FUSSBALL-WM

Die große Flatter

21. Mai 2026 | Aus Heft 21/26
Lesezeit: 9 Min.

Der Spielball für die bevorstehende Fußball-WM wurde im Windkanal vermessen, von Robotern kalibriert und auf verschiedenen Kontinenten getestet. Und doch beginnt mit ihm eine alte Debatte von vorn.
Illustration von Cristian Mera

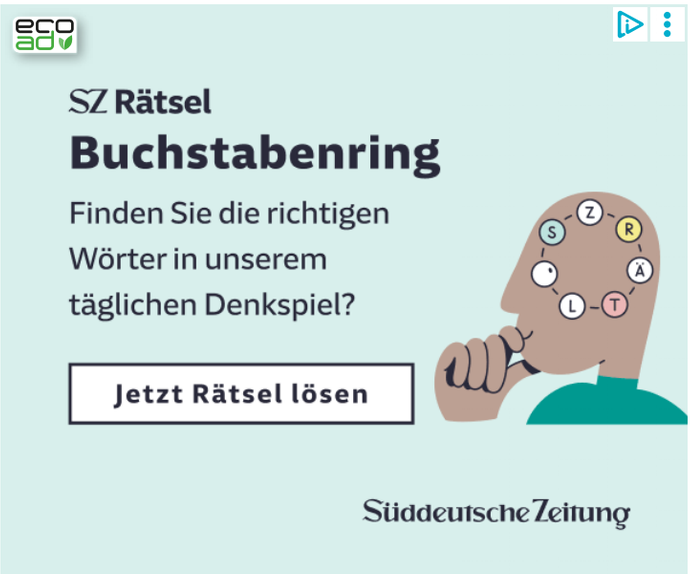
Adidas stellt erneut den WM-Ball, der Entwicklungsaufwand beim Sportartikelhersteller ist riesig. Doch ein Weltstar traf bei einem Test damit das Tor nicht mehr. Die bange Frage lautet: Kann ein Ball zu rund sein?

Von Niko Kappel

Artikel anhören

Merken Teilen Feedback Drucken

ANZEIGE



L

Lamine Yamal versuchte, das Tor zu treffen. Er dribbelte durch die Gegner, zielte, schoss. Aber der Ball flog vorbei. Immer wieder. Dieses geleakte Video aus Werbe-Dreharbeiten für einen Limonadenhersteller löste Ende 2025 eini-ge Diskussionen aus. Es ging um den Ball für die Weltmeisterschaft. Das Modell »Trionda« von Adidas. Der Ball flattert wohl wieder.

Für den Hersteller Adidas wäre das ein Fiasko – eines, das sie dort nur zu gut kennen. Bei der Weltmeisterschaft 2010 in Südafrika diskutierten Trainer, Spieler und Publikum über den Ball. Der »Jabulani« wurde von Adidas damit beworben, der rundeste Ball zu sein, seitdem es Fußbälle gab. Aber er war zu rund.

Früher wurden Fußbälle aus 32 Paneelen zusammengenäht. Zwölf Fünfecken, 20 Sechsecken. Für den Jabulani verwendete Adidas nur acht Paneele. Wegen dieser Veränderung konnten viele Spieler und Torhüter den Ball kaum kontrollieren. Lionel Messi spielte furchtbar mit dem Jabulani. Er schoss bei jener WM in Südafrika 13 Mal aufs Tor. Getroffen hat er nie. Wird das bei seiner letzten Weltmeisterschaft wieder so sein? Es gibt Menschen, die das glauben. Denn der Trionda hat sogar nur vier Paneele. Noch mal vier weniger als der Jabulani. Hat Adidas wieder einen unberechenbaren Ball gebaut?

»Das ist der meistgetestete Fußball der Welt«

SOLÈNE STÖRMANN

Auf dem Firmengelände von Adidas in Herzogenaurach, Mittelfranken, liegt Frost auf den Wiesen. Noch acht Monate bis zur Weltmeisterschaft. In einem Konferenzraum sitzt die Frau, die mit ihrem Team den Trionda entwickelt hat. Solène Störmann hält in ihren Händen das Produkt, auf das im Juni mehr oder weniger der ganze Globus schauen wird. Drei Farben winden sich in Wellen um den Ball. Rot mit Ahornblättern für Kanada, Grün mit Adlerkopf für Mexiko sowie Blau mit Sternen für die USA. Zum ersten Mal in ihrer 96-jährigen Geschichte wird die WM in drei Ländern ausgetragen. Das Drei-Länder-Design ist der Grund für die neue Paneel-Struktur.

