

GODINNEN

VAN DE
ART
NOUVEAU



W BOOKS

Deze gezamenlijke publicatie van het Allard Pierson Amsterdam, het Badische Landesmuseum Karlsruhe en het Braunschweigische Landesmuseum Braunschweig is gepubliceerd bij de tentoonstelling *Godinnen van de art nouveau* in Amsterdam (23 oktober 2020 t/m 21 maart 2021), Karlsruhe (23 oktober 2021 t/m 24 april 2022) en Braunschweig (13 oktober 2022 t/m 9 april 2023).

ALLARDPIERSON

DE COLLECTIES VAN DE  UNIVERSITEIT VAN AMSTERDAM

**Badisches
Landes
Museum**
Schloss Karlsruhe



BRAUNSCHWEIGISCHES
LANDESMUSEUM

SPONSORS EN FONDSSEN

Godinnen in de art nouveau kwam mede tot stand dankzij het Mondriaan Fonds, het Dr. Hendrik Muller's Vaderlandsch Fonds, het De Gijsselaar-Hintzenfonds, het Amsterdams Universiteitsfonds en de Vrienden van het Allard Pierson.

M

mondriaan
fonds

Hendrik
Muller
fonds

*De Gijsselaar
Hintzen*
Dr. Gijsselaar-Hintzenfonds



AMSTERDAMS UNIVERSITEITSFONDS

BRUIKLENNEN TENTOONSTELLING

Allard Pierson, Universiteit van Amsterdam

Atria Kennisinstituut voor Emancipatie en

Vrouwengeschiedenis, Amsterdam

Badisches Landesmuseum Karlsruhe

Braunschweigisches Landesmuseum,

Braunschweig

Collectie Caljouw

Collectie S. van de Peppel

Collectie Vermeulen-Meiners

Drents Museum, Assen

Galerie Stylo, Bennebroek

Het Ware Huis, Art Nouveau en Art Deco,

Lage Mierde

Internationaal Instituut voor Sociale

Geschiedenis, Amsterdam

Keramiekmuseum Princessehof, Leeuwarden

Koninklijke Musea voor Kunst en Geschiedenis,

Brussel

Kunstmuseum, Den Haag

Kunsthandel Proportio Divina, Arnhem

Lalique Museum Nederland, Doesburg

Museum für Photographie Braunschweig

Museum Helmond

Nederlandse privécollectie

Rijksmuseum Amsterdam

Stichting Gifted Art, Rotterdam

GODINNEN

VAN DE ART NOUVEAU

REDACTIE

Wim Hupperetz
Angela Klein
Gaby Kuper
Lars Petersen
Durkje van der Wal

AUTEURS

Martijn Akkerman
Els de Baan
Sander Bink
Laurence Danguy
Hans-Jürgen Derda
Joanna Flawia Figiel
Franziska Habelt
Barbara Hofmann-
Johnson
Wim Hupperetz
Ruth E. Iskin
Ulla Jansz
Hans van Keulen
Angela Klein
Gaby Kuper
Heike Pöppelmann
Marike van Roon
Durkje van der Wal
Lea Weik

