

© Vitalis, 2025  
 Deutsche Originalausgabe  
 Umschlagabbildung:  
*Die Musik* aus dem Zyklus  
 der Panneaux décoratifs  
 die *Vier Künste*  
 Hergestellt in der  
 Europäischen Union  
 Alle Rechte vorbehalten

ISBN 978-3-89919-012-0  
 (Vitalis GmbH, Straubinger  
 Str. 19, D-94354 Haselbach)

ISBN 978-80-7253-023-6  
 (Vitalis, s.r.o., U Železné  
 lávky 10, CZ-118 00 Prag)

info@vitalis-verlag.com  
 www.vitalis-verlag.com

englische Ausgabe  
 978-3-89919-512-5

französische Ausgabe  
 978-3-89919-560-6

spanische Ausgabe  
 978-3-89919-858-4

italienische Ausgabe  
 978-3-89919-860-7

tschechische Ausgabe  
 978-80-7253-513-2

Abb. 1: (Titelblatt): *Topas*  
 (1900) aus der Serie der  
 Panneaux décoratifs  
*Vier Edelsteine*.

Abb. 2: Das Plakat für den  
*Mährischen Lehrchor*  
 (1911) bewirbt auf Tsche-  
 chisch zwei Konzerte des  
 Sängerbundes in Wien. Die  
 Geste, mit der die Dame ihr  
 Haar zum besseren Hören  
 beiseiteschiebt, erscheint  
 auch im Panneau  
*Die Musik* (S. 43).



# INHALT

EINE WEIHNACHTSGESCHICHTE . . . . . 5  
 EIN DORF IN MÄHREN . . . . . 8  
 EINE KÜNSTLERNATUR . . . . . 13  
 WIEN . . . . . 15  
 DIE GRAFEN KHUEN VON BELASI . . . . . 16  
 MÜNCHEN . . . . . 18  
 ANKUNFT IN PARIS . . . . . 21  
 AUS DER NOT GEBOREN: MUCHAS ILLUSTRATIONEN . . 23  
 DIE CRÈMERIE DER MADAME CHARLOTTE . . . . . 28  
 SARAH BERNHARDT . . . . . 30  
 DIE WELT IM STILE MUCHAS . . . . . 39  
 DAS ATELIER IN DER RUE DU VAL-DE-GRACE NR. 6 . . 52  
 KÜNSTLERLEBEN . . . . . 54  
 DIE WELTAUSSTELLUNG . . . . . 61  
 AM SCHEIDEPUNKT . . . . . 68  
 MITTEL UND WEGE ZU EINER SLAWISCHEN KUNST . . . 72  
 DER AMERIKANISCHE TRAUM . . . . . 75  
 MARUŠKA . . . . . 80  
 DAS AMERIKANISCHE WUNDER: CHARLES R. CRANE . . 82  
 DIE HEIMKEHR NACH BÖHMEN . . . . . 87  
 DAS SLAWISCHE EPOS . . . . . 90  
 EPILOG . . . . . 99

MUCHA



## EINE WEIHNACHTSGESCHICHTE

Es ist der zweite Weihnachtstag 1894, der Stephantag. In der Werkstatt des grafischen Betriebes Lemerrier in der Pariser Rue Vercingétorix Nr. 44 prasselt der Ofen, Petroleumlampen kämpfen gegen das trübe Dezemberlicht. Ein Mann in einer groben Rubaschka, einem Russenhemd, beugt sich über ein Lithografiepult. Trotz feiner Glieder und auffallend schmalen Schultern ist er eine imposante Erscheinung. Um die gewölbte Leibesmitte hat der Mittdreißiger eine Schärpe gewickelt. Zerzauste hellbraune Haare und ein drahtiger, zu Spitzen gestutzter Bart umrahmen ein Gesicht, dessen Schatten von einer eben erst überwundenen Krankheit zeugen. In schnellen, sicheren Zügen lässt er Stahlfeder, Schaber und Gummi über einen speckigen Druckstein gleiten.

Zu ihm tritt de Brunhoff, Druckleiter bei Lemerrier. In dessen Auftragsbuch steht eine dringende Bestellung: Victorien Sardous byzantinisches Melodram „Gismonda“, ein routiniertes, bislang nicht sehr erfolgreiches Stück, soll in wenigen Tagen in die Reprise gehen und der Kartenverkauf mit einem neuen Plakat angekurbelt werden. Der Auftrag ist heikel – er kommt von Sarah Bernhardt persönlich. „Die Göttliche“ nennt halb Europa die launenhafte Diva. Ihre Hingabe an die Kunst ist ebenso legendär wie der Zorn, mit dem sie zu strafen weiß. Für die Bernhardt zu arbeiten ist ein Ritterschlag. De Brunhoff weiß, was auf dem Spiel steht, doch in der Weihnachtszeit ist keiner der bewährten Plakatgestalter aufzutreiben. So kommt der Mann in seiner Werkstatt zum Zuge.

