

lockenden Farben, die die Straßen bevölkerten und von den Passanten begeistert begrüßt wurden. Das Interesse zahlreicher Auftraggeber vornehmlich der Vergnügungsbranche, später auch der Industrie sowie die Neugierde des Publikums waren geweckt und verliehen dem Schaffen Chérets Auftrieb. Aus dem bisher namenlosen Steindrucker wurde eine renommierte und von Bestellern umworbene Persönlichkeit.

Chéret war gelernter Lithograph und in künstlerischer Hinsicht ein Außenseiter, der niemals einen Lehrer gehabt oder eine künstlerische Ausbildung erfahren hatte. Bereits 1858 hatte er ein Plakat für die komische Oper «Orpheus in der Unterwelt» entworfen, dessen – im Neudruck von 1866 veränderte – Gestaltung offenbar damals schon in Kreisen von Auftraggebern Interesse erregt haben muß. Ein Parfümfabrikant stellte den jungen Lithographen für seine Londoner Firma als Entwerfer von Verpackungen an. Hier vermochte er sein lithographisches Können zu erweitern, da in England auf Grund seines fortgeschritteneren ökonomischen Standes die Technik der Druckverfahren weiter als anderswo entwickelt war. Einen besonderen Vorteil bot die Möglichkeit, in wesentlich größeren als den sonst üblichen Formaten zu drucken, wodurch vom Plakat eine sehr viel stärkere Wirkung zu erreichen war als auf dem Festlande. Neben verschiedenen anderen werbegraphischen Arbeiten entwarf Chéret in England etwa zwanzig Plakate.

1866 ging er nach Paris zurück und gründete hier seine eigene Druckerei, die er mit englischen Maschinen ausstattete. Es dauerte noch Jahre, ehe er sich durchsetzen konnte, und es bedurfte dazu vielleicht erst der erwähnten Pariser Nachkriegsstimmung von 1871.

Chérets Wirkung auf seine Zeitgenossen, die ihn den «Tiepolo der Straße» nannten, war durchschlagend und nachhaltig. Seine Blätter, die in zunehmender und in künstlerisch sich perfektionierender Weise an Lebenslust, Witz und Spritzigkeit alles übertrafen, was in den siebziger und achtziger Jahren in Paris erschien, wurden bestaunt, besprochen und gesammelt. Vielfach erschienen sie seinen Freunden damals wegen ihrer Neuartigkeit weniger als Reklameerzeugnisse, sondern als rein künstlerische Produkte interessant. Zola berichtet in seinem Roman «L'Œuvre» (1886), wie einige junge Künstler in «Bewunderungsschreie» ausbrachen, als sie in einer Straße ein dreifarbiges Zirkusplakat Chérets entdeckten.

1889 und 1890 fanden in Paris Plakatausstellungen statt, auf denen auch Chéret vertreten war und großen Ruhm erntete. Er wurde Ritter der Ehrenlegion. Das Sammeln von Plakaten wurde Mode, Zeitschriften beschäftigten sich mit dem künstlerischen Plakat, und die im Chéretschen Besitz sich befindende Imprimerie Chaix gab in Monatsheften «Les maîtres de l'affiche» heraus, in denen farbige Reproduktionen der bekanntesten zeitgenössischen Plakate enthalten waren.

Der überwältigende Erfolg Chérets beruhte unter anderem darauf, daß er als erster den farbigen Bilddruck mit künstlerischer Meisterschaft zu behandeln wußte. Mit ihm gelangte das bildhafte Element des Plakates zum Siege. Chéret zeichnete seine Entwürfe selbst auf den Stein und nicht wie andere auf

Édouard Manet, Lithographie für ein Plakat zu dem Buch «Les Chats» von Champfleury, 1869 (Schriftdruck separat)

