

► Bierbrauer, Karikaturist und Sudetendeutscher

Gut, besser, Hanitzsch

Als politischer Karikaturist für die *Süddeutsche Zeitung*, die *Abendzeitung* und den *Bonner General-Anzeiger* ist Dieter Hanitzsch bundesweit bekannt, als gelernter Mälzer und Bierbrauer kennen ihn nur die wenigsten. Dabei ziehen sich Bier, Brauen und Brauhaus wie ein roter Faden durch sein künstlerisches Leben.

Im Mai 1933 in Schönlinde im Sudetenland geboren und in Rumburg (Regierungsbezirk Aussig) aufgewachsen, wurde Dieter Hanitzsch – wie alle Sudetendeutschen – 1946 mit seiner Familie aus der angestammten Heimat vertrieben – „hinauskomplimentiert“, wie er selbst sagt. Durch viele Zufälle landete er bei entfernten Angehörigen in Niederbayern – in Pfarrkirchen im Rottal. Mit dreizehn Jahren war Bier für ihn natürlich (noch) tabu.

Das änderte sich in den späteren Schuljahren, als auch sein lebenslanges Zeichnen seinen Anfang nahm. „Schon damals habe ich die Köpfe der Lehrer und Mitschüler karikiert. Pro gezeichnetem Kopf habe ich zehn Pfennige bekommen“, blickt Hanitzsch zurück. „Die Halbe Bier hat damals 50 Pfennige gekostet. Mit fünf Köpfen habe ich mir eine Halbe Bier erzeichnet.“

Mit dem Brauer-Beruf kam Hanitzsch erst viel später in Kontakt. In der Leichtathletik-Abteilung der Turn- und Spielvereinigung Pfarrkirchen war Hanitzsch als Kugelstoßer und Diskuswerfer aktiv, im Kugelstoßen wurde er mehrfach niederbayrischer Jugendmeister. Einer der Sportfreunde, ein Mittelstreckenläufer, war Lehrling in der Pfarrkirchner Brauerei Gässl. „Selbst die Lehrlinge bekamen fünf Liter Haustrunk pro Tag – genauso wie die Bierbrauer“, schildert Hanitzsch. Dieser Menge konnte der Brauereilehrling natürlich nicht alleine Herr werden, weshalb der Auszubildende seine Freunde nach dem Training zu sich eingeladen. „Natürlich sind wir gerne mitgegangen. Es hat ja nichts gekostet. Damals gab es den Begriff „Isotonische Getränke“ noch nicht. Aber wir mußten uns nach den harten sportlichen Anstrengungen mit einigen Bierchen von den Strapazen erholen.“

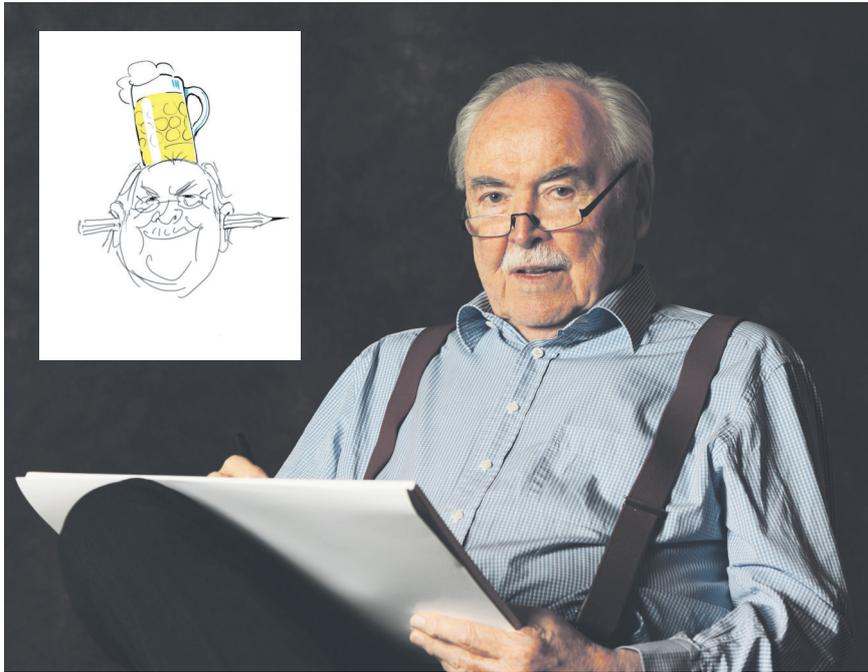
„Dieter, das machst du. Getrunken wird immer!“

