

## **DIE ZEIT**

**44/2003**

**ENTWARNUNG RAUCHEN SIE IMMER NOCH GERN?  
UND MÖCHTEN SICH TROTZDEM FIT HALTEN? LADEN  
SIE SICH EINFACH DAS ETUI-SCHNITTMUSTER  
HERUNTER, WERDEN SIE KREATIV UND SCHICKEN  
SIE IHR DESIGN BIS ZUM 5. NOVEMBER AN  
ETUI@ZEIT.DE WIR VERÖFFENTLICHEN DIE  
SCHÖNSTEN EINSENDUNGEN UND VERLOSEN BÜCHER  
ZUM THEMA GESUNDHEIT UND FITNESS**

Na und!

### **Die Todesdrohung auf der Zigarettenschachtel wird jetzt mit Wegwerfetuis überdeckt**

*Von Evelyn Finger*

Lange Zeit hatten die Raucher keine Angst vorm Sterben. Wenn sie die Prophezeiungen der Gesundheitsapostel hörten, erging es ihnen wie dem Mann, der auszog, das Fürchten zu lernen, drei Nächte harrete er allein im Geisterschloss aus, Tod und Teufel gaben sich redlich Mühe, ihn einzuschüchtern, doch jeden Morgen klagte er aufs Neue: Wenn's mir nur gruselte! Erst als seine Frau Gemahlin ihm einen Eimer Fische ins Bett kippte, da schrie er: Nun weiß ich, was Gruseln ist! Schrecklicher als der Tod ist nämlich das Hässliche und Indezente. Man kann deshalb nur beten, dass Europas Genussverhinderungskommissare nicht mit dem kanadischen Modell durchkommen, Drohbilder von kaputten Raucherlungen abzdrukken. Schon der schwarzweiße Warnhinweis raubt dem Akt des Zigarettanzündens alle Eleganz.

Darum aber geht es ja gerade beim Rauchen, um das Schöne, das aus einem gewissen Zusammenklang der Gegensätze entsteht – des Genusses und der Gefahr, der kultivierten Geste und der unkontrollierbaren Sucht. Deshalb wird das Zigarettentui eine baldige Renaissance erleben, Berliner Tabakhändler mussten bereits nachbestellen. So hat die neue Hässlichkeit auch ihr Gutes, sie dient der Rückbesinnung auf das formvollendete Detail. Eine Zigarette aus dem Etui raucht man anders als die Kippe aus der Schachtel, nämlich stets mit einer imaginären Zigarettenspitze. Und wenn künftig die Dame dem Herrn eine Marlboro anbietet, wird wieder ein scharfes metallisches Geräusch zu hören sein, wie vor 150 Jahren, ein edles Klack statt eines vulgären Knisterns. Für jene aber, die solch antiquierte Kaffeehaus-Vornehmheit nicht mögen, gibt es eine Variante namens *packet-jacket*, der Pappkarton zum Selberfalten wird einfach über die Schachtel geschoben. An vielen Großstadtkiosken gibt es ihn schon zu kaufen, für 40 oder 50 Cent, in allen Farben, die stilvollsten *packet-jackets* jedoch hat das Hamburger Designbüro »markentreu« entworfen. Sie verdecken die Todesdrohung nicht nur, sondern kommentieren sie auch.

sarkastischen Replik. Übertriebene Warnung, übertriebene Tarnung. Mit dieser Schachtel demonstriert der Raucher seine Kriegstauglichkeit. Wer mehr zur Gegenaufklärung neigt, wählt einen schwarzen Karton mit dem Aufdruck »Retter der inneren Sicherheit«. Der Slogan signalisiert, dass unverantwortlicher Zigarettenkonsum über den Umweg der Tabaksteuer das Gemeinwohl befördert. Zynisch schließlich und daher besonders apart wirkt das Motiv Himmel, in friedlichem Blau, obendrauf steht: »...ich weiß!« Ich weiß heißt, dass ein Memento mori keinen Sterblichen erschrecken kann. Ich weiß heißt auch »Na und«, es setzt der Diskussion ein Ende, klingt einerseits lässig und gleichzeitig so apodiktisch wie ein »Gott ist tot«.

### **»Hoffnung ist etwas für Leute, die unzureichend informiert sind«**

Die Hamburger *packet-jackets* sind das genaue Gegenteil der Warnhinweise: skeptisch statt didaktisch, untertreibend statt dramatisierend, hedonistisch statt puritanisch. Mit einem Wort – modern. Die Designer von markentreu haben erkannt, dass es heutzutage nicht mehr darum gehen kann, dem Menschen seine ungesunden Gelüste abzugewöhnen, sondern das gesammelte Wissen über die Verkommenheit der Gattung auf möglichst nonchalante Weise zu verwalten. Es geht beim Rauchen wie überhaupt im Leben stets darum, ein bisschen weniger zu wissen, als man weiß, nur dann darf man noch an die Unsterblichkeit glauben. Heiner Müller, ein Raucher und ein Zyniker vor dem Herrn, hat es folgendermaßen ausgedrückt: »Hoffnung ist etwas für Leute, die unzureichend informiert sind.« Man kaufe sich also ein Etui, pflege seine Laster und bemühe sich in allen Lebenslagen um Anmut und Würde.

Als Vorbild kann Hester Prynne, die Hauptfigur aus Nathaniel Hawthornes Roman *Der scharlachrote Buchstabe*, dienen. Im sittenstrengen Boston der 1840er Jahre wird sie des Ehebruchs überführt und muss zur Strafe ein großes »A« für alle sichtbar auf ihrer Kleidung tragen. So wollen es die religiösen Eiferer. So verlangen es die Gesetze der Bigotterie: das Bedrohliche in riesigen Lettern kenntlich zu machen, damit der brave Bürger glauben kann, gefeit zu sein. Hester Prynne aber stickt das »A« der Aussätzigen in glänzend rotem Garn auf ihr Kleid und trägt es mit Stolz.

Wenn man die Menschheit durch Warnhinweise retten will, darf man es nicht bei Zigaretenschachteln bewenden lassen. Konsequenterweise müsste man vor allem die Menschen selbst beschriften. Und zwar alle. Man könnte die Warnhinweise offen tragen oder demonstrativ verstecken, es wäre lediglich eine Frage des Stils.

Die Tabakindustrie aber könnte schon jetzt die Rolle der Avantgarde übernehmen und Zigaretenschachteln kreieren, die die düstere Nachricht von unserem bevorstehenden Ende kongenial ins jeweilige Markendesign integrieren. Das wäre wirklich todschick.