

**Zeitschrift:** Schweizer Frauenblatt : Organ für Fraueninteressen und Frauenkultur  
**Herausgeber:** Bund Schweizerischer Frauenvereine  
**Band:** 15 (1933)  
**Heft:** 17

**Heft**

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **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. [Voir Informations légales.](#)

### **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. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 15.03.2025

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







**Frauenschule Sonnegg**  
**Ebnat-Kappel Toggenburg**  
**Beginn des nächsten Kindergärtnerinnen-Kurses**  
**Mitte Sept. 1933.** Dauer 1½ Jahre. Anmeldungen  
 frühzeitig. Prospekte durch die Leiterin  
 P.13648 G **Helene Kopp.**

**Oberägeri** Kt. Zug 800 m. a. M.  
**Erholungsheim im Lütisbach.**  
 Kleines, ruhiges Haus für Erholungsbedürftige und  
 Fertigkeit. Staubfreie, sonnige, aussichtreiche Lage.  
 Diätische, Zentralheizung. Das ganze Jahr geöffnet.  
 Kein Radio. Ruderboot. Die Besitzerinnen:  
 Schw. Hanna Kissling,  
 Schw. Christine Nadig.  
 P.11051 Lz

**der große**  
**Wörterbuch**  
 der „Neue Typ“ des  
 Lexikons nützt dir  
 im Leben!  
 12 Bände und ein  
 Abkürzungs- und  
 Wörterbuch in 10  
 Bänden.  
 Jeder für 200  
 Pfennig beim Buch-  
 händler.  
 Probeheft auch vom Verlag Herder, Freiburg i. Br.

**KÜCHENARTIKEL u. -MASCHINEN**  
 in bewährter, extrastarker Ausführung bei  
**Schwabenland & Co. A.-G.**  
**Zürich** St. Peterstrasse 17 P.149 Z  
 Telefon 53.740

**Wir kaufen**  
**nur bei unsern**  
**Inserenten**



Es ist ein Elend mit meinen Kinder! Wenn es ein-  
 schlafen soll, so schläft es nicht, ...



Aber morgens ist es kaum aus dem Bett  
 zu bringen.



Beim Essen ist es meistersüß ...



Beim Spielen kriegt es ein Augenblick,  
 es sei müde, A 262



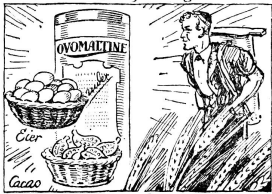
und in der Schule ist es unaufrök-  
 sam und lässig.



Jetzt geben wir ihr mal täglich eine  
 Tasse OVOMALTINE.



dann wird unser Liebling schon wieder  
 mühter und springlebendig werden.



OVOMALTINE ist die Zusatznahrung,  
 deren der geschwächte Körper bedarf.

**Zürich:** Seldengasse 12 209 17  
 Nähe Hauptbahnhof (Tel. 31.041),  
 Limmattstr. 152 (Tel. 57.990)  
**Basel:** Sternengasse 4 (Tel. 27.792),  
 Reissacherstr. 67 (Tel. 27.930),  
 Sängergasse 19 (Tel. 27.012)  
**Bern:** Von Werd-Passage  
 (Tel. 27.453),  
 Spitalackerstr. 59 (Tel. 27.346),  
 Mühlentstr. 62 (Tel. 27.452),  
 Mittelstr. 2 (Tel. 27.481)  
**St. Gallen:** Neugasse 41 (Tel. 3341),  
 Madrischstr. 2 (Tel. 538.5)  
**Solothurn:** Hauptgasse 11 (Tel. 467).

**MIGROS**

**Mittelstand**

die große Parole, sozusagen die große Mode —  
 die neue Linie. Im großen Publikum herrscht der  
 Eindruck vor, daß es sich um eine importierte  
 Parole handelt. Wir sind der Meinung, daß diese  
 Mode für unser gemäßigtes Klima nicht paßt.  
 Die schweizerischen Bodenverhältnisse taugen nicht  
 für künstliche Mittelstandskulturen. Die Möglich-  
 keiten des natürlichen Gediehens des Mittelstandes  
 durch Leistung sind noch zu gut, und dieser  
 Boden kann durch möglichst Erhaltung der Kauf-  
 kraft von Bauer und Arbeiter nährkräftig erhalten  
 bleiben, um, wie gesagt, durch Leistung dem  
 Leistungs-fähigen im Mittelstand sein Aus-  
 kommen zu gewährleisten.

