

PRINT DIGITAL CONVENTION

HIGHLIGHT-PROJEKTE MACHEN LUST AUF PRINT

Im Fokus stehen praktische Anwendungen für Markenkommunikation, datengetriebene Printprodukte sowie Lösungen für Packaging und E-Commerce.

Die *Print Digital Convention* (PDC) 2026 rückt mit ihren Highlight-Projekten konkrete Anwendungen in den Mittelpunkt. Während der zweitägigen Erlebnismesse zeigen Unternehmen und Partner entlang der gesamten Wertschöpfungskette, wie zeitgemäße Print-, Packaging- und Multichannel-Lösungen in der Praxis aussehen können und funktionieren.

»Die Highlight-Projekte zeigen, wie aus Technologien konkrete Anwendungen entstehen. Sie machen sichtbar, welche Rolle Print heute in Marketing, Kommunikation und Produktion spielt«, erklärt RÜDIGER MAASS, Geschäftsführer des *Fachverbandes Medienproduktion e. V. (FMP)*.

Von Braille bis Rennsimulator: Print wird erlebbar und inklusiv

Die Projekte der Initiative *We.Love.Print* verdeutlichen, wie vielseitig Print eingesetzt werden kann – von gesellschaftlicher Wirkung bis hin zu interaktiven Erlebnisformaten. Die Affirmationskarten setzen bewusst auf einen emotionalen Zugang: Sie bringen positive Botschaften in den Alltag



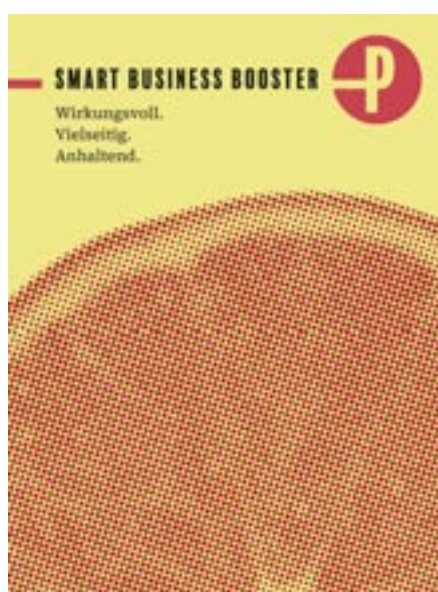
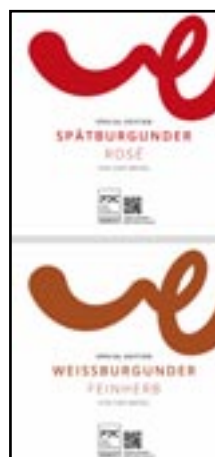
und wirken durch ihre physische Präsenz nachhaltiger als digitale Impulse. Besonders hervorzuheben ist die Umsetzung in Brailleschrift, die per Siebdruck aufgebracht wird. Dadurch werden Inhalte nicht nur sichtbar, sondern auch fühlbar und sind für Menschen mit Sehbeeinträchtigung unmittelbar zugänglich. Einen anderen Ansatz verfolgt das Projekt *We.Love.Print – Speed*, das Print in ein interaktives Erlebnis überführt. Im Zentrum stehen ein Rennwagen aus dem *Porsche Carrera*



Cup sowie ein Renn-Simulator, über den Besucher selbst aktiv werden können. Die Fläche ist im Motorsportdesign gestaltet und wird durch passende Printanwendungen ergänzt, darunter großflächige Inszenierungen sowie limitierte, teilweise signierte Poster. Der Zugang erfolgt digital über QR-Codes. So entsteht ein Zusammenspiel aus physischer Inszenierung, digitaler Interaktion und Print. Projekt- und Ausstellungspartner an diesen Highlights sind *Berberich Papier*, *Kreye Siebdruck*, *Konica Minolta* sowie die Agentur *Hot-sushi*.

Von Wetterdaten zu Print

Das Projekt *Climoti* steht für eine datengetriebene Anwendung, an deren Anfang die Frage steht: »Wie war eigentlich das Wetter, als du geboren wurdest?« *Climoti* zeigt, wie sich historische Wetterdaten in individualisierte Printprodukte übersetzen lassen und so emotionale Erinnerungen entstehen. Gleichzeitig wird deutlich, welche Rolle Daten als Bestandteil moderner Printanwendungen spielen. An diesem Projekt sind die *Dialogistiker* und *Fujifilm Deutschland* beteiligt.



Das Gemeinschaftsprojekt *Vitamin P* (siehe auch nächste Doppelseite) demonstriert, wie vernetzte Systeme entlang der gesamten Produktionskette ineinandergreifen: von der Datenerstellung über den Preflight und die Kalkulation bis hin zur individualisierten Produktion mit Druckveredelung in Echtzeit. Damit wird sichtbar, wie sich hochwertige Printproduktion und Marketingprozesse zunehmend miteinander verzahnen.

Vitamin P zeigt die Zusammenarbeit von acht Unternehmen (*dmsDigital, Fiery, FKS, Impressed, ITA Systeme, Konica Minolta, Obility und WirbelWild*). Am Gemeinschaftsstand auf der Messe werden live verschiedene Produkte auf mehreren Maschinen hergestellt, die in ihrer Unterschiedlichkeit die jeweiligen Stärken der Hard- und Software kombinieren.

Intelligente Etiketten

Ein weiteres Highlight-Projekt widmet sich der Rolle von Verpackung und Etiketten im Spannungsfeld zwischen Markenwirkung und regulatorischen Anforderungen.

Am Beispiel einer eigens entwickelten Wein- und Sektedition wird gezeigt, wie Veredelung, Design und digitale Funktionen zusammenwirken. Über QR-Codes lassen sich Informationen zu Inhaltsstoffen, Herkunft und Nachhaltigkeit direkt abrufen. Gleichzeitig werden aktuelle Anforderungen aus der EU-Regulatorik berücksichtigt, etwa solche für die Deklaration von Inhaltsstoffen sowie für zukünftige Entwicklungen wie der Digital Product Passport. Packaging wird damit sowohl zum Markeninstrument als auch zum Informationsträger.

Gerade an dieser vermeintlich einfachen Anwendung wird deutlich, welche Komplexität Print heute beherrscht. Umgesetzt wurde das Projekt von der Agentur *Hotsushi*, von *Leonard Kurz, Kurz Scribos, Kurz Digital* sowie *Mail Druck + Medien*.

Print schafft Orientierung und macht Marken interaktiv

Mit der *Bio-Safterei Voelkel* hat die PDC einen Markenpartner gewonnen, mit dem ein Flaschenanhänger entwickelt wurde, der mittels Siebdruckveredelung mit thermosensitiver Farbe anzeigt, wann die optimale Trinktemperatur erreicht ist. Damit wird Print nicht nur als gestalterisches Element eingesetzt, sondern übernimmt eine

konkrete Funktion in der Anwendung. Die Umsetzung der Siebdruckveredelung erfolgte durch die *Kreye Siebdruck GmbH*.

Das Convention-Tagebuch: Print als funktionaler Begleiter

Ein fester Bestandteil der PDC ist das Convention-Tagebuch, das Besucher durch die Veranstaltung begleitet. Es ist das »Workbook« für die PDC-Teilnehmer mit Informationen zu den Highlight-Projekten, dem Kongress-Programm und weiterführenden Informationen vor Ort.



Realisiert von *Fedrigoni, Rehms Druck* und *Leonhard Kurz*.

> printdigitalconvention.de/highlight-projekte/

