



DRUCKMARKT impressions

10. JUNI 2026

153

PDF-Magazin für Print, Medien, Kommunikation und Design

**SONDERAUSGABE ZUR
PRINT DIGITAL CONVENTION**

**DIE NEUE ROLLE VON PRINT:
DAS PROGRAMM AUSGEWÄHLTER
AUSSTELLER**



Print Digital Convention 2026

WO SICH DIE **NEUE ROLLE** von Print präsentiert

Die *Print Digital Convention 2026* zeigt deutlicher denn je – wohin sich die Branche bewegt. Print wird nicht mehr isoliert gedacht, sondern als Teil eines vernetzten Systems aus **Daten, E-Commerce, Packaging und Markenkommunikation**. An zwei Tagen wird gezeigt, wie Print mit digitalen Medien verknüpft wird.

Was als technologische Entwicklung beschrieben wurde, wird in Düsseldorf vom 16. bis 17. Juni konkret – in Anwendungen, Prozessen und Geschäftsmodellen.

Das Format der Veranstaltung ist dabei Programm. Als Erlebnismesse verbindet die *Print Digital Convention (PDC)* Kongress, Ausstellung und Best Prac-

tice. Besucher erleben Theorie und Praxis gleichzeitig: Vorträge, die Entwicklungen einordnen, und Anwendungen, die diese unmittelbar sichtbar machen. Genau darin liegt der Unterschied zu klassischen Branchenevents.

Diese inhaltliche Weiterentwicklung ist kein Zufall, sondern Ergebnis einer gezielten Neuausrichtung.

Gemeinsam mit der *Messe Düsseldorf* und der *drupa* hat der *Fachverband Medienproduktion e. V. (FMP)* das **Partnernetzwerk** der Veranstaltung gezielt ausgebaut. So kuratieren der *Verband Druck + Medien Nord-West e. V. (VDM Nord-West)* und die *European Brand & Packaging Design Association (epda)* das Programm aus unterschiedlichen Perspektiven – von Produktion über

Markenpraxis diskutieren, welche Rolle Print und Packaging heute in der Customer Experience spielen und warum physische Kommunikation gerade im digitalen Umfeld an Bedeutung gewinnt.

Parallel dazu macht die Erlebnismesse die inhaltlichen Themen greifbar. Die **Highlight-Projekte** (siehe Seite 36) zeigen konkrete Anwendungen wie datengetriebene Printprodukte, automatisierte Produktionsprozesse oder Packaging-Lösungen, die physische und digitale



Design bis hin zur Markenführung. Ergänzt wird dieses Netzwerk durch Kooperationen mit dem *Deutschen Dialogmarketing Verband e. V. (DDV)*, dem *Bundesverband Marketing Clubs e. V. (BVMC)* sowie dem *Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e. V. (bevh)*, die zusätzliche Perspektiven aus Dialogmarketing, Marke und digitalem Handel einbringen. Die *Print Digital Convention* öffnet sich damit bewusst in Richtung Marke, Handel und datengetriebenen Geschäftsmodellen.

Funktionen miteinander verbinden. So wird sichtbar, wie Print heute als Teil vernetzter Kommunikations- und Produktionsprozesse eingesetzt wird.

Das zeigt sich besonders im **Kongressprogramm**. (siehe auch Seite 28). Hier treffen klassische Printthemen auf Fragen, die weit über drucktechnische Belange hinausgehen. Zum Beispiel: Wie verändert sich Kommunikation unter dem Einfluss von Daten und Künstlicher Intelligenz? Welche Rolle spielen physische Touchpoints in einer zunehmend digitalen Customer Journey? Und wie lassen sich Print und Packaging als strategische Werkzeuge in der Markenführung einsetzen?

Ergänzt wird das Bild durch ein starkes Feld an **Ausstellern** entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Technologieanbieter, Druckdienstleister und Materialhersteller zeigen, wie sich Innovation aktuell in konkrete Anwendungen übersetzt – und welche neuen Möglichkeiten sich daraus für Geschäftsmodelle ergeben.

Die Mischung aus Keynotes, kuratierten Sessions und praxisnahen Vorträgen sorgt dafür, dass diese Fragen nicht abstrakt bleiben.

Damit positioniert sich die *Print Digital Convention* als wichtige Plattform der DACH-Region zwischen den großen Zyklen der *drupa*.

Ein Höhepunkt ist das Panel »Marke zum Anfassen«, das den Fokus konsequent auf die Perspektive der Marken lenkt. Vertreter aus Design, Industrie und

Die *PDC* ist näher an der Anwendung, näher am Markt und näher an den Fragen, die Unternehmen aktuell beschäftigen. Weniger Vision, mehr Umsetzung – und genau darin liegt ihre Relevanz.

Auf den nächsten Seiten haben wir von ausgewählten Ausstellern deren Ausstellungsprogramm auf der PDC zusammengestellt. Für die Richtigkeit der Angaben übernimmt der *Druckmarkt* keine Gewähr.



PRINT DIGITAL CONVENTION KONGRESS-PROGRAMM MIT NEUEN IMPULSEN FÜR PRINT UND MARKETING

Wenn Vertreter von beispielsweise *Bayer* oder *Teekanne* sowie führende Markenstrategen darüber sprechen, welche Rolle Print und Packaging künftig in der Customer Experience spielen, wird deutlich, wie stark sich die Branche verändert. Genau diese Entwicklung greift die *Print Digital Convention* am 16. und 17. Juni 2026 in Düsseldorf auf.

Das Kongressprogramm der Erlebnismesse zeigt anhand konkreter Anwendungen, wie sich Print im Zusammenspiel mit E-Commerce, Daten und Markenkommunikation weiterentwickelt und macht diese Entwicklung für die Praxis greifbar.

»Im Kongressprogramm wird deutlich, wie stark sich Print aktuell verändert. Themen wie E-Commerce, datengetriebene Kommunikation und Markenführung greifen heute ineinander – und wir haben dafür ein besonders starkes Programm mit relevanten Stimmen aus der Kommunikationsindustrie zusammengestellt«, erklärt RÜDIGER MAASS, Geschäftsführer des *Fachverbandes Medienproduktion e. V. (FMP)*.

Transformation der Branche als Leitmotiv der Keynotes

Den inhaltlichen Rahmen setzen zwei Keynotes, die jeweils den Auftakt an den beiden Kongresstagen bilden. Am Vormittag des ersten Veranstaltungstags eröffnet MARKUS MORAWE das Programm mit seinem Vortrag »Zukunft braucht Wandlungstärke« (siehe auch den Beitrag auf Seite 30). Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Unternehmen in einer Zeit ständiger Veränderungen die Verbindung zwischen Menschen, Organisation und Technologie aktiv gestalten und Veränderung als strategische Kompetenz nutzen können.

Am zweiten Veranstaltungstag folgt am Vormittag eine Keynote, die das Thema Transformation aus einer für unsere Branche völlig

anderen Perspektive beleuchtet. Unter dem Leitmotiv »Speed braucht Haltung – Persönliche Skills als Grundlage für Erfolg« nimmt OSMAN TÜCCAROGLU das Publikum mit in eine außergewöhnliche Motorsportgeschichte rund um den Weg seines Sohnes GIAN LUCA in den *Porsche Carrera Cup*. Im Fokus stehen Haltung, Entscheidungsfähigkeit und persönliche Entwicklung – mit klaren Parallelen zum unternehmerischen Alltag.

Kuratierte Sessionstränge bringen Perspektiven zusammen

Der erste Veranstaltungstag steht im Zeichen konkreter Anwendungen im Marketing- und Kommunikationsumfeld. Nach der Keynote wird das Programm in drei parallel laufenden Sessionsträngen fortgeführt, die in Zusammenarbeit mit Verbandspartnern gestaltet werden und unterschiedliche Perspektiven aus Industrie, Design und Anwendung zusammenführen.

Am Vormittag rückt neben nachhaltiger Printproduktion auch der Einsatz neuer Technologien in den Fokus. So zeigt LEA EGGERS von der *Initiative Pro Recyclingpapier*, welche Rolle Umweltstandards wie der *Blaue Engel* für die Printproduktion spielen, während SIMON PIETSCH (*DHL Group*) Anforderungen aus Sicht internationaler Lieferketten einordnet. Ergänzend dazu wird die Rolle von Künstlicher Intelligenz im Designprozess diskutiert: CAROLINE MÖRNÅS (*Paulig*) und TIM GELZLEICHTER (*WIN Creating Images*) zeigen, wie sich generative Ansätze und datengetriebene Anwendungen sinnvoll in Marken- und Verpackungsprozesse integrieren lassen und wo zwischen Hype und tatsächlicher Wertschöpfung unterschieden werden muss.

Am Nachmittag stehen datengetriebene Kommunikation und automatisierte Prozesse im Mittelpunkt. AHMET BAYDAN und CHRISTIAN BOY (*Eurotops*) zeigen, wie personalisierte Kundenansprache umgesetzt wird, während FABIAN DUDEK (*nucao*) und TOM STREEFKIRK (*colordruck*) Einblicke geben, wie Print und Packaging gezielt in digitale Kanäle und Social Media verlängert werden.

Marke zum Anfassen: Print und Packaging im Fokus

Einen der inhaltlichen Höhepunkte bildet das Panel am ersten Veranstaltungstag, das die Rolle von Print und Packaging in der Markenführung neu einordnet. Unter dem Titel »Marke zum Anfassen« steht die Frage im Mittelpunkt, welche Bedeutung physische Touchpoints in einer zunehmend digitalen Markenwelt haben. Mit



Beiträgen von CHRISTIAN RÄTSCH (BBDO) sowie Vertretern der *Peter Schmidt Group*, der *Bayer AG* und *Teekanne* bringt die Diskussion Perspektiven aus Strategie, Design und Markenpraxis zusammen. Im Fokus steht, wie Print und Packaging als Teil der Customer Experience wirken und welchen Beitrag sie zur Wahrnehmung, Differenzierung und Markenbindung leisten.

Die anschließende *PDC Night* bietet die Möglichkeit, die Gespräche in informeller Atmosphäre fortzuführen und auch Kontakte zu vertiefen.

E-Commerce, Daten und neue Geschäftsmodelle

Der zweite Veranstaltungstag baut auf den Themen des Vortags auf und rückt insbesondere E-Commerce, Daten und neue Geschäftsmodelle in den Mittelpunkt.

Nach der Keynote von OSMAN TÜCCAROĞLU gibt MICHAEL ATUG am Vormittag Einblicke in die Transformation vom stationären Handel zum Onlinegeschäft und zeigt, welche Chancen sich durch digitale Vertriebsmodelle ergeben.

Parallel diskutieren MATTHIAS WINDOLPH (*We.Love.Print*) und THORSTEN KINNEN (*Konica Minolta*) die Rolle von Print als vertrauensbildendes Medium im digitalen Kommunikationsumfeld.

ANDREAS RIEKÖTTER (*IFH Media Analytics*) ordnet ein, wie sich Kommunikation im Spannungsfeld von KI, Digitalisierung und wachsender Medienvielfalt verändert. Entscheidend ist dabei die intelligente Verzahnung der Kanäle – hier spielt Print seine Stärke aus: als aufmerksamkeitsstarkes und vertrauensbildendes Medium im Zusammenspiel mit digitalen Anwendungen.

Am Nachmittag zeigt beispielsweise MARKUS MEYER (*Eismann*), wie sich Print, Onlinehandel und digitale Touchpoints zu integrierten Customer Journeys verbinden lassen.

