

Ausgehen

Der erfolgreiche Werbegrafiker, der auch Propagandamaler war

Ausstellung Das Belle Époque in Bern zeigt Werke von Heinz Fehling, der die Werbewelt der 1950er-Jahre zum Strahlen brachte – auf dessen Erbe aber auch ein dunkler Schatten liegt.

Xymna Engel

Alles beginnt mit einem toten Hasen. Er liegt auf dem Küchentisch eines Hauses im niedersächsischen Scheessel im Jahr 1915. Davor sitzt der dreijährige Heinz Fehling. Der Hase inspiriert ihn zu seinem ersten Scherenschnitt. Dass aus dem Jungen einmal einer der prägendsten deutschen Werbegrafiker werden soll, kann noch niemand ahnen. Doch ist sein gestalterisches Talent derart offensichtlich, dass selbst der Vater, der den Sohn lieber im familiären Schneiderbetrieb sehen würde, einer Ausbildung an der Kunstgewerbeschule in Bremen nicht im Weg steht.

Von der Sinalco-Reklame über Tourismusidyllen bis zur Veedol-Frau: Obwohl der Name Heinz Fehling heute nicht vielen ein Begriff ist, haben sich seine ikonischen Werke ins kulturelle Gedächtnis eingebrannt. Sie atmen die Lebensfreude, die Aufbruchstimmung der 50er-Jahre. Doch hinter der glänzenden Fassade, die heute nostalgische Gefühle entfacht, verbirgt sich auch ein dunkles Kapitel.

Direkt nach seiner Ausbildung gründet Fehling Anfang der 30er ein eigenes Atelier in Bremen, er fertigt etwa Werbeplakate für das Variété Astoria. Seine Models sind oft Tänzerinnen aus dem Astoria, die er in sein Atelier bestellt. Er gilt aber nicht als Casanova, sondern als respektvoller Gentleman. Er wirbt für Automobile, Düngemittel und Pferderennen. Doch die politische Situation verschärft sich, bald gibt es kaum noch Produkte oder Veranstaltungen, die ihm Aufträge einbringen. Der «eher unpolitische» Fehling, wie ihn seine Grossnichte rückblickend bezeichnet, wird dazu eingesetzt, Flugzeugmodelle und Werbeplakate für Rüstungsgüter zu zeichnen, er porträtiert Offiziere und Generäle, ist als Pressezeichner tätig.

«Der dritte Mann»

1943 wird er ins besetzte Italien in der Kompanie «Südsterne» als Propagandamaler stationiert – eine Rolle, die bis heute Fragen aufwirft. Er zeichnet Grafiken mit antisemitischem Inhalt, die an der Front abgeworfen werden, um die Bevölkerung von den nationalsozialistischen Ideen zu überzeugen. Laut Recherchen des «Stern» von 2022 stammt von ihm etwa ein Flugblatt, das ein luxuriöses Auto mit einem Zigarrenraucher und einer Blondine auf dem Rücksitz zeigt. An der Autotür ist ein Davidstern zu sehen. Im Hintergrund holt ein Jeep verletzte US-Soldaten vom Schlachtfeld ab. Darunter steht: «Rich man's war – poor man's fight.»

In der Einheit «Südsterne» trifft Fehling auf Henry Nannen, den späteren Herausgeber des Magazins «Stern», dessen ambivalente Rolle im Nationalsozialismus letztes Jahr nach einer NDR-Recherche eine grosse Debatte ausgelöst hat – die auch Fehling belastet. Der NDR beschreibt Fehling zu jener Zeit als «dritten



Heinz Fehling arbeitete meist mit echten Modellen. Er fertigte zunächst Fotografien an und zeichnete anschliessend das Motiv. Foto: Heinz Fehling



Die berühmte «Veedol-Frau» (Veedol ist eine Ölfirma), hier in Form eines Kartenspiels. Foto: PD

Mann» neben Nannen und Hans Weidemann. Letzterer ist der Leiter der Einheit und späterer SS-Obersturmführer – nach dem Krieg wird er unter dem Namen Hans Wallraff der Geschäftspartner von Fehling und führt mit ihm ein Atelier in Hamburg.



