

Die häufigsten Sticker

1. Gianluigi Buffon
2. Philipp Lahm
3. Mario Mandžukić



Da fehlen doch welche

Fußball Die WM-Sticker von Panini sind Kult. Nun keimt unter Sammlern ein böser Verdacht: Schummelt der italienische Verlag beim Druck der Bildchen?

Im Café Rizz in Berlin-Kreuzberg herrscht vergangenen Mittwoch reges Treiben. Mal sammeln sich fünf Menschen an den Tischen, mal sind es zehn. Kinder und Erwachsene, gesprochen wird in Chiffren: „Habt ihr die 256 oder die 483?“

Thomas Mattai hat die beste Entschuldigung dafür, warum ein erwachsener Mann mit einem Bündel Klebebildern von Fußballstars in einem Café sitzt: „Ich tausche für meinen Sohn.“ Ihm fehlt unter anderem noch das Mannschaftsbild der Deutschen. „Mexiko, Italien, davon hatten wir ganz viele.“ Und Ghana sei als Erstes komplett gewesen. „Am meisten fehlt uns Korea“, berichtet der Berliner.

Für Mattai und die anderen Gäste hat die Fußball-WM schon Wochen vor dem Eröffnungsspiel begonnen – mit dem Füllen ihres Panini-Albums. Seit der Weltmeisterschaft 1970 in Mexiko bringt der italienische Verlag aus Modena zu jeder Fußball-WM Sammelhefte und Abziehbildchen der teilnehmenden Nationalspieler raus. Längst ist das große Kleben ein generationenübergreifender Kult.

Fünf Bildchen stecken in jeder Sammlertüte zum Preis von 60 Cent – jedes Motiv in gleicher Menge gedruckt und zufällig auf die Päckchen verteilt, sagt Panini. Doch wenn die Hefte sich füllen und die letzten fehlenden Sticker partout in keinem aufgerissenen Tütchen mehr zu finden sind, beginnt bei jeder Meisterschaft die Zeit der Verschwörungstheorien: Panini

trickst und druckt bestimmte Sticker seltener – für viele Sammler ist das die gefühlte, aber kaum beweisbare Wahrheit.

Doch nun liefert das Internet den Zweiflern einen neuen Beleg. Auf den Seiten der Onlinetauschbörse stickermanager.com haben 15 000 Sammler aus Deutschland bereits 8,33 Millionen Aufkleber der WM 2014 gemeldet. Bei einer so großen Stichprobe sollten die Motive annähernd gleich verteilt sein. Aber das ist nicht der Fall. 200 Sticker sind 15 000-mal und mehr vorhanden – die übrigen 440 pendeln um den Wert von 11 400.

Max Kamm aus Zürich hat die Plattform stickermanager.com 2006 zusammen mit einem Informatiker gegründet. „Wir wollten das Tauschen erleichtern, die Idee ist am Biertisch entstanden“, erzählt er. Die Plattform führt Tauschinteressierte zusammen.

Schon bei der WM 2006 hat Kamm eine starke Ungleichverteilung beobachtet: „Ich denke, Panini hat die Länder damals unterschiedlich beliefert.“ Bei folgenden Turnieren seien die Unregelmäßigkeiten geringer ausgefallen. „Meine These ist, dass Panini auch auf das Aufkommen der Tauschbörsen und die dadurch gestiegene Transparenz reagiert hat.“ Beim aktuellen Album dagegen hält Kamm es für höchst wahrscheinlich, dass der Verlag die Bilder in unterschiedlicher Menge herausgegeben hat.

Die Frage ist nur: Was hat der Verlag davon? Bei den 200 besonders häufigen Aufklebern handelt es sich um Spielerporträts aus zwölf Mannschaften, darunter Deutschland, Argentinien und Portugal. PR-Fotos von Panini zeigen, dass diese Sticker gemeinsam auf einem großen Bogen gedruckt werden, bevor dieser zerschnitten und die Aufkleber in Tüten verpackt werden. Die anderen 20 WM-Teams werden offensichtlich auf anderen Bögen gedruckt.

Christian Hesse, Statistikexperte der Universität Stuttgart, hat die Daten analysiert und kommt zu einem klaren Ergebnis: „Die starken Variationen bei den Stickeranzahlen sind nicht mit einer Gleichverteilung aller Bilder vereinbar“, sagt der

Mathematikprofessor. Die Unterschiede seien „statistisch extrem signifikant“. Das bedeutet: Es ist höchst unwahrscheinlich, dass Panini seine Aufkleber in Deutschland gleich verteilt verkauft.

Panini bleibt dabei, dass alle Bögen und Sticker in gleicher Stückzahl produziert würden und auch in gleicher Stückzahl am Markt verfügbar seien. Die Ungleichverteilung bei der Tauschbörse sei „Zufall“, beteuert das Unternehmen. Viele Käufer dagegen argwöhnen, dass der Verlag seinen Umsatz steigern will. Schließlich müssen Kunden so mehr Tüten kaufen, um möglichst viele verschiedene Motive zusammenzubekommen. Das Geschäft mit Sammelalben ist millionenschwer, nach Brasilien ist Deutschland der zweitgrößte Markt der Welt. Zur WM 2006 soll Panini in Deutschland 800 Millionen Sticker verkauft haben, Stückpreis damals: zehn Cent. Aktuellere Zahlen gibt das Unternehmen nicht heraus.

Die andere mögliche Erklärung: Panini möchte den deutschen Kunden helfen, das eigene Team möglichst schnell zu vervollständigen, um sie bei Laune zu halten. Deshalb werden Lahm und Co. häufiger in Umlauf gebracht. Vielleicht könnte aber auch nur bei der Produktion oder der Auslieferung etwas schiefgelaufen sein. Dabei ist Panini durchaus in der Lage, die Bildchen in gleicher

Menge auf den Markt zu bringen, wie der Blick in die Schweiz beweist. Die 640 Sticker des Schweizer Panini-Albums haben anders als die deutschen Sticker keinen weißen, sondern einen silbergrauen Rahmen. 2,36 Millionen dieser Aufkleber finden sich in der Stickermanager-Datenbank – sie sind nahezu mustergültig gleich verteilt.

Für den Statistikexperten Hesse ist das ein weiteres Indiz, dass zumindest in Deutschland die Sticker nicht in gleicher Anzahl verkauft werden. Der Verlag erklärt die Auffälligkeiten mit demselben Prinzip, mit dem die Bildchen angeblich den Weg in die Tütchen finden: Zufall.

Holger Dambeck, Markus Dettmer