Konferenzprogramm mit etwa 30 Vorträgen, Keynotes und Diskussionen

Das Kongressprogramm umfasst rund 30 Vorträge und Themen-Workshops in drei parallelen Sessions, ergänzt durch Keynotes und Diskussionsformate. Im Mittelpunkt stehen aktuelle Entwicklungen rund um Programmatic Print, Marketing Automation, nachhaltige Medienproduktion und Printveredelung – mit klarem Fokus auf konkrete Anwendungen.

Das komplette Konferenzprogramm und eine Übersicht aller Speaker gibt es unter:

<https://printdigitalconvention.de/de/konferenzprogramm>

Die *Print Digital Convention* findet am 16. und 17. Juni 2026 auf dem Düsseldorfer Messegelände statt und wird vom *Fachverband Medienproduktion (FMP)* in Partnerschaft mit der *Messe Düsseldorf* und der *drupa* veranstaltet.

> printdigitalconvention.de



VORHERSAGE. ANSAGE. DURCHSAGE.

Aus- und Weiterbildung genießen einen hohen Stellenwert, da sie das entscheidende **Know-how** liefern für den digitalen Wandel, den Klimaschutz und die Steigerung der **Arbeitsmarktchancen.**

46% aller Arbeitnehmer halten Weiterbildung für essenziell für Kompetenzentwicklung und **höhere Gehälter.**

Die große **Termin- und Seminarübersicht** finden Sie in den *Druckmarkt impressions.*

Photo by Oleg Laptev on Unsplash



Monatlich als PDF-Magazin.

Jetzt kostenlos abonnieren.
www.druckmarkt.com

DRUCKMARKT
impressions
Das PDF-Magazin mit Navigation.

NEUES WIRKEN

WIE UNTERNEHMEN WANDLUNGSSTÄRKE ENTWICKELN

Wie das Programm ›Wandlungsstärke‹ Unternehmen dabei unterstützt, auch unter Veränderungsdruck arbeitsfähig zu bleiben.



Im ersten Teil dieses Beitrags von **MARKUS MORAWE** ging es um die Frage, warum Wandel heute kein Projekt mehr ist, sondern zum dauerhaften Bestandteil des unternehmerischen Alltags geworden ist. Im Mittelpunkt standen dabei Orientierung, Führung und Zusammenarbeit als Voraussetzungen dafür, dass Unternehmen unter sich verändernden Bedingungen handlungsfähig bleiben.

Die Auseinandersetzung mit dieser Frage führt zwangsläufig zu einem weiteren Punkt: Wie können Unternehmen Wandlungsstärke entwickeln? Mit dieser Frage beschäftigt sich **MARKUS MORAWE** seit vielen Jahren. Parallel zu seiner Tätigkeit in der Druckindustrie begleitet er mit *Neues Wirken* Führungsteams im Mittelstand bei Veränderungsprozessen. Ausgangspunkt ist dabei weniger ein theoretisches Modell als mehr die Erfahrung aus der Praxis. Denn in vielen Unternehmen zeigt sich ein ähnliches Bild.

Technologisch ist vieles möglich geworden. Prozesse wurden effizienter, Systeme leistungsfähiger und Abläufe stärker automatisiert. Gleichzeitig steigt in vielen Organisationen der Druck im Führungsalltag. Entscheidungen müssen schneller getroffen werden, während Unsicherheit und Komplexität zunehmen. Verantwortung bleibt dennoch häufig bei wenigen Personen gebündelt. Aus dieser Entwicklung heraus ist über die Jahre das Programm ›Wandlungsstärke‹ entstanden – ein modular aufgebauter Rahmen für Führungsteams im Mittelstand. Ziel ist es, unter veränderten Bedingungen arbeitsfähig zu bleiben und Führung so weiterzuentwickeln, dass Orientierung, Verantwortung und Zusammenarbeit auch unter Druck tragfähig bleiben.

Wandel verändert Führung

Viele klassische Führungs- und Planungslogiken gehen noch immer von stabilen Rahmenbedingungen aus, von klaren Zuständigkeiten, belastbaren Informationen und planbaren Entwicklungen. Die Realität vieler Unternehmen sieht jedoch anders aus. Entscheidungen müssen häufiger getroffen werden, obwohl Informationen fehlen. Unterschiedliche Erwartungen wirken gleichzeitig auf Unternehmen ein. Geschwindigkeit, Verlässlichkeit und Veränderungsfähigkeit müssen parallel bewältigt werden.

Unter Druck zeigt sich deshalb in vielen Betrieben ein ähnliches Muster. Entscheidungen wandern wieder stärker zur Geschäftsführung zurück. Kontrolle nimmt zu. Führung wird enger. Nicht aus mangelndem Vertrauen, sondern weil Verantwortung weiterhin getragen werden muss. Für **MARKUS MORAWE** entsteht genau an dieser Stelle die eigentliche Herausforderung moderner Führung. Nicht in der Technik selbst, sondern in der Frage, wie Unternehmen unter Unsicherheit gemeinsam arbeitsfähig bleiben.



Ein Programm für den Führungsalltag

Genau dort setzt das Programm ›Wandlungsstärke‹ an. Nicht als klassische Change-Methode und auch nicht als kurzfristige Initiative, sondern als praktische Arbeit an Orientierung, Verantwortung, Entscheidungen und Zusammenarbeit im Alltag. Das Programm besteht aus den Modulen:

- Orientierung,
- Verantwortung,
- Entscheidungen,
- Zusammenarbeit,
- Wirkung & Lernen.

Die Module folgen dabei keiner festen Reihenfolge. Unternehmen steigen dort ein, wo im Führungsalltag aktuell der größte Druck oder die größte Unsicherheit entsteht. Gleichzeitig ist das Programm modular und zirkulär aufgebaut. Zwischen den einzelnen Modulen liegen bewusst Praxis- und Reflexionsphasen, damit Entwicklung nicht nur besprochen, sondern im Alltag verankert werden kann. Im Mittelpunkt steht dabei nicht die Einführung zusätzlicher Werkzeuge oder Modelle. Entscheidend ist vielmehr, wie Führung im Alltag tatsächlich funktioniert und woran sich Entscheidungen orientieren.

Orientierung, Verantwortung und Entscheidungen

Ein Schwerpunkt der Arbeit liegt auf gemeinsamer Orientierung. Viele Führungsteams erleben, dass Entscheidungen trotz intensiver Abstimmungen immer wieder bei der Geschäftsführung landen. Nicht aus mangelnder Kompetenz, sondern weil häufig unklar bleibt, woran Entscheidungen im Alltag eigentlich ausgerichtet werden sollen. Im Modul Orientierung arbeiten Führungsteams deshalb daran, gemeinsame Leitlinien für Entscheidungen zu entwickeln und Verantwortung auf mehrere Schultern zu verteilen.

Darauf baut das Modul Verantwortung auf. Unter Druck zeigt sich häufig, dass Entscheidungen zwar gemeinsam getroffen, später jedoch relativiert oder nicht konsequent getragen werden. Verantwortung wandert schrittweise zurück zur Geschäftsführung. Hier geht es darum, Verantwortung im Führungsteam zu halten – auch dann, wenn Unsicherheit bleibt oder Widerstand entsteht.

Das dritte Modul beschäftigt sich mit Entscheidungsfähigkeit. In vielen Unternehmen werden Entscheidungen vorbereitet, diskutiert und abgesichert, ohne tatsächlich getroffen zu werden. Entscheidungsprozesse kosten Energie, erzeugen jedoch kaum Bewegung. Im Mittelpunkt steht deshalb die Frage, wie Führung auch unter Unsicherheit entscheidungsfähig bleiben kann.

Zusammenarbeit arbeitsfähig gestalten

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf Zusammenarbeit. In mittelständischen Unternehmen sind viele Formen der Zusammenarbeit über Jahre gewachsen. Sie funktionieren grundsätzlich, kosten im Alltag jedoch zunehmend Energie. Abstimmungen werden aufwendiger, Schnittstellen unklarer und Verantwortung bleibt zwischen Bereichen liegen. Im Modul Zusammenarbeit geht es des-

halb darum, Reibungsverluste sichtbar zu machen und Zusammenarbeit so zu gestalten, dass sie im Alltag funktioniert. Für MARKUS MORAWE liegt das Problem dabei häufig nicht in mangelnder Kompetenz, sondern darin, dass Zusammenarbeit historisch gewachsen ist, ohne jemals bewusst geklärt worden zu sein.

Lernen als Teil von Führung

Das fünfte Modul verbindet die vorherigen Ebenen miteinander. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie Unternehmen aus ihrem eigenen Handeln bewusst lernen können. Viele Organisationen reagieren permanent, Entscheidungen werden angepasst, neue Maßnahmen gestartet oder andere still beendet. Was oft fehlt, ist ein gemeinsamer Blick darauf, was tatsächlich wirkt. Deshalb arbeitet das Modul ›Wirkung & Lernen‹ mit vier einfachen Leitfragen:

Was sollten wir künftig neu tun? Was sollten wir weniger tun?

Was sollten wir mehr tun? Und was können wir bewusst beenden? Dadurch entsteht Lernen nicht zufällig, sondern als fester Bestandteil von Führung.

Wie praktisch gearbeitet wird

Die Arbeit im Programm ist erfahrungs-, dialog- und praxisorientiert aufgebaut. Führung und Organisation werden nicht nur besprochen, sondern sichtbar und gemeinsam bearbeitbar gemacht. Zum Einsatz kommen unter anderem strukturierte Dialogformate sowie modellbasierte Arbeitsweisen. Ergänzt wird dies durch Reflexions- und Transferformate aus der systematischen Arbeit.

Die Methoden dienen dabei nicht der Inszenierung. Sie helfen Führungsteams, Zusammenhänge sichtbar zu machen und unterschiedliche Sichtweisen gemeinsam zu bearbeiten. Gearbeitet wird dabei nicht losgelöst vom Tagesgeschäft, sondern entlang konkreter Situationen aus dem Unternehmensalltag:

Wie entstehen Entscheidungen? Wo geht Verantwortung verloren? Warum entstehen Reibungsverluste? Und woran orientiert sich Führung unter Druck?

Für MARKUS MORAWE ist Wandlungsstärke deshalb keine zusätzliche Initiative neben dem Tagesgeschäft. Sie entsteht mitten darin. Nicht als Hochglanzkonzept, sondern dort, wo Führung unter realen Bedingungen arbeitsfähig bleibt. Deshalb folgt das Programm keiner linearen Projektlogik, sondern einer zirkulären Arbeitsweise: innehalten, reflektieren, entscheiden, umsetzen, Wirkung beobachten und daraus weiterlernen.

MARKUS MORAWE stellt das Programm ›Wandlungsstärke‹ auch auf seinem eigenen Stand auf der *Print & Digital Convention 2026* vor. Dort besteht die Möglichkeit, direkt über Führung, Zusammenarbeit und Handlungsfähigkeit unter Veränderungsdruck ins Gespräch zu kommen.

> neueswirken.de/wandlungsstaerke



INTERFON ADRESS DER PERSÖNLICHE ANSPRECHPARTNER ZÄHLT!

In Zeiten unzähliger oft unaufgeforderter Werbe-E-Mails und digitaler Reizüberflutung erreichen viele Botschaften ihre Zielgruppe kaum noch. Standardisierte Mailings gehen in vollen Postfächern unter und werden oft nicht gelesen.

