

Print kommt an

Print sorgt für Umsatz, Einschaltquoten, Käufer, Wähler, Gäste, Marktanteile, Mieter, Nutzer und Besucher. Und die deutschen Druck- und Medienunternehmen gehören zu den modernsten weltweit: Qualität und Geschwindigkeit der hiesigen Produktionen sind auf höchstem Niveau – von Auflage 1 im Digitaldruck bis zur Millionenaufgabe im Offset.

61 %

der Verbraucherinnen und Verbraucher orientieren sich beim Kauf von Lebensmitteln laut Prospektmonitor 2024 an gedruckten Angebotsprospekten.



64 %

aller Deutschen kaufen sehr häufig oder häufig mit Siegeln gekennzeichnete Lebensmittel.

50 kg

Tiefkühlkost wurden 2024 in Deutschland pro Kopf verbraucht. Nahezu jedes dieser Produkte verlässt die Produktion in einer aufwendig bedruckten Verpackung.



Mit über

30 Millionen

Exemplaren ist Dr. Oetkers
„Schulkochbuch“ seit 1911
das meistverkaufte Kochbuch
der Welt.



0,4 %

beträgt der Verpackungsanteil an der
CO₂-Bilanz eines Stücks Butter. Ohne
Verpackung könnte die Butter verderben,
müsste neu produziert werden und hätte
damit sogar eine höhere CO₂-Bilanz.

90 %

der Deutschen
bevorzugen
in gehobenen
Restaurants nach
wie vor gedruckte
Speisekarten.



164 Millionen

Schokoladen-Weihnachtsmänner
wurden 2024 in Deutschland
hergestellt und so kleidsam wie
sicher bedruckt und verpackt.



90 %

90 % der spontanen
Beurteilung einer Marke
hängen von der Farb-
gebung ab. Verpackungen
in Rot, Orange und Gelb
regen den Appetit an.