Für zehn Francs werden Frack und Zylinder geliehen, und noch am selben Abend sehen der Drucker und sein Künstler das Stück in Bernhardts Théâtre de la Renaissance. Der Vorhang ist kaum gefallen, da entsteht auf dem Marmor eines Cafétisches ein gefälliger erster Entwurf. Am darauffolgenden Morgen geht der Künstler direkt an die Ausführung. Mit Hochdruck wird das Plakat durch die Produktion

Abb. 3: Das Selbstbildnis (1907) zeigt Alfons Mucha in einer russischen „Rubaschka“. Seit dem Studium trägt Mucha häufig diese praktischen Hemden, die zugleich sein Slawentum unterstreichen sollen.

Abb. 4: Sarah Bernhardt in der Rolle der Gismonda. Das in einer zeitgenössischen Reproduktion wiedergegebene Gemälde von Theobald Chartran entstand während Sarah Bernhardts Amerika-Tournee 1896.





Abb. 36: *Medée* (1898). Catulle Mendès schrieb Sarah Bernhardt eine flamboyante Bearbeitung der Tragödie auf den Leib.

Abb. 37: *La Dame aux camélias* (1896) porträtiert die Bernhardt als Kurtisane Camille.

Abb. 38: *Lorenzaccio* (1896). Das Plakat zu Alfred de Mussets Stück zeigt Sarah Bernhardt in der Hosenrolle des Lorenzo de Medici.

Für Sarah Bernhardt bedeutet Mucha eine Sensation mehr um ihre Person und eine willkommene Einnahmequelle. Mucha wird durch die Schauspielerinnen zum gemachten Künstler – und das nicht nur in finanzieller Hinsicht. In sechs Jahren entstehen acht Plakate für Bernhardts Theater, von denen sieben zu den gelungensten Arbeiten zählen, die wir von Mucha kennen: Der *Gismonda* folgen *La Dame aux camélias* (1896), *Lorenzaccio* (1896), *La Samaritaine* (1897), *Medée* (1898) sowie *Hamlet* und *Tosca* (beide 1899). Als einziges misslungenes Werk der Reihe muss das in großer Hast produzierte und schlecht gedruckte *L'Aiglon* (1900) gelten.



Gleich im ersten Plakat hat Mucha ein gestalterisches Grundprinzip gefunden, das er von nun an in zahllosen Variationen zu unterschiedlichen Themen durchspielen kann. Er ist als Künstler „angekommen“. Die geschwungenen, langen Linien, die sich zu dekorativen Mustern schlingen, Haare, die den Kopf wie ein Nimbus umschließen und sich bald in den typischen, „Makkaroni“ genannten Strähnen zu Arabesken ringeln sollen, die Dynamik, die sich aus der Drehung der Figuren ergibt, das alles ist im Kern bereits im ersten Sarah-Bernhardt-Plakat angelegt. Und aus fast allen Plakaten und Panneaux Muchas spricht eine zarte Eleganz, die niemand besser verkörpert als

Abb. 39: *La Samaritaine* (1897). In Edmond Rostands Werk spielte Bernhardt eine junge Schönheit aus Samaria, die zum Glauben findet.

Abb. 40: *Hamlet* (1899) zeigt Sarah Bernhardt als Titelfigur des Shakespeare-Klassikers erneut in einer Hosenrolle.

Abb. 41: *La Tosca* (1899). Das Drama um die Sängerin Fiora Tosca liegt auch der gleichnamigen Oper Giacomo Puccinis zugrunde.



Abb. 47, 48, 49: Mit Alfons Mucha durchs Jahr: Drei Panneaux décoratifs aus der ersten Serie der *Vier Jahreszeiten*. Von links: *Der Sommer*, *Der Herbst* und *Der Winter* (alle 1896).

sein Künstler einen Nerv. Nur ein Jahr zuvor hatte der Kunsthändler Samuel Bing in Paris den Salon de l'Art nouveau gegründet. Noch gibt es die gleichnamige Bewegung nicht, doch der täglich anwachsende Warenstrom beginnt, die strenge Etikette der etablierten Salon- und Monumentalkunst zu sprengen. Kunst geht in Serie, und die Belle Époque, das schöne Zeitalter, erschafft sich im Tausenderlei alltäglicher Gebrauchsgegenstände die größte Galerie in der Geschichte der Kunst.

