

Biuro Dokumentacji Zabytków w Szczecinie

Korowód pokoleń

75 lat polskiego Pomorza Zachodniego

Materiały opracowane z okazji obchodów
Zachodniopomorskich Dni Dziedzictwa 2020

Szczecin 2020



Redakcja
dr Anna Bartczak, Maria Witek

Projekt okładki, opracowanie graficzne i skład
Monika Jagielska

© Copyright by Biuro Dokumentacji Zabytków i autorzy

ISBN 978-83-933448-6-4

Wydawca
Biuro Dokumentacji Zabytków
70-506 Szczecin, ul. Teofila Starzyńskiego 3-4
www.bdz.szczecin.pl



**BIURO
DOKUMENTACJI
ZABYTEKÓW
W SZCZECINIE**



Institucja Kultury
Samorządu Województwa
Zachodniopomorskiego

Druk i oprawa
wolumina.pl

Spis treści

Słowo wstępu	5
Słowo od Redakcji	7

BOGDAN MATŁAWSKI

Muzyka ludowa i jej przemiany na Pomorzu Zachodnim po 1945 roku w ramach Amatorskiego Ruchu Artystycznego. Muzykanci, kapele, zespoły śpiewacze, zespoły pieśni i tańca. Wybrane przykłady	9
--	---

KAMILA WÓJCIK

Zabytkowy kościół wiejski w Iwięcinie – wspólnota pokoleń	31
---	----

IZABELA STRZELECKA

„Reklama dźwignią handlu” – czyli o tym, co promowano w szczecińskiej prasie na początku XX wieku – wybór subiektywny	49
---	----

DR ANDRZEJ WOJCIECH FELIŃSKI

W drogę! Światowe podróże „Stowerem” i „Junakiem”	69
---	----

KATARZYNA LISIECKA

W poszukiwaniu nowego domu. Osadnictwo na ziemiach szczecińskich w latach 1945–1950 na wybranych przykładach	91
--	----

ANNA LEW-MACHNIAK

Helena Kurcysz – architektka Szczecina	107
--	-----

ARKADIUSZ TROCHANOWSKI

Współpraca parafii greckokatolickiej w Wałczu z Muzeum Ziemi Wałeckiej	115
--	-----

MICHAŁ DWORCZYK, PIOTR MALIŃSKI

Korowód pokoleń na szlaku nadodrzańskich walk. Zmiany atrakcyjności turystycznej Rejonu Pamięci Narodowej Cedynia-Gozdowice-Siekierki – na przykładzie lokalnych placówek muzealnych	133
--	-----

ALEKSANDRA HAMBERG-FEDEROWICZ

Ratowanie dziedzictwa architektury – sztafeta pokoleń na Pomorzu Zachodnim	157
--	-----

„Reklama dźwignią handlu” – czyli o tym, co promowano w szczecińskiej prasie na początku XX wieku – wybór subiektywny

W pierwszej dekadzie XX w. wydawano w Szczecinie kilka, reprezentujących różne opcje polityczne, gazet codziennych. W czasach, kiedy nie funkcjonowały jeszcze radio, telewizja i sieć internetowa, to właśnie prasa była głównym źródłem informacji o aktualnych wydarzeniach lokalnych, krajowych i międzynarodowych. Najwięcej tytułów publikowano w 1904 roku, było ich wówczas dziesięć, dwa spośród nich – „Neue Stettiner Zeitung” i „Ostsee-Zeitung und Börsen-Nachrichten der Ostsee” – miały swoje edycje poranne i popołudniowe¹. Co ciekawe, gazety nie ukazywały się w poniedziałki. Wyjątkiem od tej reguły były „Stettiner Neueste Nachrichten”, wydawane w tym dniu pod tytułem „Stettiner Montagszeitung”. Wysokość nakładu każdego z dzienników wynosiła zapewne kilkanaście tysięcy, rekordy pod tym względem bił „General-Anzeiger für Stettin und Provinz Pommern” wydawany w 50 000 egzemplarzy².

Przy tak dużej liczbie tytułów naturalną rzeczą było to, że pomiędzy redakcjami trwała ciągła walka o przyciągnięcie jak największej grupy czytelników i reklamodawców. Starano się z jednej strony oferować odbiorcom atrakcyjną treść, z drugiej zaś utrzymywać możliwie korzystną cenę abonamentu, wynoszącą wówczas około 40–55 fenigów miesięcznie³. Często gazety doręczane były bezpośrednio do domów (wówczas opłata zwiększała się o kolejne 10–15 fenigów), za pośrednictwem poczty wysyłano je także poza granice miasta i kraju. Wydawcy „Stettiner Abendpost” zapewniali, że dziennik ten może być dostarczany nie tylko do wszystkich niemieckich i austro-węgierskich urzędów pocztowych, ale także do Anglii, Francji, Rosji, Danii, Szwecji, Norwegii, Holandii i Belgii. Warto również wspomnieć, iż stali prenumeratorzy tejsze popołudniówki otrzymywali w ramach abonamentu specjalne ubezpieczenie od wszelkich wypadków, także tych

¹ W 1904 r. ukazywały się w Szczecinie: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern”, „Neue Stettiner Zeitung”, „Ostsee-Zeitung und Börsen-Nachrichten der Ostsee”, „Pommersche Reichspost”, „Pommersche Zeitung”, „Stettiner Abendpost”, „Stettiner Neueste Nachrichten”, „Stettiner Tageblatt”, „Stettiner Zeitung” i „Volksbote”.