INHOUD

6 VOORWOORD

ESSAYS

9 GODINNEN VAN DE ART NOUVEAU: DE VROUW ALS
INSTRUMENT VAN VERLEIDING IN DE VERANDERENDE
BEELDCULTUUR ROND 1900

Wim Hupperetz

33 DE NIEUWE VROUW IN DE ART NOUVEAU: EMANCIPATIE EN
DUBBELE BOODSCHAPPEN

Ruth E. Iskin

51 DE GRAFISCHE REVOLUTIE: VROUWBEEDEN IN DE JUGENDSTIL

Laurence Danguy

66 HET FEMINISME VAN WILHEMINA DRUCKER EN DE STRIJD VOOR
VROUWENKIESRECHT

Ulla Jansz

79 *FALSE-COLORED EYES*: DE ICONOGRAFIE VAN DE FEMME FATALE

Sander Bink

91 VROUWENKLEDING IN BEWEGING

Els de Baan

103 JUWELEN TOT KUNST VERHEVEN: *STYLE GUIRLANDE* VERSUS ART
NOUVEAU

Martijn Akkerman

CATALOGUS

118 ART NOUVEAU IN DE COLLECTIES VAN HET ALLARD PIERSON

Wim Hupperetz, Hans van Keulen, Marike van Roon

146 VROUWEN IN KARLSRUHE ROND 1900: MAATSCHAPPELIJKE
VERNIEUWING IN EEN LIBERALE RESIDENTIE

Joanna Flawia Figiel

172 JUGENDSTILCOLLECTIES IN BRAUNSCHWEIG: HET
BRAUNSCHWEIGISCHE LANDESMUSEUM EN HET MUSEUM FÜR
PHOTOGRAPHIE BRAUNSCHWEIG

Gaby Kuper, Heike Pöppelmann, Barbara Hofmann-Johnson

INFORMATIE

194 NOTEN

194 VERDER LEZEN

196 AUTEURSINFORMATIE

197 ILLUSTRATIEVERANTWOORDING

200 COLOFON

ABSINTHE ROBETTE



des Presses
Goffart
Lithographe
Roubaix

1895
Privat-Livemont

GODINNEN

van de art nouveau: De vrouw als instrument van verleiding in de veranderende beeldcultuur rond 1900

In de late negentiende eeuw ontwikkelde zich een dominante visuele cultuur die het gezag van de aloude cultuur van het woord steeds meer ging verdringen. De moderne natuurwetenschappen leidden in combinatie met de nieuwe technologie tot industriële massaproductie en dat creëerde iets volstrekt nieuws: massaconsumptie. Die massa was in negentiende-eeuws Europa geleidelijk maar gestaag ontstaan. Het totale aantal inwoners van Europa steeg tussen 1750 en 1850 van 140 naar 250 miljoen en tussen 1850 en 1914 van 250 naar 450 miljoen.¹ Dat leidde tot een schaalvergroting die we als eerste herkennen in de groei van de steden en industrialisatie. Maar het was een veel bredere ontwikkeling, die we terugzien in wereldtentoonstellingen, metrolijnen, massa-attracties als panorama's, diorama's, winkelboulevards, theaters, bioscopen en stadions. Dit waren zowel broedplaatsen als etalages van 'moderniteit' en de nieuwe massacultuur.