Schon während 2022 in Katar WM-Fußball gespielt wurde, begann für Störmann die Arbeit am neuen Ball. Ein Mammutprojekt mit so vielen Abgabeschleifen, dass Störmann sie heute nicht mehr aufzählen kann. Allein für den Namen Trionda brauchte ihr Team rund fünf Monate. »Tri« steht für die drei Gastgeberländer. »Onda« kommt aus dem Spanischen und heißt »Welle«. Auf dem ersten Pitch standen rund 300 Namen. Zuerst prüften Anwälte die Markenrechte, dann strichen Linguisten, was nicht global aussprechbar war.

Übrig blieben rund 15 Namen. Jetzt musste es Störmann noch allen drei Gastgeberländern recht machen. Da hatten die Amerikaner eine Idee. Man könne den Ball doch »Quetzteca« nennen. Das wäre ein Mix aus den Ballnamen der

WM 1994 in den USA, Questra, und dem der WM 1986, dem Azteca aus Mexiko. Störmann fragte, was dann mit den Kanadiern sei. Die Amerikaner antworteten, die seien doch mitgemeint – mit dem »ca« am Ende von Quetzteca. Störmann brauchte lange, um diesen Vorschlag wegzuverhandeln.

»Als wir landeten, war die Balltasche auf einmal kleiner. In dem Moment war ich mir sicher, dass ich meinen Job los bin«

SOLÈNE STÖRMANN

Schon mit frühen Prototypen flog Solène Störmann in die USA, um den Ball testen zu lassen. Bei dieser Weltmeisterschaft verkompliziert die Physik die Ballentwicklung. Temperatur und Höhenmeter können die Aerodynamik eines Fußballs verändern. Der Trionda muss in Vancouver, Miami und Mexiko-Stadt gleich funktionieren. Deshalb reiste Störmann mit einer Tasche voller Triondas von den USA nach Kanada und Mexiko, um den Ball auch dort testen zu lassen. »Wir flogen von Vancouver nach Mexiko-Stadt. Nur drei weitere Menschen und ich hatten Zugang«, erzählt Störmann. »Als wir landeten, war die Balltasche auf einmal kleiner. In dem Moment war ich mir sicher, dass ich meinen Job los bin.« Störmann dachte, jemand hätte einen ihrer Prototypen geklaut. Sie öffnete hektisch die Tasche. Aber alle Bälle waren noch da. Die nicht fest aufgepumpten Triondas waren nur geschrumpft, weil in Mexiko-Stadt auf 2300 Metern über dem Meeresspiegel ein deutlich niedrigerer Luftdruck herrscht als in Vancouver auf Meereshöhe und deshalb Luft durch die Ventile entwichen war – diese waren durch das viele Testen und Reisen leicht durchlässig geworden.

Anmerkung der Redaktion: In einer vorherigen Version war der Druckverlust in den Fußbällen nach der Reise nach Mexiko-Stadt nicht ausreichend erklärt. Wir haben die Stelle entsprechend ergänzt.

Alle vier Jahre braucht Adidas eine neue Geschichte für einen neuen WM-Ball

Wie kann sich Solène Störmann sicher sein, dass der Trionda unter diesen Bedingungen funktioniert? »Das ist der meistgetestete Fußball der Welt«, sagt sie. »Er wird funktionieren.« Um sicherzustellen, dass sich ihr Trionda überall gleich verhält, arbeitete Störmann mit dem besten Freistoßschützen der Welt zusammen. Er steht im Keller des Firmengebäudes in Herzogenaurach. Der »Robo-Leg« ist ein starrer Fuß aus Metall mit einem gespannten Schuh, angeschlossen an einen Computer. In den kann Störmann jeden Schuss der Welt eingeben.

