

auch nach dem ersten Weltkriege fortsetzte, karikaturistisch festhielt und so zu ihrem populären Porträttyp beitrug. In seinen expressionistisch anmutenden, die Fläche betonenden Plakaten spielte die Farbe eine besondere Rolle. Schrille Dissonanzen von schockierender Wirkung, koloristische Kontraste und skurrile Verzeichnungen ließen oft Darstellungen entstehen, die, ins Grotteske gesteigert, ein fast unwirkliches Bild ergaben, von den Berlinern ob ihrer satirischen Pikanterie aber sehr geliebt wurden. Dabei gilt es zu bedenken, daß die auf den Plakaten charakterisierten und heiter «abkonterfeiten» Künstler selbst Humoristen, Vortragskünstler waren, die in ihren eigenen Darbietungen entsprechend auftraten, so daß Steiners Porträt-Karikaturen diesen kongenial waren. Ein Steiner-Plakat konnte in diesem Sinne seiner Wirkung stets sicher sein. Auch eine großzügige flächenhafte und farblich harmonisierende Behandlung seiner Plakatthemen wußte Steiner virtuos zu handhaben.

**München – Plakat-
hochburg des Südens**

Die Berliner Plakatkunst vor dem ersten Weltkriege bietet ein abwechslungsreiches, differenziertes Bild mit zahlreichen Künstlerpersönlichkeiten. Nur München konnte sich demgegenüber behaupten und sich ebenfalls zu einer Plakatkunst-Hochburg entwickeln, zumal von hier aus seinerzeit wesentliche Impulse zur Entwicklung des modernen künstlerischen Plakates in Deutschland ausgegangen waren.

**Ludwig Hohlwein –
der Star deutscher
Plakatkunst**

Der große Plakatstar, weithin über die Grenzen Deutschlands bekannt, war hier Ludwig Hohlwein, der wohl renommierteste deutsche Plakatkünstler überhaupt. Sein kaum überschaubares Werk umfaßt tausende Blätter verschiedenster Werbe-graphik, vor allem Plakate. Bestechend ist immer wieder die vornehme Art seiner Gestaltung, das Vermeiden lautstarker, aufdringlicher Reklame. Hohlweins Name bürgte von vornherein für künstlerische Qualität, die seine Blätter fast stets über den Rang nur für den Tag gemachter Zweckkunst hinaushebt. Seine Tierdarstellungen, Pferde, Hunde, Katzen, Vögel sind für sich schon Kunstwerke. Seine Plakate sind von einem überwältigenden figürlichen Reichtum erfüllt. Fast stets steht der Mensch im Mittelpunkt der Gestaltung. Und was sind das für Menschen! Da ist die dezent zur Schau gestellte Frauenschönheit, der distinguierte Herr, der Sportler, der Jäger, der Page, der Weltenbummler, der Reiter und viele andere. Hohlwein trieb aufwendige Studien nach der Natur, um den vollen Reichtum des Lebens einzufangen. Er, der viel reiste, selbst verschiedene Sportarten betrieb, fremde Kulturen und Menschen kannte, suchte seine Motive, wo er sie nur finden konnte. Daher ist auch die abwechslungsreiche Fülle seiner unterschiedlichen Figuren zu erklären, Orient und Okzident sind hier vertreten, afrikanische oder chinesische Anklänge, Menschen der Großstädte, Landleute oder Vertreter seiner bayerischen Umgebung.

Auch im Filmplakat wußte Hohlwein seine Kunst der figürlichen Darstellung vollendet zu entfalten. Er hat es dabei nicht nötig, um einer gewünschten Spannung willen zu billigen Effekten zu greifen, sondern weiß das menschliche Antlitz in einer entsprechenden Umgebung so ausdrucksstark in Freud und Leid, in höchster Anspannung oder im schemenhaften Dunkel rätselvoller Unwirklichkeit in eine plakative Form zu bringen, realistisch und zugleich dynamisch gesteigert, daß die werbewirksame