Ist es unverschämte zu fragen, wer der geistige  
 Urheber der gegenwärtigen Mittelstandsfrage ist?  
 Ist es gewagt, die Vermutung auszusprechen, daß  
 die Markentartikel-Interessen da mächtig mit zu  
 Gevatter stehen und, wie die große Linie ohne  
 weiteres erraten läßt, die Nutznießer der subven-  
 tionsgesegneten Verbände? Sieht es nicht aus, als  
 ob es ob diesem Thema früher oder später zu einer  
 Auseinandersetzung zwischen dem Pseudo-Volkswil-  
 len und dem wahren Willen des Volkes kommen  
 werde? Daß Zweifel dafür vorhanden sind, daß das  
 Volk den Führern hier folgen werde, mag aus  
 der Idee erhellen, Maßnahmen, die dem Artikel 31  
 der Bundesverfassung betr. Handels- und Ge-  
 werbefreiheit gerade zu widerlaufen, volks-  
 hegründungslos und still auf der Basis des Artikels  
 31 der Bundesverfassung notwendig sind! Das  
 Bewußtsein, daß solche Eingriffe in die Volks-  
 rechte von 1848 auf dem demokratischen

Keine einzige andere Großfirma der Le-  
 bensmittelbranche ist so allgemein  
**auf den Mittelstand eingestellt**  
 wie die Migros die Lieferanten, ein Groß-  
 teil der Abnehmer und das Personal —  
 infolge seiner guten Bezahlung — zählen  
 zum Mittelstand.

Weg der Volksabstimmung nicht durchführbar  
 sind, ist offenbar in den hohen Räten durchaus von-  
 handen; der Rat aber, was nicht mit des Volkes  
 Willen zu machen, sei eventuell gegen diesen auf  
 juristisch-ärztliche Art herbeizuführen und einen  
 entscheidenden Schritt weiter auf dem Weg zu  
 haben Diktatur zu tun, ist gefährlich.  
 Ist dem Volk selbst so wenig zu trauen, daß  
 es mit seiner Regierung im 20. Jahrhundert nicht  
 mehr selbst den rechten Weg zu beschreiten  
 wüßte — daß es also nach 600 Jahren das eigene  
 Wohl nicht mehr zu erkennen vermöchte — und  
 reißt sich zur Bevormundung durch die  
 von ihm selbst eingesetzten Räte? Wer will diese  
 offene Frage klar beantworten?

Unsere siebenjährige Erfahrung sozusagen mit  
 der wirtschaftlichen Seite des Volkes hat uns  
 gelehrt, daß ein ausgesprochen wacher Sinn für  
 Tatsachen vorhanden ist und daß selbst komplizierte  
 Zusammenhänge nicht nur richtig erkannt  
 werden, sondern daß das Volk es auch über sich  
 bringt, die eigenen Interessen, wo es nötig ist,  
 zurückzusetzen, um allgemeiner Interessen voran-  
 zutreten.

Es ist eine Tatsache, daß die Migros schon  
 lange damit Reklame macht, daß sie ihren  
 Arbeitern gute Löhne und den Bodenpro-  
 dukzenten gute Preise bezahlt.  
 Dabei ist es der kaufenden Hausfrau klar, daß  
 das verteuerte Faktoren sind. Der über-  
 raschende Erfolg der Migros baut also in der  
 Hauptsache nicht auf das Hervorstreichen des  
 billigen Angebotes auf, sondern was „echtes Volk  
 am meisten zieht“ und die Migros am meisten  
 populär gemacht hat, sind ihre Mehrleistungen,  
 nicht gegenüber dem Konsumenten, sondern an-  
 deren Volksgruppen gegenüber!