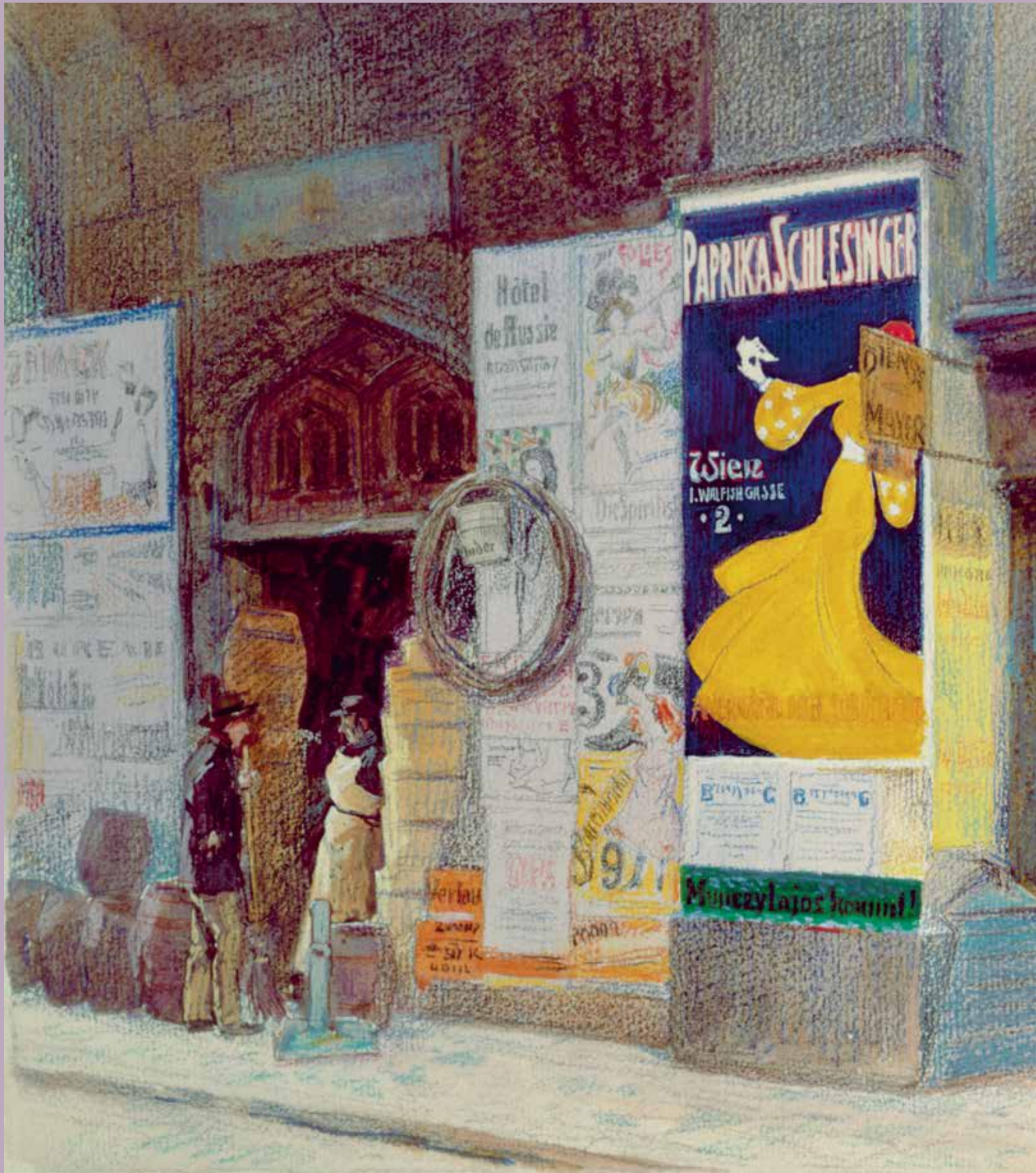
De tijd rond 1900 is een tumultueuze periode, waarin een nieuwe eeuw zich aankondigt, maar waarin tegelijkertijd de culturele tradities van de afgelopen eeuw nog sterk nagalmen. Het is een

tijd van grote wetenschappelijke ontdekkingen die veel maatschappelijke impact hebben. De natuurwetenschappelijke inzichten maken letterlijk een nieuwe energie los: elektriciteit als bron van de nieuwe industrie. We zien een sneller groeiende tegenstelling tussen stad en platteland, tussen een traditionele, conservatieve rurale gemeenschap enerzijds en een sterk geïndustrialiseerde verstedelijkte samenleving anderzijds. De sociaaleconomische dynamiek verschuift van het platteland naar de steden. Dit is rond 1900 een complex maatschappelijk proces waarbij de gegoede middenklasse duidelijk door heel Europa in opkomst is. In diezelfde periode drijft een breder toegankelijk onderwijsstelsel ook de opkomst van nieuwe elites aan.²

EEN NIEUWE MASSACULTUUR

Reclame en massaconsumptie hoorden steeds vanzelfsprekender bij ondernemersgeest en commercieel besef. Het ging om een verleidingsact waarbij de inzichten van de nieuwe psychologische wetenschap gretig werden gebruikt. Men had al snel in de gaten dat de psyche van het individu (of van de massa) vooral succesvol