² W. Myk, *General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern*, w: *Encyklopedia Szczecina*, t. 1, red. T. Białycki, Szczecin 1999, s. 278.

³ W przypadku gazet mających dwa wydania dziennie cena wynosiła około 1 marki miesięcznie.

śmiertelnych, na sumę 300 marek, zaś potencjalnie nowym czytelnikom wysyłano próbny egzemplarz gazety bezpłatnie⁴.

Oprócz wpływów ze sprzedaży nakładu, redakcje czerpały dochody ze sprzedaży powierzchni reklamowej. Przeciętne wydanie gazety sprzed stu lat miało objętość od 4 do 16 stron, z których niemal połowę zajmowały różnego rodzaju ogłoszenia i reklamy. Opublikowanie anonsu na łamach „General-Anzeiger für Stettin und Provinz Pommern” w styczniu 1905 roku kosztowało – w zależności od jego formatu, rodzaju wykorzystanej czcionki – około 20–30 fenigów, reklamy zaś 75 fenigów, w przypadku „Pommersche Zeitung” było to nieco mniej – 15 i 30 fenigów⁵.

Ogłoszenia rodzinne

Jednym z popularnych rodzajów drobnych ogłoszeń prasowych były podawane do publicznej wiadomości informacje o narodzinach potomków, zaręczynach, ślubach i zgonach, które zamieszczano w rubrykach „Familienanzeigen” lub „Standesamtliche Nachrichten”. Ten rodzaj komunikatów jest często wykorzystywany w poszukiwaniach genealogicznych. O przyjściu na świat noworodków rodzice powiadamiali w następujący sposób: *Dziś urodziła się nam zdrowa córka. Szczecin 3 stycznia 1905. Dr med. Sagebiel z żoną Emmy Sagebiel*⁶ albo *O szczęśliwych narodzinach trzeciego syna informują – kapitan Paul Albrecht z żoną Helene, z domu Wollert*⁷. W tej kategorii anonsów znalazły się także ogłoszenia matrymonialne np.:

*32-letni mistrz krawiecki, kochający, pogodnego usposobienia, muzykalny szuka pani znającej się na krawiectwie męskim i prowadzeniu gospodarstwa w celu przyszłego zawarcia związku małżeńskiego. Oferty ze zdjęciem. Dyskrecja zapewniona*⁸ lub *Wykształcona trzydziestoletnia panna wyznania ewangelickiego, o młodym i atrakcyjnym wyglądzie, inteligentna, przyjacielskiego charakteru, posiadająca niemal 8000 marek chciałaby zawrzeć szczęśliwe małżeństwo z szlachetnie urodzonym starszym mężczyzną o dobrym charakterze i stałej posiadzie*⁹.

Z kolei w nekrologach bliscy zmarłego informowali o dacie, godzinie śmierci, terminie oraz miejscu uroczystości pogrzebowej:

Wszystkich krewnych i znajomych zawiadamiamy, że w czwartek o godzinie piątej rano zmarła nagle i nieoczekiwanie w wieku 47 lat moja ukochana żona, nasza troskliwa matka, siostra, szwagierka i ciocia pani Helena Drigalsky, z domu Dittmann. Uroczystości pogrzebowe rozpoczną się w niedzielę 3 czerwca o godzinie czwartej po południu w domu

⁴ Cennik prenumeraty i ogłoszeń w: „Stettiner Abendpost” 1904, Nr. 290, s. 1.

⁵ Cennik ogłoszeń w: „General-Anzeiger für Stettin und Provinz Pommern” 1905, Nr. 1, s. 1; „Pommersche Zeitung” 1905, Nr. 1, s. 1.

⁶ Ogłoszenie rodzinne w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 4, s. 5.

⁷ Ogłoszenie rodzinne w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 51, s. 6.

⁸ Ogłoszenie matrymonialne w: „Pommersche Zeitung” 1905, Nr. 189, s. 4.

⁹ Ogłoszenie matrymonialne w: „Pommersche Zeitung” 1906, Nr. 299, s. 4.

pogrzebowym (Poststr. 2) (...) W imieniu tych, którzy pozostali – Carl Drigalsky mistrz szewski z dziećmi¹⁰.