Deshalb darf man schon Vertrauen zum Volk  
 und zu seiner durch Jahrzehnte erprobten Fä-  
 higkeit, sich selbst zu regieren, haben. Nach un-  
 serer Überzeugung würde heute eine gesetzliche  
 Einschränkung von modernen Verteilungsformen,  
 die ihre Arbeitskräfte nicht richtig entlohnen, die  
 ihre Lieferanten schänden und ruinieren, die Schuld  
 wäre ins Volk bringen und den ernsthaft arbei-  
 tenden und Kleinhandel durch solche  
 Methoden schädigen, also in viererlei Richtungen  
 volkswirtschaftlich nach heutigen Auffassungen  
 schädlich wirken — verständnisvoll angenom-  
 men. Wenn aber damit Postulate und Motiven  
 verbunden werden, die darauf hinauslaufen, wü-  
 schenswerte und segensreiche Leistungen aus Kon-  
 kurrenzzwängen zu unterbinden — z. B. Leis-  
 tungen, wie sie die Migros für die Bodenproduzenten  
 und in der Förderung der Qualität und der Hy-  
 gienepflicht — dann wird jenes Mißtrauen ge-  
 sät, das Neinsager in Masse zeugt, und wenn  
 man dieses Mißtrauen ins Gefährliche stei-  
 gern will, so muß man den Notwendigkeitsweg —  
 womöglich ohne Referendumsmöglichkeit — beschrei-  
 ten: Das Ideal der Migros-Gegner.  
 Man bedenke: Es war die richtige Kritik der  
 Migros-Gegner, die die Migros vor fünf Jahren  
 schon zwang, dem Produzenten Rechnung zu tra-  
 gen. Die gegnerische Bemerkung: „Der Konsument  
 ist nicht allein da, auch für den Produzenten muß  
 gesorgt werden“, ist der Vater unseres landwirt-  
 schaftlichen Programms. Diese Kritik hat uns die  
 Augen für die ganze Weite der Aufgaben eines mo-  
 dernen Vertäilers geöffnet. Wir sind auf dem  
 besten Weg, uns eine zweite, volkswirtschaftlich  
 noch wichtigere Abteilung anzugliedern, die des  
 Einsamlers.  
 Neue Hindernisse können bei uns nur eine Wir-

kung haben: neue und noch größere Leistungen zu  
 zeigen.

Man dränge uns durch notverordnungschen  
 Griff auf unsere Kräfte auf politischen Boden  
 ab und man wird uns mit einem gründ-  
 lich durchrechten, umfassenden, allgemeinen  
 wirtschaftlichen Programm zum Kampf bereit  
 finden.

Man warte uns nicht vor der Politik. Wir  
 haben genug Angst davor, daß wir uns so lange  
 nicht darin stützen, als wir überhaupt einen an-  
 deren Weg beschreiten können. Aber wenn's schon  
 sein muß, dann werden wir den Beweis erbringen,  
 daß im Staatsleben wie im Wirtschaftsleben ein  
 gerader Plan den tausend Schläuchen gleich weit  
 überlegen ist, als dies die kurze Brücke der Migros  
 ist gegenüber den weitgeschlungenen Pfaden der  
 hergebrachten Geschäftsmethoden. Und daß das  
 Volk selbst letzten Endes auf politischem Ge-  
 biet bei uns den Ausschlag gibt, wie der Konsum-  
 ent auf dem Gebiet der Warenverteilung!

Man verlange viel Leistung zugunsten der Allge-  
 meinheit von einem glänzenden Instrument, wie es  
 der Migros-Verteilungsapparat ist, aber man ver-  
 suche es, nicht, einen solchen Apparat mit sol-

chen Leistungen für Produzent und Konsument  
 lahnzuliegen!

Die Einkaufsgenossenschaft der schweiz. Speziali-  
 händler in Olten hat anlässlich ihrer Generalver-  
 sammlung eine Mittelstands-Resolution an den  
 Bundesrat gerichtet für die Erhaltung des selbst-  
 ständigen Spezialereinstandes.

Ist sich die Union Olten als Fürbitterin  
 für den selbständigen Spezialereinstand genügend  
 bemüht, daß sie mit ihren ca. 4000 angeschlossenen  
 Mitgliedern in allererster Linie zum Ruin der  
 selbständigen mittelständischen Grossisten und  
 der Engros-Agenten der Kolonialwarenbranche bei-  
 getragen hat?

