Pressemappe

Panini

zur

FIFA WM 2018

für Deutschland und Österreich

Stand: 4. April 2018

PRESSE-INFORMATION

Klebebildchen-Kick-off

Panini startet hierzulande am 27. März mit seiner Stickerkollektion in die FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018 in Russland

Stuttgart, 19. März 2018 – Das Warten auf die schönste Nebensache der schönsten Nebensache der Welt hat ein Ende: Panini bringt am 27. März seine exklusiv von der FIFA lizenzierte Stickerkollektion zur WM in Russland in den deutschen Handel. Panini feiert mit den Fans bereits die 13. WM-Teilnahme in Folge: Seit 1970 darf der italienische Verlag mit Alben und Klebebildchen in inzwischen mehr als 130 Ländern für WM-Sammelspaß sorgen.

Als die vier Panini-Brüder 1961 ihre ersten Sticker auf den Markt brachten, waren sie die ersten, die Sammelbildchen zu einem Verkaufsprodukt machten. Zuvor kannte man sie nur als Werbebeigaben. Erfunden hatte dieses Prinzip Aristide Boucicaut, der Geschäftsführer des französischen Kaufhauses Bon Marché. Bereits Mitte des 19. Jahrhunderts gab er den Kunden zu jedem Einkauf gratis ein Bildchen dazu.

Durch seine frühe Spezialisierung auf Verlagssammelprodukte hat sich Panini zum Weltmarktführer in diesem Segment entwickelt. Dazu zählen Stickerkollektionen, Trading Cards und Games, Fotokarten und 3D-Figuren.

„Klebebildchen sind der Kitt ganzer Generationen. Wir staunen oft selbst, dass unsere Fans den Panini-Kult nun schon seit fast sechs Jahrzehnten immer wieder neu aufleben lassen. Das gesellige Sammeln, Tauschen und Einkleben macht vermutlich gerade im digital geprägten Zeitalter noch mehr Spaß“, so Hermann Paul, Geschäftsführer der Panini Verlags GmbH.

Im Fußballbereich hat die Panini-Gruppe neben den FIFA-WM-Rechten (2022 ist bereits gesichert) auch die für viele Länderligen (Italien, Spanien, Frankreich bspw.) und Vereinskollektionen (FC

Bayern München bspw.) erworben. Im Entertainment-Bereich hält die Panini-Gruppe ebenfalls namhafte Lizenzen – beispielsweise die von Disney. In den beiden Bereichen Sport und Entertainment bringt die Panini-Gruppe weltweit jährlich rund 400 Stickerkollektionen auf den Markt, davon 30 in Deutschland.

Bildunterschrift:

Das offizielle Album für Deutschland.

Bildquelle: Panini

Bildunterschrift:

Das 80-seitige Album gibt den Sammlern Platz für 682 Sticker, davon sind 50 mit Glitzereffekten versehen – so viele wie nie zuvor.

Bildquelle: Panini

PRESSE-INFORMATION

Bildunterschrift:
Zu WM-Zeiten ist ganz Deutschland Paninis Zielgruppe. Jung und Alt, Männer und Frauen, Kinder und Jugendliche, quer durch alle Bevölkerungsgruppen und -schichten.
Bildquelle: Panini

Bildunterschrift:
Panini feiert mit den Fans bereits die 13. WM-Teilnahme in Folge.
Bildquelle: Panini

PRESSE-INFORMATION

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 130 Ländern. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineWsroom.de/wm2018
www.paninineWsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI

PRESSE-INFORMATION

Zahlreiche Newcomer: Panini gibt seinen WM-Kader bekannt

18 DFB-Spieler haben sich bereits ihren Stammplatz im offiziellen Sammelalbum von Panini zur FIFA Fußball-Weltmeisterschaft 2018 gesichert

Stuttgart, 19. März 2018 – Ein Bildchen für die Ewigkeit: 18 Spieler haben sich bereits ihren Stammplatz im offiziellen Sammelalbum von Panini zur WM 2018 gesichert: Manuel Neuer, Mats Hummels, Antonio Rüdiger, Jérôme Boateng, Joshua Kimmich, Jonas Hector, Julian Draxler, Toni Kroos, Emre Can, Leon Goretzka, Julian Brandt, Sebastian Rudy, Leroy Sané, Mesut Özil, Sami Khedira, Mario Götze, Thomas Müller und Timo Werner. Während für Bundestrainer Joachim Löw erst am 4. Juni Nominierungsschluss ist, hat die Panini-Redaktion produktionsbedingt bereits Anfang Februar ihre Auswahl treffen müssen. „Im Schnitt liegen wir zu 85 Prozent richtig“, weiß Fabrizio Melegari. Er ist Group Publishing Director Collectibles & Sport Magazines bei Panini am Hauptsitz in Modena. Das Panini-Team beschert mit seiner aktuellen Auswahl zahlreichen Spielern ihre ganz persönliche Panini-Premiere im DFB-Trikot: Antonio Rüdiger, Joshua Kimmich, Emre Can, Leon Goretzka, Julian Brandt, Sebastian Rudy, Leroy Sané und Timo Werner dürfen sich erstmals über eine WM- oder EM-Teilnahme im Panini-Album freuen.

Nach der WM ist vor der WM: Panini hat mit den ersten Planungen bereits kurz nach dem Turnier in Brasilien 2014 begonnen. „Wir beobachten frühzeitig potenzielle Teilnehmerländer und -spieler. Mit der Qualifikation der Teams nehmen wir dann so richtig Fahrt auf. Ein Jahr vor dem Turnier entwickeln wir das Produktdesign und fangen dann an, Spieler im aktuellen WM-Trikot zu fotografieren oder uns von den Verbänden Bilddateien zuschicken zu lassen. Wir entscheiden uns dann für 18 Spieler pro Team, eine knifflige Aufgabe. In der heißen Phase bis Ende Januar haben wir letzte Änderungen vorgenommen und sind dann Mitte Februar in die Produktion gegangen“, erklärt Melegari.