Hier findet Mucha ein einträgliches Arbeitsfeld: „[...] ich war froh, dass ich keine Kunst für geschlossene Salons machte, sondern dass ich Kunst fürs Volk machen konnte. Das war billig, jeder konnte es sich kaufen, und es gelangte in die Familien von Besitzenden und Besitzlosen.“ Der Absatz der Panneaux ist reißend. Zusätzlich lässt Champenois rund 150 Motive auf Postkarten drucken, die Frankreich 1873 mit leichter Verspätung als Korrespondenzmittel

Abb. 50: Das Motiv, das hier im *Tierkreiskalender* (1896) der Zeitschrift *La Plume* verwendet ist, ziert neben mehreren Kalenderausgaben in mindestens neun Varianten Plakate und wird als Panneau vertrieben.

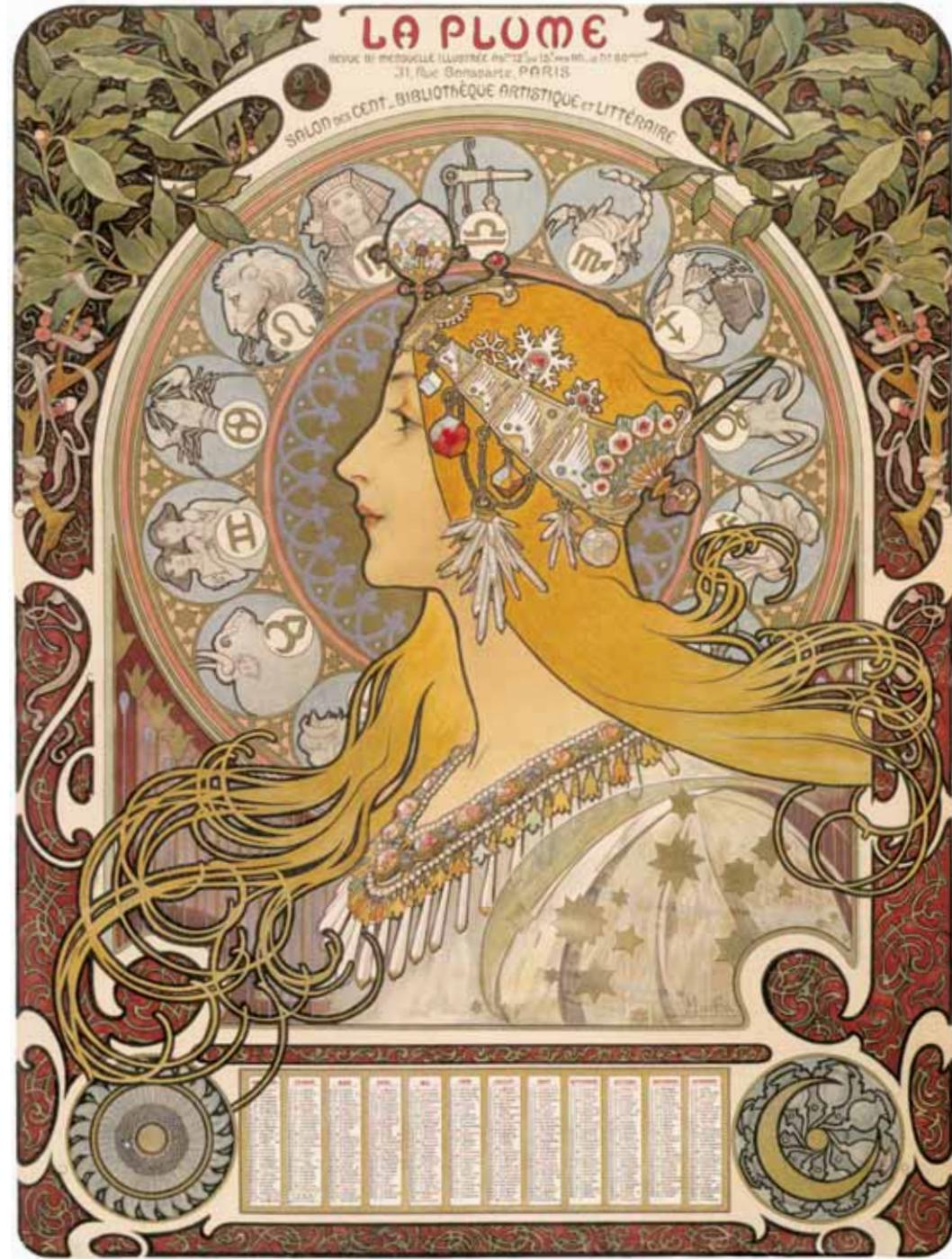




Abb. 60: Die ländliche Schönheit in *Bières de la Meuse* (um 1897) trägt einen Kopffut aus Gerste, Malz und Hopfen sowie roten Mohnblüten.