Następnie, kilka dni po pogrzebie, rodziny składały na łamach prasy specjalne podziękowanie dla krewnych i przyjaciół, którzy wspierali je w tych trudnych dniach:

Krewnym i znajomym oraz członkom Grabower Sängerbund, Grabower Handwerkerverein, Schumacher-Innung Stettin-Grabow i Pommerscher Marktverein składamy serdeczne podziękowania za uczestnictwo oraz za piękne wieńce i wiązanki złożone podczas pogrzebu ukochanej żony, dobrej matki Helene Drigalsky (z domu Dittmann). (...) Pastorowi Mansowi dziękujemy za pocieszające słowa nad trumną i grobem naszej drogiej zmarłej. Mistrz szewski Carl Drigalsky¹¹.

Wydarzenia artystyczne i kulturalne

Nie ulega wątpliwości, że anonse zamieszczane w prasie codziennej są dziś bardzo cennym źródłem wiedzy o wydarzeniach kulturalnych i artystycznych w mieście. W samym tylko Stadttheater (Teatr Miejski), którego widownia mogła pomieścić nawet tysiąc osób, odgrywano rocznie ok. 300 przedstawień. Dla przykładu – podczas sezonu 1909/1910, zainaugurowanego w sobotę 18 września przedstawieniami „Biada kłamcy” Franza Grillparzera i „Córki Hasemanna” Adolpha L’Arronge oraz mozartowską operą „Czarodziejski flet”¹², zagrano 296 spektakli¹³. Bilety wstępu wahały się od 50 fenigów za miejsca stojące w ostatnich rzędach do 5 marek w najlepszej części widowni. Istniała również możliwość zakupu karnetów na 30 lub 200 przedstawień¹⁴.

Ponad tysiąc widzów mógł pomieścić także Theater Bellevue (Teatr Bellevue) przy Bellevuestrasse (obecnie ul. Potulicka), który proponował repertuar złożony z utworów komediowych, operetek, kabaretów, skeczy czy baletu. Cena wejściówki odpowiadała cenie biletu do teatru. Dzięki reklamom wiemy, że grano tu dzieła Giacoma Pucciniego („Madame Butterfly”)¹⁵, Leo Falla („Księżniczka dolara”)¹⁶, Johanna Straussa („Wiedeńska krew”)¹⁷, czy Jacques’a Offenbacha („Sinobrody”)¹⁸. Do Szczecina zapraszano także artystów z innych miast. Jesienią 1909 roku w teatrze gościnnie wystąpili aktorzy z Berlina

¹⁰ Ogłoszenie rodzinne w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 127, s. 6.

¹¹ Ogłoszenie rodzinne w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 131, s. 8.

¹² Repertuar Teatru Miejskiego w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 215, s. 3.

¹³ Od 18 września 1909 do 1 maja 1910 r. wystawiono w Teatrze Miejskim 122 opery (33 tytuły), 64 operetki (7 tytułów) i 110 sztuk teatralnych (32 tytuły). „Verwaltungsbericht der Stadt Stettin für das Verwaltungsjahr 1909”, s. 54.

¹⁴ Cena abonamentu na 30 przedstawień wynosiła w 1909 r. od 37,50 do 105,00 marek, abonament na 200 przedstawień kosztował 200–600 marek w zależności od miejsca. „Adressbuch für Stettin und Umgebung 1909” 1908, Teil IV, s. 107.

¹⁵ Repertuar Teatr Bellevue w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 205, s. 3.

¹⁶ Repertuar Teatr Bellevue w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 215, s. 3.

¹⁷ Repertuar Teatr Bellevue w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 213, s. 3.

¹⁸ Repertuar Teatr Bellevue w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 206, s. 3.

– Gertrud Arnold, Rudolf Christians, Adolf Klein i Hans Siebert w dramatach „Ifigenia w Taurydzie”, „Pierścień Gygesa” i „Galeotto”¹⁹.

Najlepszy repertuar proponowały Centralhallen (Hale Centralne) przy Bismarckstrasse (obecnie ul. E. Bałuki). W tym ogromnym budynku, wybudowanym w 1886 roku, jednorazowo mogło przebywać aż dwa tysiące osób. Hale proponowały odbiorcom lekkie operetki, burleski, variétés, przedstawienia cyrkowe i kabaretowe, a nawet walki bokser-skie. Występowali tu śpiewacy, komicy, klauni, magicy, iluzjoniści, trupy gimnastyczne, tancerze, zonglerzy i treserzy zwierząt. Szczecińska publiczność oklaskiwała m.in.: Iwana Tscherendorffa²⁰ – tresera psów, kotów i gołębi, Papintę²¹ – artystkę amerykańską, wykonującą taniec serpentynowy, Włocha Signora Frizzo²² – aktora „kameleona”, odgrywającego trzy sztuki, podczas których wcielał się w rolę pięćdziesięciu postaci, Consula²³ – małpę przebraną za człowieka i wykonującą sztuczki, Miss Leonę²⁴ – kobietę-gumę, Miss Orford²⁵ – treserkę słoni oraz trupę samozańskich aktorów pod kierunkiem księcia Aana²⁶. W wspominatej hali widowiskowej prezentowano widzom także tzw. „Lebende Photographien”²⁷, czyli „żywe obrazy”, w których aktorzy swoją postawą, ubiorem, mimiką dokonywali rekonstrukcji dzieł malarstwa lub rzeźby.