Het groene aperitief absint was tijdens het fin de siècle zo populair – zowel binnen als buiten Frankrijk – dat borreltijd *l'heure verte* werd genoemd ('groene tijd'). Het vermeende hallucinogene effect van het ingrediënt thujon en de associatie met de bohémiens van Parijs leidden in de 20e eeuw tot een verbod in een groot deel van Europa. Het erotische karakter van deze reclameposter, typerend voor het fin de siècle, zou tegenwoordig op kritiek stuiten. Henri Privat-Livemont (1861-1936), affiche voor Absinthe Robette, 1896. 134,6 × 91,4 cm. Library of Congress, Washington DC





Tegen het eind van de negentiende eeuw was praktisch elk verticaal vlak in de openbare ruimte bedekt met vaak kleurige affiches die reclame maakten voor boeken, fietsen, spoorwegen, tijdschriften en kranten. Een aantrekkelijk ontwerp betekende dat niet alleen de aangeprezen waren beter verkocht werden, maar ook het affiche zelf: er ontstond al snel een levendige markt voor. Uitgevers en fabrikanten hielden ontwerpstrijden en affiches werden ongekend populair. Carl Müller, *Een straat in Wenen*, 1903. Aquarel. Wien Museum Karlsplatz, Wenen.

A
ROMANCE

AT ALL
BOOKSHOPS



THE QUEST
OF THE GOLDEN
GIRLS BY
RICHARD LE
GALLIENNE

JOHN LANE
THE
BODLEY
HEAD

LONDON & NEW YORK

5/- 150

DE NIEUWE VROUW

in de art nouveau – Emancipatie en dubbele boodschappen

‘Women have to be *someone*, not *something*.’
Mary Cassatt, 1894

De jaren 1890 waren het decennium van de art nouveau, van de Nieuwe Vrouw en van het reclameaffiche. De New Woman in de Angelsaksische wereld, *la femme nouvelle* in Frankrijk, werd een populaire, zij het onsympathieke figuur in de pers: ze kwam vaak voor in karikaturen en was de hoofdpersoon van menig roman.¹ Veel art-nouveau-afbeeldingen identificeerden vrouwen met de natuur door ze in gestileerde, welvende lijnen weer te geven, stelden vrouwen als hoogst decoratieve objecten voor of gaven ze een plaats in allerlei mannelijke fantasieën. Deze beeldcultuur ging tegen de progressieve politieke richting in die moderne vrouwen intussen waren ingeslagen, waarbij ze zich probeerden te bevrijden van conservatieve idealen en gendergerelateerde sociale grenzen. Toch bestonden er ook in de art nouveau afbeeldingen van vrouwen, vooral op reclameaffiches voor fietsen, die vrouwen als mobiel, actief en onafhankelijk neerzetten. Som-

mige affiches promootten de strijd voor vrouwenrechten. Dit artikel onderzoekt een scala aan voorstellingen van vrouwen in de art nouveau, vooral van de Nieuwe Vrouw, en de typische ambiguïteit die art-nouveau-affiches tentoon spreiden als het om de onafhankelijkheid van vrouwen gaat. Het doel van dit artikel is licht te werpen op het verband tussen stijl en politiek door de analyse van de afbeeldingen van een context te voorzien: de historische ontwikkeling dat vrouwen opleidingen gingen volgen, beroepen gingen uitoefenen en hun plaats in het openbare leven opeisten.

DE NIEUWE VROUW

Ondanks de kritiek op de Nieuwe Vrouw in de pers kregen steeds meer vrouwen ambities die hun traditionele rol te boven gingen. Ze gingen aan het openbare leven deelnemen en wilden een beroepsopleiding, werk, een carrière, een sociaal leven, onafhankelijkheid en vrijheid van conservatieve sociale beperkingen überhaupt. Ze wilden niet langer aan de traditionele verwachting voldoen dat vrouwen zich alleen op een bestaan als echtgenote en moeder dienden

De Amerikaanse kunstenaar Ethel Reed (1874-1912) kreeg internationale erkenning voor haar affiches en was een bekende verschijning in de media. Vanaf 1896 woonde ze in Engeland, waar ze als illustrator werkte en bijdragen leverde aan *The Yellow Book*, het literaire tijdschrift dat Aubrey Beardsley had opgericht. Ethel Reed, affiche voor Richard Le Galliennes roman *The Quest of the Golden Girl*, 1895. Affiche, 120,6 × 191,3 cm. Victoria and Albert Museum, Londen.