Timo Werner

Bildquelle: Panini

Joshua Kimmich

Bildquelle: Panini

Toni Kroos

Bildquelle: Panini

Jérôme Boateng

Bildquelle: Panini

PRESSE-INFORMATION

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 130 Ländern. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineWsroom.de/wm2018
www.paninineWsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI

Presse-Factsheet

Alles Wissenswerte zur offiziellen Stickerkollektion von Panini zur WM 2018 in Russland

Die Stickerkollektion zur FIFA WM 2018 kam in Deutschland am 27. März 2018 in den Handel, in Österreich am 26. März 2018.

Das 80-seitige Album gibt den Sammlern Platz für 682 Sticker, davon sind 50 mit Glitzereffekten versehen – so viele wie nie zuvor.

Die Panini-Kollektion zur FIFA WM 2018 ist in mehr als 130 Ländern weltweit erhältlich.

Stickervielfalt: Das Album bietet erstmals Platz für je 18 statt 17 Porträtsticker der 32 teilnehmenden Nationen. Neu sind Glitzersticker von Legenden wie Miroslav Klose, der mit 16 Treffern den WM-Torrekord hält sowie Sticker der Poster der Gastgeberstädte.

Erstmals ist es Panini gelungen, alle Teams in ihren offiziellen Trikots abzubilden. Kenner wissen, dass Panini bisher immer die Lizenz dafür fehlte, die englischen Spielershirts abzudrucken.

49 Spieler deutscher Vereine haben es ins WM-Album geschafft, Spitzenreiter ist der FC Bayern München mit 9 Panini-Bildchen.

Im Panini-Album stellt die Schweiz das gewichtigste Team mit durchschnittlich 80,2 Kilogramm schweren Spielern, Leichtgewichte sind die Kicker aus Saudi-Arabien mit 69 Kilogramm im Schnitt.

Der jüngste Spieler im Panini-Album ist Kylian Mbappé aus Frankreich (20.12.1998), der älteste Essam El Hadary aus Ägypten (15.01.1973).

Redaktion, Produktion und Logistik

Redaktionsschluss für die „Panini-Kader“ war bereits Anfang Februar 2018, weit vor der offiziellen Bekanntgabe der einzelnen Kader durch

die jeweiligen Verbände. Die Auswahl der Panini-Bilder trifft die Panini-Redaktion am Hauptsitz in Modena, Italien.

Mitte Februar 2018 startete die Produktion der Sammelbildchen am Panini-Stammsitz Modena in Italien für Europa, Asien, Afrika und Australien. Für den nord- und südamerikanischen Markt werden die Bilder von Panini in Brasilien produziert.

Alle Einzelbilder werden gleich oft produziert; in einer Tüte sind immer fünf verschiedene Sticker, nie zwei gleiche. Das Herzstück von Panini ist die 1964 von Umberto Panini entwickelte Fifimatic, eine Misch- und Eintütmaschine, die dafür sorgt, dass niemals zwei gleiche Bilder in einer Tüte landen. 25 dieser Maschinen stehen in der Panini-Produktionshalle in Modena.

In den Hochzeiten produziert Panini in Modena mit rund 70 Mitarbeitern im Dreischichtbetrieb 21 Stunden pro Tag, 6 Tage die Woche. Maximal können so täglich rund 7 bis 8 Millionen Tüten produziert werden, die mit 20 bis 25 Lastwagen pro Tag ab Werk distribuiert werden.

Seit den Werksanfängen in den 70ern hat Panini in Modena schätzungsweise 25 Milliarden Tütchen produziert.

Panini ist der weltweit einzige Verleger von Sammelprodukten mit eigenen Produktionsanlagen.

Produktportfolio

Zur WM 2018 bringt Panini neben der Stickerkollektion auch ein sogenanntes Adrenalyn XL Trading Card Game auf den Markt (Start Deutschland und Österreich: 16. Februar 2018).

Das Stickeralbum ist von Mitte April 2018 an auch als Hardcoverversion verfügbar. Dieses stabile Sammelbuch ist zusammen mit drei Tüten erhältlich. Zudem können Fans ihre Doppelten in einer Panini-Sammelbox aufbewahren.

Ergänzend zum physischen Stickeralbum bietet Panini so viele Online-Produkte wie nie. Übersicht: http://paninineWsroom.de/wm-links

Vertrieb

Die von Panini gegründete stella distribution gmbh in Hamburg ist alleiniger Grosso-Vertriebspartner. Zum Turnier in Russland werden mehr als 80.000 Einzelhändler, Supermärkte und Discounter, Bahnhofsbuchhändler sowie Tankstellen – und damit so viele wie noch nie bei einer WM – durch rund 45 Grossisten in Deutschland mit Stickern und Alben von Panini beliefert.

Sammeln, Tauschen und Nachbestellen

Panini veranstaltet zum Turnierstart zusammen mit dem Deutschen Fußballmuseum in Dortmund eine Tauschbörse.

Die letzten fehlenden 50 Bilder des Albums können seit 27. März bei Panini nachbestellt werden (per Web, Bestelleinhefter im Album, E-Mail oder Brief).

Vermarktung

Neben TV-, Radio, Print- und Onlinewerbung setzt Panini verstärkt auf Influencer- und Social-Media-Kampagnen.

Panini Deutschland startet für die Stickerkollektion zur WM 2018 eine groß angelegte Sampling-Aktion. Das Herzstück sind dabei Alben zur Freiverteilung in bundesweiten, auflagenstarken Printtiteln. Zusätzlich stellt Panini auch nahezu allen Fußballvereinen in Deutschland Alben zur Verfügung.

Der offizielle FIFA WM-Sponsor McDonald’s kooperiert ebenfalls mit Panini. In den Restaurants sind vom 5. April an Spezialsticker für eine Sonderseite im Album erhältlich.

Abgerundet wird die Vermarktung durch Samplings, Advertorials und Anzeigen in Magazinen, die Panini selbst herausgibt: Just Kick-it!,

PRESSE-INFORMATION

Paule – Das offizielle DFB-Magazin für Kids, #BOOM!, National Geographic Kids und hey!

Public Relations

Kontakt für Presse- und Medienanfragen zur FIFA WM 2018 ist Christine Fröhler, die als externe Pressesprecherin im Auftrag von Panini fungiert.

Bei der Pressestelle in Deutschland können unter panini@cc-stuttgart.de 10 Sets für Gewinnspiele pro Medium angefragt werden. Ein Set besteht aus einem Album und 10 Tüten.

