



TOULOUSE LAUTREC OG STJERNERNE FRA MONTMARTRE

Med over 100 værker bringer Kunstmuseum Brandts nogle af historiens største art nouveau-kunstnere til Odense og viser de forførende, men også modsatrettede perspektiver, der formede perioden og dens kunst

Toulouse-Lautrec og stjernerne fra Montmartres litografiske reklameplakater blev ikke blot lavet som kunst. De var reklamer for alt fra cykler til champagne og vilde danseaftener på Moulin Rouge. I store formater kombinerede kunstnerne reklamens kommercielle virkemidler med art nouveau-kunstens nyskabende greb. De litografiske reklameplakater blev hængt op i massevis på byens plakatsøjler, byggestilladser og ved metrostationerne. Byens gader blev forvandlet til *salon de la rue*: gadens galleri.

På Montmartre blev der drukket og festet igennem, shows og teaterforestillinger var erotisk ladede, og sex-arbejdet florerede. Ved første øjekast fortæller kunsten fra *la belle époque* om fest og glade dage. Men under overfladen lurer politisk ustabilitet og ulighed, og periodens fest blev langt fra glamourøs og munter for alle.

Da kunstneren Henri de Toulouse-Lautrec skildrer også skyggesiden af arbejdernes og de prostitueredes liv, bliver han ikke i første omgang borgerskabets darling. Det er dog disse provokerende motiver, han den dag i dag er gået over i kunsthistorien for.

Citat: Stine Høholt, direktør:

"En international udstilling som denne er et helt unikt projekt for Kunstmuseum Brandts, der gør det muligt for os at præsentere nogle af den vestlige kunsthistories mest banebrydende kunstnere. Med udgangspunkt i værkernes menneskeskildringer, og ikke mindst kvindeskildringer, ønsker vi at nuancere billedet af den glamourøse belle époque og sætte fokus på de mange kontraster, der præger værkerne fra perioden", siger direktør for Kunstmuseum Brandts, Stine Høholt.

"Det er en central del af kunsthistorien, at værkerne fusionerer forbrug, åndelig ro, hverdagens barske realiteter og flugten ind i underholdningen. Det er en epoke af forandring og kontrastfyldte værker, der nok kan vække genklang hos os i dag i en tid med klimakrise, inflation, pandemi og krig i Europa på den ene side - og streaming, sociale medier og forbrugskultur og sommerens store festivalbesøg på den anden", siger direktør Stine Høholt.

STJERNESTØV OG "BRANDS"

Der skete store forandringer i det franske samfund i årene op til 1. verdenskrig. I en tid præget af fremgang og industrialisering, men også uro, masseflytning fra land til by og en hverdag med fabriksarbejde, var der behov for at flygte ind i forbrug og underholdning. Tidens store stjerner, som skuespilleren Sarah Bernhardt, danseren Loïe Fuller og sangeren Aristide Bruant forstod at bruge reklamemediet til deres fordel, og det var nogle af tidens største kunstnere, der stod bag.

Henri de Toulouse-Lautrec lavede flere plakater for sangeren Aristide Bruant. Gengivet i sin velkendte uniform med sort filthats og rødt halstørklæde, og med banebrydende kunstneriske greb som store farveflader og tydelige sorte konturstreger, faldt Toulouse-Lautrecs plakater af Bruant nogle for brystet, herunder ejeren af den ikoniske kabaret Ambassadeur. Bruant selv nægtede dog at optræde, hvis ikke det var Toulouse-Lautrecs plakater, der blev brugt.

Også skuespilleren Sarah Bernhardt insisterede på at blive skildret af kunstneren Alphonse Mucha, der indgik en 6-årig kontrakt med skuespilleren. Lige som i dag, var de store stjerner fuldt bevidste om deres "brand".

Citat: Linnea Mølbak Szilas, kurator:

"Sammensmeltningen af kunst og populærkultur fortsætter den dag i dag, hvor både virksomheder og tidens store stjerner bruger særlige kunstneriske udtryk for at vise hvem de er, og hvad de står for - både digitalt og i deres optrædener. Også i dag eksisterer kunstens, underholdningsindustriens og reklamens billedsprog side om side i en grad, så det kan være svært at gennemskue, hvad der er hvad", siger kurator på udstillingen Linnea Mølbak Szilas.

MELLEM SEXOBJEKT OG KØBEKRAFT

Smilende, unge, nøgne kvinder - forførende eller jomfruelige - var stadig populære motiver i reklamer henvendt til mænd. Men nu kom kvinderne også i stigende grad på arbejdsmarkedet og blev dermed forbrugere i deres egen ret. I alt fra reklamer, hvor Sarah Bernhardt – ikke ulig nutidens influencers - bruger et bestemt pudder, til reklamer for cyklen som frisættende for kvinder, henvendte plakaterne sig nu specifikt til denne nye målgruppe.