Bogatą ofertę rozrywkową i kulturalną miały dla klientów restauracje i kawiarnie, w których można było wysłuchać recitali śpiewaków operowych i operetkowych, zespołów śpiewaczych albo koncertów muzycznych. Na te popołudniowe lub wieczorne spotkania przygotowywano również specjalne menu. 4 stycznia 1909 roku w „Rüdesheimer Grand Wein-Restaurant” można było skosztować sałatki z kurczakiem, klarownego bulionu, smażonej soli z sosem remouladowym i szynki burgundzkiej z glazurowanymi kasztanami. Na deser proponowano sery i owoce²⁸. Dwa dni później serwowano krostki z pieczarkami, nadziewaną pierś drobiową ze szparagami, faszerowaną flądę oraz lody²⁹.

¹⁹ Repertuar Teatr Bellevue w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 15, s. 3.

²⁰ Repertuar Centralhallen w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1905, Nr. 441, Morgen-Ausgabe, s. 4.

²¹ Repertuar Centralhallen w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1907, Nr. 465, Morgen-Ausgabe, s. 4.

²² Repertuar Centralhallen w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1908, Nr. 181, Morgen-Ausgabe, s. 4.

²³ Repertuar Centralhallen w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 215, s. 3.

²⁴ Repertuar Centralhallen w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 243, s. 3.

²⁵ Repertuar Centralhallen w: „Stettiner Abendpost” 1909, Nr. 268, 2. Bl., s. 4.

²⁶ Repertuar Centralhallen w: „Stettiner Abendpost” 1909, Nr. 311, 1. Bl., s. 4.

²⁷ Repertuar Centralhallen w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 217, s. 3.

²⁸ Reklama restauracji „Rüdesheimer Grand Wein-Restaurant” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1909, Nr. 4, Abend-Ausgabe, s. 4.

²⁹ Reklama restauracji „Rüdesheimer Grand Wein-Restaurant” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1909, Nr. 8, Abend-Ausgabe, 2 Bl., s. 4.

Domy towarowe

Największe reklamy (nierzadko pół- albo całostronicowe) zamieszczały domy handlowe takie, jak: „Paul Letsch”, „Wilhelm Schultz”, „Gebrüder Karger”, „Gebrüder Horst”, „Aronheim & Cohn”, „Neuman Rosenbaum” czy „Rotes Kaufhaus”. Okazuje się, że promocje, świąteczne i sezonowe wyprzedaże nie są pomysłem naszych czasów. Już przeszło sto lat temu szczecińskie sklepy próbowały przekonywać klientów do zakupu towarów, oferując im w dniach „wietrzenia magazynów” specjalne rabaty lub okazyjne ceny *aż do wyczerpania zapasów*. I tak np. dom towarowy „Gebrüder Karger” ogłosił promocję *3 Tage, 3 Preise, 3 Artikel* – przez trzy kolejne dni (czwartek, piątek, sobota) obniżono ceny trzech artykułów z każdego działu (a było ich trzydzieści!) do kwoty 28, 37 lub 87 fenigów³⁰. W tym samym czasie „Rotes Kaufhaus” proponował klientom *Meine 95 Pfennig Tage* (Moje dni za 95 fenigów) lub *4 extra billige Tage* (4 ekstra tanie dni)³¹. Bywały też promocje na pewien rodzaj artykułów – *6 billige Tage fürs Berufs-Bekleidung und Arbeiter-Bekleidung*³² (6 tanich dni na ubrania robocze), *Weißer Woche*³³ (Biały tydzień), czy *3 billige Tage für Konserven*³⁴ (3 tanie dni na produkty w puszkach). W 1910 roku klientom domu handlowego „Aronheim & Cohn”, którzy zrobili zakupy za ponad 40 marek, przygotowywano upominek w postaci portretu malowanego na porcelanie³⁵.

„Wielkopowierzchniowe” sklepy oferowały bardzo szeroki asortyment. W otwartej 24 września 1901 roku nowej siedzibie domu towarowego „Neumann Rosenbaum” przy Breitestrasse 20–21 (obecnie ul. Kard. S. Wyszyńskiego) na parterze znalazły się stoiska z wyrobami dziewiarskimi, pasmanterią, bielizną, rękawiczkami, wstążkami, krawatami, parasolami, gobelinami, artykułami drogeryjnymi, papierniczymi i spożywczymi. Na pierwszym piętrze ulokowano dział odzieżowy (materiały na ubrania, tkaniny jedwabne, towary płócienne i wełniane, gorsety). Można było tu też nabyć kapelusze i środki czystości. Na drugiej kondygnacji zarezerwowano miejsce na artykuły wyposażenia wnętrz (firanki, dywany, linoleum, tkaniny obiciowe) oraz wyroby skórzane, walizki i odzież dziecięcą. Na ostatnim poziomie kupowano zabawki, artykuły drewniane i wiklinowe, dziecięce wózki, kołdry, poduszki i łóżka³⁶.