Das Portal für alle Medienvertreter in Deutschland: www.paninineswsroom.de/wm2018

Bildunterschrift:
Das 80-seitige Panini-Album zur WM gibt den Sammlern Platz für 682 Sticker, davon sind 50 mit Glitzereffekten versehen – so viele wie nie zuvor.
Bildquelle: Panini

PRESSE-INFORMATION

Bildunterschrift:
Die Stickerkollektion zur FIFA WM 2018 kam in Deutschland am 27. März 2018 in den Handel, in Österreich am 26. März 2018.
Bildquelle: Panini

Bildunterschrift:
Das Album bietet erstmals Platz für je 18 statt 17 Porträtsticker der 32 teilnehmenden Nationen. Neu sind bspw. Glitzersticker von Legenden wie Miroslav Klose, der mit 16 Treffern den WM-Torrekord hält.
Bildquelle: Panini

PANINI

PRESSE-INFORMATION

Bildunterschrift:

Redaktionsschluss für die „Panini-Kader“ war bereits Anfang Februar 2018.

Bildquelle: Panini

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 130 Ländern. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineWsroom.de/wm2018
www.paninineWsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

Zusammengesammelt

Panini-Wissen für Freaks und solche, die es werden wollen

Wertanlage
Der höchste Betrag, der je für ein Panini-Album ausgegeben worden ist: 12.038 Euro. Und zwar für das WM-Album von 1970, erworben von einem Vater für seinen neunjährigen Sohn in Modena, Italien. Das Besondere: Pelé hat persönlich darauf unterschrieben und das Album ist in einem einwandfreien Zustand.

Mischverfahren
Bis 1964 wurden die Bildchen mittels Butterfass und einem Rad, das der Lottozahlen-Drehmaschine ähnelt, gemischt. Dieses Rad war mittels eines Fahrradrahmens mit dem Fass verbunden und wurde

anfangs durch einen Studenten angetrieben: 15 Umdrehungen vorwärts, 15 rückwärts.

Herzstück
Das technische Herzstück von Panini ist die Fifimatic. Es handelt sich um eine Misch- und Eintütmaschine, die dafür sorgt, dass niemals zwei gleiche Bilder in einer Tüte landen. Noch heute stehen 25 dieser Maschinen in der Produktionshalle von Panini in Modena.

Premierenbildchen
Das Bildchen des ehemaligen Mittelfeldspielers von Inter Mailand, Bruno Bolchi, gilt als das erste Panini-Bildchen. Mit diesem Musterbild suchten die Panini-Brüder Giuseppe und Franco 1961 Druckereien auf, die ihr erste Sammlung drucken sollten.

Startkollektion
1961 erschien das erste von Panini herausgegebene Sammelalbum nebst Klebebildchen: „Grande Raccolta Figurine Calciatori“, ein Fußballsammelalbum mit Spielern der italienischen Serie A, darunter auch Giovanni Trapattoni.

Maseratisammlung
Umberto Panini (2013 verstorben), war Besitzer einer der exklusivsten Maserati-Sammlungen weltweit. In einem halben Jahrhundert hatte der Unternehmer die Collezione Umberto Panini in Cittanova, einem Ort zwischen Maranello und Modena, zusammengetragen. Umbertos Sohn Matteo führt das Erbe seines Vaters weiter.

PRESSE-INFORMATION

Sammelmeister

Der Dortmunder Gerd Päsler besitzt rund 3.000 komplettierte Sammelalben. Er ist zudem Herausgeber des zweibändigen enzyklopädischen Standardwerks „Cards und Tütenbilder“, die Bibel der Klebebildchen-Szene.

Alle Bilder frei zur redaktionellen Verwendung im Kontext mit Panini, Quelle: Panini

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 130 Ländern. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.panininewsroom.de/wm2018
www.panininewsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI

Meilensteine von Panini

Bilder und Buntes aus mehr als 50 Jahren Firmengeschichte

1960 – 1970

1961 Gründung von Panini in Modena/Italien

1961 Erste Panini-Stickerkollektion „Calciatori“ zur italienischen Fußball Serie A erscheint

1964 Die ersten Sticker-Kollektionen, die nichts mit Sport zu tun haben, erscheinen in Italien: „Bandiere di tutto il mondo“ („Flaggen der Welt“) und „Aerei e missili“ („Flugzeuge und Raketen“)

1965 Die Panini-Zentrale in Modena zieht um in die geschichtsträchtige Adresse in der Viale Emilio Po, 380

1970 – 1980

1970 Erste internationale Sticker-Kollektion von Panini zu einer FIFA-Weltmeisterschaft erscheint (aber noch nicht in Deutschland erhältlich).

1972 Das Album zur italienischen Serie A der Saison 1972/73 ist das erste mit komplett selbstklebenden Bildchen

1973 Das erste Panini-Album, das überhaupt in Deutschland vertrieben wird: UFO, begleitend zu einer Science-Fiction-Fernsehserie

1974 Eröffnung der deutschen Panini-Niederlassung in München

1974 Erste Fußballsticker-Kollektion, die auch mit deutschen Beschreibungstexten im Album versehen ist, ist die zur FIFA-Weltmeisterschaft. Sie wurde aber offiziell nicht in Deutsch-

land vertrieben, sondern beispielsweise in der Schweiz und in Österreich

1976 Das erste Fußballsticker-Album von Panini, das auch in Deutschland vertrieben wird: Euro Football, eine wettbewerbsunabhängige Präsentation europäischer Vereins-Spitzenmannschaften

1978 Erstes Panini-WM-Album, das auch in Deutschland vertrieben wird, erscheint

1979 Erste Sticker-Kollektion von Panini zur Fußball-Bundesliga

1980 Panini gibt die erste Stickerkollektion überhaupt zu einer Fußball-Europameisterschaft heraus (noch nicht in Deutschland vertrieben)