Abb. 61: Ein berauschend schönes Spiel aus Locken, Falten und perlendem Schaumwein: *Champagne Ruinart* (1897).

Abb. 62: Mit prächtiger Abendgarderobe wirbt Mucha für *Moët & Chandon Crémant Impérial* (1899).

Abb. 63: Muchas erstes Plakat für den Zigarettenpapierhersteller Job (1896) zählt zu seinen gelungensten Kompositionen überhaupt.

das Parfüm *Rodo*, die Champagner-Keltereien *Champagne Ruinart*, *Moët & Chandon* und *Heidsieck & Co*, die Likörhersteller *La Trappistine* und *Bénédictine*, die Bahngesellschaft Paris-Lyon-Marseille – die Reihe der Werbekunden Muchas bildet ein Panorama namhafter Unternehmungen des Fin de Siècle und ein buntes Itinerar durch die Warenwelt um 1900.

Stilistisch unterscheiden sich die Plakate kaum von den Panneaux, und ebenso wie diese werden auch sie einzeln an Sammler abgetreten. Als Mucha von den „Kaffern“, wie er die Verleger und Firmenvertreter nennt, die vor seiner Türe Schlange stehen, mehr Aufträge erhält, als er erledigen kann, finden sich auch direkte Übernahmen: Dieselbe Dame, die mit typisch mährischem Klatschmohn im Haar in den Panneaux der *Vier Jahreszeiten* einen flirrend heißen, sinnlichen Sommer verkörpert, bewirbt hingebungsvoll die

