

Lyrisches Preisrätsel der "Schweiz"

Objektyp: **Group**

Zeitschrift: **Die Schweiz : schweizerische illustrierte Zeitschrift**

Band (Jahr): **4 (1900)**

Heft [27]: **Beilage**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

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.

Die größten Sortimente in Seiden- und Wollstoffen für Ball-, Braut- und Hochzeitstoiletten finden Sie bei

J. Spoerri, Zürich.

Muster und Modebilder umgehend.

(K-105-Z)

Lyrisches Preisrätsel der „Schweiz“.

Um auch unseren überseeischen Lesern und Leserinnen Zeit zu lassen, uns ihre Lösungen einzusenden, haben wir mit der Publikation des Resultates bis jetzt zugewartet. Leider war von den vielen eingegangenen Lösungen keine einzige vollständig richtig. Dagegen haben im ganzen 64 Abonnenten das Gedicht No. 2 „Es jährt sich die Nacht“ zutreffend unserer Mitarbeiterin Isabelle Kaiser, und das „Reiterlied“ Dr. Arnold Ott zugeschrieben.

Wir werden die Namen dieser 64 Löser in der nächsten Nummer publizieren und gleichzeitig die denselben zukommenden Aufmunterungspreise bekannt geben.

Administration der „Schweiz“.

Verlag der „Schweiz“.

Interessenten machen wir die Mitteilung, daß wir die in der „Schweiz“ erschienenen **Clichés**, soweit dieselben noch vorrätig sind, gegen billige Ansätze

vermieten oder verkaufen.

Anfragen sind zu richten an die

Administration der „Schweiz“

Zürich IV, Clausiusstraße.

Kochrezepte.

Gedämpfte Nieren.

Eine Kalbsniere wird in feine Scheibchen geschnitten und mit einer feingehackten Charlotenzwiebel, Salz und Pfeffer auf lebhaftem Feuer geröstet, bis sie annähernd gar ist. Dann wird etwas braune Sauce mit einem halben Gläschen Madeira abgekocht, die Nieren daran gegeben und das Ganze unter Zugabe von etwas Zitronensaft noch rasch eine Minute aufgekocht. Vor dem Anrichten empfiehlt es sich sehr, dem Gerichte noch eine Prise gehackter Petersilie und ein Güzchen „Maggi“ einzuverleiben.

Selleriesalat.

Zeit der Bereitung 1 1/2 Stunden.

Man braucht 2 große oder 3 kleine Knollen Sellerie, den man ungeschält in Salzwasser kocht, bis er sich leicht durchstechen läßt. — Dann schält man sie rasch und schneidet sie in Scheiben, um diese noch heiß mit 3 Löffeln Del, 2 Löffeln guter Bouillon aus Liebigs Fleisch-Extrakt, Salz, Pfeffer, einer gewiegten Zwiebel und 3 Löffeln Essig zu vermischen. — Nach Belieben kann man gewiegte Kräuter über den Salat streuen, auch sehr gut Kartoffel- und Selleriesalat zu gleichen Teilen mischen.

Polnischer Braten.

Eine Kalbschale wird geklopft und mit Sardellen- und Speckstreifen reihenweise dicht gespickt, mit Salz und weißem Pfeffer bestreut und in ein frisches Schweinsnez gehüllt. Darauf gibt man sie mit einigen Stücken Butter, Zwiebel-, Gelbrüben- und Citronenmarkscheiben in ein passendes Geschirr, gießt ein paar Eßlöffel „Maggi“ darunter und läßt das Fleisch in seinem Saft weich dämpfen. Schließlich entfernt man das Nez, läßt die Oberseite schön goldgelbe Farbe annehmen und hebt die kleine Sauce mit einigen Tropfen „Maggi“.

Echo aus Nah und Fern.

