

2025 & 2026

Jahresbericht



Bundesverband
Druck + Medien

DEUTSCHLAND



Danke

Der BVDM bedankt sich bei Sappi Europe für die Bereitstellung des Papiers für den BVDM-Jahresbericht 2025/2026. Die vorliegende Publikation wurde auf Magno Volume 130 g/m² gedruckt, für den Umschlag wurde Algro Design 300 g/m² eingesetzt. Beide Papiere sind aus nachhaltiger Forstwirtschaft, produziert von Sappi Europe S.A. Sappi hat sich zur Einhaltung der von den UN definierten Science Based Targets zur Reduzierung der Treibhausgase und zur Erreichung der Klimaziele verpflichtet. Dazu investiert Sappi Europe S.A. bis zum Jahr 2030 jährlich bis zu 100 Mio. Euro. Denn: Wir haben nur eine Erde!

Jahresbericht 2025+2026

Bundesverband
Druck+Medien

DEUTSCHLAND

Zukunft gemeinsam gestalten



Die Druck- und Medienindustrie steht seit jeher im Spannungsfeld wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Veränderungen. Und sie hat immer wieder bewiesen, wie anpassungsfähig und widerstandsfähig sie ist.

Auch die Jahre 2025 und 2026 waren von anspruchsvollen Rahmenbedingungen mit steigenden Kosten, konjunkturellen Unsicherheiten, tiefgreifenden Transformationsprozessen und regulatorischen Veränderungen auf europäischer und nationaler Ebene geprägt. Und doch zeigt sich einmal mehr: Printprodukte sind weiterhin gefragt, und unsere Branche ist resilient.

Die Druckindustrie ist weit mehr als ein Wirtschaftszweig. Sie ist ein unverzichtbarer Bestandteil unserer demokratischen Infrastruktur. Gedruckte Informationen stehen für Verlässlichkeit, Transparenz und Zugang zu Wissen. Das sind Werte, die gerade in Zeiten zunehmender Digitalisierung und Informationsflut immer mehr an Bedeutung gewinnen. Ob Zeitungen, Bücher, Verpackungen oder Informationsmaterialien – unsere Produkte prägen den Alltag und leisten einen entscheidenden Beitrag zur Meinungsbildung und gesellschaftlichen Teilhabe.

Diese Stärke basiert auf dem Engagement und der Innovationskraft unserer Unternehmen. Sie investieren in moderne Technologien, entwickeln nachhaltige Lösungen und passen ihre Geschäftsmodelle kontinuierlich an neue Anforderungen an. Diese Fähigkeit zur Erneuerung macht die Branche krisenfest und zukunftsfähig.

Besonders deutlich wird unsere Stärke im Miteinander. Das Netzwerk des BVDM lebt vom Austausch, von gegenseitiger Unterstützung und vom gemeinsamen Anspruch, die Zukunft der Branche aktiv zu gestalten. Gerade in herausfordernden Zeiten entsteht daraus eine Kraft, die weit über das einzelne Unternehmen hinausgeht. Der BVDM begleitet diesen Weg aktiv. Zielgerichtete Stellungnahmen erreichten im Berichtszeitraum, teilweise im Schulterschluss mit weiteren Verbänden, nationale und internationale politische Akteure. Mitgliedsunternehmen werden in ihrer betrieblichen Praxis durch Leitfäden, Rundschreiben, Handlungsempfehlungen und Veranstaltungen beraten.

Mit Zuversicht blicken wir nach vorn. Denn die Druck- und Medienbranche hat nicht nur eine lange Tradition, sondern vor allem eine starke Zukunft – als innovativer Wirtschaftszweig und tragende Säule unserer demokratischen Gesellschaft.

Gott grüß die Kunst!

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'W. Poppen'.

Ihr Wolfgang Poppen

Präsident des Bundesverbands
Druck und Medien e.V.

Inhaltsverzeichnis

05	Editorial Zukunft gemeinsam gestalten Wolfgang Poppen	5
08	Interview „Wir setzen uns mit starker Stimme für die Brancheninteressen ein.“ Im Gespräch mit Kirsten Hommelhof	8
	Das Jahr in Zahlen und Highlights	10
13	Wir liefern Wirtschaftliche Entwicklung in der Druckindustrie 2025 Produktionswerte in der Druckindustrie Der Werbemarkt in Deutschland Branchendaten des BVDM liefern wichtige Informationen Die Branche trotz Herausforderungen	13 14 16 18 19 20
22	Wir fordern Aus dem Entwaldungsdschungel heraus: EUDR Bundestariftreuegesetz: Mehr Bürokratie als Tarifbindung Digital first: Falscher Ansatz bei Gebrauchsanleitungen EU-Entgelttransparenz-Richtlinie: Stop the Clock! Etiketten für Chemieprodukte: EU-Kommission rudert zurück Fortschritte beim mineralölfreien Zeitungsdruck Gedruckte Packungsbeilagen erhalten Green Claims Directive: Keine Mehrheit Industriestrompreis: Keine Entlastung für die Druckindustrie Kein Quecksilberverbot für UV-Strahler Mindestlohn als politischer Spielball? Umweltwerbung unter EmpCo und UWG Verpackungsrecht: Tiefgreifende Veränderungen	22 24 27 28 29 30 31 32 33 34 36 37 38 39

Wir sichern

Tarifpolitik und Sozialpartnerschaft	40
Moderne Tarifpolitik gestalten	42
Betriebliche Altersversorgung: Neuer tariflicher Arbeitgeberbeitrag	42
Neues Angebot des Zukunftsfonds: Fondsgebundene Direktversicherung	45
Absicherung und Vorsorge	45
BG ETEM: Für einen fairen Gefahrtarif	46
Nachwuchs, Bildung und Fachkräftesicherung	46
Ausbildungs- und Fachkräftesituation: Zahlen, die Orientierung geben	47
BPA: KI und Nachwuchskräftegewinnung in der Berufsbildung	47
Gestaltungswettbewerb des BVDM: Kreativität sichert Zukunft	50
	51

40

Wir unterstützen

AGB für Online-Shops: Fortlaufende Aktualisierung	52
Ausbildung.de: Mehr Sichtbarkeit für Ausbildungsplätze	54
CO ₂ -Rechner der Klimainitiative ist TÜV-Austria zertifiziert	55
KI kauft Druckprodukte	56
Nachhaltigkeitsberichterstattung leicht gemacht	57
Normung für die Druckindustrie	58
Neue Studie: Print schlägt digital im CO ₂ -Vergleich	59
STLB für Getränkeflaschenetiketten auch auf Englisch	60
	61

52

Wir verbinden

Starke Stimme für Print	62
Kampagnen	64
Initiativen	68
Events	70
	72

62

Insights

Präsidium, Ausschüsse und Referate	78
Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienwirtschaft	85
Organisation	86
Impressum	88
	90

78



Im Gespräch mit
Kirsten Hommelhoff,
Hauptgeschäftsführerin
Bundesverband Druck
und Medien e.V.

„Wir setzen uns mit starker Stimme für die Brancheninteressen ein.“

Frau Hommelhoff, der BVDM ist vieles zugleich: Ansprechpartner, Übersetzer, Impulsgeber. Wie würden Sie beschreiben, was der Verband für die Branche leistet?

Im Kern geht es darum, der Branche in einer komplexen Umgebung Halt und Handlungsspielraum zu geben. Der BVDM bündelt sehr unterschiedliche Aufgaben: Wir setzen uns für die wirtschaftlichen und politischen Interessen der Druckindustrie ein, begleiten die Sicherung des Fachkräftebedarfs, verhandeln als Tarif- und Sozialpartner und unterstützen fachlich bei technischen und rechtlichen Fragen. Die Aufgaben greifen natürlich ineinander – zum Glück, denn erst im Zusammenspiel wird sichtbar, welche Rahmenbedingungen für die Branche tatsächlich funktionieren.

Die Druck- und Medienindustrie steht vor weiteren tiefgreifenden Veränderungen. Wirtschaftlicher Druck, technologischer Wandel und zunehmende Regulierung treffen auf eine überwiegend mittelständische Branche. Wie reagiert der BVDM auf diese Entwicklungen?

In Zeiten multipler Krisen und konjunktureller Schwäche braucht es eine starke Stimme und aktive, verlässliche Interessenvertretung. Der BVDM versteht sich deshalb als Brücke zwischen Unternehmen und Politik, national wie europäisch. Wir übersetzen Praxiswissen in politische Argumente und sorgen dafür, dass Anliegen der Branche geschlossen und wirkungsvoll vertreten werden. Unser Ziel ist es, Rahmenbedingungen mitzugestalten, die Investitionen ermögli-

chen, Innovation fördern und die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts sichern.

Wie lässt sich dieser Anspruch in der täglichen Verbandsarbeit umsetzen?

Indem wir uns früh an politischen Prozessen beteiligen und praxisnah argumentieren. Viele zentrale Entscheidungen entstehen heute auf europäischer Ebene oder lange vor der eigentlichen Gesetzgebung. Wir begleiten diese Entwicklungen, analysieren ihre Auswirkungen auf die Betriebe und bringen konkrete, umsetzbare Vorschläge ein. Parallel dazu ist es uns wichtig, unsere Mitgliedsunternehmen mitzunehmen – durch Einordnung, Information und Austausch. Interessenvertretung und Service gehören für uns zusammen.

Woran lässt sich erkennen, dass politische Interessenvertretung tatsächlich Wirkung zeigt?

Politische Arbeit ist oft ein Marathon, bei dem sichtbare Etappenerfolge wichtig sind. Dass sich Beharrlichkeit lohnt, zeigt sich etwa bei der Anpassung einzelner gesetzlicher Regelungen oder bei Fristverlängerungen und Entlastungen für Unternehmen. Ein aktuelles Beispiel ist das Tarifreuegesetz. Hier konnten wir erreichen, dass Lieferaufträge aus dem Anwendungsbereich herausgenommen wurden. Ohne diese Anpassung wären in Deutschland produzierende Unternehmen bei öffentlichen Ausschreibungen gegenüber ausländischen Anbietern benachteiligt worden. Dieser Erfolg ist das Ergebnis intensiver Gespräche. Ebenso wichtig ist natürlich der strukturelle Effekt. Der BVDM wird zunehmend als kompetenter Gesprächspartner wahrgenommen, dessen Einschätzungen in politische Abwägungen einfließen.

In welchen Themenfeldern ist politische Arbeit besonders notwendig?

Ein zentrales Thema unserer politischen Arbeit ist es, Bürokratie zu begrenzen und für verlässliche, praktikable Regeln zu sorgen. Regulierung muss die Realität vor allem mittelständischer Unternehmen berücksichtigen und darf Investitionen nicht ausbremsen. Im letzten Jahr wurde nach intensiver Lobbyarbeit, zahlreichen Stellungnahmen, Positionspapieren und Absprachen beispielsweise die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) um ein Jahr verschoben, zusätzliche komplizierte Regelungen zur Datenweitergabe entlang der Lieferkette

wurden aus dem Gesetz gestrichen. Gerade für kleine und mittlere Unternehmen war dies ein entscheidender Schritt, um unverhältnismäßige Belastungen zu vermeiden.

Warum ist die politische Sichtbarkeit für die Druck- und Medienindustrie so entscheidend?

Weil politische Entscheidungen unmittelbare Auswirkungen auf Investitionen, Kostenstrukturen und unternehmerische Spielräume haben. Gleichzeitig wird die Bedeutung der Druckindustrie häufig unterschätzt. Dies lässt sich auch mit Blick auf den Industriestrompreis beobachten. Die Benachteiligung der Druckbranche ist wirtschaftspolitisch nicht zu rechtfertigen und gefährdet Arbeitsplätze sowie die langfristige Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen, die zum Kernbestand der deutschen Wirtschaft sowie der Medien- und Kommunikationsinfrastruktur gehören. In einem offenen Dialog mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie und anderen politischen Vertretern setzen wir uns deshalb dafür ein, dass die Druckbranche als energieintensive Industrie bei Entlastungsmaßnahmen angemessen berücksichtigt wird.

Welche Rolle spielt dabei die europäische Zusammenarbeit, etwa mit Intergraf?

Eine sehr große. Viele Weichenstellungen für unsere Branche werden in Brüssel vorgenommen. In diesen Prozessen ist es entscheidend, frühzeitig präsent zu sein und mit einer abgestimmten Position aufzutreten. Die Zusammenarbeit mit Intergraf ermöglicht es uns, nationale Erfahrungen zu bündeln und

auf europäischer Ebene wirksam einzubringen. Das erhöht die Wahrnehmung der Branche und die Qualität des Dialogs mit politischen Akteuren.

Wo sehen Sie aktuell die größten Aufgaben für den BVDM?

Die zentralen Herausforderungen liegen derzeit vor allem in den Belastungen des Wirtschaftsstandorts Deutschland. Hohe Energie- und Standortkosten sowie zunehmender regulatorischer Aufwand wirken sich unmittelbar auf Wettbewerbsfähigkeit und Investitionsbereitschaft aus, gerade im Mittelstand. Wir setzen uns für Rahmenbedingungen ein, die wirtschaftlich tragfähig und langfristig verlässlich sind. Das erfordert einen langen Atem und den kontinuierlichen Dialog mit politischen Entscheidungsträgern auf nationaler und europäischer Ebene.

Mit welchem Anspruch blickt der BVDM nach vorn?

Nicht nur gesetzliche Rahmenbedingungen verändern sich stetig, es entstehen neue Technologien, Märkte und Marktteilnehmer wandeln sich. Umso wichtiger ist eine starke Stimme, die Kontinuität schafft und Orientierung gibt. Dafür werden wir auch künftig frühzeitig Stellung beziehen, Allianzen suchen und die Perspektive unserer Mitgliedsunternehmen konsequent in politische Prozesse einbringen. Die bisherigen Erfolge zeigen, dass sich unser Engagement lohnt. Doch sie sind zugleich Ansporn, den Dialog weiter zu intensivieren. Wenn wir als Branche sichtbar sind, können wir unsere Zukunft aktiv mitgestalten.

Das Jahr in Zahlen und Highlights

88,5 %

Verwertungsquote bei grafischen Papieren belegen den Erfolg der Arbeitsgemeinschaft Grafische Papiere (AGRAPA). Der BVDM stärkt damit die Kreislaufwirtschaft.

Seit dem 1. August 2025 sorgt die aktualisierte **BVDM-Richtlinie für Beilagen** für klare Vorgaben und reibungslose Verarbeitung in Zeitungsdruckereien.



Der BVDM setzt sich für ein komplementäres Modell ein: **Die gedruckte Packungsbeilage** muss neben der elektronischen Arzneimittelinformation parallel verfügbar bleiben.



Auszubildende zeigen ihr gestalterisches Können beim Gestaltungswettbewerb der Druck- und Medienverbände. Seit 35 Jahren wird auf diese Weise kreativer Nachwuchs gefördert.

3.500

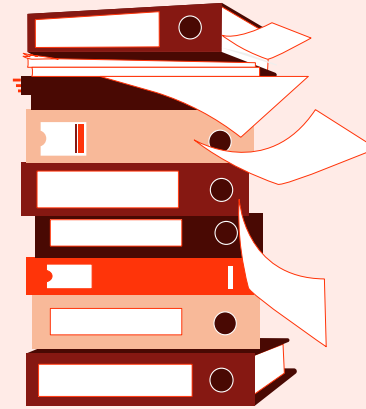
Bäume pflanzt die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände im März 2026 stellvertretend für teilnehmende Unternehmen und setzt damit ein Zeichen für aktiven Klimaschutz.



Durch erfolgreiche Verbandsarbeit tritt die **EU-Entwaldungsverordnung (EUDR)** erst Ende 2026 in Kraft mit spürbaren Entlastungen für die Druck- und Medienbranche.

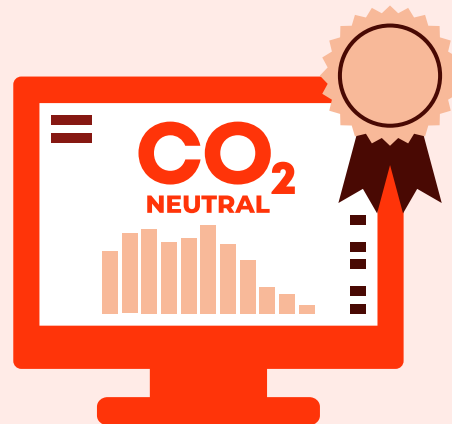
Eine vom BVDM mitgetragene LCA-Studie vergleicht das Treibhausaspotenzial von Print- und Onlinewerbung und zeigt:

Gedruckte Werbeprospekte haben – bezogen auf eine Million Impressionen – einen fünfmal geringeren Fußabdruck als Onlineprospekte im PDF-Format.



Der BVDM macht Handlungsbedarf deutlich: Die PPWR bringt ab Sommer 2026 hohe Bürokratie und Dokumentationslasten für Betriebe.

Der CO₂-Rechner der Klimainitiative wurde 2026 vom TÜV-Austria zertifiziert und erfüllt damit offiziell internationale Bilanzierungsstandards.



900

Teilnehmenden vermittelte der BVDM mit den digitalen **infoKompakt-Veranstaltungen** im Berichtszeitraum praxisnahes Wissen zu aktuellen Branchenthemen.

37.500

Euro pro Jahr könnte die **Entlastung für eine mittelständische Druckerei** sein. Gegenüber der Politik hat sich der BVDM für einen Industriestrompreis für die Druckindustrie eingesetzt.





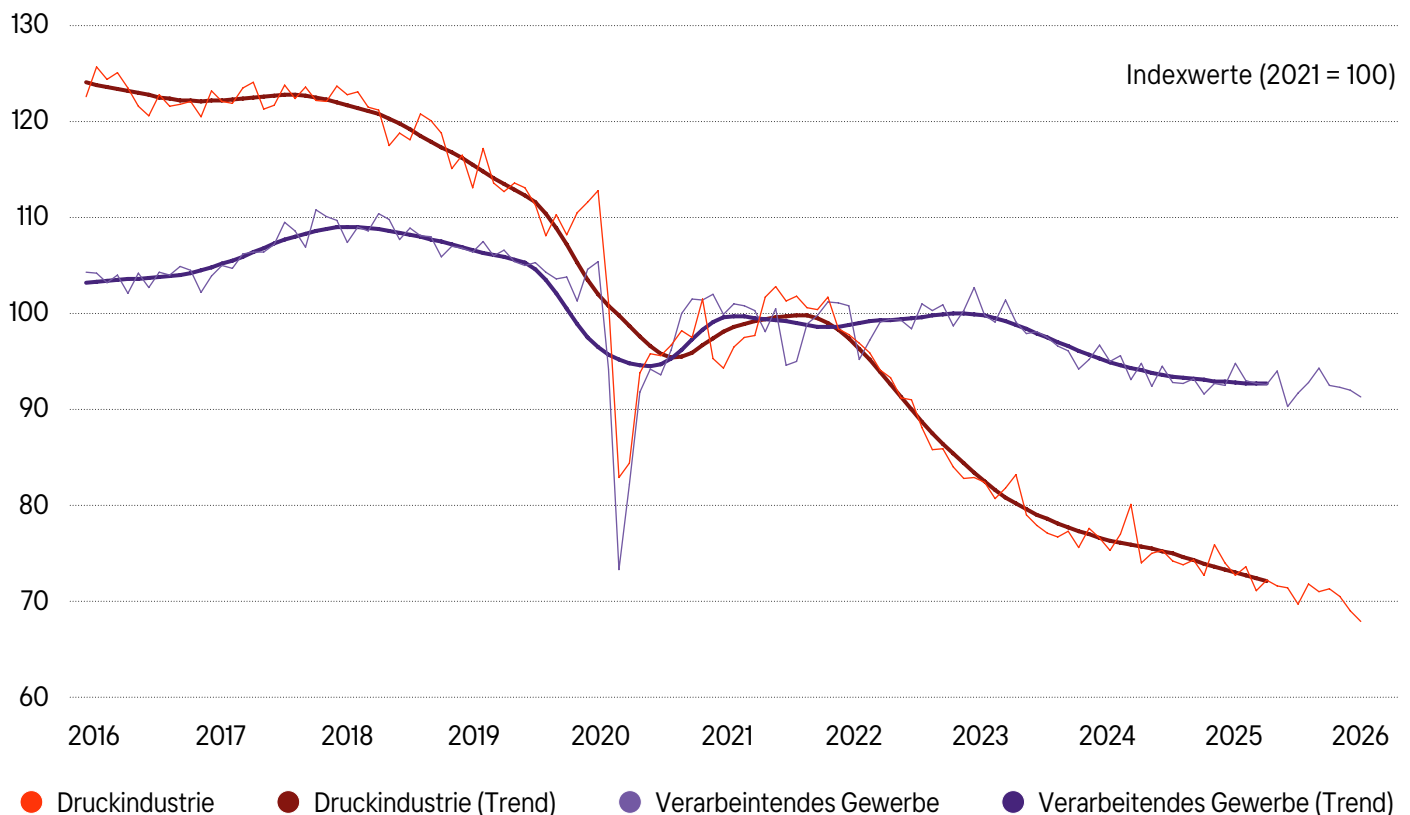
Wir liefern

Branchendaten
zur wirtschaftlichen
Lage

Wirtschaftliche Entwicklung in der Druckindustrie 2025

Nach zwei Rezessionsjahren in Folge zeigte die deutsche Wirtschaft 2025 erstmals wieder ein leichtes Wachstum. Für die Druckindustrie war das Jahr dennoch herausfordernd, weil die Branche weiterhin mit den Auswirkungen globaler Krisen, der Energiekrise und einer schwachen Nachfrage kämpft.

