

SAMMELBILDER

Künstler am Ball

Die «Tschuttibildli» aus Luzern waren eigentlich bloss für die lokale Alternativszene gedacht. Mittlerweile sorgen die gezeichneten Sammelbilder aber international für Furore – selbst im Hause Panini.

Text: Markus Föhn; Illustrationen: tschuttiheft.li



Bald ist Anpfiff

490 Sticker, gestaltet von 40 Künstlerinnen und Künstlern: Das sind die «Tschuttibildli» zur Fussball-WM 2014 in Brasilien. Der Beobachter zeigt auf diesen Seiten exklusiv eine breite Auswahl der neuen alternativen Sammelbilder aus Luzern. Erhältlich sind sie ab dem 12. April. Informationen zu Verkaufsstellen, Tauschbörsen und Online-Bestellung gibt es auf www.tschuttiheft.li.

Niemand von ihnen glaubte, dass sich sonderlich viele Leute für die etwas anderen Fussballerbilder interessieren würden. Trotzdem stiegen sie nach dem Eindunkeln jeweils guter Dinge die knarrende Treppe hoch bis unters Dach, in die kleine Altbauwohnung des Luzerner Illustrators Silvan Glanzmann, die den allabendlichen Treffen eine verschwörerische Note verlieh.

Oben scharten sie sich um den Stubentisch, eine Handvoll Freundinnen und Freunde Ende 20. Und dann taten sie etwas, was überaus merkwürdig anzusehen war: Sie begannen, im Gänsemarsch um den Tisch zu trotten. Griffen nach den passfotogrossen Bildern, die darauf gestapelt waren, machten Beigen zu je 15. Einer von ihnen sass in einer Ecke, nahm die Stapel entgegen, steckte sie in Papiertütchen und verschloss sie mit einer Bostitchklammer. Stundenlang ging das so. Gegen Mitternacht war die Luft stickig, Glanzmann verteilte Bier.

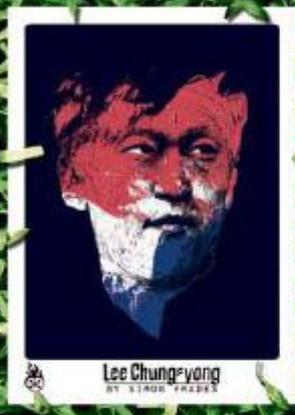
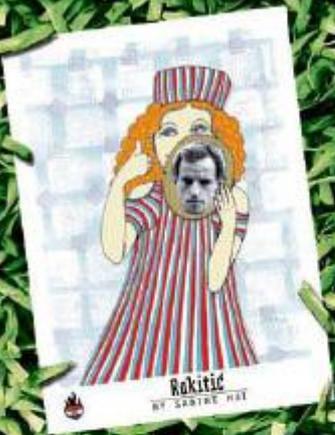
Das war vor sechs Jahren, wenige Wochen vor Anpfiff der Fussballeuropameisterschaft in der Schweiz und in Österreich. Was da in Luzern im Lichtkegel der Wohn-

zimmerlampe auf Silvan Glanzmanns Tisch lag, war die erste Auflage der «Tschuttibildli». 100 000 Sammelbilder. Torhüter Diego Benaglio, Stürmer Cristiano Ronaldo, Linksaussen Franck Ribéry und gut 200 weitere Fussballer und Trainer der «Euro 08» – die Gesichter aber nicht fotografiert wie bei den bekannten Panini-Stickern, sondern gestaltet hauptsächlich von Leuten aus dem Umfeld der «Kunsti», der Abteilung Design und Kunst der Hochschule Luzern. Fussballer, gezeichnet, gepinselt, geknetet oder gestickt. Je 500-mal gedruckt. Und dann von Hand in fast 7000 Tüten gesteckt.

«Wir haben die Wirkung unterschätzt»

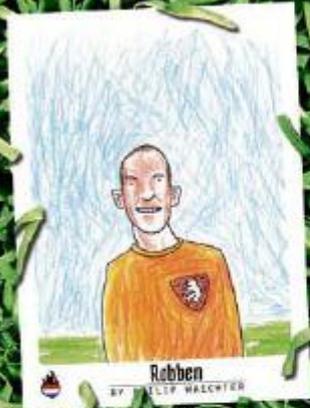
Heute sagt Silvan Glanzmann, so etwas wie der Artdirector der «Tschuttibildli» und noch immer daheim in der Altbauwohnung gleich unter dem Dach: «Wir haben das damals völlig unterschätzt. Wir dachten, das sei etwas für die Fussballfans in der Luzerner Alternativszene und werde sonst nicht weiter beachtet.»