1984 Erstes Panini-EM-Album, das auch in Deutschland vertrieben wird, erscheint

1985 – 1999

1986 seitdem Marktführer für Collectibles in Deutschland

1988 Verkauf von Panini an die Maxwell Group

1992 Die italienischen Investoren Bain Gallo Cuneo und De Agostini kaufen die Panini Group

1993 Panini Deutschland verlegt Unternehmenszentrale nach Nettetal in der Nähe von Mönchengladbach

1994 Sticker-Kollektion zum Kino-Hit „König der Löwen“

1994 Die Panini Group wird an Marvel verkauft

1997 Panini publiziert fortan Comics

1999 Vittorio Merloni und das Senior Management von Panini kaufen die Panini Group

Seit 2000

2001 Erwerb der DC-Lizenz

2003 Panini übernimmt DINO Entertainment (Stuttgart)

2006 Sticker-Kollektion zur FIFA Weltmeisterschaft mit Rekordverkäufen weltweit und in Deutschland

2008 Start mit Geschäftszweig Kinder-DVDs in Deutschland

2010 Panini Deutschland verlegt Unternehmenszentrale nach Stuttgart

2010 Zu den Bereichen Kids, Boys und Girls kommt bei der Panini Verlags GmbH Women hinzu (Frauenmagazine)

2011 Erste Stickerkollektion zu einer FIFA Frauen-Weltmeisterschaft überhaupt; erhältlich nur in Deutschland

2015 Erste weltweit erhältliche Stickerkollektion zu einer FIFA Frauen-Weltmeisterschaft

2015 Die Stickersammlung „Mission Tierfreunde“ ist das erste Hilfsprojekt von Panini mit dem Deutschen Tierschutzbund

2016 Im Herbst 2016 kombinierte Panini zwei Kernkompetenzen des Verlags (Comics und Kollektionen) und startete erfolgreich mit periodischen Sammeleditionen in einem bis dato für das Unternehmen neuen Marktsegment durch. Beispiel: Formel-1-Sammelkollektion mit Originalmodellen oder die Star-Wars-Comickollektion

PRESSE-INFORMATION

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineswsroom.de/wm2018
www.paninineswsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI

PRESSE-INFORMATION

Panini – mehr als klebende Konterfeis

Die Geschichte von Panini ist so bunt und facettenreich wie das Produktportfolio. Eine Nachzeichnung der wichtigsten Farbtupfer zwischen 1961 und 2018

Stuttgart, 19. März 2018 – Wir schreiben das Jahr 1945. Die Familie Panini eröffnet in der Altstadt von Modena im Norden Italiens einen Zeitungsstand. Die Geschäfte laufen gut und so gründen sie 1954 den Zeitungsvertrieb Agenzia Distribuzione Giornali Fratelli Panini. Hier könnte die Geschichte enden – mangels Relevanz für das weltweite Geschehen. Wäre den Paninis nicht die gleichermaßen einfache wie im Nachhinein grandiose Idee in den Sinn gekommen, Bilder italienischer Fußballspieler der Serie A auf Papier zu drucken. Das war 1961. Ein Jahr, das wie kein anderes prägend für das Image von Panini als Hersteller von Sammelbildchen in Tüten war.

Das Image haftet

Seitdem sind fast 60 Jahre vergangen, das Image haftet buchstäblich immer noch perfekt. Von Modena in Italien aus hat es sich rund um den Globus festgesetzt. Heute ist die Panini Group in mehr als 100 Ländern tätig und außerhalb Italiens mit zwölf eigenen Tochtergesellschaften vertreten. Insgesamt bringt Panini weltweit jährlich zirka 400 Sammelkollektionen auf den Markt, in Deutschland sind es pro Jahr 30 verschiedene Kollektionen in den Bereichen Sport und Entertainment. Gemeint sind im Sportbereich alle Alben zu Welt- und Europameisterschaften sowie einzelne Vereinskollektionen für Mannschaften der Fußball-Bundesliga. Zudem wagte sich Panini in seinem Jubiläumsjahr 2011 im Stickerbereich auf neues Terrain: Zum Großereignis Frauenfußball-WM in Deutschland erschien 2011 eine Stickerkollektion – ein Novum im internationalen Frauensport. Und was bietet Panini im Stickerbereich im Unterhaltungssegment? Als Lizenzpartner von Disney hat der Verlag beispielsweise Kollektionen zu „Soy Luna“, „Coco“ oder „Die Eiskönigin“ im Portfolio. Aktuell besonders gefragte Lizenzmarken: „Paw Patrol“ oder „Mia and me“ (m4e).

Mit der Stickersammlung „Mission Tierfreunde“ hat Panini 2015 erstmals ein Hilfsprojekt mit dem Deutschen Tierschutzbund gestartet.
Neben diesem starken Standbein mit Lizenzthemen hat Panini ein Segment aufgebaut, das Partnern unter dem Label „Panini Family“ die Möglichkeit bietet, exklusive Sammelkollektionen als Kundenbindungsinstrumente auf den Markt zu bringen.

Panini hat diesem Geschäftsbereich den Namen „Collectibles“ gegeben und vereint darin Sticker, Fotokarten, Trading Cards, Trading Card Games oder 3D-Figuren. In diesem Marktsegment darf sich Panini weltweiter Marktführer nennen.

Verlagsgeschäft
Indes ist kaum bekannt, dass die Panini Verlags GmbH im deutschsprachigen Raum der größte Verlag im Kinder- und Jugendsegment und Deutschlands größter Comicverlag ist. Ein kurzer Blick zurück gibt Aufschluss, wie es dazu kam: Panini eröffnete 1974 in München seine erste deutsche Niederlassung. Das erste Fußballsticker-Album von Panini, das auch in Deutschland vertrieben wurde, war „Euro Football“, eine wettbewerbsunabhängige Präsentation europäischer Vereins-Spitzenmannschaften. Das starke Standbein mit dem Verkauf von Stickern wurde erst Anfang der Neunziger um klassische Verlagsprodukte ergänzt. Das war so geplant, nicht umsonst firmiert die deutsche Tochter seit dem Markteintritt hierzulande als Verlags GmbH. Der anfangs kleine Tochter-Verlag in Deutschland zog 1993 von München nach Nettetal bei Mönchengladbach um und begann den konsequenten Aufbau eines Verlagsprogramms, indem er sich vorrangig dem Lizenzgeschäft verschrieb. Mit der Zielgruppe der Kinder und Jugendlichen war Panini bestens vertraut, die Trägermedien waren neu: Magazine, Comics, Bücher, Kalender und DVDs. Erfolgsprodukte der ersten Stunde waren „Teletubbies“, „Sesamstraße“ und „Thomas die Lokomotive“. Nach einem Jahrzehnt dann 2003 der nächste Meilenstein: Durch die Übernahme der Stuttgarter Dino entertainment AG stärkte Panini seine Position deutlich.

