, die über den Betrieb hinausgeht. Ob Tafel-Spende, inklusives Tanzprojekt oder Naturerlebnisse für belastete Kinder – soziales Engagement gehört für uns genauso dazu wie der tägliche Job.



Statt Weihnachtsgeschenke: Dafür haben wir in den letzten Jahren gespendet.



Ausbildung und Nachwuchssicherung

Die Ausbildung junger Menschen ist für uns eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe. Auch wenn wir nicht regelmäßig Ausbildungsplätze anbieten können, ist unser Ausbildungsangebot vielfältig: Es umfasst sowohl das klassische Verlagswesen als auch die Bereiche Journalismus und IT.

Unabhängig davon bieten wir regelmäßig Schülerpraktika an – sowohl mehrtägige als auch mehrmonatige.



Spendenaktionen für den guten Zweck

Anstelle von Weihnachtsgeschenken für Geschäftspartner lassen wir jedes Jahr einer Organisation unserer Wahl eine Weihnachtsspende zukommen.

In den Jahren 2023 und 2024 haben wir drei Tafel-Projekte in der Bonner Region unterstützt.

Die Tafeln leisten in ihren Gemeinden viel Gutes und unterstützen von Armut betroffene Menschen. Zur Deckung ihrer laufenden Kosten erhalten Tafeln keine öffentlichen Zuwendungen und sind daher auf Geldspenden angewiesen.

Mit unserer Weihnachtsspende 2025 unterstützen wir das Projekt „Luna – eine Reise zu mir selbst“ – ein inklusives Community Dance im Jahr 2026. Es verbindet Menschen jeden Alters und Hintergrunds durch inklusive Tanzprojekte. Mit über 120 Mitwirkenden, darunter Menschen mit und ohne Behinderung, entstehen soziale Tanzkunstwerke. Weitere Informationen unter www.communitydance.de

Außerdem unterstützen wir ein besonderes Projekt der Derletalschule in Bonn: „Ausdauer- und Bewegungsförderung durch erlebnispädagogische, tiergestützte Projekte in der Natur“. Die Förderschule kümmert sich um Kinder, die in ihrer emotionalen und sozialen Entwicklung Unterstützung brauchen. Viele von ihnen sind stark belastet oder haben traumatische Erfahrungen gemacht.

Herzstück der Schule ist das „Grüne Klassenzimmer“ mit direktem Zugang zum Derletal, zum Kottenforst und einem eigenen Schulgarten. Hier können die Kinder – viele davon Stadtkinder – unmittelbare Naturerfahrungen sammeln, die ihnen helfen, emotionale und soziale Defizite aufzuholen. Schulhunde und bewegungsorientierte Angebote wie Psychomotorik fördern zusätzlich Empathie, Verantwortungsgefühl, Durchhaltevermögen, Körpergefühl und emotionale Stabilität.

2 Umweltmanagementsystem *und* Umweltpolitik

Als Fachverlag für die Energie- und Wasserwirtschaft sind wir seit jeher in einem Umfeld tätig, das sich intensiv mit Nachhaltigkeit in der Wasserwirtschaft sowie mit Energieeinsparung und Energieeffizienz in der Gaswirtschaft beschäftigt. Aus diesen Erfahrungen heraus entstand bei Geschäftsführung und Mitarbeitenden zunehmend der Wunsch, auch die eigenen Umweltleistungen im Verlag zu verbessern.

Anfang 2019 wurde eine Arbeitsgruppe gegründet, die sich seitdem gezielt mit Umweltthemen befasste. Ende 2019 beschlossen Geschäftsführung und Mitarbeiterschaft gemeinsam, ein Umweltmanagementsystem nach EMAS einzuführen. Damit gehört unser Unternehmen zu den EMAS-Vorreitern im Verlagswesen.

EMAS steht für „Eco Management and Audit Scheme“ und ist das Umweltmanagementsystem der Europäischen Union (EU). Es unterstützt Organisationen dabei, ökologische und wirtschaftliche Schwachstellen zu erkennen und gezielt zu beseitigen.

Ziel ist es, Ressourcen zu schonen, Prozesse zu optimieren und die eigene Umweltleistung messbar und kontinuierlich zu verbessern.

Vorteile von EMAS

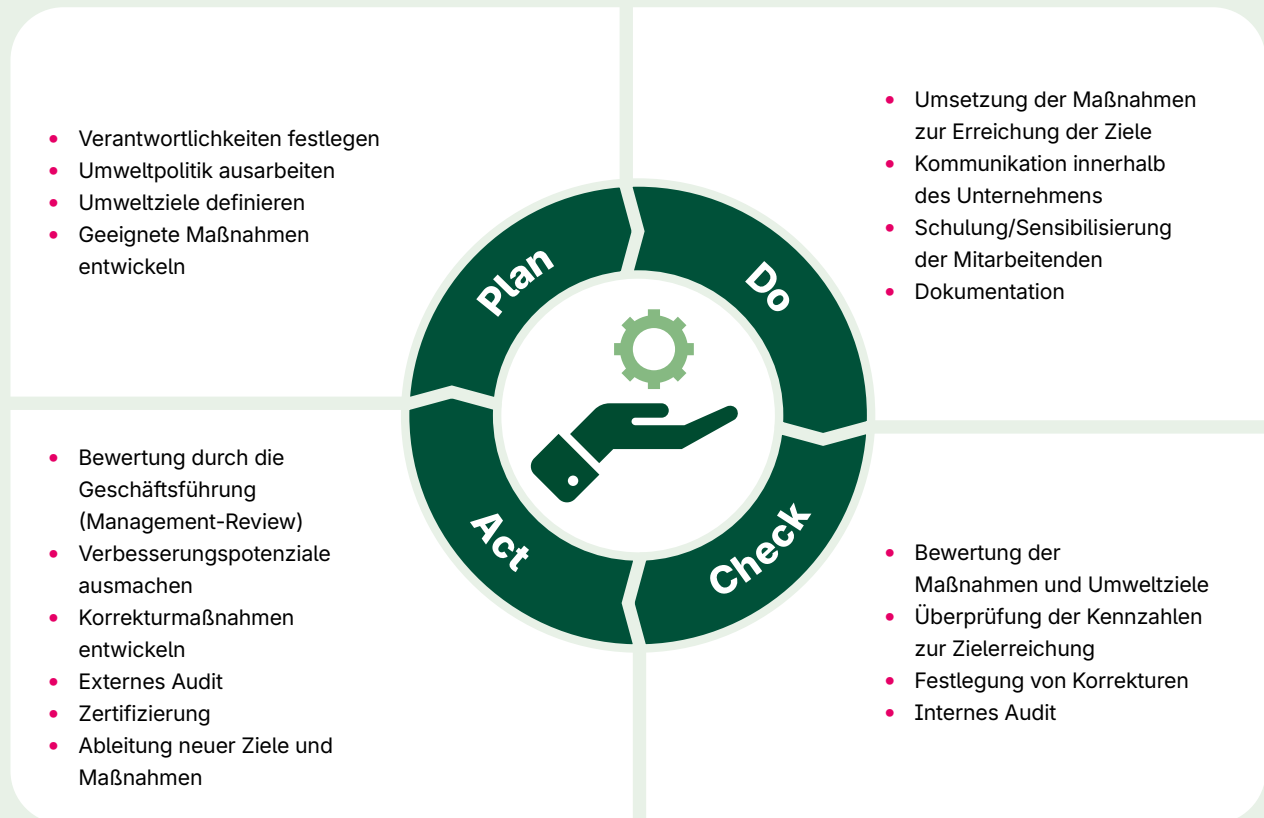
- Verbesserung der Umweltleistung: Klare Ziele, Kennzahlen und Audits helfen, Umweltbelastungen messbar zu reduzieren.
- Ressourceneffizienz: Weniger Energie-, Wasser- und Materialverbrauch führt zu geringeren Emissionen und Abfällen.
- Kosteneinsparungen: Effizienter Ressourceneinsatz senkt langfristig Betriebskosten.
- Rechtssicherheit: Nachweisliche Einhaltung von Umweltvorschriften reduziert Haftungsrisiken.
- Wettbewerbsvorteile: EMAS gilt als anspruchsvolles Umweltmanagementsystem und stärkt die Marktposition.
- Glaubwürdigkeit und Transparenz: Die validierte Umwelterklärung schafft Vertrauen bei Kunden und Öffentlichkeit.
- Motivation der Mitarbeitenden: Aktive Beteiligung stärkt Umweltbewusstsein und Identifikation.

Warum EMAS?

Die Entscheidung für EMAS als Umweltmanagementsystem basiert auf folgenden Gründen:

- EMAS gilt als das weltweit anspruchsvollste Umweltmanagementsystem. Es wurde 1993 vom Europäischen Rat beschlossen und ist als EU-Gütesiegel über nationale Grenzen hinaus verbindlich.
- EMAS stellt die Einhaltung gesetzlicher Umweltvorschriften sicher und sorgt für ein hohes Maß an Transparenz nach innen und außen.
- Ein zentrales Element von EMAS ist die aktive Beteiligung aller Hierarchieebenen auf Augenhöhe.
- In Deutschland engagieren sich bereits rund 1.200 Organisationen im Rahmen von EMAS und leisten damit einen wirksamen Beitrag zum Umweltschutz.

Der kontinuierliche Verbesserungsprozess



Ablauforganisation des Umweltmanagementsystems (UMS) nach dem PDCA-Zyklus:
 Plan – Planung, Do – Umsetzung, Check – Überprüfung, Act – Verbesserung

Rechtliche Bestimmungen

Die für unseren Geltungsbereich wichtigsten Vorschriften und Gesetze haben wir in einem Umweltkatalog zusammengestellt, der regelmäßig aktualisiert wird. Die an uns gestellten rechtlichen Anforderungen und bindenden Verpflichtungen halten wir ein. Sollte es doch einmal zu einem Verstoß kommen, beheben wir ihn sofort. Ob wir alle Vorgaben erfüllen, prüfen wir jährlich – in einem Überwachungsaudit und im Management-Review. Dafür stehen uns über das Rechtskatalog Umwelt-Online die erforderlichen Informationen zur Verfügung, die laufend geprüft werden.

Vom Papierverbrauch bis zur CO₂-Bilanz:

Wie wir schrittweise nachhaltiger werden



Stephan Maul und
Wolfgang Wollensack
über vier Jahre EMAS bei
der wvgw media GmbH

Vor vier Jahren haben Sie EMAS eingeführt. Was war die Motivation für diesen Schritt?

Stephan Maul: Das war sowohl eine strategische als auch eine emotionale Entscheidung. Als Unternehmen tragen wir Verantwortung gegenüber unseren Kunden, Mitarbeitenden und Partnern. Gleichzeitig aber auch gegenüber der Gesellschaft insgesamt. Wir waren und sind der Meinung, dass Nachhaltigkeit und Ressourcenschonung keine Randthemen sein sollten. Es geht um zentrale Zukunftsfragen wie den Klimawandel, mit denen wir uns alle intensiver beschäftigen sollten – als überzeugte Europäer und als alternativlose Bewohner dieses Planeten.

Herr Wollensack, wie haben Sie die Einführung konkret begonnen?

Wolfgang Wollensack: Am Anfang unseres EMAS-Prozesses haben wir mit Unterstützung eines Beraters eine umfassende Umweltprüfung an unseren Standorten vorgenommen. Dabei haben wir uns sehr genau angeschaut, wo wir stehen und welche Auswirkungen unsere tägliche Arbeit auf die Umwelt hat: Wo verbrauchen wir Energie und Ressourcen? Wie bewegen wir uns im Arbeitsalltag? Welche Rolle spielen Beschaffung, Materialien und Abfall? Auf dieser Grundlage haben wir Umweltziele formuliert und konkrete Maßnahmen entwickelt. Uns war dabei

besonders wichtig, die Mitarbeitenden von Anfang an einzubeziehen. Denn nachhaltige Veränderungen können nur gelingen, wenn sie gemeinsam getragen werden.

Welche Veränderungen wurden seit der Einführung von EMAS erreicht?

Wolfgang Wollensack: Wir haben in den letzten Jahren einiges erreicht. Am Anfang standen kleine Schritte wie eine bessere Mülltrennung und ein geschärftes Bewusstsein für Abfallvermeidung und -reduzierung. Mit Erfolg: Unser Papierverbrauch ist um mehr als 60 Prozent gesunken! Ein weiteres wichtiges Handlungsfeld sind unsere

Und natürlich sind wir noch längst nicht am Ziel; vielleicht wird es ein solches endgültiges Ziel auch nie geben. Aber wir arbeiten kontinuierlich daran, uns gemeinsam zu verbessern, das ist für mich das Entscheidende. Stephan Maul

Druckprodukte. Zunächst haben wir verstärkt auf umweltfreundliche Materialien geachtet. Heute gehen wir weiter: Wir stellen zunehmend auf Recyclingpapier mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ um. Der nächste Schritt ist die Zusammenarbeit mit Druckereien, die ebenfalls nach dem „Blauen Engel“ zertifiziert sind und unsere Produkte nachhaltig produzieren. Gleichzeitig ist es uns gelungen, unseren Energieverbrauch deutlich zu senken und Prozesse bewusster und effizienter zu gestalten.

Nachhaltige Kriterien sind heute fester Bestandteil unserer Beschaffung. Auch im Bereich Mobilität setzen wir verstärkt auf klimafreundlichere Reisemöglichkeiten. EMAS hat uns dabei geholfen, unsere Abläufe transparenter und strukturierter zu machen.

Welche Rolle spielen die Mitarbeitenden im Umweltmanagementsystem?