³⁰ Reklama domu towarowego „Gebrüder Karger” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 192, s. 8.

³¹ Reklama domu towarowego „Rotes Kaufhaus” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 190, s. 6; „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 191, s. 6.

³² Reklama domu towarowego „Paul Letsch” w: „Stettiner Abendpost” 1910, Nr. 39, s. 4.

³³ Reklama domu towarowego „Paul Letsch” w: „Stettiner Abendpost” 1910, Nr. 31, s. 4.

³⁴ Reklama domu towarowego „Neumann Rosenbaum” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 462, Morgen-Ausgabe, 3. Bl., s. 3.

³⁵ Reklama domu towarowego „Aronheim & Cohn” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 462, Morgen-Ausgabe, 4. Bl., s. 3.

³⁶ Reklama domu towarowego „Neumann Rosenbaum” w: „Stettiner Zeitung” 1901, Nr. 225, s. 4.

**Warenhaus
Naumann Rosenbaum**
Breite Strasse 20.21.

Verkauf Weisser Waren
in allen Abteilungen des Hauses,
zu **extra billigen Preisen.**

Weisse Woche
beginnend Montag, den 31. Januar.
Bis Sonnabend, den 5. Februar.

Weisse Seidenstoffe für Brautkleider u. Blusen	1.35
Satin Messaline, Qualität Ia	1.75
Messaline Royal, beste Qualität, ohne Gewebe mit	1.85
Nervilleux, Pa. Seide, starker Preis 2.15, jetzt nur	1.75
Crope de chine Ersatz, eleganter reichhaltiger Gewebe, etc.	1.45
Weissgestreift. Batist, für Schürzen, Blusen u. Kleider	0.28
Weiss India-Mull, 120 etc. 80/100	0.75
Weiss Woll-Batist, hohe Waile	0.95
Weiss Woll-Crope, hohe Waile	1.40
Weiss Woll-Cheviot, hohe Waile	1.50

Weisse Mull-Blusen	1.35	Modelle-Facot-Taschentücher	0.50
Weisse India-Mull-Blusen	1.75	Leinwand mit Blauschwarz	0.58
Weisse India-Mull-Blusen	1.95	Heißeblende Taschentücher	0.70
Weisse India-Mull-Blusen	2.25	mit Mailet-Güte	0.60
Weisse India-Mull-Blusen	2.50	Weisse geblickte Damast-Tisch-	2.40
Elegante weisse India-Mull-Blusen	3.00	Servietten, gestreift, Blauschwarz,	0.95
		Größe 45x75, 50x75, 60x75, 65x75	
		Größe 50x75, 55x75, 60x75	
		Weisse geblickte Damast-Milieu,	0.95
		Größe 50x75, 55x75	
		Leinwand Milieu	0.95
		mit Blauschwarz, Größe 72x75, 80x75	
		Halbleinwand Jacquard-Servietten,	2.40
		Größe 45x75, 50x75, 55x75, 60x75	
		Halbleinwand Jacquard-Servietten,	2.75
		Größe 50x75, 55x75, 60x75, 65x75	
		Weisse geblickte Damast-Taschentücher,	1.65
		Größe 45x75, 50x75, 55x75, 60x75	
		Größe 50x75, 55x75, 60x75	1.90
		Größe 55x75, 60x75	2.25

Auf Tischen im Parterre:

Mehrere Tausend Meter gestricelte Tücher,
Spachtelartige Valencienaspitzen, Einstriche,
gestricelte Tüllspitzen und Einstriche etc.
zu anfallend billigen Preisen

Gestricelte Tücher für Tischdecken 2.00, 1.50, 0.95
Gestricelte Handweiden-Tücher 3.00, 2.50
Spachtelstriche 2.50, 2.00

Reklama domu towarowego „Neumann Rossenbaum” promocja „Biały tydzień” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 40, Morgen-Ausgabe, 4. Bl., s. 6

Wyposażenie mieszkań

W Szczecinie ekskluzywne zestawy mebli oferował sklep J. Mannesa przy Kleine Domstrasse 24 (obecnie ul. Mariacka) – komplet do jadalni, składający się z dębowego kredensu, witryny, sofy, dywanu, stołu dla dwunastu osób i czterech skórzanych krzeseł, kosztował 425 marek³⁷. Metalowe stelaże łóżek, materace wypełnione włosiem lub trawą morską, bieliznę pościelową, poduszki, kołdry i pierze można było nabyć w sklepach C. Druckera³⁸ przy Roßmarkt 4 (obecnie pl. Orła Białego) lub „Gebrüder Freymann”³⁹ przy Breitestrasse 25. W domach mniej zasobnych meble wykonywane były własnoręcznie lub przez miejscowych rzemieślników⁴⁰, a wszelkie ozdoby w postaci makatek, serwetek, obrusów były wytworem kobiecych rąk⁴¹.

Bardzo ważnym elementem wyposażenia domu było ogrzewanie, ponieważ w leżącym w pasie nadmorskim Szczecinie panował specyficzny klimat, charakteryzujący się

³⁷ Reklama sklepu J. Mannesa w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 195, s. 9.

