

# Onlineprint am Wendepunkt: OPS 2026 holt Vordenker zum Thema Disruption auf die Bühne

*Ruppert Bodmeier, Philipp Mühlbauer, Michał Tracz und Ludovic Martin erweitern das Speakers-Line up / Die Orchestrierung von KI, die Skalierung im großen Maßstab, Transformation vom E-Commerce zum Social Commerce und der „Gegenschlag von Print“ rücken in den Blickpunkt / Jetzt OPS-Tickets buchen!*



Bildquelle: Online Print Summit

München, 4. Februar 2026

Der Online Print Summit 2026 baut sein Speakers Line-up weiter aus und rückt das Thema Disruption noch stärker ins Zentrum der Diskussion. Neu bestätigte Referenten sind: Ruppert Bodmeier, Gründer der KI-Plattform „Disrooptive“, Philipp Mühlbauer, Gründer und CEO des Onlineprint-Schwergewichts The Customization Group, der französische Onlineprint-Experte Ludovic Martin sowie Print-Logistic-CEO Michał Tracz. In ihren Vorträgen geht es um die zentrale Frage, wie grundlegend (Online-)Print derzeit verändert wird – und welche strategischen Optionen Unternehmen haben, diese Entwicklung aktiv mitzugestalten. Wer

**Antworten darauf sucht, sollte unbedingt am 12. und 13. März in der Alten Kongresshalle München dabei sein. Noch gibt es Karten.**

„Wir stehen an einem Punkt, an dem Onlineprint nicht einfach nur optimiert, sondern an vielen Stellen neu gedacht werden muss. Der Online Print Summit 2026 holt daher Menschen auf die Bühne, die genau dazu den Impuls liefern: Wie wir Künstliche Intelligenz, Print und Mass Customization so einsetzen, dass wir nicht von anderen disruptiert werden, sondern es schaffen, unsere Geschäftsmodelle selbst weiterentwickeln“, sagt Bernd Zipper, Gründer von zipcon consulting und Mitveranstalter des OPS. „Was es dafür braucht, ist für Traditionsunternehmen durchaus eine Herausforderung: Absolute Selbstreflexion, absolute Offenheit – und die richtige Strategie für den Umgang mit KI.“

#### **Wer disruptiert eigentlich wen? Und was hat KI mit einem Orchester zu tun?**

Genau darauf baut die Keynote von Ruppert Bodmeier auf, dem Gründer der KI-Plattform „Disrooptive.com“. Bodmeier beschäftigt sich bereits seit Jahren mit der Frage, wie Unternehmen digitale Innovation und KI wirklich beherrschen können, statt nur einzelne Anwendungen auszuprobieren. In seiner Keynote auf dem Online Print Summit räumt er mit der Annahme auf, dass ein neues Tool schon Veränderung bringe. Seine These: Nicht das Modell disruptiert den Markt, sondern das Unternehmen, das die Modelle orchestriert. Bodmeier versteht KI als ein Orchester aus vielen intelligenten Systemen – der eigentliche Wettbewerbsvorteil entstehe dort, wo Kunden Entscheidungen treffen. Für Onlineprinter heißt das nicht „Welches KI-Tool nutzen wir?“, sondern „Wie orchestrieren wir Daten, Modelle und Prozesse zu einem Erlebnis, das andere so nicht bieten können?“

#### **Ein Blick ins Playbook der The Customization Group**

Ein wichtiges Werkzeug, um ein Erlebnis zu kreieren, das andere so nicht bieten können, ist Mass Customization. Denn sie macht aus Standardprodukten individuelle, persönliche Gegenstände. Einer, der die Bedeutung von Mass Customization früh erkannt hat, ist Philipp Mühlbauer, Gründer und Co-CEO der heutigen The Customization Group (TCG). In seinem OPS-Vortrag „Execution at Scale: The Playbook behind TCG’s global Momentum“ gewährt er einen Blick hinter die Kulissen und zeigt, wie aus der Idee personalisierter Produkte ein erfolgreiches, skalierbares Business mit mehreren Standorten in Europa und den USA sowie zahlreichen bekannten Marken werden konnte. Im Mittelpunkt steht dabei unter anderem die Frage, wie sich Millionen individualisierter Produkte pro Tag in robuste Prozesse übersetzen lassen – von B2C- und B2B-Shops bis hin zu API-basierten Modellen, die sich als „Customization as a Service“ nahtlos in andere Plattformen integrieren. Das Beispiel der TCG, zu der seit 2025 auch orwo.de und sendmoments gehören, sendet zugleich eine wichtige

Frage aus: Wenn andere Mass Customization in dieser Größenordnung fahren – wie lange kann man sich leisten, Personalisierung als Nischenexperiment zu behandeln?