Wolfgang Wollensack: EMAS lebt von aktiver Beteiligung. Durch interne Kommunikation und

konkrete Möglichkeiten zur Mitwirkung fördern wir Eigeninitiative und Verantwortung. Gleichzeitig kann dieser Prozess nur dann Wirkung zeigen, wenn sich die Mitarbeitenden aktiv beteiligen und ihre Erfahrungen und Ideen einbringen. Umweltmanagement ist kein Prozess, der ausschließlich von oben gesteuert wird, sondern ein gemeinsamer Weg.

Welchen strategischen Stellenwert hat EMAS heute für die wvgw media?

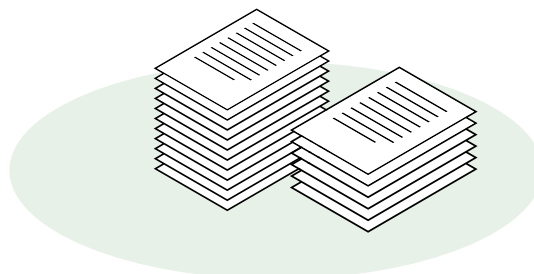
Stephan Maul: EMAS unterstützt uns dabei, Einsparmöglichkeiten zu erkennen, Ressourcen effizienter einzusetzen und unserer Vorbildfunktion gerecht(er) zu werden. Gleichzeitig stärkt es unsere Glaubwürdigkeit nach außen. Transparenz durch die validierte Umwelterklärung ist für uns ein wichtiges Zeichen an unser direktes und indirektes Umfeld.

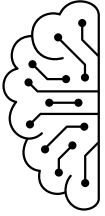
Wohin soll sich das Umweltmanagement in den kommenden Jahren entwickeln?

Wolfgang Wollensack:

Insbesondere im Hinblick auf Energieeffizienz, CO₂-Reduktion als konkreter Beitrag zur Eindämmung des Klimawandels und nachhaltige Beschaffung haben wir noch viel vor. Ein wichtiger Entwicklungsschritt ist die Erstellung einer CO₂-Grundbilanz für Scope 1 und 2. Darauf aufbauend ist vorgesehen, auch indirekte Emissionen entlang der Wertschöpfungskette (Scope 3) schrittweise einzubeziehen. Ziel ist es, bis 2028 eine möglichst vollständige CO₂-Bilanz zu erarbeiten und diese als Grundlage für weitere Maßnahmen zur Reduktion von Treibhausgasemissionen zu nutzen.

Stephan Maul: Unser Anspruch ist klar: Wir wollen, dass Nachhaltigkeit integraler Bestandteil unseres geschäftlichen Handelns wird. Das lässt sich nicht von heute auf morgen erreichen und erfordert mitunter auch Diskussionen und unbequeme Entscheidungen. Nicht alle Ideen können oder wollen wir sofort umsetzen. Außerdem gibt es Entwicklungen, denen wir uns als Fachverlag nicht entziehen können und die unter Umständen frühere Einspa-





THINK BEFORE YOU PROMPT

Ein KI-Prompt, also eine einfache Textabfrage bei ChatGPT oder einem ähnlichen Sprachmodell, ist 10- bis 30-mal so energieintensiv wie eine Google-Suche.

rungen wieder ausgleichen oder sogar ins Gegenteil verkehren. Ein Beispiel: Ein KI-Prompt, also eine einfache Textabfrage bei ChatGPT oder einem ähnlichen Sprachmodell, ist 10- bis 30-mal so energieintensiv wie eine Google-Suche. Was tun? Die Nutzung künstlicher Intelligenz im Unternehmen verbieten oder sie für die Weiterentwicklung des Unternehmens und unserer Produkte bewusst und verantwortungsvoll nutzen?

Wolfgang Wollensack: Eine weitere Herausforderung betrifft unser Werbemittelsortiment. Wie

können wir uns das Thema Nachhaltigkeit auf die Fahne schreiben und gleichzeitig Streuartikel aus Plastik im Programm haben? Wirtschaftlich gesehen für uns ein Muss, in Sachen Nachhaltigkeit ein Dilemma.

Auch hier versuchen wir, unseren Kunden Alternativen aufzuzeigen und mit der Thematik so transparent und verantwortungsvoll wie möglich umzugehen. Das Tolle an EMAS ist ja, dass es sensibilisiert und gleichzeitig die Zeit gibt, die es nun einmal für einen Veränderungsprozess braucht.

Was bleibt als wichtigstes Fazit und was treibt Sie an, weiterzumachen?

Stephan Maul: Der größte Fortschritt zeigt sich für uns nicht nur in einzelnen Kennzahlen, sondern vor allem in dem Bewusstsein für Nachhaltigkeit, das durch die EMAS-Zertifizierung bei uns allen gewachsen ist. Als Fachverlag verfügen wir naturgemäß nicht über das Einsparpotenzial großer, energieintensiver Unternehmen wie etwa in der chemischen Industrie. Trotzdem können auch wir unseren Beitrag leisten. Wichtig ist uns dabei, dass jede und jeder Einzelne sich im persönlichen nachhaltigen Handeln ein Stück weiterentwickelt – denn viele kleine Schritte können in der Summe viel bewirken. Vielleicht inspiriert dieses Bewusstsein sogar unser privates Umfeld, Familienangehörige oder Freundeskreis. Mag sein, dass das etwas idealistisch klingt, aber es ist ein schöner Gedanke mit echtem Potenzial.

Und natürlich sind wir noch längst nicht am Ziel; vielleicht wird es ein solches endgültiges Ziel auch nie geben. Aber wir arbeiten kontinuierlich daran, uns gemeinsam zu verbessern, das ist für mich das Entscheidende.

Unsere Umweltpolitik

basiert auf den nachstehenden Werten und Grundsätzen:



Wir verpflichten uns, die einschlägigen Energie- und Umweltgesetze und Vorschriften einzuhalten.

Wir legen verbindliche Umweltziele fest und sorgen für deren Umsetzung.

Wir entwickeln uns kontinuierlich weiter, um unsere Umweltleistungen und unser Umweltmanagementsystem zu verbessern und negative Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit zu verringern.

Wir achten bei der Beschaffung und dem Einkauf von Produkten sowie bei der Vergabe auf Nachhaltigkeit und Umweltschutz.

Wir binden unsere Kolleginnen und Kollegen aktiv in unsere Nachhaltigkeitsziele ein, indem wir sie regelmäßig über unsere Aktivitäten und Fortschritte im Bereich Umweltschutz informieren und sie so zu eigenverantwortlichem, umweltbewusstem Handeln motivieren.

Wir legen Wert auf eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und einen offenen Dialog in allen Fragen des Umweltschutzes mit unseren Stakeholdern und unseren Kolleginnen und Kollegen.

Wir wirken darauf hin, dass unsere Auftragnehmer und Geschäftspartner unsere Umweltpolitik beachten.

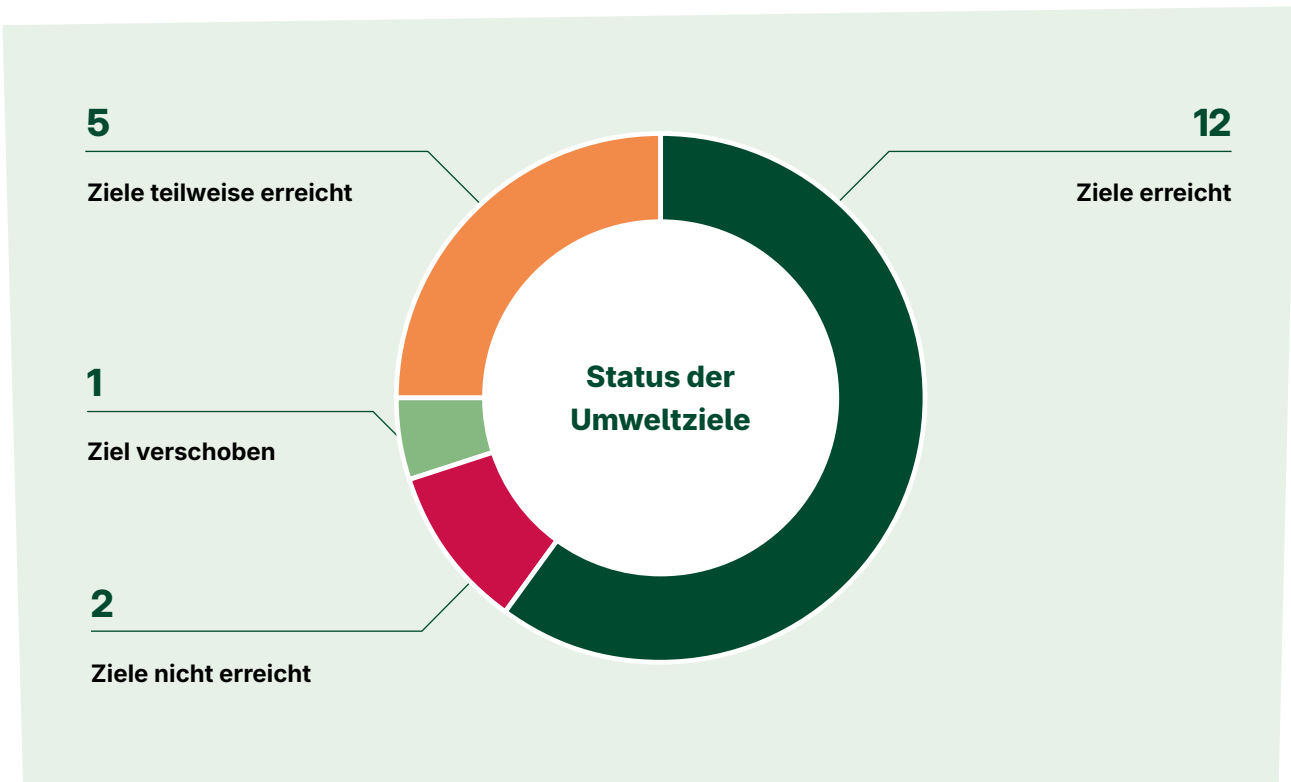
3 Umweltprogramm und Maßnahmen

3.1 Das haben wir bisher erreicht

Seit der Einführung unseres Umweltmanagementsystems EMAS im Jahr 2022 definieren wir jährlich konkrete Umweltziele. Bis einschließlich 2025 wurden insgesamt 20 Umweltziele definiert, die sich hinsichtlich Umsetzungsaufwand, zeitlicher Dauer sowie ihrer Komplexität und Erreichbarkeit unterscheiden.

Von den gesetzten Zielen konnten 12 fristgerecht umgesetzt werden. 5 Ziele wurden teilweise erreicht. Ein Ziel musste verschoben werden, und zwei Ziele konnten nicht termingerecht umgesetzt werden.

Die noch nicht vollständig erreichten Ziele werden systematisch in die Folgeplanung übernommen und mit angepassten Maßnahmen weiterverfolgt. Damit stellen wir eine kontinuierliche Verbesserung unseres Umweltmanagementsystems sicher.



Unsere gesetzten Ziele und Maßnahmen aus der aktualisierten Umwelterklärung 2025 wurden überprüft und wie folgt bewertet:

Bereich	Umweltziel	Maßnahme	Verantwortung	Termin	Status
Herstellung Verlagsprodukte	Nachhaltige Produktion	CO ₂ -Kompensation bei Fremdaufträgen (Ziel: 80 %)	Herstellung, Einkauf, UMB	2025	✓
		Mehr Einsatz von Recycling- papier (Zwischenziel 2024: 15 %, Ziel 2025: 20 %)	Herstellung, Einkauf, UMB	bis 2025	✓
Kommunikation	Strategische Nachhaltigkeits- kommunikation	Content-Marketing- Strategie entwickeln (Zwischenziel 2024)	Geschäftsführung, Marketing, UMB	bis 2025	✓
		Überarbeitung wvgw- Online-Shop, Landingpage zum Thema Nachhaltigkeit	Geschäftsführung, Marketing, UMB	bis 2025	Ziel nicht erreicht

Steigerung der nachhaltigen Produktion bei Verlagsprodukten

Das Ziel, bei Fremdaufträgen eine CO₂-Kompensation von 80 % zu erreichen, wurde deutlich übertroffen. Im Berichtszeitraum lag der tatsächliche Anteil bei 99 %. Dies zeigt die hohe Wirksamkeit der umgesetzten Maßnahmen im Bereich klimaneutrale Produktion.

Auch beim Einsatz von Recyclingpapier konnte eine deutliche Steigerung erzielt werden. Der Anteil bei Verlagsprodukten erhöhte sich auf 78 % und liegt damit deutlich über dem Zielwert von 20 %.

Bei Fremdaufträgen wurde mit 31 % ebenfalls eine signifikante Verbesserung erreicht, auch wenn hier weiterhin Entwicklungspotenzial besteht.

CO₂-Kompensation:

Verlagsprodukte: 95 % (2024: 82 %)
Zeitschriften: 100 % (2024: 100 %)
Fremdaufträge: 99 % (2024: 70 %)

Einsatz von Recyclingpapier:

Verlagsprodukte: 78 % (2024: 48 %)
Zeitschriften: 100 % (2024: 100 %)
Fremdaufträge: 31 % (2024: 15 %)

Diese Entwicklungen tragen wesentlich dazu bei, den Ressourcenverbrauch zu reduzieren und den ökologischen Fußabdruck der Produkte zu verringern.