Sechs Jahre später unterschätzt der 38-Jährige die «Tschuttibildli» nicht mehr. In gut einer Woche erscheint im Vorfeld

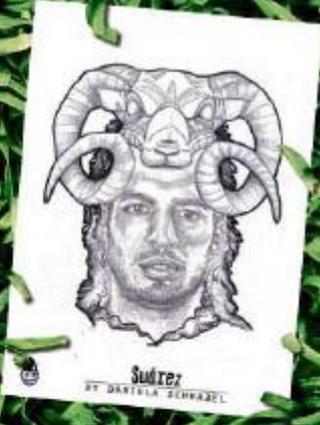




Neymar
BY FELIPE ALTERO



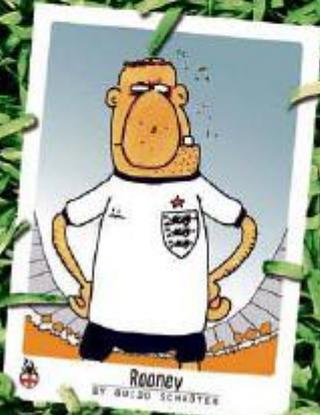
Rabben
BY JELLY WACHTER



Suarez
BY DANIELA SCHWABEL



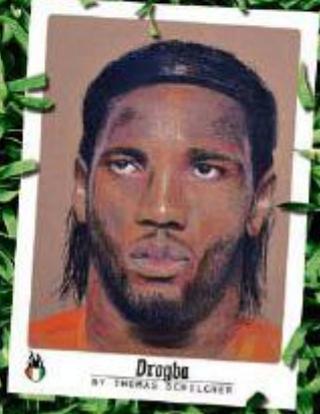
Eto'o
BY ALICE RÖHL



Rooney
BY GUIDO SCHLÖTTER



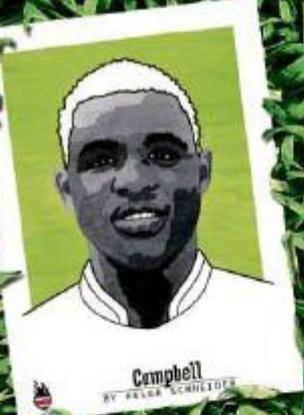
Bolotelli
BY NADJA WALT



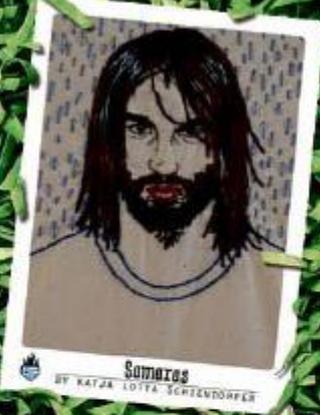
Dragba
BY THOMAS SCHLÖTTER



Kagawa
BY CLAYTON JUNIOR



Campbell
BY ANDRÉ SCHLÖTTER



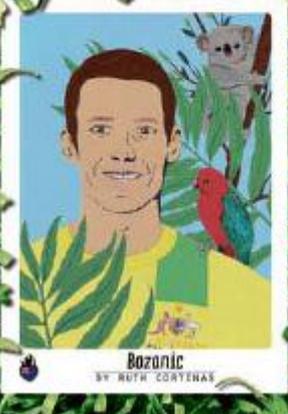
Somoza
BY KATJA LÖTTA SCHLÖTTER



Jiménez
BY ARDY WEILLER



Vidal
BY MARTINA WALTHER



Bozonic
BY RUTH CORTINAS



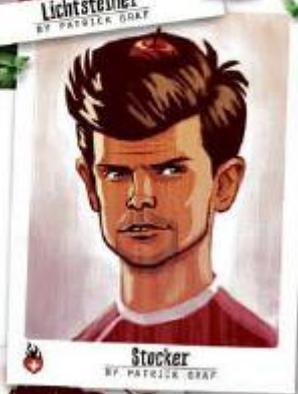
Falcao
BY SARAH WEISMAÛY



Xavi
BY MICHAEL FLOCKE



2014
WWW.TSCHUTTERBALL.DE



der Fussballweltmeisterschaft in Brasilien bereits zum vierten Mal ein Sammelband mit gezeichneten Stickern (siehe «Bald ist Anpfiff», Seite 45). Die Startauflage liegt diesmal bei zwei Millionen Bildern. Gemischt und eingepackt werden sie nicht mehr an Glanzmanns Stubentisch, sondern in Italien, in der Druckerei des Sammelbilder-Herstellers Edis in Modena, unweit des Hauptsitzes des Fussballbilder-Giganten Panini.