Wer jedoch die richtigen Ansprechpartner direkt erreicht, verschafft sich einen entscheidenden Vorteil. Durch die persönliche Ansprache per Post – etwa direkt an den Verkaufs- oder Marketingleiter eines Unternehmens – sorgen Mailings für mehr Aufmerksamkeit, höhere Relevanz und bessere Chancen auf eine echte Geschäftsbeziehung.

interfon adress ermittelt seit über 20 Jahren die Entscheider in Familienbetrieben, im Mittelstand, in Top-Unternehmen und im öffentlichen Sektor. Mehr als 35 Jobfunktionen, kombiniert mit zahlreichen Firmenmerkmalen, ermöglichen eine präzise Selektion in der DACH-Region. Reduzierte Streuverluste und das Erreichen der Verantwortlichen, die über Budgets und Marketingeinsatz entscheiden, sind das Ergebnis.

> interfon-adress.de

INITIATIVE PRO RECYCLINGPAPIER NACHHALTIGE IMPULSE FÜR PRINT

Die *Initiative Pro Recyclingpapier (IPR)* engagiert sich seit über 25 Jahren für Recyclingpapier. Auf der *Print Digital Convention 2026* in Düsseldorf wird die Initiative ihre Wanderausstellung präsentieren und Besucher können sich über die vielfältigen Vorteile von Recyclingpapier informieren – vom Papierkreislauf über Energie- und Wassereinsparungen bis hin zur Produktvielfalt mit dem *Blauen Engel*.

Ein besonderer Höhepunkt ist der Vortrag »Nachhaltige Printmedien – Werte schaffen: Der *Blaue Engel* als Kompass für Print und Papier« am ersten Kongresstag (11:00 bis 11:30 Uhr).

LEA EGGERS, Leiterin der *IPR*-Geschäftsstelle, beleuchtet die Relevanz von Print im digitalen Zeitalter, räumt mit Mythen auf und liefert gemeinsam mit SIMON PIETSCH, Senior Category Manager Packaging & Print EMEA bei der *DHL Group*, Argumente für Recyclingpapier. Gemeinsam zeigen sie, warum Recyclingpapier und Druckerzeugnisse mit dem *Blauen Engel* ökologisch und wirtschaftlich überzeugen.

> papiernetz.de

SWISSQPRINT GROSSFORMATDRUCKER MADE FOR WINNERS – LOVED BY THOUSANDS

swissQprint ist ein familiengeführtes, mittelständisches Unternehmen, das am Firmensitz in der Schweiz UV-LED Großformatdrucker entwickelt und baut.

Das Produktportfolio von *swissQprint* umfasst verschiedene Kategorien an Druckern, die im Baukastenprinzip auf die Bedürfnisse der Kunden angepasst werden können.

Das Erfolgsmodell *Nyala* ist dabei schon seit elf Jahren in Folge Europas Marktführer mit dem am häufigsten installierter UV-Flachbett-/Hybriddrucker und inzwischen in der 5. Generation verfügbar.

Besonders die Stabilität und Präzision der Maschinen, die auch bei höchster Auslastung, engen Lieferterminen und anspruchsvollen Anwendungen gegeben ist, schätzen die Kunden und deren Kunden.

Mit einem Demo-/Testzentrum in Kerpen bietet *swissQprint* Kunden wie Interessenten die Möglichkeit, unternehmenstypische Aufgabenstellungen von Kunden direkt mit Spezialisten zu testen und zu realisieren. Auf der *PDC* wird *swissQprint* mit Fachexpertise und außergewöhnlichen Mustern vertreten sein.

> swissqprint.de

HEIDELBERG INNOVATIONSKRAFT UND TECHNOLOGIE

Die *Heidelberger Druckmaschinen AG* ist ein führendes Technologieunternehmen, das weltweit seit 175 Jahren für Innovationskraft, Qualität und Zuverlässigkeit im Maschinenbau steht. Mit einem klaren Fokus auf Wachstum treibt *Heidelberg* als Gesamtanbieter und Systemintegrator die

Weiterentwicklung in den Kernbereichen Verpackungs- und Digitaldruck, Softwarelösungen und dem Lifecycle-Geschäft mit Service und Verbrauchsmaterialien voran, damit Kunden maximale Produktivität und Effizienz erreichen können.

Aufbauend auf jahrzehntelanger Industrie- und Systemkompetenz erschließt das Unternehmen zudem gezielt neue Märkte in den Bereichen Sicherheit, Energie, Ladeinfrastruktur und industrielle Systemlösungen – mit klarer Skalierungskompetenz und

attraktiven Wachstumsperspektiven. Aufgrund einer starken internationalen Präsenz in rund 170 Ländern, der Schaffenskraft und Kompetenz seiner rund 9.500 Mitarbeitenden, eigener Produktionsstätten in Europa, China und den USA sowie einem der größten globalen Vertriebs- und Servicenetzwerke, ist das Unternehmen global gut positioniert. > heidelberg.com

HEIDELBERG



**Saphira
 Consumables**
 Tested and
 harmonized



FKS **WIRTSCHAFTLICHKEIT, FLEXIBILITÄT UND AUTOMATISIERUNG**

Der Multifinisher *FKS/Duplo DocuCutter DC-648* verarbeitet Druckbogen in einem Durchlauf und übernimmt Arbeitsschritte wie Schneiden, Rillen und Perforieren. So sparen Druckdienstleister Zeit, reduzieren manuelle Arbeitsschritte und steigern die Produktivität. Viele Arbeitsschritte können dabei merklich verkürzt beziehungsweise gänzlich eingespart werden, da der *DC-648* ohne größere manuelle Eingriffe sehr selbstständig arbeiten kann. Ein einzigartiges Kamerasystem erfasst das Druckbild und die Druckmarken und gleicht so einen möglichen Druckversatz, Schräglagen oder Schrumpfungen des Druckbogens aus.

Der *DocuCutter* verfügt darüber hinaus über einen hohen Automatisierungsgrad mit einer Barcodesteuerung oder der Template-Bibliothek. Mit Software-Lösungen wie *Ultimate Impostrip* oder dem *EFI Fiery DFE Connector* werden Produktionsdaten automatisiert über XML in bestehende Workflows eingebunden, sodass der Arbeitsaufwand bereits in der Vorstufe erheblich reduziert wird.

In Kombination mit dem Falzwerk *DC-F100* lässt sich das Leistungsspektrum erweitern. Das Modul mit zwei Falzschwertern ermöglicht bis zu sechs Falzarten – vom Einfachfalz bis zum Doppelparallelfalz – und sorgt für maximale Flexibilität bei unterschiedlichen



Der FKS/Duplo DocuCutter DC-648 mit DC-F100 ist ein leistungsstarker Multifinisher.

Aufträgen. Der *FKS/Duplo DocuCutter DC-648* mit *DC-F100* ist damit ein leistungsstarker Multifinisher und effizienter Partner für Druckereien, die ihre Prozesse optimieren, Durchlaufzeiten verkürzen und digitale Aufträge flexibel bearbeiten möchten.

Print, Performance, Potenzial, Personalisierung, Praxis: Auf dem Gemeinschaftsstand ›Vitamin P‹ (M1/M2/M4) zeigt *FKS* gemeinsam mit Partnern, wie die einzelnen Systeme und Workflows nahtlos miteinander verknüpft sind – vom Dateneingang über die Druckproduktion und Veredelung bis zur Endverarbeitung. Besucher können so einen vollständigen digitalen Workflow erleben, der effiziente Abläufe ermöglicht und hochwertige, aufmerksamkeitsstarke Druckprodukte liefert. Was für manche nach Zukunft klingt, wird hier erlebbar.

> fks-hamburg.de



KÖRTGEN **SONDERMASCHINENBAU** **FALTEN, KLEBEN UND** **VERSCHLIESSEN**

Das Portfolio der *Körtgen Sondermaschinebau GmbH* mit Sitz in Adenau am Nürburgring reicht vom einfachen Handleimergerät über die halbautomatische Roto-Press bis hin zur vollautomatischen Klebemaschine *FK-3500* – auf Wunsch modular erweiterbar mit Etikettenspendern, Drucksystemen sowie Karten- und Klebebandspendern.



Die Faltschachtel-Klebemaschine *FK-3500* ist gezielt für das automatische Falten, Kleben und Verschließen von Faltschachteln und Schubern konzipiert.

Sie ist eine hochmoderne Faltschachtel-Klebemaschine, die speziell für kleine und häufig wechselnde Auflagen entwickelt wurde und sich seit ihrer Einführung in Europa und darüber hinaus bewährt hat. Die *FK-3500* bietet eine Vielzahl von Anwendungsmöglichkeiten, darunter die Herstellung von Faltschachteln aller Art, Dokumententaschen, Kartenhüllen und Werbemitteln. Diese Maschine ist ideal für Unternehmen, die Flexibilität und Präzision in der Verpackungsproduktion benötigen. Die *FK-3500* ermöglicht eine Leistung von bis zu 10.000 Takten pro Stunde, sie ist robust und langlebig, mit einer Gesamtlänge von 550 cm und mit einem Gewicht von 550 kg sehr kompakt.

Körtgen Klebmaschinen steigern die Effizienz in der Produktion und bieten maximale Wirtschaftlichkeit, insbesondere bei mittleren Auflagen. > koertgen.com



BERBERICH PAPIER IST HAPTİK, RELEVANZ UND BESTÄNDIGKEIT

Berberich vereint die Liebe zum Papier mit einem Bewusstsein für Nachhaltigkeit und modernem Qualitätsanspruch. Mit einem feinen Gespür für Materialien und diversen Oberflächen bietet das Unternehmen mit den Geschäftsbereichen *Berberich Papier* und *Berberich Systems* ein breites Portfolio. Industrieunternehmen, Druckereien, Agenturen, Verlage sowie kreative Köpfe haben



Berberich X Munken Skizzenbuch.

eine umfangreiche Auswahl an grafischen Papieren, Kartonen und hochwertigen Designpapieren bis hin zu maßgeschneiderten Lösungen wie Designbüchern, Magnetboxen, Mappen oder Schubern.

Als früher Mitbegründer der Initiative *We.Love.Print* engagiert sich *Berberich* entschlossen für die Zukunft gedruckter Medien. Insbesondere im digitalen Zeitalter verleiht Print Marken eine einzigartige Haptik, Relevanz und emotionale Beständigkeit. Gemeinsam mit seinen Partnern stärkt der Papiergroßhändler die grafische Branche und unterstreicht die Bedeutung gedruckter Produkte als festen Bestandteil moderner Kommunikationsstrategien. Dieses Verständnis zeigt sich auch im hochwertig gestalteten *Berberich X Munken Skizzenbuch*, in dem urbane Architektur auf den *Munken* Designqualitäten eindrucksvoll zur Geltung kommt.

> berberich-papier.de



FEDRIGONI SEIT 1888 SIND WIR PAPIER, VERWURZELT IN DESSEN ZUKUNFT

Fedrigoni hat es seit über 137 Jahre verstanden: Papier ist nicht nur Informationsträger, sondern eigenständiges Gestaltungselement! Papier lädt emotional auf und trägt über visuelle und haptische Reize wesentlich dazu bei, die Marke, Dienstleistung, das Produkt oder Leistungsversprechen im richtigen Licht strahlen zu lassen. Ob Verpackung, Buch, Broschüre oder ein anderes Print-Erzeugnis: Papier vermag den Menschen auf Ebenen zu begeistern, die eine digitale Welt nicht erreichen kann.