³⁸ Reklama sklepu C. Druckera w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 231, s. 4.

³⁹ Reklama sklepu „Gebrüder Freymann” w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 170, s. 4.

⁴⁰ Meble tapicerowane wykonywał m.in. D. Schulz we własnym warsztacie przy Turnerstraße 2 (obecnie ul. Jagiellońska), reklama firmy w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 187, s. 7.

⁴¹ L. Turek-Kwiatkowska, *Życie codzienne w Szczecinie w latach 1800–1939*, Szczecin 2000, s. 45–49.

dużymi chłodami i wilgotnością⁴². Do ogrzewania pomieszczeń służyły przede wszystkim piece, w których palono brykietem węgla drzewnego (np. „Victoria-Briket”⁴³, „Hedwigshütte-Brikets”⁴⁴). W łazienkach montowano olejowe lub gazowe piecyki⁴⁵. Centralne ogrzewanie było jeszcze bardzo rzadkie, funkcjonowało w zaledwie 2% gospodarstw domowych.

W mieszkaniach podłączonych do sieci gazowej pomieszczenia kuchenne można było wyposażać w nowoczesne płyty gazowe, zakupione np. w sklepie „Trompetter & Geck”⁴⁶ przy Rossmarktstrasse 1–2 (obecnie ul. Koński Kierat). Potrawy gotowano w aluminiowych lub niklowanych garnkach⁴⁷, które czyszczono specjalnymi preparatami o nazwach „Globus”⁴⁸, „Geolin”⁴⁹ lub „Lodor”⁵⁰. Do przechowywania żywności służyły izolowane termicznie od otoczenia szafki ochładzane bryłami lodu, będące pierwowzorem dzisiejszych lodówek. Chłodziarki⁵¹ ustawiane były z daleka od kominków i pieców, w najchłodniejszym zacienionym pomieszczeniu, gdzie temperatura nie przekraczała 15°C, tak aby nie dopuścić do szybkiego topnienia lodu. By lodówka dobrze działała należało codziennie, za pomocą zamontowanego z tyłu kranika, usunąć stopioną wodę (przy prostszych modelach woda spływała bezpośrednio do naczynia pod lodówką). Na rynku dostępne były również inne sprzęty gospodarstwa domowego: odkurzacze⁵², filtry do oczyszczania wody⁵³, naczynia do wekowania⁵⁴, zaparzacze do kawy i herbaty⁵⁵, szybkowary, maszyny do mielenia mięsa i spirytusowe żelazka⁵⁶.

⁴² Tamże, s. 52.

⁴³ Reklama brykietu „Victoria-Briket” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 7, s. 2.

⁴⁴ Reklama brykietu „Hedwigshütte-Brikets” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 9, s. 6.

⁴⁵ Reklama piecyków w: „Stettiner Zeitung” 1902, Nr. 3, s. 4.

⁴⁶ Reklama domu handlowego „Trompetter & Geck” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 131, s. 9.

⁴⁷ Reklama garnków w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 585, Abend-Ausgabe, 3. Bl., s. 4.

⁴⁸ Reklama środka do czyszczenia garnków „Globus” w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 156, s. 4.

⁴⁹ Reklama środka do czyszczenia garnków „Geolin” w: „Stettiner Abendpost” 1908, Nr. 505, s. 4.

⁵⁰ Reklama środka do czyszczenia garnków „Lodor” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 14, s. 7.

⁵¹ Reklama lodówki w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 235, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 3.

⁵² Reklama odkurzacza w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 218, s. 4.

⁵³ Reklama filtrów do wody w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 146, Abend-Ausgabe, 3. Bl., s. 1.

⁵⁴ Reklama aparatu do wekowania w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 403, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 4.

⁵⁵ Reklama maszynek do parzenia kawy i herbaty w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 593, Abend-Ausgabe, 3. Bl., s. 4.

⁵⁶ Reklama żelazek w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 133, s. 7.



Reklama garnków w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 585, Abend-Ausgabe, 3. Bl., s. 4

Pracę gospodyń domowych znacznie ułatwiło wynalezienie pralki parowej. Aby przybliżyć funkcjonowanie tego urządzenia, właściciele sklepów wręczali zainteresowanym broszury *Jak się dzisiaj pierze*⁵⁷ lub organizowali tzw. próby prania, podczas których panie mogły przekonać się, że pralka może wyprać nawet dwadzieścia męskich koszul w zaledwie pięć minut. Taki pokaz prania zorganizowano dwukrotnie 13 czerwca 1906 roku (w godz. 10.00–12.00 i 15.00–18.00) w sali Domu Koncertowego⁵⁸. W uzyskaniu śnieżno-białego prania pomocne były różnego rodzaju mydła i proszki do prania. Już w 1877 roku chemicy Ernst Sieglin i dr Richard Thompson opracowali recepturę mydła w proszku („Dr. Thompson’s Seifen-Pulver”⁵⁹), które bardzo szybko rozpuszczało się w wodzie. Rozpoznawalnym znakiem tej firmy był biały łabędź⁶⁰. Innymi polecanymi mydłami do prania były „Sunlichtseife”⁶¹, dzięki któremu ubrania miały mieć długotrwałą, świeżą,

⁵⁷ Reklama pralki „Weltwunder” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 129, s. 16.