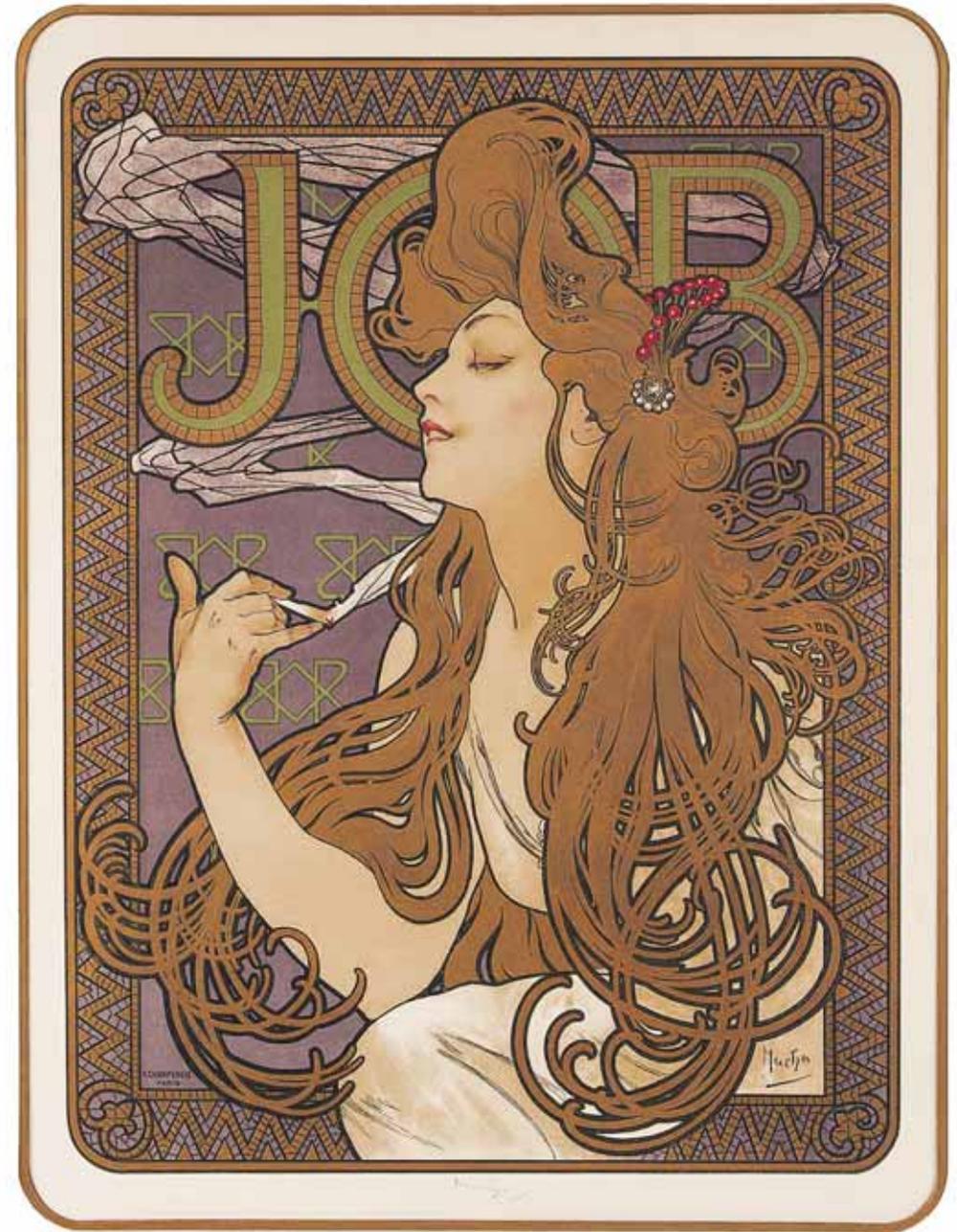




Abb. 116: Die dritte Tafel des *Slawischen Epos'* thematisiert die Einführung der slawischen Liturgie im Großmährischen Reich durch die heiligen Brüder Kyrill und Method.

Abb. 117: Die sechste Tafel des *Slawischen Epos'*, die Krönung des serbischen Königs Stefan Dušan zum oströmischen Kaiser 1346 („Die slawische Gesetzgebung“, 1926), zeigt die Krönungsprozession des Zaren in Skopje, der dem Slawenreich eine erste Gesetzgebung verleihen sollte.

Figuren; theatralisch-pathetische Verherrlichungen wie *Der Schwur der Omladina unter der slawischen Linde* folgen auf düstere, nüchterne Szenen wie *Die letzten Tage des Jan Amos Komenský in Naarden*. Auch einen bedeutenden Moment aus der Chronik seiner Heimatstadt Eibenschitz setzt Mucha in Szene: Die 15. Tafel des *Epos* zeigt *Die Schule der Mährischen Brüder in Eibenschitz*, in der ab 1564 die erste tschechische Bibelübersetzung aus den Originalsprachen erarbeitet wurde.

Um die Entwürfe zu realisieren, versetzt Mucha ganz Zbiroh in Aufregung. In historische Rüstungen gezwängt oder in altslawische Trachten gehüllt, erleben die Dorfbewohner innerhalb der 18 Jahre, in denen der Künstler am *Epos* arbeitet, die gesamte wechselhafte Geschichte des slawischen Volkes am eigenen Leibe. Die Erzieherin Manka etwa arrangiert Mucha als Mutter mit Kind im Vordergrund von *Der Kult des*



*Svantovít auf Rügen*, der Lehrer Kreisinger übernimmt dank seines imposanten Bartwuchses nach dem Unterricht standesgemäß die Rolle des Hussitenkönigs *Georg von Podiebrad*.

Tag für Tag klettert Mucha für neun bis zehn Stunden auf das meterhohe Gerüst, um an den Leinwänden zu arbeiten. Zwischen ihnen wächst bald sein Sohn Jiří heran, der uns einen lebhaften Eindruck der Werkstatt Muchas auf Zbiroh vermittelt: „Wenn ich später zu Vater ins Atelier kam, um ihm mitzuteilen, dass es Mittagszeit sei oder das Abendessen bereitstehe, betrat ich den riesigen Saal stets mit einem Gefühl geheimer Erregung. Links schaute eine überlebensgroße Gestalt mit einem Ring in der erhobenen Rechten auf mich herab – das Symbol der Einheit im Vordergrund des Bildes *Kyrill und Method* –, rechts beobachtete mich Manka, über der Svantovít und Thors Wölfe schwebten. Ein Stück weiter stieg die



Abb. 118: *Das Zusammentreffen Na Krížkách 1419* (1916), das neunte Bild des Zyklus', ist der rechte Flügel des Triptychons *Der Zauber des Wortes*. Es zeigt die Brandrede des Pilsener Hussiten Koranda, der die Anhänger seines Glaubens aufruft, sich mit Waffengewalt der katholischen Gegner zu erwehren.

Abb. 119 (Folgende Doppelseite): Die dreizehnte Tafel des *Slawischen Epos'* erinnert an den hussitischen König *Georg von Podiebrad* (die gekrönte Gestalt rechts im Bild). In der Person im roten Habit ist der päpstliche Legat *Fantinus de Valle* dargestellt, dem Mucha die Züge des Papstes Pius II. verliehen hat (1930).