### **Textildruck, Transformation, TikTok**

Einer, der Personalisierung zu seinem Kerngeschäft gemacht hat und derzeit hochskaliert, ist Michał Tracz, CEO von Print Logistics in Polen. Als nächste Generation in der Leitung eines mehr als 30 Jahre alten Familienbetriebs hat er 2018 zusammen mit seinem Bruder eine Smart Factory für die On-Demand-Produktion von Bekleidung, Textilien und Home-Decor-Produkten gestartet und kontinuierlich ausgebaut. Heute gehört Print Logistics zu den Big Playern im Markt, mit Produktionsstätten in Polen, Großbritannien und den USA sowie einer eigenen POD-Plattform namens Snapwear. In seinem OPS-Vortrag „POD Transformation: From Single Orders to High-Volume Production, from E-Commerce to Social Commerce“ wird Michał Tracz darüber sprechen, welche Rolle effiziente Fulfillment-Strukturen und Social-Commerce-Anbindungen für die nächste Stufe im textilen POD-Geschäft spielen.

### **Wenn Print zum Gegenschlag ansetzt**

Der französische Onlineprint-Experte Ludovic Martin bringt mit seinem Vortrag „Print counter attacks – how to reinvent your business in the new world?“ eine These mit nach München, die angesichts der (vermeintlich) digitalen Übermacht manchen zu naiv vorkommen dürfte. Denn eine digital überdrehte Welt, so sagt er, ist verletzlich – und genau dadurch gewinne Print wieder neue Relevanz. Geopolitische Spannungen, Cyberrisiken und die Umweltkosten digitaler Infrastrukturen zwingen Marken, ihre Kanäle neu zu bewerten. Ludovic Martin spricht in diesem Zuge vom „Quest for tangible“, einem Trend, in dem Menschen wieder verstärkt nach physischen Touchpoints suchen, die Vertrauen schaffen und länger wirken als ein Swipe. Print werde in dieser Logik vom Beiprodukt zur strategischen Säule, eingebettet in Customer Journeys, die durch Conversational AI, AI Commerce und Agentic Commerce geprägt sind.

### **Was bleibt vom Onlineprint, wie wir ihn heute kennen, übrig?**

„Angesichts der disruptiven Kraft der KI-Entwicklungen der letzten Jahre ist ‚Business as usual‘ keine Option mehr. Auf dem Online Print Summit 2026 reden wir nicht darüber, ob KI, Plattformen und Creator-Ökosysteme die Spielregeln ändern, sondern wie schnell – und was das für Strategien, Prozesse und Menschen in den Unternehmen bedeutet“, erklärt Jens Meyer, Geschäftsführer der Verband Druck und Medien Beratung GmbH und OPS-Mitveranstalter in klaren Worten.

Das Programm des Online Print Summits verknüpft 2026 die Konferenz mit neuen, dialogorientierten Formaten wie den Executive Briefings und den C-Level-Classrooms zu

einem Programm, das bewusst unbequeme Fragen stellt, dabei aber immer Einordnung und Orientierung liefert. Denn wenn KI Workflows übernimmt, Creator Marken aufbauen und Plattformen Zugänge kontrollieren, reicht es nicht, an bestehenden Produktlisten zu feilen. Wer Impulse für neue Business-Ideen, Antworten auf aktuelle Entwicklungen oder Partner für die Umsetzung innovativer Geschäftsmodelle sucht, darf beim OPS nicht fehlen.

Tickets können auf der Website [www.online-print-summit.com](http://www.online-print-summit.com) bestellt werden. Mit der Buchung erhalten die Teilnehmer zudem Zugang zur Onlineprint-Community innerhalb der OPS-App. Dort übrigens lassen sich auch die Plätze für die Executive Briefings und C-Level-Classrooms buchen.

### Die Veranstalter

**zipcon consulting GmbH** ist ein global agierendes Beratungsunternehmen für die Kommunikations-, Druck- und Medienbranche mit dem Fokus Onlineprint und Digitale Transformation. Das Unternehmen versteht sich als unabhängiger und ganzheitlicher Technologie- und Strategieberater. zipcon erstellt zudem Marktstudien sowie verschiedene Fallstudien für E-Business-Print, Mass Customization und Multichannel Publishing. Führende Unternehmen der Onlineprint-Branche setzen auf das Know-how dieses Unternehmens.

[www.zipcon.de](http://www.zipcon.de)

**Verband Druck und Medien Beratung GmbH** ist das Beratungsunternehmen der Verbände Druck und Medien. Mit fundiertem Branchen-Know-how in Management, Controlling, Umwelt, Nachhaltigkeit sowie Produktion und Prozessen begleitet sie die Branche und versteht sich als Impulsgeber für Innovation und unternehmerischen Erfolg. Getragen von den regionalen Verbänden und dem Bundesverband Druck und Medien bündelt sie unter der Dachmarke „Verband Druck und Medien“ Expertise und Zukunftsperspektiven für die Branche.

[www.vdm-beratung.de](http://www.vdm-beratung.de)

### Ansprechpartner für Medien

Jens Meyer

Verband Druck und Medien Beratung GmbH

Einsteinring 1 a

85609 Aschheim

Tel.: +49 (0) 89 - 330 36 210

E-Mail: [j.meyer@vdm-beratung.de](mailto:j.meyer@vdm-beratung.de)

Aussender: Verband Druck und Medien Beratung GmbH (Mitveranstalter)