Også politisk ladede motiver prægede plakaterne, som i Clémentine-Hélène Dufaus værk *La Fronde*, hvor fattige og velhavende kvinder står side om side og spejder mod Sorbonne Universitetets kuppel, som en opfordring til tidens kvinder om uddannelse som vejen til et bedre liv.

De kendte, kvindelige stjerner på underholdningsscenen, blandt andre danseren Loïe Fuller, der stod bag egne koreografier og banebrydende sceneshow, og skuespilleren Sarah Bernhardt, der selv ejede de teatre, hun spillede både mandlige og kvindelige hovedroller i, blev et billede på *la femme nouvelle*: den nye tids kvinde. Kvinderne ville have lov til både at være feminine og magtfulde karrierekvinder på samme tid, et perspektiv, der også er til at finde i de feministiske strømninger i dag.

GEORG JENSEN OG SKØNVIRKE

Art nouveau-kunstnerne samledes også i troen på kunstens forskønnende og forbedrende potentiale – kunsten skulle nu være en del af folks hverdag. Art nouveau nåede sit højdepunkt fra 1880'erne til 1. verdenskrigs udbrud i 1914, og nåede at udfolde sig i et væld af kunstneriske medier: fra reklameplakaterne til design og kunsthåndværk.

Også i Danmark satte art nouveau-bevægelsen sine aftryk, herhjemme i den såkaldte Skønvirke og i udlandet som Arts and Crafts og Jugendstilen. Som et led i at få kunsten i ud folks hverdag kastede kunstnere sig med fornyet interesse over blandt andet sølvsmedearbejde og keramik. For at belyse art nouveau-kunstens internationale strømninger rummer udstillingen derfor også kunsthåndværk af Georg Jensen, Bing og Grøndahl og mange andre. Desuden vil bevægelsens internationale inspirationskilde, den japanske kunst og kunsthåndværk, være repræsenteret med træsnit, keramik og brugskunst.



Udstillingen *Toulouse-Lautrec og stjernerne fra Montmartre* åbner d. 3. september 2022 på Kunstmuseum Brandts. Som optakt til udstillingen kan man på pladsen ved Brandts Klædefabrik fredag d. 2. september se filmen *Moulin Rouge!* og synge med på periodens sange. Se www.brandts.dk for information.

Udstillingen er skabt i samarbejde med Musée d'Ixelles, Belgien og Institut für Kulturaustausch, Tyskland. Udstillingen er generøst støttet af Ny Carlsbergfondet, Augustinus Fonden, Knud Højgaards Fond, Albani Fonden og Fonden for Fynske Bank.

FAKTABOKS

Udstillingen *Toulouse-Lautrec og stjernerne fra Montmartre* tager udgangspunkt i originale litografiske plakater fra perioden *la belle époque*, 1880-1900, hvor art nouveau-kunstens principper om æstetikens forskønnende potentiale og underholdningens frirum møder tidens skyggesider og barske beretninger om en voksende ulighed.

Med 140 værker i grafik, kunsthåndværk, fotografier og video fra perioden beretter udstillingen om den banebrydende periode i kunsthistorien, hvor kunstnerne fusionerede reklamens kommercielle virkemidler med avantgardens nyskabende kunstneriske greb, for både at berette om nydelse og ulighed.

Udstillingen viser litografier skabt af nogle af tidens største kunstnere som Henri de Toulouse-Lautrec, Alphonse Mucha, Clémentine-Hélène Dufau, Théophile-Alexandre Steinlen, Eugène Grasset, Jules Chèret og mange andre. Det franske art nouveau-kunsthåndværk er repræsenteret ved blandt andre Émile Gallé og Charles Gréber, mens den japanske inspiration er repræsenteret af bl.a. Utagawa Hiroshige. Ydermere er den danske skønvirke eksemplificeret af kunstnere som Georg Jensen, Effie Hegermann-Lindencrone og Fanny Garde.

PRESSE

Pressefotos er tilgængelige via <https://brandts.dk/presse>
Det afholdes preview for pressen den 1. September kl. 17.00-18.00.

For tilmelding, yderligere information eller interview med direktør Stine Høholt eller kurator Linnea Mølbak Szilas, kontakt:

Kristian Dyg / kristian.dyg@brandts.dk / 27537025
Susanne More / susanne.more@brandts.dk / 26856002