Im Sommer 1952 hatte Hanitzsch das Abitur in der Tasche und bewarb sich bei der Akademie der Bildenden Künste München. Doch er wurde nicht angenommen, wegen mangelnden Talents. Bei der Berufsberatung am Gymnasium wurde auch der Beruf des Braumeisters vorgestellt. Beim Gespräch darüber mit den Eltern ermunterte ihn seine Mutter, diesen Weg einzuschlagen. „Dieter, das machst du. Getrunken wird immer!“, überredete sie den Sohn.

Da die Familie damals nach Ravensburg (Oberschwaben) umzog, standen die ersten Schritte im Bier hier bevor. Hanitzsch wollte Brauwesen in Weihenstephan studieren. Dafür war ein halbjähriges Praktikum vorgeschrieben, das er im Bürgerlichen Brauhaus in Ravensburg absolvieren wollte. „Ich habe schnell festgestellt, daß es ein Schwachsinn ist, nur ein halbes Jahr ein Praktikum zu absolvieren, wenn man später als Braumeister oder Brauerei-Ingenieur arbeiten möchte. Überall ein wenig reinschnuppern, aber nirgends richtig – das wollte ich nicht!“, begründet er rückblickend die Entscheidung, gleich eine Lehre als Mälzer und Brauer im Bürgerlichen Brauhaus anzutreten, die er zweieinhalb Jahre später mit der Gesellenprüfung abschloß. Auf dieser Basis ging es dann zum Hochschulstudium nach Weihenstephan.

Hier zeichnete er während der Vorlesungen Karikaturen der Professoren. Darauf wurde ein neben ihm sitzender Kommilitone, der als freier Mitarbeiter bei einer der in Freising erscheinenden Tageszeitungen arbeitete, aufmerksam und stellte den Kontakt zum Chefredakteur her. Die Folge war, daß Hanitzsch fortan zweimal in der Woche Karikaturen von Kommunalpolitikern oder anderen lokalen Prominenten lieferte, zu 15 DM pro Blatt.

Ein anderer Studienfreund, den Ha-



Dieter Hanitzsch gehört zu den profiliertesten Karikaturisten. Wenig bekannt ist seine Vergangenheit als Bierbrauer.

nitzsch öfter auf ein Bier traf, war der Sohn des Herausgebers der Zeitschrift *Brauwelt*. Dieser erzählte eines Tages von einem in der *Brauwelt* veröffentlichten Nachruf auf den frühen Tod eines Braumeisters, worauf über 80 Bewerbungen bei der Brauerei eingingen – obwohl es ja nur ein Nachruf und keine Stellenausschreibung war.

„Da habe ich mir gedacht“, sagt Hanitzsch, „das kann es ja doch nicht sein.“ Trotzdem zog er das Studium durch und beendete es mit dem Titel „Brau-Ingenieur“. Die Brauereibranche insgesamt wollte er nicht verlassen. Daher entschied er sich zu einem Studium der Betriebswirtschaft an der Ludwig-Maximilians-Universität München, das er auch mit seinen Karikaturen finanzierte. Seine Diplomarbeit schrieb er zum Thema „Werbung der Brauereien“. Hanitzsch zeichnete damals für die Münchner *Abendzeitung*. Deren Verleger Werner Friedmann war mit einem der beiden

trag, einen prägnanten Slogan für die Brauerei zu erfinden. Er lieferte einige Vorschläge, darunter den Slogan „Gut, besser, Paulaner“, der von der Brauereispitze mit großer Begeisterung aufgenommen wurde.

„Die Brauereiaufbahn war relativ schnell zu Ende“, beschreibt er sein weiteres Wirken bei Paulaner. Ein großer Krach mit dem Brauerei-Vorstand Dr. Bernhard Scheublein – vor allem wegen eines Nockherberg-Promotionfilms und der darin vorkommenden Prominenten – führten zur Trennung und zum Ende von Hanitzschs Brauerei-Karriere.