VROUWENKLEDING IN BEWEGING

Waarom wrongen vrouwen zich rond 1900 vol overgave in oncomfortabele kledingstukken? Dwingende korsetten zorgden ervoor dat hun lichaam de in de kunst gangbare belijningen volgde. Hoewel de bewegingsvrijheid en gezondheid eronder leden, gaat een verklaring voor het vervormen van het lijf ver terug. Van oudsher gold het opleggen van bewegingsbeperkingen voor man en vrouw als statusverhogend. Ook het innemen van veel ruimte – bijvoorbeeld met brede schouders, grote mouwen, forse hoofdbedekkingen of wijde pofbroeken en rokken – onderstreepte iemands positie. In de tijd van de art nouveau accentueerde dergelijke belemmerende en ruimte opeisende kleding specifiek de status van de vrouw. Ze liet daarmee zien dat ze geen lichamelijk werk hoefde te doen.

DEMONSTRATIEF NIETSDOEN

Met de eeuwwisseling in zicht schreef econoom en socioloog Thorstein Veblen in 1899 een kritisch boek over de toenmalige consumptiepatronen. Hij trekt in *De theorie van de nietsdoende klasse* van leer tegen mensen die willen

imponeren met overdadige consumptie en verspilling.

Kleding was een uiting van de zogenaamde geldcultuur. De status van een man was onder meer af te lezen aan de uiterlijke verschijning van zijn vrouw. Daarmee representeerde ze hem en onderstreepte zodoende zijn positie. Zij moest dus secuur en alert met de modeseizoenen meebewegen en zich telkens vertonen met de nieuwste outfits en snufjes. Veblen noemt dit ‘demonstratief verspillen’. Daarnaast diende haar kleding haar bewegingsvrijheid ernstig te belemmeren. Een korset dat het lijf in een S-vorm duwt, heeft volgens Veblen als enige doel ‘de vitaliteit van de draagster te verminderen en haar blijvend en zichtbaar arbeidsongeschikt te maken.’ Haar enige economische functie was volgens hem het verspillen van geld en energie. Deze kleedwijze was dus tevens een uiting van ‘demonstratief nietsdoen’. Oncomfortabele schoenen en enorme hoeden waarmee ze het hoofd nauwelijks kon draaien, droegen aan dat doel bij.

Het is dus geen verrassing dat de damesmode van rond 1900 zich volledig richt op deze behoefte aan verspilling en het inperken van bewegings-

Illustratie uit *Les Robes de Paul Poiret racontées par Paul Iribe*, 1908.



<< Henriette Rosine Bernard (1844-1923), bekend als Sarah Bernhardt, in *La Princesse lointaine* van Edmond Rostand. Haar hoofdtooi met kleurige edelstenen is rond 1895 door René Lalique ontworpen; de metalen lelies zijn met imitatieparels bezet. Foto Charles Reutlinger, Parijs.

Op dit affiche van Alphonse Mucha uit 1896, aan de actrice opgedragen door haar vrienden en bewonderaars, draagt Sarah Bernhardt echte bloemen aan haar Laliquediadeem. Lithografie, 75,5 x 55,2 cm. Musée des Arts Décoratifs, Parijs.

volgens mij het grootste aantal werken van Lalique bezit.' De tachtig juwelen, glazen objecten, tekeningen en kunstvoorwerpen werden tussen 1899 en 1927 door de verzamelaar direct bij de kunstenaar aangeschaft en vormen ook vandaag de dag nog altijd een van de belangrijkste en representatiefste verzamelingen van zijn werk in de wereld.

