Aus dem "Drink"-Kalender

Autor(en): **[s.n.]**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Bauen, Wohnen, Leben**

Band (Jahr): **- (1963)**

Heft 51

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-651140

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.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://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, unsern *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 jedes 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 verschiedensten 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 parfümartige Aroma einer Vanillesauce. Ebenso spielen beim Genuß von Speisen und Trank der Gesichts- und der Tastsinn eine wichtige Rolle. Man hat schon in einer Versuchsreihe einmal die auf übliche Weise zubereiteten Mahlzeiten mit geschmacksneutralen, pflanzlichen Farbstoffen eingefärbt: So Kartoffelpüree rot, Tomatensauce 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 zugehaltener 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 Fülle der neuen Kalenderausgaben, der reinen Sachkalender, der künstlerisch ausgestatteten Folge von Wochen- und Monatsblättern, sodann der Werbe-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 Cocktail-Partys als ausgesprochenes *Hobby* pflegen.

Als einen Vorteil betrachten wir es, daß diese vielseitige Jahres-Chronik für anregende «Getränke-Vorspanne» sich getreu an den Ablauf der *Jahreszeiten* hält. Der Jahreszeitenreigen Frühling, Sommer, Herbst, Winter ist liebevoll 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 bildreichen Fachsprache bekannt, sondern unterhält uns 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 Mixerei-Künste ausreichend informiert wird.

So ist es begreiflich, daß die erste Auflage dieses «Drink»-Kalenders rasch ausverkauft und vergriffen 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 Apéritifs eignenden *alkoholfreien* Säfte gewürdigt 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 heben, «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 «Pflümli», 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.

bwl.

Immer frisch — auf ihren Tisch!

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

CAPINA-HAARPFLEGEMITTEL
Gody Breitenmoser, General-Wille-Straße 21, Zürich 2, Telephon 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 vertrauensvoll 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 Konsultation. Telephon 23 58 77.

Capina 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
Telephon (051) 48 76 76
FILIALE Stadelhoferstraße 41
Telephon (051) 32 90 16

Henniez-Lithinée S.A. sources minérales naturelles