

**Zeitschrift:** Bauen, Wohnen, Leben  
**Herausgeber:** Bauen, Wohnen, Leben  
**Band:** - (1963)  
**Heft:** 51

**Artikel:** Aus dem "Drink"-Kalender  
**Autor:** [s.n.]  
**DOI:** <https://doi.org/10.5169/seals-651140>

#### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

#### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

#### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

**Download PDF:** 31.12.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

# Aroma und Wohlgeschmack

Die moderne Lebensmittelindustrie, wohl der grösste Wirtschaftszweig der Welt, erblickt ihre Hauptaufgabe heute darin, in Verbindung und Zusammenarbeit mit der Wissenschaft, unserem Geschmack — unsere Zunge — zufriedenzustellen.

Jahrelang haben die maßgebenden Verarbeitungsbetriebe ihre ganze Aufmerksamkeit fast ausschließlich auf das Aussehen, auf die Verpackung und die verschiedenen Formen der Verkaufsförderung gerichtet. Heute nun bekümmern sie sich weit mehr um den Wohlgeschmack und das Aroma ihrer Produkte. Und wohl mit vollem Recht, denn nur diese entscheiden, bei der großen Konkurrenz auf dem Gebiete der Lebensmittelindustrie, auf die Dauer über den Absatz eines Produktes.

Streng genommen bedeutet ja Geschmackssinn ausschließlich die Fähigkeit der Zunge, auf die ihr zugeführten Nahrungsmittel anzusprechen. Unsere Zunge ist, vor allem an der Spitze, aber auch an den Seitenrändern und der Wurzel, mit kleinen Wärzchen oder Papillen besetzt, und in jeder dieser Wärzchen sind bis 225 «Rezeptoren» oder Geschmacksknospen — im ganzen dürfen es rund 9000 sein — eingebettet. Aber nicht alles, was wir zu schmecken glauben, teilt sich uns durch den Geschmackssinn mit. In Wirklichkeit setzen sich nämlich unsere Geschmacksempfindungen aus den Reaktionen der verschiedenen Sinne zusammen.

Etwa die Hälfte der geschmacklichen Reize einer Speise geht auf den Duft zurück, den wir mit unserer Nase wahrnehmen, denken wir nur an die kraftvolle Würze geräucherten Specks oder das par-

fumartige Aroma einer Vanillesauce. Ebenso spielen beim Genuss von Speisen und Trank der Gesichts- und der Tastsinn eine wichtige Rolle. Man hat schon in einer Versuchsserie einmal die auf übliche Weise zubereiteten Mahlzeiten mit geschmacksneutralen, pflanzlichen Farbstoffen eingefärbt: So Kartoffelpüree rot, Tomatensoße blau usw. Im Dunkeln wurden diese Mahlzeiten mit großem Behagen gegessen. Bei Licht aber lautete das Urteil «Abscheulich».

Und was den Tastsinn betrifft, so verlangen wir z. B., daß ein Apfel beim Hineinbeißen kracht, und daß gutes Brot recht knusperig ist, obwohl sich ja — damit an den objektiven Geschmackseigenschaften

nichts ändert, wenn das nicht der Fall ist.

Aber auch Wärme läßt den Geschmack meist stärker hervortreten. Für Eiskaffee benötigt man daher doppelt so viel Zucker wie für einen heißen Kaffee, wenn er ebenso süß schmecken soll.

Wie ungeheuer verwickelt unser Geschmacksproblem ist, das zeigt uns so recht eine Reihe kleiner Kunstgriffe. So ist es beispielsweise nahezu unmöglich, eine rohe Kartoffel mit zugehaltenen Nase und verbundenen Augen von einer rohen Zwiebel zu unterscheiden! Es gibt nur vier reine Geschmacksqualitäten, nämlich süß, sauer, salzig und bitter. Aber wie aus der Mischung der drei Grundfarben die Tausende von Farbtönen erwachsen, so verschmelzen sich auch die vier Elemente unseres Geschmacksspektrums auf so mannigfache Weise, daß eine unendliche Vielfalt von geschmacklichen Abstufungen entstehen.

Paul Schultheß

## Aus dem «Drink»-Kalender

Es gibt immer wieder etwas Neues. Besonders in der Welt des Kalenders. Bei der Durchsicht der Fälle der neuen Kalenderausgaben, der reinen Sachkalender, der künstlerisch ausgestatteten Folge von Wochen- und Monatsblättern, so dann der Werke-Kalender (von denen die meisten als Werbegeschenke gedacht und entsprechend reklamehaft gestaltet sind), fand der «Drink-Kalender» meine spezielle Aufmerksamkeit. Zweifellos ist er sehr aktuell. Nicht etwa nur für Barmänner und Bardamen, für professionelle Getränkemixer und Wirtefachleute, sondern auch für alle diejenigen, die das Getränkemixen und das Durchführen von Cocktails-Partys als ausgesprochenes Hobby pflegen.

Als einen Vorteil betrachten wir es, daß diese vielseitige Jahres-

Chronik für anregende «Getränke-Vorspanne» sich getrennt an den Ablauf der Jahreszeiten hält. Der Jahresreigen Frühling, Sommer, Herbst, Winter ist liebenvoll illustriert und textlich originell gegliedert. Unseres Wissens ist diese Art von Kalender völlig neu; das heißt bisher ist uns noch nie eine derartige Jahresreigen-Blätterfolge vor die Augen gekommen. Sie macht einem nicht nur mit der bildlichen Fachsprache bekannt, sondern unterhält und darüber hinaus mit sprachlichem Spaß, über die vielen Fremdwörter, die neuen Wörter und die international gebräuchlichen Abkürzungen, so daß man mit der «Flaschologie» wohlvertraut und über die raffinierten Zusammensetzungen und Mixer-Künste ausreichend informiert wird.