Sarah Bernhardt, de 'goddelijke Sarah', zoals ze werd genoemd, was een wandelende reclame voor de art-nouveaustijl. Zij droeg hun juwelen privé en op het toneel. In het stuk *La Princesse lointaine*, dat door Edmond Rostand (1868-1918) speciaal voor haar was geschreven, droeg ze een diadeem van René Lalique met metalen lelies, die bezet waren met imitatieparels. In de laatste akte verwisselde ze deze lelies voor echte bloemen, die ze tot het eind van het stuk bleef dragen. Dit moment gebruikte Alphonse Mucha voor zijn affiche voor dit toneelstuk en het was dit affiche dat op zijn beurt weer model stond

voor een iconische broche, die oorspronkelijk tot de Amsterdamse collectie-Citroen behoorde en zich tegenwoordig in het Hessische Landesmuseum in Darmstadt bevindt.

Een tweede Bernhardt-icoon is de slangenarmband, bezet met opalen en email, die de actrice als Medea droeg in het gelijknamige toneelstuk van Catulle Mendès (blz. 100). Dit juweel, eveneens naar een ontwerp van Mucha, werd uitgevoerd door Georges Fouquet, die regelmatig bij de artiestenuitgang van het theater stond in een poging zijn geld te ontvangen. Bernhardt verkocht de armband uiteindelijk om haar gokverslaafde zoon Maurice van geld te kunnen voorzien. Het juweel kwam uiteindelijk in de collectie van Michel Périnet, die het in de zestiger jaren tevergeefs voor 100.000 gulden aan het Amsterdamse Rijksmuseum aanbood. In 1986 verkocht hij de armband bij Christie's in Genève voor 1.300.000 gulden aan een anonieme bieder.

Broche Sarah Bernhardt, ca. 1900, ontworpen naar de poster van Alphonse Mucha. De maker is anoniem, waarschijnlijk Amerikaans. Goud, diamanten, smaragd, parel en email, 5,7 x 4 cm. Hessisches Landesmuseum, Darmstadt, voorheen collectie-Citroen, Amsterdam.



BEELDJE *HERFSTTIJLOOS*

Ontwerp Sophie Burger-Hartmann,
München, 1897

Uitvoering Deutsche Werkstätten, München

Brons, gegoten, gemonteerd

H. 28 cm, b. 11 cm, d. 11 cm

Badisches Landesmuseum Karlsruhe,

inv. 70/50

De Duitse beeldhouwer Sophie Burger-Hartmann (1868–1940) maakte beelden die sterke emoties uitdrukken, zoals het treurige meisje met gebogen hoofd dat uit de bloem van de herfsttijloos oprijst. Alle delen van de herfsttijloos zijn giftig en verwarring met krokus of daslook kan dan ook fatale gevolgen hebben. Misschien speelt dit hier een rol en kan de afbeelding als een metafoor worden opgevat voor plotselinge dood en rouw. De naam van de plant is afgeleid van het gegeven dat ze in september/oktober bloeit (met zachtpaarse bloemen) en het blad zich pas het jaar daarop vormt (dus als het ware tijdloos is). Het slap neerhangende blad van het beeldje is dan ook geen loof, wat het op het eerste zicht lijkt, maar een verwelkt bloemblad.

Op de sokkel van het beeld slingeren wortels, een motief dat bij Jugendstilkunstenaars zeer geliefd was. JFF



BEELDJE *THE SPIRIT OF ECSTASY*

Ontwerp Charles Robert Sykes, 1911
Uitvoering Rolls-Royce Ltd., Derby
Brons, verlorenwasprocedé, verchroomd
H. 20,8 cm, b. 10,8 cm, d. 11,7 cm
Badisches Landesmuseum Karlsruhe,
inv. 70/119 b