Das *Fedrigoni*-Sortiment umfasst über 3.000 Sorten: Naturpapiere, durchgefärbte bunte Papieren, gussgestrichene Materialien und Chromosulfatkarton. Qualität, Innovation und Papiermacher-Kunst sind das Herzstück der *Fedrigoni*-Philosophie, denn in einer digitalen Welt bietet das taktile Papier-Erlebnis einen physischen ›Ankerpunkt‹.

> fedrigoni.de

IMPRESSED AUTOMATISIERTE DRUCKPRODUKTION FÜR KOMPLEXE AUFTRÄGE

MIS, Farbmanagement, Bogenmontage, PDF-Preflight, PDF-Freigabe, Weiterverarbeitung: Egal, ob Digitaldruck, Offsetdruck oder Large Format Printing – die Druckproduktion ist komplex. Das *Impressed*-Team zeigt nicht nur, welche Lösungen für die einzelnen Prozessschritte optimal sind, sondern auch, wie *Impressed Workflow Server (IWS)* diese Lösungen zu einer offenen, flexiblen Produktionsumgebung verbindet. Damit alles effizienter, sicherer und transparenter läuft.

Der *Impressed Workflow Server* macht das mit bestehenden und neuen Lösungen vom MIS bis in die Weiterverarbeitung. *IWS* ist damit das Cockpit und die Schaltzentrale der Druckproduktion – und liefert den vollen Überblick über den Stand der Dinge.

> impressed.de

EASYKAL KALKULATION, PRODUKTION UND FAKTURA IN EINEM SYSTEM

Easykal ist eine Komplettlösung für die Planung, Steuerung und Dokumentation von Fertigungs- und Betriebsprozessen. Das System bündelt zentrale Funktionen in einer Plattform und schafft Transparenz. Eine zeitstrahlbasierte Maschinendisposition ermöglicht die übersichtliche Darstellung von Auslastung, Kapazitäten und Abläufen in Echtzeit. Änderungen lassen sich flexibel abbilden und nachvollziehen.

Der integrierte WYSIWYG-Belegeditor erlaubt das Erstellen und Anpassen von Dokumenten ohne Programmierkenntnisse. Formulare und Belege können im System gestaltet und angepasst werden.

Easykal unterstützt Unternehmen dabei, Abläufe zu strukturieren, Fehlerquellen zu reduzieren und fundierte Entscheidungen auf Basis aktueller Daten zu treffen.

CONCEPTIK WIR VERBINDEN TECHNOLOGIEN MIT DESIGN

Viele Herausforderungen im Web-to-Print entstehen nicht bei der Gestaltung oder im Druck, sondern dazwischen. Unterschiedliche Systeme, variable Inhalte und fehlende Strukturen führen oft zu Abstimmungsaufwand im Produktionsalltag.

Conceptik entwickelt Template-Konzepte, die Gestaltung, Systemlogik und Produktion miteinander verbinden. Dabei entstehen Anwendungen, die Produkte, Varianten, Inhalte und Ausgabekanäle sinnvoll miteinander verbinden – von der Template-Konzeption bis zur Integration in bestehende Shop- und Produktionssysteme. Entscheidend sind klare Regeln und stabile Prozesse, die zuverlässig funktionieren. Gerade bei variablen Druckprodukten, individualisierten Anwendungen und komplexen Workflows zeigt sich, wie wichtig durchdachte Templates als technische und gestalterische Schnittstelle sind.

> conceptik.de

NoBoss®

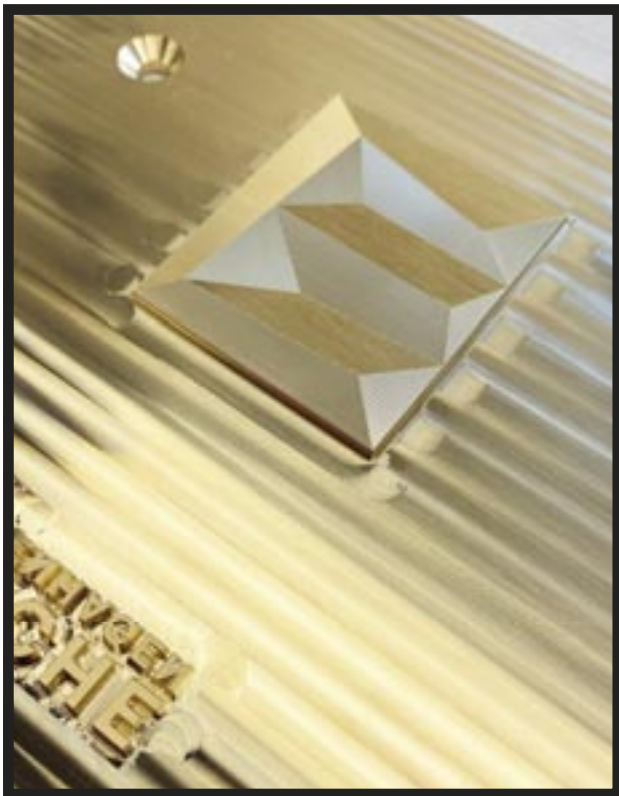
Der geprägte Look. Perfekt flach.

Innovation in der Veredelung

Bei Premium Marken und Verpackungen zählt jedes Detail. Es sind die Nuancen – Textur, Präzision und Finesse – die außergewöhnliche Produkte vom Gewöhnlichen unterscheiden.

NoBoss® ist eine geschützte Drucktechnik, die von **Dreyer Kliche**, einem der führenden Klischeehersteller Europas, entwickelt wurde. Speziell ausgelegt für High-End-Anwendungen, definiert NoBoss die Möglichkeiten der Heißtransferveredelung neu.

Im Gegensatz zum herkömmlichen Prägen, entsteht der NoBoss® Effekt direkt während des Prägetransferprozesses. Das Ergebnis ist eine ausgeprägte, prä-geähnliche visuelle Tiefe – ohne physisches Relief. Die Oberfläche bleibt völlig eben und wirkt dadurch elegant und edel.



Dies macht NoBoss® ideal für Designs und Materialien, bei denen herkömmliches Prägen unpraktisch oder unerwünscht ist oder die Leistung und Funktionalität beeinträchtigt.

Indem es die visuelle Wirkung steigert und gleichzeitig die Beschaffenheit der Oberfläche erhält, liefert NoBoss® einen greifbaren Mehrwert, steigert die Markenwahrnehmung und bietet eine anspruchsvolle Möglichkeit, sich in einem wettbewerbsintensiven Markt abzuheben.

**NoBoss® – hochwertiger Markenauftritt.
Absolut eben.**

Für Muster oder weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Dreyer Kliche +45 8888 6800

dreyer@kliche.nu – www.dreyer-kliche.nu

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



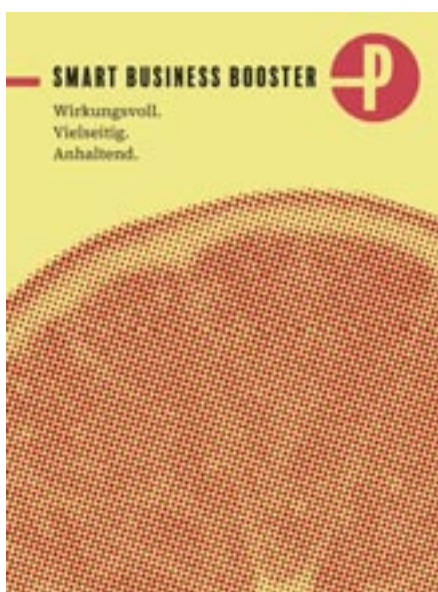
und wirken durch ihre physische Präsenz nachhaltiger als digitale Impulse. Besonders hervorzuheben ist die Umsetzung in Brailleschrift, die per Siebdruck aufgebracht wird. Dadurch werden Inhalte nicht nur sichtbar, sondern auch fühlbar und sind für Menschen mit Sehbeeinträchtigung unmittelbar zugänglich. 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.



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/

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.



VITAMIN



VITAMIN P DER BLUEPRINT FÜR DEN VERNETZTEN PRINT-WORKFLOW DER ZUKUNFT

Es gibt Veranstaltungen, die einfach stattfinden, und es gibt solche, die den Takt einer ganzen Branche vorgeben.

Die *Print Digital Convention*, kurz *PDC*, gehört eindeutig zur zweiten Kategorie. Wenn die *Messe Düsseldorf* am 16. und 17. Juni 2026 ihre Tore öffnet, trifft im Foyer der Halle 1 eine Industrie aufeinander, die zeigt, was in ihr steckt. Denn Print und die grafische Industrie haben eine Menge zu bieten: ausgereifte Technologie, durchdachte Software, leistungsstarke Maschinen und das, was kein digitaler Kanal ersetzen kann, nämlich die direkte, multisensorische Wirkung auf den Menschen.

Die eigentliche Aufgabe für unsere Branche ist nicht, auf Herausforderungen zu reagieren. Die eigentliche Aufgabe ist es, all diese Stärken so miteinander zu verknüpfen, dass am Ende nicht nur die produzierenden Betriebe wirtschaftlich erfolgreich arbeiten, sondern vor allem, dass Auftraggeber, Markenverantwortliche und Unternehmen mit Print erfolgreiche Kommunikation betreiben können. Und zwar just in time, mit einem Höchstmaß an Wirkung und dem unverwechselbaren Alleinstellungsmerkmal der Multisensorik. Genau das ist die Motivation hinter *Vitamin P*: nicht reagieren zu müssen, sondern die vielfältigen Stärken der grafischen Industrie aktiv in erfolgreiche Print-Lösungen zu übersetzen.

Vitamin P versteht sich dabei als Unternehmensgruppe, die Print stärkt und weiterentwickelt, und gleichzeitig als Innovations- und Vernetzungszentrum für alle, die Print professionell einsetzen

oder anbieten. Das richtet sich ausdrücklich nicht nur an Druckereien, Copyshops und Hausdruckereien, sondern genauso an Print Buyer in Marketingabteilungen, an Agenturen und an Markenverantwortliche, die wissen wollen, was Print heute wirklich kann.

Das Herzstück der PDC 2026 bildet der Gemeinschaftsstand *Vitamin P*. Keine Aneinanderreihung von Einzelpräsentationen, sondern ein Zusammenschluss von acht Unternehmen als ein voll integriertes Ökosystem, das den gesamten Prozess der Medienproduktion als eine einzige, fließende Bewegung begreift. Vom ersten Datenpunkt bis zum fertigen, veredelten Druckprodukt, das man in der Hand hält. Wer diese Workflows gesehen hat, versteht sofort, warum isolierte Einzellösungen heute keine Zukunft mehr haben.

Was diesen Ansatz so besonders macht, ist die nahtlose Vernetzung aller beteiligten Systeme. Mehrfacheingaben gehören der Vergangenheit an, weil Daten nur einmal erfasst und dann automatisch durch den gesamten Prozess weitergegeben werden. Das schafft nicht nur Effizienz, sondern auch Sicherheit und eine durchgängig hohe Qualität, von der Kalkulation bis zum fertigen Produkt. Was macht diese vernetzten Workflows konkret so anders?

Obility aus Koblenz übernimmt die kaufmännische Steuerung: automatisierte Preisfindung, interaktive Produktionsplanung, elektronische Auftragsverwaltung. Keine Zettelwirtschaft, keine Doppelerfassung.