Heinz Fehlings Werke haben sich ins kulturelle Gedächtnis eingebrannt. Foto: PD

Auch die Beziehung zu Nannen verschafft Fehling weitere Vorteile: 1949 erscheint ein ganzseitiger Artikel über ihn im «Stern», später engagiert Nannen Fehling als Zeichner fürs Blatt.

Untersuchung läuft

Fehling hat seine Signatur als Propagandamaler nie bestritten. Doch wie gross war sein Anteil wirklich? Stammten die Motive von ihm? Wurde er dazu gedrängt? War er Mitglied der SS? Oder ist er einfach ein Opfer seiner Zeit, der alte Bekanntschaften aus dem Krieg nutzte? All dies ist Gegenstand einer wissenschaftlichen Untersuchung im Auftrag der deutschen Bertelsmann-Stiftung. Sie soll nicht nur Licht in das Kapitel seines Lebens bringen, sondern auch die Verflechtungen von Nannen, Weidemann und Fehling nachzeichnen.

In den 1950er-Jahren gelingt Heinz Fehling der Durchbruch. Vom Deutschen Brauerbund er-



Die Frauen verkörperten beim «Zauberer» Fehling stets das Leichte und Schöne, sie waren perfekte, passive Verführerinnen. Foto: Heinz Fehling

«Er war bestimmt kein Nazi, aber er hat sein Handwerk angeboten.»

Dörthe Herrler
Grossnichte von Heinz Fehling

hält er den Auftrag für eine Bierwerbung, die alles vereint, was der Zeitgeist mag: Freizeit, schöne, junge Menschen, kühles Bier. Zur gleichen Zeit verlobt er sich mit Olga Westhoff, der Nichte von Rilke. Sie schreibt 1992 in einem Brief über Fehling: «Ich fand in ihm einen Menschen, der seinen Beruf, das Schöne und das Leichte liebte. Er war ein Schwärmer.» Doch schon bald zerbricht die Beziehung.

Beruflich geht der Erfolg weiter, er arbeitet für Auftraggeber

wie Sinalco, Aral, Tesa und verschiedene Brauereien. Unter seinen Motiven befinden sich – wie zu dieser Zeit üblich – viele Frauen, oft in amerikanischer Pin-up-Ästhetik. Sie sind ewig jung, ewig schön, ewig passive Verführerinnen. Seine Werke sind handwerklich von höchster Qualität, da ist Dynamik, Präsenz, ein Strahlen. Von vielen wird Fehling damals als «Zauberer» bezeichnet.

Doch dann erkrankt er an multipler Sklerose, führt ein einsames, rastloses Leben zwischen Hamburg, Italien, Frankreich, Spanien und Baden-Baden. 1989 stirbt Heinz Fehling. Sein letzter bekannter Auftrag ist einer für Wunderkerzen.

Den verstreuten Nachlass hat Fehlings Grossnichte Dörthe Herrler zusammengetragen. Der Ausgangspunkt für ihr Interesse war ein Koffer, der jahrelang im Wohnzimmer ihrer Familie stand. Darin befanden sich Bilder, Briefe, Skizzen und Notizen.

Letztes Jahr erzählte Herrler dem «Stern», dass Fehling mit ihrer Mutter offen über die Propagandabilder an der Italienfront gesprochen habe. «Er war bestimmt kein Nazi, aber er hat sein Handwerk angeboten», sagt sie.

In der Ausstellung im Belle Époque in Bern zu sehen sind Plakate von Fehling, die umfangreiche Werbung für Sinalco sowie viele Originalzeichnungen und Werbeträger. Zudem gibt eine digitale Präsentation Einblick in sein Leben und Werk. Klar ist, es ist ein komplexes Erbe: Wer sich von seinen Werken nostalgieren lässt, sollte dies, trotz all dem Zauber, nicht mit unkritischem Blick tun.

Ausstellung «Heinz Fehling. Leben, Kunst, Reklame» im Belle Époque, Bern, Samstag, 26. August, 19.30 Uhr (Vernissage inkl. Präsentation und musikalischen Einlagen von Pianist Dirk Raufeisen), bis 20. Oktober.