84 km/h Abschussgeschwindigkeit, 516 Umdrehungen pro Minute, 20 Grad Abflugwinkel, 21 Meter Distanz. Ein Mitarbeiter drückt auf den Knopf. Baaam. Tor. Mit dem Roboter lassen sich 100 identische Schüsse reproduzieren. Ein

Radarsystem misst jeden Parameter. Zusätzlich wird der Trionda in Windkanälen, Klimakammern und Luftdrucksimulationsräumen getestet, um zu gewährleisten, dass er sich in allen drei Ländern gleich verhält.

Solène Störmann betreibt all diesen Aufwand, weil für Adidas sehr viel auf dem Spiel steht. Im globalen Fußball streiten sich die Sportartikelhersteller um Verträge. Den jüngsten Kampf hat Adidas verloren. Die deutsche Nationalmannschaft wird ab 2027 Nike tragen. Für Adidas ist das eine große Niederlage. 1954 schraubte Adi Dassler noch persönlich den Helden von Bern die Stol-len auf die Schuhe. Jetzt bot der US-Konkurrent rund 50 Millionen Euro mehr. Egal mit wem man in Herzogenaurach an diesem Tag spricht: Dieser Verlust tut weh.

Der Vertrag zwischen dem Weltfußballverband Fifa und Adidas läuft noch bis 2030. Den WM-Ball darf Adidas nicht auch noch verlieren. Seit 1970 kommt der aus Mittelfranken. Die Weltmeisterschaft erreicht mehr als sechs Milliarden Menschen, zweistellige Milliardenbeträge fließen in Werbung. Für Adidas ist der Ball unverzichtbar.

»Dieser Ball hätte niemals bei einer WM zum Einsatz kommen dürfen«

ERIC GOFF

Eric Goff sitzt am frühen Abend in seinem Büro der University of Puget Sound in Tacoma, Washington. In die Videokamera seines Computers hält er einen Trionda. Der Physiker hat eine These: Je mehr Technik in einem Ball steckt, desto unberechenbarer wird er für die Spieler.

Seit zwanzig Jahren untersucht Goff die Aerodynamik von Sportgeräten. Er forschte mit den Fußbällen der Weltmeisterschaften 2006 bis 2026: »Teamgeist«, »Jabulani«, »Brazuca«, »Telstar 18«, »Al Rihla« und »Trionda«. Goff modelliert Flugkurven, untersucht Oberflächen und spießt Bälle auf Metallstäbe, um sie in Windkanälen zu testen. »Bei Fußbällen ist die Oberfläche alles«, sagt Goff. »Bei zu wenig Paneelen wird der Ball zu rund.« Ein Ball, der zu rund ist? »Wenn der Ball aus wenigen Paneelen zusammengeklebt ist, gibt es weniger Nähte und damit weniger Einkerbungen«, sagt Goff. »Das erzeugt einen geringeren Luftwiderstand.« Genau das sei 2010 passiert, beim Jabulani in Südafrika. Dem Ball, mit dem Messi kaum spielen konnte. Dem Ball, von dem der Brasilianer Luis Fabiano überzeugt war, dass er »verhext« sei.

»Dieser Ball hätte niemals bei einer WM zum Einsatz kommen dürfen«, sagt Goff und teilt seinen Bildschirm. Eine Szene aus einem Spiel der WM 2010. Japan gegen Dänemark. Die Vuvuzelas klingen wie ein Hornissenschwarm. Keisuke Honda tritt zum Freistoß an. Honda schießt, der Ball fliegt über die Mauer in Richtung Tor. Aber auf einmal stoppt er in der Luft wie von Geisterhand, ändert seine Flugkurve und fällt. Der Torwart kann nicht mehr reagieren, und der Jabulani fällt ins Netz. »Dieses Tor wäre mit einem anderen Ball niemals möglich gewesen«, sagt Goff. Weil der Jabulani so rund gewesen sei, habe er eine unberechenbare Flugbahn gehabt. Während des gesamten Turniers beschwerten sich Journalisten, Torhüter und Stürmer über den unheimlichen Jabulani, den Flatterball von Adidas.