Strategische Nachhaltigkeitskommunikation

Im Bereich der strategischen Nachhaltigkeitskommunikation wurden wichtige Grundlagen geschaffen. Das Umweltziel „Entwicklung einer Content-Marketing-Strategie“ konnte durch die Umsetzung des Podcasts *NettoPositiv* erfolgreich erreicht werden. Im Jahr 2025 wurden bereits drei Folgen veröffentlicht.

Das Ziel, Nachhaltigkeitsaspekte stärker in den Online-Shop zu integrieren, konnte hingegen nicht fristgerecht umgesetzt werden. Die entsprechenden Maßnahmen werden im kommenden Berichtszeitraum gezielt weiterverfolgt.

Unsere Nachhaltigkeitsroadmap

Meilensteine von 2020 bis heute

Nachhaltige Produktion & weniger Papier

Bei der Produktion unserer Verlagsprodukte steigen wir auf Recyclingpapier um – und mit der digitalen Personalakte reduzieren wir unseren eigenen Papierverbrauch.

2020



Der Versand unserer Produkte wird grüner

Wir verpacken unsere Produkte plastikfrei. Bei Verpackungs- und Füllmaterial setzen wir auf Recycling, Wiederverwendung und Minimierung – und mit GoGreen auf einen nachhaltigeren Versand.

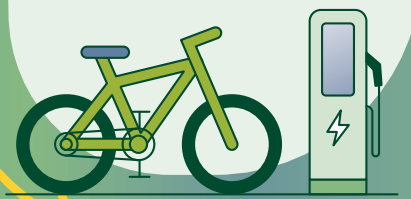
2021

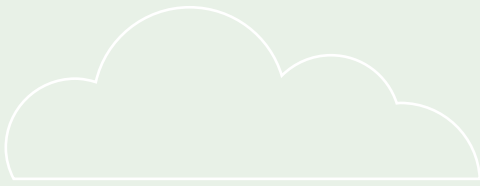


Bewusster reisen, bewusster einkaufen

Flugreisen streichen wir wo immer möglich – die Bahn ist unsere erste Wahl. Gleichzeitig verankern wir Nachhaltigkeit verbindlich in unserer Beschaffung: mit klaren Einkaufsregeln und einer systematischen Lieferantenbewertung.


2022





Sichtbar nachhaltig


Unvermeidbare CO₂-Emissionen bei der Druckproduktion werden klimaneutral kompensiert. Und was wir tun, machen wir auch sichtbar – mit einer eigenen Nachhaltigkeitsseite auf unserer Website.



CO₂

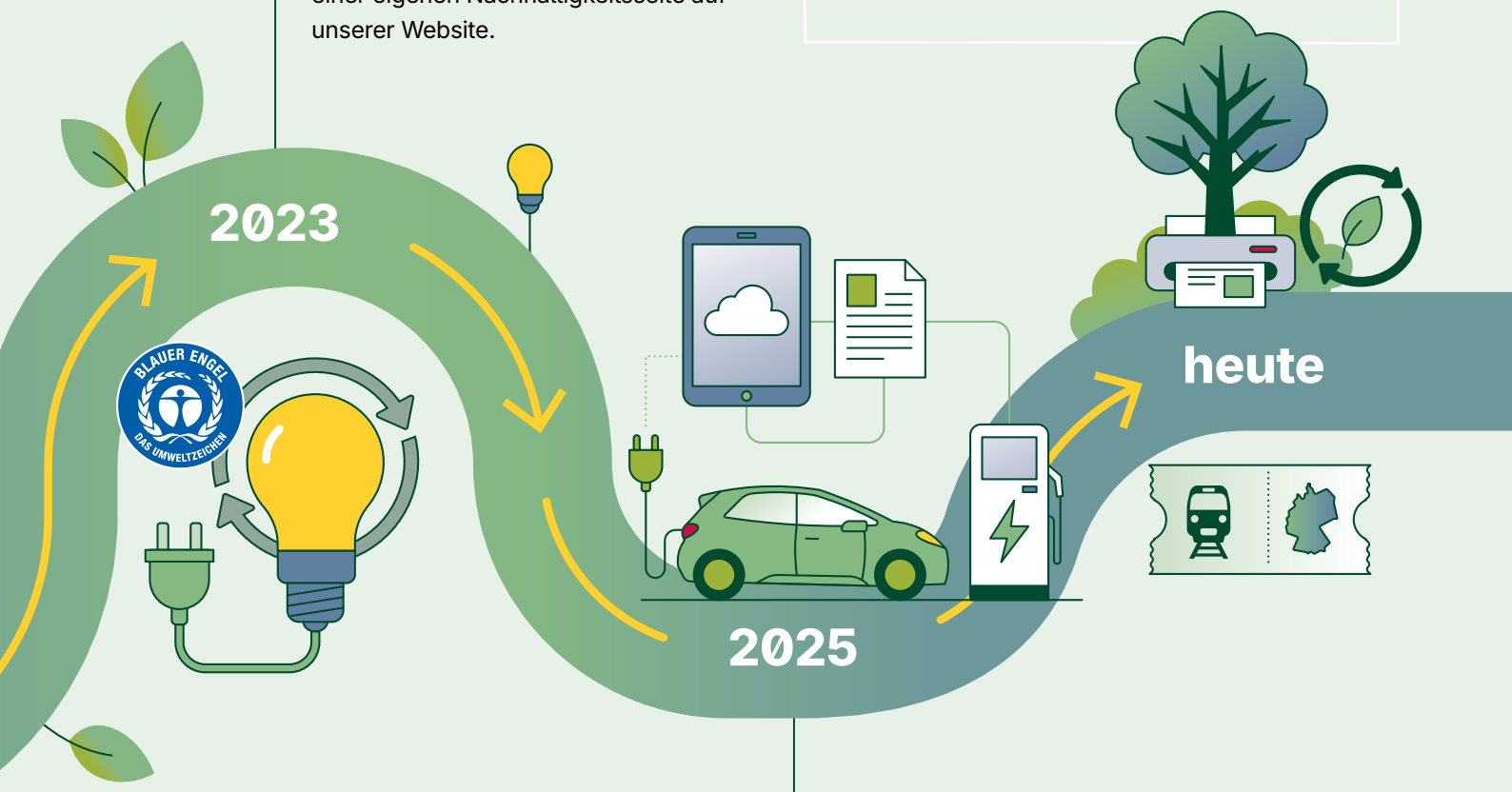
CO₂-Emissionen minus 33 %


2019: 96 Tonnen
2024: 64 Tonnen



Papierverbrauch minus 64 %

2019: 4.621 kg
2024: 1.674 kg






Stromverbrauch minus 34 %

2019: 23.642 kWh
2024: 15.560 kWh

Seit 2022: 100 % Strom aus erneuerbaren Energien



Erdgasverbrauch minus 34 %

2019: 391.441 kWh
2024: 265.078 kWh

Ziele erreicht – und weiter erzählt

Klimaneutrale Fremdaufträge und mehr Recyclingpapier: Zwei wichtige Ziele sind erreicht. Mit dem Podcast NettoPositiv denken wir Nachhaltigkeit weiter – gemeinsam mit Menschen, denen es genauso wichtig ist wie uns.

3.2 Das wollen wir noch erreichen

Die folgende Tabelle fasst unsere wichtigsten Umweltziele, Maßnahmen und Verantwortlichkeiten für die kommenden Jahre zusammen. Sie bietet einen Überblick über unsere nächsten Schritte zur Förderung von Klimaschutz, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit.

Umweltaspekt	Umweltziel	Maßnahme	Verantwortung	Termin
Kommunikation	Strategische Neu-Ausrichtung der internen und externen Kommunikation (Fortsetzung aus 2025)	Überarbeitung der Nachhaltigkeitsseite auf der wvgw-Homepage, Content auf Social-Media-Kanälen, Print z. B. <i>wvgw-aktuell</i>	Geschäftsführung, Marketing	IV. Quartal 2026
Mobilität	Reduzierung CO ₂ -Ausstoß	Erweiterung der E-Mobilität (Firmenfahrzeug)	GF	III. Quartal 2026
Produktion Drucksachen	Reduzierung Papierverbrauch bei den Etagedruckern um 5 % zum Vorjahr	Analyse der Papierverbräuche und Optimierung der Druckprozesse	UMB, Stellvertreter	2026
	Nachhaltige Papiere	Verstärkter Einsatz Recyclingpapiere Ziel: 2026: 50 %; 2027: 70 %	Herstellung / Einkauf	2026–2027
	Nachhaltige Produktion	Verstärkte Produktion mit „Blauer Engel“ Ziel: 2026: 5 %, 2027: 10 %	Herstellung / Einkauf	2026–2027
Verbrauch	Reduzierung der Produktionsabfälle um 2 % zum Vorjahr	Analyse und Sensibilisierung der Mitarbeitenden	UMB, Lagerleiter	2026
Bilanzierung Scope-Emissionen (GHG-Protocol)	Einführung einer Treibhausgasbilanz nach Scope 1–3	Scope 1 und 2: Datenzusammenstellung, einheitliche Grundlagen zur Berechnung festlegen	UMB, Stellvertreter	2026
		Scope 3: Erstellung einer ersten Screening-Bilanz	UMB, Stellvertreter, Arbeitsgruppe	I. Quartal 2027
		Scope 3: Erstellung der Screening-Bilanz	UMB, Stellvertreter, Arbeitsgruppe	IV. Quartal 2027
		Vollständige CO ₂ -Bilanz als Steuerungsinstrument	UMB, Stellvertreter, Arbeitsgruppe	2028

4 Unsere Kommunikation

Die EMAS-Verordnung hebt „Offenheit, Transparenz und die Bereitstellung von Umweltinformationen“ als zentrale Merkmale hervor, die EMAS von anderen Umweltmanagementsystemen unterscheiden. Durch eine strukturierte Kommunikation stellen wir sicher, dass relevante Umweltinformationen zwischen allen Ebenen und Funktionsbereichen unseres Unternehmens sowie gegenüber unseren interessierten Parteien (Stakeholdern) transparent weitergegeben werden.

4.1 Interne Kommunikation

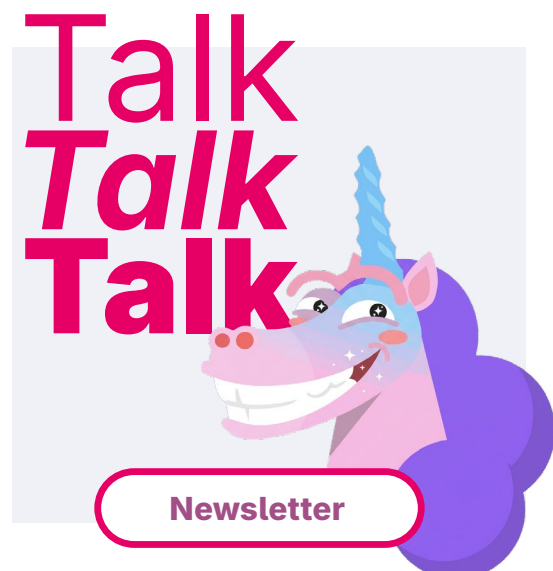
Alle wichtigen Informationen zum betrieblichen Umweltschutz sind im firmeninternen **Intranet** in einem eigenen Unterpunkt „Umweltschutz“ eingestellt. Das Intranet ist für alle Mitarbeitenden frei zugänglich.

Auf jeder der vier Mal im Jahr stattfindenden **Mitarbeitendenversammlungen** berichten der UMB und die Geschäftsführung gemeinsam mit dem Projektteam über die aktuellen Entwicklungen und Projektstände rund um EMAS. Im Anschluss besteht die Möglichkeit für Fragen, Diskussionen und den persönlichen Austausch.

Festlegungen, Betriebsanweisungen oder Anleitungen erfolgen **per E-Mail** an die Kolleginnen und Kollegen. Wichtige Informationen werden zusätzlich in jeder Etage bzw. am Standort Buschdorf an den vorhandenen Infotafeln ausgehängt.

Eine sehr wichtige Aufgabe ist die **Bewusstseinsbildung innerhalb des Teams**. Unser Ziel ist es, die Mitarbeitenden weiterhin zu motivieren, sich an Aktivitäten zum Umweltschutz zu beteiligen, ein Umdenken beispielsweise in den Bereichen Mobilität, Energieverbrauch (Heizung, Strom) oder Verpflegung zu fördern und ihr Handeln stets auf dessen Umweltauswirkungen zu hinterfragen.

Seit Ende 2025 wird die interne Kommunikation um einen neuen E-Mail-Newsletter aus der Abteilung Kommunikation & Marketing erweitert. Immer zum Monatsende informiert *Talk, Talk, Talk* die Kolleginnen und Kollegen über neueste Aktivitäten, erzählt kleine Anekdoten aus dem Team und vermittelt Wissenswertes rund um KI und Nachhaltigkeit auf unterhaltsame und leicht verständliche Weise.



4.2 Externe Kommunikation

Unsere Umweltpolitik sowie unser Umweltengagement kommunizieren wir offen und transparent über unsere jährlichen Umwelterklärungen. Sie informieren regelmäßig über unsere Umweltziele, Maßnahmen und Fortschritte im Umweltmanagement und stellen damit zentrale Umweltinformationen für interessierte Parteien bereit.