De Engelse beeldhouwer Charles Robert Sykes (1875–1960) is vooral bekend geworden als de schepper van dit beeldje, *The Spirit of Ecstasy* — het ornament dat van 1911 tot 1934 op de radiatorsluiting van elke Rolls-Royce stond. De eerste Rolls-Roycewagens werden zonder ornament geproduceerd; het idee kwam van Lord John Scott Montagu, een vriend van Charles Rolls. Om zich bij het autorijden veiliger te voelen liet hij een afbeelding van de heilige Christoforus, de schutpatroon van de reizigers, op de motorkap van zijn Daimler aanbrengen. Vervolgens raakte hij met Sykes in gesprek over een professioneel ontwerp voor een motorkapmascotte. Er doen verschillende verhalen de ronde over welke vrouw hiermee werd vereeuwigd. De gangbaarste verklaring is dat het om Eleanor Thornton gaat, de secretaresse en geliefde van Lord Montagu. Ook Sykes kende haar goed en gebruikte haar vaker als model voor zijn werk.

Ieder beeldje werd ambachtelijk vervaardigd met het zogenaamde verlorenwasprocedé. Hierbij wordt de figuur eerst van was gemaakt en met een hittebestendige mantel omgeven, waarna de was eruit wordt gesmolten en er tot slot brons in de holte wordt gegoten. JFF



VOORPORTAAL MET JUGENDSTILMOTIEVEN

Uitvoering Heinrich Kindervater,
Wolfenbüttel, ca. 1900

Voorportaal: imitatieschildering op
naaldhout; schilderijen: oliehoudende
gemengde techniek op doek

Voorportaal: h. 384 cm, b. 242 cm, d. 379 cm

Schilderijen: vrouw met camera: h. 193,6 cm,
b. 91,0 cm, d. 2,0 cm; vrouw met schildersezel:
h. 193,5 cm, b. 83,5 cm, d. 2,0 cm

Braunschweigisches Landesmuseum,
Braunschweig, inv. 2020-57

Gerestaureerd met steun van de Ernst
von Siemens Kunststiftung

Beroepsfotograaf Adolf Herbst wilde
zijn klanten al bij binnenkomst in zijn
atelier in Wolfenbüttel in de juiste
stemming brengen met dit voorportaal
met sprekende Jugendstilmotieven.

Twee jonge vrouwen, de ene met een
schildersezel en de andere met een pla-
tencamera op een statief, kijken de
bezoeker aan en wijzen de weg. Er staan
hoge loofbomen rond de slanke vrou-
wengestalten, die los vallende, op de
reformmode van rond 1900 gebaseerde
jurken dragen. De kleuren groen en wit
overheersen in de schilderijen en
geven een gevoel van jeugd en voorjaar;



fraai gestileerde rankmotieven vormen
de omlijsting. Het werk is uitgevoerd
door een lokale kunstenaar, Heinrich
Kindervater, die gespecialiseerd was in
kunstschilderwerk op binnen- en bui-
tenmuren.

Met dit voorportaal droeg Adolf
Herbst bij aan de verbreiding van
moderne kunst en vormgeving in de
architectuur en de daaraan gerelateerde

reclamemethoden. Bij zijn klanten
prees hij zijn 'Kunst-Anstalt für
moderne Photographie' (kunstinstel-
ling voor moderne fotografie) aan als
een modern, toekomstgericht bedrijf,
'met elegante atelier- en bedrijfsruim-
tes die naar de huidige mode zijn
ingericht'. Het versierde voorportaal
is een indrukwekkend voorbeeld van
de Jugendstil van Braunschweig. AK



COLOFON

Uitgave

WBOOKS, Zwolle
info@wbooks.com
www.wbooks.com

In samenwerking met
Allard Pierson - de collecties
van de Universiteit van Amsterdam
www.allardpierson.nl

Coördinatie, beeldredactie en bijschriften

Paulien Retèl

Vertaling

Noctua Taal en tekst: Corinna
Vermeulen en Ilia Neudecker

Eindredactie

Noctua Taal en tekst:
Corinna Vermeulen
www.noctuaतालentekst.nl

Vormgeving en omslagontwerp

Miriam Schlick, Amsterdam
www.extrablond.nl, met veel
dank aan Tjeerd Dam.