Wird der Trionda also der zweite Jabulani? »Gute Frage«, sagt Goff. Mit seinen Fingern fährt er über die Oberfläche des Trionda. Sie ist rau. In den Wellen sind lange, millimetertiefe Gräben. Zudem ist der Ball von kleinen Sternen, Ahornblättern und Adlerköpfen überzogen, die sich vom Kunstleder abheben. Sie sollen die fehlenden Klebenähte ausgleichen.

Goff glaubt, dass diese Reliefs und Gräben Einfluss auf die WM haben werden. Nicht, weil der Trionda flattern wird. »Adidas hat dazugelernt«, sagt Goff.

»Der Trionda ist ein guter Ball. Er wird nicht flattern.« Trotzdem könnte er sich anders verhalten als frühere Bälle. »Bei langen Pässen könnte er vier bis fünf Meter verlieren«, sagt Goff. »Auf einem Spielfeld, das nur 100 Meter lang ist, werden die Spieler das merken.«

»Wenn ein Spieler einen starken Schuss mit etwa 35 Metern pro Sekunde abgibt, könnte der Ball im Vergleich mit dem von 2022 sogar ungefähr zehn Meter weniger weit fliegen«

ERIC GOFF

Eric Goff ist jetzt ganz aufgeregt. Er teilt wieder seinen Bildschirm. Verschiedene Fotos in Schwarz-Weiß von fliegenden Bällen, die Luft in einem Wind-tunnel verdrängen. Balltests aus dem Windkanal. Deutlich zu erkennen ist, dass sich die Windverwirbelungen ändern, je schneller der Ball fliegt. »Wenn man den Ball rauer macht, wird die Luftübergangsgeschwindigkeit niedriger«, sagt Goff. Das bedeutet, dass dieser Ball bei hohen Schussgeschwindigkeiten etwas mehr Luftwiderstand erfährt als seine Vorgänger. »Wenn ein Spieler einen starken Schuss mit etwa 35 Metern pro Sekunde abgibt, könnte der Ball im Vergleich mit dem von 2022 sogar ungefähr zehn Meter weniger weit fliegen.«

In den nationalen Ligen spielen die Spieler mit anderen Bällen. In der Bundesliga mit Derbystar, in der Ligue 1 mit Kipsta, in der Serie A mit Puma. Alle vier Jahre stellt Adidas den neuen Ball für die jeweilige Weltmeisterschaft vor. Jedes Mal müssen sich die Spieler an einen neuen Ball gewöhnen. Warum riskieren Adidas und die Fifa das?

»Für Adidas ist dieser Ball ein hochgradig wichtiges Prestigeprodukt«, sagt Gerd Nufer, der Direktor des Deutschen Institutes für Sportmarketing. Im Gespräch trägt er einen grauen Adidas-Pulli. »Nur Zufall!«, ruft er. »Die Exposure Time des Trionda als Werbefläche ist riesig«, sagt Nufer. Bei der WM 2026 trägt die Fifa 104 Spiele über jeweils 90 Minuten aus. Der Ball wird insgesamt also mindestens 9360 Minuten von sechs Milliarden Menschen gesehen. Nachspielzeiten, Verlängerungen und Elfmeterschießen nicht mitgerechnet. »Dieser Fußball hat in der Logik der modernen Werbeindustrie längst einen medialen Gegenwert von Hunderten Millionen Dollar«, sagt Nufer.

Das ist eine Schätzung. Präzise Zahlen hat Nufer nicht. Auch nicht wenn es darum geht, wie der Vertrag zwischen Adidas und der Fifa aussieht. Aus Wettbewerbsschutzgründen geben weder Adidas noch die Fifa darüber Auskunft. Die jüngsten bekannten Zahlen stammen von 1998. Damals soll Adidas um die 35 Millionen Dollar an die Fifa bezahlt haben. »Inzwischen ist das sicher ein dreistelliger Millionenbetrag«, schätzt Nufer.

Was die Einnahmen angeht, sei der Trionda kein finanzielles Schwergewicht für Adidas. Der Hersteller verdiene eher an Trikots und Trainingskleidung. Der Ball sei aus einem anderen Grund wichtig für die Firma: »Es geht darum, der Konkurrenz zu sagen, wir haben den WM-Ball«, meint Nufer.