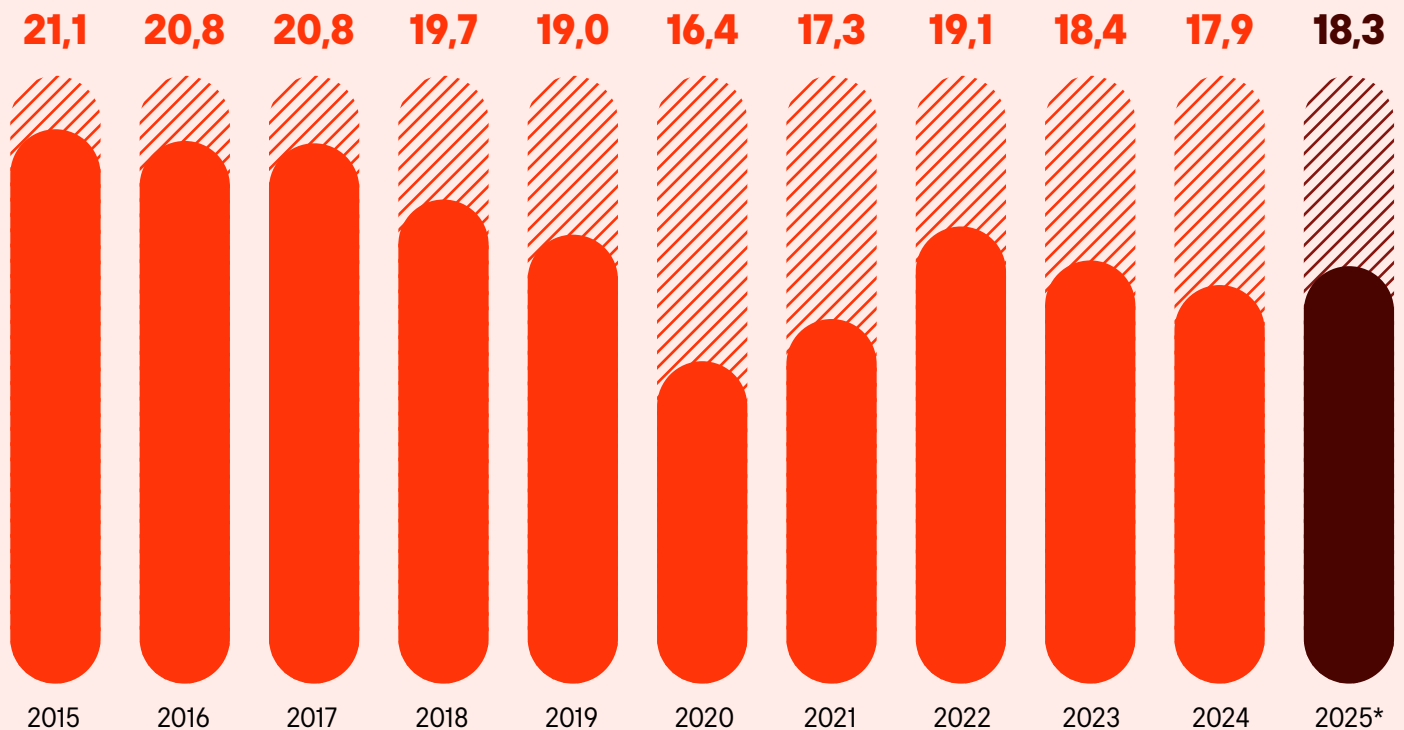
Produktionsindex Druckindustrie und Verarbeitendes Gewerbe, Januar 2016 – März 2026



Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Mai 2026, Berechnungen und Darstellung: BVDM

Umsatzentwicklung in der Druckindustrie 2015–2025*

Umsatz in Mrd. Euro



Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Februar 2026, Anmerkung: * Prognose für 2025, Berechnungen und Darstellung: BVDM

Strukturwandel und Krisen belasten die Produktion

Der vom Statistischen Bundesamt berechnete Produktionsindex sank 2025 um 4,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr und liegt damit rund 28 Prozent unter dem Produktionsniveau von 2021. Die Druckindustrie spürt weiterhin die Folgen von Strukturwandel und externen Schocks, insbesondere der Coronapandemie und der aus dem russischen Angriff auf die Ukraine resultierenden Energiekrise. Die Auftragslage bleibt angespannt, und auch die Kapazitätsauslastung ist mit durchschnittlich 74,9 Prozent auf den niedrigsten Stand seit Messung der Zeitreihe gesunken.

Umsätze mit vorsichtigen Zuwächsen

Die Umsätze der letzten Jahre waren von Schwankungen geprägt und damit ein Spiegelbild der multiplen Krisen und wirtschaftlichen Situation Deutschlands insgesamt. Dennoch fiel die Umsatzentwicklung zuletzt besser als erwartet aus. Für das Jahr 2024 erzielten die Druck- und Medienbetriebe einen tatsächlichen Umsatz von 17,9 Mrd. Euro, während die Prognose des BVDM noch von 16,8 Mrd. Euro ausgegangen war. Für 2025 prognostiziert der BVDM einen Anstieg auf 18,3 Mrd. Euro, was einem Zuwachs von 2,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht.

Produktionswerte in der Druckindustrie

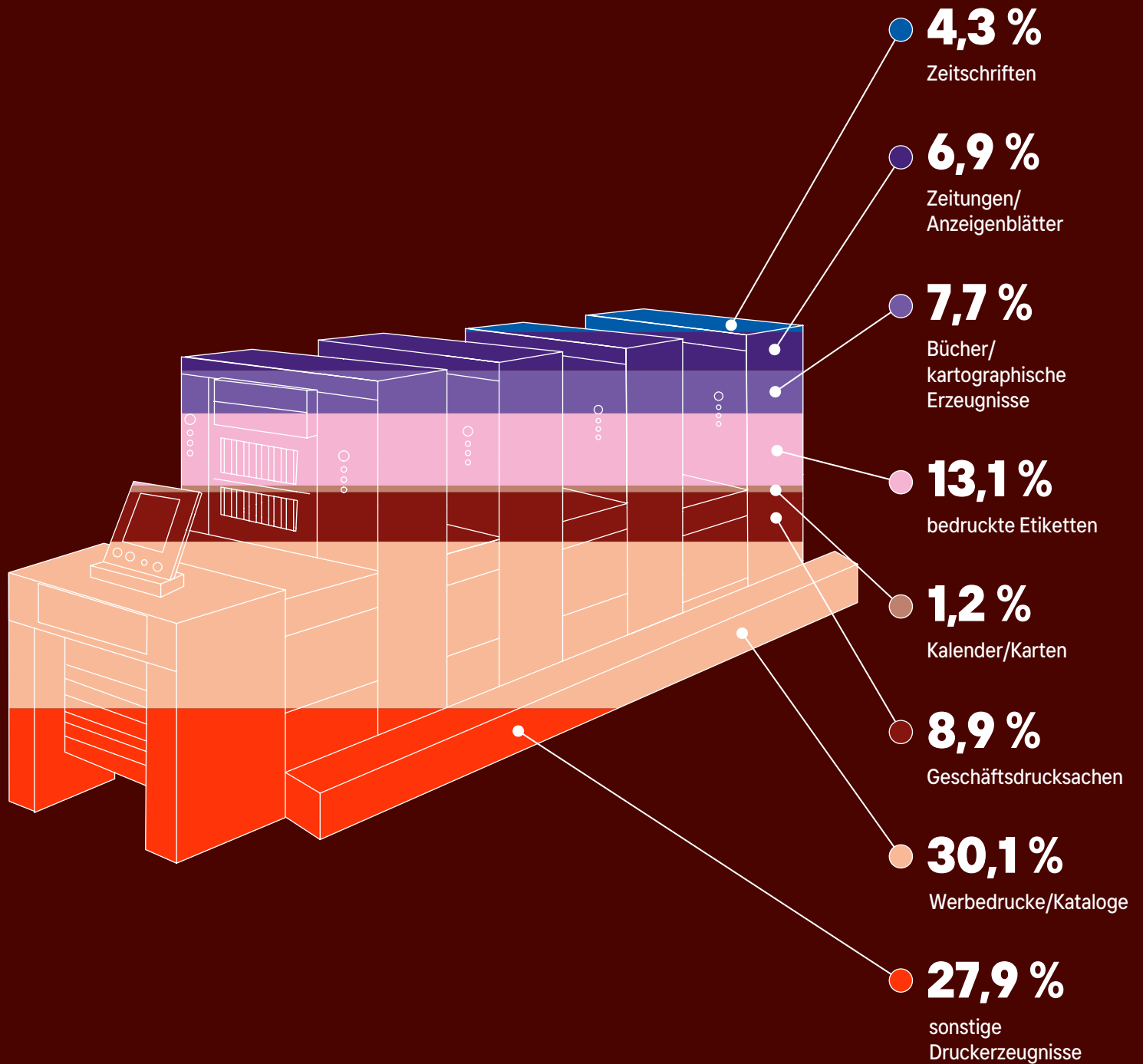
Die Produktionswerte von Druckerzeugnissen und Druckdienstleistungen gingen 2025 um 3,1 Prozent auf insgesamt 12,2 Mrd. Euro zurück. Die Entwicklung verlief dabei je nach Segment sehr unterschiedlich.

Das wertmäßig größte Segment Werbedrucke und Kataloge verzeichnete einen Rückgang von 6,9 Prozent (247 Mio. Euro). Innerhalb dieses Segments ging die Produktion von Prospekten um 9,4 Prozent (140 Mio. Euro) zurück, während Mailings sogar einen Rückgang von 16,4 Prozent hinnehmen mussten. Plakate entwickelten sich hingegen leicht positiv und legten um 1,8 Prozent zu. Insgesamt reagiert dieses Segment besonders sensibel auf die konjunkturelle Lage und leidet merklich unter der schwachen gesamtwirtschaftlichen Entwicklung sowie unter mit dem Kostendruck einhergehenden Einsparungen bzw. der Verlagerung von Werbeausgaben in andere Formate.

Bei den Zeitschriften sank der Produktionswert gegenüber dem Vorjahr um 24,6 Prozent. Dieser starke Rückgang ist auch statistisch bedingt: Zeitschriften aus dem Tiefdruck werden seit dem Jahr 2025 nicht mehr separat erfasst, sondern der Sammelkategorie „Andere Drucke“ zugeordnet. Berücksichtigt man diese statistische Änderung, haben Zeitschriften lediglich 7,9 Prozent eingebüßt.

Stabil zeigte sich der Etikettendruck, der im Vergleich zum Vorjahr einen leichten Zuwachs von 0,5 Prozent verzeichnete. Das Segment „sonstige Druckerzeugnisse“ legte mit einem Wachstum von 7,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr stark zu. Dies ist zum einen auf die statistische Verschiebung von Zeitschriften zurückzuführen, zum anderen auf die positive Entwicklung der Kategorie „Bedrucken von anderen Materialien als Papier“, die um 7,6 Prozent zulegen konnte. Auch die Sammelkategorie „Andere Drucke“, in der unter anderem Produkte wie im Tiefdruckverfahren hergestellte Zeitschriften und Wörterbücher erfasst werden, konnte einen Zuwachs von 7,4 Prozent verzeichnen.

Produktstruktur der deutschen Druckindustrie 2025



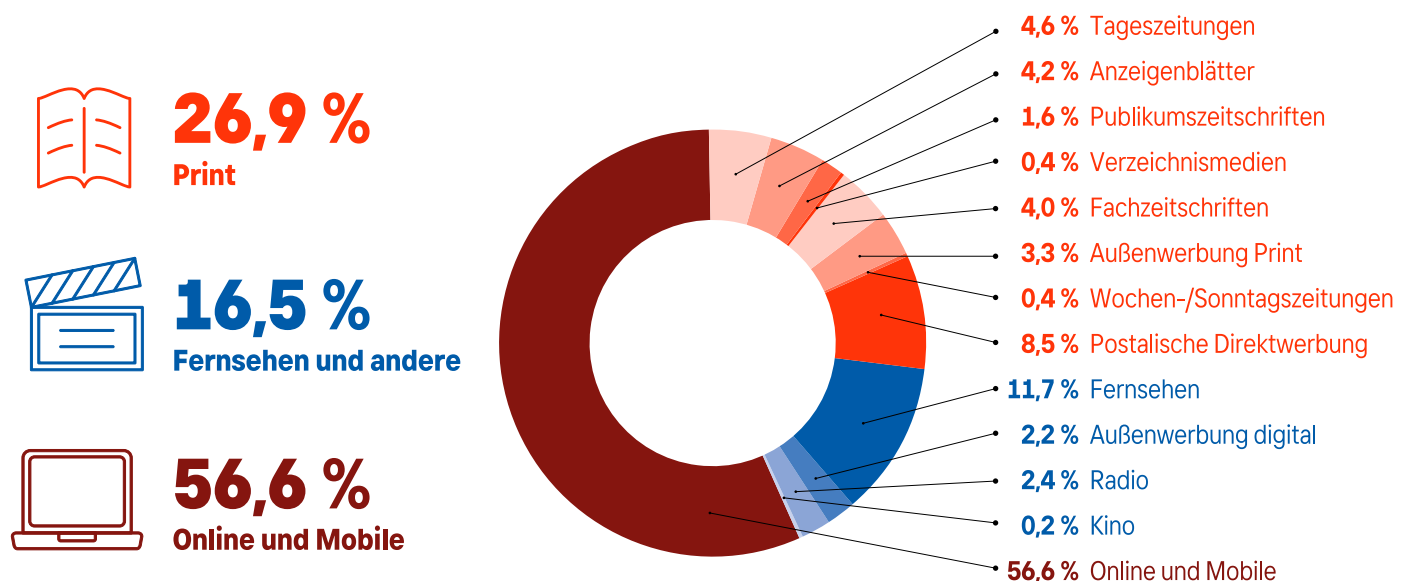
Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: Mai 2026, Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten, Berechnungen: BVDM

Die Nettowerbeeinnahmen 2025 im Überblick

Die Nettowerbeeinnahmen werden jährlich vom Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW) veröffentlicht und geben die tatsächlich erhaltenen Werbeeinnahmen wieder.

Die aktuelle Statistik der ZAW zeigt zunächst ein positives Bild, denn die gesamten Einnahmen sind im Jahr 2025 um 4,3 Prozent bzw. 1,2 Mrd. Euro gestiegen. Wesentlicher Wachstumstreiber bleibt der digitale Sektor, insbesondere die Online- und Mobile-Werbung mit einem Zuwachs von 13,1 Prozent. Demgegenüber verzeichneten die ausgewiesenen Printwerbepformate ein Minus von 4,5 Prozent. Damit reduziert sich der Anteil der Printeinnahmen an den Gesamteinnahmen gegenüber dem Vorjahr um 2,4 Prozentpunkte auf 26,9 Prozent. Besonders stark sind hierbei Einnahmen aus Verzeichnismedien (- 43,5 Prozent), Publikumszeitschriften (- 14,7 Prozent), Tageszeitungen (-9,0 Prozent)

sowie aus Fachzeitschriften (- 7,3 Prozent) gesunken. Wertmäßig machen die Verluste bei Tageszeitungen (31,7 Prozent) und Verzeichnismedien (24,0 Prozent) den Hauptteil der Rückgänge aus. Einnahmen aus Anzeigenblättern sind nur minimal zurückgegangen (-1,0 Prozent). Es gibt allerdings auch positive Nachrichten: Die Einnahmen aus Wochen- und Sonntagszeitungen stiegen gegenüber dem Vorjahr deutlich um 12,1 Prozent. Auch Print-Außenwerbung konnte mit 1,2 Prozent ein leichtes Wachstum verbuchen, während postalische Direktwerbung mit einem Plus von 0,8 Prozent nahezu auf dem Vorjahresniveau blieb.



Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW), Anmerkungen: Vorläufige Werte, Rundungsabweichungen möglich, Datenstand: Mai 2026, Berechnungen und Darstellung: BVDM

Branchendaten des BVDM liefern wichtige Informationen

Der BVDM nimmt als zentraler Wirtschaftsverband der Druck- und Medienbranche eine Schlüsselrolle als verlässlicher Informationsgeber ein.

Gerade in wirtschaftlich herausfordernden Zeiten stellt er Entscheidungsträgern eine fundierte und objektive Datengrundlage bereit, die Orientierung und Planungssicherheit ermöglicht. Kern dieser Funktion ist die systematische Aufbereitung und Analyse branchenspezifischer Wirtschaftsdaten. Der BVDM veröffentlicht jährlich einen umfassenden Branchenbericht, der auf amtlichen Statistiken basiert und durch detaillierte Auswertungen, Kennzahlen sowie Einordnungen relevanter Entwicklungen ergänzt wird.

Neben dem überwiegend auf amtlichen Daten beruhenden Branchenbericht führt der BVDM zusätzlich jährlich eine umfangreiche Befragung der Betriebe zur wirtschaftlichen Lage durch, um die amtlichen Zahlen mit einem Blick in die Druck- und Medienwirtschaft zu erweitern.

Ergänzt wird dieses Informationsangebot durch eine quartalsweise kommentierte Analyse zentraler Konjunkturindikatoren der Druckindustrie sowie das monatlich erscheinende Konjunkturtelegramm. Auf

diese Weise schafft der BVDM eine breit gefächerte und ausgewogene Datenbasis – von langfristigen strukturellen Entwicklungen bis hin zur frühzeitigen Identifikation aktueller Trends.

Diese kontinuierliche Datenerhebung und -auswertung bildet die Grundlage für fundierte Analysen und belastbare Prognosen, die von hoher Präzision und Objektivität gekennzeichnet sind. Als Wirtschaftsverband stellt der BVDM damit nicht nur Zahlen bereit, sondern liefert gerade in volatilen wirtschaftlichen Zeiten verlässliche Entscheidungsgrundlagen sowie vertiefte und verlässliche Einblicke in die Situation der Branche für die Landesverbände, Organisationen entlang der Wertschöpfungskette Print, Unternehmen, Journalistinnen und Journalisten, politische Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger sowie Finanz- und Wirtschaftsvertreterinnen und -vertreter.

Die Branche trotz Herausforderungen

Die Ergebnisse der neunten Branchenumfrage des BVDM zeigen, dass sich die Druck- und Medienbetriebe weiterhin in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten befinden. Dennoch hat sich die Lage im Vergleich zum vorherigen Jahr etwas entspannt. Die Erwartungen für 2026 fallen zudem insgesamt etwas optimistischer aus.

Gewinn- und Umsatzrückgang schwächt ab

Auch im Jahr 2025 war die Branche, wie bereits in den Vorjahren, von Gewinn- und Umsatzrückgängen geprägt. Diese fielen jedoch geringer als zuvor aus. Dennoch gibt es viele Unternehmen mit negativen Entwicklungen in den Bereichen Umsatz (43 Prozent), Absatz (42 Prozent) und Gewinn (47 Prozent). Gleichzeitig blickt die Branche etwas optimistischer in die Zukunft als noch im Jahr zuvor. Die Salden haben sich bei den Umsatz-, Gewinn- und Absatzerwartungen verbessert. Bei den Umsatzerwartungen ist sogar ein positiver Saldo (+1 Prozentpunkt) vorhanden, und mehr Unternehmen gehen von steigenden als von fallenden Umsätzen aus. Auch der Anteil der Unternehmen, die mit starken Zuwächsen von mehr als 10 Prozent rechnen, sind leicht gestiegen.

Risiken und Chancen für die zukünftige Branchenentwicklung

Für die Erwartungen an die zukünftige Entwicklung der Branche sind insbesondere die von den Unternehmen identifizierten Geschäftsrisiken und -chancen für die kommenden Jahre von Bedeutung. Vor dem Hintergrund der anhaltenden schwachen Nachfrage und der daraus resultierenden schwachen Auftragslage steht, wie auch im Jahr

zuvor, der Auftrags- und Umsatzrückgang an erster Stelle. Mit 81 Prozent bewertete die überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen dieses Risiko als zentral für die wirtschaftliche Entwicklung der kommenden Jahre. An zweiter Stelle folgen mit 67 Prozent steigende Lieferantenpreise. Die Befürchtungen durch den seit Februar 2026 anhaltenden Konflikt zwischen dem Iran, Israel und den USA spiegeln sich in der Umfrage wider. Der durch die Blockade der Straße von Hormus stark gestiegene Ölpreis beeinflusst zum einen Druckfarben, weil sich sowohl rohölbasierte Ausgangsstoffe als auch die Energiekosten in der Produktion deutlich erhöhen. Zum anderen erhöhen die gestiegenen Transportkosten die Papierpreise. Als weitere Risiken benannten die Befragten sowohl die Kosten durch Bürokratie (58 Prozent) als auch steigende Arbeitskosten (55 Prozent).

Mit Blick auf die Frage nach den größten wirtschaftlichen Entwicklungschancen der Unternehmen in den kommenden Jahren ergibt sich ein ähnliches Bild wie im Vorjahr: Als aussichtsreichste Perspektive werden weiterhin ergänzende Dienstleistungen rund um das Druckprodukt gesehen, 49 Prozent der befragten Unternehmen bewerten dieses Geschäftsfeld als besonders vielversprechend. Ebenfalls 49 Prozent erkennen großes Potenzial in der Stärkung von Kooperationen mit anderen Unternehmen. Knapp dahinter folgt die Spezialisierung

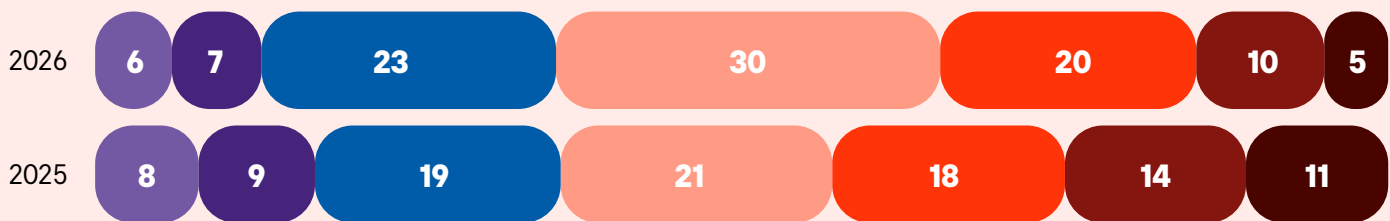
auf ein oder mehrere Nischenprodukte, die für 48 Prozent der Unternehmen eine vielversprechende Chance darstellt. Auch die Implementierung von künstlicher Intelligenz in die Prozesse und damit verbundene Effizienzgewinne werden immer wichtiger für die Unternehmen. Während in der letzten

Umfrage noch 27 Prozent der Unternehmen eine Chance darin sahen, waren es dieses Jahr bereits 34 Prozent. Generell setzt mit 47 Prozent mittlerweile fast die Hälfte der Befragten in ihrem Unternehmen KI ein – eine Steigerung von mehr als 10 Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr (34 Prozent).

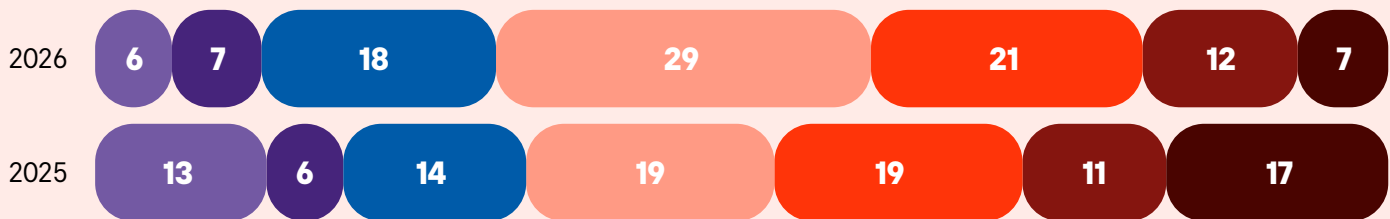
Erwartete/tatsächliche Entwicklung von ausgewählten Kernindikatoren der Druckindustrie für das Jahr 2025/2026

Entwicklung in Prozent

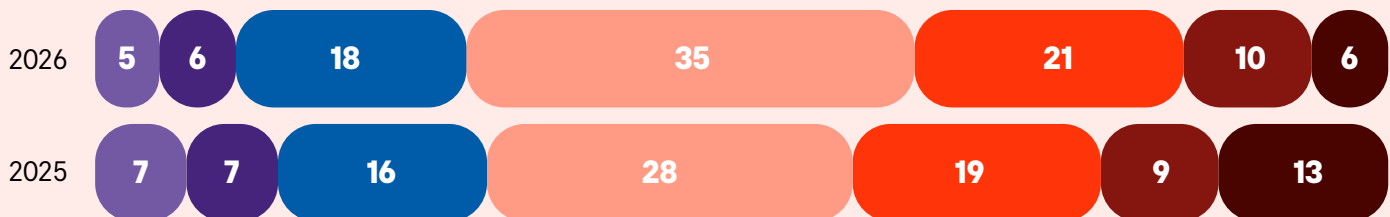
Umsatzentwicklung



Gewinnentwicklung



Absatzentwicklung



- um mehr als 10 % gestiegen
- um 6 bis 10% gestiegen
- um 0,6 bis zu 5 % gestiegen
- konstant geblieben (±0,5%)
- um 0,6 bis 5% gesunken
- um 6 bis 10% gesunken
- um mehr als 10% gesunken

Quelle: Branchenbefragung des BVDM zur wirtschaftlichen Lage in der Druckindustrie Anmerkung: vorläufige Angaben, Abweichungen zum Umfragebericht möglich, n = 196 Datenstand: Mai 2026, Berechnungen: BVDM





Wir fordern

Wirtschaft unter
Druck – Politik in der
Verantwortung

Aus dem Entwaldungsdschungel heraus: EUDR

Die EU-Entwaldungsverordnung (EUDR) war 2025 und 2026 eines der zentralen Lobby- und Beratungsthemen des BVDM.

