



Deutscher Drucker

SONDERDRUCK



Fr. Ant. Niedermayr gewinnt den Deutschen Nachhaltigkeitspreis 2025



ND | NIEDERMAYR

Leibnizstraße 3 • 93055 Regensburg • www.niedermayr.de • 0941/7872-0

Effizienz plus Blauer Engel

Die Sieger des Deutschen Nachhaltigkeitspreises 2025 für Unternehmen stehen fest. In der Kategorie Druckereien wurde Ende November im Rahmen des 17. Deutschen Nachhaltigkeitstages in Düsseldorf das Regensburger Unternehmen Fr. Ant. Niedermayr ausgezeichnet. **Von Gerd Bergmann**

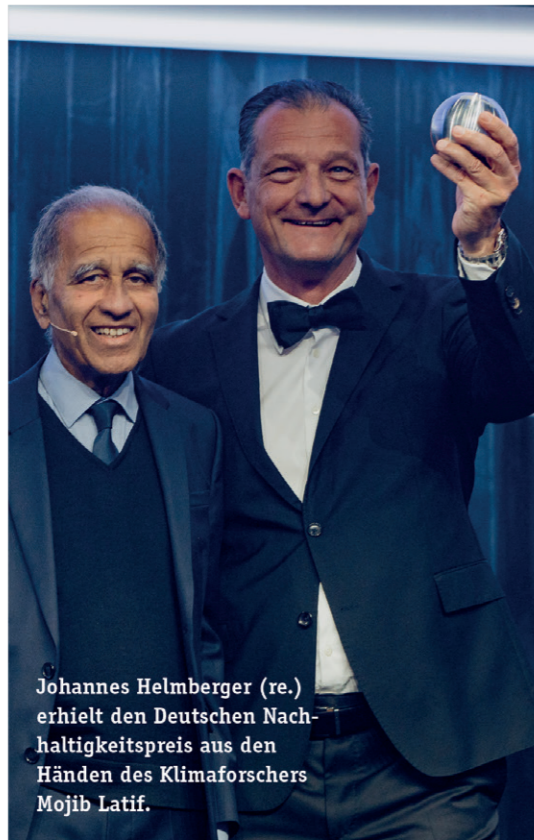
Die 222 Jurymitglieder aus Forschung, Verbänden, Wirtschaft und Zivilgesellschaft haben aus rund 2.000 Kandidaten Gewinner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises in 100 Kategorien ausgewählt. Das Feld der Sieger des DNP für Unternehmen ist vielfältig: International bekannte Konzerne und führende Mittelständler zählen ebenso zu den Preisträgern, wie junge Start-ups und spezialisierte Nischenanbieter.

Für das Segment Druckereien hat eine sechsköpfige Jury entschieden, zu der u.a. Dr. Stefan Schaltegger, Professor für Nachhaltigkeitsmanagement an der CSM Leuphana Universität Lüneburg, Fogra-Institutsleiter Dr. Eduard Neufeld, die BVDU-Umweltschutz-Referentin Julia Rohmann und Unternehmensberater Dr. Johannes Warther von Apenberg & Partner gehörten.

Die weiteren Finalisten neben Fr. Ant. Niedermayr waren die Unternehmen Druckstudio Gruppe (Düsseldorf) und die Cewe Stiftung (Oldenburg). In der Begründung der Jury zur Auswahl von Niedermayr heißt es: „Die Fr. Ant. Niedermayr GmbH & Co. KG hat sich – wie die anderen Sieger des Wettbewerbs – im Finale durchgesetzt, weil das Unternehmen besonders wirksame, beispielhafte Beiträge zur Transformation geleistet, damit Vorbildcharakter erworben und richtige Signale in seine Branche und darüber hinaus gesendet hat.“

„Informationsverarbeitendes Unternehmen“

Die Fr. Ant. Niedermayr GmbH & Co. KG konnte 2023 das 222-jährige Bestehen feiern. Ge-gründet im Jahre 1801, hat sich das Unter-



Johannes Helmberger (re.) erhielt den Deutschen Nachhaltigkeitspreis aus den Händen des Klimaforschers Mojib Latif.

nehmen von einer traditionellen Druckerei zu einem Anbieter im High Volume Rollenoffsetdruck entwickelt.