»Stillstand ist im modernen Fußball keine Option«

GERD NUFER

Im Fußball tobt seit Jahrzehnten ein Ausrüsterkampf. Adidas braucht den

WM-Ball, um sich in diesem Kampf zu behaupten. Wie viel Einfluss die Ausrüster deshalb auf das Spiel nehmen, zeigt ein Blick in die Vergangenheit. 1998 spielte der brasilianische Stürmerstar Ronaldo im Finale gegen Frankreich, obwohl er am Mittag vor dem Spiel mit Schaum vor dem Mund zusammengebrochen war. Bis heute hält sich das Gerücht, dass sowohl der brasilianische Verband als auch der Spieler dazu gedrängt worden seien. Ronaldo war der Starathlet von Nike. Es wäre ein PR-Fiasko für Nike gewesen, wenn er im Finale nicht gespielt hätte. Ronaldo spielte schlecht, Brasilien verlor mit 0:3.

Auch vor dem WM-Ball machen solche Geschichten nicht Halt. Ebenfalls 2006 geriet der deutsche Torwart Jens Lehmann während der WM in den Fokus des Ausrüsterkampfes. Als Nike-Athlet kritisierte er öffentlich den WM-Ball von Adidas und lobte das Konkurrenzprodukt von Nike. Hinter den Kulissen wurde über gezielte Einflussnahme und größere Machtspiele spekuliert.

Vor der WM in Deutschland 2006 löste Miroslav Klose den »Schuhkrieg« aus. Als Nike-Werbestar wollte er trotz der Adidas-Ausrüsterbindung des DFB weiter Schuhe von Nike tragen. Hinter den Kulissen kam es zu einem Machtkampf zwischen Verband, Sponsor und Spieler. Am Ende setzten sich Klose und sein Sponsor durch. Danach durften deutsche Nationalspieler auch mit Nike-Schuhen auflaufen.

»Stillstand ist im modernen Fußball keine Option«, sagt Gerd Nufer. »Ein Ball ist ein Ball. Wenn ich keine neue Geschichte um ihn spinne, verkauft er sich auch nicht.« Der meistgetestete Ball. Der rundeste Ball. Der Ball, der drei Länder repräsentiert. Adidas braucht alle vier Jahre eine neue Geschichte, um einen neuen WM-Ball zu verkaufen. »Das sorgt für enormen Innovationsdruck«, sagt Nufer.

»Ein guter Fußball ist ein Ball, über den am Ende niemand spricht«

ERIC GOFF

In Herzogenaurach hat sich der Nebel inzwischen gelichtet. Die Sonne scheint auf »Herzo«, wie die Mitarbeiter das Gelände nennen. Ist für die englischsprachigen Kollegen besser auszusprechen. Was sagt Solène Störmann zur Diskussion um Innovationsdruck und Paneelmangel? »Schon allein wegen des Designs erzählen wir hier alle vier Jahre eine neue Geschichte mit Blick auf die jeweiligen WM-Gastgeber. Wir wollen ja auch Bälle verkaufen«, sagt Störmann. »Aber Innovation passiert immer unter der Prämisse, dass der Ball nicht darunter leidet.« Die Studie des Physikers Eric Goff kennt Störmann nicht. Sie hat ihre eigenen Tests, denen sie vertraue.

Auf die Frage, was eigentlich ein guter Fußball ist, überlegt Solène Störmann nicht lange. »Ein Ball, dem die Spieler vertrauen können.« Die Antwort von Eric Goff klingt ein bisschen anders. »Ein guter Fußball ist ein Ball, über den am Ende niemand spricht«, sagt er.

Am 11. Juni wird die Weltmeisterschaft im Aztekenstadion von Mexiko-Stadt angepfiffen. Die Welt konnte sich aber schon einen Eindruck vom Trionda verschaffen. Seit er im Oktober 2025 vorgestellt wurde, kam der Ball einige

Male zum Einsatz, in Europa etwa in Qualifikations- und Freundschaftsspielen. Lamine Yamal stand dabei für Spanien zwei Mal auf dem Platz. Ein Tor hat er nicht geschossen. Ob das Zufall war oder an einem übertechnologisierten Ball lag, werden die kommenden Wochen zeigen.

