



Pierre Bonnard, Farblithographie (rot, blau, gelb, schwarz), 1896

Für die Zeitgenossen waren jedoch Toulouse-Lautrecs Blätter in ihrer überraschenden und oft recht unbehaglich anmutenden Neuheit derart anziehend, waren die frappierenden Darstellungen in ihrer leichten Anrühigkeit so verlockend, daß sie sehr wohl ihren Reklamewert gehabt haben mögen. Gerade das, was sie darstellten, suchten und begehrten insgeheim ja die Besucher der Pariser Vergnügungsviertel, denn schließlich war es ja der etwas anstößige und das Laster gewissermaßen kultivierende Ruf von Paris als der Stadt der nur hier erlaubten und pikant gebotenen Vergnügungen, der viele Reisende aus aller Welt anlockte. Diesem Umstande trugen Lautrecs Blätter Rechnung.

Reklame fordert nicht nur bloße Wiedergabe eines Tatsächlichen, sondern Steigerung im Ausdruck, Transponierung in eine andere Bewußtseinsebene durch Verstärkung des sinnlichen Eindrucks mit Hilfe künstlerischer Mittel und psychologischer Vertiefung. Dem einen dienen Farbe und Linie, dem anderen das Besondere des Motivs. Darin ist der Wert der Blätter Lautrecs zu suchen, darin liegt aber auch für die folgenden Jahrzehnte eine prinzipielle Wirkungsmöglichkeit für das Plakat schlechthin, ungeachtet seiner verschiedenartigen Funktionsbereiche in Wirtschaft, Politik und Kultur.

Lautrec hatte eine besondere Vorliebe für die Darstellung einzelner Persönlichkeiten des Pariser Lebens. Vor allem die Welt des Theaters und seiner Künstler zog ihn immer wieder an und reizte seine künstlerische Phantasie. Er bemühte sich, das Charakteristische der Schauspieler zu erfassen, das unverwechselbar Einmalige ihres Wesens und die persönliche Note ihres Auftretens. Er war der erste, der die Stars als solche erkannt und künstlerisch dargestellt hat. Er verstand es, typische und treffende, in der Folge allgemein anerkannte und nachgeahmte Charakterisierungen bestimmter Künstler zu geben. So ist das Bild der Jane Avril, so wie die Zeitgenossen und die folgende Generation es sahen, wesentlich von Lautrecs Auffassung mitbestimmt worden. Ebenso geschah es in anderen Fällen, z. B. bei Yvette Guilbert, Bruant, May Milton, May Belfort, Caudieux, die Lautrec direkt zur Anfertigung von Plakaten für sich beauftragten. Bruant machte sogar einmal sein Auftreten davon abhängig, daß Lautrec das Ankündigungsplakat entwarf.

Lautrec hat im ganzen dreißig Plakate gezeichnet, neben Buch- und Veranstaltungsplakaten auch solche für industrielle Waren, in einigen Fällen für englische oder amerikanische Auftraggeber. In allen liegt der geheimnisvolle Reiz der Linie (Mathey), dem er nachspürt, einer Linie, die er voller Kraft und Ausdruck zu führen weiß. Seine kühne Flächenaufteilung in Verbindung mit seiner eigenwilligen, kontrastreichen und neue Wirkungen aufspürenden Farbgebung werden zu wichtigen Elementen des modernen künstlerischen Plakates überhaupt. Der sparsame Einsatz seiner Mittel führt zu einer gewollten Vereinfachung, in der jedoch eine Verstärkung des plakativen Ausdrucks begründet liegt. Lautrec weiß Schablone und Schematisierung zu vermeiden, seine Darstellungen, die sich auf Grund seiner reichen Phantasie und seiner regen Beobachtungs-