De letter in de koppen is gebaseerd op een voorbeeld in Klaas van Leeuwens *Letterboek voor den teekenaar en ambachtsman* (1907, zie blz. 143). De 'Van Leeuwenletter' is voor de tentoonstelling en de publicatie *Godinnen van de art nouveau* gedigitaliseerd door OPERA Amsterdam.

Bijschriften omslag:

Alphonse Mucha, *De natuur*, 1900 (zie blz. 149). Badisches Landesmuseum, Karlsruhe

Jan Toorop, boekband voor *Metamorfose* van Louis Couperus, 1897 (detail). Collectie S. van de Peppel

Gustav Klimt (waarschijnlijke ontwerper) en Georg Klimt (uitvoering), reliëf, ca. 1900 (detail van blz. 171). Badisches Landesmuseum, Karlsruhe

Bijschrift blz. 6:

Théo Perrot, wandbord *La Danse (De dans)*, ca. 1900. Aardewerk, tin; gebakken, geglazuurd. Badisches Landesmuseum Karlsruhe, inv. 65/93.

Bijschrift blz. 116-117:

Josef Lehner & Eduard Mader, *Neue Schriften und Firmenschilder im modernen Stil*, Wenen, 1904. Allard Pierson, Universiteit van Amsterdam, inv. OL 63-3123

Bijschrift blz. 199:

Paul Naumann, *Moderne Schriften und Alphabete*, Berlijn, 1900. 15 losse bladen, 51 × 38 cm. Allard Pierson, Universiteit van Amsterdam, inv. NOF 88-2

Dit is deel 8 in de Allard Pierson Museum Serie. Eerder verschenen titels over de Etrusken, Egypte, Rome, Troje, de Krim, Sicilië en de Vroege Middeleeuwen.

© 2020 WBOOKS / Allard Pierson

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen of op enige andere wijze, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

De uitgever heeft ernaar gestreefd de rechten met betrekking tot de illustraties volgens de wettelijke bepalingen te regelen. Degenen die desondanks menen zekere rechten te kunnen doen gelden, kunnen zich alsnog tot de uitgever wenden. Van werken van beeldende kunstenaars aangesloten bij een CISAC-organisatie is het auteursrecht geregeld met Pictoright te Amsterdam.

© c/o Pictoright Amsterdam, 2020

ISBN 978 94 625 8404 4
(Nederlands)

ISBN 978 94 625 8405 1
(Engels)

ISBN 978 94 628 8414 3
(Duits)

NUR 684



Vrouwenfiguren — meestal jong en sierlijk, vaak versmeltend met de natuur — zijn overal in de art nouveau. Van commerciële postergirls tot allegorische figuren, van conservatieve rolmodellen tot iconen van het feminisme, maar zelden vrouwen van vlees en bloed. Ook de vrouwelijke kunstenaars die zich in de mannenwereld van de art nouveau wisten te handhaven, gebruikten allegorische vrouwenfiguren.

Het fin de siècle was een tijd van grote veranderingen: verstedelijking, het ontstaan van massaconsumptie en reclame, industrialisering, klassenstrijd, de opkomst van de vrouwenbeweging, de verspreiding van grote hoeveelheden drukwerk. Kunstenaars en vormgevers gingen naar nieuwe vormen op zoek; de nieuwe kunst, art nouveau, werd in heel Europa popu-

lair. Dat was aan tijdschriften en affiches te danken, maar ook aan de wereldtentoonstellingen, die de nieuwste toegepaste kunst presenteerden waarmee de moderne burgerij zich kon omringen.

Godinnen van de art nouveau werpt nieuw licht op een tijdperk zonder weerga en op de vraag hoe het beeld van de vrouw werd ingevuld en ingezet — in schilderijen, spectaculaire sieraden, de Rolls-Roycemascotte, reclameposters en boekbanden, gemaakt door mannelijke en vrouwelijke kunstenaars. Daarnaast bevat het boek een selectie van de mooiste en belangrijkste objecten uit de art-nouveauctollecties van het Allard Pierson, het Badische Landesmuseum Karlsruhe en het Braunschweigische Landesmuseum Braunschweig.