Der Autor

Rechte am Artikel können Sie hier erwerben.

Teilen Feedback Drucken

MOTIVATION

Der Trainer meines Lebens

Bei der WM stehen sie an der Seitenlinie, aber auch jenseits des Leistungssports sind Trainerinnen und Trainer oft prägende Figuren, deren guter Einfluss noch Jahrzehnte später spürbar ist. Die SZ-Magazin-Redaktion möchte ein

paar von ihnen Danke sagen.

SZ Plus

MEHR ZUM THEMA

Sport | Fußball-WM | Fußball | Weltmeisterschaft

MEHR ZUM THEMA: SPORT

STREAMING-PLATTFORM FÜR AMATEURSPORTLER

Champions League? Schaut Squash!

Weitab der WM-Übertragungen im Fernsehen gibt es eine Streaming-Plattform, die Amateursport von Tischtennis bis Minigolf zeigt. So, wie der Sport in Deutschland allermeistens ist: etwas ungelenk, etwas gemächlich – und einfach herrlich.

SZ Plus Von Marc Schürmann

GETRÄNKEKOLUMNE

Stehenbleiben oder ich schieße

Sport machen, um Kalorien zu verbrennen? Das war einmal. Unsere Kolumnistin hat den innerlichen Tracker ausgeschaltet und startet nun befreit in die Joggingrunde. Doch ein Zwang ist ihr geblieben.

Von Lara Fritzsche

GESUNDHEIT

»Ich liebe alles mit Wasser, er alles mit Bällen«

Der beste Trick für eine glückliche Beziehung? Ein gemeinsamer Sport! Dachte unsere Autorin und probierte sich mit ihrem Partner durch die Sportwelt. Über das Bedürfnis nach mehr Verbindung – und eine überraschend einfache Lösung.

SZ Plus Von Ines Schipperges

GETRÄNKEKOLUMNE

Der Krampf mit dem Gurkensud

Pickle Juice – klingt eklig, soll aber nach dem Sport gegen Muskelbeschwerden helfen. Unser Autor steht nachts öfter vor dem Kühlschrank und fragt sich: Ist da was dran?

Von Tobias Haberl

VORGEKNÖPFT: DIE MODEKOLUMNE

Dabei angezogen zu sein ist alles

Angelhut und Regencape: Wenn nun die olmypischen Winterspiele in Italien beginnnen, wird das deutsche Team modisch erneut hinterherhinken. Aber zum Glück gibt es ein Athleten-Outfit, das seit 30 Jahren fast unverändert ist.

Von Silke Wichert

SKI-SPORT

»Skifahren war meine Sonne – alles in meinem Leben kreiste darum«

Bei Olympia wollte Lindsey Vonn noch einmal Gold in der Ski-Abfahrt gewinnen – und stürzte dramatisch. Vor den Winterspielen hat sie im SZ-Magazin im großen Interview über ihren Ehrgeiz, ihre Schutzengel und ihre Grenzen gesprochen.

SZ Plus Interview von Marius Buhl

GESUNDHEIT

Nimmt mir die Sportuhr mein Körpergefühl?

Es gibt einen fast sicheren Weg zu mehr Fitness und Gesundheit: das Tragen einer Sportuhr. Bei unserem Autor hat das zunächst funktioniert – bis die beiden in eine toxische Beziehung gerieten.

SZPlus Von Marius Buhl

QUIZ

Wie war 2025?

Labubus und ein Raub im Louvre, ein neuer Kanzler, ein neuer Papst und ein altbekannter US-Präsident: In unserem Quiz mit 66 Fragen blicken wir auf die irrsten Momente des Jahres zurück – mit jeder Menge »Rambo Zambo«!

SZPlus

GUT GETESTET

Gibt es Proteinriegel, die etwas taugen?

Experten sehen sie kritisch, doch viele Sportler und Ernährungsbewusste setzen auf Proteinriegel. Eine Verbraucherschützerin hat neun Produkte getestet – und neben vielen Riegeln mit Süßungs-mitteln und unnötigen Zusatzstoffen eine positive Ausnahme gefunden.