Seit der Veröffentlichung der EUDR arbeitet der BVDM gemeinsam mit anderen Branchenverbänden sowie Praktikerinnen und Praktikern aus Unternehmen daran, Lösungen für die erheblichen Herausforderungen zu finden, die die Verordnung mit sich bringt.

In Gesprächen mit dem Bundesministerium für Ernährung und Landwirtschaft (BMLEH), dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) sowie der deutschen Umsetzungsbehörde (BLE) machte der BVDM die zentrale Botschaft klar: Die EUDR darf nachhaltige Wertschöpfung nicht durch unnötige Bürokratie behindern.

Zahlreiche Stellungnahmen und Positionspapiere gingen an die EU-Kommission, an Vertreterinnen und Vertreter des EU-Parlaments sowie an die politischen Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger auf Bundes- und Landesebene, unterstützt durch zahlreiche Mitgliedsbetriebe, die sich an einer Briefaktion der Verbände beteiligten.

Ursprünglich sollten Druckerzeugnisse bereits ab Ende 2024 nur noch dann in der EU in den Verkehr gebracht werden dürfen, wenn sie als „entwaldungsfrei“ gelten und durch eine Sorgfaltserklärung abgedeckt sind.

Durch die intensive Lobbyarbeit des BVDM, seines europäischen Dachverbands INTERGRAF sowie weiterer Branchenverbände konnte jeweils 2024 und 2025 in letzter Minute eine Verschiebung um ein Jahr erreicht werden. Die EUDR tritt nun erst am

**” Die vollständige
Herausnahme von
Druckerzeugnissen, wie
Zeitungen und Bücher,
bestätigt, dass in der EU
hergestellte Druckprodukte
keine Treiber von Entwaldung
oder Waldschädigung sind.
Durch dieses starke Signal
wird das große Engagement
der Wertschöpfungskette
für eine nachhaltige und
umweltgerechte Druck-
produktion wertgeschätzt. “**

Sabine Dresbach,
Referentin für Sozialpolitik und Recht

30. Dezember 2026, für kleine „Erstinverkehrbringer“ am 30. Juni 2027, in Kraft. Noch bedeutsamer als die erneute Verschiebung ist jedoch, dass 2025 endlich deutliche Entlastungen für die gesamte nachgelagerte Lieferkette erreicht werden konnten und die meisten Druckerzeugnisse vollständig aus dem Geltungsbereich der Verordnung gestrichen wurden. Teil der Änderungen war auch die Pflicht zur Revision der EUDR bis Ende April 2026.



Entlastung für die nachgelagerte Lieferkette erreicht

Durch die vom BVDM gemeinsam mit anderen Branchenverbänden geforderte Konzentration der Sorgfaltspflichten auf den Beginn der Lieferkette entfällt die aufwendige, ständige Wiederholung von Sorgfaltserklärungen entlang der ganzen Lieferkette ebenso wie die Pflicht zur umfangreichen Datenweitergabe vom Wald bis zum Handel. Damit konnten mehr Pragmatismus und eine spürbare Entlastung aller Druckereien von unnötiger Bürokratie erreicht werden.

Information und Unterstützung

Der BVDM informiert die Mitgliedsunternehmen der Verbände Druck und Medien umfassend über ihre Pflichten beim Inverkehrbringen von Druckprodukten und unterstützt sie bei der Vorbereitung auf die neuen Anforderungen.

Unterstützungsangebote des BVDM:

- Informationsveranstaltungen *infoKompakt*
- regelmäßige Rundschreiben zu aktuellen Entwicklungen
- Handlungshilfen und Musterschreiben zur Kommunikation mit Kunden
- Leitfaden von INTERGRAF und BVDM zur Entwaldungsverordnung

Gemeinsam mit Branchenpartnern entwickelte der BVDM praxisnahe Lösungsansätze für die betriebliche Umsetzung der EUDR. Dazu zählt die Konzeption eines Poolmodells zur Erfüllung der Sorgfaltspflicht zusammen mit Verlegern und dem Pressegroßhandel, ferner unterstützte der BVDM die Entwicklung des neuen branchenweiten Datenstandards „EUDR X“ der Initiative Online Print (IOP) zur Weitergabe relevanter Informationen entlang der Lieferkette.

Daran arbeitet der BVDM weiter

Anfang Mai 2026 hat die EU-Kommission ein Paket zur Revision der EUDR vorgestellt, das zwar einige offene Umsetzungsfragen beantwortet, hinsichtlich der konsequenten Entlastung der nachgelagerten Lieferkette aber noch nicht ausreichend ist. Im Rahmen seiner politischen Interessenvertretung gegenüber der Bundesregierung und der EU-Kommission fordert der BVDM weiterhin eine Entschärfung der Verordnung. Im Zuge der Konsultation bis Juni 2026 hat sich der BVDM dafür eingesetzt Bürokratie weiter abzubauen und verbleibende Regelungen – insbesondere im Verpackungs- und Etikettenbereich – für Druckunternehmen zu vereinfachen.

Im nationalen Stakeholderforum des BMLEH, gegenüber der nationalen Umsetzungsbehörde BLE sowie in branchenspezifischen Fachgesprächen bringt der BVDM kontinuierlich die offenen Fragen der Druckindustrie ein und arbeitet darauf hin, die Verordnung für die Betriebe dauerhaft handhabbar zu gestalten.

Gut vernetzt

Gemeinsam mit europäischen und deutschen Partnernverbänden, wie Intergraf, BusinessEurope, dem Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) sowie den Verlegerverbänden BDZV und MVFP, setzt sich der BVDM für Anpassungen der EUDR ein, um die Belastungen für Unternehmen der Druck- und Medienbranche deutlich zu reduzieren. Der Erfolg dieser engen Zusammenarbeit unterstreicht die wachsende Bedeutung eines koordinierten und branchenübergreifenden Vorgehens auf nationaler und europäischer Ebene.

Bundestariftreuegesetz: Mehr Bürokratie als Tarifbindung

Was gut gemeint ist, kann in der betrieblichen Praxis neue Hürden schaffen, insbesondere für kleinere und mittelständische Unternehmen. Mit dem Bundestariftreuegesetz will der Gesetzgeber Anreize für eine Tarifbindung erhöhen.

Öffentliche Aufträge des Bundes dürften nach dem Gesetz zukünftig nur noch an Unternehmen vergeben werden, die sich verpflichten, ihren dabei eingesetzten Arbeitnehmern während der Auftragsausführung die staatlich festgelegten einschlägigen Arbeitsbedingungen eines Flächentarifvertrags zu gewähren. Dies gilt selbst dann, wenn das Unternehmen an einen anderen Tarifvertrag gebunden ist.

Der BVDM hatte in seiner Stellungnahme Ende Oktober 2025 anlässlich der Anhörung im zuständigen Bundestagsausschuss deutlich gemacht, dass er das geplante Bundestariftreuegesetz ablehnt. Gründe sind die Sorge um eine Verlagerung von Wertschöpfung ins Ausland, eine Schwächung der Tarifautonomie, statt die Tarifbindung zu erhöhen, und insbesondere eine Abschreckung kleinerer Unternehmen durch hohen bürokratischen Aufwand.

Zudem forderte der BVDM – sofern der Gesetzgeber keinen Abstand von dem Gesetzesvorhaben nimmt –, dass die Regelungen zumindest so bürokratiarm wie möglich ausgestaltet werden. Im

Vorfeld dazu hatte der BVDM betroffene Mitgliedsunternehmen um Rückmeldungen zum Gesetzentwurf gebeten.

Ende März 2026 hat der Bundesrat dem vom Bundestag zuvor verabschiedeten Gesetz zugestimmt. Dabei hat der BVDM eine wichtige Änderung für die Betriebe der Druckindustrie erreicht: Lieferaufträge, bei denen die Gefahr der Verlagerung ins Ausland besonders hoch ist, wurden vom Anwendungsbereich des Gesetzes ausgenommen.



Digital first: Falscher Ansatz bei Gebrauchsanleitungen


Für zahlreiche EU-regulierte Produkte, die an der obligatorischen CE-Kennzeichnung zu erkennen sind, sollen laut Omnibus-IV-Paket der EU-Kommission zur Digitalisierung von Produktvorschriften künftig digitale Gebrauchsanleitungen ausdrücklich erlaubt sein. Lediglich die Sicherheitsinformationen müssen noch in gedruckter Form bereitgestellt werden, sofern das betreffende Produkt auch von Verbrauchern genutzt wird. Der Gesetzgeber sieht vor, dass sowohl Verbraucherinnen und Verbraucher als auch gewerbliche Anwender das Recht haben sollen, innerhalb einer bestimmten Frist nach dem Produktkauf kostenfrei ein gedrucktes Exemplar der Gebrauchsanweisung zu erhalten – verbraucherfreundlich ist diese Regelung jedoch nicht.

Der BVDM macht sich für gedruckte Gebrauchsanleitungen stark. Denn der Digital-first-Ansatz der EU-Gesetzgebung ist weder für alle Produkte noch für alle Nutzerinnen und Nutzer gleichermaßen geeignet. Digitale Gebrauchsanleitungen haben durchaus ihre Stärken, aber nur gedruckte Gebrauchsanleitungen bieten Sicherheit, Benutzerfreundlichkeit und Zugänglichkeit für alle Nutzerinnen und Nutzer sowie in allen Anwendungssituationen. Der BVDM verdeutlichte dies sowohl bei Konsultationen der EU-Kommission als auch gegenüber Mitgliedern des EU-Parlaments.

Für viele Menschen bedeuten gedruckte Anleitungen mehr als eine persönliche Präferenz. Sie ermöglichen ihnen den sofortigen Zugriff auf wichtige Informationen, die sie für eine sichere und bestimm-

nungsgemäße Produktverwendung benötigen. Die gedruckte Form gewährleistet einen gleichberechtigten Zugang, auch für Menschen mit begrenzten digitalen Kenntnissen, fehlenden Endgeräten oder unzuverlässiger Internetverbindung.

Das Recht, die Anleitungen in Papierform anzufordern, dürfte sich in der Praxis als schwierig erweisen. Verbraucherinnen und Verbraucher bemerken möglicherweise erst nach dem Auspacken des Produkts, dass eine gedruckte Gebrauchsanleitung fehlt. Sie müssten dann eventuell mehrere Wochen warten, bis sie die Anleitung erhalten und das Produkt nutzen können. Auch administrative Hürden können Menschen davon abhalten, ihr Recht auszuüben. Gerade vulnerable Gruppen, die am meisten auf klare, offline verfügbare Informationen angewiesen sind, werden auf diese Weise vom Zugang zu wichtigen Informationen ausgeschlossen.



Die EU-Kommission, das EU-Parlament und der EU-Rat beginnen voraussichtlich im Sommer 2026 mit den sogenannten Trilog-Verhandlungen, um sich auf die endgültigen Regelungen des Omnibus-IV-Pakets zu einigen.

EU-Entgelttransparenz-Richtlinie: Stop the Clock!

Mit der EU-Entgelttransparenz-Richtlinie (ETRL) will der europäische Gesetzgeber sicherstellen, dass gleiche oder gleichwertige Arbeit auch gleich bezahlt wird. Die Zeit zur Umsetzung in Deutschland wird langsam knapp.

Bis 7. Juni 2026 müssen alle EU-Mitgliedstaaten die ETRL in nationales Recht umsetzen. Ein deutscher Gesetzentwurf wurde bereits im ersten Quartal 2026 erwartet, liegt aber noch nicht vor. Auch in vielen anderen EU-Mitgliedstaaten ist keine fristgerechte Umsetzung der komplexen Richtlinie zu erwarten. Aus Sicht des BVDM ist aufgrund dieser massiven Umsetzungsprobleme auf europäischer Ebene ein „Stop-the-clock“-Mechanismus erforderlich, um eine deutliche Verlängerung der Umsetzungsfrist sowie eine grundlegende Überarbeitung der Richtlinie zu ermöglichen.

Ziel der Richtlinie ist es, bestehende Entgeltunterschiede – insbesondere zwischen Frauen und Männern – sichtbar zu machen und schrittweise abzubauen. Vorgesehen sind unter anderem Auskunftsrechte für Beschäftigte, Informationspflichten gegenüber Bewerberinnen und Bewerbern sowie regelmäßige Berichte an eine staatliche Überwachungsstelle. Entgeltstrukturen müssen zudem künftig so ausgestaltet sein, dass sie anhand geschlechtsneutraler, objektiver Kriterien nachvollziehbar sind. Zahlreiche Fragen hinsichtlich der Umsetzung blieben bislang allerdings offen.


Das zuständige Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) hatte eine Kommission zur „bürokratiearmen Umsetzung“

der ETRL eingesetzt, die ihren Abschlussbericht im Oktober 2025 vorgelegt hat.

Der BVDM hat über seinen Dachverband, die Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA), die in der Kommission vertreten war, die Positionen und Interessen der Druck- und Medienbranche eingebracht.

Die zentrale Forderung des BVDM ist, dass zum Schutz der Tarifautonomie für Tarifverträge eine Angemessenheitsvermutung gelten muss. Tarifliche Vergütungssysteme verwenden geschlechtsneutrale, objektive Kriterien. Unternehmen, die solche durch die Sozialpartner ausgehandelten Vergütungssysteme anwenden, müssen sich darauf verlassen können, dass Gerichte diese anerkennen. Wenn die EU-Richtlinie dem deutschen Gesetzgeber keinen ausreichenden Spielraum für den Schutz von Tarifverträgen einräumt, sollte sich die Bundesregierung auf EU-Ebene für eine entsprechende Überarbeitung der Richtlinie einsetzen.

Zudem muss die Bundesregierung dafür sorgen, dass gerade kleine und mittelständische Betriebe nicht durch erhebliche bürokratische Belastungen überfordert werden. Rechtsunsicherheiten durch unklare Regelungen müssen unbedingt vermieden werden.



Der BVDM erstellt gemeinsam mit den Verbänden Druck und Medien Materialien und Hilfsmittel, um die Mitgliedsbetriebe bei der Vorbereitung auf die neuen Anforderungen zu unterstützen. Er befürwortet die „Stop-the-Clock“-Initiative der BDA, wird den weiteren Prozess kritisch begleiten und dabei die Belange der Druck- und Medienbranche aktiv einbringen.

Aus Sicht des BVDM ist eine faire Bezahlung von Arbeitnehmern wichtig. Tarifverträge leisten dazu einen wesentlichen Beitrag. Die Überlastung von Betrieben mit immer neuen Pflichten und einer überbordenden Bürokratie, die durch die Entgelttransparenz-Richtlinie und das zu erwartende nationale Umsetzungsgesetz auf die Betriebe zuzukommen droht, sind dabei jedoch wenig hilfreich.

Etiketten für Chemieprodukte: EU-Kommission rudert zurück

Eigentlich sollten ab Januar 2027 höhere Anforderungen für die Lesbarkeit von Etiketten chemischer Erzeugnisse gelten. Die 2024 verabschiedete Novelle der CLP-Verordnung schreibt zu diesem Zweck Mindestschriftgrößen und angemessene Zeilenabstände vor.

Nun rudert die EU-Kommission zurück, die Vorgaben sollen ersatzlos entfallen. Der Grund: Die Chemieindustrie bemängelt, dass durch den steigenden Platzbedarf auf den Etiketten hohe Mehrkosten entstehen. Die Anbieter der betroffenen Produkte – die Palette reicht vom Haushaltsreiniger über Farben, Bau- und Industriechemikalien bis hin zu Pestiziden – seien in vielen Fällen gezwungen, einfache Etiketten durch Mehrlagenetiketten zu ersetzen, um alle erforderlichen Informationen unterzu-

bringen. Auch die Alternative, statt der bislang mehrsprachigen Etiketten mehrere einsprachige Etikettenversionen in Auftrag zu geben, sei zu teuer und verursache logistische Probleme.

Auf der Strecke bleiben nun jedoch die Druckereien und der Verbraucherschutz, der durch die ursprünglich vorgegebene Regelung eigentlich verbessert werden sollte. Kaum auszudenken, wenn im Notfall nach dem schädlichen Kontakt mit einer Chemikalie rasch wirksame Gegenmaßnahmen an schlecht lesbaren Etiketten scheitern. Der BVDM hat seine diesbezüglichen Bedenken gegenüber den EU-Institutionen deutlich gemacht. EU-Kommission, -Parlament und -Rat werden in Kürze die Trilog-Verhandlungen zum Kommissionsvorschlag aufnehmen.

Fortschritte beim mineralölfreien Zeitungsdruck

Im April 2023 verpflichtete sich die Druck- und Verlagsbranche mit ihren Verbänden freiwillig gegenüber dem Bundesumwelt- und Bundeswirtschaftsministerium, spätestens Ende 2028 keine mineralöhlhaltigen Zeitungsdruckfarben mehr zu nutzen.

Dadurch sollen keine Mineralölbestandteile über den Recyclingkreislauf in Papier- oder Kartonverpackungen für Lebensmittel gelangen, von wo aus sie auf das Lebensmittel übergehen könnten. Weil der Umstieg auf mineralölfreie Druckfarben nur schrittweise gelingen kann, sieht die Vereinbarung eine Halbierung der im Jahr 2020 ins Altpapier eingebrachte Mineralölmengende 2025 vor, sofern keine technischen und wirtschaftlichen Hindernisse dem Einsatz mineralölfreier Druckfarben entgegenstehen.

Durch eine jährliche Erhebung ermittelt der BVDM die Fortschritte bei der Umsetzung der Selbstverpflichtung sowie die mit der Umstellung der Zeitungsdruckfarben verbundenen Probleme. Die bisherigen Ergebnisse zeigen, dass der Einsatz mineralölfreier Druckfarben die Zeitungsbetriebe vor große Herausforderungen stellt. Angesichts sinkender Auflagen und Umfänge der Zeitungen stehen die Druckereien seit Jahren unter einem enormen wirtschaftlichen Druck, und die deutlich höheren Kosten für mineralölfreie Druckfarben fallen massiv ins Gewicht. Eine Weitergabe der

Mehrkosten an die Verlage und damit letztlich an die Zeitungsleserinnen und -leser würde eine weitere Verschlechterung der Auftragslage nach sich ziehen. Darüber hinaus berichten Druckereien über technische Probleme mit den neuen Farben, die Störungen des Druckprozesses verursachen und die termingerechte Auslieferung der Zeitungen gefährden.

Aktuelle Daten weisen darauf hin, dass die Zeitungsdruckereien das selbst gesteckte Zwischenziel für 2025 erreicht haben könnten. Die bislang eingegangenen Rückmeldungen zeigen, dass viele Zeitungsdruckereien trotz der wirtschaftlichen und technischen Hürden große Anstrengungen unternehmen, um die Vorgaben der Selbstverpflichtung zu erfüllen.



Gedruckte Packungsbeilagen erhalten

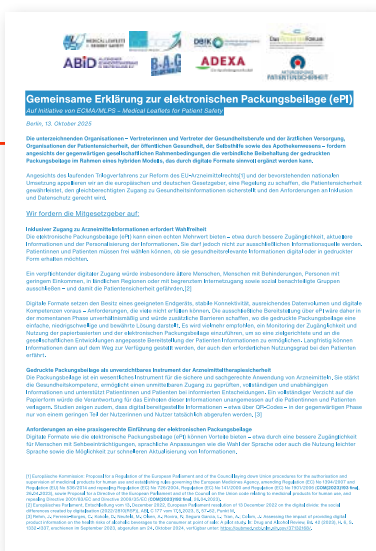
Die gedruckte Packungsbeilage für Arzneimittel steht nach EU-Richtlinie künftig zur Disposition

Das Prinzip „digital first“ lehnt der BVDM ab und setzt sich sowohl auf europäischer als auch nationaler Ebene für das sogenannte Komplementaritätsprinzip ein, also die gleichzeitige Verfügbarkeit von digitalen und gedruckten Informationen im Sinne der Patientensicherheit.

Die Regelungen zu Packungsbeilagen sind Teil der EU-Arzneimittelrichtlinie (2023/0132 COD). Mit dem Abschluss des Trilogs zur neuen EU-Arzneimittelrichtlinie und der Billigung des Kompromisstexts durch den Rat im März 2026 rückt die formale Verabschiedung der Richtlinie in greifbare Nähe. Voraussichtlich im Sommer 2026 beginnt die entscheidende Phase der nationalen Umsetzung in ein deutsches Gesetz.

Das Komplementaritätsprinzip - die parallele Verfügbarkeit einer gedruckten Packungsbeilage neben einer digitalen Version - ist der Regelfall in der EU-Richtlinie. Doch die Richtlinie lässt den Mitgliedstaaten Spielraum bei der Umsetzung in nationales Recht. Sie können entweder den Regelfall umsetzen, oder auf eine rein digitale Variante umstellen, allerdings nur nach Konsultation der Interessenträger und bei Bereitstellung eines kostenlosen Ausdrucks auf Nachfrage „Print-on-Demand“). Dass das Komplementaritätsprinzip als Ausgangspunkt in der Richtlinie verankert wurde und die EU-Kommission die Umstellung auf ePI zukünftig nicht im Alleingang entscheiden kann, ist das Ergebnis intensiver Lobbyarbeit, an der der BVDM durch eigene Einflussnahme in Berlin und Brüssel sowie über das europäische Netzwerk MLPS aktiv beteiligt war.

Im Oktober 2025 haben die Gesundheits-, Patienten-, Behinderten-, Apotheken- und Sozialorganisationen APS, BAG Selbsthilfe, Adexa, DBfK, DGÖGB, Das PatientenForum und ABiD eine gemeinsame Erklärung zugunsten eines hybriden Modells abgegeben. Die Erklärung wurde von MLPS unter Mitwirkung des BVDM initiiert. Dies ist ein klares Signal an



die Politik und unterstützt die Forderung des BVDM nach dem Erhalt der gedruckten Packungsbeilage.

Das Bundesgesundheitsministerium (BMG) favorisiert derzeit einen primär digitalen Ansatz mit einer relativ kurzen Übergangsphase. Der BVDM tritt gemeinsam mit seinen Partnern für den grundsätzlichen Erhalt der gedruckten Packungsbeilage ein – es muss mindestens eine deutlich längere Übergangsfrist gelten.

Auf einen Blick: Neue EU-Arzneimittelrichtlinie

- Als Grundsatz gilt, dass eine Packungsbeilage in Papierform und in elektronischer Form zur Verfügung gestellt werden muss (Komplementaritätsprinzip als Grundlage).
- Eine rein digitale Lösung (ePI) können Mitgliedstaaten nur nach Konsultation von Patientinnen und Patienten sowie Fachkreisen einführen.
- Patientinnen und Patienten haben stets Anspruch, auf Anfrage eine kostenlose gedruckte Version zu erhalten.
- Es gibt weder eine EU-weite Abschaffung der Pflicht, eine gedruckte Packungsbeilage bereitzustellen, noch darf die EU-Kommission diese Pflicht künftig eigenmächtig aufheben.

Green Claims Directive: Keine Mehrheit

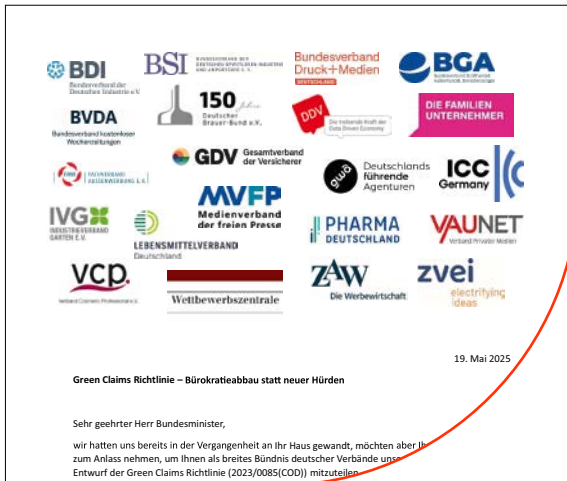
Die Green Claims Directive (GCD) hätte Unternehmen verpflichtet, jede Umweltaussage vorab durch externe Zertifizierungsstellen prüfen zu lassen, noch bevor sie veröffentlicht werden darf.

