talen. Leider beeinträchtigt eine Überfülle von allzusehr ausgeführtem Beiwerk die plakatmäßige Wirkung und läßt seine Blätter häufig kleinlich und unruhig erscheinen. In ähnlicher Richtung schaffen Glaß und P. Neu; großzügiger und freier als sie ist in seinen Brauereiplakaten C. Moos, hier zeigt sich der Einfluß des größten Münchener Plakatkünstlers — Ludwig Hohlweins.

Im Jahre 1906 trat der junge aus Wiesbaden stammende Baumeister mit seinen ersten Reklamearbeiten vor die Öffentlichkeit. Es wird stets der beste Ruhmestitel der Vereinigten Druckereien und Kunstanstalten bleiben, daß sie von Anfang an Hohlweins Bedeutung für das deutsche Plakat erkannt haben, daß sie für ihn bei der Geschäftswelt eingetreten sind und auch durch die mustergültige Wiedergabe seiner Entwürfe ihm den Weg zu einer Verbreitung und einem Ruhme geebnet haben, wie ihn noch kein deutscher Plakatkünstler besessen, freilich auch noch keiner in gleicher Weise verdient hat. Es ist nicht leicht, auf dem kargen zur Verfügung stehenden Raume Hohlweins Bedeutung gerecht zu werden. Hat er doch, mit erstaunlicher Arbeitskraft begabt, neben einer umfangreichen Beschäftigung als Architekt und Kunstgewerbler in weniger als sieben Jahren ein Plakatwerk von weit mehr als hundert Nummern, dazu eine Fülle von Adreßkarten, Heftumschlägen und anderen Reklamearbeiten geschaffen, sicherlich eine Leistung, deren Umfang kaum weniger Bewunderung verdient als ihr künstlerischer Wert. Gewiß sind auch einige schwache Blätter, sogar offenbare Nieten darunter, aber auch sie haben eins mit seinen hervorragendsten Leistungen gemein: die ausgesprochene Eigenart seines Stils. Mag auch Nicholson nicht ohne Einfluß auf ihn gewesen sein — was Hohlwein als Reklamekünstler geworden ist, das ist er ganz allein durch sich selbst geworden; niemand kann man als seinen Lehrer, sein Vorbild bezeichnen; seine Kunstweise ist allein das Erzeugnis seiner starken Persönlichkeit. Sehr nützlich ist ihm offenbar seine Vorbildung gewesen; ist er doch, wie bereits betont, nicht von der Malerei, sondern von der Baukunst zum Plakat gekommen. Hierher stammt seine Zielklarheit, die Disziplinertheit seines Wollens. Stets ist ihm die beabsichtigte, mit möglichst einfachen Mitteln zu erreichende Reklamewirkung die Hauptsache, der sich alles unterzuordnen hat. Auf

Abb. 107. Ludwig Hohlwein: Plakat
(Vereinigte Druckereien und Kunstanstalten, München) (Zu Seite 99)