„Ich bin in mein Büro gegangen, habe meine Sachen zusammengepackt und sofort gekündigt“, erklärt er den 1964 vollzogenen Schritt. Aber Bier sollte ihn auch künftig begleiten. Noch während des Ausrückens seines Paulaner-Büros erreichte ihn der Anruf aus der Wirtschaftsredaktion des Bayerischen Fernsehens, zu der er durch seine Mitarbeit bei der *Süddeutschen Zeitung* und *Abendzeitung* als Karikaturist Kontakt hatte und die ihm

aber auch ganz normale Features und Reportagen“, faßt er die 21 Jahre als BR-Redakteur und Leiter der Abteilung Berufsbildung zusammen.

Nebenbei baute er das Zeichnen weiter aus. Neben der *Süddeutschen Zeitung* und Büchern im Süddeutschen Verlag (vor allem die fünf Bestseller über Franz Josef Strauß) war es die illustrierte *Quick*, für die er wöchentlich einen politischen Cartoon lieferte und die Hanitzsch überregionale Bekanntheit brachte.

„Die Zeichnerei war so viel geworden, daß es vom Hobby zum Zweitberuf wur-

Dieter Hanitzsch zeichnete den fiktiven Max Froschhammer

de. Aber die Zeit für die Familie wurde weniger“, nennt Hanitzsch die Kehrseite. Daher kündigte er 1985 beim Bayerischen Rundfunk und ist seither – wie er sagt – „freier Seiltänzer auf dem Gebiet der Karikatur und Autorschaft“.

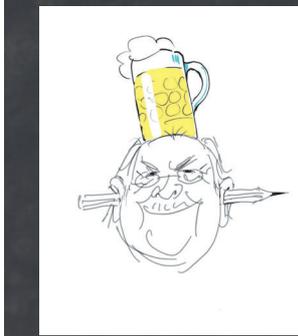
Die Einstellung der *Quick* Ende August 1992 war für Hanitzsch ein „gewaltiger Schlag“. Aber die Zeichnerei ging natürlich weiter, vor allem im Fernsehen, etwa für Beiträge des Politmagazins *Report* oder in der BR-Abendschau.

Hier war es besonders „Der große Max“, die von 2003 bis 2015 jeden Freitag ausgestrahlte Polit satire, die zuvor schon in der Wochenendbeilage der *Süddeutschen Zeitung* viele Freunde gefunden hatte. Die Figur des fiktiven CSU-Bundestagsabgeordneten Max Froschhammer hatte Hanitzschs Freund, der SZ-Chefredakteur Herbert Riehl-Heyse, erfunden. Ins Bild setzte Max Froschhammer Dieter Hanitzsch.

Nach Riehl-Heyses Tod steuerte Hanitzsch auch die Texte bei. Froschhammers Stimme und auch die der anderen Politiker stammten anfangs von Schauspieler Jörg Hube und nach dessen frühem Tod vom Kabarettisten Helmut Schleich. Der Name „Max Froschhammer“ war übrigens eine spontane Idee von Dieter Hanitzsch.

Live im Fernsehen war Dieter Hanitzsch von 2007 bis 2018 als Stammgast in der Sendung „Sonntags-Stammtisch“ des Bayerischen Fernsehens jeden Sonntag um 11 Uhr zu sehen. Zu den Gesprächen über aktuelle Ereignisse stand natürlich Bier auf dem Tisch. „Ich hab immer Weißbier bestellt. Für mich mußte die Redaktion Ayinger Weißbier kaufen. Ein- oder zweimal habe ich sogar den Namen Ayinger einfließen lassen.“

Inzwischen, mit 88 Jahren, läßt es Dieter Hanitzsch ein ruhiger angehen. Aber die Karikaturen sind weiterhin sein Lebenselixier. **Markus Bauer**



Ein von Dieter Hanitzsch gestaltetes Etikett für die Ayinger Brauerei.

