



PRESSE-INFORMATION

Der bunte Bilderreigen im Überblick

Alles Wissenswerte zur offiziellen Stickerkollektion von Panini zur UEFA Euro 2016 in Frankreich

Stuttgart, 4. April 2016

- Die Stickerkollektion zur UEFA Euro 2016 ist in Deutschland seit 23. März und in Österreich seit 22. März im Handel.
- Panini ist exklusiver offizieller Lizenznehmer der UEFA für die Stickerkollektion zur Euro 2016 in Frankreich.
- Der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten hat sich seit 1980 zum zehnten Mal in Folge die Rechte gesichert. Beim damaligen Turnier in Italien erschien zum allerersten Mal ein Sammelalbum zu einer EM.
- Historische Besonderheit: Europameisterschaften sind untrennbar mit Panini verbunden. Noch nie in der Geschichte des Turniers hat ein anderer Anbieter eine EM-Kollektion herausgebracht.
- Zu EM-Zeiten ist ganz Deutschland die Zielgruppe von Panini. Jung und Alt, Männer und Frauen, quer durch alle Bevölkerungsgruppen und -schichten.
- Das 96-seitige Album gibt den Sammlern Platz für 680 Sticker.
- Eine Stickertüte enthält wie üblich fünf Sticker – im Album sind bereits sechs Sticker eingheftet.
- Die Teamseiten im Album bestehen aus 20 Spielerporträts.





PRESSE-INFORMATION

- Spezialsticker sind beispielsweise Maskottchen und Spielball.
- Unter www.mypanini.com können sich Sammler einen individualisierten Sticker erstellen lassen und so ihr Album auf der ersten Seite personalisieren.
- Jede Nation wird gruppenweise mit Wappen und Teamjubiläumsvorgestellt.
- Erstmals hat Panini zu einer Euro ausgewählte Motive so gestaltet, dass ein Sticker aus zwei Abziehbildern besteht: Die schmalen Hochkantsticker zeigen die Elf aus der EM-Qualifikation jedes Teilnehmerlandes der Euro 2016. Die 680 Sticker der gesamten Kollektion bedeuten 800 Einzelmotive.
- Redaktionsschluss für die „Panini-Kader“ war bereits Ende Januar 2016, weit vor der offiziellen Bekanntgabe der einzelnen Kader durch die Verbände. Die Auswahl der Panini-Bilder trifft eine erfahrene Panini-Redaktion am Hauptsitz in Italien. Die „Trefferquote“ von Panini liegt bei ca. 85 Prozent.
- Ende Februar startete die Produktion der Bilder am Panini-Stammsitz Modena in Italien. In Hochzeiten produziert Panini mit rund 70 Mitarbeitern im Dreischichtbetrieb 21 Stunden pro Tag, 6 Tage die Woche. Maximal können so täglich rund 7-8 Millionen Tüten produziert werden, die mit 20-25 Lkw pro Tag ab Werk distribuiert werden.
- Alle Einzelbilder werden gleich oft produziert.
- Diese Panini-Sammlung ist in mehr als 100 Ländern weltweit erhältlich, für eine Europameisterschaft ist Deutschland der wichtigste Markt für Panini.





PRESSE-INFORMATION

- In einer Tüte sind immer fünf verschiedene Sticker, nie zwei gleiche. Gewährleistet durch die Misch- und Eintütmaschine Fifimatic, die Umberto Panini bereits 1964 erfand.
- Die letzten fehlenden 50 Bilder des Albums können traditionell bei Panini zu je 20 Cent plus drei Euro Versandkosten inkl. Bearbeitungsgebühren nachbestellt werden (per Internet, Bestelleinhefter, E-Mail oder Brief).