Der *Impressed Workflow Server (IWS)* aus Hamburg sorgt dafür, dass jede eingehende Druckdatei technisch einwandfrei ist, bevor auch nur ein Druckpunkt gesetzt wird. Und *Fiery*, seit September 2024 Teil der *Seiko Epson Corporation*, steuert mit KI-basierter Jobanalyse die Farbkonsistenz und Produktionsgeschwindigkeit herstellerübergreifend.

Das klingt technisch, und das ist es auch. Aber es hat unmittelbare Auswirkungen auf das, was am Ende aus der Maschine kommt. *ITA Systeme* zeigt so mit der *Fujifilm Revoria Press EC2100S* mit Pink als fünfter Farbe, wie Leuchtkraft und Farbräume erreicht werden, die CMYK-Systeme schlicht nicht können.

Außerdem wird mit der *Kyocera TASKalfa Pro 15000c* gezeigt, wie sich Mailingproduktion mit konstant hoher Qualität auf industrielle Geschwindigkeit skalieren lässt.

Schließlich bringt *Konica Minolta* mit seiner Deutschland-Premiere der *AccurioPress C5080* ein Drucksystem mit, dass mit vollautomatischen Mediensensoren und dem branchenweit einzigartigen Druckqualitätsmodul *IQ-601* gemeinsam mit der *AccurioShine 3600* haptische Qualität mit wirtschaftlicher Effizienz zusammenbringt.

Was viele vergessen: Print entscheidet sich oft im letzten Schritt. Das Stuttgarter Kreativbüro *WirbelWild* zeigt mit seiner Software *ManyPrint Solutions*, wie vollständig individualisierte Druckdaten für Einzelexemplare in industrieller Geschwindigkeit erzeugt werden. Jedes Stück anders, kein Aufwand mehr als bei einer klassischen Auflage. Wer heute im Direktmarketing noch auf Massenmailings ohne Personalisierung setzt, verschenkt Wirkung. Das Schlagwort ist hierbei Programmatic Print.

Den Abschluss bilden *FKS* aus Barsbüttel und *dmsDigital* aus Dresden. Der *FKS Multifinisher DocuCutter DC-648* ist keine Weiterverarbeitungsmaschine im herkömmlichen Sinne, sondern das letzte intelligente Glied einer durchgängigen Produktionskette. Schneiden, Rillen, Perforieren, vollautomatisiert, gesteuert über XML-Datenströme direkt aus dem digitalen Workflow heraus. Kein Medienbruch, keine manuelle Übergabe.

UV-Lackschichten mit variablen haptischen Strukturen machen aus einem einfachen Druckbogen ein hocheffektives Marketingtool. Besonders beeindruckend ist, dass die Veredelung mit der *dmsDigital Sinajet DF-MT Plus* direkt aus der Datei und in Kleinstauflagen für Verpackungen, Mappen oder Etiketten umgesetzt werden kann. Es ist der haptische Schlusspunkt eines Workflows, der zeigt, dass Print im digitalen Zeitalter mehr denn je begeistern kann.

Genau das ist es, worum es auf der PDC 2026 geht. Nicht darum, die neueste Hardware zu bestaunen, sondern darum, zu verstehen, wie vernetzte Prozesse aus einem Betrieb mit Kostendruck einen Betrieb mit Wettbewerbsvorteil machen. Und wie Marken und Unternehmen Print als das nutzen können, was es ist: ein Kommunikationsmedium mit echter, messbarer Wirkung. Wandlungstärke, so das Leitmotiv der Veranstaltung, ist kein Schlagwort. Es ist die Fähigkeit, Technologie in ein profitables Geschäftsmodell zu übersetzen, und diese Fähigkeit kann man sich in Düsseldorf live anschauen.

Wer im Herbst fragt, warum der Wettbewerber plötzlich schneller, günstiger und fehlerfreier produziert, hat vielleicht im Juni die falsche Entscheidung getroffen.

> vitamin-p.team

Sichern Sie sich jetzt Ihr Ticket und erleben Sie den Workflow der Zukunft am 16. und 17. Juni 2026 in Düsseldorf. Alle Informationen und Tickets unter

> printdigitalconvention.de



RISO PRODUKTIONSDRUCK IM WANDEL: WARUM INKJET GEWINNT

Die Produktionsdruckbranche befindet sich in einem tiefgreifenden Wandel. Immer kürzere Reaktionszeiten, eine steigende Vielfalt und wechselnde Auftragsvolumina erfordern Technologien, die Geschwindigkeit, Stabilität und Wirtschaftlichkeit vereinen. Klassische Produktionsumgebungen stoßen dabei zunehmend an ihre Grenzen, insbesondere, wenn hohe Volumina schnell und zuverlässig verarbeitet werden müssen. In diesem Umfeld setzt sich High-Speed-Inkjet immer stärker durch, da es eine Kombination aus Effizienz, Flexibilität und niedrigen Betriebskosten bietet.

Warum High-Speed-Inkjet gewinnt

Moderne Inkjet-Systeme arbeiten ohne Hitze und benötigen weniger Verschleißteile. Dadurch gewährleisten sie planbare und stabile Prozesse, selbst bei intensiver Auslastung. RISO nutzt dafür die ForceJet-Technologie: Breite, parallel angeordnete Inline-Druckköpfe sorgen für einen kontinuierlichen Einzug und eine präzise Papierführung, die auch bei hohen Geschwindigkeiten stabile Ergebnisse liefert. Die schnelltrocknende Pigmenttinte ermöglicht kontinuierlichen Druck ohne Verzögerungen. Das verkürzt Produktionszeiten und beschleunigt nachgelagerte Verarbeitungsschritte.

Die RISO ComColor GL-Serie ist genau für diese Anforderungen konzipiert. Sie erreicht eine Geschwindigkeit von bis zu 165 Seiten pro Minute bei gleichbleibend hoher Qualität. Die Systeme sind dabei kompakt und lassen sich problemlos in bestehende Produktionslandschaften integrieren. Das ist ein entscheidender Faktor, wenn Platz oder Infrastruktur begrenzt sind. Mit einem Energieverbrauch von maximal 1.200 W bei Volllast und nur 0,5 W im

Ruhemodus arbeiten die Systeme besonders wirtschaftlich. Das hitzefreie Kaltdruckverfahren vermeidet Ozon- und Toneremissionen vollständig.

Die RISO ComColor GL-Serie verarbeitet unterschiedliche Grammaturen und Formate bis SRA3 – und das bei hoher Geschwindigkeit. Damit eignen sich die Systeme für ein breites Anwendungsspektrum, beispielsweise für den Transaktionsdruck, die personalisierte Kommunikation, Handbücher, Broschüren, Mailings oder interne Produktionsaufgaben. Ergänzende Module zum Heften, Falzen



Die RISO ComColor GL-Serie erreicht eine Geschwindigkeit von bis zu 165 Seiten pro Minute bei gleichbleibend hoher Qualität.

und Lochen ermöglichen durchgängige, automatisierte Workflows und entlasten somit Personalressourcen und Produktionszeiten. Das Ergebnis zeigt: High-Speed-Inkjet bietet genau die Eigenschaften, die moderne Produktionsumgebungen benötigen: Geschwindigkeit, Stabilität und niedrige Gesamtkosten. Mit der ComColor GL-Serie bietet RISO eine Technologie, die diese Vorteile konsequent vereint. Unternehmen erhalten damit eine robuste, energieeffiziente und wirtschaftliche Lösung, die sich flexibel an neue Aufgaben anpassen lässt und den Produktionsdruck nachhaltig beschleunigt.



WIRBELWILD TIME IS NOW: INDIVIDUALISIERTE PRINTKOMMUNIKATION

WirbelWild ist auf der PDC Teil des Gemeinschaftsstandes ›Vitamin P‹, der nahtlos ineinandergreifende und vernetzte Workflows erlebbar macht. Die Workflows decken die gesamte Prozesskette von der Idee bis zum fertigen Produkt ab.

WirbelWild vertritt im Team die Produktkonzeption und -entwicklung sowie die technische Umsetzung bis zur automatisierten Übergabe in die Produktion. Hervorzuheben sind individualisierbare und kanalübergreifende Produkte und Kampagnen, die mit der eigenen Layout-Automatisierungs-Software *ManyPrint Solutions* sowie der klugen Verwendung und Kombination von Daten und Schnittstellen realisiert werden.

Die flexible Software ermöglicht zugleich kreative und anspruchsvolle Konzepte, ohne Einschränkung auf ein bestimmtes Produkt, sowie die Vernetzung mit digitalen Kanälen. So entsteht effizient und bedarfsgerecht realisierbare und wirkungsvolle Kommunikation.

> wirbelwild.com

CANON

›THE FUTURE OF PRINT‹ MIT MODERNEN PRODUKTIONS- MÖGLICHKEITEN

Canon Deutschland zeigt auf der *Print & Digital Convention 2026*, wie Druckereien ihre Geschäftsmodelle nachhaltig stärken, neue Potenziale erschließen und die Zukunft des Drucks aktiv mitgestalten können. Unter dem Leitmotiv ›The Future of Print‹ stehen moderne Produktionsmöglichkeiten mit Inkjet- und Tonertechnologie, effiziente End-to-End-Automatisierung sowie zukunftsorientierte, nachhaltige Lösungen im Mittelpunkt. Mit einem breiten Portfolio aus Bogen- und Rollensystemen, Wide-Format-Lösungen und leistungsstarker Software unterstützt Canon Unternehmen dabei, flexibel, produktiv und wirtschaftlich zu arbeiten.

Am Canon-Stand erhalten Besucher Einblicke in aktuelle Markttrends, Anwendungsszenarien und optimierte Produktionsprozesse. Im Fokus stehen praxisnahe Beratungen, Workflow-Konzepte und softwaregestützte Tools, die zeigen, wie Druckereien Durchlaufzeiten verkürzen, Fehler reduzieren und ihre Effizienz nachhaltig steigern können. Canon zeigt, wie intelligente Prozessgestaltung und moderne Automatisierung die tägliche Produktion

verbessern – lösungsorientiert, skalierbar und exakt auf individuelle Anforderungen zugeschnitten.

Ein zentrales Thema bleibt die Leistungsfähigkeit der digitalen Produktionssysteme in ihren jeweiligen Einsatzbereichen. Canon verbindet jahrzehntelange Erfahrung mit einem breiten Portfolio, das die wichtigsten Marktsegmente abdeckt:

- Bogen-Toner für flexible Akzidenz-Produktionen.
- Bogen-Inkjet für produktive Farbausgaben auf unterschiedlichsten Medien.
- Rollen-Inkjet für hohe Volumen und datenintensive Anwendungen.
- Wide Format für großformatige grafische Anwendungen und für visuelle Kommunikation.

Alle Technologien sind in verschiedensten Produktionsumgebungen bewährt. Ob Toner oder Tinte – entscheidend ist die jeweilige Anwendung. Faktoren wie Volumen, Materialmix, Automatisierungsgrad und Wirtschaftlichkeit bestimmen die optimale Lösung. Canon begleitet Kunden mit großer Expertise und entwickelt passgenaue Systemarchitekturen.

