Columbus Circle am Tage

ten, die an jeden Amerikafahrer sehr oft gestellt wird: »Wie ist die Frau?« Ich möchte vorausschicken: Da die Frau 75% aller Einkäufe im Kleinhandel besorgt, ergibt es sich ja schon an sich, daß sie neben dem allgemeinen Interesse, das man ihr entgegenbringt, für den Reklamestudenten in Amerika ein sehr wichtiges Studienobjekt bedeutet. Auch ich habe mich dieser Aufgabe mit ganz besonderem Interesse gewidmet, und trotz der Schwierigkeiten, die angenehme Erinnerungen einschalten, will ich ein möglichst objektiver Berichterstatter sein: »Schön sein«, das ist das oberste Gesetz aller amerikanischen Frauen. Der Verbrauch von kosmetischen Artikeln soll in den letzten Jahren eine Steigerung um mehrere Hundert Prozent erfahren haben, und wer all die schönen Mädchen auf der Straße, bei der Arbeit und in der Gesellschaft sieht, wird das ohne weiteres glaubhaft finden. Lippenstift, Puder und Schminke gehören sicher zu dem größten Konsumartikel des täglichen Bedarfs. Sie schminken sich alle auf Schönheit, nicht auf Gesundheit. Daß sie es alle tun, spricht wieder für das Kollektivgefühl des Amerikaners. Und dann der zwanglos liebenswürdige Verkehr, der absolut kameradschaftliche Ton untereinander! Er zeigt, daß die Lebensprobleme drüben leichter, unkomplizierter und auch vernunftgemäßer, kurz gesagt, gesünder sind. Eine reizende junge Amerikanerin sagte mir: »O nein, wir haben Strindberg überwunden.« Sie trifft damit sicher eine Tatsache, drückt aber wohl nicht ganz das Richtige aus, denn ich glaube, diese Probleme sind dem Amerikaner

Columbus Circle bei Nacht

SLUB
Wir führen Wissen.
http://digital.slub-dresden.de/id38789218 7-19260100/53
gefördert von der
Deutschen Forschungsgemeinschaft DFG
UNIVERSITÄT ERFURT