⁵⁸ Reklama pralki w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 133, s. 10.

⁵⁹ Reklama mydła w proszku „Dr. Thompson’s Seifen-Pulver” w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 152, s. 4.

⁶⁰ *140 Jahre Henkel. Chronik 1876–2016*, Düsseldorf 2016, s. 3.

⁶¹ Reklama mydła do prania „Sunlichtseife” w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 251, s. 2.

przyjemny zapach, „Naphtha-Seife”⁶², „Ozonit”⁶³ oraz fiołkowe „Goldperle”⁶⁴. W 1907 roku wyprodukowano w firmie Henkel pierwszy proszek do prania „Persil”⁶⁵, który zrewolucjonizował życie gospodyń domowych, kładąc kres tarom do prania i wybielaniu. Głównymi składnikami proszku były mydło, soda oraz boraks jako środek wybielający. Producent gwarantował, że proszek czyści ubrania automatycznie i nie powoduje uszkodzeń materiału. Od samego początku sprzedawany był tylko w oryginalnych zielono-czerwonych opakowaniach⁶⁶.

Konfekcja damska i męska

Ponad stuletnie reklamy pozwalają na poznanie nie tylko ówczesnych cen towarów, ale także kanonów obowiązującej mody damskiej i męskiej. W 1902 roku proponowano paniom m.in. różowe, błękitne lub czerwone gorsety⁶⁷, bluzki z wysoką stójką i wąskimi rękawami⁶⁸ oraz dopasowane w biodrach, rozszerzające się ku dołowi, „powłóczyście” spódnice. Cztery lata później można zauważyć zmianę w kształcie rękawów, które na górze są bufiaste, a na wysokości łokcia przechodzą w długie mankiety⁶⁹. Sylwetka kobieca przypominająca swoim kształtem osę, przybiera po 1908 roku formę walca. Wtedy to pojawiają się nowe formy „reformowanych” gorsetów (np. „Johanna”⁷⁰ lub „Iditha”⁷¹), wąskie, krępujące ruchy „futurałowe” suknie i spódnice⁷² oraz ogromne, zdobione kwiatami i ptasimi piórami kapelusze⁷³. W ubraniach dominowały barwy pastelowe, czarny, biały i kość słoniowa. Nowością w 1910 roku były płaszcze z marynarskim kołnierzem⁷⁴

⁶² Reklama mydła do prania „Naphtha-Seife” w: „Pommersche Zeitung” 1902, Nr. 303, s. 4.

⁶³ Reklama mydła do prania „Ozonit” w: „Stettiner Abendpost” 1910, Nr. 45, 1 Bl., s. 8.

⁶⁴ Reklama mydła do prania „Goldperle” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 190, Morgen-Ausgabe, 4. Bl., s. 5.

⁶⁵ Reklama proszku do prania „Persil” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 15, Morgen-Ausgabe, 4. Bl., s. 1.

⁶⁶ L. Springinsfeld, *Persil bleibt Persil. Aus dem langen Leben einer großen Marke*. Frankfurt am Main, 2005.

⁶⁷ Reklama domu towarowego „Gebrüder Karger” w: „Stettiner Neueste Nachrichten” 1902, Nr. 228, 2. Beibl., s. 4.

⁶⁸ Reklama domu towarowego „Paul Letsch” w: „Stettiner Neueste Nachrichten” 1902, Nr. 246, s. 4.

⁶⁹ Reklama domu towarowego „Aronheim & Cohn” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 101, s. 9.

⁷⁰ Reklama gorsetu „Johanna” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 119, s. 5.

⁷¹ Reklama gorsetu „Iditha” z pracowni Idy Heber w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 580, Morgen-Ausgabe, 4. Bl., s. 4.

⁷² Reklama domu towarowego „George & Falk” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 462, Morgen-Ausgabe, 3. Bl., s. 2.

⁷³ Reklama wystawy kapeluszy w domu towarowym „Rotes Kaufhaus” w: „Pommersche Zeitung” 1908, Nr. 218, s. 4.

⁷⁴ Reklama domu towarowego „Paul Letsch” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 487, Morgen-Ausgabe, 1. Bl., s. 3.

i kostiumy w kolorze morskim i grafitowym⁷⁵. W miesiącach wiosennych i letnich oferowano szeroką gamę strojów kąpielowych, czepeczków i kapturków⁷⁶. Sklepy dostarczały również wiele rodzajów tkanin: satynę, wełnę, grenadynę, woal, szewiot, muślin, organdyne, batyst, perkal, flanelę, popelinę i zefir. Dostępne były materiały gładkie oraz wzorzyste – w paski, drobne prążki, kratkę, grochy i kropki.

Kleine Domstr. 24 **George & Falk** Ecke Marienplatz.

