

Detlef Lorenz

Hansrudi Wäscher Phänomen seiner Zeit

Leseprobe



HEIDER

Das Phänomen Hansrudi Wäscher

Wir haben als Kinder der Fünfzigerjahre mehr geahnt als gewusst: Der neue Comic-Held Nick der Weltraumfahrer war von demselben Zeichner wie unsere übrigen Favoriten. „Wie sieht Nick denn aus?“, war Anfang 1958 eine durchaus ernst gemeinte und wichtige Frage unter comicbegeisterten Jugendlichen in Berlin. „Na, so ähnlich wie Akim¹ und Sigurd², nur die Frisur ist anders.“ Statt eines prachtvollen schwarzen oder blonden Haarschopfes trug Nick eine moderne Bürstenfrisur, einen Meckischnitt. Wie sollte er die

alles, außer Micky Maus, Fix und Foxi und vielleicht noch Tarzan und Robinson von Helmut Nickel waren nur die Wäscher-Comics aus dem Verlagshaus Walter Lehning, Hannover-Berlin, so wichtig, dass wir es vor Neugierde bis zum Erscheinen des nächsten Heftes kaum aushalten konnten. Die Jugend wurde durch Werbung auf den Umschlagseiten auf Neuerscheinungen aufmerksam gemacht. Aber interessant waren für uns nur die Serien mit den unverwechselbaren Zeichnungen. Nur sie



Sputnik explodiert!, Nick der Weltraumfahrer, Piccolo Nr. 1, Seite 3, Lehning Verlag

riesige Tolle seiner Comic-Kollegen auch in einem Weltraumhelm unterbringen?

Dieser vor fünfzig Jahren geführte Dialog charakterisiert mit zwei simplen Sätzen wichtige Merkmale des Werkes von Hansrudi Wäscher. Der Autor und Zeichner der Comicfiguren verstand es, Neugierde zu wecken, die weit über das bloße Konsumieren der Hefte hinausging. Es gab damals in den deutschen Großstädten bereits eine breite Comicpalette. Gekauft und gelesen wurde fast

garantierten ungetrübten Lesegenuss, Spannung und hohes Ansehen bei Freunden, wenn man die Titel der einzelnen Ausgaben auswendig dahersagen konnte. Es waren Ende der Fünfzigerjahre schon weit über dreihundert Wäscher-Hefte erschienen und die Lehrer wären bass erstaunt gewesen, hätten wir Gedichte ähnlich fehlerfrei rezitieren können. Nur war diese Form des Gedächtnistrainings nicht mit guten Noten verbunden – Comics waren damals so verpönt wie heute blutrünstige Computerspiele.

¹ Akim ist ein Dschungelheld.

² Sigurd ist ein Ritter.

Bedarf es für die jeweilige Schaffensperiode Hansrudi Wäschers tatsächlich nur eines Austausches der Haarfrisuren, um die Helden im jeweiligen anderen Kosmos beliebig agieren zu lassen? Oberflächlich betrachtet vielleicht ja. Um dem Phänomen Hansrudi Wäscher näherzukommen, müssen seine Ausdrucksformen jedoch noch mehr beleuchtet werden. Anders als bei der monatlichen oder vierteljährlichen Erscheinungsweise in den USA gab es im deutschen Sprachraum wöchentliche, gelegentlich vierzehntägige Ausgaben der beliebten Helden. Jede Woche mussten die Leser und die wenigen Leserinnen auf das neue Heft eingeschworen werden. Der Verleger erwartete von seinen Autoren und Zeichnern dichte Storys.³ Sie mussten so spannend sein, dass die Kinder ständig auf ihr wöchentliches Comicdeputat pochten. Wäscher konnte routinemäßig Spannung erzeugen und die Erwartungen der jugendlichen Leser auf einem hohen Niveau halten. Inhalt und Gestaltung bildeten bei Wäscher eine Synthese. Das eine war ohne das andere zwar denkbar, aber im Duo waren sie perfekt.

Der daraus resultierende Erfolgsdruck betraf Hansrudi Wäscher wie keinen anderen: Er war eingespannt in einen wöchentlichen, an der Gesundheit zehrenden Produktionsrhythmus mit zeitweise bis zu vier Serien gleichzeitig. Oft verlangte Wäschers Verleger Walter Lehning innerhalb einer Woche einen neuen Titel mitsamt eines produktionsfertigen Heftes, und das neben den Arbeiten an seinen laufenden Serien und Titelbildern für andere Verlagsreihen, um diesen einen optischen Kaufanreiz zu geben, den der Inhalt oft nicht zu leisten vermochte. Warum tat Wäscher sich das an? Die simpelste Erklärung bietet der nötige Broterwerb. Er und seine Frau mussten schließlich von etwas leben. Zudem gefiel ihm die