„Der unlautere Wettbewerb in der zürcherischen Gesehgebung“ lautet die Überschrift einer kürzlich in der „Neuen Zürcher Zeitung“ erschienenen interessanten Abhandlung, welche sich mit den heutzutage überhand nehmenden, auf Täuschung des Publikums berechneten Reklamen beschäftigt und dieses unlautere Gebaren in gebührender Weise an den Pranger stellt.

Speziell das Gebiet der Nahrungs- und Genußmittel, auf dem die neuen Produkte fast täglich wie Pilze aus der Erde schießen, ist reich an zeitgemäßen Beispielen derartiger die Allgemeinheit schädigenden Reklamen. Bietet das Gesetz einen ziemlich weitgehenden Schutz gegen Nachahmung der äußeren Warenausstattung, so ist es leider fast machtlos gegen manche moderne Reklamemaßnahmen, welche nach dem Prinzip aufgebaut sind, die Konkurrenzware — und dafür müssen gewöhnlich die lang bestehenden und altbewährten guten Marken gewisser Spezialartikel verhalten — so schlecht wie möglich zu machen, dagegen die Eigenschaften des eigenen Produkts in übertriebener Weise in das glänzendste Licht zu stellen, wobei es mit der Wahrheit nicht immer

allzu genau, meistens leider allzu ungenau genommen wird.

Ein frappanter Fall dieser Art ist in dem oben erwähnten Artikel der „Neuen Zürcher Zeitung“ zitiert. Es handelt sich um eine vor kurzem entstandene Fleisch-Extrakt-Gesellschaft, welche darauf ausgeht, das bekannte, seit 35 Jahren bewährte Liebigs Fleisch-Extrakt aus der Gunst des Publikums zu verdrängen. Es werden dem in Rede stehenden neuen, mit einem Wantaßnamen belegten Produkt in den Reklamen eine Anzahl Vorzüge — namentlich Eiweißgehalt und dementsprechend größere Nährkraft — zugeschrieben, welche in Wirklichkeit ebenso wenig bestehen wie die Nachteile, welche zu Ungunsten des Liebigschen Fleisch-Extraktes geltend gemacht werden. Unter anderem wird auch die Größe der Köpfe, das Gewicht und der Preis verglichen, dabei aber sorgfältigerweise vernachlässigt, zu bemerken, daß bei einem Artikel wie Fleisch-Extrakt für die Wertbemessung weder Kopfgröße noch Gewicht, sondern allein die Ausgiebigkeit im praktischen Gebrauch maßgebend ist, welche dem Konsumenten beweist, wieviel edles, un-

verfälschtes Fleisch-Extrakt in dem Produkt enthalten ist. — Die „Zürcher Zeitung“ bezeichnet die familiären gegen das Liebigsche Fleisch-Extrakt geschleuderten Argumente sehr treffend als „recht fadensteinig“ und schließt diese Beobachtung mit den Worten: „Aehnliche Fälle wie der hier beschriebene werden noch oft vorkommen, und es wäre zu wünschen, daß der Angegriffene, der sich aus ethischen Gründen zu gleicher Kampfesweise nicht entschließen kann, beim Richter Schutz fände, denn sicherlich ist eine solche Nachrede schlimmer als ein täppisches Draufschlagen.“

Ein möglichst weitgehender Gesehesschutz wäre gewiß erwünscht; bis wir aber so weit sind, thun die Konsumenten und namentlich die hier in Betracht kommenden, die Einkäufe besorgenden Hausfrauen, gut, sich selbst zu schützen, indem sie den überschwänglichen Reklameanpreisungen derartiger Menheiten gegenüber sich vorsichtig und zurückhaltend zeigen, dieselben nicht blindlings für bare Münze nehmen und sich mehr auf die langjährigen guten Erfahrungen verlassen, welche sie mit altbewährten Produkten gemacht haben.

Schwarze Woll- und Halbseidenstoffe für Trauer- und Ceremonienroben. Konfirmandenstoffe.

J. Spoerri, Zürich.

Muster und Modebilder umgehend.

(K-106-Z)