

Objektyp: **Advertising**

Zeitschrift: **Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur**

Band (Jahr): **65 (1985)**

Heft 7-8

PDF erstellt am: **21.09.2024**

### **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.

schlechter vielleicht, bleibt hinzu-  
zufügen, aber anders auf jeden Fall.

Die kulturellen Bedürfnisse aller  
Teile der Bevölkerung, auch zum Bei-  
spiel der Jugend, muss man natürlich  
kennen, wenn man die Kulturförde-  
rung verbessern will. Und es genügt  
wohl kaum, ihnen durch einen For-  
schungsauftrag nachzugehen. Die  
kontinuierliche Beobachtung und Er-  
forschung dieser Bedürfnisse ist eine  
Daueraufgabe. Seit Clottus Zeiten  
hätte man sie systematisch weiterver-  
folgen, hätte man ergänzen müssen,  
was jener Bericht gerade auf diesem  
Gebiet schuldig geblieben, was un-  
begreiflicherweise im Rahmen dieser  
kostspieligen Inventur versäumt wor-

den ist. Und keinesfalls dürfte, was  
bei Arbeiten darüber gewonnen wird,  
ein Forschungsbericht bleiben, son-  
dern es müsste benutzbar gemacht  
werden. Es müsste in ständiger Ver-  
bindung mit den Kulturschaffenden  
und den Animatoren, mit den Ver-  
tretern der Volkskunst und der Er-  
wachsenenbildung, mit Schulen und  
Medien fortgeführt werden, ein der  
lebendigen kulturellen Gegenwart  
dienendes Instrumentarium, das «die  
kulturellen Bedürfnisse aller Teile der  
Bevölkerung» registriert und Wege  
aufzeigt, wie wir ihnen auf allen Ebe-  
nen, privat, in den Gemeinden, in den  
Kantonen und im Bund besser gerecht  
werden könnten.

*Anton Krättli*

---

## **BETRIFFT: DIE BEILIEGENDE GELBE KARTE**

---

*Sie erleichtert es Ihnen, die Schweizer Monatshefte zu abonnieren,  
falls Sie nicht schon Abonnent sind. Sie bekommen unsere Zeitschrift  
dann jeweils pünktlich frei Haus geliefert.*

*Die gelbe Karte gibt Ihnen aber auch Gelegenheit, jemanden mit  
einem Abonnement zu beschenken. Jetzt, mitten im Jahr? Un-  
erwartete Geschenke machen bekanntlich doppelt Freude. Vielen  
Dank.*

*Schweizer Monatshefte, Administration,  
Schulthess Polygraphischer Verlag AG, Postfach, 8022 Zürich*