Heimat Stuttgart
Um das Profil weiter zu schärfen, Kompetenzen zu bündeln und weiter zu wachsen, verlegte Panini im September 2010 seinen Stammsitz von Nettetal nach Stuttgart. In der Rotebühlstraße 87 in Stuttgarts Stadtmitte war Panini seit dem Zukauf von Dino mit den Produktbereichen Magazine (für Mädchen und Jungs), Comics/Mangas, Bücher sowie Produktion und Vertrieb vertreten. Neu hinzugekommen sind die Geschäftsführung sowie die Sparten Sticker, Magazine (für Kinder) und DVDs. Am neuen Hauptsitz arbeiten 70 Mitarbeiter. In Summe veröffentlicht Panini jährlich aktuell rund 130 Buchtitel, 650 Comictitel, 50 Magazintitel und 30 Sammel-Kollektionen.

Comics
Die Marke Panini Comics ist der größte Comic-Verlag in Deutschland und hat es geschafft, die Top-Titel aller großen US-Comic-Verlage unter einem Dach zu vereinen: Im Portfolio befinden sich zum Beispiel die Superhelden von DC Comics, mit „Superman“, „Batman“ und Co., ebenso wie die Marvel-Comics-Helden „Spider-Man“, „Avengers“, „Iron Man“ und ihre Kollegen. Eine einzigartige Konstellation, wenn man bedenkt, dass diese Universen mit den bekanntesten Helden der Welt normal in unvereinbarer Konkurrenz zueinanderstehen. „Die Simpsons“, „Guardians of the Galaxy“, „Ninja Turtles“ sind Beispiele aus dem Sektor „Comics für Kids“, das legendäre „MAD-Magazin“ und viele tolle Titel kleinerer US-Verlage komplettieren das Panini-Comics-Angebot. Im Monat kommen aus Stuttgart rund 50 Comic-Neuerscheinungen an die Kioske und in die Regale der Comic- und Buch-Läden – ein Output, der von keinem anderen deutschen Verlag auch nur annähernd erreicht wird.

Zu den absoluten Verkaufsschlagern gehören auch die Star-Wars-Comics. Panini beheimatet die gezeichneten Abenteuer der Sternen-Saga nun schon seit fast 20 Jahren und hat sich als wertvoller Partner der Lizenzinhaber Disney/Lucasfilm etabliert.
Comic-Material aus den USA ist aber längst nicht alles, was Panini zu bieten hat: Ein starkes Manga-Programm, Cartoon-Bände und auch eine Reihe mit Comics deutscher Künstler gehören ebenfalls

dazu. Besonders für den Buchmarkt pflegt Panini Comics ein anspruchsvolles und hochwertiges Graphic-Novel-Programm. Seit 2015 veröffentlicht Panini zudem Comic-Titel im sogenannten Album-Format: ausgewählte franko-belgische Titel im klassischen französischen Comic-Hardcover-Format.

Sammeleditionen

Im Herbst 2016 kombinierte Panini zwei Kernkompetenzen des Verlags (Comics und Kollektionen) und startete erfolgreich mit periodischen Sammeleditionen in einem bis dato für das Unternehmen neuen Marktsegment durch. Den Auftakt bildete die offizielle Star-Wars-Comic-Kollektion, die seitdem eine breite Fangemeinde auf zweiwöchiger Basis mit besonders hochwertig gestalteten Hardcover-Comic-Editionen aus dem Star Wars-Universum versorgt. Ausbau und thematische Erweiterung des Segments erfolgten dann im Frühjahr 2017 mit der offiziellen Formel 1-Rennwagenkollektion, die neben abwechslungsreichen Hintergrundinformationen rund um die Königsklasse des Motorsports, alle 14 Tage originalgetreue Modelle der legendärsten und aktuellsten Formel-1-Rennwagen im Format 1:43 präsentiert. Diesem Line-Up wurde dann im September 2017 die offizielle Marvel-Figuren-Kollektion hinzugefügt, die Superheldenfans mit aufwändig gestalteten Sammelfiguren der populärsten Charaktere des Marvel-Comic-Olymps begeistert. Jüngster Ableger des Programms ist im Frühjahr 2018 die Veröffentlichung der offiziellen Simpsons-Comic-Kollektion, mit den besten Werken aus fast 30 Jahren sequenzieller Kunst rund um die gelbe Chaosfamilie aus Springfield. Das Programm wird in Zukunft weiter ausgebaut.

Magazine für Kinder und Jugendliche

Am Beispiel des Magazinportfolios wird deutlich: Die Verlagstitel spiegeln das Who is Who der beliebtesten Charaktere von Kindern und Jugendlichen wider. Panini unterscheidet dabei die Produktbereiche Kids, Girls und Boys. Bei den Kleinsten stehen „Bob der Baumeister“, „Wickie“, „Biene Maja“, „Paw Patrol“, „Mia and me“, „Feuerwehrmann Sam“ und auch „Miraculous“ ganz hoch im Kurs. Renner bei den Mädchen ist das eigenentwickelte Starmagazin „hey!“.

Die entsprechenden Highlights für Jungs sind „Star Wars", „National Geographic Kids", „Pokémon" und die Eigenentwicklungen „#Boom!" und „Just Kick-It!".

Magazine für Frauen

Mit Titeln wie „LandKind" setzt Panini seit 2010 zusätzlich auf das Frauensegment im Zeitschriftenbereich. Seit 2013 spiegelt sich das auch in den Strukturen von Panini wider: Zu den Verlagsbereichen Kids, Boys und Girls kam Women hinzu.