Signor Panini wünscht 15 Alben

Ein amüsantes Detail dabei: An der Spitze von Edis sitzt Antonio Panini, Sohn des 1996 verstorbenen Giuseppe Panini, der zusammen mit seinen drei Brüdern das weltumspannende Familienimperium aufbaute. Er scheint die «Tschuttibildli» zu mögen – Silvan Glanzmann jedenfalls hat von der Sachbearbeiterin in Modena kürzlich eine Mail erhalten, in der es in etwas holprigem Englisch heisst: «Wäre es Ihnen vielleicht möglich, uns 10 bis 15 komplette Alben zukommen zu lassen? Antonio Panini hat mich darum gebeten, die Bilder gefallen ihm.»

Verwunderlich ist das nicht. Die Fussballer kommen auf den «Tschuttibildli» wesentlich origineller daher als auf den Stickern aus dem Hause Panini, das die Kicker so öde abknipsen liess wie eh und je. Bei der Alternative aus Luzern ist etwa die spanische Mannschaft in Kirchenfenster-Optik gehalten, die Franzosen posieren mit Baskenmütze und Gauloise im Mundwinkel. Nati-Trainer Ottmar Hitzfeld hält mit grimmigem Comic-Antlitz eine Armbrust geschultert, die Honduraner wirken in ihren barocken Gewändern wie die Ölgemälde einer bedeutsamen Ahnengalerie. Die Gesichter der Griechen sind mit Nadel und Garn gestickt, das italienische Team in Form von Kasperltheater-Figuren nach-

modelliert. Anders als bei den früheren Alben stammen die Künstlerinnen und Künstler, die je eine Mannschaft gestaltet haben, nicht mehr nur aus der Schweiz und aus Deutschland, sondern auch aus Frankreich, Grossbritannien, Irland, Lettland, mehrere gar aus dem WM-Gastgeberland Brasilien.

Eine ernsthafte Konkurrenz zu Panini sind die «Tschuttibildli» zwar nicht; die Italiener rechnen für dieses Jahr allein in der Schweiz mit rund 250 Millionen verkauften Bildern. Dennoch: Die einst eher nebenher erdachten und in der Freizeit gestalteten Bilder haben sich als künstlerische Alternative zu den Panini-Stickern etabliert. «Sie sprechen Leute an, die früher als Kind schon Fussballbilder gesammelt und getauscht haben, die dieses Fieber kennen, das man dabei damals auf dem Pausenplatz hatte», sagt Glanzmann. «Leute, die mit den Panini-Bildern vielleicht aber nicht mehr so viel anfangen können.»

Bilder, denen man das Herzblut ansieht

In den Augen vieler Fussballfans ist der italienische Konzern mit seinem Jahresumsatz von über 600 Millionen Euro eine Spur zu geschäftstüchtig, glaubt Glanzmann. Zu teuer seien die Sticker, zu viele von ihnen notwendig, um die überdimensionierten Alben vollzubekommen. Und überhaupt: Zu blutleer und stromlinienförmig sehe das mittlerweile alles aus. Das war mit ein Grund, weshalb damals überhaupt die Idee der eigenen Sammelbilder entstand: «Wir wollten Bilder und Alben machen, denen man Herzblut und Begeisterung für den Fussball ansieht.»

