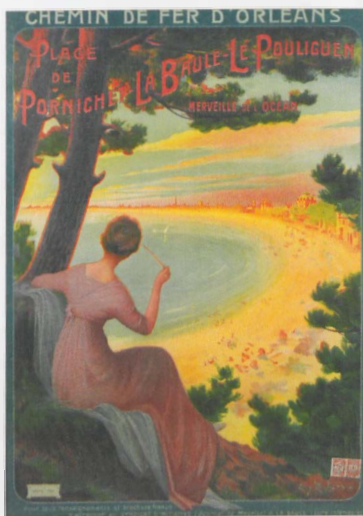


# A une passante

Plakatkunst bei den *Swann Galleries* in New York. Von *Jürgen Müller*

ALS CHARLES BAUDELAIRE die Moderne gegen ihre akademischen Kritiker verteidigte, drehte er den Spieß einfach um: Wie soll Kunst gelingen, wenn sie nicht ihre Zeit zum Ausdruck bringt? Und ist nicht die Antike, die von den Akademikern als immerwährendes Vorbild empfohlen wird, selbst historisch? Baudelaires Essay „Der Maler des modernen Lebens“ feiert die Moderne als Epoche des Ephemeren. Schönheiten sind vergänglich und zeichnen sich durch den Charakter des Neuen aus. Immer wieder kommt der Dichter auf Mode, Plakate und Schminke zu sprechen. Wie sehr das Plakat ein Medium der Moderne ist, zeigt die Auktion der *Swann Galleries* am 3. August. Vier Arbeiten von Henri de Toulouse-Lautrec sind vor allen anderen zu nennen. Darunter ist das Plakat für die monatlich erscheinende Zeitschrift „*La vache engragée*“ hervorzuheben. Der Künstler verspannt die linke untere und die rechte obere Bildecke durch eine imaginäre Diagonale, an der entlang ein älterer Herr von einer Kuh verfolgt wird, der wiederum ein Polizist nachjagt. Ein Kellner hat sein Tablett aus Vorsicht emporgehoben, zwei Pierrots fahren vergnügt auf einem Fahrrad nebenher. Und einen sich ängstlich umblickenden älteren Herrn begleitet



*Eugene Zigliara (1873-1918),  
Plage de Pornichet-La Baule-Le  
Pouliguen, Paris, 1912;  
Swann Galleries, New York,  
(Taxe 1000 Dollar)*

ein Hund, dem die turbulente Szene zu gefallen scheint. In Toulouse-Lautrecs Darstellung rast alles in Höchstgeschwindigkeit vorbei. Die Auktion in New York ist aber keinesfalls auf die französische Kunst des 19. Jahrhunderts beschränkt. Wie immer zu dieser Jahreszeit wird es eine Reihe von Plakaten mit Sommer- und Strandmotiven geben. Darüber hinaus sind Vintage-Poster aus der Zeit der Weltkriege im Angebot. Hervorzuheben ist James Montgomery Flaggs „*Wake up America*“, das eine schlafende Lady Liberty zeigt. Eine wichtige Werkgruppe bilden zudem Zirkusplakate aus der Blütezeit der amerikanischen Lithografie (1895–1920).

Für uns heute ist selbstverständlich, was Baudelaire sehr früh erkannte, dass nämlich Plakate ihre eigene Schönheit besitzen, die der Hochkunst in nichts nachsteht. Natürlich können sie konventionell ausfallen, es ist ihre Direktheit, die ins Auge springt. Dabei lässt sich ihre ästhetische Qualität nicht selten in

Worte fassen, die wir eigentlich mit Mode in Verbindung bringen. Sie erscheinen lässig, elegant, sexy oder vorlaut und kommunizieren ihre Inhalte auf anschauliche Weise. \_\_\_\_\_

*Swann Galleries, New York, 3. August*