

ONLINEPRINT AM WENDEPUNKT OPS 2026 MIT VORDENKERN ZUM THEMA DISRUPTION

Der *Online Print Summit* 2026 am 12. und 13. März in München rückt das Thema Disruption noch stärker ins Zentrum der Diskussion. In den Vorträgen geht es um die zentrale Frage, wie grundlegend (Online-)Print derzeit verändert wird – und welche strategischen Optionen Unternehmen haben, diese Entwicklung aktiv mitzugestalten.

Text: OPS

Wir stehen an einem Punkt, an dem Onlineprint nicht einfach nur optimiert, sondern an vielen Stellen neu gedacht werden muss. Der *Online Print Summit* 2026 (OPS) holt Menschen auf die Bühne, die dazu den Impuls liefern: Wie wir KI, Print und Mass Customization einsetzen, dass wir nicht von anderen disruptiert werden, sondern es schaffen, unsere Geschäftsmodelle selbst weiterentwickeln», so BERND ZIPPER, Gründer von *zipcon consulting* und Mitveranstalter des OPS.

Wer disruptiert eigentlich wen?

Darauf baut die Keynote von RUPPERT BODMEIER auf, dem Gründer der KI-Plattform *Disruptive.com*. BODMEIER beschäftigt sich seit Jahren mit der Frage, wie Unternehmen digitale Innovation und KI beherrschen können, statt nur einzelne Anwendungen auszuprobieren. In seiner Keynote auf dem OPS räumt er mit der Annahme auf, dass ein neues Tool schon Veränderung bringe. Seine These: Nicht das Modell disruptiert den Markt, sondern das Unternehmen, das die Modelle orchestriert. BODMEIER versteht KI als ein Orchester aus intelligenten Systemen – der eigentliche Wettbewerbsvorteil entstehe dort, wo Kunden Entscheidungen treffen. Für Onlineprinter

heisst das nicht «Welches KI-Tool nutzen wir?», sondern «Wie orchestrieren wir Daten, Modelle und Prozesse zu einem Erlebnis, das andere so nicht bieten können?»

Ein Blick ins Playbook der The Customization Group

Ein wichtiges Werkzeug, um ein Erlebnis zu kreieren, das andere so nicht bieten können, ist Mass Customization. Denn sie macht aus Standardprodukten individuelle, persönliche Gegenstände. Einer, der die Bedeutung von Mass Customization früh erkannt hat, ist PHILIPP MÜHLBAUER, Gründer und Co-CEO der heutigen *The Customization Group* (TCG). In seinem Vortrag «Execution at Scale: The Playbook behind TCG's global Momentum» gewährt er einen Blick hinter die Kulissen und zeigt, wie aus der Idee personalisierter Produkte ein erfolgreiches, skalierbares Business mit mehreren Standorten in Europa und den USA sowie zahlreichen bekannten Marken werden konnte.

Textildruck, Transformation, TikTok

Einer, der Personalisierung zu seinem Kerngeschäft gemacht hat und derzeit hochskaliert, ist MICHAŁ TRACZ, CEO von *Print Logistics* in Polen. Als Leiter eines mehr als 30 Jahre alten Familienbetriebs hat er 2018 zusammen

mit seinem Bruder eine Smart Factory für die On-Demand-Produktion von Bekleidung, Textilien und Home-Decor-Produkten gestartet und kontinuierlich ausgebaut. Heute gehört *Print Logistics* zu den Big Playern im Markt, mit Produktionsstätten in Polen, Grossbritannien und den USA sowie einer eigenen POD-Plattform namens *Snapwear*. In seinem Vortrag wird TRACZ darüber sprechen, welche Rolle effiziente Fulfillment-Strukturen und Social-Commerce-Anbindungen spielen.

Wenn Print zum Gegenschlag ansetzt

Der französische Onlineprint-Experte LUDOVIC MARTIN bringt mit seinem Vortrag «Print counter attacks – how to reinvent your business in the new world?» eine These mit nach München, die angesichts der (vermeintlich) digitalen Übermacht manchen zu naiv vorkommen dürfte. Denn eine digital überdrehte Welt, so sagt er, ist verletzlich – und genau dadurch gewinnt Print wieder neue Relevanz. Geopolitische Spannungen, Cyberisiken und die Umweltkosten digitaler Infrastrukturen zwingen Marken, ihre Kanäle neu zu bewerten. MARTIN spricht in diesem Zuge von einem Trend, in dem Menschen wieder nach physischen Touchpoints suchen, die Vertrauen schaffen

und länger wirken als ein Swipe. Print werde in dieser Logik vom Beiprodukt zur strategischen Säule.

Was bleibt vom Onlineprint, wie wir ihn heute kennen?

«Angesichts der disruptiven Kraft der KI-Entwicklungen der letzten Jahre ist «Business as usual» keine Option mehr. Auf dem *Online Print Summit* 2026 reden wir nicht darüber, ob KI, Plattformen und Creator-Ökosysteme die Spielregeln ändern, sondern wie schnell – und was das für Strategien, Prozesse und Menschen in den Unternehmen bedeutet», erklärt JENS MEYER, Geschäftsführer der *Verband Druck und Medien Beratung GmbH* und OPS-Mitveranstalter in klaren Worten. Das Programm des *Online Print Summits* verknüpft 2026 die Konferenz mit neuen, dialogorientierten Formaten wie den Executive Briefings und den C-Level-Classrooms zu einem Programm, das bewusst unbequeme Fragen stellt, dabei aber immer Einordnung und Orientierung liefert.

Tickets können online bestellt werden. Mit der Buchung erhalten die Teilnehmer Zugang zur Onlineprint-Community innerhalb der OPS-App.

> online-print-summit.com