Bücher und Kalender

Unter dem Label Panini Books kommen pro Jahr etwa 130 neue Bücher für Mädchen und Jungs in den Handel. Besonders erfolgreich sind Freundebücher für Kindergartenkinder zu Themen wie „Disney – Die Eiskönigin", „Disney Cars" oder „Hello Kitty". Bei Vorschulkindern sind Vorlesebücher zu „Feuerwehrmann Sam", „Bob der Baumeister" und „Jan & Henry" sehr beliebt. Ältere Mädchen favorisieren Geschichten zu den Themen „Bibi & Tina", „Miraculous" oder „Sternentänzer". Bei den Jungs sind Bücher zu „Dragons", „Star Wars" und „Harry Potter" der Renner. Zudem ist Panini Marktführer im Bereich Videogame-Romane, also bei Büchern, die im Kosmos international beliebter Videospiele wie „Assassin's Creed" oder „World of Warcraft" spielen. Auch Kalender zu vielen Fanthemen wie „Die Simpsons" werden in diesem Bereich herausgegeben.

DVDs für Kinder

DVDs zu verschiedenen TV-Serien für Kinder runden das Verlagsprogramm der Panini Verlags GmbH ab. Derzeit werden DVDs zu den Serien „Mia and me" und „H2O – Abenteuer Meerjungfrau!" herausgegeben.

Erfolgsfaktoren im Kinder- und Jugendmarkt

Dieses Verlagsportfolio ist das Resultat langjähriger Erfahrung im Lizenzgeschäft, gepaart mit dem Können, eigene kreative Titel wie „LandKind" oder „Just Kick-it!" zu entwickeln. Die Mitarbeiter von Panini brauchen dafür ein ausgeprägtes Gespür für Trends und die Fä-

higkeit, Ideen sehr schnell und erfolgreich umzusetzen. Eine Portion Mut und Risikobereitschaft sind unabdingbare Begleiter während des Produktlebenszyklusses. Panini entscheidet sich so früh wie möglich für ein bestimmtes Lizenzthema. Und das, obwohl zwei bis drei Jahre im Voraus manchmal nur ein Trailer, ein Drehbuch oder ein paar Bilder des Themas existieren. Ein Teil der Entscheidung ist daher immer auch Bauchgefühl. Im Falle eines Flops ist Panini in der Lage, schnell zu reagieren und Produkte wieder vom Markt zu nehmen.
Für die potenziellen Lizenzgeber ist ein weiterer Faktor entscheidend bei der Wahl eines Lizenznehmers: ein umfassendes Portfolio aus einer Hand, ermöglicht durch eine interne Verzahnung von Panini auf allen Ebenen und in allen Bereichen. Dauerbrenner seit 2013: „Mia and me“. Kein anderes Thema hatte in den vergangenen Jahren im Kids-Bereich von Panini so schnell und nachhaltig Erfolg. Das Portfolio umfasst Stickerkollektionen, Trading Cards, ein Fanmagazin sowie DVDs und Kalender.
Es ist kein Geheimnis, dass im Kinder- und Jugendsegment neben den Inhalten und der Optik das Extra bei Magazinen mit kaufentscheidend ist. Damit bezeichnet Panini die Dreingaben zu den Heften wie Spielzeug, Schmuck, Accessoires und vieles mehr. Der Fantasie sind dabei fast keine Grenzen gesetzt, wobei die Sicherheit oberste Priorität genießt. So werden alle Extra-Produktionen vom TÜV Rheinland geprüft. Neben der schöpferischen Kraft baut Panini insbesondere auch auf seinen hochspezialisierten Vertrieb. So wurde 2003 eigens die stella distribution gmbh in Hamburg gegründet. In der Vermarktung setzt Panini auf die Agentur Blaufeuer in Hamburg. Diese Puzzlesteine ergeben zusammengesetzt ein Bild, das den Branchenverband LIMA (International Licensing Industry Merchandisers‘ Association) regelmäßig veranlasst, Panini eine besondere Ehre zuteilwerden zu lassen: Der Stuttgarter Verlag wurde bereits mehrfach zum „Lizenznehmer des Jahres“ gewählt.

PRESSE-INFORMATION

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineswsroom.de/wm2018
www.paninineswsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI

PRESSE-INFORMATION

Es begann mit Wundertüten

Die Anfänge von Panini reichen zurück bis 1945

Stuttgart, 19. März 2018 – Die acht Panini-Kinder – vier Mädchen, vier Jungen – verloren 1941 ihren Vater. Die Mutter arbeitete als Schneiderin, die Familie war zu dieser Zeit bitterarm und lebte im italienischen Modena. Um das Familieneinkommen aufzubessern, erwarb Veronica, eine der Töchter, noch während des Krieges 1945 einen eigentlich geschlossenen, fast leeren Zeitungskiosk in der Stadtmitte Modenas – direkt neben dem Dom. Dort arbeiteten nach Ende des Zweiten Weltkrieges sowohl die Mutter, als auch ihre Kinder – vor allem Benito, Umberto und Franco Cosimo. 1954 wurde aus dem reinen Zeitungskiosk der Zeitungsvertrieb „Agenzia Distribuzione Giornali Fratelli Panini“, zu den Waren zählten vereinzelt bereits auch Sammelbilder anderer Anbieter. In jenem Jahr kamen die Paninis also zum ersten Mal beruflich mit Stickern in Kontakt. Die Familie – in dieser Zeit vor allem die Mutter und die Söhne Benito und Giuseppe – brachte unverkaufte Restbestände anderer Verlage unter die Leute. Sie erfand dabei das Prinzip der Wundertüte und füllte diese mit Fotoromanen, Zeitschriften, Krimis – und manchmal auch Sammelbildchen. Die Familie versuchte zunächst völlig erfolglos, auch in größerem Stil Sammelbildchen – mit Blumenmotiven – zu verkaufen. Ein zweiter Versuch gelang besser, dieses Mal mit Bildchen von Fußballern. Bei einer Reise nach Mailand 1960 fanden die Brüder eine Charge unverkaufter Fußball-Sammelbilder. Zurück in Modena verpackten sie jeweils zwei Karten in ein Tütchen und verkauften dieses zu 10 Lire. Der Erfolg war sofort riesig und binnen kürzester Zeit hatten sie drei Millionen Bilder verkauft. Giuseppe nahm dies zum Anlass, selbst Herausgeber von Stickern zu werden.