1989 hatte Johannes Helmberger im Alter von 23 Jahren die Geschäftsführung übernommen und die Traditionsdruckerei kontinuierlich umgebaut – zu einem „informationsverarbeitenden Unternehmen mit Hauptausgabeschwerpunkt Druck“. Um „Systemdienstleistungen rund um die Druckprodukte“ anbieten zu können, betreibt die Unternehmensgruppe auch eine Werbeagentur und beschäftigt Fotografen, Internetspezialisten oder Softwareentwickler. Im Druckbereich sind heute 135 Mitarbeiter für einen der leistungsfähigsten Rollenoffsetbetriebe Eu-

ropas tätig. Auf zwei 96/120-Seiten- und einer 80-Seiten-Linie können im Jahr rund 100.000 Tonnen Papier bedruckt werden. „Da empfinde ich schon eine Verantwortung in Sachen Nachhaltigkeit“, sagt Helmberger.

Nachdem das Unternehmen zunächst – um hochgradig wettbewerbsfähig zu sein – auf schnelle Lieferfähigkeit, eine hohe Produktivität, standardisierte Produktionsabläufe und variable Produktionsmöglichkeiten ausgerichtet worden war, stehen seit einem Jahrzehnt ökologische Faktoren gleichberechtigt neben der Ökonomie. „Wir mussten uns hierbei nicht neu erfinden, sondern haben nur unseren Blickwinkel erweitert“, erklärt Helmberger.

Blauer Engel bereits seit 2016

Die Produktion in Regensburg ist bereits seit 2021 bei den eigenen direkten und indirekten Emissionen (Scoop 1&2) klimaneutral. Im Frühjahr 2020 wurde auf dem Dach des Unternehmens eine Photovoltaik-Anlage aus 5.000 Modulen in Betrieb genommen, die 1.800.000 kWh Strom pro Jahr regenerativ für den Eigenverbrauch erzeugen. Die Energiekosten sind ein Thema, das Helmberger besonders umtreibt: „Die Kosten für energieintensive Unternehmen unserer Branche sind schon enorm hoch und sie werden weiter steigen. Die Energiepreiskapriolen der letzten Jahre waren dann ein weiterer Beleg, wie wichtig eine sichere, aber auch bezahlbare Energieversorgung ist“, so Helmberger, der auch in Wirtschaftsverbänden aktiv ist.

Niedermayr hat zahlreiche Zertifizierungen wie EMAS, ISO9001, 14001 & 50001 und das EU Ecolabel erhalten und tätigt die Berichterstattung nach dem Deutschen Nachhaltigkeitskodex (DNK). Bereits im Jahr 2016 wurde Niedermayr als eine der ersten deutschen Druckereien mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ zertifiziert.

„Durch die Analyse unserer eigenen Werte und auch den Vergleich mit dem Wettbewerb

wollen wir uns permanent verbessern. Dass wir dies nun auch in einer EMAS-Validierung dokumentieren, ist die logische Konsequenz unseres Ansatzes“, unterstreicht der Firmenchef.

Die dort ermittelten Zahlen seien für das Unternehmen hochinteressant und würden den Blick weiten und die Perspektive ändern. Helmberger: „Wir haben bei allen Zertifizierungen viel gelernt und konnten unsere Abläufe immer weiter verbessern. Mittlerweile haben wir eine eigene Abteilung dafür eingerichtet.“ So kümmern sich heute zwei Mitarbeiter um die Themen Zertifizierung und Umwelt und weitere zwei Mitarbeiter um die Themen Effizienz und Digitalisierung.