Print behauptet sich auch in einer zunehmend digitalen Kommunikationswelt als hochwertiges und aufmerksamkeitsstarkes Medium, das Marken emotional erlebbar macht und digitale Kanäle wirkungsvoll ergänzt. Gleichzeitig eröffnen datenbasierte Prozesse neue Möglichkeiten für Automatisierung, personalisierte Anwendungen und Programmatic Print. Moderne Software- und KI-gestützte Lösungen unterstützen Druckereien bei Qualitätskontrolle, Prozessoptimierung und der Entwicklung neuer Services – ergänzt durch praxisorientierte Beratung und individuell abgestimmte Canon Lösungen.

Ein weiterer Schwerpunkt ist Nachhaltigkeit: Kunden erwarten heute Transparenz zu Materialien, Energieverbrauch und Recyclingprozessen. Canon zeigt, wie Ressourcen geschont, Kreislaufwirtschaft gefördert und aktuelle Umweltstandards konsequent umgesetzt werden können.

Zudem wird deutlich, dass Transformation nur partnerschaftlich gelingt. Druckbetriebe suchen Hersteller, die Know-how teilen und sie beim Ausbau neuer Geschäftsmodelle unterstützen. Canon setzt deshalb gezielt auf Beratung, Trainingsprogramme und eine enge, langfristige Zusammenarbeit.

Canon freut sich auf Ihren Besuch und einen inspirierenden Austausch über ›The Future of Print‹!

> canon.de/futureofprint



FULFILLMENT MAIL + MARKETING DIE ZUKUNFT DER KUNDEN- KOMMUNIKATION: WIE PRINT UND WEB INTELLIGENT VERSCHMELZEN

Die Kommunikation mit Kunden befindet sich im Wandel. Standardisierte Botschaften verlieren zunehmend an Wirkung – gefragt sind Relevanz, Timing und Individualität.

Genau hier setzt die moderne Verknüpfung von Print und Web an. Die *Fulfillment Mail + Marketing GmbH* entwickelt entsprechende Lösungen, die klassische Printkommunikation in datengetriebene, hochwirksame Dialoginstrumente transformieren.

Im Mittelpunkt steht die Hyperpersonalisierung: Auf Basis intelligenter Datenbankverknüpfungen entstehen Mailings, die exakt auf den einzelnen Empfänger zugeschnitten sind – inhaltlich, visuell und zeitlich. Dabei geht es längst nicht mehr nur um die persönliche Anrede, sondern um vollständig individualisierte Inhalte entlang der

gesamten Customer Journey. In Kombination mit digitalen Elementen wie personalisierten URLs, QR-Codes oder individuellen Landingpages entsteht eine nahtlose Verbindung zwischen physischer und digitaler Welt.

Zentraler Baustein Programmatic Print

Ein zentraler Baustein ist dabei Programmatic Printing. Printkampagnen werden heute auflagenunabhängig, automatisiert und eventbasiert gesteuert. Ob Kauf, Warenkorbabbruch oder Kundenreaktivierung – der Versand erfolgt genau dann, wenn die Relevanz am höchsten ist. Diese Form der 1:1-Kommunikation sorgt für deutlich bessere Responsequoten und stärkt die Kundenbindung nachhaltig.

Neben klassischen Mailingkampagnen gewinnt auch der Bereich Fulfillment zunehmend an Bedeutung.

Paketbeilagen entwickeln sich vom einfachen Zusatzprodukt hin zu einem strategischen Marketinginstrument. Durch datenbasierte Steuerung können Beilagen gezielt ausgewählt und auf den jeweiligen Empfänger abgestimmt werden.

Egal ob Mailing oder Fulfillment-Beilage – jede physische Sendung wird so zu einem

personalisierten Touchpoint mit messbarem Mehrwert.

Hyperpersonalisierung ist Bestandteil erfolgreichen Marketings

Ein Blick auf internationale Märkte zeigt, dass diese Form der Kommunikation längst etabliert ist. Die *Fulfillment Mail + Marketing GmbH* setzt bereits heute für US-Kunden in Deutschland und Europa hochpersonalisierte Kampagnen um.

In den USA ist Hyperpersonalisierung in Verbindung mit Programmatic Printing seit Jahren fester Bestandteil erfolgreicher Marketingstrategien. Dieses Know-how überträgt die *Fulfillment Mail + Marketing GmbH* gezielt auf europäische Anforderungen und schafft so Lösungen, die Innovation und Praxiserfahrung vereinen.

Die Basis für diese Leistungsfähigkeit bilden stabile und zertifizierte Prozesse. Mit den Standards *ISO 9001*, *ISO 27001* und *ISO 14001* stellt die *Fulfillment Mail + Marketing GmbH* höchste Anforderungen an Qualität, Informationssicherheit und Umweltmanagement sicher. Ergänzt durch den Einsatz *FSC*-zertifizierter Materialien entsteht eine nachhaltige, verantwortungsvolle Produktion – ein entscheidender Faktor für moderne Markenkommunikation.





Als Mailingspezialist weiß *Fulfillment Mail + Marketing GmbH*: Märkte verändern sich permanent. Für Unternehmen heißt das heute, neue Kunden zu gewinnen und daneben Bestandskunden optimal zu halten. Ob Mailingservice, Selfmailer, Laserdruck, Personalisierung oder Programmativ Print: Von den professionellen Leistungen der *Fulfillment Mail + Marketing GmbH* als Druckerei und Lettershop profitieren alle Kunden gleichermaßen.

Datengetriebene Kommunikationslösungen

Die Zukunft gehört integrierten, datengetriebenen Kommunikationslösungen. Print ist dabei kein Gegenspieler digitaler Kanäle, sondern deren ideale Ergänzung. Richtig eingesetzt, verbindet er Aufmerksamkeit mit Interaktion – personalisiert, automatisiert und hochrelevant.

Unternehmen, die diese Potenziale nutzen, schaffen nicht nur effizientere Kampagnen,

sondern echte Kundenerlebnisse – kanalübergreifend, messbar und wirkungsvoll.

> mail-marketing-service.de



OTTO SCHNAUDT GMBH BRIEFHÜLLEN UND VERSANDTASCHEN – MIT UND OHNE DRUCK

Die *Otto Schnaudt GmbH & Co. KG* ist Spezialist für Briefhüllen und Versandtaschen. Auf 17 Spezial-Druckmaschinen (Offset- und Digitaldruck) produziert das Unternehmen im Fertighüllendruck ein- bis vierfarbige Briefumschläge und Versandtaschen sowie Sonderanfertigungen im Bogenoffset- und Flexodruck. Kleine, mittlere und große Auflagen werden kostengünstig produziert – die Kapazität liegt bei 1.500.000 Hüllen je Schicht. Kunden sind Druckereien, Lettershops und Konfektionierer. Ein Hochregallager mit rund 3.000 Stellplätzen gewährleistet die reibungslose Versorgung. Der Spezialist bietet auch Vollpappaschen, Papprückwandtaschen, Faltentaschen und Luftpolstertaschen im Inkjet-Druck an, da diese aufgrund ihrer Materialstärke im Offsetdruck nicht bedruckbar sind.

HOTSUSHI STRATEGIE, DESIGN, CONTENT SOWIE TECHNOLOGIE

Viele Marken sind heute sichtbar – aber nur wenige wirklich relevant. Hier setzt die Agentur *HOTSUSHI Brand GmbH & Co. KG* an. Denn entscheidend ist nicht, wo Kommunikation stattfindet, sondern wie konsistent Marken entlang der Customer Journey geführt werden. Dafür verbindet die Agentur Strategie, Design, Content und Technologie – von der Kampagne bis hin zu Websites, Plattformen und Shops. Im Mittelpunkt steht ein integrierter Ansatz: Inhalte, Kanäle und Touchpoints werden aufeinander abgestimmt. Print ist dabei wirkungsvoller Bestandteil eines vernetzten Markensystems. *HOTSUSHI* zeigt auf der *PDC*, wie sich Marken klar positionieren, Kanäle sinnvoll verbinden und sich bessere Ergebnisse erzielen lassen. Als Mitgründer der Initiative *We.Love.Print* engagiert sich *HOTSUSHI* zudem für die Weiterentwicklung der Druck- und Medienbranche.

> hot-sushi.com

HOTSUSHI
 design macht marken

MESSE DESIGN **BRAND.** POS

LINKEDIN **SOCIAL.** INSTAGRAM

WORDPRESS SHOPWARE
 SHOPIFY **INTERACT.** TYPO3

www.hot-sushi.com

MEHRING RUNDUM WEITER- VERARBEITUNG

Seit 1981 ist Anspruch der *Mehring GmbH*, ihren Kunden rundum alles im Bereich der Druckweiterverarbeitung anzubieten.

»Unser Schwerpunkt liegt auf technischem Know-how, persönlichem Service und jahrelanger Erfahrung. Neben Wartung und Reparatur bieten wir auch telefonischen Support, der oft Anfahrten erspart. Wichtig ist uns der direkte Kontakt: Deshalb sind wir seit Jahren auf zentralen Messen wie PDC und der *drupa* vertreten und veranstalten regelmäßig unsere Hausmesse. Neben unserem Stammsitz nahe dem Kölner Flughafen bietet unser Showroom in Göttingen Kunden aus Nord- und Ostdeutschland einen nahen persönlichen Kontakt.

Unsere Highlights auf der PDC

Die neue *Skandacor Finishpro 3D* ist ein Premium-Einsteigermodell für digitale UV-Spotlack-Veredelung. Sie erzeugt feine Texturen ebenso wie markante 3D-Effekte mit bis zu 500 µ Lackauftrag. Verarbeitet werden gestrichene Papiere, Karton, kaschierte Materialien und feste Bedruckstoffe bis 700 g/m² im Format von 210 × 297 bis 420 × 600 mm. Materialien bis 30 mm Dicke können manuell zugeführt werden. Bei 40 µ Lackdicke erreicht die Maschine im Format 305 × 457 mm rund 90 Blatt pro



Stunde. Ein besonderer Effekt entsteht durch anschließendes Sleeking mit *Easymetal*-Metallfolie auf dem 3D-Druck.

Die *Morgana SC7800 Pro-RS XL* ist eine vollautomatische, digital gesteuerte Rill- und Schneidemaschine für Verpackungen und Druckprodukte im POS-Bereich. Sie verarbeitet Drucke bis 53 × 74 cm und eignet sich besonders für variable oder gemischte Aufträge. Der digitale Dreifach-Werkzeugkopf mit Schleppmesser sowie aktiven tangentialen Rillrädern oben und unten sorgt für präzise Schneid- und Rillergebnisse. Saugluft-Anleger, Zentrierfunktion, SmartMark-Erkennung und QR-Code-Workflow ermöglichen eine weitgehend unbeaufsichtigte Verarbeitung gemischter Stapel, *Color-Cut*-Software inklusive.

Die *Morgana DigiFold Pro XL* verarbeitet mit neuem Stapelanleger bis zu 6.000 A4-Bögen/h, mit höchster Genauigkeit. Formate von 93 × 210 bis 385 × 1.300 mm sind möglich. Damit ergänzt sie moderne Digital- und Offsetdrucksysteme mit mittlerem bis hohem Durchsatz. Die Langbogenkapazität eröffnet Anwendungen wie Umschläge für Querformat-Broschüren, Buchumschläge für übergroße Klebebindungen und mehrseitige Broschüren. Möglich sind vollständige Querperforationen, bis zu fünf Inline-Perforations- oder Rillräder sowie bis zu 30 Rillungen pro Blatt.