Dadurch wären Umweltaussagen nicht nur sehr komplex und praxisuntauglich, sondern auch aufwendig und kostspielig geworden.

Der BVDM hat sich in einem breiten Verbändebündnis frühzeitig und nachdrücklich gegen diesen europäischen Richtlinienvorschlag positioniert und Schreiben an EU-Kommissionspräsidentin von der Leyen (Februar 2025), zahlreiche Mitglieder des Europäischen Parlaments (Mai 2025) und die dänische Ratspräsidentschaft (Juli und September 2025) adressiert.

Der Kernvorwurf der Verbände: Die GCD schafft Bürokratie ohne Mehrwert und greift in die unternehmerische Kommunikationsfreiheit ein. Bereits bestehende Rechtsinstrumente, wie das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) und die mittlerweile in das UWG überführte EmpCo-Richtlinie, schützen Verbraucher bereits wirksam vor Greenwashing.

Die Strategie der intensiven Lobbyarbeit hat bewirkt, dass die GCD aktuell keine Mehrheit mehr in EU-Parlament und -Rat findet. Für die Druck- und Medien-



„ Diese geplante Richtlinie droht für Unternehmen eine kaum zu bewältigende Hürde an Bürokratie zu schaffen – mit schwerwiegenden Konsequenzen für Wirtschaft, Innovation und Meinungsfreiheit. “

Gemeinsames Verbändeschreiben,
Februar 2025

branche, die täglich mit Umweltkommunikation für ihre Kunden arbeitet, ist das eine Entlastung. Der BVDM setzt sich, solange die Richtlinie nicht formal zurückgezogen ist, auch weiterhin aktiv für die Belange der Druck- und Medienwirtschaft ein.

Industriestrompreis: Keine Entlastung für die Druckindustrie

Hohe Strompreise sind für viele Unternehmen der Druck- und Medienbranche zu einem spürbaren Wettbewerbsfaktor geworden. Energieintensive Prozesse treffen auf steigende Kosten, mit Auswirkungen auf Investitionen, Beschäftigung und Standortentscheidungen.

Der BVDM setzt sich dafür ein, dass Entlastungsinstrumente, wie der Industriestrompreis, auch die tatsächlichen Strukturen der Industrie widerspiegeln.

Der Industriestrompreis tritt ab dem 1. Januar 2026 rückwirkend in Kraft und bildet ein zentrales Instrument zur Entlastung besonders energieintensiver

Unternehmen. Die Preisuntergrenze der Förderung soll auf 5 Cent pro Kilowattstunde begrenzt werden, wobei nach EU-Vorgaben die maximale Entlastung bei der Hälfte des Großhandelsstrompreises liegt und höchstens die Hälfte des Jahresverbrauchs gefördert werden darf. Die Maßnahme wird über den Klima- und Transformationsfonds finanziert und ist bis 2028 befristet. Als Gegenleistung müs-

sen Unternehmen mindestens 50 Prozent der erhaltenen Beihilfe in Dekarbonisierungsmaßnahmen investieren, etwa in erneuerbare Energien oder Energieeffizienz.

Beihilfeberechtigt sind Unternehmen aus Wirtschaftszweigen mit erheblichem Verlagerungsrisiko gemäß der sogenannten KUEBLL-Liste (Klima-, Umweltschutz- und Energiebeihilfeleitlinien). Die europäische Druckindustrie – und damit auch die deutsche – ist nicht auf der KUEBLL-Liste und deshalb nicht beihilfeberechtigt.

Beispielrechnung: Druckbetrieb

Eine mittelständische Druckerei mit einem Jahresstromverbrauch von 1,5 Mio. kWh zahlt bei einem Großhandelsstrompreis von 10 ct/kWh insgesamt 150.000 Euro pro Jahr. Bei einer Förderung ergibt sich, ausgehend von einem Referenzpreis von 5 ct/kWh, eine Differenz von 5 ct/kWh, womit die maximale Entlastung erreicht wäre. Demzufolge kommt für die Hälfte des Stromverbrauchs eine Entlastung in Höhe von 5 ct/kWh zustande. Die jährlichen Gesamtkosten würden damit auf 112.500 Euro sinken, was einer Ersparnis von 37.500 Euro entspricht.

BVDM steht im Austausch mit der Politik

Eine Genehmigung der EU-Kommission liegt seit dem 16.04.2026 vor, parallel wird die Förderrichtlinie finalisiert. Eine Änderung der KUEBLL-Liste gilt aktuell als wenig realistisch, allerdings führt die EU-Kommission eine Konsultation zum EU-Beihilferecht (Clean Industrial State Aid Framework [CISAF]) durch.

Der BVDM hat sich gegenüber der Politik für einen Industriestrompreis für die Druckindustrie eingesetzt und steht weiterhin in einem offenen Dialog mit dem Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE) und anderen politischen Vertretern. Er legte die Problematik in einem Positionspapier dar und macht weiterhin deutlich, dass die dauerhaft erhöhten Strompreise die internationale Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Druckunternehmen nachhaltig belastet.



Kein Quecksilberverbot für UV-Strahler

Druckereien setzen seit Jahrzehnten UV-Strahler ein, um Druckfarben zu härten und Druckformen zu belichten. Neben LED-UV-Strahlern werden zur Härtung von UV-Druckfarben nach wie vor Quecksilberdampfmitteldruckstrahler verwendet.

Auch bei der Belichtung von Siebdruckschablonen kommen oft noch quecksilberhaltige Halogenmetaldampflampen zum Einsatz.

Quecksilberhaltige Lampen, die Licht im UV-Spektrum emittieren, dürfen jedoch nach derzeitiger Rechtslage nur noch bis zum 24. Februar 2027 in Verkehr gebracht werden. So sieht es die EU-Richtlinie 2011/65 (sog. RoHS-Richtlinie) vor, die die Verwendung bestimmter gefährlicher Stoffe in

Elektro- und Elektronikgeräten beschränkt. Zu den grundsätzlich verbotenen Stoffen zählt unter anderem Quecksilber. Für die genannten UV-Strahler gibt es jedoch eine befristete Ausnahme.

Die EU-Kommission kann den Herstellern auf Antrag gestatten, solche Lampen nach Fristablauf bis zu fünf Jahre lang in Verkehr zu bringen, sofern EU-Parlament und -Rat keine Einwände erheben. Die Verbände betroffener Lampen- und Maschinenhersteller haben rechtzeitig einen entsprechenden Verlängerungsantrag bei der EU-Kommission eingereicht.

Auch der BVDM setzt sich nachdrücklich dafür ein, die bestehende Verbotsausnahme zu verlängern. Denn für viele Einsatzbereiche stehen weiterhin keine quecksilberfreien Alternativen wie LED-UV-Strahler oder Elektronenstrahlhärtungssysteme zur Verfügung, die sowohl technisch ausgereift sind als auch wirtschaftlich sinnvoll betrieben werden können. In der voraussichtlich Mitte 2026 stattfindenden öffentlichen Konsultation der EU-Kommission wird der BVDM deshalb den Antrag der Herstellerverbände unterstützen und die maximal mögliche Verlängerungsfrist von fünf Jahren fordern. Sollten auch danach noch keine quecksilberfreien Alternativen zur Verfügung stehen, müsste spätestens 18 Monate vor Fristablauf erneut eine Verlängerung beantragt werden.



Mindestlohn als politischer Spielball?

Der gesetzliche Mindestlohn ist längst mehr als ein sozialpolitisches Instrument. Er ist zu einem politischen Streitpunkt geworden, an dem sich die Frage entscheidet, wie verbindlich Tarifautonomie und unabhängige Entscheidungsverfahren noch sind.

Die Mindestlohnkommission (MLK) legte der Bundesregierung Ende Juni 2025 ihren Bericht über die Auswirkungen des gesetzlichen Mindestlohns sowie einen Vorschlag zu einer weiteren Anpassung vor. Diesem Vorschlag folgend, wurde der gesetzliche Mindestlohn mit Beginn des Jahres 2026 von 12,41 Euro auf 13,90 Euro pro Stunde angehoben und wird zum 1. Januar 2027 weiter auf 14,60 Euro steigen.

Der BVDM machte im Vorfeld in seiner Stellungnahme gegenüber der MLK und dem Bundesministerium für Arbeit und Soziales (BMAS) deutlich, dass sich der Mindestlohn strikt an der nachlaufenden Entwicklung der Tariflöhne orientieren müsse, um die Tarifautonomie nicht zu beeinträchtigen und zu verhindern, dass sich die Entwicklung des Mindestlohns von der Tariflohnentwicklung abkopple.

Bereits durch die außerplanmäßige Erhöhung auf 12 Euro per gesetzgeberischem Eingriff im Jahr 2022 war der Mindestlohn deutlich stärker als die Tariflöhne angestiegen, dies gilt auch für die Löhne der Druckindustrie. Diese Abkopplung würde noch weiter verstärkt, wenn sich der Mindestlohn – wie von Seiten der Gewerkschaften gefordert – künftig nicht mehr an der Tariflohn-, sondern an der Medianlohnentwicklung anlehnen sollte, der zuvor als neue Orientierungsgröße der Geschäftsordnung der MLK hinzugefügt wurde.

Auch die erheblichen Auswirkungen, die eine überzogene Mindestlohnerhöhung mit sich bringen würde, machte der BVDM deutlich. Angesichts der aktuellen Wirtschaftslage können viele Betriebe eine Erhöhung des Mindestlohns auf 15 Euro, wie sie von Gewerkschaftsseite und SPD als Ziel ausgerufen wurde, womöglich nicht verkraften.

Zusätzlich forderte der BVDM, die Unabhängigkeit der MLK zu wahren und eine Entscheidung frei von politischer Einflussnahme zu ermöglichen. Vorausgegangen waren Ankündigungen der SPD, die MLK zu übergehen und stattdessen per Gesetz eine Anhebung auf 15 Euro durchzusetzen.

BVDM setzt sich aktiv ein

Bekräftigt hatte der BVDM seine Forderungen in einem gemeinsamen Verbändebrief mit dem Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV) sowie dem Bundesverband kostenloser Wochenzeitungen (BVDA) an die Vorsitzende sowie die Vertreter der Arbeitnehmerseite der MLK. Zuvor war es Anfang Juni 2025 auf Vermittlung des BVDM zu einem Meinungsaustausch zwischen Verlegern von Tageszeitungen und kostenlosen Wochenzeitungen sowie Vertretern ihrer Verbände mit den Arbeitgebervertretern in der Mindestlohnkommission gekommen.

Umweltwerbung unter EmpCo und UWG

Mit der Umsetzung der EU-Richtlinie EmpCo in das deutsche Gesetz für den unlauteren Wettbewerb (UWG) verändern sich die Regeln für Umweltaussagen fundamental.

Ab dem 27. September 2026 gelten strengere Anforderungen für Begriffe wie „umweltfreundlich“, „klimaneutral“ oder „CO₂-kompensiert“.

Der BVDM begleitete den Gesetzgebungsprozess zur Umsetzung der EmpCo-Richtlinie im letzten Jahr intensiv, um praktikable und rechtssichere Rahmenbedingungen zu erreichen. Zentrale Anliegen

waren dabei eine Eins-zu-eins-Umsetzung der EU-Vorgaben ohne nationale Verschärfungen, die Beschränkung der neuen Regeln auf B2C-Kommunikation sowie die Anerkennung etablierter Branchenstandards, wie der Klimainitiative.

Ein weiterer Schwerpunkt ist die Forderung nach klaren Übergangsfristen für den Abverkauf von bereits produzierten Druckerzeugnissen, die künftig nicht mehr zulässige Umweltaussagen enthalten. Es kann nicht im Sinne der Richtlinie sein, dass diese Ware vernichtet werden müsste.

Zur Unterstützung der Unternehmen brachte der BVDM Stellungnahmen mit einer Verbändeallianz der Werbewirtschaft in den Gesetzgebungsprozess ein, stellte Musteranschreiben für die politische Ansprache bereit und führte Gespräche mit Abgeordneten sowie den zuständigen Bundesministerien. Über Intergraf wurden europäische Partnerverbände eingebunden, um eine gemeinsame Position der Branche zu stärken.

Der BVDM hat die Mitgliedsunternehmen durch ein infoKompakt sowie den FAQ-Leitfaden „Neue Anforderungen an Umweltaussagen“ praxisnah bei der Umsetzung der neuen Regeln unterstützt.

Was ist ab dem 27. September 2026 zu beachten?

- allgemeine Umweltaussagen wie „umweltfreundlich“ oder „klimaneutral“ sind künftig verboten
- Nachhaltigkeitssiegel sind nur noch mit einem zertifizierten System zulässig
- Kompensationsaussagen zu Produkten (z. B. „klimaneutral durch CO₂-Ausgleich“) sind untersagt
- Aussagen zu künftigen Umweltleistungen („klimaneutral bis 2030“) sind nur mit konkretem Umsetzungsplan zulässig

Die meisten Pflichten der PPWR gelten ab dem 12. August 2026, sofern keine längeren Übergangsfristen greifen. Weil der Referentenentwurf innerhalb der Bundesregierung noch nicht final abgestimmt ist und weitere Konkretisierungen der einzelnen Anforderungen aus der PPWR durch delegierte Rechtsakte folgen, bleibt der Anpassungsbedarf in den Unternehmen fortlaufend.



Verpackungsrecht: Tiefgreifende Veränderungen

Mit der neuen EU-Verpackungsverordnung (PPWR) beginnt für die Druck- und Medienbranche ab Sommer 2026 eine Phase tiefgreifender regulatorischer Veränderungen.

Das deutsche Verpackungsgesetz wird von einem europaweit harmonisierten Umgang mit Verpackungen abgelöst. In Deutschland bedarf es für diese Harmonisierung Änderungen im nationalen Recht, weshalb das derzeit geltende Verpackungsgesetz durch das neue Verpackungsrechtdurchführungsgesetz abgelöst werden muss.

Ziel der PPWR ist es, Verpackungsverbrauch zu reduzieren, die Recyclingfähigkeit zu erhöhen und die Kreislaufwirtschaft zu stärken. Für Druckereien bringt dies zahlreiche neue Anforderungen mit sich. Viele Auswirkungen sind jedoch unklar, weil wesentliche delegierte Rechtsakte der EU-Kommis-

sion weiterhin ausstehen und zentrale Detailregelungen erst noch definiert werden müssen.

Der BVDM hat den Prozess aktiv und in enger Abstimmung mit den Mitgliedern des AK Umweltschutz + Arbeitssicherheit des BVDM mit Stellungnahmen im europäischen Gesetzgebungsverfahren sowie zuletzt auf nationaler Ebene zum Verpackungsrechtdurchführungsgesetz begleitet. Mitglieder unterstützt der BVDM mit einem übersetzten Intergraf-Leitfaden. Eine direkte Information zur Einordnung der neuen Vorgaben für Mitgliedsbetriebe fand in einem infoKompakt Ende 2025 statt. Weitere Details stellte der BVDM in einem zweiten infoKompakt im April 2026 vor.





Wir sichern

Soziale Stabilität und
Zukunftsfähigkeit – das
Fundament unserer
Branche

Tarifpolitik und Sozialpartnerschaft

Moderne Tarifpolitik gestalten

Tarifpolitik zu gestalten, gehört zu den Hauptaufgaben des BVDM als Spitzenverband der deutschen Druck- und Medienindustrie. Durch die mit der Gewerkschaft ver.di ausgehandelten Tarifverträge setzt der BVDM Standards für die Arbeitsbedingungen in der gesamten Branche.

Flächentarifverträge, die den Beschäftigten verlässliche und attraktive Perspektiven bieten, tragen maßgeblich zur Sicherung des sozialen Friedens in den Betrieben bei. Die tarifgebundenen Mitglieder der Verbände Druck und Medien bestimmen die Richtung, indem sie aktiv im Sozialpolitischen Ausschuss des BVDM (SPA) und in der gewählten Verhandlungskommission arbeiten.

Diese Tarifautonomie müssen die Tarifpartner am Leben erhalten, indem sie beweisen, dass sie die Tarifwerke an die Bedingungen der Zukunft anpassen können. Nur so gelingt es den Tarifpartnern, die Bestrebungen des Staates, sich immer stärker in die Lohnfindung und die Gestaltung von Arbeitsbedingungen einzumischen, einzugrenzen.

Mit der Einigung im März 2025 ist es den Tarifpartnern BVDM und ver.di nach langer Reformdiskussion erstmals seit 2005 gelungen, inhaltliche Änderungen am Manteltarifvertrag zu vereinbaren. Damit wurden wichtige Schritte zur Entlastung der tarifgebundenen Betriebe unternommen, insbesondere durch die allmähliche Reduzierung der Sonderzahlungen.



Auch die Aufhebung der Anhänge ist ein großer Fortschritt: Der Wegfall der starren Regelungen zur Besetzung von Maschinen in den Druckereien verschafft den Betrieben mehr Spielraum und ermöglicht eine Personalplanung anhand des tatsächlichen Bedarfs statt aufgrund veralteter tariflicher Regelungen.

Den eingeschlagenen Weg der Reform des Tarifwerks wollen die Arbeitgeber in Zukunft fortsetzen.

Ausblick Lohnrunde 2026

Das Jahr 2026 steht erneut im Zeichen der Tarifpolitik. Ab Sommer verhandeln der BVDM und ver.di über die Höhe der Löhne und Gehälter der Branche. In einem Vorbereitungstreffen des SPA wurden auf der Grundlage aktueller Branchendaten die Rahmenbedingungen der anstehenden Lohnverhandlungen festgelegt. Klares Ziel ist es, die verantwortungsvolle Lohnpolitik der letzten Jahre fortzusetzen.

Das zwischen dem BVDM und ver.di geschlossene Lohnabkommen für die gewerblichen Arbeitnehmer der Druckindustrie aus dem Jahr 2024 gilt noch bis mindestens 31. Juli 2026. Die Gewerkschaft hat angekündigt, im April und Mai eine Beschäftigtenbefragung in den Druckbetrieben durchzuführen, Anfang Juni soll die Tarifkommission die Forderungen beschließen. Die Verhandlungen über einen Lohnabschluss beginnen voraussichtlich Anfang Juli.

Tarifkalender



2026

25. März 2026

Sitzung des Sozialpolitischen Ausschusses mit Wahl des Vorsitzenden und des stellvertretenden Vorsitzenden sowie der Verhandlungskommission



2026

Juni 2026

voraussichtliche Kündigung Lohnabkommen durch ver.di



2026

Anfang Juli 2026

Beginn der Tarifverhandlungen



2026

31. Juli 2026

Ende Lohnabkommen



2026

30. August 2026

Ende Friedenspflicht



Tagung des Sozialpolitischen Ausschusses des BVDM am 25. März 2026, von links nach rechts:

Patrick Zürcher, Freiburger Druck GmbH & Co. KG; Oliver Curdt, Verband Druck + Medien Nord-West e. V.; Philipp von Trotha, Verband Druck und Medien NordOst e. V.; Josef Schießl, Süddeutscher Verlag Zeitungsdruck GmbH; Dr. Bertram Stausberg, Axel Springer Print Management GmbH; Antje Steinmetz, Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V.; Dr. Klemens Berkold, FUNKE Niedersachsen Druckzentrum GmbH; Dr. Alexander Lägeler, Verband Druck und Medien Baden-Württemberg e. V.; Britta Oswald-Brügel, Verband Papier, Druck und Medien Südbaden e. V.; Holger Busch, Verband Druck und Medien Bayern e. V.; Markus Dodel, Huhtamaki Flexible Packaging Germany GmbH & Co. KG; Kirsten Hommelhoff, Bundesverband Druck und Medien e. V.

Personalien: Vorsitz und Verhandlungskommission

In der Sitzung des Sozialpolitischen Ausschusses des BVDM am 25. März 2026 in Berlin wurde Dr. Klemens Berkold, FUNKE Niedersachsen Druckzentrum GmbH, als Vorsitzender des Ausschusses im Amt bestätigt. Berkold ist seit 2021 Vorsitzender des Ausschusses und Verhandlungsführer des BVDM.

Als stellvertretender Vorsitzender des Ausschusses wurde Bastian Bleeck, Köllen Druck & Verlag GmbH, gewählt. Ebenfalls neu gewählt wurde eine neue Verhandlungskommission, die den BVDM in den anstehenden Verhandlungen mit der Gewerkschaft vertreten wird.

Betriebliche Altersversorgung: Neuer tariflicher Arbeitgeberbeitrag

BVDM und ver.di haben 2025 den Tarifvertrag zur Förderung der betrieblichen Altersversorgung in der Druckindustrie neu gestaltet. Seit dem 1. Juni 2025 unterstützen die Arbeitgeber ihre Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer beim Aufbau einer zusätzlichen Betriebsrente. So wurde vereinbart, dass Arbeitgeber den größten Teil der eingesparten Arbeitgeberbeiträge zur Sozialversicherung als Zuschuss zur Betriebsrente an die Arbeitnehmer weitergeben, sofern diese Teile ihres tariflichen Entgelts in Beiträge zur betrieblichen Altersvorsorge umwandeln.

Der tarifliche Zuschuss beträgt 15 Prozent der umgewandelten Summe. Bereits vor dem 1. Juni 2025 bestehende freiwillige oder individuelle, tarifliche oder betriebliche Regelungen zur Weitergabe eingesparter Sozialversicherungsbeiträge werden auf den neuen tariflichen Arbeitgeberbeitrag angerechnet.

Der Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier stellt Mustervereinbarungen zur Umsetzung des Arbeitgeberbeitrags zur Verfügung.

Neues Angebot des Zukunftsfonds: Fondsgebundene Direktversicherung

Gemeinsam mit der HDI Lebensversicherungs AG entwickeln die Sozialpartner BVDM, HPV und ver.di das Angebot der Branchenlösung zur betrieblichen Altersversorgung (bAV) im Zukunftsfonds Medien, Druck und Papier stetig weiter. Ziel ist es, der Branche attraktive Lösungen zum Aufbau einer Betriebsrente anzubieten.

Deshalb wurde das Angebot im Zukunftsfonds um die fondsgebundene Direktversicherung HDI Sa-felInvest erweitert. Das Produkt wendet sich an Mitarbeitende, die die Renditechancen der Kapitalmärkte für ihre Altersversorgung nutzen wollen. Die Mitarbeitenden können zwischen nachhaltigen, chancenorientierten und schwankungsarmen Anlagen mit breiter Risikostreuung über verschiedene Anlageklassen wählen. Informationen rund um den Zukunftsfonds gibt es auf der Internetseite.

Zudem können Unternehmen ihre Belegschaft im Rahmen einer Betriebsversammlung durch regionale zertifizierte Zukunftsfonds betreuer informieren.

zukunftsfonds.
Medien · Druck · Papier



Weitere Informationen:
www.zukunftsfonds-medien-druck-papier.de/

Absicherung und Vorsorge

BG ETEM: Für einen fairen Gefahrтарif

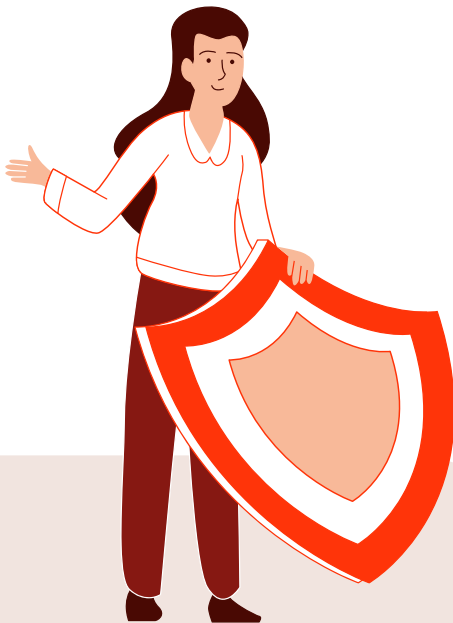
Der Gefahrтарif der Berufsgenossenschaft BG ETEM ist ein zentraler Faktor für die Berechnung der von Unternehmen zu entrichtenden Beiträge. Der Gefahrтарif muss turnusmäßig spätestens alle sechs Jahre angepasst werden. Die nächste Aktualisierung steht 2027 an.