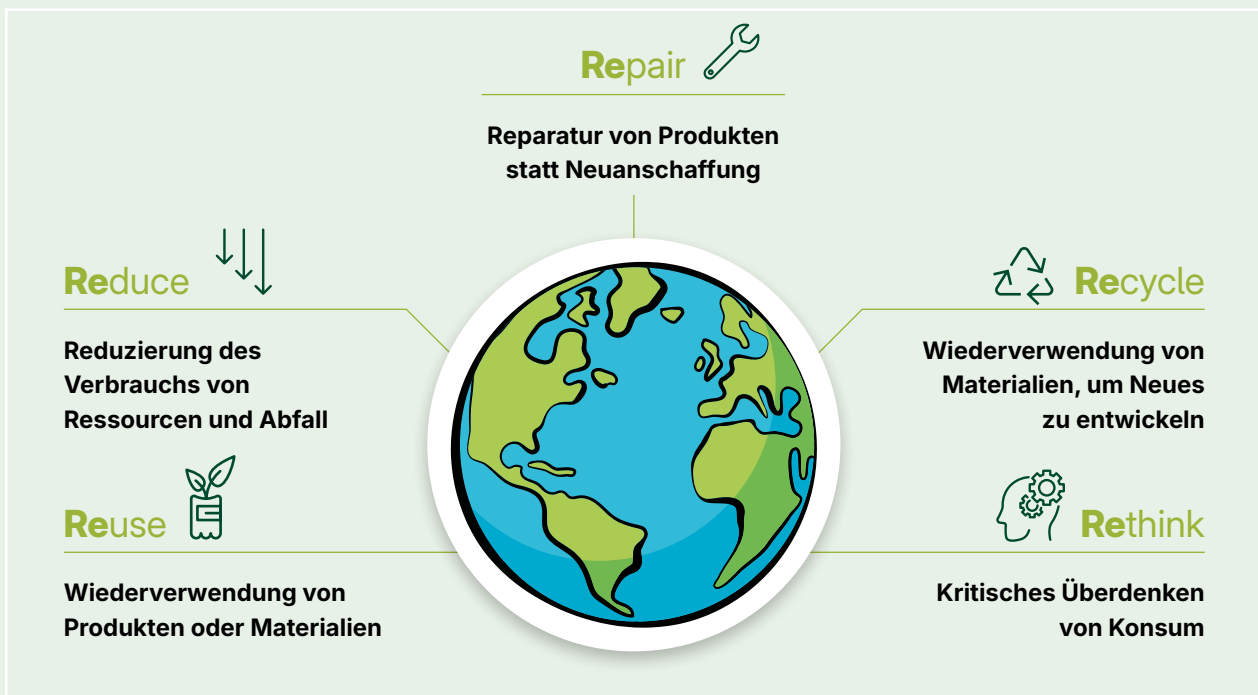
Ergänzend dazu informieren wir auf unserer Webseite über unsere Umweltpolitik und ausgewählte Themen im Bereich Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Dazu gehört auch die Benennung des Umweltmanagementbeauftragten (UMB) als Ansprechpartner für alle umweltrelevanten Fragestellungen. Für

diese Inhalte wurde eine eigene Landingpage zum Themenbereich „Nachhaltigkeit und Umweltschutz“ eingerichtet, die bereits über die Startseite unserer Webseite erreichbar ist und einen gebündelten Zugang zu relevanten Informationen bietet.

Darüber hinaus berichten wir regelmäßig in unseren Publikationen, beispielsweise in *wvgw-aktuell*, sowie auf Messen und Veranstaltungen über unsere EMAS-bezogenen Aktivitäten und Entwicklungen.

Damit stellen wir eine kontinuierliche Information und einen transparenten Austausch mit interessierten Parteien sicher.

Das 5-R-Prinzip der Nachhaltigkeit



Das **5-R-Prinzip der Nachhaltigkeit** ist ein Leitkonzept für einen verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen. Es beschreibt fünf aufeinander aufbauende Strategien, um Abfälle zu vermeiden, Ressourcen zu schonen und Umweltbelastungen zu reduzieren. Ziel ist es, Produkte und Materialien möglichst lange im Nutzungskreislauf zu halten und den Verbrauch natürlicher Rohstoffe zu minimieren.



Ob Interviewpodcast oder Mitgliedschaften: Der Austausch mit Gleichgesinnten ist uns wichtig.

NettoPositiv-Podcast: Nachhaltigkeit hörbar machen

Seit 2025 ist der Nachhaltigkeitspodcast „NettoPositiv“ fester Bestandteil unserer externen und internen Nachhaltigkeitskommunikation. In jeder Folge sprechen Heike und Martin Gruber mit verschiedenen Gästen aus Unternehmen, Wissenschaft und Verbänden über unternehmerische Verantwortung, Umweltziele und glaubwürdige Nachhaltigkeitsstrategien.

Mit „NettoPositiv“ geben wir Einblicke in unseren eigenen Nachhaltigkeitsweg bei der wvgw media, fördern den Dialog mit interessierten Dritten, teilen Erfahrungen und lernen von den Perspektiven anderer.

Der Podcast dient außerdem als zentrales Ausgangsformat für die Verbreitung von Nachhaltigkeitsthemen über verschiedene

Kanäle. Aus jeder Podcast-Folge entstehen weitere Content-Formate:

- ausführliche Landingpages für jede Episode auf unserer Website
- Artikel und Kurzinterviews für unser Kundenmagazin *wvgw-aktuell* sowie für unsere Fachzeitschriften und Newsletter
- LinkedIn-Posts mit Ausschnitten aus den Podcast-Folgen

Dieser multimediale Ansatz ermöglicht es uns, Nachhaltigkeitsthemen zielgruppengerecht aufzubereiten und über den Audio-Podcast hinaus Reichweite zu erzielen.

www.wvgw.de/nettopositiv

Mitgliedschaften

Seit dem 1. Oktober 2024 sind wir Mitglied im EMAS-Club. Der Club unterstützt EMAS-registrierte Organisationen mit praxisnahen An-

geboten, fördert den Erfahrungsaustausch unter den Mitgliedern und informiert über aktuelle Entwicklungen. Regelmäßige Treffen, Vorträge und Webinare stärken den Wissenstransfer und die Vernetzung innerhalb der Community.

www.vnu-ev.de

Außerdem sind wir Mitglied im Unternehmensnetzwerk Klimaschutz. Dieses Netzwerk verbindet insbesondere kleine und mittelständische Unternehmen, die sich aktiv für den Klimaschutz einsetzen und ihre Zukunft nachhaltig ausrichten möchten. In Zusammenarbeit mit den Industrie- und Handelskammern unterstützt das Netzwerk Unternehmen auf ihrem Weg zur Klimaneutralität mit verschiedenen Informations- und Qualifizierungsangeboten.

www.klima-plattform.de

5 Umweltaspekte und Umweltauswirkungen

Jede Tätigkeit, jedes Produkt und jede Dienstleistung wirkt sich auf die Umwelt aus. Diese Umweltaspekte werden im Umweltmanagementsystem systematisch erfasst und bewertet. Dabei wird zwischen direkten und indirekten Umweltaspekten unterschieden:

- **Direkte Umweltaspekte** sind Auswirkungen, welche die Organisation unmittelbar beeinflussen kann, z. B. der Wasserverbrauch vor Ort.
- **Indirekte Umweltaspekte** ergeben sich aus vor- oder nachgelagerten Tätigkeiten, die nicht unbedingt am eigenen Standort entstehen, z. B. die Auswahl der Dienstleister.

Beide bilden die Grundlage für unsere Umweltziele und Maßnahmen zur Verbesserung unserer Umweltleistung. Die Bewertung der Umweltaspekte erfolgt nach zwei Kriterien: Wie wesentlich ist der Umwelt-

aspekt und wie stark können wir Einfluss nehmen? Die Kategorisierung erfolgt dabei in den Abstufungen niedrig, mittel und hoch.

2026 haben wir alle direkten und indirekten Umweltaspekte neu bewertet. Wir verstehen heute besser, wie unsere Tätigkeiten entlang der gesamten Wertschöpfungskette auf die Umwelt wirken. So können wir fundierter priorisieren und Risiken gezielter einschätzen. Die Neubewertung bestätigt unsere bisherigen Schwerpunkte. Einzelne Umweltaspekte haben wir anders eingestuft. Die wesentlichen Umweltaspekte bleiben im Kern jedoch gleich.

Umweltaspekte und ihre Kategorisierung

niedrig	mittel	hoch
<ul style="list-style-type: none"> • Umweltaspekte mit niedriger Bedeutung und Handlungsrelevanz • kaum Einflussmöglichkeiten oder nur durch die Entscheidung Dritter 	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltaspekte mit durchschnittlicher Bedeutung und Handlungsrelevanz • durchschnittliche, mittel- bis langfristige Einflussmöglichkeiten 	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltaspekte mit hoher Bedeutung und/oder Handlungsrelevanz • große Einflussmöglichkeiten

5.1 Direkte Umweltauswirkungen

Unsere Geschäftstätigkeit verursacht direkte Umweltauswirkungen – von Energieverbrauch und Emissionen über Abfall bis hin zu Mobilität. Wir erfassen diese Aspekte systematisch, bewerten ihre

Bedeutung und leiten daraus konkrete Maßnahmen ab. Die folgenden Abschnitte zeigen, wo wir stehen und wie wir kontinuierlich besser werden.



- Emissionen
- Energie/Ressourcen
- Transport
- Ein- und Ableitung in Gewässer
- Lokale Phänomene
- Abfall

Die wichtigsten identifizierten direkten Umweltaspekte, ihre Umweltrelevanz und unsere Einflussmöglichkeiten



Energieverbrauch für Heizung und Wärme

Der **Energieverbrauch am Hauptstandort** in Bonn-Duisdorf wird seit 2015 zu großen Teilen durch eine komplexe Energiezentrale gedeckt. Sie erzeugt Wärme und Kälte und nutzt dabei oberflächennahe Geothermie. Zusätzlich betreibt der DVGW ein erdgasbetriebenes Blockheizkraftwerk (BHKW), das gleichzeitig Strom und Wärme produziert. An kalten Wintertagen decken Gas-Brennwertkessel die Spitzenlast ab. Im Sommer springt eine Absorptionskälteanlage an. Sie wandelt die vom BHKW erzeugte Wärme in Kälte um.

Abhängig von Außentemperatur, Nutzungsgrad und Fahrweise der Anlagen schwanken sowohl der Energieverbrauch als auch die damit verbundenen Emissionen. Das BHKW versorgt alle Organisationen am Standort mit Strom – auch die wvgw media. Zudem liefert es den Strom für die Wärmepumpen. Überschüssig produzierter Strom wird in das öffentliche Netz eingespeist; bei erhöhtem Bedarf wird ergänzend Strom aus dem Netz bezogen. Unser Energieverbrauch ergibt sich aus unserem angemieteten Flächenanteil am Gesamtgebäude.

Konkrete Einsparpotenziale haben wir insbesondere durch ein bewusstes und vorsorgliches Heizverhalten. Dazu zählt beispielsweise das konsequente Herunterregulieren der Heizungen über Nacht und an Wochenenden sowie ein allgemein energieeffizientes Handeln im Arbeitsalltag.

Für die Beheizung der Lagerhalle am Standort Bonn-Buschdorf wird Erdgas eingesetzt. Mitte 2022 wurde dort eine neue, effiziente Brennwertheizung installiert, die zu einer verbesserten Energieausnutzung beiträgt. Auch hier können wir durch ein angepasstes Heizverhalten und eine bedarfsgerechte Steuerung der Heizzeiten Energie einsparen.



Stromverbrauch

Am Hauptstandort verbrauchen wir Strom vor allem für die Informations- und Kommunikationstechnik (PCs, Laptops, Drucker, Server) und für Klimageräte. Weitere Verbräuche und damit auch Emissionen entstehen durch die Beleuchtung in Büros und Fluren sowie durch Küchengeräte wie Kühlschränke, Spülmaschinen und Kaffeemaschinen.

Im Lager benötigen wir Strom hauptsächlich für das Heizgebläse und die Druckmaschine. Hinzu kommen weitere technische Geräte wie Drucker und Ladegeräte sowie Informations- und Kommunikationstechnik, Beleuchtung und Küchengeräte.

Maßnahmen zur Reduzierung des Stromverbrauchs:

- Wir haben die gesamte Beleuchtung von Neonröhren auf LED umgestellt.
- Wir nutzen nur noch energiesparende Laptops und ausschaltbare Steckdosenleisten, um Standby-Verluste zu vermeiden.
- Bei Neuanschaffungen achten wir konsequent auf hohe Energieeffizienz.
- Seit 2023 beziehen wir für das Lager 100 % Ökostrom.



Verkehr und Fuhrpark

Unser Fuhrpark besteht derzeit aus drei Dienst-Pkw (Leasing) und einem Kleintransporter – teils Dieselfahrzeuge, teils Elektrofahrzeuge. Der Kraftstoffverbrauch trägt zu unseren Emissionen bei.

Maßnahmen zur Emissionsreduzierung:

- Im Jahr 2021 haben wir einen gebrauchten Transporter mit deutlich geringerem CO₂-Ausstoß angeschafft.
- Im Jahr 2023 wurde ein benzinbetriebenes Fahrzeug durch ein Voll-Elektroauto ersetzt.
- Bis 2027 wollen wir den Anteil der elektrobetriebenen Dienstfahrzeuge steigern.

Die meisten Mitarbeitenden fahren mit dem eigenen Pkw zur Arbeit. Durch die Möglichkeit, bis zu zwei Tage pro Woche mobil zu arbeiten und durch eine Kernarbeitszeit ab 10:00 Uhr leisten wir einen Beitrag zur Reduzierung verkehrsbedingter Emissionen.

