Seit vier Jahrzehnten steht Günter Pfitzmann fast nur in seiner Heimatstadt Berlin auf der Bühne

Ein glückliches amilienleben war ihm immer wichtiger als Ruhm und Geld

n teile mir mein Leben im-ier so ein, daß ich nur ganz ten von meiner Familie rennt bin", erzählt Gün- Pfitzmann stolz. Der um-wärmte Boulevardstar s Berliner Theaters, der nftig die neue Ulk-Serie

Zur Fernsehsendung „Lach mal wieder", onnerstag um 19.30 Uhr im 2. Programm

ach mal wieder" mode-rt, ist's zufrieden.

Es ist nämlich sehr wer", so Pfitzmann, „den ruf und das Privatleben ter einen Hut zu bringen. r, daß ich mit Rücksicht die Familie beruflich ei-e Abstriche machen muß. er letztlich sind mir Frau d Kinder einfach wichtiger als Ruhm und Geld."

Das ist auch einer der Gründe, weshalb Pfitzmann vier Jahrzehnte – genaugenommen seit 1946 – fast nur in Berlin auf der Bühne stand. Mit dieser Einstellung zu seinem Leben schlägt Pfitzmann gleich zwei Fliegen mit einer Klappe: „Einmal liebe ich meine Heimatstadt und finde, daß man direkt vor Ort was für sie tun muß. Zum anderen möchte ich sooft wie möglich zu Hause sein bei meiner Frau und meinen Kindern. Das bedeutet natürlich, daß ich vielseitig sein muß, um praktisch an nur einem Ort als Schauspieler existieren zu können. Aber ich habe das nie bereut. Denn so sind meine Söhne Robert und Andreas in einer Familie aufgewachsen, wo der Vater fast jeden Tag für sie da war."

Und noch eines findet Pfitzmann prima: „Meine Frau Lilo konnte somit voll und ganz an meinem beruflichen Leben teilnehmen: Sie regelt nicht nur meine Termine, sondern hilft mir auch beim Textlernen."

Fügt „Peitze", wie ihn seine Freunde nennen, hinzu: „Da meine Jungs heute schon fast erwachsen sind, könnte ich zwar auch mal aus Berlin rausgehen – vorausgesetzt, ich hätte Zeit dazu. Doch das sieht für die nächsten Jahre vorerst nicht so aus."

Jürgen Lehmann

Günter Pfitzmann mit Frau Lilo und seinen Söhnen Robert und Andreas (o.). Der Star in seinem Garten (links) und mit Edith Hancke in „Lach mal wieder" (u.)

Fotos: Telepress

Links: Nanu, was macht J. R. mit dem netten Mädchen im Park? Keine Sorge! Der Bösewicht ist aus Pappe. Oben: Michael Ah-Yue Lou mit seinem „Dallas"-Sortiment. Unten: Gemein – das „Dallas"-Spiel

So vermarktet ein cleverer Hamburger J. R. und seine Sippe

Wer kann sich schon rühmen, mit J. R. Geschäfte zu machen, ohne dabei übers Ohr gehauen zu werden? Nun, da gibt es in Hamburg einen Mann, der offensichtlich den richtigen Dreh gefunden hat: Michael Ah-Yue Lou (34), der sich in weiser Voraussicht beizeiten die Rechte für die Lizenzvergabe sämtlicher „Dallas"-Produkte auf deutschem, österreichischem und Schweizer Markt gesichert hat.

J. R. Ewing auf T-Shirts, Spielkarten oder Schnapsflaschen – Artikel mit Deutschlands liebstem Fernseh-Scheusal darauf sind dieser Tage echte Renner. Gut geht, laut Lou (er verdankt seinen Namen übrigens einem chinesischen Großvater, der als Seemann einst der Liebe wegen in Hamburg vor Anker ging), auch das After-Shave mit dem Konterfei des bösen Buben. „Das ist Hochprozentiges – für die ganz wilden Typen", ulkt der clevere hanseatische Jungunternehmer.

Mehr als 50 Artikel hat Lou in seinem Sortiment. Eine wahre Fundgrube für echte „Dallas"-Fans. Da gibt es J. R. als Pappkamerad, im feinen Nadelstreifen mit dem berühmten Cowboyhut auf dem Haupt. Gibt man ihm etwas Rückenstärkung, sitzt er recht manierlich in der Sofaecke und verblüfft schon mal die Partygäste: „Nanu, wir sind ja gar nicht die ersten, die kommen! Es ist ja schon jemand da . . ."

Gefragt, so Michael Ah-Yue, sind derzeit auch die Aktien, durch die für gutes Geld angeblich ein Square Inch (etwa ein Quadratzentimeter) der Southfork Ranch verhökert wird. Aber Vorsicht, man beachte doch bitte das Kleingedruckte. Da steht nämlich

Zur Fernseh-Serie „Dallas", Dienstag, 21.45 Uhr, 1. Programm

schwarz auf weiß, daß man gerade von Bösewicht J. R. reingelegt worden ist!

Die hohe Kunst des Lügens und Betrügens, die von der Ewing-Sippe so perfekt beherrscht wird, kann man übrigens spielend erlernen. Ähnlich wie Monopoly, nur viel gemeiner, ist das „Dallas"-Spiel, das durch eine Großhandelskette vertrieben wird. Lou, der selbst die Übersetzung vom Englischen ins Deutsche vornahm: „Hier kann jeder mal den eigenen Schweinehund herauskehren!"

Pläne, wie man J. R. und seine Sippe auch weiterhin gewinnbringend vermarkten kann, hat Jungunternehmer Lou übrigens genügend.

Muß er auch! Denn schon sitzt ihm der „Denver-Clan" im Nacken – der allerdings wird von einem Konkurrenten „betreut".

Maren Wamser-Stark