Die ersten zuständigen Gremien innerhalb der BG ETEM haben sich in den Sitzungen ab Ende 2025 intensiv mit der Aktualisierung des Gefahrтарifs befasst. Die aktuelle Überarbeitung erfolgt dabei unter herausfordernden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen. Die für die Beitragsberechnung maßgeblichen Lohn- und Gehaltssummen im Bereich Druck sind im Vergleich zum vorherigen Gefahrтарifzeitraum um rund ein Drittel

zurückgegangen, während die Ausgaben der BG – bei gleichzeitig insgesamt gestiegenen Heilbehandlungskosten – nahezu unverändert geblieben sind. Diese – sich rein rechnerisch ergebende – Entwicklung macht eine Anpassung des Gefahrтарifs notwendig, der im Bereich Druck zu Beitragserhöhungen führen wird.

Die finale Befassung durch die Vertreterversammlung wird voraussichtlich Mitte des Jahres 2026 erfolgen. Weil die BG ETEM ihre Kosten nachträglich erhebt, werden sich die Änderungen auf die Unternehmensbeiträge erst im Jahr 2028 auswirken.

Der BVDM hat sich in den zuständigen Gremien der BG ETEM intensiv dafür eingesetzt, die zu erwartenden Beitragsanstiege für die Mitgliedsbetriebe so erträglich wie möglich zu halten. Insbesondere konnten andere, ebenfalls in der BG ETEM versicherte Branchen in einem intensiv Diskussionsprozess davon überzeugt werden, den Bereich Druck solidarisch zu unterstützen. Am Ende stand ein Kompromiss, der die Belastung für die Druckereien zeitlich streckt und damit zumindest etwas abfedert. Diese Lösung stellt sicher, dass die Branche nicht kurzfristig überproportional belastet wird.



Nachwuchs, Bildung und Fachkräftesicherung

Ausbildungs- und Fachkräftesituation: Zahlen, die Orientierung geben

Mit der jährlichen bundesweiten Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation schafft der BVDM eine belastbare Datengrundlage für seine bildungspolitische Arbeit und Interessenvertretung.

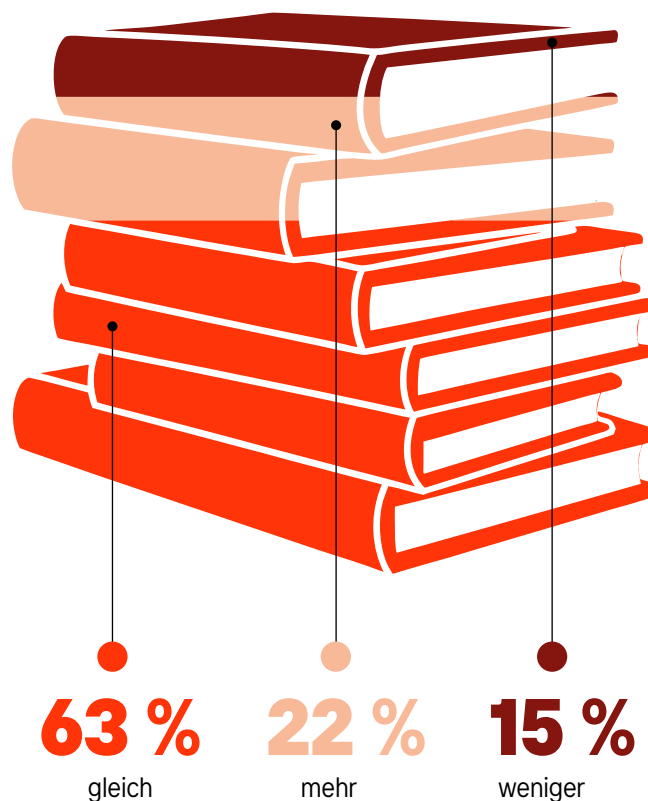
Die Ergebnisse der Umfrage fließen in die bildungspolitische Arbeit der Verbände ein und helfen dabei, Seminare, Programme und politische Forderungen passgenau auf den Bedarf der Unternehmen auszurichten.

Mehr Ausbildungsverträge, weniger unbesetzte Plätze

Die Ergebnisse der Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation 2025 senden ein positives Signal: 81 Prozent der befragten Unternehmen konnten neue Ausbildungsverträge abschließen, das sind 10 Prozentpunkte mehr als 2024. Auch das Ausbildungsangebot zeigt sich stabil: 63 Prozent boten genauso viele Plätze und 22 Prozent sogar mehr als im Vorjahr an. Vor allem in den kaufmännischen Berufen und die Ausbildung zum Mediengestalter / zur Mediengestalterin ist es weiterhin unproblematisch, Nachwuchskräfte zu finden. Bei den Medientechnologieberufen konnten 2025 sogar mehr Unternehmen erfolgreich alle Stellen füllen, aber immer noch 26 Prozent der Befragten konnten im Druck und 43 Prozent in der Druckweiterverarbeitung keine Stellen besetzen. Die Gründe dafür sind vielfältig: Ungeeignete Bewerbungen spielen mit 62 Prozent wieder eine größere Rolle, liegen

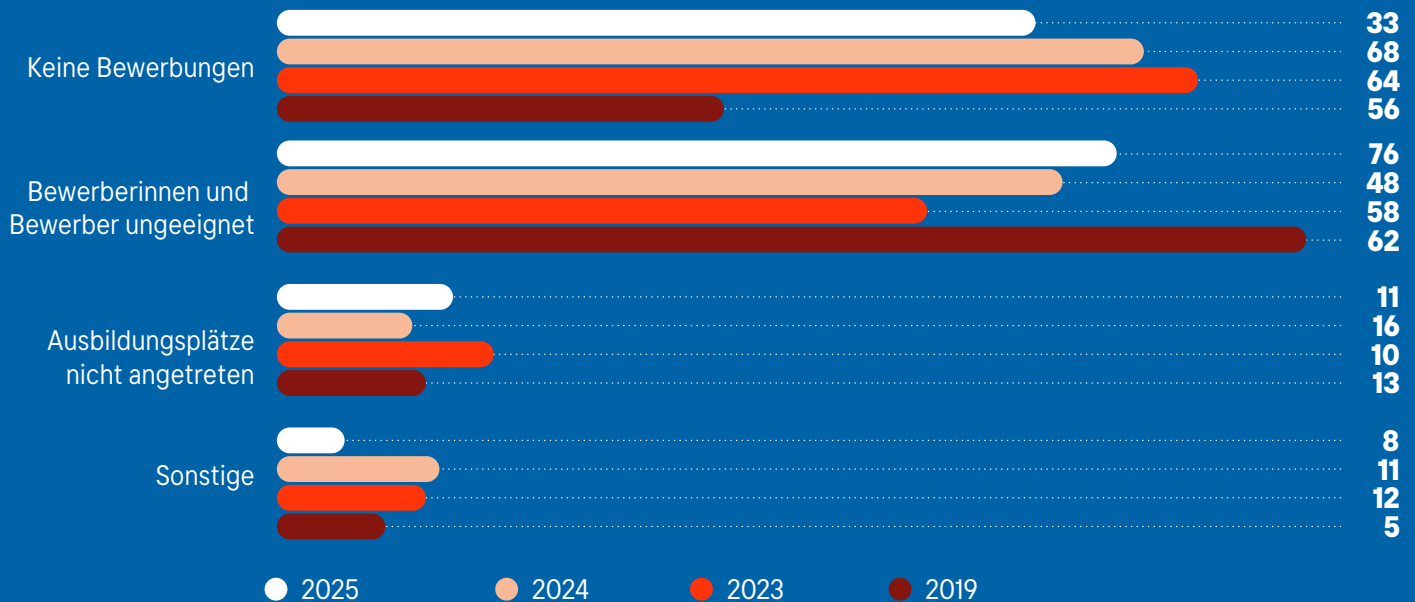
aber noch deutlich unter dem Vor-Corona-Niveau 2019 von 76 Prozent. 56 Prozent der Ausbildungsbetriebe haben keine Bewerbungen erhalten – ein Rückgang um 8 Prozentpunkte. 2019 waren es mit 33 Prozent wesentlich weniger Betriebe, die keine Bewerbungen erhalten haben.

Anzahl angebotener Ausbildungsplätze gegenüber 2024 (n = 191)



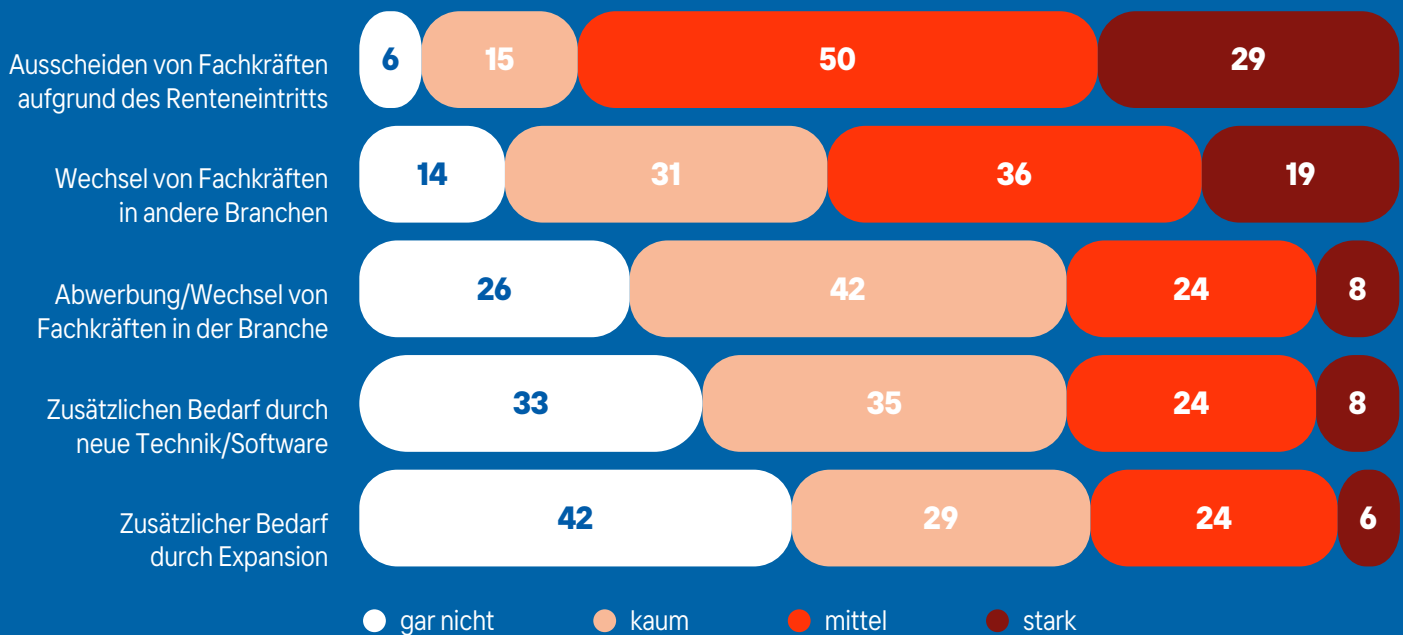
Gründe für unbesetzte Ausbildungsplätze (Mehrfachantworten möglich, n = 117)

Gründe in Prozent



Wie stark ist Ihr Unternehmen vom Fachkräftemangel betroffen durch ...? (n = 160)

Gründe in Prozent



Fachkräftemangel – weniger spürbar, weiterhin herausfordernd

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen einen leichten Rückgang des Fachkräftemangels in der Branche. Mit 56 Prozent waren es in diesem Jahr 9 Prozentpunkte weniger vom Fachkräftemangel betroffene Unternehmen. Ein potenzieller Grund hierfür ist die angespannte wirtschaftliche Situation, in der weniger Fachkräfte gesucht oder Einstellungen aufgeschoben werden. Die größten Herausforderungen bleiben das Ausscheiden erfahrener Mitarbeitender in den Ruhestand sowie der Wechsel von Fachkräften in andere Branchen. Die Folgen spüren die Unternehmen deutlich: 84 Pro-

zent berichten von einer höheren Arbeitsbelastung der Mitarbeitenden und 73 Prozent von steigenden Personalkosten. Um dem Fachkräftemangel zu begegnen, setzen die Unternehmen vor allem auf Weiterbildung der Mitarbeitenden (70 Prozent), Qualifizierung von Quereinsteigerinnen und -einsteigern (64 Prozent) und Ausbildung (36 Prozent).

Trotz aller Herausforderungen zeigt die Umfrage, dass die Betriebe der Druck- und Medienwirtschaft durch Aus- und Weiterbildung in ihre Zukunft investieren.

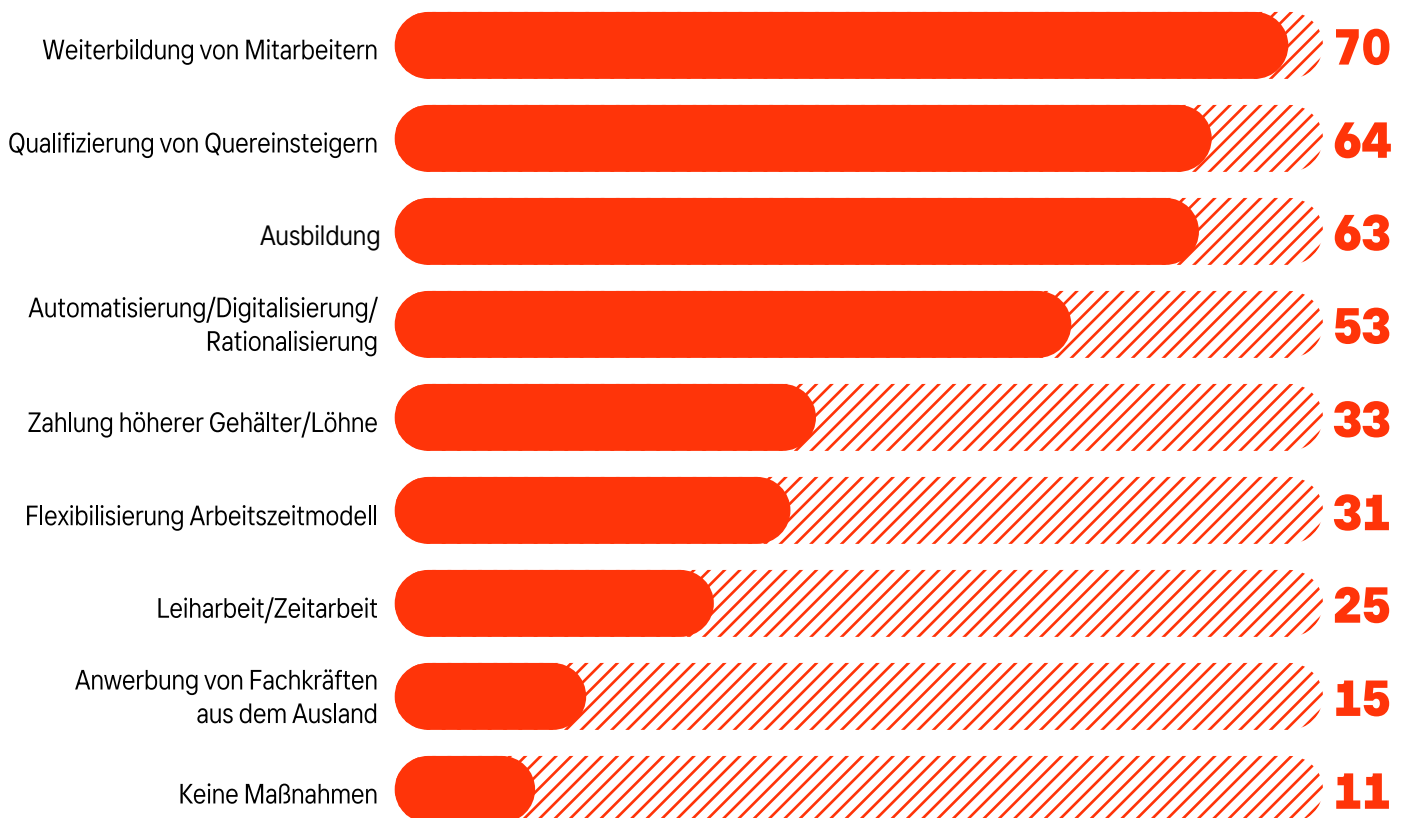


Zum Ergebnisbericht:



Maßnahmen zur Deckung des Fachkräftebedarfs (Mehrfachantworten möglich, n = 242)

Maßnahmen in Prozent





KI und Nachwuchskräftegewinnung in der Berufsbildung

Wie verändert künstliche Intelligenz die berufliche Ausbildung, und wie bleibt diese zukunftsfähig? Der Bildungspolitische Ausschuss (BPA) des BVDM bietet Raum für diese Debatten und setzt Impulse für eine tragfähige Bildungspolitik in der Druck- und Medienwirtschaft.

Anfang November 2025 kam der Bildungspolitische Ausschuss des BVDM zu seiner Jahrestagung in der IHK Ulm zusammen. 13 ehrenamtliche, sieben hauptamtliche Mitglieder sowie Gäste aus dem Bildungsbereich diskutierten aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen in der Berufsbildung der Druck- und Medienwirtschaft.

Einen inhaltlichen Schwerpunkt bildete der Impulsvortrag „KI in der Berufsausbildung“ von Prof. Dr. Michel Börner (Technische Hochschule Ulm). In der

anschließenden Diskussion wurden die Potenziale und Grenzen des Einsatzes von künstlicher Intelligenz in der Ausbildung intensiv beleuchtet. KI kann individuelles Lernen ermöglichen sowie Ausbildungspersonal unterstützen und entlasten. Zugleich verändert sie die Anforderungen an Berufsbilder und damit auch die in der Ausbildung zu vermittelnden Kompetenzen. Allerdings stellte die 2024 ins Leben gerufene paritätisch besetzte Fachkommission des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung (ZFA) fest, dass die aktuellen Ausbildungsordnungen der Medientechnologieberufe alle derzeit erforderlichen Anforderungen abdecken. Ein unmittelbarer Handlungsbedarf für eine Neuordnung wird deshalb nicht gesehen. Um die Entwicklungen weiterhin eng zu begleiten, wird die Arbeit der Fachkommission fortgeführt.

Weitere Themen der Sitzung waren Maßnahmen der Verbände Druck und Medien zur Nachwuchskräftegewinnung – darunter Ausbildung.de und hochDRUCK – sowie die Ergebnisse aus der Umfrage zur Ausbildungs- und Fachkräftesituation. In der ZFA-Sitzung am Folgetag wurden gemeinsam mit ver.di sowie Vertretern der IHK, dem Bundesinstitut für Berufsbildung und von Berufsschulen unter anderem die Ausbildungsplatzsituation, das Projekt – Textoptimierte Prüfung mithilfe von künstlicher Intelligenz (TOP.KI), Neues aus der Prüfungsaufgabenerstellung und die Aktivitäten der Lehrerarbeitsgemeinschaft Medien (LAG) vorgestellt.

Das jährliche Präsenztreffen bietet einen vertieften Austausch zu aktuellen und anstehenden Themen rund um die Berufsbildung. Dabei haben die Mitglieder die Möglichkeit, Impulse für die Ausrichtung der Bildungspolitik der Verbände Druck und Medien zu setzen. Die kommende BPA-Sitzung findet am 26. Oktober 2026 in Magdeburg statt.

Gestaltungswettbewerb des BVDM: Kreativität sichert Zukunft

Der vom BVDM bundesweit organisierte Azubi-gestaltungswettbewerb ist ein fester Bestandteil der Nachwuchsarbeit der Druck- und Medienwirtschaft. Jahr für Jahr bietet er Auszubildenden die Möglichkeit, ihre Kreativität, ihr technisches Know-how und ihr gestalterisches Verständnis praxisnah zu zeigen. Beim Wettbewerb 2025 überzeugten zahlreiche Einreichungen zum Thema „Out of the Box: Erstelle eine Faltschachtel“. Die prämierten Arbeiten zeigen eindrucksvoll, wie innovativ und ideenreich der Branchennachwuchs aktuelle Gestaltungsaufgaben interpretiert.

Und der Blick der Jury – Medienprofis aus unterschiedlichen Fachrichtungen – richtet sich bereits nach vorn: Für den Gestaltungswettbewerb 2026 ruft der BVDM zur Teilnahme unter dem Thema „Cover me up: Gestalte ein Buchcover“ auf. Damit setzen wir die erfolgreiche Reihe fort und stärken gezielt Motivation und Identifikation des Nachwuchses mit der Branche.



Gewinnermotiv aus dem Gestaltungswettbewerb 2025 von Katharina Andrusiuk.





Wir unterstützen

Werkzeuge, Orientierung und
Standards – für handlungs-
fähige Unternehmen

AGB für Online-Shops: Fortlaufende Aktualisierung

Rechtssichere AGB sind das Fundament jedes Online-Shops. Deshalb haben die Verbände Druck und Medien unter Federführung des BVDM das Muster für die „AGB für Online-Shops der Druck- und Medienindustrie“ im vergangenen Jahr gleich zweimal überarbeitet.

Im Februar 2025 wurde eine umfangreiche Neufassung mit Regelungen u. a. zu Bestellprozess, Haftung, höherer Gewalt und Teillieferungen erstellt. Bereits im August 2025 machte eine Gesetzesänderung zum Wegfall der EU-Pflicht zur Onlinestreitbeilegung eine weitere Aktualisierung erforderlich. Bei dieser Gelegenheit wurden weitere Ergänzungen vorgenommen, insbesondere zum

erweiterten Eigentumsvorbehalt und zur verkürzten Gewährleistungsfrist im unternehmerischen Geschäftsverkehr.

Die Muster-AGB bieten Mitgliedern der Verbände Druck und Medien einen echten Mehrwert. Sie erhalten damit branchenspezifische und professionell erstellte AGB. Gerade kleine und mittlere Betriebe profitieren von dieser Entlastung. Die aktualisierten Muster-AGB samt Erläuterungen können Mitgliedsunternehmen kostenlos bei ihrem zuständigen Verband anfordern. Die Erläuterungen helfen dabei, die Klauseln an die individuellen Geschäftsprozesse des eigenen Shops anzupassen.

Ausblick: Aktualisierung der AGB für das klassische Offlinegeschäft für 2026 geplant

Nach den AGB für Online-Shops steht für 2026 die Überarbeitung der AGB für das klassische Offlinegeschäft an. Auch hier werden aktuelle Rechtsänderungen und Praxiserfahrungen einfließen.



Ausbildung.de: Mehr Sichtbarkeit für Ausbildungsplätze

Geeignete Nachwuchskräfte zu finden, wird für viele Betriebe immer herausfordernder. Der BVDM unterstützt seine Mitgliedsunternehmen aktiv mit einem gezielten Angebot auf Ausbildung.de und reagiert damit frühzeitig auf veränderte Suchgewohnheiten junger Menschen.