Zur Förderung nachhaltiger Mobilität übernimmt die wvgw media vollständig die Kosten für das Deutschlandticket (ehemals VRS-Jobticket) und stärkt damit die Nutzung des öffentlichen Personennahverkehrs. Alternativ besteht seit Sommer 2021 die Möglichkeit, ein (E-)Bike zu leasen; auch dieses Angebot wird von der wvgw media finanziell unterstützt.



Ein- und Ableitung in Gewässer

An beiden Standorten verbrauchen wir Frischwasser in Büros, Küchen und für Reinigungsarbeiten.

Das Abwasser entsteht in den sanitären Anlagen und Küchen (organisch belastet). Beides wird über die Kanalisation der Kläranlage zugeführt.

Trinkwasser statt Flaschenwasser

Am Verlagssitz steht den Mitarbeitenden ein fest installierter Trinkwassersprudler zur Verfügung. Er ist direkt an die öffentliche Trinkwasserversorgung angeschlossen und fördert die Nutzung von Leitungswasser. Der Konsum von Trinkwasser vermeidet CO₂-Emissionen, reduziert Verpackungsmüll und Transportaufwand.

Wir setzen auf Leitungswasser. Aus Überzeugung.

Trinkwasser gehört nicht nur in unsere Publikationen, sondern auch in unseren Alltag. Im Juli 2025 wurden wir dafür vom gemeinnützigen **Verein a tip:tap** als leitungswasserfreundliches Unternehmen ausgezeichnet.



Unsere Podcast-Empfehlung zum Thema:

Leitungswasser als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie





Abfälle

An unseren Standorten fallen verschiedene, überwiegend ungefährliche Abfallarten an. Dazu gehören vor allem Altpapier, Verpackungen, Wertstoffe und Restmüll. Die Abfälle werden konsequent getrennt und durch den täglichen Reinigungsdienst den entsprechenden Sammelbehältern zugeführt.

Nachhaltiges Abfallmanagement bedeutet für uns nicht nur fachgerechte Trennung, sondern vor allem Abfallvermeidung. Um unsere Mitarbeitenden zu sensibilisieren, haben wir im Intranet die Broschüre „Abfall ABC“ bereitgestellt. Sie gibt praktische Hinweise zur Müllvermeidung und richtigen Entsorgung.

Elektroschrott und Druckerpatronen erfassen wir separat, entsorgen sie ordnungsgemäß über die Wertstoffsammlung und führen sie so dem Recyclingkreislauf zu. Kleinstmengen an Gefahrstoffen wie Reinigungsmittel fallen an beiden Standorten an. Seit 2019 haben wir unsere Produktionsabfälle um rund 74 % reduziert.

Unternehmen, die Verpackungen in Umlauf bringen, müssen sich gemäß Verpackungsgesetz an einem dualen System beteiligen. Seit 2019 arbeiten wir mit „Der Grüne Punkt“ zusammen und leisten so unseren Beitrag zur ordnungsgemäßen Rücknahme und Verwertung von Verpackungen. Im Verpackungsregister LUCID sind wir unter der Nummer DE5908306880323 registriert.

Papier bleibt unvermeidbar, aber wir gehen bewusst damit um. Den Verbrauch zu senken und nachhaltig zu drucken sind unsere Maßstäbe.



Ressourcen (Gas, Strom, Wasser, Materialeinsatz)

Die Energiegewinnung aus natürlichen Ressourcen wie Kohle, Öl oder Gas belastet die Umwelt. Vor allem die Umwandlung von Energie in End- und Nutzenergie ist für einen wesentlichen Teil des Treibhauseffektes verantwortlich. Um die negativen Auswirkungen zu verringern, gibt es zwei Möglichkeiten: Wir verbrauchen weniger Energie oder wir steigen auf erneuerbare Energien um.

Ein wesentlicher Bestandteil unseres Materialeinsatzes ist Papier. Im Büroalltag (z. B. Kopier- und Büropapier) und für die Produktion des DVGW-Regelwerkes nutzen wir ausschließlich Recyclingpapier mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“. Die tatsächlichen Verbrauchsmengen sind abhängig von der jeweiligen Auftragslage und der Art der produzierten Druckerzeugnisse.

Durch verschiedene Maßnahmen versuchen wir, den Papierverbrauch generell zu senken. Bereits 2015 haben wir die Drucker in den einzelnen Büros durch Etagendrucker ersetzt. Die Kolleginnen und Kollegen wurden außerdem aufgefordert, nur das auszudrucken, was auch wirklich notwendig ist.

Im Rahmen unserer Digitalisierungsstrategie haben wir zudem schrittweise zentrale Geschäftsprozesse digitalisiert. Das spart Papier und Materialeinsatz generell:

- Einführung der digitalen Personalakte (Personio) im März 2021 einschließlich digitaler Workflows für Dienstreise- und Urlaubsanträge sowie deren Genehmigung
- Einführung der digitalen Rechnungsprüfung (Document Capture) zunächst als Pilotprojekt in den Abteilungen Buchhaltung, Einkauf/Herstellung und Produktmanagement im Jahr 2021; seit Januar 2022 unternehmensweit im Einsatz
- Einführung eines papierlosen Bewerbungsmanagements im Jahr 2023
- Einführung eines digitalen Verbandsbuchs ab 2024
- Umsetzung der X-Rechnung ab 2024



Transport und Dienstreisen

Durch die Nutzung des Fuhrparks entstehen Kraftstoffverbräuche sowie verkehrsbedingte Emissionen. Dienstreisen werden daher nur dann durchgeführt, wenn sie fachlich notwendig sind, beispielsweise für Messebesuche oder wenn der persönliche Austausch wichtig ist. In allen anderen Fällen finden Besprechungen vorzugsweise virtuell statt.

Um unsere verkehrsbedingten Emissionen zu reduzieren, vermeiden wir Flugreisen konsequent und reisen stattdessen mit der Bahn und anderen öffentlichen Verkehrsmitteln. Die Anzahl der Flugreisen konnte so deutlich gesenkt werden. Um klimafreundlichere Reiseoptionen zu ermöglichen, übernehmen wir die Kosten für eventuell entstehende Hotelübernachtungen.

Fahrten zwischen Verlagssitz und Lager werden gebündelt und erfolgen ausschließlich bedarfsorientiert, um Leerfahrten zu vermeiden.



Lokale Phänomene

Lärm, Gerüche und Staub spielen an unseren beiden Standorten keine wesentliche Rolle. Der Verlagssitz dient ausschließlich als Bürostandort, an dem keine emissionsintensiven Tätigkeiten stattfinden.

Das Lager liegt in einem Industriegebiet, in dem betriebsübliche Aktivitäten vorgesehen sind. Die Kollegen dort arbeiten hauptsächlich zu regulären Büro- bzw. Arbeitszeiten, sodass keine nennenswerten Beeinträchtigungen für das Umfeld zu erwarten sind.



Wie nachhaltig sind digitale Formate wirklich?

Ein Teil unseres Informationsangebotes wird digital bereitgestellt. Digitale Formate sparen zwar Papier und Transportwege, doch auch sie belasten die Umwelt.

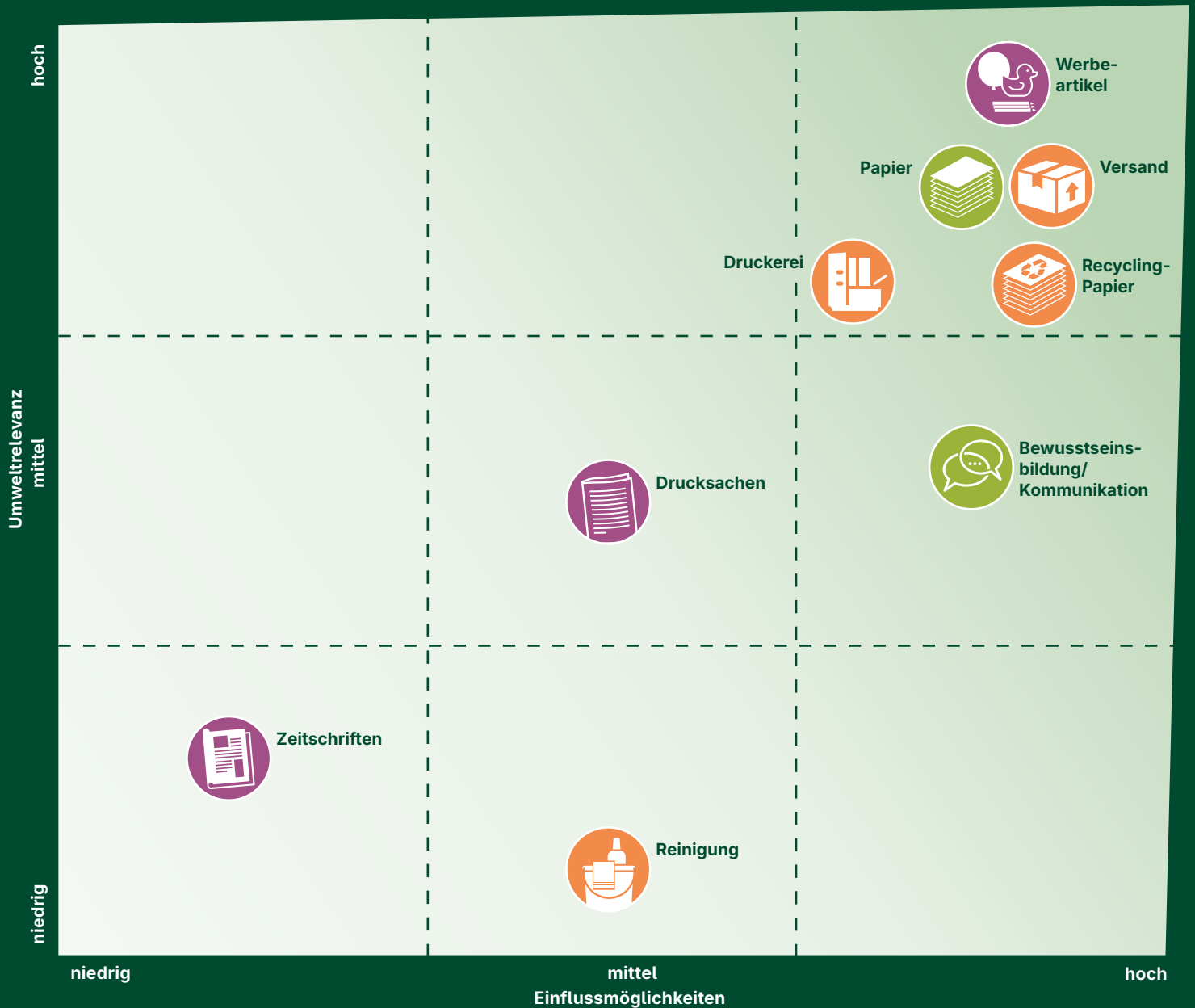
Endgeräte wie Smartphones, Tablets oder Laptops verbrauchen Energie, genau wie der Betrieb von Rechenzentren und Serverinfrastrukturen für Datenverarbeitung und -speicherung. Hinzu kommt: Die Hardware muss hergestellt, transportiert und später entsorgt werden.

Wie stark die Digitalisierung langfristig Ressourcen und Klima belastet, wird intensiv diskutiert. Wir sind uns dieser Verantwortung bewusst und berücksichtigen sie bei der Weiterentwicklung unserer Angebote.

5.2 Indirekte Umweltauswirkungen

Neben den direkten Umweltaspekten, die wir unmittelbar an unseren Standorten beeinflussen können, entstehen entlang der gesamten Wertschöpfungskette weitere, indirekte Umweltauswirkungen.

Diese Aspekte betreffen vor allem unsere Produkte – von der Herstellung über die Nutzung bis zur Entsorgung. Auch wenn unser Einfluss hier begrenzt ist, setzen wir gezielt auf nachhaltige Materialien, verantwortungsvolle Lieferketten und die Sensibilisierung unserer Kundinnen und Kunden.



- Zusammensetzung des Produktangebotes
- Aspekte des Lebensweges
- Umwelleistungen und Verhalten von Dienstleistern/Lieferanten, Beschaffung und Einkauf

Unsere wichtigsten indirekten Umweltaspekte, ihre Umweltrelevanz und unsere Einflussmöglichkeiten



Zeitschriften und Drucksachen

Unsere Zeitschriften und Drucksachen bestehen überwiegend aus Papier. Nach ihrer Nutzung können sie von den Leserinnen und Lesern dem Altpapierkreislauf zugeführt und stofflich recycelt werden. Dadurch werden wertvolle Ressourcen geschont und der Bedarf an Primärrohstoffen reduziert.



Werbeartikel

Nachhaltigkeit im Bereich der Werbeartikel bleibt eine zentrale Herausforderung. Einschränkende Faktoren sind insbesondere:

- das Spannungsverhältnis zwischen Einkaufs- und Verkaufspreis,
- unser begrenzter Einfluss auf Produktions- und Lieferkettenprozesse – besonders bei Produktionen in Fernost oder anderen Drittstaaten außerhalb der EU,
- die bislang geringe Zahlungsbereitschaft vieler Kundinnen und Kunden für nachhaltig produzierte und höherpreisige Produkte,
- die anhaltend hohe Bedeutung preisgünstiger Streuartikel als wichtiger Umsatzfaktor.

Dennoch haben wir bereits seit 2020 verstärkt nachhaltig produzierte Werbeartikel und Give-aways in unser Portfolio aufgenommen und unser Angebot entsprechend weiterentwickelt. Um das Bewusstsein für nachhaltigere Alternativen zu stärken und unser Engagement transparent darzustellen, informieren wir in unserem Kundenmagazin *wvgw-aktuell* ausführlich über Hintergründe, Nachhaltigkeitskriterien und Umweltschutzmaßnahmen bei der wvgw media.