Glückwünsche des BVDU

In den Glückwünschen von Kirsten Hommelhoff, Hauptgeschäftsführerin des Bundesverbands Druck und Medien, heißt es: „Niedermayr [...] setzt sich seit Jahren für nachhaltige Lösungen in der Druckbranche ein und gestaltet den Weg zu klimaneutralen Druckpro-



Auf dem Dach des Druckzentrums in Regensburg ist eine Photovoltaik-Anlage aus 5.000 Modulen in Betrieb, die 1.800.000 kWh Strom pro Jahr regenerativ für den Eigenverbrauch erzeugen kann.

dukten nicht nur im Arbeitskreis Umweltschutz + Arbeitssicherheit des BVDU aktiv mit. Wenn es um Nachhaltigkeit geht, hat die Druck- und Medienwirtschaft seit vielen Jah-

ren eine Vorreiterrolle in der deutschen Wirtschaft. Gerade deshalb ist es wichtig, dass Druckereien öffentlichkeitswirksam zeigen, wie umweltbewusst sie arbeiten.“

HANDELSWERBUNG UND NACHHALTIGKEIT

Das mit Abstand wichtigste Produkt der Rollenoffsetdruckerei Niedermayr sind Werbeprospekte für den stationären Handel – ein in den vergangenen Jahren heftig diskutiertes Werbemittel. Mehr als 28 Milliarden Werbeprospekte werden den deutschen Haushalten jährlich zugestellt. Umweltverbände kritisieren dies, der Verein „Letzte Werbung“ will gar, dass Werbeprospekte nur noch zugestellt werden dürfen, wenn die Empfänger es ausdrücklich wünschen. Deutscher Drucker fragte deshalb den Gewinner des Deutschen Nachhaltigkeitspreises: Gedruckte Handelswerbung und Nachhaltigkeit – wie passt das zusammen?

Johannes Helmberger: „Im aktuellen wokem Weltbild ist eigentlich alles umstritten, Automobile, Flugreisen, Fleischkonsum, Handzettel usw., eigentlich unsere gesamte Konsumgesellschaft.

Dennoch gibt es alle diese Produkte und sie werden von den Konsumenten und Unter-

nehmen nachgefragt. Der Handzettel ist gerade in der aktuellen Konsumflaute das erfolgreichste Werbemittel, um den Kunden in den Laden zu bekommen. Selbstverständlich ist es auch in unserem Interesse, dass nur der Kunde ihn bekommt, der ihn möchte. Die Praxis mit dem ‚Keine Werbung‘-Aufkleber ermöglicht dies. Eine Optimierung der Verteilqualität wäre in manchen Regionen dennoch sicher möglich.

Da wir in diesem Markt als Massenhersteller tätig sind, haben wir einen großen Hebel

und eine große Verantwortung, die Produktion so umweltfreundlich und nachhaltig zu gestalten, wie es der aktuelle Stand der Technik ermöglicht. Dieser nachhaltige Ansatz geht aber weit über die Druckproduktion hinaus und betrifft das gesamte Unternehmen, das betriebliche Umfeld und die Mitarbeiter. Es ist wichtig, für die Art, wie ein Unternehmen funktionieren kann – unabhängig davon, was es herstellt. Wir stellen uns unserer Verantwortung und wollen zeigen, dass dies möglich ist und dass sich Ökonomie und

Ökologie nicht ausschließen.

Der Nachhaltigkeitspreis würdigt unser Engagement und spornt uns an, noch besser zu werden. Er ermutigt andere, sich auf den Weg zu machen und ist eine Inspiration, sich ohne politischen Zwang mit den Zukunftsthemen dieser Welt auseinanderzusetzen.

Deshalb ist er verdient, richtig und für die Druckindustrie ein wichtiger Impulsgeber.“



Johannes Helmberger vor einer der 96-Seiten Rollenoffsetmaschinen.