

Der Klebe-Kult

Alles Panini vor dem Start der Fußball-EM: Drei Millionen Alben sind bei uns auf dem Markt. Und die Sticker-Sammellust packt nicht nur Kinder

Das Virus breitet sich aus wie eine Sommergrippe. Väter infizieren ihre Söhne, Teenies stecken ihre Freunde an, gestandene Kerle ihre Kollegen, sogar ihre Frauen und Freundinnen. Das Virus kurz vor dem Start des nächsten Fußball-Sommers heißt: Panini.

Seit der italienische Verlag zur Fußball-EM (Start am 7. Juni in Basel) über drei Millionen der neuen Sammelalben „UEFA-Euro-2008“ auf den deutschen Markt geworfen hat, mit Platz für Klebebildchen aller europäischen Fußballstars, wird quer durch die Republik gezockt, getauscht, geklebt. Deutschland, ein Volk vernarrter Jäger und Sammler. Warum bloß?

Pro Buch gilt es 535 Sticker zu sammeln, Schweinis und Poldis, Luca Toni und Ronaldos, griechische Torhüter, holländische Stürmer und kroatische Verteidiger. 20 Spieler zu jedem der 16 Nationalteams, dazu Mannschaftsfotos, Wappen und Maskottchen, Bilder von den Stadien und Städten,

vom Pokal und Action-Sticker der besten Helden der Nationen. Das schafft man nicht allein. Und genau das macht den Reiz aus.

Die Sticker gibt es nur in undurchsichtigen 5er-Tütchen. 107 davon (für rund 65 Euro) müsste man kaufen, wenn jedes Bild darin ein Treffer wäre. Doch schnell hat man viele Bildchen doppelt. Dann bleibt nur eins: Tauschen. Klose gegen Gattuso, Henry gegen Charisteas, Kuranyi gegen Van Nistelroy. Und warum eigentlich sind die Russen so

schwer und die Kroaten so leicht zu kriegen? Der Verlag beteuert immer wieder: Von allen Stickern werden gleich viele gedruckt. „Wir verknappen da nichts“, sagt Panini-Deutschland-Sprecher Jens Presche.

„Selbst wenn's so wäre, das ist doch der Zauber an Panini“, sagt Sticker-Sammler Markus Krapf, „dass wir uns zum Tauschen immer wieder treffen müssen. Dauern Leute kennen lernen. Dass wir die Köpfe zusammenstecken und über Fußball oder sonst was daherreden.“ Der Jagd- und Wettkampftrieb wird auch befriedigt: Wer ist am weitesten? Wessen deutsche Heldenriege schon komplett? Und wer bie-

tet wie viele Gesichter für ein Nationalwappen?

Drei Viertel seines Albums hat Sammler Alfred West in sechs Wochen voll bekommen. „80 Sticker hab ich doppelt“, sagt er, „den Kroaten Balaban sogar vier Mal, dafür fehlt mir der Camoranesi, dann wären die Italiener komplett.“

Deshalb tingelt er regelmäßig zu Tauschbörsen. Wie Markus Krapfs Augsburger Kneipe „11er“, Treff für Fußballfreunde aus der Region. Gut 150 Sticker, lauter Tauschware, hängen da gerade neben dem Tresen. Unter echten Sammlern ist es verpönt, beim Verlag fehlende Sticker zu bestellen, oder übers Inter-

net bequem mit anderen zu tauschen. „Der wahre Panini-freund macht das Auge in Auge, nur das ist echter Sportsgeist“, sagt Krapf.

So wie neulich, als ein Sammelreak mit dem Album der 1982er WM in Spanien auftauchte, und sich alle über die Frisuren der Spieler von damals amüsierten: „Das ist so ein Spaß“, sagt Krapf. „Das verbindet.“ Erwachsene wie Kinder. „Mit Panini erleben sie die Lust an der Gemeinschaft“, so die Kinder-Psychotherapeutin Annette Jugl, „da haben sie sich was zu erzählen, können darüber ihre Sorgen und Probleme vergessen.“

Ein Effekt, der die meisten Schulleiter in Bayern dazu veranlasst hat, die Sammelei im eigenen Haus zu untersagen. „Die Kinder sind so verrückt nach den Bildchen, die können sich im Unterricht auf gar nichts mehr konzentrieren“, sagt Ursula Veitleder, Rektorin an der Münchner Grundschule am Mariahilfplatz, „bei uns gilt jetzt Panini-Verbot.“ Genauso in Nürnberg. Dort verhängte Rektorin Helga Reichelt in der Henschel-Grundschule das Sammel-Aus.

Dass die 30 Millionen für Deutschland gedruckten EM-



Sammeln und tauschen - vor der Fußball-Europameisterschaft hat das Virus namens Panini bereits Millionen infiziert. Foto: Keystone



Objekte der Begierde: Für WM-Alben von 1974 mit Stickern der bayerischen Helden werden bis zu 1000 Euro geboten.

Tütchen (ein Viertel dessen, was im WM-Sommer 2006 über die Ladentheken ging), dennoch ihre Abnehmer finden, steht kaum zu bezweifeln. Denn die Ära der Panini-Alben geht zu Ende.

Für die jährlichen Bundesliga-Sammelhefte hat die amerikanische Kaugummifirma Topps ab nächstem Jahr die Li-

BILDER-GESCHICHTEN

Von der Schokolade zum Fußball

Sammelbilder gibt's nicht erst seit Panini. Schon Ende des 19. Jahrhunderts lockten Unternehmen wie die Schokoladenfirma Stollwerck ihre Kunden mit Serienbildern plus passendem „Einsteckalbum“. Bekannte Maler wie der große Realist Adolph Men-

zel (1815 bis 1905) gestalten die Motive: fremde Städte, exotische Pflanzen oder technische Wunderwerke.

Das Klebe-Album, wie wir es heute kennen, begann seinen Erfolgskurs in den Goldenen 20ern. Thematisch gab es keine Gren-

zen. Schauspieler, Flaggen, Liedtexte, Schiffe - jeder Wunsch wurde erfüllt.

Seit den 70ern gibt es die Sticker in Tütchen zu kaufen. Die Bestseller der letzten Jahre sind Disney-Motive wie Hannah Montana und Ratatouille. Und immer wieder Fußball.

Irene Kleber