



*Max Zechbauer München*

ABBILDUNG 37 / TABAKPACKUNG DES 20. JAHRHUNDERTS

Films so zusammen, dass wir, den Inhalt ahnend, gezwungen werden, ihn ganz kennen zu lernen. Selbst Hohlwein kann es, da wo er für einen sentimentalkitschigen Film arbeiten muss, nicht immer umgehen, auch mit seinem Plakat in dieselbe Tonart zu verfallen; aber meist haben seine Kinoplakate noch eine viel grössere dramatische Wucht – so eines zum „Mirakel“ –, als der Film sie gemeinhin zu geben vermag. – Auch einiger guter Kinoplakate, wenn sie auch nicht an Hohlweins Ausdruckskraft heranreichen die wir von Leonard kennen, sei hier gedacht, und ebenso ungarischer Kinoplakate, wie die von Kalmár, die auch ganz von dramatischer Erregtheit durchtränkt sind, wenn sie auch in künstlerischer Hin-

sicht nicht an die Hohlwein'schen heranreichen.

Auch für das andere Kinoplakat, das der Karikatur, können wir ein gutes Beispiel anführen. Hier hat sich ein bisher nur wenig an die Plakatöffentlichkeit getretener junger Berliner Künstler, namens Wohlfahrt, mit sichtlichem Erfolge bemüht.

Wohlfahrt hat erst ein halbes Jahr vor Ausbruch des Krieges angefangen Plakate zu malen (ich glaube, er hat in dieser Zeit überhaupt nur Kinoplakate gemacht) und ist gleich nach Kriegsausbruch zu den Waffen gerufen worden.

Seine Plakatleistungen sind also nur gering an Zahl, erlauben aber doch, die Entwicklungsfähigkeit des jungen Künstlers abzuschätzen. Nicht nur der knappe mir zur Verfügung stehende



ABBILDUNG 38 / BRANDSTEMPEL DES 20. JAHRHUNDERTS