Der BVDM bietet Mitgliedsunternehmen seit April 2025 die Möglichkeit, zu besonders günstigen Konditionen Ausbildungsplatzangebote auf „der Plattform“ Ausbildung.de zu inserieren. Das Portal zeichnet sich durch eine hohe Sichtbarkeit in Suchmaschinen aus und gewinnt zudem im Umfeld von KI-gestützten Suchanfragen an Bedeutung. Beides wird zukünftig entscheidend sein, um Ausbildungsangebote für junge Menschen sichtbar zu halten. Bewerbungen können über das Portal unkompliziert über ein kurzes Anschreiben und einen Lebenslauf an das Unternehmen übermittelt werden.

Die Zahlen aus dem Pilotjahr unterstreichen die Wirkung des Angebots: Von April bis September 2025 wurden die 17 ausgeschriebenen Ausbildungsstellen 7.243 Mal aufgerufen. 847 Jugendliche klickten auf den Bewerbungslink, 314 Direktbewerbungen gingen über „der Plattform“ Ausbildung.de ein. Als wirksame Brücke zwischen Unternehmen und potenziellen Auszubildenden wird der BVDM das Angebot dauerhaft fortführen.





Die Klimainitiative
der Druck-
und Medienverbände

„ Die Branche kann sich nun auf ein unabhängig geprüftes, wissenschaftlich fundiertes CO₂-Bilanzierungswerkzeug verlassen, das Emissionen nachvollziehbar, vergleichbar und glaubwürdig macht. “

Julia Rohmann, Managerin der Klimainitiative der Druck- und Medienverbände

CO₂-Rechner der Klimainitiative ist TÜV-Austria zertifiziert

Mit der erfolgreichen TÜV-Austria-Zertifizierung hat die Klimainitiative der Druck- und Medienverbände im Januar 2026 einen bedeutenden Meilenstein erreicht.

Der CO₂-Rechner, seit über 15 Jahren das zentrale Instrument zur Ermittlung betrieblicher und produktbezogener Treibhausgasemissionen in Druckereien, wurde umfassend geprüft und entspricht nun offiziell den internationalen Standards für die CO₂-Bilanzierung.

Damit steht der Branche ein wissenschaftlich fundiertes, transparentes und international anerkanntes Tool zur Verfügung, dessen Methodik durch ein unabhängiges Gutachten validiert wurde. Mit der Zertifizierung wurden sowohl die normkonforme Berechnung von Product Carbon Footprints nach

ISO 14067 als auch die Erstellung von Corporate Carbon Footprints gemäß dem Greenhouse Gas Protocol bestätigt. Gleichzeitig setzt die Branche ein starkes Zeichen für Transparenz, Qualität und Klimaschutz, und schafft eine verlässliche Grundlage für zukünftige Nachhaltigkeitsanforderungen, wie die CSRD, sowie für belastbare Emissionsdaten in der Kundenkommunikation.

Für die Unternehmen bedeutet die Zertifizierung zusätzliche Sicherheit und Glaubwürdigkeit, sowohl für interne Klimastrategien als auch für die externe Kommunikation gegenüber Kunden und Geschäftspartnern. Der CO₂-Rechner bildet typische Produktionsprozesse, Materialflüsse und Energieverbräuche der Druck- und Medienbranche realistisch ab und ermöglicht eine praxisnahe und rechtssichere Bilanzierung ohne unnötige Komplexität.

KI kauft Druckprodukte

„Hey, Agent, bestelle mir 500 Visitenkarten auf 350 g Offsetkarton. Die Visitenkarten sollen meinen Namen, meine Funktion und meine dienstlichen Kontaktdaten enthalten. Das Firmenlogo soll in unserer CI-Farbe gedruckt und hochglänzend lackiert werden. Lieferung ins Büro bis Donnerstag.“

Anweisungen wie diese, einfach ins Mobiltelefon gesprochen, könnten künftig Aufträge bei Online-druckdienstleistern auslösen. Mit dem sogenannten Agentic Commerce, dem Onlineeinkauf per KI-Agent, zeichnet sich nach Social Commerce der nächste Entwicklungsschritt im E-Commerce ab.

Mit dem Universal Commerce Protocol (UCP) veröffentlichte Google Anfang 2026 gemeinsam mit Partnern, wie Shopify und Walmart, einen offenen Standard, der KI-gestützte Einkaufsprozesse ermöglichen soll, ohne dass der Kunde den Webshop des Anbieters aktiv aufsuchen oder einzelne Schritte des Kaufprozesses, einschließlich Bezahlvorgang, anstoßen muss. Der Standard wird zurzeit in den USA getestet. In Europa steht die Politik noch vor der Aufgabe, Voraussetzungen für die rechtssichere Anwendung von Agentic Commerce zu schaffen.

Gemeinsam mit der Initiative Online Print (IOP) und dem europäischen Dachverband der Druckindustrie Intergraf arbeitet der BVDM daran, UCP um branchenspezifische Elemente zu erweitern, so-

dass auch die Druck- und Medienwirtschaft für die Zukunft des Agentic Commerce gerüstet ist. Denn anders als Produkte wie Schuhe, Toaster oder Mineralwasser stellen Druckprodukte das Agentic Commerce vor spezifische Herausforderungen, für die UCP derzeit noch nicht gerüstet ist. Die enorme Vielfalt der Konfigurationsmöglichkeiten in Hinblick auf Materialien, Formate, Farbigkeit, Veredelung und Verarbeitung, die hohe Variabilität der Produktgestaltung von der Personalisierung bis zur vollständigen Individualisierung des Druckprodukts, der Dateiupload sowie Prüf- und Freigabeprozesse werden durch den Standard bislang nicht abgebildet.



Nachhaltigkeits- berichterstattung leicht gemacht

Auch ohne gesetzliche Pflicht bleibt die Nachhaltigkeitsberichterstattung für viele Unternehmen relevant. Der BVDM unterstützt mit praktikablen Lösungen und konkreten Hilfsmitteln und setzt sich aktiv im Gesetzgebungsprozess für Erleichterungen und Entbürokratisierung ein.

Die EU-Richtlinie 2026/470 vom 24. Februar 2026 befreit zahlreiche große Unternehmen von der ursprünglich vorgesehenen Pflicht, ab 2028 jährlich einen CSRD-Nachhaltigkeitsbericht zu erstellen. Weil nur noch Unternehmen mit mehr als 1000 Be-

schäftigten und einem Jahresumsatz über 450 Mio. Euro berichtspflichtig werden, dürfte – außer im Rahmen von Konzernberichterstattungen – dies kaum ein deutsches Branchenunternehmen betreffen. Damit entspricht der Gesetzgeber der BVDM-Forderung nach dem Abbau überflüssiger Berichtsbürokratie.

Trotz fehlender gesetzlicher Verpflichtung werden viele Branchenunternehmen in Zukunft Nachhaltigkeitserklärungen abgeben müssen, weil berichtspflichtige Kunden Nachhaltigkeitsinformationen aus ihrer Lieferkette verlangen oder Banken, Versicherungen und Investoren entsprechende Daten für ihr Risikomanagement einfordern.

Besonders kleinen und mittleren Unternehmen fällt es jedoch schwer, eine Vielzahl von Auskunftsverlangen jeweils individuell zu beantworten. Wer stattdessen einen Nachhaltigkeitsbericht nach dem von der EU-Kommission empfohlenen VSME-Standard für die freiwillige Nachhaltigkeitsberichterstattung erstellt, deckt bereits alle Kriterien ab, die berichtspflichtige Unternehmen aus ihrer Lieferkette für ihren CSRD-Bericht benötigen. Außerdem erfüllt dieser zumindest einen Teil der Anforderungen finanzieller Stakeholder.

BVDM stärkt Branche bei Nachhaltigkeitsberichten

Unternehmen können über die DNK-Plattform kostenlos einen Nachhaltigkeitsbericht nach dem von der EU-Kommission empfohlenen VSME-Standard erstellen. Druck- und Medienbetriebe profitieren dabei von speziell für die Branche entwickelten Inhalten, die von einer BVDM-Projektgruppe aus Mitgliedsunternehmen erarbeitet wurde. Die Plattform wird durch die Bundesregierung gefördert und ermöglicht u. a. den Export des erstellten Nachhaltigkeitsberichtes maschinenlesbaren XBRL-Format, was Stakeholdern die Übernahme der Inhalte erleichtert.

Normung für die Druckindustrie

Neue Abmusterungsnorm liegt vor

Im Juli 2025 erschien nach langjährigen Beratungen eine Neufassung der ISO 3664. Sie regelt die Beleuchtungsbedingungen, unter denen Drucke, Proofs und andere Vorlagen abgemustert werden sollen, und berücksichtigt nun erstmals LED-Lichtquellen. Anders als die bislang genutzten Leuchtstoffröhren emittieren weiße LEDs kein UV-Licht. Deshalb werden in den Beleuchtungseinrichtungen zusätzlich UV-LEDs eingesetzt. Oft lassen sich diese separat zu- und abschalten, um auch praxistypische Beleuchtungsbedingungen in Innenräumen zu simulieren. Dies ist in manchen Fällen nützlich, darf aber nicht dazu verleiten, in Billiglösungen zu investieren, die ausschließlich UV-freies Licht erzeugen können. Denn für die meisten Betrachtungsaufgaben in der Druckindustrie ist nach wie vor die an UV-haltiges Tageslicht angelehnte Normlichtart D50 zweckmäßig und vorgeschrieben.

Arbeit an Norm zur Prozesssteuerung im Offsetdruck wieder aufgenommen

Nach einem zwischenzeitlichen Stopp gehen die Arbeiten an einer neuen Fassung der Basisnorm für den Prozessstandard Offsetdruck ISO 12647-2 jetzt weiter. Die Unterbrechung war nötig geworden, weil wichtige Informationen zum US-amerikanischen Standardisierungskonzept G7 durch die US-Vertreter im zuständigen Normenausschuss nicht rechtzeitig bereitgestellt wurden. Denn das Hauptziel der Überarbeitung war es, das G7-Konzept in ISO 12647-2 zu integrieren und dadurch die weltweite Akzeptanz der Norm zu steigern. Inzwischen liegen die erforderlichen Angaben vor, so dass die Arbeiten an der Norm fortgesetzt werden können. Dabei sollen auch die Produktionstoleranzen noch einmal überarbeitet und das durch die zahlreichen bisherigen Änderungen sehr umfangreich und unübersichtlich gewordene Dokument deutlich gestrafft und redaktionell verbessert werden. Bis zum Erscheinen der neuen Ausgabe von ISO 12647-2, die frühestens Mitte 2027 zu erwarten ist, gilt die Fassung vom Dezember 2013.



Neue Studie: Print schlägt digital im CO₂-Vergleich

Die Diskussion um die Umweltwirkungen gedruckter Werbemittel wird seit Jahren von pauschalen Vorwürfen begleitet, Printprodukte seien im Vergleich zu digitalen Werbeformen besonders klimaschädlich. Um diese Behauptungen faktenbasiert und unabhängig zu prüfen, hat der BVDM gemeinsam mit Austropapier, dpsuisse, Jorcon b. v. (Niederlande) sowie dem Verband Druck Medien Österreich eine umfassende wissenschaftliche Untersuchung initiiert und das Öko-Institut Freiburg beauftragt, den CO₂-Fußabdruck von Prospekten und Zeitungswerbung im Vergleich zu Onlinewerbung zu analysieren.

Print siegt im CO₂-Vergleich

Die im November 2025 veröffentlichte Studie zeigt deutlich, dass gedruckte Werbung in nahezu allen untersuchten Szenarien einen geringeren CO₂-Ausstoß als digitale Werbeformate verursacht. Insbesondere der Energiebedarf für Serverinfrastruktur, Datenübertragung und Endgeräte im Onlinebereich wurde bislang häufig unterschätzt.

Der BVDM stellt seinen Mitgliedern die zentralen Ergebnisse in einer Kurzfassung bereit. Begleitet wurde die Veröffentlichung durch Pressearbeit und eine Social-Media-Kampagne, über die die Ergebnisse in die öffentliche Debatte eingebracht wurden.

„ Wer über die Umweltwirkung von Werbung spricht, muss alle Emissionen entlang des Lebenszyklus betrachten – digital wie gedruckt. “

Julia Rohmann, Referentin für Umweltschutz und Arbeitssicherheit

Die wichtigsten Resultate im Überblick:

- Gedruckte Prospekte verursachen im Vergleich zu ihren Onlinependants einen fünfmal geringeren CO₂-Fußabdruck.
- Bei Zeitungswerbung ist der CO₂-Ausstoß von Onlinebannern rund doppelt so hoch wie der einer gedruckten Anzeige.

den. Die Resonanz war durchweg positiv und unterstreicht den Bedarf an faktenbasierten Einordnungen der Umweltwirkungen von Print.

Beitrag des BVDM und Ausblick auf die Verwendung der Ergebnisse

Der BVDM hat sich sowohl finanziell als auch inhaltlich maßgeblich an der Studie beteiligt. Während die Projektleitung in Österreich lag, wurde ein Großteil der Daten für den Printbereich über den CO₂-Rechner der Klimainitiative der Druck- und

Medienverbände durch den BVDM bereitgestellt und die wissenschaftliche Arbeit eng begleitet. Damit die Erkenntnisse auch von Mitgliedern genutzt werden können, sollen sie in die Informationsoffensive zur Umweltwirkung von Druck („umwelt.bewusst.gedruckt.“) integriert werden. Ziel ist es, faktenbasierte Argumente gegen pauschale Nachhaltigkeitskritik an Printmedien dauerhaft verfügbar zu machen und die Position der Branche im politischen und gesellschaftlichen Diskurs zu stärken.

STLB für Getränkeflaschenetiketten auch auf Englisch

Die Speziellen Technischen Liefer- und Bezugsbedingungen (STLB) für Getränkeflaschenetiketten aus Papier bieten deren Einkäufern und Herstellern eine belastbare Grundlage für die Qualitätssicherung. Die Spezifikation definiert Anforderungen an die Papierqualität sowie an optische, mechanische und andere technische Merkmale von Getränkeflaschenetiketten.

Erarbeitet wurde die STLB gemeinsam vom BVDM und dem Deutschen Brauer-Bund. Um Druckereien die Zusammenarbeit mit internationalen Etikettenkunden zu erleichtern, wurde die Publikation nun auch in englischer Sprache aufgelegt. Die übersetzte Fassung steht wie die deutsche Ausgabe auf der BVDM-Internetseite kostenlos zum Download bereit.





Wir verbinden

Sichtbarkeit und
Gemeinschaft – Präsenz
für Print

Starke Stimme für Print

In einer zunehmend komplexen Medienwelt nimmt strategische Kommunikation eine zentrale Rolle ein. Für den BVDM ist sie das Fundament einer wirksamen Interessenvertretung.

Als verlässlicher Impulsgeber und erster Ansprechpartner für Medien, Politik und Verbände machen wir mit belastbaren Zahlen, klaren Fakten und aktuellen Ergebnissen aus anerkannten Studien deutlich, was die Branche leistet und bewirkt. Unsere Stärke sind ein umfassendes Branchenwissen und ein klarer Blick auf Zusammenhänge.

Informieren, einordnen, positionieren

Der BVDM adressiert Journalistinnen und Journalisten kontinuierlich mit relevanten Themen aus der Druck- und Medienwirtschaft. Im Mittelpunkt stehen fundierte Informationen zur Lage der Branche, zu aktuellen Gesetzesvorhaben und Serviceleistungen.



11.12.25, 09:12 Warum Preisträger-Bücher von Elminger vergriffen sind. | FAZ

Frankfurter Allgemeine

LIEFERENGPASS

Bücher sind die neue Dubai-Schokolade

Von Patricia Andrae
17.10.2025, 08:12 Lesezeit: 4 Min.



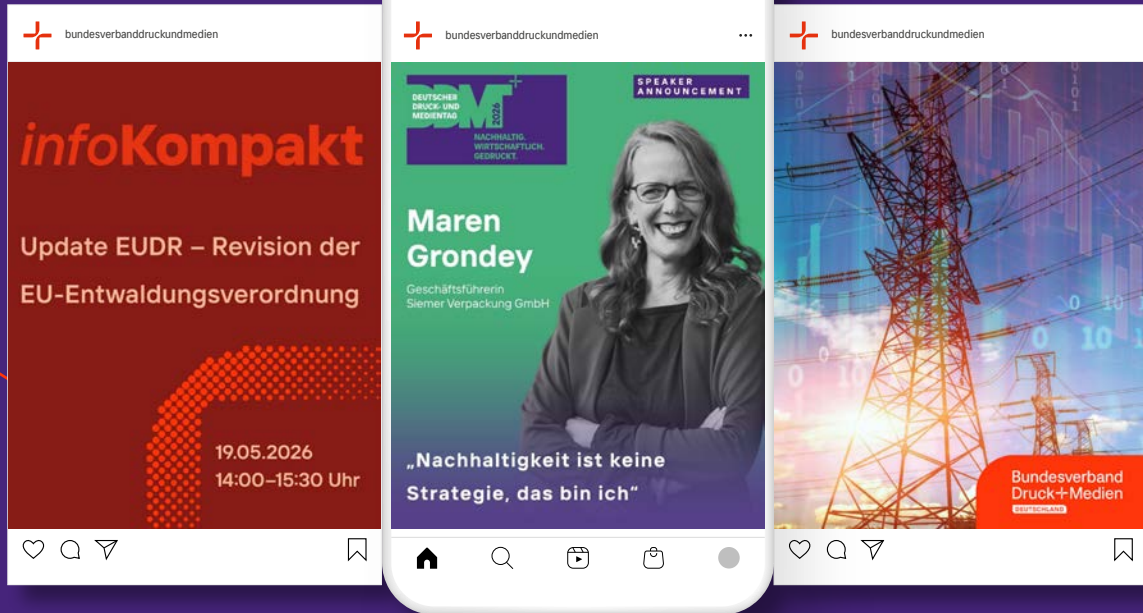
Auszeichnungen lassen die Nachfrage nach Büchern in die Höhe schnellen. Nicht nur der Elmiger-Verleger hat es schwer für Nachschub zu sorgen. Das hat mehrere Gründe.

Zur App

Achselzucken – das ist die Reaktion in so manchem Buchladen in der Region, wenn Kunden nach einem Buch des Literaturnobelpreisträgers László Krasznahorkai fragen oder nach Dorothee Elmigers mit dem Deutschen Buchpreis prämierten Roman „Die Holländerinnen“. „Wir hatten noch fünf oder sechs Exemplare vorrätig, aber die waren schnell weg“, sagt Daniel Bogdanov, der den Buchplatz in Frankfurt-Sachsenhausen betreibt, zu Elmigers Roman. Den hatte er, wie die übrigen Titel auf der Liste der Kandidaten für den Preis, rechtzeitig bestellt. Auf weitere Exemplare müssten seine Kunden noch warten. Er hoffe, dass der Münchner Hanser-Verlag schnell nachliefern könne, so der Buchhändler.

<https://www.faz.net/aktuell/heim/wirtschaft/warum-preistraeger-buecher-von-elminger-vergriffen-sind-110735037.html>

1/5



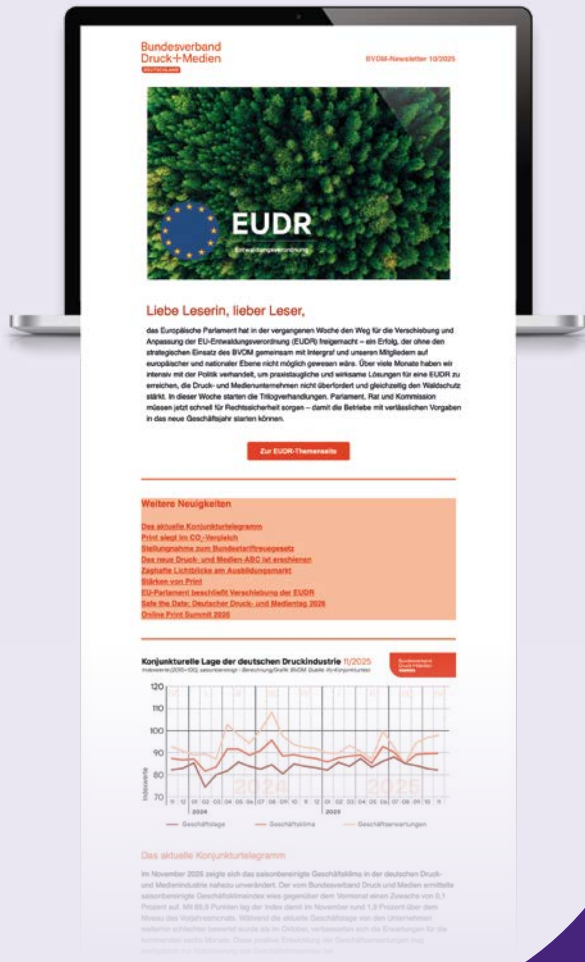
Neben Hintergrundgesprächen und ausführlichen Informationen setzen wir auf ein breites Spektrum an Formaten – von Presseinformationen und Interviews über Statements bis hin zu Statistiken und Grafiken. Diese konsequente Medienarbeit spiegelte sich in den vergangenen zwölf Monaten in rund 600 Veröffentlichungen wider.

Print und digital gehen Hand in Hand

Über seine Social-Media-Kanäle informiert der BVDM nahezu täglich über Neuigkeiten und Wissenswertes aus der Druck- und Medienwirtschaft. Ziel ist es, Druck- und Medienbetriebe, Mitglieder und die breite Öffentlichkeit kontinuierlich über Entwicklungen in der Branche sowie über zentrale Themen und Positionen des Verbands auf dem Laufenden zu halten. Auf LinkedIn sowie auf seinen Instagram-Kanälen und der Initiative teammedien setzt der BVDM konsequent auf Aktualität, umfassende Information, sorgfältige Recherche und zielgruppengerechte Beiträge.



Den Newsletter
abonnieren unter:
[www.bvdm-online.de/
newsletter](http://www.bvdm-online.de/newsletter)



Mit dem BVDM-Newsletter monatlich gut informiert

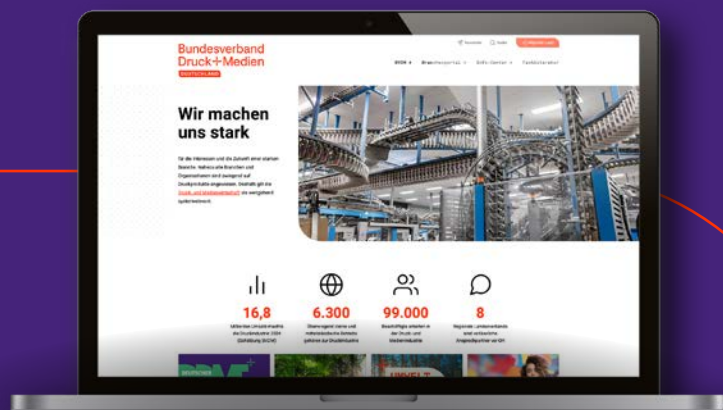
Einmal im Monat erhalten die über 6000 Abonnenten des BVDM-Newsletters neueste Nachrichten aus der Branche.

Stark im Netz: Der digitale Auftritt der Druck- und Medienbranche

Der Internetauftritt des BVDM ist weit mehr als eine Visitenkarte – er bildet das zentrale Kommunikationsinstrument des Verbands und ist die wichtigste Plattform für Information und Positionierung. Ein besonderes Herzstück des digitalen Angebots ist das Branchenportal des BVDM. Hier werden zentrale Positionen, strategische Ziele und Themen gebündelt und anschaulich aufbereitet. Gleichzeitig bietet das Portal einen umfassenden Einblick in die Vielfalt und Leistungsfähigkeit der Druck- und Medienindustrie.