Nick, Album Nr. 44, Vorsatzseite, Hethke Verlag

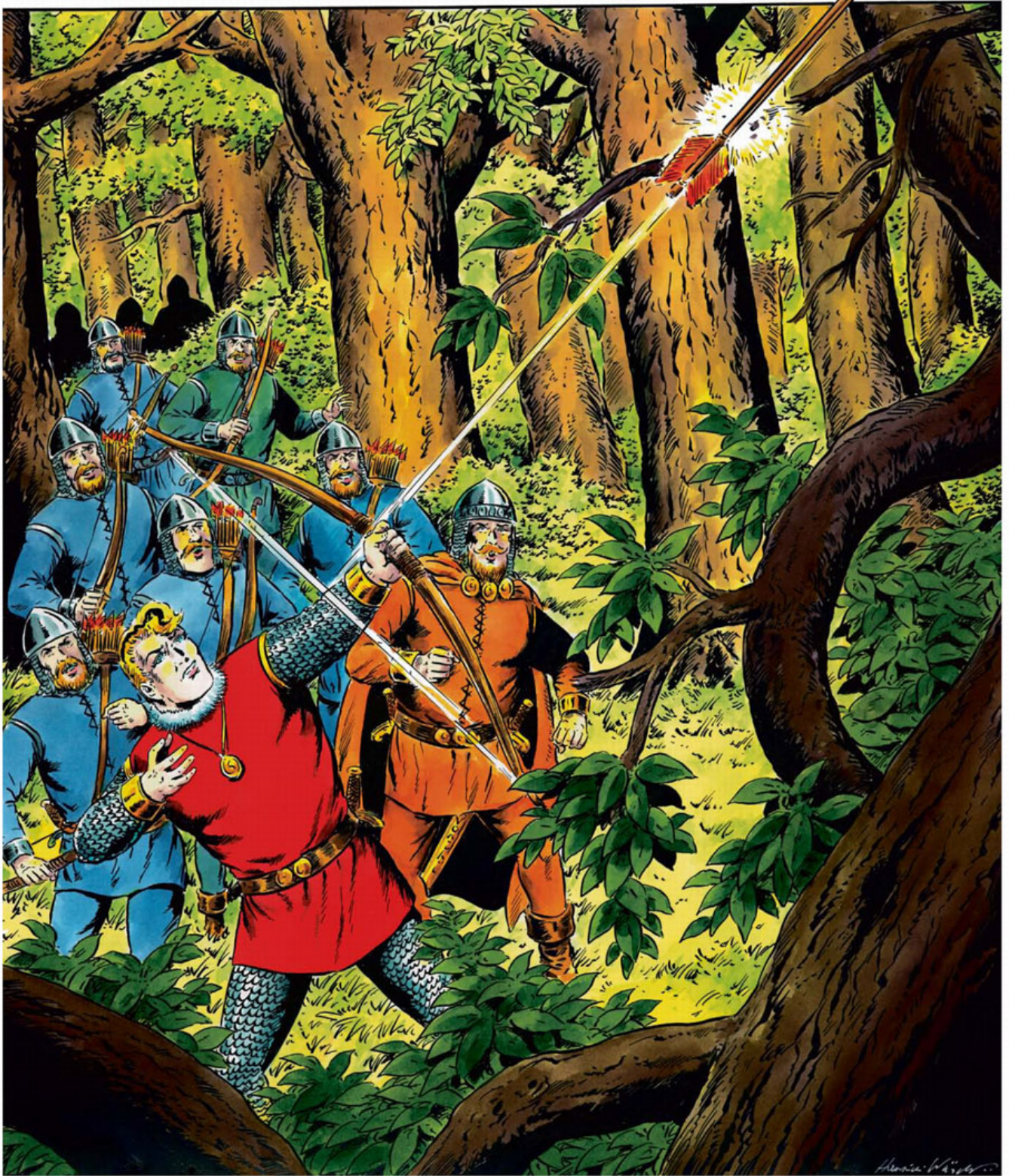
Comicproduktion immer mehr. Das Erfinden und Umsetzen von Abenteuergeschichten war seine Erfüllung, die Verbindung von Beruf und Berufung sein Lebensinhalt. Weshalb sollte er das ohne Not infrage stellen?⁴ Ein Blick in die Bibliografie des Lehning Verlags offenbart die One-Man-Show Hansrudi Wäschers: Ohne ihn wäre Lehning ein Verlag mit einer bescheidenen Comicproduktion gewesen und das sicher nicht mit besonderem Erfolg.

Später beim Bastei Verlag, Bergisch Gladbach, war Wäscher ein Zeichner unter anderen. Es gab für ihn keine Von-heute-auf-morgen-Aufträge mehr. Er zeichnete Buffalo Bill und für die Serie Gespenstergeschichten gelegentliche Episoden. Für diese Arbeiten erhielt er endlich auch Honorare für Zweit- und Auslandsverwertungen.⁵ Für den Bastei Verlag ersann Wäscher 145 Buffalo-Bill-Abenteuer und 49 Gespenstergeschichten in der gleich-

³ In der Anfangsphase der deutschen Comicproduktion, in den 1950er- und 1960er-Jahren, war es selbstverständlich, dass der Zeichner seine Geschichten selbst entwickelte. Ein Team von Autor und Zeichner (z. B. Charlier/Hubinon für *Buck Danny*) war in Deutschland unbekannt.

⁴ „Ich würde auch Comics zeichnen wollen, wenn ich kein Geld dafür bekäme.“ Hansrudi Wäscher im Interview, Peter Orban und H. D. Dambacher, *Hansrudi Wäscher*, Frankfurt am Main, 1978, S. 25.

⁵ Bei Lehning war das ausgeschlossen, eine für Trivilliteraturverlage der Fünfzigerjahre gängige Praxis. Vgl. Gerhard Förster, *Das Große Hansrudi Wäscher Buch*, Norbert Hethke Verlag, Schönau, 1987, S. 29.



Sigurd, Album Nr. 79, Hethke Verlag



Sigurd, Album Nr. 52, Hethke Verlag



Bob und Ben, geplant für Album-Cover (Erstveröffentlichung), Hethke Verlag



Andreas Hofer, Wäscher Spezial Nr. 28, Hethke Verlag



Andreas Hofer, Wäscher Spezial Nr. 28, Vignette, Hethke Verlag