> druckweiterverarbeitung.de

mehring

OVOL DEUTSCHLAND PAPER, AND BEYOND

Die *OVOL Deutschland Gruppe* ist europaweit einer der führenden 360°-Dienstleister für Papier, Verpackung, Großformatdruck und Logistik.

Die Gruppe besteht aus den Gesellschaften *OVOL Papier Deutschland GmbH*, *OVOL Com-Plott GmbH* und *OVOL Packaging GmbH*, bietet maßgeschneiderte Lösungen für die gesamte Print-Wertschöpfungskette an und bedient globale Player genauso wie den Mittelstand, Design-Agenturen und familiengeführte Druckereien. Gemeinsam mit ihnen gestaltet *OVOL* die Zukunft von Print. Das Portfolio reicht von grafischen Papie-

ren, Karton und Digitaldruckmedien über Werbetechnik und Large-Format-Lösungen bis hin zu individuellen Verpackungskonzepten. Dabei steht nicht allein das Produkt im Mittelpunkt, sondern die passende Lösung für Anwendung, Prozess und Zielgruppe.

> ovol.de

KONICA MINOLTA

FEEL THE POTENTIAL

Druck-Erzeugnisse informieren Konsumenten und erwecken Aufmerksamkeit. Sie navigieren, begeistern, transportieren Emotionen und sind schlussendlich ein wesentliches Medium zur Unterstützung einer Kaufentscheidung.



Um das zu erreichen, hat der Digitaldruck zahlreiche Technologien für die Produktion im Drucksaal zu bieten. Diese Technologien intelligent inszeniert, sorgen für Höchstleistungen und maximalen Mehrwert im gesamten Multichannel-Publishing-Prozess. Das Zusammenwirken von Toner- oder Inkjet-basierten Drucksystemen mit haptisch begeisternder Veredelung, den Möglichkeiten inline angebundener Verarbeitung und dem kreativen Einsatz von Bedruckstoffen steigert den Kommunikationserfolg für Industrie, Agenturen und Verlage. Damit kommen Druckprodukte nicht nur im Kopf an, sondern lösen auch multisensorische Aktivitäten beim Betrachter aus! *Konica Minolta* steht für digitalen Produktionsdruck. Als einer der führenden Anbieter in den Bereichen Bogen- und Etikettendruck, Inkjet sowie Veredelung unterstützt das Unternehmen Kunden dabei, die Wirkung von Print in profitable Geschäftsmöglichkeiten zu übersetzen und Druckaufträge effizient zu verarbeiten.

Deutschlandpremiere auf der PDC

Im Rahmen der PDC 2026 erleben Besucher dazu eine Deutschlandpremiere: Mit der *AccurioPress C5080* lassen sich unterschied-

lichste Druckaufträge auf nur einem System wirtschaftlich produzieren. Ob professionelle Inline-Weiterverarbeitung, automatisierte Qualitätsanpassungen in Echtzeit oder konstant hohe Druckqualität: Das System schafft die Voraussetzungen, um Abläufe zu vereinfachen, Rüstzeiten zu reduzieren und das Leistungsangebot von Druckereien gezielt auszubauen.

Dank der hohen Flexibilität bei Medien von 62 bis 360 g/m² eignet sich die *AccurioPress C5080* für ein breites Anwendungsspektrum von alltäglichen Produktionen bis hin zu anspruchsvolleren Druckprodukten. Die unterstützten Formate reichen von 330,2 x 487,7 mm und mit Zubehör bis hin zu 330,2 x 1.300 mm (max. simplex), bei einer maximalen Länge von 330,2 x 900 mm im Duplexdruck. Die Geschwindigkeit von bis zu 81 Seiten/Min. unterstützt eine produktive, stabile und wirtschaftliche Fertigung auch bei größeren Volumina.

Auf der PDC zeigt *Konica Minolta* das System im Zusammenspiel mit der Inline-Beschneiteinheit *TU-510e*. Diese Einheit schneidet, rillt und perforiert, um randlos beschnittene Buchumschläge, Auflagenkarten, Visitenkarten, Coupons und vieles mehr zu produzieren.

Veredelung verleiht jedem Druck-Erzeugnis das besondere Etwas. Mit der *AccurioShine 3600* erleben Besucher ein kompaktes Veredelungssystem, das UV-Spotlackierung und digitale Metallisierung ermöglicht – vom Prototyping bis zur Produktion.

Software-seitig werden die Systeme von *AccurioPro Flux* unterstützt, einer Software-suite zur Optimierung der Druckproduktion und des Workflows. Sie liefert eine zentralisierte Jobverwaltung sowie automatisierte Workflow-Verarbeitung, ein fortschrittliches Farbmanagement und integriert verschiedene Drucktechnologien nahtlos miteinander.

Brillanter Druck hat die Kraft, Menschen zu bewegen. Drucklösungen von *Konica Minolta* erlauben es, dieses Potenzial zu fühlen. Zu fühlen, wie neue Geschäftsmöglichkeiten entstehen, wie Kreativität Gestalt annimmt und wie zukunftssicheres Business wächst: Feel the Potential!

> konicaminolta.de/professional-printing



KONICA MINOLTA

OBILITY EINE PLATTFORM FÜR DIE ZUKUNFTSSICHERUNG – NICHT NUR EIN ERP

Im deutschsprachigen Markt der Druckindustrie baut die *Obility GmbH* ihre Position mit der gleichnamigen E-Business-Print-Plattform seit vielen Jahren in vielen Segmenten der Branche kontinuierlich aus. Die Kunden eint vor allem ein gemeinsamer Nenner: Sie denken allesamt prozessorientiert.

»In den Gesprächen unserer Experten mit potenziellen Neukunden kommt meist zuerst die Frage auf, wie sich *Obility* von klassischen ERP-Systemen unterscheidet. Die einfachste und verständlichste Antwort ist: Bei unserer E-Business-Print-Lösung handelt es sich um

eine modular aufgebaute, web- und cloudbasierte Plattform, mit der wir die individuellen Arbeitsabläufe von Druckunternehmen flexibel und ganzheitlich abbilden können – auch



über verschiedene Geschäftsbereiche hinweg«, erklärt FRANK SIEGEL, Mitglied der Geschäftsleitung der *Obility GmbH*.

Praktisch ohne Limits

Kunden des Koblenzer Software-Hauses unterliegen praktisch keinen Limitationen, wenn sie ihre aktuellen Prozesse hinterfragen und sich mit der *Obility*-Plattform zukunftssicher neu aufstellen.

Und das gilt nicht nur für Standard-Druck-Erzeugnisse. Vielmehr nutzen gerade auch Hersteller komplexerer Produkte wie etwa Mailings die Plattform von *Obility* für die digitale Transformation ihrer Geschäftsabläufe. Auch mehr und mehr Etikettenhersteller steigen auf *Obility* um. Damit dringt das Unterneh-

men immer weiter in den Verpackungsmarkt vor.

Enabler wirkungsvoller Lösungen

Ein weiteres Beispiel sind Druckdienstleister, die Werbemittel und -technik produzieren oder mit ihnen handeln. Bei ihnen fließen Daten, digitale Kanäle, Fulfillment und automatisierte Arbeitsabläufe zu wirkungsvollen Kommunikationslösungen zusammen.

In *Obility* können sie ihre zugrundeliegenden Geschäftsmodelle flexibel abbilden, standardisieren und optimieren – ohne in vorgegebene Prozesse gezwungen zu werden.

»Unsere Kunden realisieren mit unserer zukunftsorientierten Plattform zeitgemäße Aufgaben, die weit über die klassische Druckproduktion hinausgehen«, erläutert FRANK SIEGEL. »Auch damit hebt sich *Obility* von anderen Ansätzen für die Digitalisierung und Automatisierung von Geschäftsprozessen in der Druckindustrie ab.«

Die Prozessoptimierung mit Obility macht Print wirtschaftlicher – sowohl für Druckdienstleister als auch für ihre Kunden. Und Obility ist auf praktisch allen Endgeräten nutzbar – vom Handy bis zur Workstation.



Schrittweise Vorgehensweise

Obility-Kunden gehen die digitale Transformation ihrer Geschäftsprozesse schrittweise an. Egal, ob sie mit der Kalkulation, dem Beleg- oder Lagerwesen oder einem anderen Teilbereich der bisher losgelösten Aufgaben im administrativen Sektor starten – im ersten Schritt denken sie diese Prozesse neu und definieren, wie sie später in einem Netzwerk funktionieren sollen. Dabei nehmen sie ihre Teams mit und beziehen diese in die Vorbereitungsarbeiten ein.

»Für die Mitarbeitenden wird der Umstieg auf die neuen Arbeitsabläufe damit erheblich leichter. Und sie können auf Anhieb effizient mit ihnen arbeiten«, formuliert SIEGEL den Nutzen.

Rentabilität auch bei kleinen Aufträgen

In allen digitalisierten Bereichen werden die signifikanten Zeit- und Effizienzgewinne schnell erkennbar. Routineaufgaben sind automatisiert, manuelle Eingriffe minimiert. *Obility* stößt die vernetzten Arbeitsprozesse

automatisch an, wobei diese so transparent sind wie nie zuvor. Gleichzeitig verfügen alle Mitarbeitenden über eine gemeinsame Datenbasis, was die Kommunikation enorm vereinfacht. Niemand muss mehr durch den Betrieb laufen, weil er Informationen aus anderen Abteilungen benötigt.

Und noch ein ganz wesentlicher Aspekt: Dank offener Schnittstellen bietet *Obility* die umfassende Flexibilität, Software-Lösungen anderer Anbieter in die Digitalisierungsprojekte einzubinden.

Wegfall von Fehlerquellen

Niedrigere Kosten, kürzere Auftragsdurchlaufzeiten, der Wegfall von Fehlerquellen und dies verbunden mit besseren Kunden-Services – *Obility*-Kunden setzen mit der zukunftsorientierten Neuausrichtung ihrer Unternehmen Erfolgsspiralen in Gang, die es ihnen erlauben, mehr Aufträge mit weniger Aufwand zu produzieren.

Denn die E-Business Lösungen von *Obility* sind ein riesiger Schritt, die Chancen der Digitalisierung in der Praxis einzusetzen, um mit

diesem Zusatznutzen mehr Umsatz zu generieren und gleichzeitig die internen Kosten senken zu können: durch automatische Prozessketten und durch eine vernetzte Kommunikation.

Wettbewerbsfähig bleiben

»Druckunternehmen, die ihre die Transformation nicht oder zu spät angehen, laufen Gefahr, vom Markt abgehängt zu werden. Sie verlieren die Fähigkeit, Aufträge rentabel abzuwickeln und damit ihre Produkte gegen Mitbewerber am Markt zu wettbewerbsfähigen Preisen anzubieten. Unsere Kunden haben das rechtzeitig erkannt und gehandelt«, schließt FRANK SIEGEL.

> obility.de



The advertisement is split into two vertical panels. The left panel shows a hazy, golden landscape of rolling hills in Tuscany, with the word 'Toscana' in large white serif font at the top. The right panel shows a vibrant green vineyard in the foreground with a mountain range in the background under a blue sky, with the word 'Graubünden' in large white serif font at the top. At the bottom of both panels, the text 'Edle Weine der Brüder Davaz.' is written in large white serif font. Below this, the website addresses 'www.poggioalsole.com' and 'www.davaz-wein.ch' are listed in white sans-serif font.

