# Frühzeitiges Lungenkrebschen gefällig?

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **90 (1964)**

Heft 33

PDF erstellt am: **06.06.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-503869

**Nutzungsbedingungen**

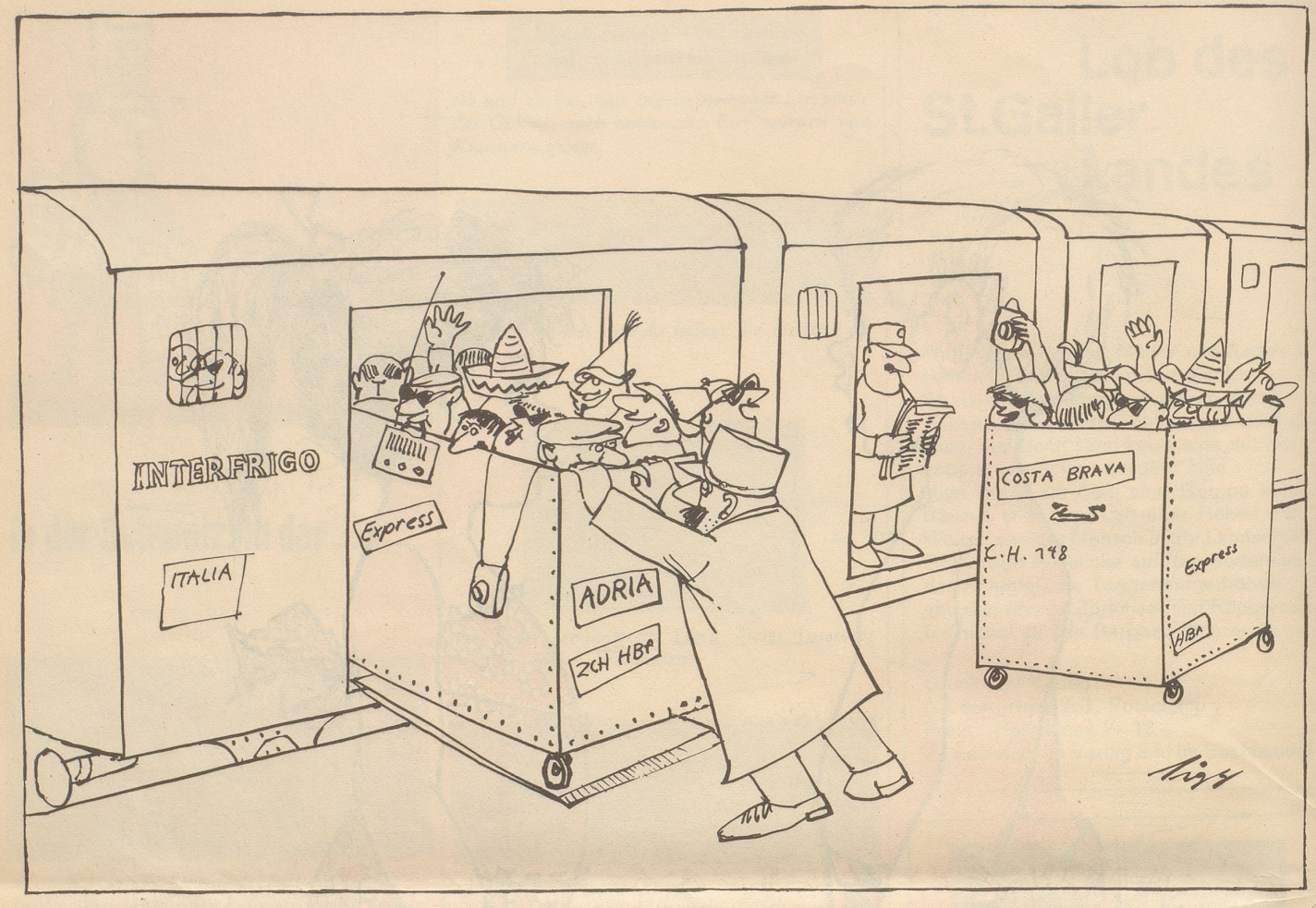
Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

**Haftungsausschluss**

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

**http://www.e-periodica.ch**




Organisierter Massentourismus: eine moderne Form des Menschenhandels.