Das Volk ist gespannt, was aus der ganz  
 großen Aufmerksamkeit herauskommen mag!  
 Irgend jemand hat gesagt, daß eine allgemeine  
 Konsumenteneinkundlichkeitsebene über die Welt ziehe.  
 Irgend jemand hat gefragt: „Wer ist eigentlich  
 der Konsument?“  
 Wir glauben, diese Frage wird ihre Beantwor-  
 tung einst finden, der Konsument und sein Will  
 wird sich nicht spurbar machen!

**Konserven**

Sauerkraut, fixiert	große Dose	50 Rp.
Bohnen, weiß, fixiert	3/4 Dose	50 Rp.
Linsen, fixiert	3/4 Dose	50 Rp.

Sauerkraut mit Würstchen, fixiert gr. Dose  
 Sauerkraut mit Speck, fixiert 90 Rp.  
 Randensalat 2/3 Dose 40 Rp.  
 (nur in den Magazinen)

Nur in den Magazinen:

Sauerkraut mit Rippli	fixiert gr. Dose	Fr. 1.50
Bohnen, weiß, mit Speck	fixiert gr. Dose	Fr. 1.—
Suppenfleisch, große Dose		Fr. 1.—
Sauerkraut	1/2 Dose	Fr. 1.—

**Konfitüren**  
 in Büchsen zu Fr. 1.—

Brombeer	1 kg (1/2 kg = 50 Rp.)
Erdbeer	
Brombeergelee	800 g (1/2 kg = 62 1/2 Rp.)
Johannisbeergelee	
Aprikosen	
Frühstücksgelee	
Kirschen, rot	900 g (1/2 kg = 55 1/2 Rp.)
Kirschen, schwarz	
Weichselkirschen	

in Gobelets zu 50 Rp.

Vierfrucht	560 580 g (1/2 kg = 43 3/4 Rp.)
Zwetschgen	550 570 g (1/2 kg = 45 1/2 Rp.)
Zweifrucht	500 520 g (1/2 kg = 50 Rp.)

**LUXUS-Qualitäten**  
 jetzt so gut wie geschenkt

Man redet immer von der harten Seite der Krise  
 und vergißt die guten Früchte, die sie uns ander-  
 seits in den Schoß legt:

	unser heutiger Preis	ungelähmte Normal- Lohnpreis 1933, Jahre Fr.
Malaga-Trauben, getr.	62 1/2 Rp.	2.—
„Impérial“ (400 g 50 Rp.)		
Kalif. Rosinen (625 g 50 Rp.)	40 Rp.	1.30
Sultaninen (1170 g 1.—)	42 3/4 Rp.	1.60
Muskat-Datteln (730 g 1.—)	68 1/2 Rp.	1.50
Kalif. Mischobst (750 g 1.—)	66 3/4 Rp.	1.90
Kalif. Delikatess-Aprikosen Fancy (625 g 1.—)	80 Rp.	2.—
Bananen, getr. (450 g 50 Rp.)	55 1/2 Rp.	1.10

Die  
**feine Marke**  
 zum Jedermannspreis!  
**„AMPHORA“**  
 Speisöl-Jahresumsatz über 1 Million Liter  
 1 Liter **99** 1/2 Rp.  
 (Flasche 925 g = 10,05 dt = Fr. 1.—  
 + Depot 50 Rp. extra)

**Arachide-Oel Crème**  
 1 Liter **71** 1/2 Rp.  
 (Flasche 640 g = 6,95 dt = 50 Rp.  
 + Depot 50 Rp. extra)

**Rechnen**  
 beim Waschen  
 ist nötig—

aber rechnen Sie richtig! Persil ist  
 das Waschmittel, das tausendmal  
 nachgeahmt, aber nie erreicht wurde!  
 Persil hält Schritt mit der Zeit —  
 erstklassig in Güte und Leistung. —  
 Gerade jetzt, wo jeder Rappen eine  
 Rolle spielt, zeigt Persil Ihnen den  
 Weg zur schonenden Wäscheplege  
 und zum wirklich sparsamen  
 Waschen. Nur noch 80 Cts. kostet  
 das grosse Paket Persil und 45 Cts.  
 das kleine Paket.

**Persil**  
 hilft sporen!  
 HENKEL & CIE. A.G., BASEL  
 P.307Q