



Abb. 3 LUDWIG HOHLWEIN / Plakat  
Druck: Fritz Maisson, München



Abb. 4 LUDWIG HOHLWEIN / Plakat  
Druck: Fritz Maisson, München

Kabarett, Kunsthandlungen usw., die die langweiligsten und häßlichsten Plakate ständig an den Säulen kleben haben. Wegen Raummangel muß ich es mir leider versagen, Beispiele zu zeigen. Keine Ausnahmen machen die Kunstausstellungen, selbst die interessantesten der „Neuen Sezession“, obgleich in ihren Reihen eine ganze Anzahl für das Plakat besonders begabter Künstler ist. Bei der neuen Münchener Künstlergenossenschaft ist das anscheinend nicht der Fall, denn sonst wäre wohl bei einem Wettbewerb unter ihren Mitgliedern nicht der jetzt verwandte Entwurf preisgekrönt, der neben seiner wenig plakatmäßigen Wirkung siebenmal das runde „s“ im Frakturschriftsatz falsch anwendet, (Abbildung 2) ein Fehler, der jedoch von den bedeutendsten unserer Plakatkünstler noch oft gemacht wird. Auch die Ankündigungen der verschiedenen offiziellen Veranstaltungen sind meistens von einem für das Plakat möglichst unbegabten Künstler entworfen und die dafür geeigneten werden übergangen oder man macht ihnen Schwierigkeiten. So ging es Ludwig Hohlwein mit seinem ausgezeichneten Entwurf „Volkspende für die deutschen Kriegs- und Zivilgefangenen“ (siehe Beilage), der zu Gunsten des von

einer einem Komiteemitglied nahestehenden Dame gezeichneten Blatte, nicht benützt werden sollte. Erklärlich ist es, wenn ein Truppenteil für irgend eine zu seinem Besten stattfindende Veranstaltung sich das Plakat dazu von einem dem betreffenden Regiment angehörenden Künstler machen läßt. So sahen wir Blätter von J. U. Engelhardt für die Kraftfahrer, von Sepp Frank für die Eisenbahner und ein gutes Schriftplakat für eine Aufführung des Leibregiments. Ein anderes sehr geschmackvolles Schriftplakat für die Reichsbücherwoche stammt von Emil Dreetorius, der auch den Katalogumschlag der Ausstellung „Krieg, Volk und Kunst“ zeichnete, für welche ein wirkungsvolles Plakat von Max Schwarzer warb, (siehe Beilage), für ein Marinekonzert ein solches von Hohlwein (siehe Beilage). Von diesem sind überhaupt die meisten Plakate, die dann und wann Abwechslung in die Langweiligkeit unserer Plakatwände bringen. Schon zu Beginn des Krieges zeichnete er einen feldgrauen Gardehusaren als Werber für Marco-Polo Tee (siehe Beilage) und einen Infanteristen für Kola Dallmann (Beilage Januarheft 1915), beide von Reichhold & Lang