

Grafiker im Zwielight

Der Wiesbadener Plakatkünstler Ludwig Hohlwein stellte seine Arbeiten in den Dienst der Nazis

Von Bärbel Schwitzgebel

WIESBADEN. Auch wem der Name Ludwig Hohlwein kein Begriff ist, kennt vermutlich einige seiner Plakate oder Werbefiguren: das elegante Paar der 20er Jahre, das mit „Frühling in Wiesbaden“ vor Kurhaus-Kulisse für die Weltkurstadt wirbt, den „Bruder Kellermeister“ aus der Franziskaner-Brauerei, den Leoparden, mit dem der Tierpark Hellabrunn seit 1912 zum Besuch einlädt, die Doornkaat Reklame oder den Pelikan-Füller. Zeitlos wirksam und zweifellos gelungen.

Propaganda für die Hitlerjugend

Vielleicht kennt man aber auch die Propaganda fürs Winterhilfswerk, Stahlhelm, die Hitlerjugend oder die Olympischen Spiele von 1936. Und so stellte Albert Ernst, Designer und wissenschaftlicher Mitarbeiter am Institut für Buchwissenschaft der Universität Mainz, seinen gleichermaßen würdigen wie kritischen Vortrag im Stadtarchiv differenzierend unter das Motto „Ein Grafiker im Zwielight“.

Etwa 4000 Grafiken, Ansichtskarten und Werbemittel aller Art hat der 1874 in Wiesbaden geborene und 1949 in Berchtesgaden gestorbene Plakatkünstler entworfen und äußerst geschäftstüchtig vermarktet, darunter auch zahlreiche Werbepлакate für Wiesbadener Geschäfte und Unternehmen wie die Sektkellerei Söhnlein oder das Strumpfhaus Poulet.

Als Architekt bei Friedrich von Thiersch in München aus-

gebildet, später als Innenarchitekt tätig, wendet sich Hohlwein bald ganz der Werbegrafik zu. Anfangs noch vom Jugendstil beeinflusst, entwickelt er erfolgreich einen unverwechselbaren „Hohlweinstil“, geprägt von großräumiger Flächigkeit, korrespondierenden Farben und wirkungsvollen Kontrasten.

1914 zum „Königlichen Professor“ ernannt, wird er gesundheitsbedingt von der Kriegsteilnahme befreit und teilt weder die frühe Begeisterung vieler seiner Künstlerkollegen noch deren spätere Läuterung und fühlt sich wohl am rechten Rand der Gesellschaft.

Selbst von seiner eigenen Genialität überzeugt, gelingt es ihm geschickt, Einlass in einflussreiche Gesellschaftsschichten zu finden, und früh stellt er seine „Kunst“ in den Dienst des Nationalsozialismus.

Geballte Macht faschistischer Propaganda

Albert Ernsts zahlreich präsentierte und klar analysierte Bilddokumente führten die geballte Macht faschistischer Propaganda vor Augen: martialische Männer, nordisch blonde Mütter, vor Freude strotzende Luftschutzhelferinnen, Erntefeiern, sakralisierter Kitsch pur, unverkennbar die Nähe zur Ikonografie Arno Brekers. Das Fazit: Begabung und Opportunismus können zwielightige und unselige Allianzen eingehen. Nach dem Krieg und kurzzeitig verhängtem Berufsverbot arbeitet Hohlwein bis zu seinem Tod noch drei Jahre als Gebrauchsgrafiker weiter.