Produktportfolio

- Das Panini-Portfolio ist so vielseitig wie noch nie bei einer Europameisterschaft. Es besteht aus Stickern, Sammelkarten, Sammelfiguren und Online-Produkten. Im Einzelnen:
- Am 18. Februar 2016 hat Panini die Adrenalyn XL Trading Cards zur EM auf den Markt gebracht.
- Am 23. März 2016 startete Panini mit der Stickerkollektion in Deutschland, am 22. März 2016 in Österreich. Neben Alben und Stickertüten sind auch sogenannte Startersets (Album plus Tüten) und Multipacks bzw. Blister (mehrere Tüten gebündelt) auf dem Markt. Das Album ist auch als Hardcover-Variante als Teil eines Startersets im Handel.
- Erstmals rundet Panini seine Produktpalette zu einem Fußballgroßereignis mit Sammelfiguren ab. 24 sogenannte „Panini Superstars of Football“ – einer pro Teilnehmerland – sind gemeinsam mit einer Stickertüte erhältlich. Für Deutschland läuft beispielsweise Mario Götze auf, für Österreich Marko Arnautović.
- Im Online-Bereich setzt Panini auf die App „Panini Collectors“, mit der Sammler per Bildchenscan ihren Stickerbestand (Doppelte und Fehlende) verwalten und in





PRESSE-INFORMATION

den sozialen Netzwerken teilen können. Zudem bietet der Link www.panionlinestickeralbum.com Zugang zum virtuellen Stickeralbum. Mit den Codes auf der Rückseite eines physischen Stickers kann das Online-Album gefüllt werden. Hashtag: #PaniniStickerAlbum

Marketing

- Das Marketing ist so facetten- und umfangreich wie noch nie zu einer Europameisterschaft: Panini setzt auf den 360-Grad-Ansatz mit einem Mix aus TV-, Radio- und Printwerbung, Samplingaktionen (gratis Alben- und Stickerverteilung), Point-of-Sale-Maßnahmen (siehe Vertrieb), Direct Mailings, Online-Newslettern, PR, Online- und Social-Media-Kampagnen sowie Kooperationen mit den offiziellen Partnern der Euro 2016 wie McDonald's oder Coca-Cola.
- In der Albenmitte ist Platz für 8 Sticker, die vom 15. April an als Dreingaben zu jedem Happy Meal (5 Sticker pro Kauf) bei McDonald's erhältlich sind.
- Mit jedem 4x1,5 Liter Aktions-Multipack von Coca-Cola können Sammler vom 2. Mai an 3 von 24 Extrastickern sowie 2 klassische Panini-Sticker erwerben. Mit den Extrastickern können Sammler ihre persönliche Stamm-Elf auf der letzten Doppelseite des Albums kleben.
- Die TV-Werbung wird bevorzugt zur Primetime und bevorzugt am Wochenende in der ferienfreien Zeit nach Ostern drei Wochen lang ausgestrahlt. Mit einer breiten TV-Senderauswahl von mehr als 10 soll die maximale Abdeckung der beiden Kernzielgruppen Kinder und Eltern erreicht werden.





PRESSE-INFORMATION

- Panini verteilt in diesem Jahr seine Gratisalben so zielgruppenspezifisch und umfassend wie nie: Allein in Deutschland werden Millionen von Promoalben in mehreren Printtiteln beigelegt und liegen darüber hinaus in Fußballvereinen, Soccerhallen, Indoorspielflächen und Freizeitparks aus.
- Die bundesweite Radio-Werbung in mehr als 100 Privatsendern startet am 6. April und dauert 10 Wochen lang.

Vertrieb

- Zum Turnier in Frankreich werden in Deutschland rund 70.000 Verkaufsstellen beliefert. Dazu zählen Zeitschriftenhandel, Bahnhofsbuchhandel, Supermärkte, Warenhäuser, Spielwarenhandel, Discounter, Tankstellen und Bäckereien.
- In Österreich werden die Panini-Produkte zur Euro in rund 10.000 Verkaufsstellen aller Handelsformen verfügbar sein. Dazu zählen Tabaktrafiken, Supermärkte, Discounter, Buchhandel, Bahnhofsverkaufsstellen, Tankstellen, Raststätten, Postfilialen, Schreibwarengeschäfte oder auch der Sportfachhandel.
- Zur Euro setzt Panini so stark wie nie auf Aktionen am Point of Sale und geht mit so vielen Theken- und Stand-Displays wie nie ins Rennen. Hinzu kommen Schaufensterbuchungen im Bahnhofsbuchhandel und eine großangelegte digitale Präsenz auf Monitoren im Pressehandel.