So ist es begreiflich, daß die erste

Auflage dieses «Drink»-Kalanders rasch ausverkauft und vergrieffen worden ist. Besondere Dienste leistet ja auch das Schlagwortverzeichnis, es reicht von «Adamsgetränk» bis «Zwetschgenwasser». Sodann ist man dankbar dafür, daß auch die Fruchtsäfte, überhaupt alle sich für Apéritif eignenden alkoholfreien Säfte gewürdigten werden. Imponiert hat uns in der Rubrik «W.», daß nicht nur die Whisky-Sorten fast vollzählig analysiert sind, sondern auch unser «Zürcher Apéro», der «Weisflog Bitter», gebührend empfohlen und beschrieben wird. Es heißt da u. a.:

«Folgen Sie der Vorsicht, der Mutter der Erfahrung, und verlangen Sie, um Appetit, Lust und Laune zu haben, «Weisflog Bitter». Da wissen Sie, woran Sie sind. Ob Sie ihr Gläschen *sec (pur)*, mit einem Schnitzchen Zitronenschale, oder gemixt mit einem Fingerhut voll Gin, Kirsch oder «Pflumli», oder gespritzt, vor oder nach dem Essen «genehmigen», immer wird dieser «Zürcher Drink» Sie erfrischen. Der «Weisflog Bitter» ist dank der diversen Bitterstoffe, der günstigen Dosierung, des Rohrzuckergehaltes und dem geringen Alkoholgehalt ein für jede Gelegenheit passender, ansprechender und bekömmlicher, milder Drink für Verwöhnte und Vorsichtige, die wirklich genießen wollen.

## Immer frisch — auf Ihren Tisch!

Sicher kennen auch Sie die gelben, mit Pomy-Chips-Beutel bemalten Wagen der Zweifel-Karawane.

**Bauen**  
**Wohnen**  
**Leben**

**51**

Dieser Frischservice hat Zweifel-Pomy-Chips zu großem Erfolg geführt. Wie funktioniert aber ein Frischservice?

Gegen 30 Wagen, von aufmerksamen Chauffeuren geführt, wachen mit Argusaugen darüber, daß nur frische Pomy-Chips an die Kunden gelangen. Ein Chauffeur besucht täglich gegen 60 Verkaufsstellen, um sie mit Pomy-Chips zu beliefern. Alle Beutel, die das Garantiedatum überschritten haben, werden gegen neue Packungen ausgetauscht.

Deshalb ist es der Hausfrau nun möglich geworden, immer frische Pomy-Chips servieren zu können.

Eine großzügige Firma, werden Sie sagen. Gewiß! Pomy-Chips erfreuen sich aber eines solchen Beliebtheit, daß nur wenige Packungen zurückgenommen werden müssen.

Jetzt gibt es keine großen Probleme mehr, wenn einmal unverhofft Besuch auftauchen sollte. Schnell einen Sack Pomy-Chips geöffnet, und alle greifen herzhaft zu. Wer könnte schon einer solchen Delikatesse widerstehen? Bei einem Apéritif, einer Fernsehparty oder einem gemütlichen Hock im Freundenkreise, überall helfen Pomy-Chips mit, fröhliche Stimmung zu schaffen.

Aber nicht nur zum Apéritif lassen sie sich servieren. Nein, zu jedem Menu, Poulet, Braten und Roastbeef, sind sie herzlich willkommen. Will man sie warm auftrischen, so genügt es, wenn wir sie in einer hitzefesten Schale kurz erhitzen. Selbst ein König darf Chips von Hand essen!

Pomy-Chips — die ideale Bereicherung zu jedem Menu!

*Capina*

## CAPINA-HAARPFLEGEMITTEL

Gody Breitenmoser, General-Wille-Straße 21, Zürich 2, Telefon 23 58 77

Das ist die Adresse, die Sie sich merken müssen, wenn irgend etwas mit Ihren Haaren nicht stimmt. Der erfahrene Haaranalytiker weiß bestimmt auch in Ihrem Falle Rat. Welcher Natur auch Ihre Beschwerden sind, wenden Sie sich vertraulich an ihn. Mit modernsten Hilfsmitteln erforscht der erfahrene Fachmann den Grund Ihrer Haarsorgen. Machen Sie es wie viele, vereinbaren Sie mit ihm eine bestimmte Zeit für eine Konzultation. Telefon 23 58 77.

Neuzeitliche Haarpflege auf wissenschaftlicher und natürlicher Grundlage

*Capina*

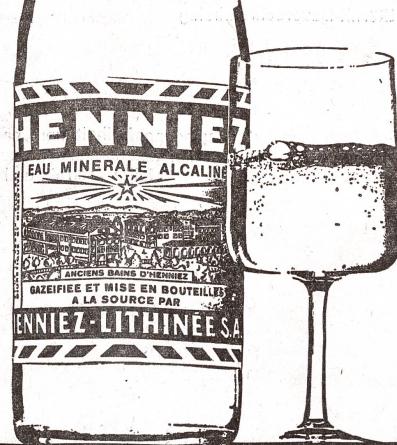
... Wenn es den Garten betrifft, dann denken Sie an uns. Unser Personal steht Ihnen immer gerne mit Rat zur Verfügung.

SAMEN-  
*Zeier*  
ZCH + OERLIKON

HAUPTGESCHÄFT: Oerlikon, beim Bahnhof  
Telefon (051) 48 76 76  
FILIALE  
Stadelhoferstrasse 41  
Telefon (051) 32 90 16



Mehr  
denn je:  
Henniez



Henniez-Lithinée S.A. sources minérales naturelles