

Zugkraft in jedem Falle gesichert bleibt. So seltsam es bei dem Gesamtumfang seines Werkes erscheinen mag, Hohlwein wiederholte sich kaum und wußte immer neue Kombinationen und figürliche Formen zu finden.

Zahlreich vertreten sind in seinem Werk auch Reiseplakate. In ihnen vermag er den hinreißenden Zauber seiner Farbpalette zu entfalten und Bilder einer idealen Reise-landschaft erstehen zu lassen. Aber nicht nur das, er weiß einer Landschaft auch den intimen Reiz ihrer Besonderheit abzulauschen und in einer Einzelheit das Ganze zu sehen, wenn er z. B. auf einem Reiseplakat für das Rheinland eine geheimnisumwittelte Ruine schemenhaft vor einer in der Ferne versinkenden Flußlandschaft auftauchen läßt oder für eine andere deutsche Gegend auf einem Plakat mit einem duftigen Blütenzweig vor einer im Hintergrunde liegenden verträumten Frühlings-landschaft wirbt.

Der besondere Reiz des Hohlwein-Plakates ist neben seinem figürlichen Reichtum die Symphonie seiner delikaten und brillanten Farbgebung, die von harmonischem Geschmack ist. Durch das unterschiedliche Trocknenlassen und den Übereinanderdruck von Farben entsteht ein an raffinierten Effekten, Schattierungen und sublimen Nuancen differenziertes Bild von ausdrucksstarker Intensität, oft nachgeahmt, doch nie überzeugend erreicht.

Hohlwein ist keiner Schule oder Gruppe zuzuordnen, er ist in der Potenz seiner Meisterschaft und der Reife seiner Künstlerpersönlichkeit eine in der deutschen Plakatgeschichte einmalige Erscheinung, die die Maßstäbe, an denen sie zu messen wäre, sich selbst gesetzt hat. Bei Hohlwein ist keine Effekthascherei zu bemerken, so effektiv und exquisit seine Arbeiten auch sein mögen, sondern es ist das Bemühen bei ihm vorherrschend, das jeweils gestellte Thema auf immer wieder neue Art dem Leben zuzuordnen, es aus diesem heraus zu sehen und zu gestalten und ein abgerundetes Bild eines Teilausschnittes eben dieses Lebens in gültiger Manier zu geben. Seine Plakate dienen im allgemeinen einer Werbung für einen gehobenen Lebensstil. Auch Hohlwein ist auf diese Art Chronist einer Gesellschaftsschicht, und zwar im wesentlichen des Lebenszuschnittes des gehobenen Bürgertums. Seine Plakate mögen für den, der nicht dieser Hohlweinschen Welt angehört, illusionistisch wirken. Werbung hat jedoch oft etwas derartig Illusionistisches an sich, soll sie doch nicht nur darstellen, was ist, sondern was sein soll. Sie hat die Aufgabe, Wünsche und Hoffnungen zu wecken und den Weg zu ihrer Befriedigung zu weisen. Und ein derartiges Bild befriedigten Wohlstandes gibt das Hohlwein-Plakat in seiner dezenten, künstlerisch hochwertigen und intensiven Weise. Über ihren eigentlichen unmittelbaren Werbewert hinaus wirken Hohlweins Plakate oft außerordentlich repräsentativ, woraus zu erklären ist, daß viele jahrzentelang, einige heute noch immer wieder benutzt werden.

Otto Obermeier - Spezifisches Münchener Lokalkolorit weisen die Plakate von Otto Obermeier auf, der
der Darsteller in seiner Wirkung im wesentlichen auf Bayern beschränkt blieb, jedoch zweifellos
Münchener ob seiner Gestaltungskraft und seiner Fähigkeit, volkstümliche Motive aufzugreifen
Lokalkolorits und plakativ zu verwenden, den Meistern des deutschen Plakates zuzurechnen ist.