Außerdem überprüfen wir unser Sortiment regelmäßig und passen es an aktuelle Marktanforderungen an. Darüber hinaus unterliegen unsere Werbeartikel den gesetzlichen Kennzeichnungspflichten gemäß Produktsicherheitsgesetz (ProdSG).

Transparenz im Online-Shop: Besonders umweltschonend produzierte Artikel werden entsprechend gekennzeichnet. Die Kennzeichnung berücksichtigt Kriterien wie ressourcenschonende Herstellung, reduzierten Materialeinsatz sowie möglichst kurze Transportwege und schafft damit Transparenz für Kundinnen und Kunden im Sinne einer nachhaltigen Kaufentscheidung.



Druckproduktion

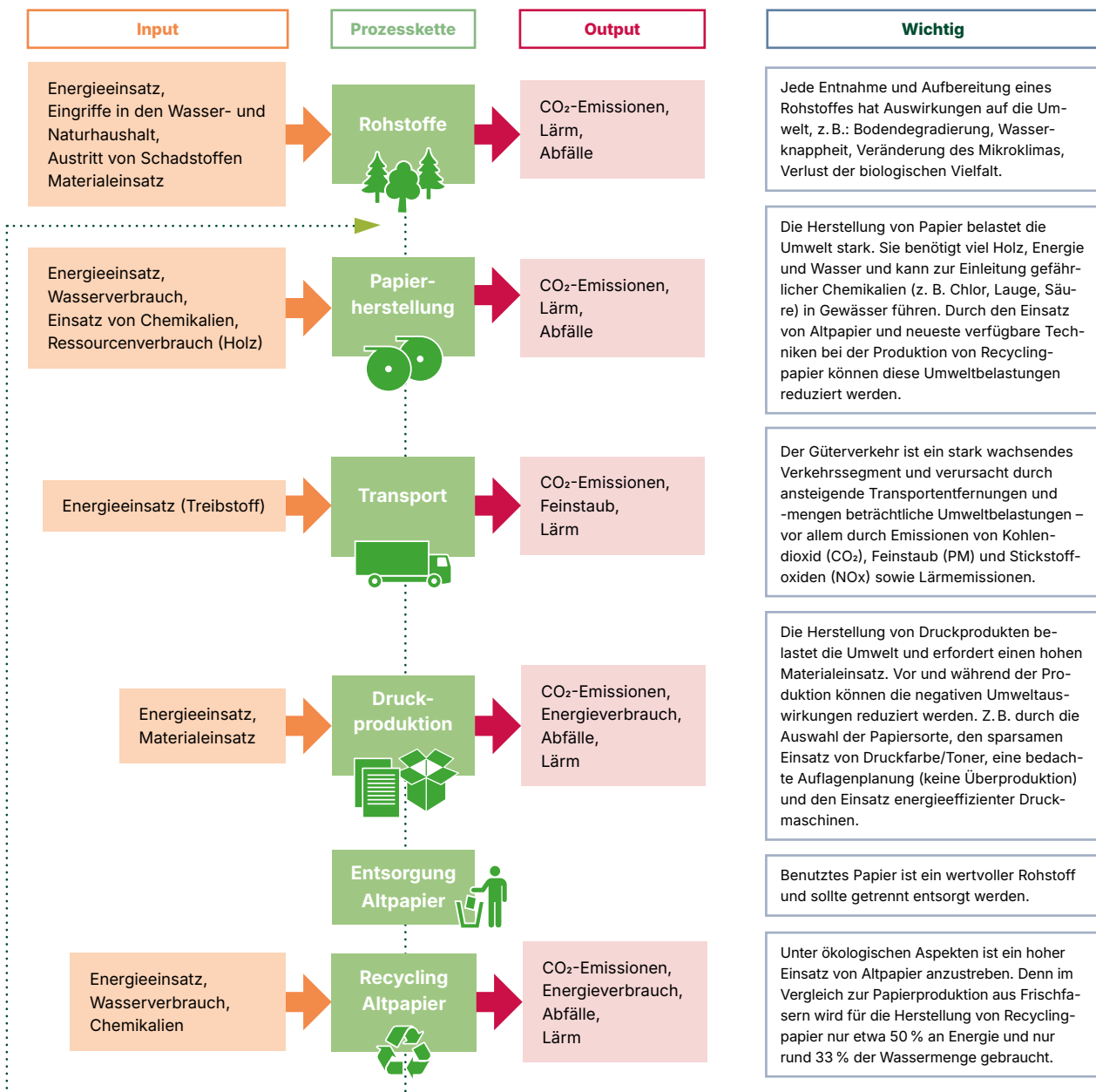
Die umweltschonende Herstellung unserer Druck-erzeugnisse ist eines unserer zentralen Unternehmensziele. Als Verlag für Bücher, Zeitschriften, Broschüren und weitere Printprodukte benötigen wir naturgemäß erhebliche Mengen an Papier. Der verantwortungsvolle und ressourcenschonende Umgang mit Waldökosystemen hat für uns daher hohe Priorität.

In der Produktion setzen wir bevorzugt Papier und Materialien aus nachhaltiger, zertifizierter Forstwirtschaft ein. Seit 2023 stellen wir schrittweise auf Recyclingpapier um und erhöhen dessen Anteil damit kontinuierlich. Damit einher geht ein Rückgang bei „nachhaltigen Papieren“. Seit 2021 verzichten wir zudem komplett auf das Einschweißen unserer Bücher in Folie.

Bereich	Kategorie	2022	2023	2024	2025
Verlagsprodukte	Nachhaltige Papiere	90 %	86 %	52 %	22 %
	Recyclingpapier	-	14 %	48 %	78 %
Zeitschriften	Nachhaltige Papiere	100 %	-	-	-
	Recyclingpapier	-	100 %	100 %	100 %
Fremdaufträge	Nachhaltige Papiere	90 %	84 %	85 %	69 %
	Recyclingpapier	-	16 %	15 %	31 %

Lebenszyklusanalyse Druckerzeugnis

Die Abbildung stellt die Umweltauswirkungen bei der Produktion eines Druckerzeugnisses während des gesamten Lebensweges („von der Wiege bis zur Bahre“) dar. Dazu gehören sämtliche Umweltauswirkungen während der Produktion, der Nutzungsphase und der Entsorgung des Produktes sowie die damit verbundenen vor- und nachgeschalteten Prozesse (z. B. Herstellung der Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe).



Im Rahmen unserer EMAS-Zertifizierung nehmen wir, die wvgw media GmbH, so viel Einfluss wie möglich auf den Lebenszyklus unserer Druckerzeugnisse. Die größten Potenziale haben wir bei der Druckproduktion. Hier können wir z. B. durch eine entsprechende Papierauswahl, den Verzicht auf Folien bei Büchern, eine bedarfsgerechte Produktion und die Zusammenarbeit mit zertifizierten Dienstleistern darauf einwirken, dass Rohstoffe geschont und CO₂-Emissionen reduziert werden. Indem wir unsere eigenen Prozesse immer wieder bewusst betrachten und auch bei unseren Zielgruppen ein Bewusstsein, z. B. für die richtige Entsorgung von Altpapier, schaffen, leisten wir einen wichtigen Beitrag für mehr Umwelt- und Klimaschutz.

Die bei der Herstellung unserer Druckprodukte unvermeidbaren CO₂-Emissionen werden durch uns oder durch unseren externen Druckdienstleister kompensiert. Den Druck unserer Zeitschriften kompensieren wir zu 100 %. Bei Verlagsprodukten zeigt sich nach einem leichten Rückgang in 2023 eine deutliche Steigerung auf 95 % im Jahr 2025. Auch Fremdaufträge kompensieren wir mit 99 % nahezu vollständig.

Bereich	2022	2023	2024	2025
Verlagsprodukte	80 %	76 %	82 %	22 %
Zeitschriften	100 %	100 %	100 %	100 %
Fremdaufträge	80 %	71 %	70 %	95 %



Projekt Togo

Seit September 2023 gleichen wir die unvermeidbaren CO₂-Emissionen unserer Druckprodukte selbst aus. Wir unterstützen ausschließlich das nach dem „**Gold Standard**“ zertifizierte Klimaschutzprojekt „**Project Togo**“ von NatureOffice. Das Projekt verbindet Aufforstung degradierter Flächen mit sozialen Entwicklungsmaßnahmen und trägt zu mehreren Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs) bei.

Durch die Aufforstung mit heimischen Baumarten wird langfristig CO₂ gebunden und die Widerstandsfähigkeit der Ökosysteme gestärkt. Begleitende Maßnahmen wie Brunnenbau, nachhaltige Landwirtschaft sowie Imker- und Frauenkooperativen verbessern gleichzeitig die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung. Insgesamt unterstützt das Projekt 12 der 17 SDGs.

Unsere Bilanz:

Von 2023 bis 2025 haben wir 103,274 Tonnen CO₂-Emissionen kompensiert.

Weitere Informationen unter: natureoffice.com

Mit rund 103 Tonnen CO₂e lassen sich*


* durchschnittlich



53 Mio.
Milchkartons befüllen



271.714
Kilometer fliegen



1 Mio.
Kilometer mit dem Auto fahren (Ø 8,5 l Benzin)



46 Mio.
Zugkilometer zurücklegen

Seit August 2023 produzieren wir die Zeitschrift bbr und seit Januar 2024 auch die ewp nach dem höchsten anerkannten Umweltstandard – dem Umweltzeichen „Blauer Engel“.

Neben dem Einsatz von Recyclingpapier steht der Blaue Engel im Druckbereich für eine umfassend geprüfte, ressourcenschonende und emissionsarme Herstellung von Druckerzeugnissen. Das Umweltzeichen definiert anspruchsvolle Kriterien für Materialien, chemische Bestandteile und Produktionsverfahren.

Der Anteil weiterer Druckerzeugnisse mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ liegt derzeit bei rund einem Prozent. Diesen Anteil wollen wir künftig schrittweise erhöhen und umweltfreundliche Produktionsstandards weiter ausbauen.



Bewusstseinsbildende Kommunikation

Die aktive und bewusstseinsbildende Kommunikation mit Mitarbeitenden, Dienstleistern und Kunden ist uns besonders wichtig. Ziel ist es, in allen Formen der Zusammenarbeit das Verständnis für Umweltschutz und Nachhaltigkeit zu stärken und Impulse für ein verantwortungsvolles Handeln zu geben.

Seit 2025 wird dieser Ansatz durch den regelmäßig erscheinenden Podcast NettoPositiv unterstützt. Darüber hinaus verankern wir mit der Umfirmierung und der damit verbundenen strategischen Neuausrichtung der wvgw media eine verstärkte Nachhaltigkeitsperspektive in unserem Shop sowie auf der Verlags-Homepage. Die Umsetzung ist für das zweite und dritte Quartal 2026 geplant.



Lieferanten, Druckereien und Dienstleister

Wir gleichen Versand-Emissionen aus: An- und Ablieferungen erfolgen überwiegend über Paketdienstleister und Speditionen. Die beim Versand entstehenden CO₂-Emissionen gleichen wir mit Un-

terstützung zertifizierter Klima- und Umweltschutzprojekte aus. Logistikbezogene Emissionen wollen wir kontinuierlich weiter senken. Seit 2021 beteiligen wir uns daher am DHL-Programm GoGreen Plus. Mit diesem Insetting-Ansatz werden Emissionen innerhalb der Transportkette durch Investitionen in nachhaltigere Logistiklösungen reduziert.

Wir produzieren regional: Um lange Transportwege zu vermeiden, produzieren wir unsere Druckerzeugnisse überwiegend in Deutschland und möglichst regional.

Wir verbessern unsere Lieferkette: Alle zwei Jahre führen wir eine Lieferantenbewertung durch. Dabei prüfen wir deren Engagement und Leistungen in den Bereichen Umweltschutz und Nachhaltigkeit. Die Ergebnisse werden ausgewertet und bei der Auftragsvergabe nach Möglichkeit berücksichtigt.

Bei den Druckdienstleistern erkennen wir seit 2022 eine deutliche Verbesserung im Umweltmanagement. Besonders deutlich zeigt sich dies im Anstieg der Zertifizierungen nach Blauem Engel.

Entwicklung der Nachhaltigkeitsstandards bei Druckdienstleistern

Jahr	2022	2024	2026
Angefragte Unternehmen			
Anzahl	9	14	14
zertifizierte Managementsysteme			
EMAS	0	0	0
ISO 14001	0	1	2
ISO 50001	0	1	2
ISO 9001	0	1	2
sonstige Zertifizierungen			
FSC	5	7	7
Blauer-Engel-Produktion	1	3	6
Umweltkonzepte			
Anzahl	2	5	6

Auch bei den Lieferanten der Werbeartikel erkennen wir eine positive Entwicklung. Allerdings haben wir 2026 auch deutlich mehr Lieferanten abgefragt.

Entwicklung der Nachhaltigkeitsstandards bei Werbeartikel-Dienstleistern

Jahr	2024	2026
Angefragte Unternehmen		
Anzahl	17	32
zertifizierte Managementsysteme		
EMAS	0	1
ISO 14001	3	7
ISO 9001	0	2
Umweltkonzepte		
Anzahl	10	20

Umweltschutz bei Dienstleistern

Als Organisation ist es unser Ziel, aktiv zum Umweltschutz beizutragen. Wir orientieren uns dabei an den jeweils bekannten und für uns relevanten Umweltvorschriften und setzen uns für deren Einhaltung im Rahmen unserer Möglichkeiten ein.