Mit fundierten Analysen, aktuellen Zahlen sowie relevanten Informationen aus den Bereichen Wirtschaft, Medien- und Unternehmensrecht, Sozialpolitik, Umwelt, Arbeitsschutz, Bildung und Technik+Innovation wird die Bedeutung der Branche für Wirtschaft und Gesellschaft deutlich herausgestellt. Das Portal fungiert damit nicht nur als Informationsquelle, sondern auch als Schaufenster einer dynamischen und zukunftsorientierten Industrie.

Besuchen Sie uns unter bvdm-online.de.





Der nützliche NUTZEN

„Print macht Appetit“ – mit solchen klaren Botschaften setzte das Verbandsmagazin NUTZEN im vergangenen Jahr Akzente. In informativen Titelgeschichten und praxisnahen Beispielen greift das Magazin wirtschaftlich und gesellschaftlich relevante Themen auf und ordnet die Rolle von Print in Deutschland ein. Dabei wird deutlich, dass gedruckte Produkte aus nahezu allen Branchen und Organisationen nicht wegzudenken sind und die Druckindustrie in Teilen systemrelevant ist.

Ergänzt werden die Schwerpunktthemen durch fundierte Brancheninformationen und Hintergründe: von aktuellen Wirtschaftszahlen und Unternehmensporträts über Einblicke in die Lobbyarbeit des Verbands bis hin zu rechtlichen Fragestellungen und Aspekten der Nachhaltigkeit in der Druckbranche.

Kampagnen

Mit Job Dive 360° in die Welt der Medienberufe eintauchen

Berufsorientierung braucht neue Zugänge. Mit Job Dive 360° bringt der BVDM Jugendlichen Medienberufe digital, interaktiv und authentisch näher.

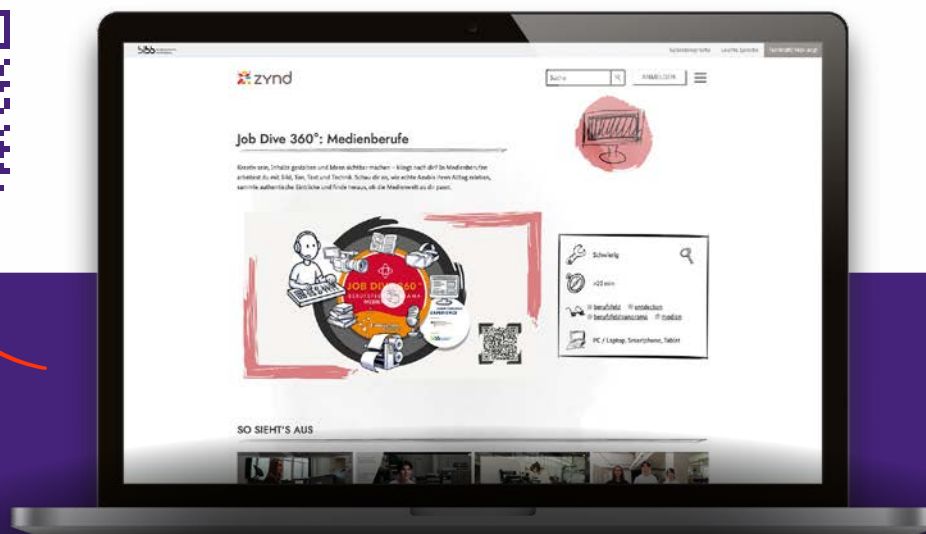
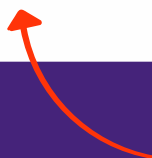
Im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) geförderten Vorhabens „Digitales Lernportal für den Übergang Schule – Beruf“ hat das Bundesinstitut für Berufsbildung (BIBB) das Portal „zynd ... und wofür brennst du?“ entwickelt. Ziel ist es, Jugendlichen einen spielerischen und intuitiven Zugang zu verschiedenen Berufsfeldern über sogenannte Playlets zu ermöglichen, die Information, Interaktion und Lernen miteinander verbinden.

Der BVDM hat sich aktiv an der Entwicklung des Berufsfeldpanoramas „Medien“ beteiligt und konnte das Berliner Mitgliedsunternehmen Königsdruck als Partner gewinnen. Drei Auszubildende erklären exemplarisch die Herstellung eines Stickers – von

der Vorstufe bis zur Weiterverarbeitung. Ergänzt wird das dreidimensionale Berufsfeldpanorama durch weiterführende Informationen, Quizaufgaben und persönliche Einblicke in die jeweiligen Berufe der Auszubildenden.

Das bewusst offen gestaltete Portal ermöglicht viele Einsatzmöglichkeiten für die Berufsorientierung: Es kann in allgemein- und berufsbildenden Schulen, in berufs- und ausbildungsvorbereitenden Maßnahmen bei Bildungsträgern sowie von Jugendberufsagenturen eingesetzt werden und ist über die Verbandsnachwuchsseite teammedien.de für Jugendliche auffindbar.

Mit seinem Engagement bei Job Dive 360° stärkt der BVDM die Sichtbarkeit der Medienberufe und schlägt eine Brücke zwischen digitaler Berufsorientierung und betrieblicher Ausbildungspraxis.



Nachhaltigkeitsoffensive mit Zukunft

Mit der 2024 gestarteten Nachhaltigkeitskampagne „Umwelt. Bewusst. Gedruckt.“ hat der BVDM wichtige Impulse gesetzt und einen breiten Dialog über die Umweltbilanz von Print angestoßen. Ziel ist es, verbreiteten Vorurteilen faktenbasiert zu begegnen und die Wahrnehmung von Print als verantwortungsvolles Kommunikationsmittel zu stärken. An diesen Erfolg knüpfen wir an und entwickeln die Initiative konsequent weiter.

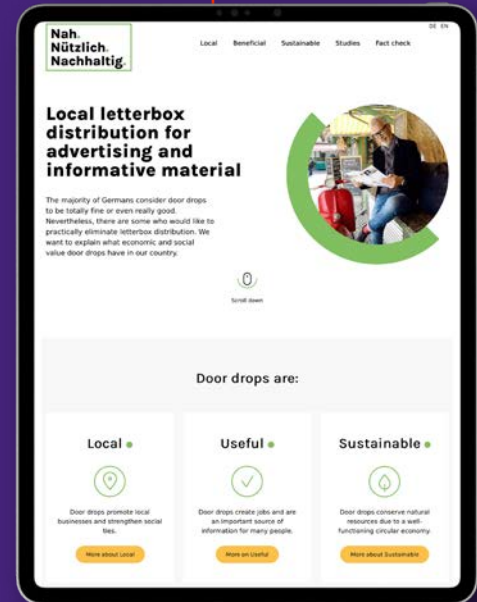
Vor dem Hintergrund verschärfter rechtlicher Anforderungen an Umweltaussagen und Nachhaltigkeitskommunikation wird die Kampagne strategisch neu aufgestellt und rechtssicher sowie langfristig nutzbar ausgerichtet.

Im Zentrum der neuen Nachhaltigkeitsoffensive steht nach wie vor ein Baukasten mit Kampagnenmaterialien zur Nutzung für VDM-Mitglieder. Alle Materialien stehen ab Herbst 2027 exklusiv als offene Daten zur Verfügung. Damit besteht die Möglichkeit, sämtliche Materialien anzupassen und zu individualisieren.

So gewährleisten wir weiterhin, dass sich die Branche auch unter neuen regulatorischen Rahmenbedingungen überzeugend positioniert.

„Nah.Nützlich.Nachhaltig.“ Werbefreiheit für Print erhalten

Umweltschädlich, sie vermüllen Hausflure, keiner liest sie – Hauswurfsendungen haben in den Medien oft ein schlechtes Image. Doch die Lebensrealität sieht ganz anders aus. Die Mehrheit der Bevölkerung findet Hauswurfsendungen okay oder sogar richtig gut. Grund genug, den Gegnern von Hauswurfsendungen mit Studienergebnissen, Daten, Zahlen und Fakten zu begegnen. Die Kampagne erklärt mit ihrer Website www.werbeposterhalten.de anschaulich in deutscher und englischer Sprache den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wert von Hauswurfsendungen. Vor allem mit der englischen Version reicht die BVDM-Kommunikation bis zu den Entscheidungsgremien in Europa. Das wird immer wichtiger, denn viele Regeln und Vorgaben – auch zum Thema Werbefreiheit – werden in Brüssel verhandelt.



Initiativen

Azubirecruiting mit hochDRUCK

TikTok statt Infobroschüre, Content Creator statt Stellenanzeige. Mit der Initiative hochDRUCK zeigen die Verbände Druck und Medien, wie moderne Nachwuchsansprache funktioniert – authentisch, reichweitenstark und nah an der Lebenswelt junger Menschen.

Im Mittelpunkt der Kampagne stand 2025 der reichweitenstarke Content Creator Noel Dederichs, der einen Tag in der mediaprint solutions GmbH in Paderborn verbrachte. In seinem Video gibt er unterhaltsame Einblicke in den Beruf des Medientechnologen Druck und zeigt, was zeitgemäße Druckproduktion ausmacht. Er lässt sich von Auszubildenden die Maschinen erklären und darf selbst mit anpacken. Seine Message: Der Beruf des Medientechnologen ist spannend, vielseitig, – und es gibt noch viele freie Ausbildungsplätze. Das Video wurde über TikTok und Instagram ausgespielt und erzielte eine sehr hohe Sichtbarkeit für die Branche.

Auf der Grundlage der Erfahrungen treiben die Verbände die Weiterentwicklung von hochDRUCK gezielt voran und führen die Kampagne als erfolgreiches Instrument der gemeinsamen Nachwuchsgewinnung mit anderen Creatives fort.



Zum Video



Green Printing statt Greenwashing

Seit 2018 hat der BVDM Unternehmen und Organisationen im Visier, die eine Umstellung von Print auf digital öffentlichkeitswirksam mit „der Umwelt zuliebe“ begründen. Diese fordert der BVDM schriftlich dazu auf, ihre Argumentation zu korrigieren. Sehr oft mit Erfolg.

Denn Holz ist ein nachwachsender Rohstoff, Prospekte werden meist aus Altpapier hergestellt und die deutschen Druckunternehmen gehören zu den transparent produzierenden, umweltengagierten Vorreitern der Wirtschaft. Von dem öffentlich proklamierten Umstieg von Print auf digital hat die Umwelt also nichts. Er ist vielmehr eine fragwürdige





Out-of-Home-Kampagne in vielen Großstädten 2025

Imagepolitik oder schlicht eine Sparmaßnahme – zulasten der Verbraucherinnen und Verbraucher und zum Schaden einer modernen und kontrolliert arbeitenden Branche. Der BVDM ruft deshalb regelmäßig auf, ihm Hinweise auf „Greenwasher“ mitzuteilen.

Die Webseite bvdm-online.de/greenwashing nennt Fakten, die die Nachhaltigkeit von Print belegen und die Argumentationen der Greenwasher entkräften.

WE.LOVE.PRINT

Print ist allgegenwärtig, und gerade deshalb wird seine Bedeutung oft unterschätzt. Ob Verpackung, Zeitung, Buch, Wahlzettel oder Etikett: Gedruckte Produkte sind informativ, verlässlich und aus unserem Alltag nicht wegzudenken. Genau hier setzt die Brancheninitiative WE.LOVE.PRINT an.

Sie rückt die Relevanz von Print bei Unternehmen, Verbraucherinnen und Verbrauchern, in der Politik und bei den Fachkräften von morgen stärker ins öffentliche Bewusstsein. Mit WE.LOVE.PRINT bündeln erstmals Akteure entlang der gesamten Wertschöpfungskette gemeinsam ihre Kräfte, um die Stärken, die Systemrelevanz und die Zukunftsfähigkeit der Printbranche sichtbar zu machen und selbstbewusst für sie einzutreten. Die Verbände Druck und Medien gehören zum Gründungsgremium der Initiative und rufen weitere Unternehmen und Organisationen zum Mitmachen auf.

Weitere Informationen:



WE.LOVE.PRINT am Flughafen Frankfurt am Main mit einer Anzeigenkampagne.

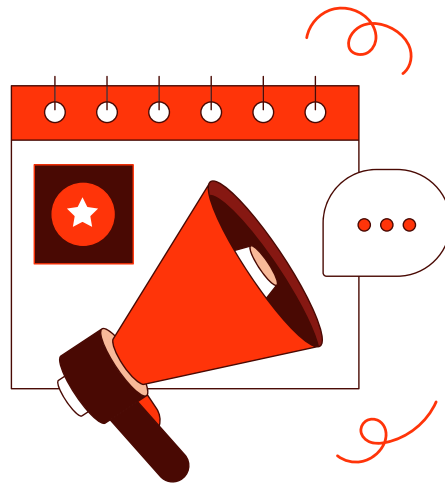
Events

Druck&Medien-Awards 2025

Der BVDM ist traditionell Partner der Druck&Medien Awards und rückt mit dem Award für den besten Ausbildungsbetrieb die Nachwuchsförderung in den Fokus. Besonderen Applaus erhielt der Gewinner 2025, die D.O.G. GmbH aus Darmstadt, die sich auf den Druck von Faltschachteln, Etiketten und Packungsbeilagen spezialisiert hat.

Ausgebildet werden bei der D.O.G. GmbH Medientechnologen Druck, Medientechnologen Druckverarbeitung sowie Packmitteltechnologien. Gute Ausbildung ist einer der wichtigsten Bausteine für die

Zukunft unserer Branche. Die Darmstädter Druckerei konnte die hochkarätig besetzte Jury mit ihrem außerordentlichen Engagement für die Nachwuchsförderung überzeugen.





DDMT 2025 – Gemeinsam auf Kurs

Unter dem Motto „Gemeinsam auf Kurs“ traf sich vom 14. bis 16. Mai 2025 die deutsche Druck- und Medienwirtschaft zum Deutschen Druck- und Medientag (DDMT) in Hamburg. Mit über 400 Teilnehmenden verzeichnete der DDMT eine Rekordbeteiligung und unterstrich eindrucksvoll seine Bedeutung als zentrales Branchenevent. Eingeladen hatten der BVDM gemeinsam mit den Landesverbänden Druck und Medien Nord-West und Nord-Ost, unterstützt von 24 starken Partnern und Sponsoren aus der Branche. Ein besonderes Highlight bildete das 200-jährige Jubiläum des Verbands Druck und Medien Nord-West, des ältesten regionalen Arbeitgeberverbands Deutschlands.

Im Mittelpunkt des DDMT stand das Unternehmerforum am 15. Mai. Nach der Eröffnung durch Sönke Boyens, Vizepräsident des BVDM und Landesvorsitzender des VDM Nord-West, begrüßte Dr. Carsten Brosda, Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg, die Teilnehmenden mit einer Keynote. Er spannte den Bogen von der reichen Hamburger Mediengeschichte bis in die Zukunft und zeigte sich überzeugt, dass Print, vor allem im Zusammenspiel von Print und digital, auch in den kommenden Jahrzehnten eine Rolle spielen werde. Mit seinem Vortrag „Mittelstand – gepriesen und belastet“ rückte Jörg Dittrich, Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks, die Bedeutung kleiner und mittlerer Unternehmen in den Fokus. Er mahnte eine Gesetzgebung an, die



(v. l. n. r.) Christian Hamburg, Oliver Curdt, Dr. Paul Albert Deimel, Steffen Kampeter, Dr. Carsten Brosda, Sönke Boyens beim DDMT 2025 in Hamburg

sich stärker an den Bedürfnissen des Mittelstands orientiert, der mit 99,8 Prozent den überwiegenden Teil der Betriebe in Deutschland ausmacht. Einen weiteren zentralen Akzent setzte Steffen Kampeter, Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, unter dem Titel „Sozialpartnerschaften – aktuell wie vor 200 Jahren und voller Herausforderungen“. Seine klare Botschaft: Eine starke Tarifautonomie und der Dialog der Sozialpartner seien unverzichtbar, um tragfähige Lösungen ohne politische Vorgaben zu entwickeln.

Für einen inspirierenden Perspektivwechsel sorgte zum Abschluss des Unternehmerforums Tim Kröger, Weltumsegler und Admiral's-Cup-Gewinner. In seinem Vortrag „Das Crew-Konzept – erfolgreich auch bei rauem Wetter“ zeigte er eindrucksvoll, wie Teamgeist, klare Rollen und gemeinsames Handeln nicht nur auf hoher See, sondern auch im unternehmerischen Alltag zum Erfolg führen.

Der Deutsche Druck- und Medientag 2025 machte eindrucksvoll deutlich, wie stark, vielfältig und zukunftsorientiert die Branche aufgestellt ist.



Dr. Carsten Brosda,
Senator für Kultur und Medien der Freien und Hansestadt Hamburg, zeigte sich überzeugt, dass Print auch in den kommenden Jahrzehnten eine Rolle spielen werde.



Steffen Kampeter,
Hauptgeschäftsführer der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände, plädierte für eine starke Tarifautonomie.



Jörg Dittrich,
Präsident des Zentralverbands des Deutschen Handwerks, mahnte eine Gesetzgebung an, die sich stärker an den Bedürfnissen des Mittelstands orientiert.

WIR SAGEN DANKE

Unser Dank gilt allen Teilnehmenden sowie den Partnern und Sponsoren, die diesen besonderen DDMT in Hamburg möglich gemacht haben:





BVDM auf der FESPA Global Print Expo

2025 kehrte die FESPA Global Print Expo nach Berlin zurück. Über 23.000 Besucher aus 129 Ländern informierten sich bei 550 Ausstellern aus 36 Ländern über neueste Trends in den Bereichen Nachhaltigkeit, Print-on-Demand und intelligente Automatisierung. Der BVDM war als Mitbegründer der FESPA auf der FESPA Global Print Expo in Berlin vom 6. bis 9. Mai präsent und setzte gezielte Akzente.

Eine gemeinsam mit dem VDM NordOst veranstaltete und geführte Messtour bot Mitgliedern der Verbände Druck und Medien die Möglichkeit, sich über zentrale Trends und Highlights der Messe zu informieren. Darüber hinaus brachte der Verband Nachwuchskräfte und internationale Unternehmen der Druckindustrie gezielt. Mit diesen Formaten stärkte der BVDM den fachlichen Austausch auf internationaler Ebene, förderte Orientierung in einem dynamischen Marktumfeld und setzte ein klares Zeichen für Nachwuchsgewinnung und Zukunftssicherung der Branche.



2026 fand die FESPA Global Print Expo vom 19. bis 22. Mai 2026 auf dem Messegelände Fira Barcelona (Gran Via) in Spanien statt und konnte die Teilnehmer- sowie die Ausstellerzahl erneut steigern. Mitglieder der Verbände Druck und Medien hatten kostenlosen Zugang zur Messe sowie zum Club FESPA, der exklusiven Lounge für Entscheider.

OPS 2026: Zukunftsforum des Onlineprints

Der Online Print Summit 2026 hat gezeigt, was möglich ist, wenn eine Branche nicht nur über Veränderung spricht, sondern sie aktiv gestaltet. Mit rund 350 Teilnehmern war der OPS so gut besucht wie nie zuvor – und gleichzeitig so international wie noch nie. Entscheider, Unternehmer, Technologieanbieter und Vordenker aus Europa, den USA, Brasilien und China kamen in München zusammen, um zu klären, wohin sich Print entwickelt und welche Rolle KI dabei spielen wird.

Unter dem Eindruck tiefgreifender Marktverschiebungen stand die Veranstaltung von Zipcon Consulting und den Verbänden Druck und Medien ganz im Zeichen der Frage, wie KI Geschäftsmodelle,

Wertschöpfungsketten und Wettbewerbsdynamiken neu ordnen wird.

In Vorträgen, Panels und Diskussionen wurden Chancen, Potenziale und Herausforderungen des KI-Einsatzes im Onlineprint beleuchtet – von Effizienzgewinnen und Automatisierung bis hin zu strategischen, rechtlichen und organisatorischen Fragestellungen. Eine zentrale Erkenntnis zog sich durch nahezu alle Vorträge und Gespräche: Es reicht nicht mehr, bestehende Modelle effizienter zu machen. Die Spielregeln verändern sich gerade grundlegend – durch neue Marktmechaniken, veränderte Customer Journeys und vor allem durch künstliche Intelligenz. KI ist kein abstraktes Zukunftsthema mehr, sie ist – im Hier und Jetzt angekommen.

„ Künstliche Intelligenz wird unsere Branche nachhaltig verändern. Entscheidend ist, dass wir diese Entwicklung aktiv nutzen – als Chance, Print neu zu positionieren und die Druckindustrie insgesamt nach vorn zu bringen. “

Kirsten Hommelhoff bringt die zentrale Botschaft des OPS 2026 auf den Punkt





Insights

Das Netzwerk der
deutschen Druck- und
Medienwirtschaft

Betriebs- und Beschäftigtenstruktur in der Druck- und Medienwirtschaft 2025

Beschäftigtengrößenklassen	Betriebe			sozialversicherungspflichtig Beschäftigte		
	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
1 bis 9	4.222	70,6	-4,3	12.535	13,2	-5,2
10 bis 19	735	12,3	-7,7	10.046	10,6	-7,8
20 bis 49	592	9,9	-3,7	18.477	19,5	-3,2
50 bis 99	252	4,2	-2,7	17.472	18,4	-1,1
100 und mehr	175	2,9	-6,9	36.416	38,4	-5,5
Sparten	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %	Anzahl	Anteil in %	gegenüber Vorjahr in %
Druck von Zeitungen	144	2,4	-5,9	5.230	5,5	-8,9
Druck sonstiger Erzeugnisse	4.511	75,5	-4,5	73.092	77,0	-3,4
Druck- und Mediovorstufe	993	16,6	-5,2	12.464	13,1	-8,4
Druckweiterverarbeitung	328	5,5	-4,9	4.160	4,4	-5,4
Druckindustrie insgesamt	5.976	100,0	-4,7	94.946	100,0	-4,5

Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich · Berichtskreis: Betriebe ab einem sozialversicherungspflichtig Beschäftigten
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Datenstand: April 2026 · Berechnungen: BVDM

Umsatzentwicklung in der Druckindustrie bis 2025

Jahr	umsatzsteuerpflichtige Unternehmen		nominaler Umsatz		realer Umsatz (in Preisen des Jahres 2015)	
	Anzahl	Änderung in %	in Tsd. Euro	Änderung in %	in Tsd. Euro	Änderung in %
2015	11.601	-2,8	21.083.509	1,9	21.039.676	2,9
2016	11.204	-3,4	20.860.842	-1,1	20.876.499	-0,8
2017	10.811	-3,5	20.753.478	-0,5	20.880.501	0,0
2018	10.457	-3,3	19.624.419	-5,4	19.611.345	-6,1
2019	10.017	-4,2	18.921.790	-3,6	18.742.177	-4,4
2020	9.198	-8,2	16.457.128	-13,0	16.453.015	-12,2
2021	8.709	-5,3	17.311.736	5,2	17.310.293	5,2
2022	8.462	-2,8	19.166.180	10,7	16.227.627	-6,3
2023	8.189	-3,2	18.426.389	-3,9	14.398.429	-11,3
2024	7.901	-3,5	17.930.865	-2,7	14.339.912	-0,4
2025*			18.172.969	1,4	14.434.447	0,7

* Prognose des BVDM
Berichtskreis: Unternehmen mit mehr als 22.000 EUR Jahresumsatz
Quelle: Umsatzsteuerstatistik des Statistischen Bundesamtes, Datenstand: April 2026

