

werde, und man fürchtet, mit einem unverfälschten deutschen Plakatstil bei einem leider noch sehr großen Teil des amerikanischen Publikums politisch Anstoß zu erregen. Andererseits, weil die Geschmacksrichtung durch Jahre hindurch so einseitig im Sinne der vergrößerten Photographie verbildet ist, daß niemand den Mut hat, mit einem kräftigen, vereinfachten wirklichen Plakatstil auf der Bildfläche zu erscheinen. Tatsache ist, daß es eine genügende Anzahl ausgezeichnete Künstler in Amerika gibt, die Bewunderer und Nachfolger des europäischen Plakats sind, wie z. B. C. B. Falls, Josef Sinel, Jack Sheradon u. a. m., daß diese aber nur selten Gelegenheit haben, mit einem Plakat in die Öffentlichkeit zu kommen. Auch von den Begründern der amerikanischen Plakatkunst, Will Bradley und Edward Penfield, sieht man seit einem Jahrzehnt kaum ein Blatt mehr. Penfield ist allerdings im vorigen Jahre verstorben. Erfreulicherweise ist Hohlwein von München aus jetzt auch mit einigen Plakaten an den New Yorker billboards vertreten. Er ist derjenige, der die bestehenden Anforderungen des amerikanischen Publikums an das illustrierte realistische Plakat von allen europäischen Künstlern am besten erfüllt und damit eine Brücke zwischen amerikanischer und europäischer Auffassung bildet. Seine Plakate für Fatima Zigaretten werden sehr bemerkt und erfahren allgemein eine günstige Beurteilung.«

»Machen Sie selbst irgendwelche Konzessionen an den amerikanischen Geschmack?«

»Wie schon erwähnt, werde ich unbewußt bei der Arbeit von der Atmosphäre sehr stark beeinflußt. Das Resultat kann man nicht gut eine Beeinflussung nennen, da ich, wie in Berlin, nur das mache, was mich selbst auch befriedigt und glücklich macht. Trotzdem bin ich noch immer weit mehr entfernt von dem, was die Amerikaner wollen, als es Hohlwein mit seinen Original-Münchener Plakaten ist. Der Amerikaner will ein »Bild«, eine »Idee«. Eine bloß optische Idee ist für ihn gar keine Idee. Er verlangt, was er »human interest« nennt in einem Plakat. Bekommt er das gesteigert durch kräftige pikante Farbwirkung und gute Komposition — um so besser: und das ist es, was sie an Hohlwein mit Recht bewundern. Ein Hohlwein-Plakat wirkt nicht als Fremdkörper in New York, es ist nur viel besser als die meisten anderen.«

Glauben Sie, unter diesen erschwerenden Umständen trotzdem sich mit Ihrem eigenen bekannten Stil durchsetzen zu können?

that I am regarded as one of the most pronounced exponents of German poster-art, and one is afraid that an unadulterated German poster style might, unfortunately, arouse political offense among a great part of the American public. Then again, one must deal with the fact that public taste has been vitiated and misdirected for so many years through the one-sided use of posters based merely upon the enlarged photograph, that nobody has enough artistic courage to come forward with a strong, simple and actual style of poster art. It is nevertheless true that America may boast of a sufficient number of first-rate artists who are admirers and followers of the European poster, as, for example, C. B. Falls, Joseph Sinel, Jack Sheradon, etc., though these men are seldom given an opportunity to appear before the public with a poster of their own. A specimen of the work of Will Bradley and Edward Penfield, those founders of American poster art, has not been seen for at least a decade. Penfield, to be sure, died last year. I am glad to see that Hohlwein of Munich is now represented on the New York billboards by a number of his own posters. He is the European artist who is best able to fulfill the demands which the American public makes upon the realistic, illustrated poster, and he thus represents a bridge between American and European conceptions in this field. His posters for the "Fatima" cigarettes have attracted great attention and have met with general appreciation." — "Do you yourself make any concessions to American taste?"

"I am unconsciously, as I have already said, very much influenced by the atmosphere in which I work. But the results cannot properly be described as having been due to such influences, for here, precisely as in Berlin, I create only such things as satisfy me personally and give me joy. Nevertheless I have not yet approached as closely to what the American people really want, as Hohlwein has succeeded in doing with his original Munich posters. The American wants a "picture", an "idea". A purely optical idea is no idea at all for him. He demands what he calls "human interest" in his posters. If he can get this, and get it intensified by strong and piquant color effects and good composition, so much the better, and it is these factors which they so justly admire in the work of Ludwig Hohlwein. A Hohlwein poster in New York does not make the impression of being anything alien — it is merely much better than most of the others."

"Do you think that in spite of these difficult circumstances, you will be able to make a place for yourself?"