# Frühzeitiges Lungenkrebschen gefällig?

Françoise Hardy, vedette internationale, bekannt durch Platten, Radio und Fernsehen, kommt und signiert im Warenhaus Y Mittwoch von 16 bis 18 Uhr.

So zu lesen in einem ganzseitigen Inserat, dessen mittlere zwei Drittel von einem Portrait eines leicht schwermütig blickenden langhaarigen Engels geziert wird. Also dieser Angelus hirsutus wird eigenhändig X signieren, und zwar Mittwoch nachmittags. Warum gerade dann? – Nun, dann haben die Verehrer und Verehrerinnen der Fränzi Hardy schulfrei. Danach muß sich ein Teenager-Idol eben richten. Dagegen kann kein Wort eingewendet werden: Der Star bekommt seine saftige Gage; das Warenhaus hat die Bude voll Leute; die Firma, die X fabriziert, verkauft ihre Ware – und die einheimischen Teenager haben ihr Vergnügen daran, die eigenhändige Unterschrift der Sängerin, die sie selber groß gemacht haben, nach Hause tragen und damit in der Schulklasse gelben Neid erregen zu können.

Wenn der Artikel X Badeseife, Kugelschreiber oder auch nur Kaugummi bedeuten würde, dann könnte man sich höchstens darüber aufhalten, daß die Teenager-Begeisterung zum Geschäftemachen mißbraucht worden wäre. Aber das ist ja keine Ausnahme mehr; das ist heute schon fast die Regel, ansonst man den ganzen Teenager-Rummel gar nicht hätte aufzuziehen brauchen. Aber X ist keine Seifenmarke, noch eine für Kaugummi. X sind Zigaretten.

Die zwölf- bis sechzehnjährigen Schulbuben und Schulmeitli, die sich der Françoise zuliebe ein Paket X kauften, werden höchst wahrscheinlich auch ein Müsterchen – mindestens ein Müsterchen! – aus dem Päckli geschmaucht haben. Schließlich sind die Zigaretten durch die Unterschrift des Idols doch glorifiziert worden, und wenn schon ein so berühmter Star X raucht und für X Propaganda macht, dann kann doch ein Schulgoof nicht widerstehen, oder?

Das, so finden wir, hätten sich die verantwortlichen Leiter des Warenhauses eigentlich vor Augen halten sollen. Daran hätte auch der Reklamemann denken dürfen, von dem die Idee sehr wahrscheinlich stammt. Der Françoise ist kein Vorwurf zu machen: Erstens ist sie erst neunzehn Jahre alt, zweitens ist sie nicht zum Denken, sondern zum Singen ausgebildet – und drittens muß sie das Eisen schmieden, solange es warm ist, das heißt: solange sie noch ein Teenager-Idol ist. Diese Idole wechseln ja häufig.

Wenn wir Erwachsenen uns halb- bis dreiviertel- oder ganztot rauchen, mit der Marke X oder einer andern, dann ist das unsere Privatsache. Auch ich habe bis zum Grabesrand X geraucht. Das geht nur uns allein an. – Aber ein anderes ist es, Kinder auf raffinierte Weise zum Rauchen zu animieren. Das sollte eine Zigarettenfabrik, die herrlich prosperiert, nicht tun. Und ein Schweizer Reklamemann könnte sich auch etwas weniger Perfides einfallen lassen. Und ein Warenhaus ist zwar nur eine juristische Persönlichkeit – aber auch eine solche könnte eigentlich ein Gewissen brauchen. Und wenn's nur deshalb wäre, ihre zukünftigen Kunden nicht frühzeitig an einem zeitgemäßen Krebschen dahinsterben zu lassen.

*AbisZ*