Ausbildungsverträge in der Druck- und Medienindustrie 2025/2026

Ausbildungsbereich/ Ausbildungsberuf	Gesamtausbildungsverträge 1. bis 3. Ausbildungsjahr			neue Verträge 1. Ausbildungsjahr		
	2024	2025	Veränderung in %	2024	2025	Veränderung in %
Mediengestalter Digital und Print	5.528	4.753	-14,02	1.884	1.588	-15,71
Drucktechnik	1.428	1.357	-4,97	502	533	6,18
Medientechnologie Druck	1.264	1.204	-4,75	444	468	5,41
Medientechnologie Siebdruck	164	153	-6,71	58	65	12,07
Druckverarbeitung	1.017	905	-11,01	370	342	-7,57
Medientechnologie Druckverarbeitung	318	289	-9,12	122	112	-8,20
Buchbinder	81	75	-7,41	29	23	-20,69
Packmitteltechnologie	618	541	-12,46	219	207	-5,48
Gesamt	7.973	7.015	-12,02	2.756	2.463	-10,63

Quelle: Statistik Berufsausbildung und Fortbildung des Zentral-Fachausschusses Berufsbildung Druck und Medien (ZFA), Kassel, Datenstand: 31. Dezember 2025

Erzeugerpreisindizes 2025

Wirtschaftszweig/Produkt	Index 2021 = 100	Veränderung gegenüber Vorjahr in %
Zeitungen/Anzeigenblätter	134,9	2,1
Kataloge	108,5	0,0
Werbedrucke (inkl. Kataloge)	131,5	-0,3
Bücher	123,1	-0,3
Zeitschriften	115,7	-0,5
Zeitungsdruckpapier	140,4	-0,8
grafische Papiere	142,5	-0,3
Druckfarben	112,4	-0,6
Druckmaschinen	118,7	1,3
elektrischer Strom (bei Abgabe an gewerbliche Anlagen)	122,9	-4,2
Druck von Etiketten, Anhängern und dgl.	125,1	3,3
Druckereileistungen gesamt	125,9	0,7

Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: April 2026, Berechnungen: BVDM

Produktstruktur in der Druckindustrie 2025

Produkt/Dienstleistung	2025			2024		
	Mio. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Mio. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Werbedrucke	3.338	-6,9	30,1	3.585	-14,0	31,4
Kataloge	589	-9,1	5,3	648	-15,7	5,7
Plakate	484	1,8	4,4	476	-4,8	4,2
Geschäftsberichte	13	-33,6	0,1	20	-35,8	0,2
Prospekte	1.358	-9,4	12,2	1.499	-15,1	13,1
Mailings	166	-16,4	1,5	198	-35,6	1,7
andere Werbedrucke und -schriften	728	-2,3	6,6	745	-6,2	6,5
Geschäftsdrucksachen	987	-1,8	8,9	1.005	-7,2	8,8
Zeitschriften	479	-24,6	4,3	635	-15,9	5,6
Zeitungen/Anzeigenblätter	762	-7,6	6,9	825	-12,0	7,2
Tageszeitungen	449	-11,6	4,0	508	-11,3	4,4
Wochen-, Sonntagszeitungen	104	-4,5	0,9	109	-23,4	1,0
Anzeigen-/Annoncenblätter	209	0,7	1,9	208	-6,5	1,8
Bücher/kartografische Erzeugnisse	854	-4,8	7,7	897	-0,9	7,9
bedruckte Etiketten	1.454	0,5	13,1	1.447	-1,7	12,7
Kalender/Karten	136	-1,6	1,2	138	-14,4	1,2
sonstige Druckerzeugnisse	3.097	7,3	27,9	2.886	5,0	25,3
Textildruck (Bedrucken von Bekleidung)	59	1,3	0,5	59	-16,8	0,5
Bedrucken von anderen Materialien als Papier	752	7,6	6,8	699	-5,0	6,1
andere Drucke	2.285	7,4	20,6	2.129	9,5	18,6
Summe Druckerzeugnisse	11.107	-2,7	100,0	11.419	-6,6	100,0
Druck- und Mediovorstufe	681	-6,5	61,5	729	-10,1	61,5
Druckweiterverarbeitung	426	-6,6	38,5	456	-8,1	38,5
Summe Druckdienstleistungen	1.107	-6,6	100,0	1.184	-9,4	100,0
Summe Druckerzeugnisse und -dienstleistungen	12.214	-3,1		12.603	-6,9	

Aufgrund der Revision des Güterverzeichnis für Produktionsstatistiken (GP) ist ein Vergleich mit den Jahren vor 2019 nur noch bedingt möglich, vorläufige Werte, Rundungsdifferenzen möglich
 Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten · Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: April 2026
 Berechnungen: BVDM

Konjunkturindikatoren 2025

	absolut	gegenüber Vorjahr in %
Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten		
Ø Anzahl der Betriebe	418	-1,9
Ø Anzahl der Beschäftigten	54.859	-2,4
Umsatz (in Mio. Euro)		
nominal	9.389	+1,7
Inlandsumsatz	7.509	-4,8
Auslandsumsatz	1.880	+40,3
Anteil Auslandsumsatz am gesamten nominalen Umsatz in %	20,0	+38,0
je Beschäftigtem (in Euro, kumuliert)	171.142	+4,2
je geleisteter Arbeitsstunde (in Euro/Std.)	122,70	+3,7
real (in Preisen des Jahres 2015 in Mrd. Euro)	7,5	+1,0
Entgelte (in Mio. Euro, kumuliert)	2.202	+1,4
Anteil am nominalen Umsatz in % (Lohnquote)	23,5	+0,0
je Beschäftigtem (Ø in Euro, kumuliert)	40.140	+3,9
je geleisteter Arbeitsstunde (Ø in Euro/Std.)	28,78	+3,5
geleistete Arbeitsstunden (in Tsd. Std.)	76.517	-2,0
Produktionsindizes *		
Berichtskreis: Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten		
Druck von Zeitungen	54,5	-13,6
Druck sonst. Erzeugnisse	75,1	-3,0
Druck- und Medienvorstufe	69,4	-6,6
Druckweiterverarbeitung	63,6	-7,0

* kalender- und saisonbereinigt, Index 2021 = 100

Berichtskreis: Betriebe mit 50 und mehr Beschäftigten (Umsatzzahlen, Betriebs- und Beschäftigtenzahl, Entgelte, Arbeitsstunden), Betriebe mit 20 und mehr Beschäftigten (Produktionsindex)
 Datenstand: April 2026 · Quelle: Statistisches Bundesamt · Berechnungen: BVDM

Nettowerbeeinnahmen 2025

Werbeträger	Mio. Euro	Veränderung gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Tageszeitungen	1.269	-9,0	4,6
Fernsehen	3.250	-9,2	11,7
Anzeigenblätter	1.157	-1,0	4,2
Publikumszeitschriften	442	-14,7	1,6
Verzeichnismedien	124	-43,5	0,4
Fachzeitschriften	1.115	-7,3	4,0
Außenwerbung digital	613	7,7	2,2
Außenwerbung Print	930	1,2	3,3
Radio	677	-4,3	2,4
Online und Mobile	15.773	13,1	56,6
Wochen-/Sonntagszeitungen	99	12,1	0,4
postalische Direktwerbung	2.375	0,8	8,5
Kino	54	-3,1	0,2
Summe	27.879	4,3	100
Summe Print	7.511	-4,5	26,9

Bemerkung: Rundungsabweichungen möglich
 Quelle: Zentralverband der Deutschen Werbewirtschaft (ZAW)
 Datenstand: Mai 2026 - Berechnungen: BVDM

Außenhandel 2025 nach Ländern

Exporte nach ...				Importe aus ...			
Land	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Land	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Schweiz	614.954	-0,1	16,3	Polen	705.375	12,2	20,6
Österreich	525.439	-0,7	13,9	Tschechische Republik	444.156	48,6	13,0
Polen	384.411	4,6	10,2	USA	304.662	18,7	8,9
Frankreich	349.740	1,9	9,2	Niederlande	284.320	19,3	8,3
Niederlande	212.489	0,6	5,6	China	284.281	33,7	8,3
USA	191.160	5,3	5,1	Großbritannien	185.337	-1,6	5,4
Großbritannien	170.856	6,8	4,5	Belgien	179.628	23,2	5,3
Italien	168.457	7,6	4,5	Italien	134.291	7,8	3,9
Tschechische Republik	153.342	4,9	4,1	Österreich	131.172	15,0	3,8
Spanien	124.270	13,1	3,3	Frankreich	105.616	-6,9	3,1
Summe Top 10	2.895.118		76,6	Summe Top 10	2.758.838		80,7
Summe gesamt	3.781.081	2,2	100,0	Summe gesamt	3.417.989	20,4	100,0

Vorläufige Werte · Verlags- und Druckerzeugnisse · Berichtskreis EU-Handel: von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innergemeinschaftliche Warenverkehre je Verkehrsrichtung (Eingang bzw. Versendung) im Vorjahr bzw. im laufenden Jahr den Wert von 500.000 Euro (bis 2011: 400.000 Euro) nicht übersteigen · Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen · Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: April 2026, Berechnungen: BVDM

Außenhandel 2025 nach Warengruppen

Warengruppe	Exporte nach ...			Importe aus ...		
	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %	Tsd. Euro	gegenüber Vorjahr in %	Anteil in %
Werbedrucke/Kataloge	482.175	-6,5	12,8	337.840	16,6	9,9
Etiketten	323.610	-2,8	8,6	243.074	18,7	7,1
Kalender/Karten	106.094	-0,1	2,8	142.596	21,1	4,2
Abziehbilder/Transferdrucke	220.776	-2,9	5,8	45.424	18,8	1,3
Sonstige Erzeugnisse	912.469	13,1	24,1	940.101	25,9	27,5
Summe Druckerzeugnisse	2.045.124	2,8	54,1	1.709.035	22,3	50,0
Bücher/Broschüren	1.455.604	1,5	38,5	1.441.368	19,6	42,2
Zeitungen/Zeitschriften	280.353	1,1	7,4	267.586	13,0	7,8
Summe Verlagserzeugnisse	1.735.957	1,5	45,9	1.708.954	18,5	50,0
Summe gesamt	3.781.081	2,2	100,0	3.417.989	20,4	100,0

Vorläufige Werte · Verlags- und Druckerzeugnisse · Berichtskreis EU-Handel: von der Auskunftspflicht befreit sind Unternehmen, deren innergemeinschaftliche Warenverkehre je Verkehrsrichtung (Eingang bzw. Versendung) im Vorjahr bzw. im laufenden Jahr den Wert von 500.000 Euro (bis 2011: 400.000 Euro) nicht übersteigen · Handel mit Drittländern: alle anfallenden Zollmeldungen · Quelle: Statistisches Bundesamt, Datenstand: April 2026, Berechnungen: BVDM

Präsidium, Ausschüsse und Referate des Bundesverbands Druck und Medien e. V.



Bundesverband Druck und Medien e. V.



Präsidium

Präsident

Wolfgang Poppen

Vizepräsident, Schatzmeister

Sönke Boyens

Vizepräsident

Dr.-Ing. Steffen Leistner

Hauptgeschäftsführung

Kirsten Hommelhoff

Präsidiumsmitglieder

Holger Busch

Oliver Curdt

Philipp von Trotha



Referate

Bildungspolitik

Frank Fischer

**Presse- und Öffentlichkeitsarbeit,
Veranstaltungen**

Silke Leicht-Sobbe, Lilian Aly, Elisabeth Falter

**Sozialpolitik /
Medien- und Wirtschaftsrecht**

Sabine Dresbach, Mathias Stanke, Anna Lutz

Technik + Forschung

Harry Belz

Umweltschutz + Nachhaltigkeit

Julia Rohmann

Wirtschaftspolitik

Dr. Tobias Zander



Ausschüsse

Sozialpolitik

Vorsitzender:

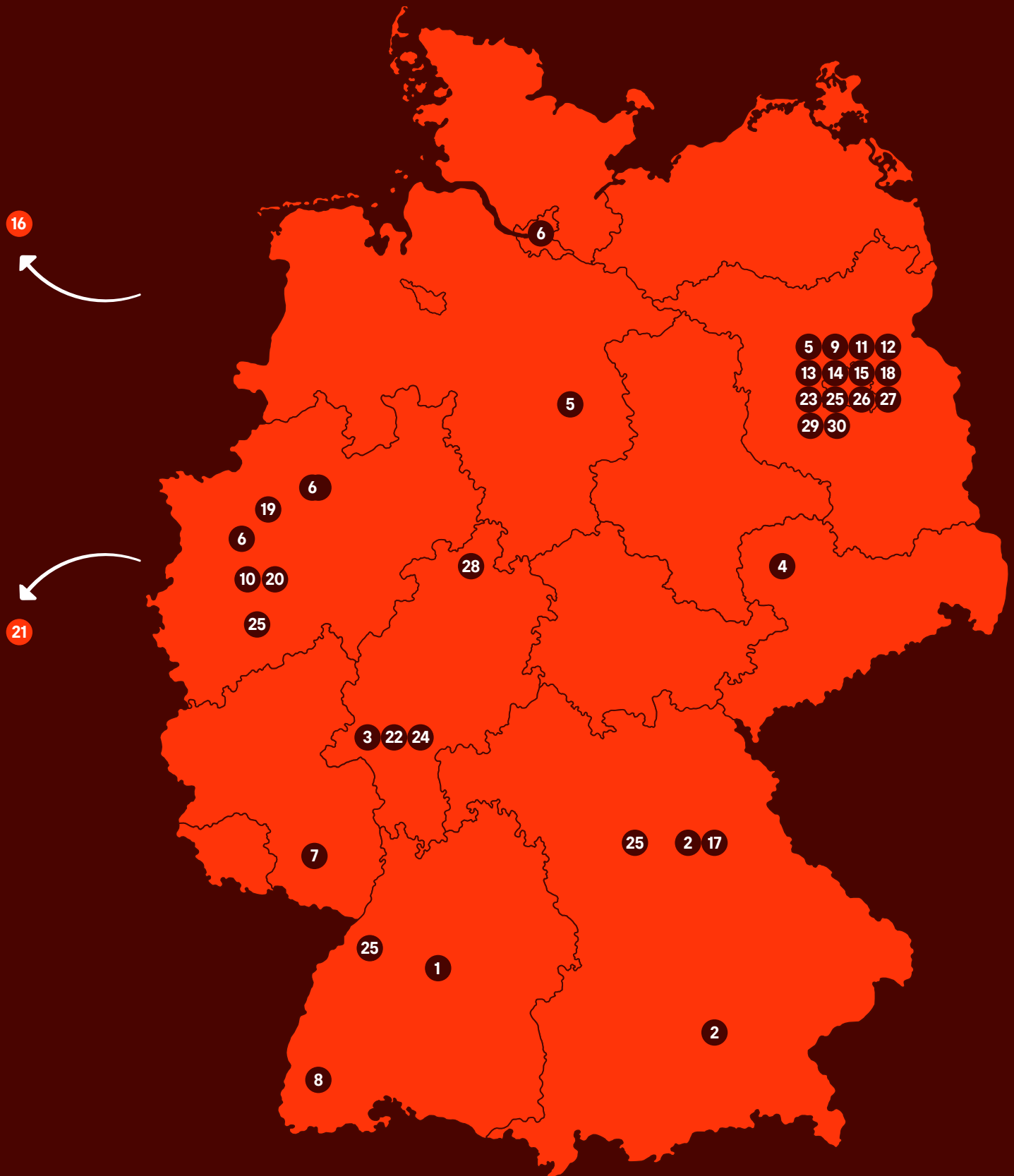
Dr. Klemens Berktold

Bildungspolitik

Vorsitzender:

W. Arndt Bertelsmann

Das Netzwerk der deutschen Druck- und Medienwirtschaft



1. **dmpi – Industrieverbände Druck und Medien, Papier- und Kunststoffverarbeitung Baden-Württemberg**
Stuttgart
2. **Verband Druck und Medien Bayern**
Aschheim · Nürnberg
3. **Verband Druck und Medien Hessen**
Frankfurt am Main
4. **Verband Druck und Medien Mitteldeutschland**
Leipzig
5. **Verband Druck und Medien NordOst**
Hannover · Berlin
6. **Verband Druck und Medien Nord-West**
Lünen · Hamburg · Düsseldorf
7. **Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland**
Neustadt an der Weinstraße
8. **verband papier, druck und medien südbaden**
Freiburg
9. **Bundesverband Druck und Medien**
Berlin
10. **Berufsgenossenschaft Energie Textil Elektro Medienerzeugnisse (BG ETEM)**
Köln
11. **Bundesverband Deutscher Anzeigenblätter (BVDA)**
Berlin
12. **Bundesverband Digitalpublisher und Zeitungsverleger (BDZV)**
Berlin
13. **Bundesverband E-Commerce und Versandhandel (bevh)**
Berlin
14. **Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)**
Berlin
15. **Deutsches Institut für Normung (DIN)**
Berlin
16. **FESPA**
Dorking, Vereinigtes Königreich
17. **Fogra Forschungsinstitut für Medientechnologien**
Aschheim
18. **Hauptverband Papier- und Kunststoffverarbeitung (HPV)**
Berlin
19. **Initiative Online Print**
Essen
20. **Institut der deutschen Wirtschaft Köln (IW)**
Köln
21. **Intergraf**
Brüssel, Belgien
22. **Verband der deutschen Lack- und Druckfarbenindustrie (VdL)**
Frankfurt am Main
23. **Verband Deutscher Lokalzeitungen**
Berlin
24. **Verband Deutscher Maschinen- und Anlagenbau (VDMA)**
Frankfurt am Main
25. **DIE PAPIERINDUSTRIE**
Berlin · Bonn · Gernsbach
26. **Medienverband der freien Presse (MVFP)**
Berlin
27. **ver.di – Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft**
Berlin
28. **Zentral-Fachausschuss Berufsbildung Druck und Medien (ZFA)**
Kassel
29. **Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW)**
Berlin
30. **Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH)**
Berlin

Organisation

Präsidium

Präsident

Wolfgang Poppen

Vizepräsident, Schatzmeister

Sönke Boyens

Vizepräsident

Dr.-Ing. Steffen Leistner

Hauptgeschäftsführung

Kirsten Hommelhoff

Mitglieder

Holger Busch

Oliver Curdt

Philipp von Trotha

Geschäftsstelle Berlin

Hauptgeschäftsführung

Kirsten Hommelhoff

kommissarischer Leiter der Geschäftsstelle

Dr. Paul Albert Deimel (01/2025–12/2025)

Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM)

Markgrafenstraße 15

D-10969 Berlin

Telefon: +49 (0) 30 / 209 139-0

Telefax: +49 (0) 30 / 209 139-113

info@bvdm-online.de

bvdm-online.de

Publikationen

bvdm-online.de/fachliteratur

Landesverbände



Industrieverbände Druck und Medien, Papier- und Kunststoff- verarbeitung Baden-Württemberg

Augsburger Straße 746

70329 Stuttgart

Telefon: +49 (0) 711 / 450 44-0

Telefax: +49 (0) 711 / 450 44-16

info@dmpi-bw.de

www.dmpi-bw.de

Vorsitzender

Hartmut Villinger

Geschäftsführer

Dr. Alexander Lägeler

Verband Druck & Medien

BAYERN

Verband Druck und Medien Bayern e. V.

Einsteinring 1a

85609 Aschheim bei München

Telefon +49 (0) 89 / 33 03 60

Fax +49 (0) 89 / 33 03 61 00

info@vdm-b.de

www.vdm-b.de

Vorsitzender

Matthias Manghofer

Geschäftsführer

Holger Busch

Verband Druck + Medien

HESSEN

Verband Druck und Medien Hessen e. V.

Daimlerstraße 3
63303 Dreieich
Telefon +49 (0) 69 / 95 96 78-0
Fax +49 (0) 69 / 95 96 78-90
info@vdmh.de
www.vdmh.de

Vorsitzender

Martin Simon

stellvertretende Geschäftsführerin

Katharina Sigwart

Verband Druck + Medien

NORDOST

Verband Druck und Medien NordOst e. V.

Bödekerstraße 10
30161 Hannover
Telefon +49 (0) 5 11 / 33 806-0
Fax +49 (0) 5 11 / 33 806-20
info@vdmno.de
www.vdmno.de

Vorsitzender

Martin Koschei

Geschäftsführer

Philipp von Trotha



Verband Druck
und Medien
Rheinland-Pfalz
und Saarland e.V.

Verband Druck und Medien Rheinland-Pfalz und Saarland e. V.

Friedrich-Ebert-Straße 11-13
67433 Neustadt an der Weinstraße
Telefon +49 (0) 63 21 / 85 22 75
Fax +49 (0) 63 21 / 85 22 21
verband@druckrps.de
www.druckrps.de

Vorsitzender

Peter Krupp

Geschäftsführer

Gerd Wollersheim

Verband Druck + Medien

MITTELDEUTSCHLAND

Verband Druck und Medien Mitteldeutschland e. V.

„Haus des Buches“
Gerichtsweg 28
04103 Leipzig
Telefon +49 (0) 3 41 / 86 859-0
Fax +49 (0) 3 41 / 86 859-28
info@vdm-mitteldeutschland.de
www.vdm-mitteldeutschland.de

Vorsitzender

Christian Heinrich

Geschäftsführerin

Antje Steinmetz

Verband Druck + Medien

NORDWEST

Verband Druck und Medien Nord-West e. V.

An der Wethmarheide 34
44536 Lünen
Telefon +49 (0) 23 06 / 20 262-0
Fax +49 (0) 23 06 / 20 262-99
info@vdmnw.de
www.vdmnw.de

Vorsitzender

Sönke Boyens

Geschäftsführer

Oliver Curdt

Verband Papier Druck + Medien

SÜDBADEN

verband papier, druck und medien südbaden e. V.

Holbeinstraße 26
79100 Freiburg
Telefon +49 (0) 7 61 / 79 079-0
Fax +49 (0) 7 61 / 79 079-79
vpdm@medienverbaende.de
www.medienvberbaende.de

Vorsitzender

Dirk Burger

Geschäftsführerin

Britta Oswald-Brügel

Impressum

Herausgeber

Bundesverband Druck und Medien e. V. (BVDM)

Redaktion/Koordination

Silke Leicht-Sobbe (verantwortlich)

Lilian Aly

©2026 Bundesverband Druck und Medien e. V.

Markgrafenstraße 15, 10969 Berlin

Telefon +49 (0) 30/20 91 39-0 | Fax +49 (0) 30/20 91 39-113

info@bvdm-online.de | www.bvdm-online.de

Dieses Werk einschließlich seiner Einzelbeiträge und Abbildungen ist urheberrechtlich geschützt.

Redaktionsschluss

Ende Mai 2026

Bildnachweis

Seite 72: © Andreas Schwarz; Seite 73/74: © Joerg Friedrich - blende08.de;

Seite 75/76: © fespa.com; Illustrationen und Bilder: freepik.com

Alle anderen Bilder sowie sämtliche Grafiken, soweit nicht anders vermerkt, © BVDM

Gestaltung

zweiband, Berlin

Druck und Verarbeitung

WIESENDANGER | medien GmbH Murnau

Der BVDM bedankt sich bei Sappi Europe für die Bereitstellung des Papiers für den BVDM-Jahresbericht 2025/2026.

Die vorliegende Publikation wurde auf Magno Volume 130 g/m² gedruckt, für den Umschlag wurde Algro Design 300 g/m² eingesetzt. Beide Papiere sind aus nachhaltiger Forstwirtschaft, produziert von Sappi Europe S.A.

Sappi hat sich zur Einhaltung der von den UN definierten Science Based Targets zur Reduzierung der Treibhausgase und zur Erreichung der Klimaziele verpflichtet. Dazu investiert Sappi Europe S.A. bis zum Jahr 2030 jährlich bis zu 100 Mio. Euro. Denn: Wir haben nur eine Erde!

Im Rahmen der Herstellung dieses Druckproduktes wurde ein finanzieller Beitrag an das Klimaschutzprojekt „Instandsetzung von Brunnensystemen, Eritrea“ zertifiziert nach GoldStandard geleistet.



Bundesverband
Druck+Medien

DEUTSCHLAND