

Paul Neu und Preetorius sind Künstler, deren Arbeiten es unnötig machen, noch München dazuschreiben. Die großen Erfolge des die Naturform bewahrenden Hohlwein-Plakates ließen ein Heer von Nur-Nachahmern entstehen, gegen deren üblen Naturalismus die jüngeren Kräfte eine energische Abwehrstellung einnehmen.

Sie alle eint mehr oder minder der Zug zu stilisieren, das Wesentliche in wirkungsvollster Form herauszuschälen, durch einen erfinderischen Einfall die Aufgabe in so präziser Form zu lösen, daß Suggestionskraft und Gedächtniswert sich mit graphischer und farbiger Wirkung verbinden.

Dieses Verwerfen naturalistischer Darstellungen, dieses „Auf-den-Kern-der-Aufgabe“-Hinarbeiten, um nicht nur den künstlerischen, sondern auch den Werbeeffect klar hervortreten zu lassen, bedeutet keineswegs ein Abrücken vom Münchner Stil, es bedeutet eher eine durch den Zeitgeist bedingte Entwicklung, die in etwas schärferer Formung doch wieder die alten Vorzüge zeigt: Phantasie, Humor und Erfindungskraft.