Bruno Bolchi – das erste Panini-Bildchen

Den Erzählungen von Zeitzeugen zufolge baten Giuseppe und sein Bruder Franco Druckereien in der Gegend, Sammelbilder zu drucken. Als Vorlage hatten sie ein Schwarz-Weiß-Foto von Bruno Bol-

chi (einem damaligen Mittelfeldspieler bei Inter Mailand) und beispielhaft ein beliebiges farbiges Sammelbildchen im Gepäck. 1961 erschien so das erste von Panini herausgegebene Sammelalbum nebst Klebebildchen: „Grande Raccolta Figurine Calciatori“, ein Fußballsammelalbum mit Spielern der italienischen Serie A, darunter auch Giovanni Trapattoni. Seitdem gilt das Bildchen von Bruno Bolchi als erstes offizielles Panini-Bild.

Bildchen mischen im Butterfass

Die Paninis waren die ersten, die konsequent auf die Produktformel „Bildchen in Tüten“ plus Album setzten – zuvor waren Sammelbildchen immer eine werbliche Produktdreingabe, zu Schokotafeln beispielsweise. Die Brüder waren davon überzeugt, dass sie Kunden nur gewinnen konnten, wenn sie eine komplette und homogen gestaltete Sammlung anbieten würden. Unabdingbar war es für sie auch, für die Bildchen eigene Tütchen zu produzieren. Blieb noch eine Herausforderung: Wie ließ es sich verhindern, dass niemals ein Bildchen doppelt in einer Tüte sein würde? Um letzteres zu schaffen, nahmen sie ein Butterfass und ein Rad, das der Lottozahlen-Mischmaschine ähnelt. Dieses Rad war mittels eines Fahrradrahmens mit dem Fass verbunden und wurde anfangs durch einen Studenten angetrieben: 15 Umdrehungen vorwärts, 15 rückwärts. Überliefert ist auch eine weitere Geschichte zum Mischverfahren, das wenig später angewendet wurde: Die Paninis warfen die Bilder in die Luft und mischten sie anschließend mit einer herkömmlichen Schaufel durch.

Die Misch- und Eintütmaschine Fifimatic

Auf Dauer musste für die Massenproduktion eine professionelle Lösung her. Giuseppe bat 1964 seinen Bruder Umberto, der damals in Venezuela arbeitete, nach Italien zurückzukommen. Gesagt, getan. So entwickelte der Techniker Umberto Panini (er starb 2013 als letztes der Panini-Geschwister) 1964 im Auftrag seiner Brüder das spätere Herz der Firma: die Fifimatic. Es handelt sich um eine Misch-

und Eintütmaschine, die dafür sorgt, dass niemals zwei gleiche Bilder in einer Tüte landen. Noch heute stehen 25 dieser Maschinen in der Produktionshalle von Panini in Modena.

Bildunterschrift:

Die Panini-Brüder Guiseppe, Umberto, Franco Cosimo und Benito (v.l.,1966).

Bildquelle: Panini

Bildunterschrift:

Panini-Transporter von 1969.

Bildquelle: Panini

Bildunterschrift:

Die Paninis waren die ersten, die konsequent auf die Produktformel „Bildchen in Tüten“ plus Album setzten. Im Bild: die Zentrale in Modena.

Bildquelle: Panini

Bildunterschrift:

Bruno Bolchi, das erste Panini-Bildchen.

Bildquelle: Panini

PRESSE-INFORMATION

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 130 Ländern. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineWsroom.de/wm2018
www.paninineWsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI

WM-Check mit Panini-Geschäftsführer Hermann Paul

Herr Paul, Sie sind jetzt seit fast genau fünf Jahren Geschäftsführer von Panini in Stuttgart und bestreiten Ihre zweite WM. Mit welchen Erwartungen gehen Sie ins Turnier?

Hermann Paul: Wir sind schon prima warmgespielt und fiebern dem Turnierstart entgegen. Dabei sind wir im positiven Sinne mindestens genauso nervös wie die Spieler. Zwar kennen wir unsere Klebebildchen-Kader schon, während sich die Kicker noch mächtig ins Zeug legen müssen, um ein WM-Ticket zu ergattern. Doch wir sind immer wieder aufs Neue gespannt, ob unser Klassiker, das Sammelalbum, immer noch Kult ist bei den Fans.

Was stimmt Sie optimistisch, dass die WM zum Erfolg wird?

Hermann Paul: Panini-Bilder sind Klassiker aus dem echten Leben, das erklärt vielleicht den enormen Erfolg auch in Zeiten von Instagram und Co. Man reißt die Päckchen auf, verspürt Vorfreude und ist gespannt, ob die fehlenden Bildchen dabei sind. Und man sammelt und tauscht mit alten Freunden und neuen Bekannten in geselliger Runde. Was für die Fußballer der WM-Pokal ist, ist für die Fans das volle Panini-Album. Auch das Album ist eine echte Trophäe. Im Freundeskreis habe ich immer wieder gesehen: Das Sammelalbum ist der Second Screen beim gemeinsamen Fußballschauen, das Smartphone bleibt erstaunlich lange in der Tasche. Manche nutzen es, um ihre Bildchenbestände per App zu dokumentieren.

Sammeln Sie eigentlich auch selbst Panini-Bildchen?

Hermann Paul: Als Vater von vier Kindern war immer irgendein Panini-Album auf dem Küchentisch. Meine jüngste Tochter ist noch nicht erwachsen, daher bin ich auch jetzt noch mittendrin im Geschehen. Und im Büro reiße ich natürlich sofort ein paar Tüten auf, wenn die Ware hier das erste Mal bei mir eintrifft. Ich will mit eigenen Augen sehen, dass die Qualität stimmt, dass alles Hand und Fuß hat.

Muss man fast schon selbst eine kindliche Ader haben, wenn man bei Panini arbeitet?

Hermann Paul: Das hilft auf jeden Fall! Wir können von Kindern eine Menge lernen. Mich persönlich faszinieren der Wissensdrang und die Aufgeschlossenheit von Kindern gegenüber Neuem, ihr Mut zur Veränderung, ihre Dynamik und Kreativität. All diese Tugenden und Eigenschaften versuchen wir auch bei Panini zu leben.