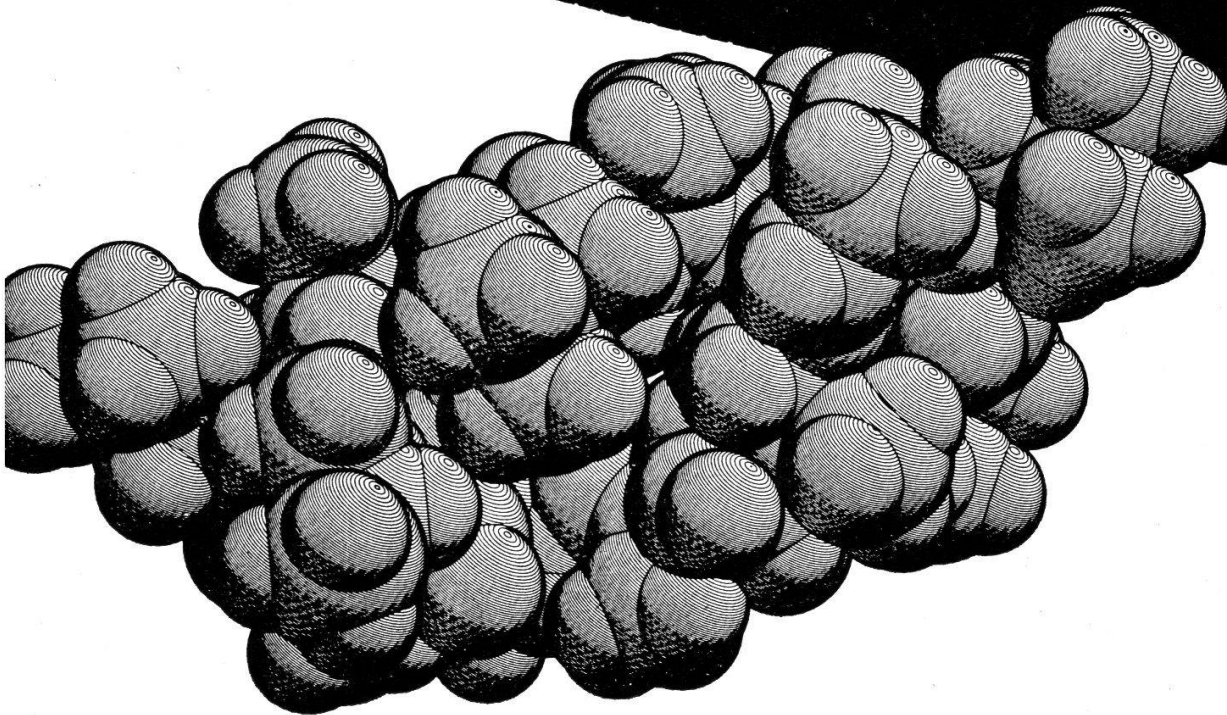
---

# Sandoz forscht

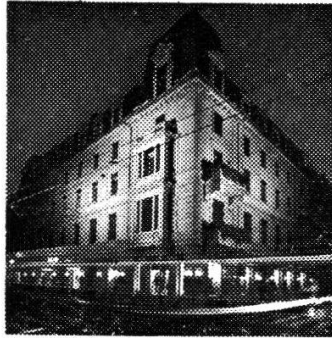
Forschen heisst systematisch suchen, prüfen und entwickeln. Forschen ist interdisziplinäre Teamarbeit und erfordert Jahr für Jahr mehr zielgerichtete Kreativität und mehr Fachwissen. Aber auch Wissen um Zusammenhänge und Entwicklungen. – Forschung schafft Werte. Forschen ist aber auch aufwendig. Bei Sandoz übersteigen die jährlichen Forschungskosten eine halbe Milliarde Franken.

**SANDOZ**

In der Forschung liegt unsere Zukunft



Kalottenmodell der chemischen Struktur von Cyclosporin. Cyclosporin verhindert Organabstossungen nach Transplantationen. Es wirkt gezielt auf diejenigen weissen Blutkörper, welche körperfremde Stoffe abwehren. Cyclosporin wurde von Sandoz-Forschern entdeckt und in mehr als 10jähriger Arbeit zu einem hochwertigen Medikament entwickelt.



## In Zürich gibt es eine Bank

Gegründet 1897. Mit Sitz an der Zürcher Börse.  
Bank Hofmann.

Wir bieten individuelle Beratung in privater Atmosphäre. Auf hohem Niveau. In allen Banksparten. Wir geben in regelmässiger Folge Schriften über wirtschafts- und gesellschaftspolitische Themen heraus.

- Walther Leisler Kiep  
Internationale Aspekte einer zukunftsorientierten  
Wirtschaftspolitik
- Prof. Dr. Friedrich August von Hayek  
Evolution und spontane Ordnung
- Dr. h.c. Manfred Rommel  
Regieren in unserer Zeit
- Dr. Otto von Habsburg  
Europa und die weltpolitische Lage
- Prof. Dr. Dr. Dr. h. c. J. M. Bochenski  
Zur Philosophie der industriellen  
Unternehmung

Informationen über Bank Hofmann

- Geschäftsbericht
- «Die Bank». Eine Darstellung unserer Dienstleistungen

Gewünschte Publikationen bitte bezeichnen und ganzes Inserat an untenstehende Adresse senden. Bitte Absender eintragen oder Visitenkarte anheften.

Name/Vorname

Strasse

PLZ/Ort

SM

**BANK HOFMANN AG**  
**ZÜRICH** Talstrasse 27, CH-8022 Zürich  
Telefon 01/211 57 60

# Wussten Sie schon, dass es von THOMY drei Dressings gibt?

*Drei fixfertige Salatsaucen,  
die viel Zeit und Arbeit sparen!*

**Dressing** ist eine fertige Salatsauce, die schon Öl enthält. Immer griffbereit für die schnelle Zubereitung von allerlei Salaten.

Bei THOMY gibt es jetzt drei:

«Light Dressing», die Leichte, mit nur 10% Sonnenblumenöl. Für all jene, die

auch beim Salat noch kalorienbewusster Essen wollen.

«Classic Dressing» enthält 30% Sonnenblumenöl und feine, aromatische Kräuter. Diese klassische Salatsauce macht den einfachsten Salat schön appetitlich!

«French Dressing», die sämig Pikante, mit 20% Sonnenblumenöl, ist eine Salatsauce, wie man sie aus der französischen Küche kennt. Sie schmeckt phantastisch zu gemischten Salaten.



Diese drei fertigen Salatsaucen, **ohne Farbstoffe und Konservierungsmittel**, machen Salatessen noch abwechslungsreicher. Denn jede Salatsorte, die ja einen speziellen Goût aufweist, verdient ein entsprechendes Dressing, das seine eigene Geschmacksnote unterstreicht.