Ich bin ein militanter Verfechter des bayerischen und deutschen Reinheitsgebots. Das ist das älteste noch geltende Lebensmittelrecht der Welt. Wenn wir auch das noch aufgeben, wenn man ins Bier alles rein-schütten darf, dann können wir zumachen! Und wer das Bier nicht nach dem Reinheitsgebot herstellt, darf es auch nicht Bier nennen. Craftbiere sind mir zu teuer. Ich brauch das nicht! A gscheits Bier und fertig!“



Direktoren der Paulaner-Brauerei befreundet und vermittelte Hanitzsch einen Termin mit der Direktion. Er wurde eingestellt und mit der Werbung für Paulaner beauftragt, und das genau in der Phase, als die Münchner Brauereien von der bisherigen Gemeinschaftswerbung auf individuelle Reklame umswenken. Hanitzsch erhielt den Auf-

trag, einen prägnanten Slogan für die Brauerei zu erfinden. Er lieferte einige Vorschläge, darunter den Slogan „Gut, besser, Paulaner“, der von der Brauereispitze mit großer Begeisterung aufgenommen wurde.

„Ich hab für viele Wirtschaftsfilme und Reportagen Zeichnungen gemacht,

► Mut tut gut

Die „drei G“ des Christen

Erinnern Sie sich noch an den Grammatik-Unterricht in der Schule? Dort kam die Rede höchstwahrscheinlich auch auf das sogenannte Partizip Perfekt. Vielleicht erinnern Sie sich vage: „Das Partizip Perfekt ist eine grammatikalische Form, welche von einem Verb abgeleitet wird und dabei teilweise Eigenschaften eines Adjektivs erwirbt. Bei regelmäßigen Verben wird es normalerweise mit der Vorsilbe „ge-“ gebildet.“

Ich erinnerte mich in den letzten Tagen aus einem ganz besonderen Grund an das Partizip Perfekt. Es ist nämlich derzeit hoch in Mode. „Geimpft, getestet, genesen“, lauten die Bedingungen zur Wiedererlangung jener Freiheiten, die wegen der Anti-Corona-Maßnahmen eingeschränkt wurden. Wer gegen Corona geimpft, wer negativ auf das Virus getestet oder wer von einer Corona-Erkrankung genesen ist, darf sich in größeren Gruppen treffen, die Gastronomie besuchen oder über die Grenze ins Nachbarland fahren.

Geimpft, getestet, genesen: drei schöne Perfekt-Partizipien. Politische Marketing-fachleute entwickelten, findig wie sie sind, den Slogan von den „Drei G“. So kann man sich die Bedingungen zur Wiedererlangung der Freiheiten besonders gut einprägen. Mich regte der Slogan an, darüber nachzudenken, ob das dreifache „G“ nicht auch für unser christliches Leben Bedeutung hat. Dabei sind mir drei andere Perfekt-Partizipien eingefallen, die ich zum Weiterdenken vorstelle.

● **Geliebt.** „Ihr seid von Gott geliebt, seid seine auserwählten Heiligen“, steht im Kolosserbrief des Neuen Testaments. Mir klingt dieser Bibelvers häufig im Ohr. Ich bin gerne ein geliebtes Kind Gottes. Im Geliebthein durch Gott kann ich mit Vertrauen und Sicherheit die Aufgaben und Herausforderungen meines Lebens angehen.

● **Gerufen.** In der Bibel finden sich Geschichten von Menschen, die von Gott gerufen sind: Abraham, Mose und die Propheten im Alten Testament sowie Maria und die Jüngerinnen und Jünger Jesu im Neuen Testament. Auch dazu fällt mir ein Bibelvers ein, diesmal aus dem Buch Jesaja: „Fürchte dich nicht (...), ich habe dich bei deinem Namen gerufen, du gehörst mir.“ Für mich verbindet sich mit dem Gerufensein die Erfahrung, daß Gott um mich persönlich einen Auftrag hat. Das macht mein Leben sinnvoll.

● **Gesendet.** Auch von Sendungsgeschichten ist die Bibel voll. Mose wird gesendet, um sein Volk aus der Knechtschaft Ägyptens zu befreien. Die Apostel werden vor der Himmelfahrt Jesu gesendet, um das Evangelium in der ganzen Welt zu verkünden. Letztlich zielen alle Sendungsgeschichten darauf ab, daß der Gesendete ein Segensbringer für die ihm Anvertrauten werden möge. Das Geliebt- und Gerufensein durch Gott darf ich selbst als einen Segen erfahren. Im Gesendetsein schenke ich diesen Segen weiter. So ist das dritte „G“ eigentlich die direkte Konsequenz der ersten beiden.

Dr. Martin Leitgöb CSSR
Seelsorger der
Katholischen Pfarrei
Ellwangen-Schönenberg