Kurzbiografie Hermann Paul

Hermann Paul kam 2007 als Geschäftsführer der türkischen Tochtergesellschaft zu Panini. Im April 2013 wechselte der Diplom-Volkswirt in gleicher Position zu Panini nach Stuttgart. Dort verantwortet er das Geschäft für den deutschen und österreichischen Markt. Vor seinen beiden Stationen bei Panini war der vierfache Familienvater von 1997 an als Geschäftsführer International beim Vogel Verlag in Würzburg tätig, von wo er die Auslandsgesellschaften in Süd- und Osteuropa sowie Asien betreute. 1992 trat der gebürtige Heidelberger seine erste Position im Ausland an – als Leiter Finanzen des Pharmaunternehmens Grünthal S.A. in Kolumbien. Mitte der 80er Jahre führte ihn sein beruflicher Weg erstmals zu einem Verlag, damals als Leiter Finanzen beim Computerfachverlag Markt & Technik in München. Seine ersten Karriereschritte machte Paul nach dem Studium vier Jahre lang bei der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Peat, Marwick, Mitchell, der heutigen KPMG.

PRESSE-INFORMATION

Bildunterschrift:

Hermann Paul, Geschäftsführer der Panini Verlags GmbH.

Bildquelle: Panini

PRESSE-INFORMATION

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 130 Ländern. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineWsroom.de/wm2018
www.paninineWsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI

PRESSE-INFORMATION

Blick hinter die Klebekulissen

Herzstück Fifimatic: Das Produktions- und Mischverfahren von Panini im Werk Modena in Italien

Stuttgart, 19. März 2018 – Fair Play gilt nicht nur auf dem Rasen. Auch im Panini-Werk in Modena, Italien, geht alles mit (ge-)rechten Dingen zu. Für Mythen-Liebhaber mag das ein herber Schlag sein, für alle anderen dagegen eine frohe Botschaft.

Mythen sind im Allgemeinen sehr langlebig. Daher fragen manche wohl auch künftig: „Werden von allen Bildern wirklich gleich viele gedruckt?“ Das Produktions- und Mischverfahren für die Sammelbilder lässt jedoch keinen Raum für solche Spekulationen.

Zunächst werfen die Panini-Grafiker einen prüfenden Blick auf die Bildqualität der von den Verbänden zugelieferten oder selbst fotografierten Porträts der Starkicker und machen damit den Weg frei für den Druck. Bis zu 6.000 Bögen rauschen pro Stunde durch die Druckanlage. Jeder Bogen wird gleich oft gedruckt. Und der Klebstoff? Der ist in die mehr als ein Quadratmeter großen Bögen schon eingearbeitet.

Wo aber bliebe der Sammelspaß, wenn alle Bilder auf einen Rutsch aus der Tüte fallen würden? Wohl auf der Strecke. Daher kommen die Bögen nach dem Druck unters Messer, werden anschließend maschinell zu Stapeln zusammengepresst, haften dadurch aneinander und lassen sich millimetergenau schneiden. Für Einzelbilder ist es allerdings noch zu früh. Denn zunächst wird gemischt, was die Maschine hergibt – und das geht am besten mit Bögen im A4-Format. Ein Greifarm zieht einen Bogen nach dem anderen aus dem Stapel und legt ihn auf ein Förderband. So setzen die Bilder ihre Reise fort, an Schnittstellen kommen weitere Bögen dazu. Daraus schneidet eine Maschine nun die Einzelbilder.

Für die richtige Mischung sorgt die Fifimatic, eine komplexe, 1964 von Umberto Panini entwickelte Anlage mit mehreren Magazinen, die

mit Einzelstickern gefüllt sind. Auf einem Fließband fahren die Bildchen einzeln darunter hindurch. Passiert ein Sticker ein Magazin, hat die Maschine schon einen weiteren bereitgelegt und beide fahren gemeinsam weiter. Im Verlauf der Produktionsstrecke kommen jeweils noch drei weitere Klebebildchen auf den kleinen Fünferstapel hinzu. In der Produktion in Modena stehen 25 dieser Anlagen.

„Drei Faktoren sind entscheidend, dass keine Doppelten im Tütchen landen. Erstens die Anordnung der Bilder auf dem Druckbogen. Zweitens die spezielle Mischung geschnittener A4-Bögen. Und drittens die Zusortierung von fünf Einzelbildern in ein Tütchen mit der Fifimatic“, fasst Giuseppe Tagliavini, Produktionsleiter und technischer Direktor der Panini-Gruppe zusammen.

Auch der letzte Schritt – das Verpacken – ist automatisiert: Das Fließband bringt die Bildchen direkt zu Endlospapierrollen. Jeweils zwei Papierstränge verlaufen übereinander und umschließen die Fünferstapel, die direkt dazwischen geschoben werden. Das Papier wird maschinell verklebt und in kleine Päckchen geschnitten. Jeweils 50 oder wie bei einer WM 100 Päckchen finden in einer Schachtel Platz. Jetzt trennt die Sammler nur noch ein logistischer Schritt vom Tütchen aufreißen, Bilder einkleben und tauschen: der Versand in weltweit mehr als 130 Länder.

PRESSE-INFORMATION

PRESSE-INFORMATION

Bildunterschrift:

Produktion am Panini-Hauptsitz in Modena.

Bildquelle: Panini

PRESSE-INFORMATION

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 631 Millionen Euro (2016) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1200 Mitarbeiter in zwölf Tochtergesellschaften und vertreibt seine Produkte in mehr als 130 Ländern. Die Panini Verlags GmbH ist Deutschlands größter Verlag im Kinder- und Jugendsegment sowie Deutschlands größter Comicverlag. Am Firmensitz in Stuttgart sind rund 70 Mitarbeiter tätig. Panini in Deutschland veröffentlicht jährlich 130 Buch-, 650 Comic- und 50 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr).

Medienkontakt:

Christine Fröhler
PR WM 2018
0711-97893-37
panini@cc-stuttgart.de

Andreas Danner
PR Sticker, Trading Cards, Sammelprodukte
0711-94768-888
andreas.danner@panini.de

www.paninineswsroom.de/wm2018
www.paninineswsroom.at/wm2018
www.instagram.com/paninide
www.facebook.com/paninide
www.twitter.com/paniniverlag
www.youtube.com/paniniverlag

PANINI