

Besucherrekord mit über 1.700 Besuchern

Erfolgreiche Print Digital Convention

Mit über 1.700 Fachbesuchenden hat die Print Digital Convention (PDC) 2026 einen neuen Besucherrekord erzielt und ihre Rolle als wichtiger Treffpunkt der Printing-, Brand- und Packaging-Community zwischen den drupa-Zyklen eindrucksvoll unterstrichen. Die Veranstaltung brachte unterschiedliche Perspektiven aus Marke, Technologie, Kommunikation und Produktion zusammen und machte aktuelle Entwicklungen der Branche auf lebendige und praxisnahe Weise erfahrbar.

Der Besucherrekord unterstreicht den Erfolg der konsequenten Weiterentwicklung der Veranstaltung. Die Kombination aus neuer Location, erweitertem Partnernetzwerk, praxisnaher Erlebnismesse und hochkarätigem Kongressprogramm traf auf großes Interesse. Themen wie E-Commerce, Customer Experience, datengetriebene Kommunikation, Packaging und Künstliche Intelligenz wurden nicht isoliert betrachtet, sondern konsequent im Zusammenspiel gedacht – als Teil einer Kommunikationswelt, in der Print, Digital und Technologie immer enger zusammenrücken.

Die starke Resonanz ist ein Erfolg für die Print Digital Convention selbst, aber zugleich auch ein positives Signal für die gesamte Branche. Sie unterstreicht den Bedarf an Austausch, Vernetzung und konkreten Anwendungen und bestätigt die Relevanz von Plattformen, die unterschiedliche Disziplinen und Perspektiven zusammenbringen. Getreu dem Leitgedanken der Veranstaltung, die Zukunft von Print gemeinsam zu gestalten.

NEUE LOCATION, NEUE PARTNER, NEUE DYNAMIK

Die neue Location im offenen Foyer der



Die PDC präsentierte sich stärker denn je als Erlebnismesse.

Halle 1 verlieh der Veranstaltung eine besondere Dynamik. Zwischen Ausstellung, Kongress und Highlight-Projekten entstand eine Atmosphäre, die von Austausch, Vernetzung und konkreten Anwendungen geprägt war. Die PDC präsentierte sich stärker denn je als Erlebnismesse und brachte Menschen aus unterschiedlichen Bereichen der Kommunikations- und Medienwelt zusammen.

„Die Energie und Offenheit, die in diesem Jahr auf der PDC spürbar waren, hat gezeigt, wie groß das Bedürfnis nach Austausch, Orientierung und neuen Perspektiven in der Branche aktuell ist“, erklärt Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverbandes Medienproduktion e.V. (FMP). „Besonders beeindruckend war, wie selbstverständlich hier Marken, Agenturen, Technologieanbieter und Produzenten zusammengekommen sind. Der Besucherrekord bestätigt, dass die Branche genau diesen Austausch sucht und aktiv mitgestalten möchte.“

VON CUSTOMER EXPERIENCE BIS KI: THEMEN DER ZEIT IM FOKUS

Auch das Kongressprogramm spiegelte diese Entwicklung wider. Keynotes, kuratierte Session-Stränge und Panels brachten Stimmen aus Industrie, De-

sign, Marke und Kommunikation zusammen. Themen wie Customer Experience, Markenführung, Packaging, E-Commerce und Künstliche Intelligenz machten deutlich, wie eng Print heute mit digitalen Geschäftsmodellen und modernen Kommunikationsstrategien verbunden ist.

Die Highlight-Projekte und über 50 Aussteller entlang der gesamten Wertschöpfungskette machten diese Entwicklungen unmittelbar greifbar. Von personalisierten Printprodukten über automatisierte Workflows bis hin zu intelligenten Packaging-Lösungen zeigte die Veranstaltung, wie Technologien, Materialien und Anwendungen heute zu vernetzten Kommunikationslösungen zusammenwachsen.

FESTER ANKERPUNKT IM DRUPA-NETZWERK

Die Print Digital Convention bestätigte damit auch ihre Rolle im Kontext der drupa. Als jährliches Format im drupa-Netzwerk entwickelt sie sich zunehmend zum festen Ankerpunkt für die Printing-, Brand- und Packaging-Community zwischen den drupa-Zyklen. Die Veranstaltung greift aktuelle Entwicklungen frühzeitig auf, bringt unterschiedliche Perspektiven zusammen und übersetzt Trends in konkrete Anwendungen und Busi-

ness Cases. Gleichzeitig wurde in Düsseldorf spürbar, wie groß die Vorfreude auf die nächste drupa in zwei Jahren bereits ist.

