



1



2

- 1 Entwurf für Werbepaneel, De plus en plus Turmac Superfiltre, 1955, Gestaltung: Josef Müller-Brockmann, Fotografie: Serge Libiszewski, Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann). Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK
- 2 Filmnegativ (Entwurf für Werbepaneel), Turmac, 1955, Fotografie: Atelier Müller-Brockmann, Zürich, CH / Serge Libiszewski, Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann). Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

Obschon die schädliche Wirkung des Rauchens seit über 50 Jahren bekannt ist, bleibt das Tabakwerbeverbot im öffentlichen Raum schweizweit lückenhaft. Als Josef Müller-Brockmann (1914–1996) 1955 sein Werbeband für Turmac-Zigaretten am Hauptbahnhof Zürich montieren liess, wusste er hingegen von nichts. Doch wenig später las er davon und zog sofort die moralischen Konsequenzen.

Hoch über dem Gleiskopf des Hauptbahnhofs Zürich hing in den späten 1950er-Jahren die Turmac-Werbung des Atelier Müller-Brockmann. Junge Männer und Frauen mit Zigarette in der Hand strahlten die Passanten glücklich von oben herab an. Ein moderner Lebensstil mit passendem grafischem Auftritt hielt hier Einzug: Aufgeblasene Schwarzweiss-Fotos von Rauchenden in diverser Grösse waren zusammen mit dem mehrsprachigen Werbeslogan in roter Grotteskschrift auf ein Band montiert, das – vom roten Turmac-Logo im Arabeskstil unterbrochen – wie ein amerikanischer Filmstreifen daherkam. Das lange Zeit den Männern vorbehaltenen Rauchen galt seit der Lucky Strike-Kampagne in New York (1929), bei der sich zehn

sozial angesehene Frauen eine «schlankmachende» Lucky-Zigarette anzündeten, auch für das weibliche Geschlecht als akzeptabel. Doch dauerte es in der Schweiz etwas länger, bis sich Frauen getrauten, in der Öffentlichkeit zu rauchen. Von der schädlichen Wirkung des Rauchens wusste man lange Zeit nichts. Als Müller-Brockmann Ende der 1950er-Jahre von der tödlichen Wirkung des Tabaks erfuhr, verzichtete er auf weitere Aufträge von Turmac. Er erstellte eine Liste von Produkten, für die er aus moralischen Gründen nicht (mehr) werben wollte. Dazu gehörten Tabak, Alkohol, Kriegsspielzeug, Waffen, Immobilienspekulation sowie Parteipolitik. Sein Glaube an die soziale Verantwortung des Grafikers, der informieren und nicht verführen will, haben ihn zudem darin bestärkt, sich von der rein kommerziellen Werbung abzuwenden. (Barbara Junod)

Dokumentarfotografie, Turmac, 1955  
 Fotografie: Atelier Müller-Brockmann, Zürich, CH / Serge Libiszewski  
 Auftrag: Turmac Turkish-Macedonian Tobacco Co., Zürich, CH  
 Material/Technik: Papierabzug, s/w-Fotografie  
 14,5 x 39,3 cm  
 Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann)  
 Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