Medienarbeit

- Ansprechpartnerin für Medien in Deutschland und Österreich ist Christine Fröhler, Pressesprecherin der Panini Verlags GmbH.





PRESSE-INFORMATION

- Bei der Pressestelle in Deutschland können unter panini@postamt.cc 10 Sets für Gewinnspiele pro Medium angefragt werden. Ein Set besteht aus einem Album und 10 Tüten.
- Das Portal für alle Medienvertreter in Deutschland und Österreich ist unter newsroom.panini.de/euro2016 zu erreichen.

Die Panini-Gruppe

- Panini ist der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Der Geschäftsbereich vereint in Summe Sticker, Fotokarten, Trading Cards, Trading Card Games und Sammelfiguren.
- Das Logo-Symbol des Unternehmens ist ein Ritter. Der Ursprung dafür geht auf Giuseppe Panini zurück, der Rätsel liebte und selbst Kreuzworträtsel unter dem Decknamen „Il Paladino“ (Paladin gleich Ritter) erfand.
- Im Fußball-Collectibles-Bereich hält Panini neben der Euro auch die Rechte für Fußball-Weltmeisterschaften, viele Länderligen und Vereinskollektionen. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl von anderen Sportkollektionen aus den Bereichen NBA, NFL, NHL, Olympische Spiele, Rugby, Hockey usw.
- Neben dem Fußball-Collectibles-Geschäft hat Panini auch im Entertainment-Bereich Lizenzen, beispielsweise von CN, Disney, Dreamworks, Fox, Hasbro, Marvel, Mattel, m4e, Nickelodeon, Rainbow, Warner Bros u.v.m.
- Panini handelt jährlich rund 1000 Lizenzverträge aus, allein für ein Großereignis wie eine EM sind rund 40 einzelne Verträge nötig. Beispielsweise mit der UEFA und mit den ein-





PRESSE-INFORMATION

zelen Verbänden der teilnehmenden Nationen oder auch mit potenziellen Teilnehmern.

- In den Bereichen Fußball und Entertainment bringt Panini weltweit jährlich in Summe zirka 400 Sammelkollektionen auf den Markt, davon in Deutschland zirka 30.
- Seit Firmenstart 1961 hat Panini Sticker im dreistelligen Milliardenbereich produziert.
- Paolo Maldini, Italien, ist der am häufigsten in einem Panini-Album abgebildete Spieler (mehr als 50 Mal!).

* * *

Die Panini-Gruppe mit Sitz im italienischen Modena ist mit einem Umsatz von 751 Millionen Euro (2014) der weltweit größte Verleger von Sammelprodukten. Das Unternehmen beschäftigt mehr als 1000 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 70 Magazin-Titel sowie 30 Sammelkollektionen (Sticker, Trading Cards und mehr). Das Verlagsprogramm umfasst zudem DVDs und Kalender. Neben den Segmenten Kids, Boys und Girls setzt Panini mit Magazinen verstärkt auf Frauen als Zielgruppe.

Ihr Medienkontakt bei der Euro 2016:

Communication Consultants GmbH
Jurastraße 8
70565 Stuttgart
Christine Fröhler
0711 97893 37 oder 0162 2978937
panini@postamt.cc
newsroom.panini.de/euro2016
www.twitter.com/PaniniVerlag #PaniniStickerAlbum #Sammelfieber
www.youtube.com/PaniniVerlag
[Profil auf Google+](#)