„Die Print Digital Convention hat in diesem Jahr eindrucksvoll gezeigt, welche Kraft entsteht, wenn Menschen, Ideen und Technologien an einem Ort zusammenkommen. Sie ist längst mehr als ein wichtiger Treffpunkt für die Printing-, Brand- und Packaging-Community: Sie ist ein Impulsgeber, ein Resonanzraum und ein Ort, an dem die Zukunft von Print konkret erlebbar wird. Sie schafft den Raum, um neue Entwicklungen frühzeitig zu diskutieren, unterschiedliche Perspektiven zusammenzubringen und die Zeit zwischen den drupa-Zyklen aktiv zu gestalten. Gerade diese Nähe zur Branche, diese Offenheit für neue Denkweisen und der gemeinsame Wille, Veränderung aktiv voranzutreiben, machen die PDC so wertvoll für unser Portfolio und für die gesamte Community“, erklärt Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies bei der Messe Düsseldorf.

Was bleibt, ist mehr als eine erfolgreiche Veranstaltung. Die Print Digital Convention hat ihre Rolle als jährlicher Treffpunkt der Branche zwischen den drupa-Jahren weiter gefestigt – und gezeigt, wie viel Innovationskraft entsteht, wenn Marke, Technologie und Anwendung zusammenkommen. Sie hat sichtbar gemacht: Die Zukunft von Print wird nicht abstrakt diskutiert, sondern gemeinsam entwickelt – mutig, vernetzt und nah an den Bedürfnissen des Marktes.

AUSSTELLERSTIMMEN ZUR PRINT DIGITAL CONVENTION 2026

„Die Stimmung hier auf der PDC ist der Wahnsinn, die Leute sind gut drauf –

Die Highlight-Projekte und über 50 Aussteller entlang der gesamten Wertschöpfungskette machten diese Entwicklungen unmittelbar greifbar.



und das überträgt sich natürlich auch auf die Kunden. Alle haben Interesse an Print, und das ist sehr schön zu sehen. Ich denke, es ist wichtig, Print wieder stärker zu zeigen sowie erlebbar und anfassbar zu machen. Gerade hier auf der PDC wird deutlich, wie sinnvoll und wirkungsvoll physische Printmaterialien sind“, so Franca Bargmann, Content & Campaign Manager, Konica Minolta Business Solutions Deutschland GmbH.

Christian Müller-Wiegmann, Major Account Manager, RISO (Deutschland) GmbH, erklärt: „Wir haben die Print Digital Convention 2026 im neuen Setting sehr positiv erlebt. Qualitative, gute Gespräche geführt. Die PDC hat sich für uns als Aussteller definitiv gelohnt. Der Zulauf war sehr gut und die Besucherqualität ausgesprochen hoch. Besonders positiv war, dass auch viele Menschen außerhalb der Druckbranche vor Ort waren. Das hat die Gespräche inhaltlich sehr wertvoll gemacht.“

„Wir haben die Veranstaltung im neuen Setting sehr positiv erlebt – mit einem attraktiven Umfeld, einer hervorragenden Ausstellerstruktur, starken

Geschäftspartnern sowie zahlreichen spannenden Kontakten und guten Gesprächen. Eine wichtige Erkenntnis ist: Nach zwei Jahren Pause wissen wir, dass wir künftig wieder dabei sein müssen. Auch in Zukunft wollen wir hier präsent sein, um die Innovationen von Fedrigoni diesem Markt zeitnah vor Ort zugänglich zu machen“, sagt Ralf Jahnel, Brand Ambassador, Fedrigoni Deutschland GmbH.

Frank Uthe, Sales Manager Digital Print Solutions Graphic Systems, Fujifilm Deutschland, resümiert: „Für Fujifilm hat es sich gelohnt, die neue Digitaldruckmaschine Revoria PC1120 hier erstmals in Deutschland vorzustellen – inklusive der beiden Sonderfarben Grün und Pink. Für uns als Hersteller ist es immer spannend, die Rückmeldungen der Kunden aufzunehmen und zu erfahren, wie neue Technologien im Markt ankommen. Die Resonanz ist in diesem Fall ausgesprochen positiv.“

„Wir haben die Print Digital Convention als eine sehr offene und vernetzungsstarke Veranstaltung wahrgenommen. Unser Ziel war es, neue Kontakte zu knüpfen und bestehende Beziehungen zu vertiefen. Dabei haben wir nicht nur die gewünschten Kontakte geknüpft, sondern sogar mehr als erwartet – eine sehr positive Überraschung. Entsprechend positiv fällt unser Fazit zur Teilnahme aus. Die Print Digital Convention bringt Menschen zusammen, die gemeinsam daran arbeiten, die Zukunft des Drucks zu gestalten. Es ist inspirierend, in diesem Umfeld Ideen zu vernetzen und daraus neue Ansätze zu entwickeln. Genau darin liegt für mich der besondere Mehrwert dieser Veranstaltung“, so das positive Resümee von Matthias Miederer, Sales Manager, Scodix.



Rüdiger Maaß, Geschäftsführer des Fachverbandes Medienproduktion e.V. (FMP), und Sabine Geldermann, Director drupa, Portfolio Print Technologies bei der Messe Düsseldorf, freuen sich über die positive Resonanz der Print Digital Convention.