SZ Plus Von Lea Beldiman

GUT GETESTET

Warum tragen auf einmal alle diese Laufwesten?

Überflüssiger Trend oder praktisches Zubehör? Eine ehemalige Profiläuferin hat neun Laufwesten getestet und erklärt, warum sich die Teile auch auf kurzen Strecken lohnen.

SZ Plus Von Simone Kamhuber

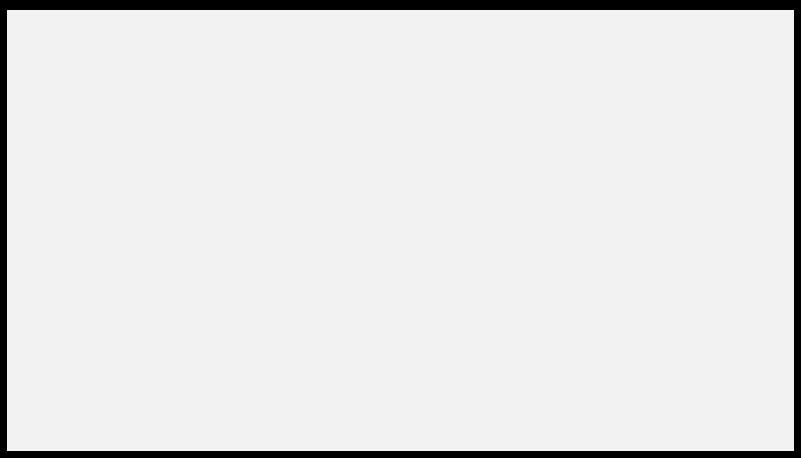
EXKLUSIV-INTERVIEW

»Trittst du aus deiner Zelle, beginnt der Kampf ums Überleben«

231 Tage saß Boris Becker wegen Insolvenzdelik-

ten in Haft. Jetzt veröffentlicht er ein Buch über die Zeit. Ein Gespräch über die Schreie von Mithäftlingen in der Nacht, gefährliche Dummheiten am Pokertisch und die Erinnerungen, die ihn nicht loslassen.

SZ Plus Interview von Sven Michaelsen



ESSEN UND TRINKEN

Wie ein gesunder Darm die sportliche Leistung erhöht

Was essen vor und nach dem Training? Die Ernährungsmedizinerin Yurdagül Zopf erklärt, was Ausdauer- und Kraftsportler beachten können, wann die Protein-Zufuhr fahrlässig wird – und mit welchen Mythen sie endlich aufräumen möchte.

SZ Plus Interview von Stefanie Witterauf

Zur Themenseite →

VERLAGSANGEBOT

SZ STELLENMARKT

Entdecken Sie attraktive Jobs

In anspruchsvollen Berufsfeldern im Stellenmarkt der SZ.

Medizin, Gesundheit & Soziales

Consulting & Beratung

Fahrzeugbau & Zulieferer

Tech. Management & Projektplanung

Forschung & Entwicklung

Tech. Entwicklung & Konstruktion

Marketing, PR & Werbung

IT/TK Softwareentwicklung

Vertrieb, Verkauf & Handel

Jetzt entdecken →

Sie möchten die digitalen Produkte der SZ mit uns weiterentwickeln? Bewerben Sie sich jetzt!

Jobs bei der SZ Digitale Medien

ANZEIGE

EXKLUSIVE GUTSCHEINE FÜR SZ-ABONNENTEN

Black Friday Black Week
Exklusive Gutscheine für SZ Plus Abonnenten

Exklusive Gutscheine
Höchste Rabatte für SZ Plus Abonnenten!

Bootsschule1
Exklusiver 15€ Rabattcode von...

Zur Startseite

Süddeutsche Zeitung Magazin

SZ Abonnements:

AGB Datenschutz Datenschutz-Einstellungen Abo telefonisch kündigen

089/2183-8955 Abo online kündigen Abo widerrufen

Vertrag mit Werbung:

Vertragsbedingungen Datenschutz Cookie-Policy

Vertrag mit Werbung kündigen Widerruf nach Fernabsatzgesetz Widerspruch

Utiq verwalten

Kontakt und Impressum Infos zur Barrierefreiheit