

Sammlerleidenschaft ist ungebremst

Das grosse Geschäft mit den Fussball-Bildchen - Hochkonjunktur für das Haus Panini

BERN: Vor und während der Fussball-WM haben die Sammler und Sammlerinnen der Fussball-Abziehbilder aus dem Hause Panini Hochkonjunktur. Auf Pausenplätzen, in den WM-Bars und am Arbeitsplatz wird eifrig getauscht und eingeklebt. Das Geschäft läuft rund - wie gewinnbringend ist unklar.

Thomas Zimmermann/sda

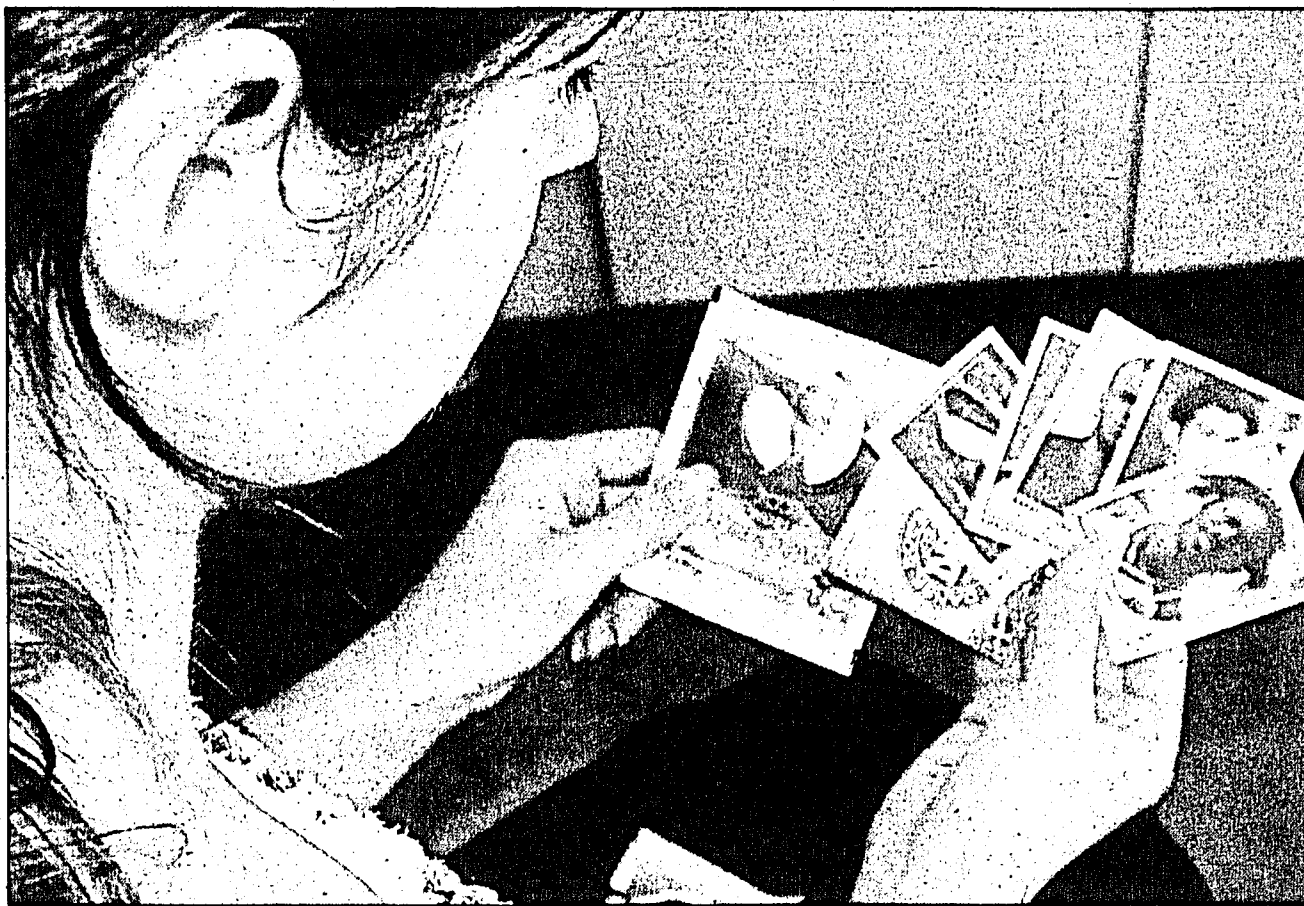
Nimmt man die Geheimniskrämer der italienischen Firma Panini zum Massstab, muss es sich um ein sehr gutes Geschäft handeln. Die einzige relevante Geschäftszahl, welche die Verlagsgruppe aus Modena bekannt gibt, ist der Gruppenumsatz aus dem EM-Jahr 2000. Er belief sich damals auf 174 Mio. Euro (rund 255 Mio. Fr. zum heutigen Kurs).

WM-Jahr als Kassenschlager

Trotz mehrmaliger Nachfrage macht Panini nur Angaben zum Vertriebsvolumen. Die Zahlen lassen aufhorchen: Für das Album zur letzten Fussball-WM 1998 in Frankreich verkaufte Panini rund 1,8 Mrd. Bilder, verpackt in 300 Mio. Briefchen à 6 Stück. Allein in der Schweiz sollen damals über 65 Mio. Bilder verkauft worden sein.