FMP-ONLINE-SEMINARE

KI SPEED-DATING

KI ist vom Mega-Hype zur Realität im Alltag geworden. Trotzdem ist das Wissen um die Einsatzmöglichkeiten oberflächlich. *ChatGPT* kennt scheinbar jeder, darüber hinaus arbeiten aber nur wenige Unternehmen mit anderen Tools für die vielfältigsten Einsatzbereiche.

In der Praxis zeigt sich ein klares Muster: Viele Unternehmen verharren bei KI-Anwendungen auf einem oberflächlichen Niveau und schöpfen das tatsächliche Potenzial nicht aus. Zwischen ersten Experimenten und echter Integration in Geschäftsprozesse klafft eine erhebliche Lücke.

Mit neun Speed-Dating-Online-Seminaren will der *FMP* aufklären, informieren und dafür sorgen, dass KI-Tools besser funktionieren. Der *FMP*-Trend-Scout HARRY STEIERT vermittelt seine praktische Erfahrung und KI-Expertise und ist in der Lage, die Assets von KI-Anwendungen für jedermann verständlich zu vermitteln. Er übersetzt technologische Entwicklungen in konkrete Anwendungsfälle, die unmittelbar eingesetzt werden können – von Effizienzsteigerungen über Automatisierung bis hin zur Unterstützung bestehender Geschäftsmodelle. Dabei geht es nicht nur um Tools, sondern um ein grundlegendes Verständnis dafür, wie KI sinnvoll eingesetzt wird, wo ihre Grenzen liegen und welche strategischen Entscheidungen daraus folgen.

Die Teilnehmer erhalten in den einstündigen Online-Seminaren einen strukturierten Überblick über relevante Anwendungen, lernen Prioritäten zu setzen und entwickeln ein Gefühl dafür, welche Lösungen für ihre individuelle Situation sinnvoll sind. Der Ansatz ist pragmatisch: schnelle Orientierung, klare Einordnung und direkt umsetzbare Impulse.



Ziel ist nicht, Experten auszubilden, sondern Entscheidern die notwendige Sicherheit zu geben, fundierte Schritte der KI-Nutzung zu gehen.

Die Themen der neun Seminare

1. Was ist KI und wie muss man KI-Systeme im beruflichen Einsatz unterscheiden?
2. Prompting-Regeln – bessere Ergebnisse in fünf Minuten statt Trial & Error.
3. Visuals in wenigen Minuten – KI-Bilder für Pitches, Ads und Moodboards.
4. Storyboards und Narrative visualisieren – Videos mit KI.
5. Individuelle Musik mit KI – schnell, zielgerichtet und rechtlich sauber.
6. 3D mit KI – was wirklich funktioniert und was (noch) nicht.
7. E-Mails mit KI automatisieren.
8. Vom Briefing zur Präsentation – KI als Sparringspartner.
9. KI ist kein Vorteil mehr. Was tun, wenn alle die gleichen Tools nutzen?

Web-Seminare für Strategen und Macher

Die einstündigen Web-Seminare beginnen am 25. Juni 2026 und laufen bis Februar 2027.

Die Web-Seminare können einzeln oder im gesamten Block gebucht werden.

Kosten für *FMP*-Mitglieder: 59,00 €/Web-Seminar, 425,00 € bei der Buchung aller neun Web-Seminare.

Für alle anderen: 79,00 €/Web-Seminar, 565,00 € bei der Buchung aller neun Web-Seminare.

Informationen und Anmeldung:

<https://www.f-m-p.de/campus/seminare/516>



DIE DRUCKERSPRACHE

DAS IDEALE GESCHENK FÜR JÜNGER UND ÄLTERE
DER SCHWARZEN KUNST






Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache wie Aushängebogen, Ausschlachten, Blockade, Cicero, Hochzeit, Jungfrau, Schimmelbogen, Schnellschuss, Schweizerdegen, Speck, Spieß und Zwiebelfisch umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carlfritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm.

Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.





Termine	Veranstaltung	Ort	Internet-Adresse
2026			
15. 09. – 17. 09. 2026	Textile Printing & Sustainability Conference	Mönchengladbach	 > tps-conference.com
17. 09. – 18. 09. 2026	ZLV Verpackungssymposium	Kempten	 > zlv.de
04. 10. – 06. 10. 2026	WAN IFRA World Printers Summit 2026	Rotterdam	 > wan-ifra.org
06. 10. – 07. 10. 2026	SHIFT 2026	Heidelberg	 > shift.heidelberg.com
07. 10. – 11. 10. 2026	Frankfurter Buchmesse	Frankfurt	 > buchmesse.de
28. 10. – 29. 10. 2026	Fogra: Symposium UV-Druck	München	 > fogra.org
29. 10. – 30. 10. 2026	Creative Paper Conference	München	 > creative-paper.de
13. 11. 2026	Vertriebskongress	Düsseldorf	 > vdmnw.de
24. 11. – 25. 11. 2026	Industrial Print Integration Conference	Neuss	 > ipi-conference.com
03. 12. – 04. 12. 2026	dvi: 36. Dresdner Verpackungstagung	Dresden	 > verpackung.org
2027			
22. 02. – 25. 02. 2027	Hunkeler Innovationdays	Luzern	 > innovationdays.com
18. 03. – 21. 03. 2027	Leipziger Buchmesse	Leipzig	 > leipziger-buchmesse.de
13. 04. – 14. 04. 2027	Online Print Summit	München	 > online-print-summit.com
25. 05. – 28. 05. 2027	Print4All	Mailand	 > print4all.it
15. 06. – 17. 06. 2027	SPI Screen Print Innovations	Essen	 > spi-europe.com
16. 11. – 18. 11. 2027	Inkjet Print Innovations Expo	Essen	 > ipi-x.com
2028			
23. 02. – 24. 02. 2028	Fogra Color Management Symposium	München	 > fogra.org
09. 05. – 17. 05. 2028	drupa	Düsseldorf	 > drupa.de

DRUCKEREIBEDARF

TECHKON
Erfolg ist messbar
www.techkon.com

Zwölf der bekanntesten Begriffe der Druckersprache umfasst dieser Zyklus mit Zeichnungen von Carl Fritz Nicolay und passenden, zeitgemäßen Texten. Jedes Blatt im Format 30 cm x 42 cm. Einzel zu beziehen für 15,00 € je Blatt oder 12 Blätter im Set für 150,00 € plus Versandkosten.

Druckmarkt-Shop
www.druckmarkt.com

ALLES
für den wasserlosen Offsetdruck
TCL-Solutions

Empfehlungsanzeigen auch für das schmale Budget:

In jeder gedruckten Druckmarkt-Ausgabe und im Internet im PDF-Magazin ›Druckmarkt impressions‹.

Telefon 0 26 71 - 38 36
E-Mail:
nico@druckmarkt.com

DESIGN & TYPOGRAFIE

Wir schlagen den Bogen
DESIGN, VERLAG, DIENSTLEISTUNGEN
www.arcusdesigns.de

→ XYZ.CH gestaltet alles, was es für ein visuelles Erscheinungsbild braucht. Ob Inserate, Werbung, Logos oder Webseiten – am Anfang steht bei uns die Idee.

wir freuen uns über Ihren Besuch:
www.xyz.ch

WEITERVERARBEITUNG

binderhaus
Thermotype-Stanziegel
• Heißfolie
• Blindprägen
• Stanzen
• Repetierbetrieb
• 5.500 Takte/h
• Touchdisplay
binderhaus GmbH & Co. KG
Tel. 0711/3564545
www.binderhaus.com

DRUCKMARKT impressions
Neues «aus den Kantonen» gibt's auch im Internet.
www.druckmarkt-schweiz.ch

IMPRESSUM ›Druckmarkt‹ ist eine unabhängige Fachzeitschrift für die Druck- und Medienindustrie und erscheint im 30. Jahrgang sechs mal jährlich. Daneben erscheinen weitere Publikationen wie ›Druckmarkt impressions‹ als PDF-Magazin in loser Reihenfolge. Alle Angaben in den Heften sind nach öffentlich zugänglichen Informationen sorgfältig aufbereitet und recherchiert. Für die Vollständigkeit oder Richtigkeit übernimmt die Redaktion keine Gewähr. Namentlich gekennzeichnete Beiträge stellen nicht in jedem Fall die Meinung

der Redaktion dar. Der Verfasser von Beiträgen ist für die inhaltliche Richtigkeit, rechtliche Korrektheit sowie für die Beachtung der Rechte Dritter verantwortlich. Er entbindet ›Druckmarkt‹ von sämtlichen Ansprüchen Dritter, die aufgrund seiner Beiträge geltend gemacht werden.

© by Druckmarkt 2026

Die Schwesterzeitschrift ›Druckmarkt Schweiz‹ erscheint im DVZ Druckmarkt Verlag Zürich GmbH. www.druckmarkt.ch

Druckmarkt-Jahres-Abo:

6 Ausgaben pro Jahr: 60,00 € (Inland) und 76,00 € (Ausland) inkl. Porto und Versandkosten.

Heft-Einzelverkauf:

12,00 Euro plus Versandkosten.

Verlag:

›Druckmarkt‹ ist eine Publikation der arcus design & verlag oHG, Ahornweg 20, D-56814 Fankel/Mosel. Geschäftsführer: Petra und Klaus-Peter Nicolay.

Redaktion:

Dipl.-Ing. Klaus-Peter Nicolay (Chefredakteur)
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36
Ahornweg 20,
D-56814 Fankel/Mosel

Anzeigen:

Klaus-Peter Nicolay
nico@druckmarkt.com
Telefon: +49 (0) 26 71 - 38 36

Internet:

www.druckmarkt.com

Druckmarkt ist Mitglied der EDP European Digital Press Association
www.edp-net.org

Druckmarkt ist Partner von DOXNET – The Document X-perts Network e. V. www.doxnet.eu

Druckmarkt ist Partner des FMP Fachverband Medienproduktion e. V.
www.fmp.de

Druckmarkt ist offizielles Organ von PRINT digital!, einer Initiative des FMP. www.print-digital.biz



Klaus-Peter Nicolay ist seit 55 Jahren in der Druckindustrie unterwegs, in der so traumhafte Produkte wie Magazine, Zeitungen, Broschüren, Bücher und allerlei mehr haptisches hergestellt werden. Der Diplom-Ingenieur berichtet als Journalist seit 1980 über deren Herstellung und die eingesetzten Techniken.

2020 wurde er wegen eines Krebsleidens im Gesicht operiert und kann seither nur mühsam sprechen, nicht mehr essen und nicht mehr trinken. In seinem Buch beschreibt er, wie er die fünf Jahre seit seiner Operation erlebt hat, wie er mit den Folgen umgeht, wie komplex so vermeintlich banale Körperfunktionen wie das Schlucken sind und was der Verlust an Lebensqualität bedeutet.

Dabei mahnt er zugleich, das vermeintlich Normale als Geschenk zu betrachten und zu genießen, denn nichts ist selbstverständlich.



**Das akademische Kreuz
Vom Verlust liebgewonnener Laster**

Von Klaus-Peter Nicolay

13 x 19 cm
190 Seiten, mit 20 KI-generierten Bildern
klebegebunden, Softcover
12,80 € (plus Versandkosten)

Am 24. Oktober 2025 erschienen bei
arcus design & verlag oHG

Zu bestellen unter
www.arcusverlag.de

NICHT BEI AMAZON ERHÄLTlich!

ISBN 978-3-00-083683-1