

Zeitschrift: Die Schweiz : schweizerische illustrierte Zeitschrift
Band: 4 (1900)
Heft: [27]: Beilage

Rubrik: Kochrezepte

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: 07.02.2026

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

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

J. Spoerri, Zürich.

Muster und Modebilder umgebend.

(K-105-Z)

Lyrisches Preisrätsel der „Schweiz“.

Um auch unseren überseischen Lesern und Leserinnen Zeit zu lassen, uns ihre Lösungen einzurenden, 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 Nro. 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 Chardotenzwiebel, 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 Citronensaft noch rasch eine Minute aufgekocht. Vor dem Anrichten empfiehlt es sich sehr, dem Gerichte noch eine Prise gehackter Petersilie und ein Güschen „Maggi“ einzufüllen.

Selleriesalat.

Seit der Bereitung 1½ 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 Öl, 2 Löffeln guter Bouillon aus Liebig's 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 Speckstreifchen reihenweise dicht gespickt, mit Salz und weißem Pfeffer bestreut und in ein frisches Schweinsgeflugel gelegt. Darauf gibt man sie mit einigen Stückchen Butter, Zwiebel-, Gelbrüben- und Citronenmarkscheiben in ein passendes Geschirr, gießt ein paar Eßlöffel „Maggi“ darunter und läßt das Fleisch in seinem Saft weich dampfen. Schließlich entfernt man das Geflugel, 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 Geschiebung“ 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 Nahrung- und Genussmittel, auf dem die neuen Produkte fast täglich wie Pilze aus der Erde schleßen, ist reich an zeitgemäßen Beispiele derartiger Allgemeinheit schädigender Reklamen. Bietet das Gesetz einen gleichermaßen Schutz gegen Nachahmung der äußeren Warenausstattung, so ist es leider fast machlos gegen manche moderne Reklamemethoden, welche nach dem Prinzip aufgebaut sind, die Konkurrenzware — und dafür müssen gewöhnlich die lang bestehenden und altebewährten guten Marken genauer Spezialarbeiter herstellen — so schlecht wie möglich zu machen, dagegen die Eigenschaften des eigenen Produkts in übertriebener Weise in das günstigste 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“ gittert. Es handelt sich um eine vor kurzem entstandene Fleisch-Extrakt-Gesellschaft, welche darauf ausgeht, das bekannte, seit 35 Jahren bewährte Liebig's Fleisch-Extrakt aus der Kunst des Publikums zu verbringen. Es werden dem in Rede stehenden neuen, mit einem Phantasiennamen belegten Produkt in den Reklamen eine Anzahl Vorzüge — namentlich Einheitsgehalt und dementsprechend größere Nährkraft — eingeschrieben, welche in Wirklichkeit ebensonst bestehen wie die Nachteile, welche so Ungunsten des Liebig'schen Fleisch-Extraktes geltend gemacht werden. Unter anderem wird auch die Größe der Dose, das Gewicht und der Preis verglichen, dabei aber sorgfältigerweise vermerkt, zu bemerken, daß bei einem Artikel wie Fleisch-Extrakt für die Werbemittelung weder Dosegröße noch Gewicht, sondern allein die Ausgleichsleistung im praktischen Gebrauch maßgebend ist, welche dem Konsumenten beweist, wieviel echtes, un-

verfälschtes Fleisch-Extrakt in dem Produkt enthalten ist.

Die „Zürcher Zeitung“ bezeichnet die somitigen gegen das Liebig'sche Fleisch-Extrakt geschilderten Argumente sehr treffend als „recht fadenscheinig“ und schlägt 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 Stampferweise nicht entschließen kann, beim Richter Schutz finde, denn sicherlich ist eine solche Nachrede schlimmer als ein täppisches Draufloschlagen.“

Ein möglichst weitgehender Gesetzeschutz wäre gewiß erwünscht; bis wir aber so weit sind, ihnen die Konsumenten und namentlich die hier in Betracht kommenden, die Einkäufe befordernden Haushälfte, gut, sich selbst zu schützen, indem sie den überwältigenden Reklameanpreisungen derartiger Neuhelten 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 umgebend.

(K-106-Z)