Auch von unseren Dienstleistern – insbesondere Handwerksbetrieben – wünschen wir uns, dass sie die jeweils einschlägigen Umweltstandards beachten. Bevor Dienstleister an unseren Standorten tätig werden, bitten wir sie daher, eine entsprechende Verpflichtungserklärung zu unseren Umweltschutzanforderungen, den Grundsätzen des Umweltmanagements sowie den geltenden Unfallverhütungsvorschriften zu unterzeichnen.



Einkauf und Beschaffung

Umweltziele prägen unseren Einkauf: Seit wir unser Umweltmanagementsystem eingeführt haben, spielen unsere Umweltziele und die Grundsätze unserer Umweltpolitik beim Einkauf und bei der Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen eine deutlich größere Rolle. Wir achten stärker auf ökologische Aspekte und die Umweltverträglichkeit unseres Handelns.

Nachhaltigkeitsklausel seit 2022: Im Jahr 2022 haben wir unsere Einkaufsbedingungen um eine verbindliche Nachhaltigkeitsklausel erweitert – einschließlich des Bezugs auf die EMAS-Zertifizierung. Damit verpflichten wir unsere Lieferanten und Dienstleister, entsprechende Umweltstandards zu berücksichtigen und verantwortungsvoll mit Ressourcen umzugehen. Die aktualisierten Einkaufsbedingungen sind auf unserer Website veröffentlicht und für alle Interessierten transparent einsehbar.



Büro- und Hausreinigung

Wir setzen auf nachhaltige Reinigungsmittel: Für die Hausreinigung haben wir eine externe Reinigungsfirma mit entsprechend qualifiziertem Fachpersonal beauftragt. Die bislang eingesetzten Reinigungsmittel haben wir schrittweise durch nachhaltigere und umweltverträglichere Alternativen ersetzt. Dabei achten wir vor allem auf eine gute biologische Abbaubarkeit, eine reduzierte Schadstoffbelastung sowie eine sparsame Dosierung. Unser Ziel ist es, Umwelt- und Gesundheitsbelastungen zu minimieren und gleichzeitig einen hohen Hygienestandard sicherzustellen.

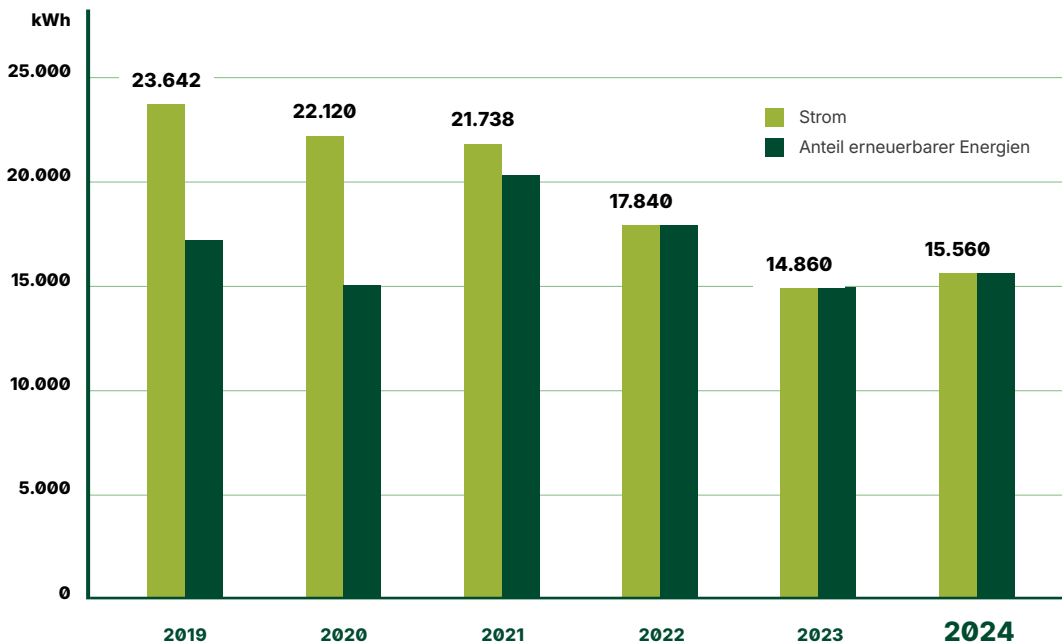
6 Umweltdaten, Zahlen und Fakten

In diesem Kapitel zeigen wir, wie sich unsere wichtigsten Umweltkennzahlen entwickelt haben: Energie, Wasser, Abfall, Papierverbrauch und Emissionen. Diese Zahlen helfen uns, unsere Umwelleistung systematisch zu bewerten und transparent darzustellen. Die Entwicklungen analysieren wir regelmäßig. Wir prüfen, ob wir unsere Ziele erreichen und leiten daraus Maßnahmen ab, um uns kontinuierlich zu verbessern.

Entwicklung Energieverbrauch Strom

Seit 2019 ist unser Energieverbrauch um rund 34 % gesunken. Den bislang niedrigsten Wert haben wir im Jahr 2023 erreicht. Die meiste Energie haben wir durch strukturelle Effizienzmaßnahmen eingespart – darunter die Umrüstung auf LED-Beleuchtung sowie der Einsatz energieeffizienter Laptops.

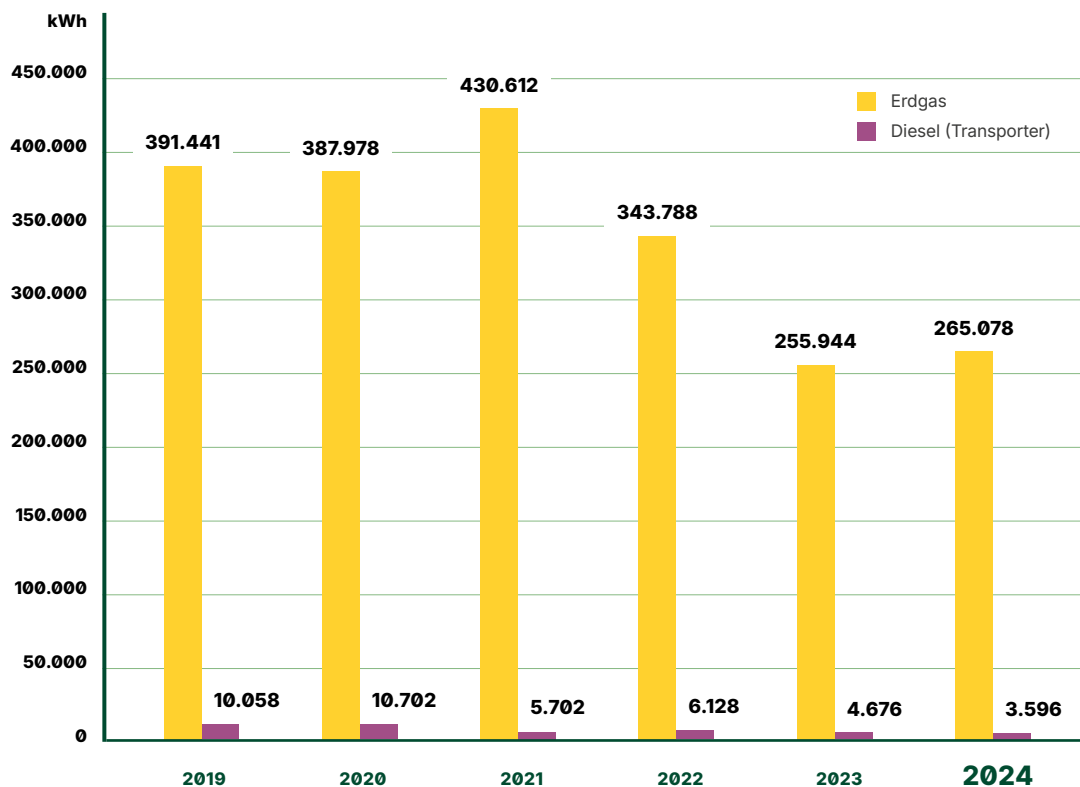
Verbrauch um
rund
34 %
gesunken



Energieverbrauch Wärme und Transport (Erdgas, Diesel)

Seit 2019 ist unser Erdgasverbrauch von 391.441 kWh auf 255.944 kWh deutlich gesunken. Das entspricht rund 34 % weniger Verbrauch. Auslöser ist vor allem der Einbau einer neuen Heizungsanlage in unserem Warenlager im Jahr 2022. Auch unseren Dieserverbrauch (Transporter) haben wir deutlich reduziert. Lag der Verbrauch im Jahr 2019 noch bei 10.058 kWh, betrug er im Jahr 2024 lediglich 3.596 kWh. Das entspricht einer Verringerung um 6.462 kWh bzw. rund 64 %.

64%
weniger
Dieselverbrauch
(Transporter)



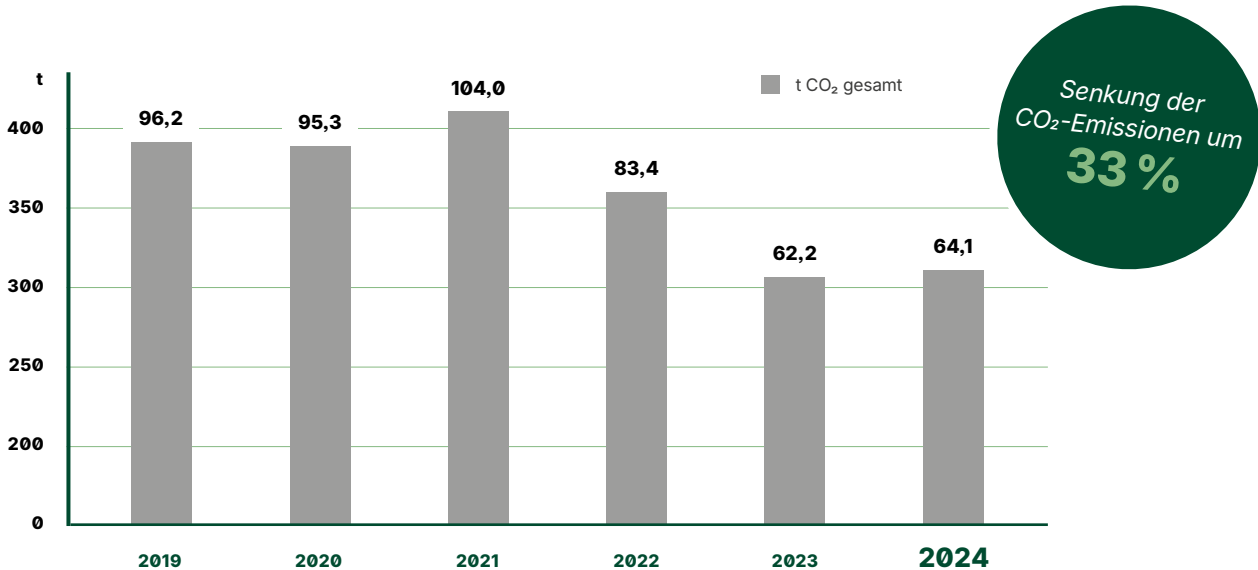
Abkürzungsverzeichnis

BHKW	Blockheizkraftwerk
CO	Kohlenmonoxid
CO₂	Kohlendioxid
Emission	Aussendung von Schadstoffen
Immission	Einwirkung von Schadstoffen
kg	Kilogramm
km	Kilometer
kW	Leistung in Kilowatt

LED	Leuchtmittel aus Leuchtdioden
m	Meter
m²	Quadratmeter
m³	Kubikmeter
MA	Mitarbeitende
MWh	Megawattstunde
kWh	Kilowattstunde

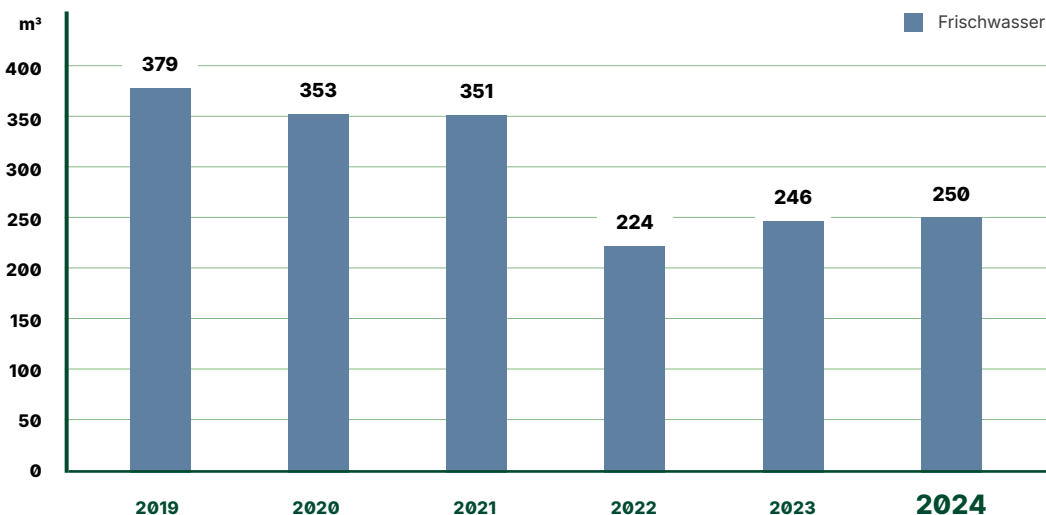
Entwicklung der CO₂-Emissionen

Weniger Energie bedeutet weniger CO₂. Seit 2019 haben wir unsere CO₂-Emissionen um rund 33 % gesenkt. Witterungseinflüsse sind in die Bewertung eingeflossen, um eine belastbare und vergleichbare Datengrundlage sicherzustellen.