Obwohl keine Angaben zu Umsatz und Gewinn in einem Jahr mit einer Fussball-WM verfügbar sind, ist die finanzielle Bedeutung des Geschäfts mit den Köpfen der 32 WM-Teilnehmermannschaften unumstritten.

«Das Album über die Fussball-WM ist das wichtigste Panini-Produkt», wird Umberto Leone, Direktor für den



Beliebt ist die Sammlerei nicht nur bei Jugendlichen. Laut Panini sollen bei einer WM rund 20 Prozent der Sammlerinnen und Sammler zwischen 25- und 36-jährig sein. (Bild: jak)

italienischen Markt, in einem Communiqué zitiert. Für das laufende WM-Geschäft erwartet Panini höhere Verkäufe als 1998.

Logistische Grossaufgabe

Das Abenteuer Fussball-WM scheint vor allem auch eine logistische Generalstabsübung zu sein. Laut Leone braucht es eine enorme Produktionskapazität. Schliesslich werden die Bil-

der in 70 Ländern vertrieben und kommen ungefähr zur gleichen Zeit auf den Markt.

Zurzeit würden täglich ungefähr 5 Mio. Briefchen produziert und ausgeliefert, sagte eine Panini-Sprecherin. Die Auswahl der Bilder sei willkürlich und werde von Maschinen vorgenommen. Allein in Italien beschäftigt Panini rund 500 Angestellte. Über das Personal der Vertriebsgesellschaften ist

nichts bekannt. Auf eine harte Probe gestellt wurde Panini dieses Jahr in Malta. Die rund 300 000 Einwohner der Mittelmeerinsel, die bereits während der letzten WM 2,5 Mio. Briefchen gekauft hatten, wurden auch dieses Jahr von einer regelrechten Sammelwut gepackt. Als die Kioske ihre Vorräte verkauft hatten, kam es zu Tumulten, so dass die Polizei einschreiten musste.

Beliebt ist die Sammlerei nicht nur bei Jugendlichen. Laut Panini sollen bei einer WM rund 20 Prozent der Sammlerinnen und Sammler zwischen 25- und 36-jährig sein.

Vincenzo Alba (22), Maurer aus Delsberg JU, sammelt die WM-Bilder seit 1986 zusammen mit seinem heute 54-jährigen Vater. «Es sind bleibende Erinnerungsstücke», erklärt er die Sammlerleidenschaft. Ausserdem mache es Freude, die Bilder zu kaufen und mit Freunden zu tauschen. Auf eine gewisse Weise sei es auch eine Rückkehr in die Kindheit, ergänzt er.

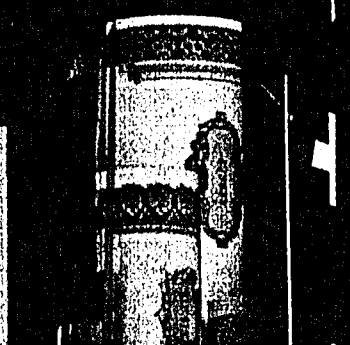
Ähnlich sieht es auch der Aussendienst-Mitarbeiter vom Schweizer Kioskinhaber-Verband, Markus Weidmann (31). Selber seit drei Weltmeisterschaften vom Sammelieber gepackt, sieht er die Panini-Hefte als Liebhaber-Objekte.

Da die Fussball-WM nur alle vier Jahre stattfindet, sei der Wert sehr hoch. Man warte sehnsüchtig auf den Beginn der WM und wolle schon im Vorfeld alle Bilder haben, sagte er weiter.

Schweizer bezahlen das Doppelte

Alba hatte das Album schon vor Beginn der WM gefüllt. Dazu bestellte er die letzten 20 Bilder beim Schweizer Vertreter, der Grünenfelder AG. Dort können maximal 60 Bilder bestellt werden um das Heft zu komplettieren.

Alba bezahlte für das vollständige Album nach eigener Schätzung rund 120 Franken. Stimmt seine Rechnung, so hat er mindestens 200 Doubletten bezahlt. Ein Briefchen kostet in der Schweiz teure 90 Rappen, im Euro-Raum sind es nur 30 Cents (45 Rappen).



BFC KASSEN OBLIGATION - STRATEGIE PLUS

Möchten Sie mittel- bis langfristig vom höheren Gewinnpotential der internationalen Finanzmärkte profitieren und dabei mit Garantie nur gewinnen?

Die Bank Frick & Co. AG bietet ihren Kunden eine einzigartige Anlagemöglichkeit an! Ihre Vorteile:

- Garantierte Mindestrendite
- Gewinnpotential der internationalen Finanzmärkte
- 100% Kapitalschutz
- Ertragsoptimierte Anlagestrategie



BANK FRICK & Co.

AKTIENGESELLSCHAFT

LIECHTENSTEINER PRIVATBANK

Landstrasse 8 · Postfach 43 · 9496 Balzers · Telefon +423 - 388 21 21 · Telefax +423 - 388-21 22 · www.bfc.li

Bestellen Sie heute noch kostenlos und unverbindlich die Informationsunterlagen!

- Verkaufsprospekt «BFC Kassenobligation - Strategie plus» Anlagepolitik «BFC Strategie plus»
- Kontoeröffnungsunterlagen Broschüre der Bank

Vorname

Name

Strasse

PLZ/Ort

Telefon