Entstanden ist dieser Plan 2008 an einer Redaktionssitzung des «Tschuttiheftli» in Luzern, eines kleinen Magazins mit unentgeltlich schreibenden Autoren, das dreibis viermal jährlich erscheint und Fussball

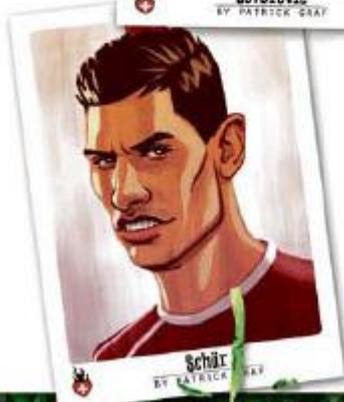
mit kulturellen Themen zu verbinden versucht. Das Bundesamt für Kultur hatte die Kulturprojekte, die im Rahmen der EM 2008 hätten stattfinden sollen, gerade versenkt – also beschloss die «Tschuttiheftli»-Redaktion, in Eigenregie einen künstlerischen Beitrag zum Turnier zu leisten.

Wegen der Uefa trugen sie keine Logos

Wer letztlich die Idee mit den künstlerischen Porträts hatte, weiss niemand mehr. Irgendwann im Lauf der Sitzung war sie da, und Silvan Glanzmann, selber Kunstschulabsolvent, kontaktierte mögliche Zeichner und Gestalter, während die Juristen in der Redaktion die rechtliche Seite klärten. Um der mächtigen Uefa nicht in die Quere zu kommen, erschienen Sammelbilder und -alben schliesslich ohne offizielle Logos und Bezeichnungen, die möglicherweise hätten geschützt sein können.

Dass sich nicht nur die fussballaffine Alternativszene für die Sticker interessierte, merkte das «Tschuttiheftli»-Team erst, als die lokalen Medien Wind von der Sache bekamen. Die Nachfrage in den Beizen und Buchhandlungen, die die Bilder verkauften, explodierte geradezu, plötzlich entstanden spontane Sammelbörsen. Die Luzerner liessen 300 000 Bilder nachdrucken. Feierabendliche Verpackungsaktionen an Glanzmanns Stubentisch reichten nicht mehr aus, um mit den Lieferungen nachzukommen. Ohnehin war seinem Freundeskreis die Lust darauf etwas vergangen; die Verpackung der Bilder wurde daher ausgelagert, an ein Gefängnis und eine Behindertenwerkstätte.

Die Auflage der «Tschuttibildli» ist seither stetig gewachsen. Mit der Weltmeisterschaft 2010 und der Euro 2012 schwappte die Bekanntheit der Bilder über bis nach Deutschland, für den Vertrieb dort heuerten die Luzerner eigens eine Agentur in



Hamburg an. Gewachsen ist damit auch der Aufwand rund um die Sticker. Trotzdem sollen sie ein Hobby bleiben, sagt Silvan Glanzmann: «Der Fussball ist in den letzten Jahren extrem viel kommerzieller geworden, dagegen wollen wir ein Signal setzen. Fussball ist für uns nicht in erster Linie ein Geschäft, sondern ein Spiel, das Menschen zusammenbringt und grosse Gefühle auslöst.»

Das bedeutet: Die Bildli-Crew bleibt ein Verein, konzipiert die Alben in der Freizeit und arbeitet weiterhin nicht gewinnorientiert – die gut 5000 Franken, die sie 2012 nach investierten 35 000 Franken an den Stickern verdiente, steckte sie in die Produktion der diesjährigen Bilder. Das bedeutet auch: Die «Bildli» sollen günstig bleiben. Das Päckli à zehn Sticker kostet heuer Fr. 1.50. Damit lassen sich die Druckkosten decken und jedem Künstler ein paar hundert Franken zahlen.

«Eine Fussball-WM hat dunkle Seiten»

Ein Teil des Erlöses fliesst dieses Jahr zudem an ein Bürgerkomitee im brasilianischen WM-Austragungsort Salvador, das sich mit Unterstützung des Hilfswerks Terre des Hommes Schweiz gegen Menschenrechtsverletzungen wehrt. Auch das ein Signal, sagt Bildermacher Glanzmann: «Eine Fussball-WM ist zwar ein Fest, aber gerade in Brasilien hat sie auch ihre dunklen Seiten.» Es komme zu Zwangsräumungen von Armensiedlungen und polizeilichen Übergriffen, öffentliche Gelder würden verschwendet. Dieser Aspekt der WM erhält im Sammelalbum eine eigene Doppelseite – mitsamt Stickern des brasilianischen Cartoonisten Renato Moll.

Möglich, dass sich Bildergigant Panini davon inspirieren lässt. Antonio Panini jedenfalls wird die gewünschten «Tschuttiheftli»-Alben rechtzeitig bekommen. ■