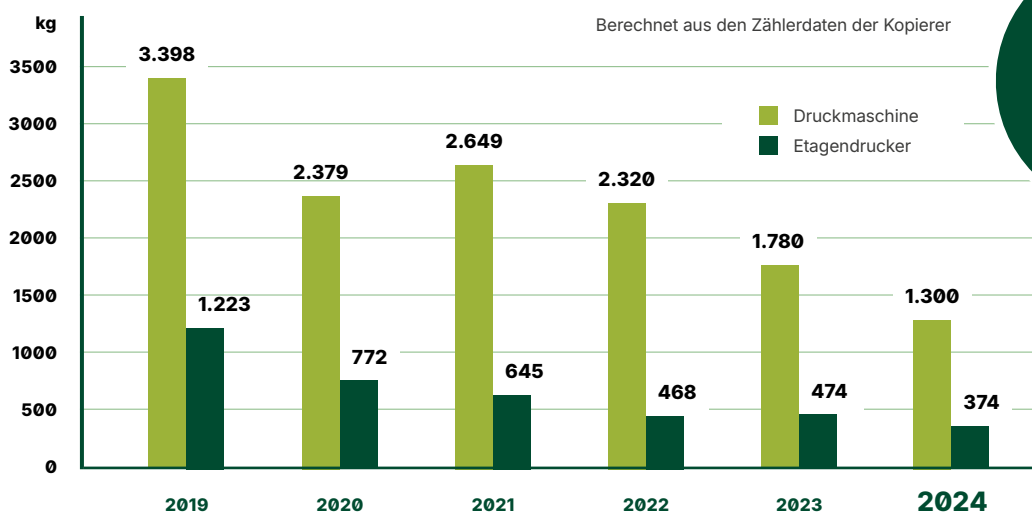
Entwicklung Wasser

Beim Wasserverbrauch können wir die Entwicklung derzeit nicht zuverlässig bewerten. 2024 haben wir festgestellt, dass der erfasste Verbrauch nicht plausibel ist und einer unserer drei Wasserzähler vermutlich falsch gemessen hat. Die Wasserverbrauchsdaten der betroffenen Jahre lassen sich deshalb nur eingeschränkt vergleichen. Der in der untenstehenden Abbildung scheinbare Rückgang des Wasserverbrauchs könnte auf diese fehlerhafte Messung zurückzuführen sein. 2025 wurde der Zähler ausgetauscht. Seither ist die ordnungsgemäße Erfassung des Wasserverbrauchs wieder gewährleistet.



Entwicklung Papierverbrauch

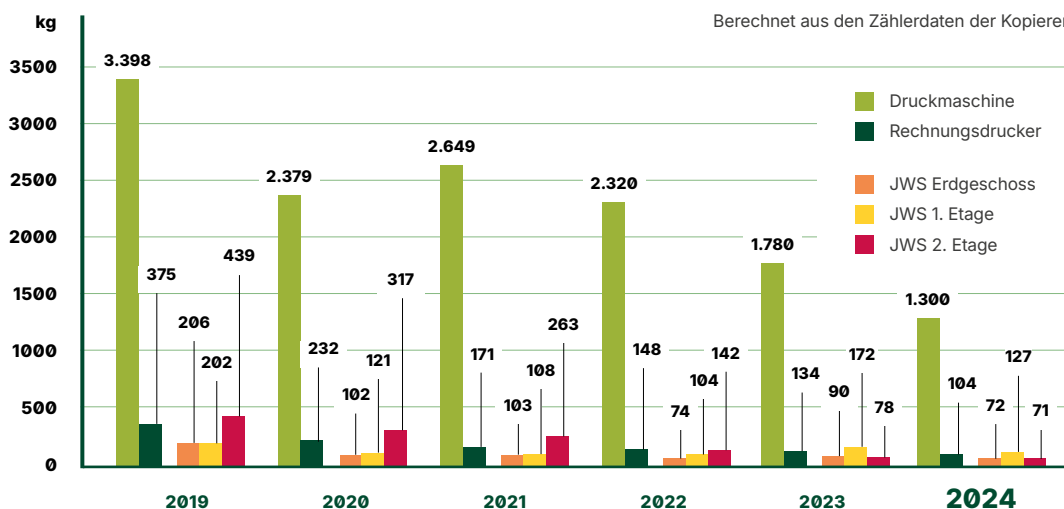
Unser Papierverbrauch ist im Betrachtungszeitraum deutlich gesunken. Lag der Verbrauch im Jahr 2019 noch bei 4.621 kg, haben wir im Jahr 2024 nur noch 1.674 kg benötigt. Dies entspricht einer Einsparung von 2.947 kg bzw. rund 64 %. Vorübergehende Schwankungen sind auftragsbedingt zu erklären – insbesondere durch den Druck des DVGW-Regelwerkes – und stellen keine Abkehr vom insgesamt positiven Trend dar.



Verbrauch um **64%** reduziert

Papierverbrauch an den Standorten und Geräten

Die Grafik gibt einen Überblick über den Papierverbrauch in unserer Organisation von 2019 bis 2024, aufgeschlüsselt nach verschiedenen Ausgabestellen wie Druckmaschine, Rechnungsdrucker und den jeweiligen Etagen. Die Darstellung zeigt die Entwicklung des Papierbedarfs im Zeitverlauf und macht Einsparungen sowie Veränderungen im Verbrauch transparent.



Abfallmengen

Seit 2019 konnten wir unser Gesamtabfallaufkommen um rund 74 % reduzieren. Mischabfälle vermeiden wir heute nahezu vollständig. Die konsequente und strukturell verankerte Abfalltrennung ist fester Bestandteil unserer betrieblichen Abläufe und trägt wesentlich zu dieser positiven Entwicklung bei.

Reduzierung um
74 %

Abfallart	Entsorgung	2019 (kg)	2020 (kg)	2021 (kg)	2022 (kg)	2023 (kg)	2024 (kg)
Altpapier	regelmäßig	22.980	18.930	20.710***	5.130	9.940****	8.180
Altholz/ Einwegpalette		4.660	1.470	1.800			980
Mischabfall		8.110*	-	-	-	-	-
Toner		60	16	16	22	10	10
Elektroschrott	un- regelmäßig	80**	-	-	-	-	-
Kunststoff		-	70**	-	-	-	80
Metallschrott		-	1.340**	-	-	-	-

* Papier/Kunststoff
(Bücher in Folie eingeschweißt)

** Vernichtung Wanderausstellung

*** 11.080 kg
Altakten

**** 2.540 kg
Altakten

Übersicht aller Verbräuche und Emissionswerte

Die nachfolgende Übersicht stellt zentrale Umweltkennzahlen der wvgw media dar. Neben absoluten Verbrauchs- und Emissionswerten sind spezifische Kennzahlen je Mitarbeiter sowie je m² beheizter Fläche ausgewiesen.

Zur Einordnung der Kennzahlen ist zu berücksichtigen, dass diese unterschiedliche Aspekte abbilden: Der Energieverbrauch je Mitarbeiter hängt vor allem mit der Organisationsgröße zusammen, während der

Energieverbrauch je m² stärker die Effizienz des Gebäudebetriebs widerspiegelt. Erst die gemeinsame Betrachtung ermöglicht eine belastbare Bewertung der Entwicklung.

Im betrachteten Zeitraum zeigt sich insgesamt eine rückläufige Entwicklung des Energieverbrauchs. Sowohl die mitarbeiterbezogenen als auch die flächenbezogenen Kennzahlen zeigen eine Verbesserung der Energieeffizienz auf.

Struktur- und Bezugsgröße

Kennzahl	Einheit	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Mitarbeitende Vollzeitstellen (VZ)	Anzahl	36	34	35,75	29,25	30	31
beheizte Gesamtfläche	m ²	1.762	1.762	1.762	1.762	1.762	1.762

Energie, Emissionen und Ressourcen (absolute Werte)

Kennzahl	Einheit	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Energieverbrauch gesamt	MWh	425	421	458	368	275	284
Anteil erneuerbare Energien	%	73	68	91	100	100	100
Wasserverbrauch	m ³	379	353	351	224	246	250
Papierverbrauch Etagendrucker	kg	848	540	474	320	340	270
CO ₂ -Emissionen gesamt	t	96,0	95,0	104,0	83,0	62,0	64,0

Spezifische Umweltkennzahlen (MA = Mitarbeiter)

Kennzahl	Einheit	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Trend
Energieverbrauch je MA	MWh/VZ	11,8	12,4	12,8	12,6	9,2	9,2	↘
spezifischer Energieverbrauch je m ² Fläche	MWh/m ²	0,24	0,24	0,26	0,21	0,16	0,16	↘
CO ₂ -Emissionen je MA	t	2,7	2,8	2,9	2,9	2,1	2,1	↘
Wasserverbrauch je MA	m ³	10,5	10,4	9,8	7,7	8,2	8,1	nicht bewertet
Papier Etagendrucker je MA	kg	23,6	15,9	13,3	10,9	11,3	8,7	↘
Abfall gesamt je MA	t	1,0	0,6	0,6	0,2	0,3	0,3	↘
Bemerkung			Corona-jahr	Corona-jahr				

Gültigkeitserklärung

Der Umweltgutachter Dr. Wolfgang Ulrici, mit der Registrierungsnummer DE-V-0120 zugelassen für die Bereiche (NACE) 18.1 Herstellung von Druckerzeugnissen und 58.19 Sonstiges Verlagswesen (ohne Software), bestätigt die Begutachtung der wvgw mbH / wvgw media GmbH mit dem Hauptstandort in 53113 Bonn, Josef-Wirmer-Straße 3, und dem Warenlager in 53117 Bonn, In den Dauen 6.

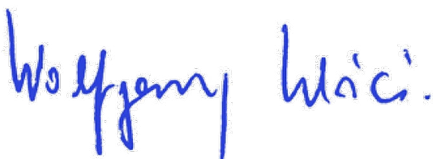
Alle Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 25. November 2009 in der Fassung vom 28.08.2017 und 19.12.2018 über die freiwillige Teilnahme von Organisationen an einem Gemeinschaftssystem für Umweltmanagement und Umweltbetriebsprüfung (EMAS) sind erfüllt.

Mit Unterzeichnung dieser Erklärung wird bestätigt, dass:

- die Begutachtung und Validierung in voller Übereinstimmung mit den Anforderungen der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 in der durch die Verordnung (EU) 2017/1505 und (EU) 2018/2026 der Kommission geänderten Fassung durchgeführt wurden,
- das Ergebnis der Begutachtung und Validierung bestätigt, dass keine Belege für die Nichteinhaltung der geltenden Umweltvorschriften vorliegen und
- die Daten und Angaben der Umwelterklärung ein verlässliches, glaubhaftes und wahrheitsgetreues Bild sämtlicher Tätigkeiten der Organisation geben.

Diese Erklärung kann nicht mit einer EMAS-Registrierung gleichgesetzt werden. Die EMAS-Registrierung kann nur durch eine zuständige Stelle gemäß der Verordnung (EG) Nr. 1221/2009 erfolgen. Diese Erklärung darf nicht als eigenständige Grundlage für die Unterrichtung der Öffentlichkeit verwendet werden.

Bonn, den 13. April 2026



Dr. Wolfgang Ulrici

Umweltgutachter EMAS

Leitender Auditor ISO 9001, 14001, 45001, 50001

Dr. Wolfgang Ulrici

Blücherstr. 13

DE- 53115 Bonn

Impressum

Herausgeber

wvgw mbH / wvgw media GmbH
Geschäftsführer: Stephan Maul

Josef-Wirmer-Straße 3
53123 Bonn

Tel.: +49 228 9191-40

info@wvgw.de

www.wvgw.de

Inhaltliche Verantwortung

Wolfgang Wollensack,
Umweltmanagementbeauftragter

Redaktion

Heike Gruber, Martin Gruber,
Stephan Maul, Wolfgang Wollensack

Gestaltung

Marie Burgmer, Andrea Willers, Peter Bomballa

Bildnachweis

© iStock – calvindexter, Heain Nouwens;

© adobestock – Влада Яковенко, vovan, ylemon,

Chudik; fotolia – andròmina; 17ziele.de; DVGW; wvgw

© Adobe Firefly

Stand: April 2026

Mit der vorliegenden Umwelterklärung wollen wir unsere Mitarbeitenden sowie die interessierte Öffentlichkeit über das Engagement der wvgw media GmbH für Umweltschutz und Nachhaltigkeit informieren und Vertrauen in unsere Tätigkeit schaffen. Wir freuen uns über Fragen, Anregungen oder Hinweise zu dieser Umwelterklärung.

Ihre Ansprechpartner:

Dipl.-Ing. (FH)

Wolfgang Wollensack, ppa.

Leiter Produktmanagement DVGW-Regelwerk

Leiter Einkauf/Produktion

Umweltmanagementbeauftragter

Tel.: +49 228 9191-417

wollensack@wvgw.de

Dipl.-Geogr.

Martin Gruber

Leiter Lager/Logistik

Sicherheitsbeauftragter

Tel.: +49 228 9191-440

mgruber@wvgw.de

Die nächste aktualisierte Umwelterklärung veröffentlichen wir im Februar 2027.

Wir bewegen Wissen.



wvgw mbH / wvgw media GmbH

Josef-Wirmer-Straße 3 · 53123 Bonn

Telefon: 0228 9191-40

E-Mail: info@wvgw.de

shop.wvgw.de