Unsere
Kostüme, Paletots, Kleider

In bekannt erstklassiger Verarbeitung, bestem Sitz und spartemum Schnitt bieten vollen Ersatz für Maßarbeit. Nötige Abänderungen werden durch bewährte Kräfte tadelloz ausgeführt. Selbst in den niedrigsten Preislagen hat sich unsere Konfektion den besten Ruf erworben.
Für allererstklassige Figuren passende und bequem sitzende Kostüme, Mäntel etc.

Echte Perle-Justiz mit echten Perlen auf Dessert, von 200 Mk. an.	Plüsch-Mäntel in allen Farben, bis 150 cm lang.	Kostüm-Röcke Anzahl und lang, jede Preislage.	Hase und Haschen aus Woll- und Seidenstoffen Tüll, Spitze etc.
--	--	--	---

Kleiderstoffe – Kostümstoffe – Seidenstoffe – Sammete.
Halbfertige Tüll- und Spitzen-Roben.

Das Geschäft ist Sonntags von 8–10 Uhr geöffnet, die Schauläden den ganzen Tag.

Reklama mody damskiej w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 462, Morgen-Ausgabe, 3. Bl., s. 2

Odzież męską i chłopięcą oferowały wielobranżowe domy towarowe lub też wyspecjalizowane sklepy Maxa Löwenthala⁷⁷, Moritza Jessela⁷⁸, J. Weltmanna⁷⁹ czy H. Bielefelda⁸⁰. Ostatni z wymienionych posiadał na składzie 1000 modeli garniturów – w promocyjnej ofercie do każdego z nich kupujący otrzymywali koszulę i kapelusz gratis. W 1910 roku dom handlowy „Paul Letsch” proponował do sprzedaży szare, brązowe i oliwkowe płaszcze typu ulster oraz loden⁸¹. Bardzo szerokim wyborem koszul

⁷⁵ Reklama domu towarowego „Wilhelm Schulz” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 438, Morgen-Ausgabe, 3. Bl., s. 1.

⁷⁶ Reklama domu towarowego „Gebrüder Horst” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1905, Nr. 305, Morgen-Ausgabe, 1. Bl., s. 4.

⁷⁷ Reklama sklepu Maxa Löwenthala przy Papenstrasse w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 134, s. 8.

⁷⁸ Reklama sklepu Moritza Jessela w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 104, s. 6.

⁷⁹ Reklama sklepu J. Weltmanna w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 104, s. 7.

⁸⁰ Reklama sklepu H. Bielefelda w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 118, s. 7.

⁸¹ Reklama ubiorów męskich w sklepie „Paul Letsch” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 449, Abends-Ausgabe, s. 3.

dysponował magazyn konfekcji męskiej „Feltner & Ernst”⁸² przy Aschgeberstraße 7 (obecnie ul. Bogdanki). Eleganckie kapelusze i cylindry wykonywał i naprawiał w swojej pracowni Carl Scheye⁸³.



Fertig am Lager

Jaquet-Anzüge
In allen Weiten.

Jaquet-Anzüge
von 15—45 Mark.

Reise-Anzüge
von 20—50 Mark.

Leichte Bekleidung
größte Auswahl in
Leinen-, Lüstre-Anzügen,
Comtoir-, Haus-, Garten-
Jaquets.

Preise billig, aber fest!

**Deutsche
Herren-Moden**
Inh. M. Jsrael
Stettin, Breitestr. 36-38.

Reklama mody męskiej w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 110, s. 6

⁸² Reklama sklepu „Feltner & Ernst” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 217, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 4.

⁸³ Reklama sklepu Carla Scheye w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1908, Nr. 172, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 4.

Zmianom w zasadzie nie ulegał fason obuwia, ten używany na co dzień miał wysokie cholewki i wydłużony nosek. Sznurowane lub zapinane na małeńkie guziczki trzewiki produkowano z barwionej kozłej albo końskiej skóry, irchy i zamszu⁸⁴. Na wieczorne przyjęcia i bale damskie pantofelki wykonywano z materiału lub lakierowanej skórki. Ręcznie szyte buty można było zaś kupić w sklepach Maxa Kurnika⁸⁵ lub M. Paula⁸⁶.

Medykamenty

Niemal w każdym numerze gazety znajdowała się przynajmniej jedna reklama środków leczniczych, których skuteczność wydaje się dziś wielce wątpliwa. Przy pomocy różnego rodzaju maści, pigułek, cukierków, proszków, kropli, herbatek i płynów można było pozbyć się wielu dolegliwości. Rozprowadzaniem tych specyfików zajmowały się miejscowe apteki, takie jak: „Zum Löwen”, „Pelikan-Apotheke”, „Zum Greif”, „Zum schwarzen Adler” czy „Zum Elephanten”, można było je również zamówić w ramach sprzedaży wysyłkowej bezpośrednio u producenta.

Na kaszel, chrypkę i astmę rekomendowano „Emser Pastillen”⁸⁷, „Antituberkulin”⁸⁸, „Astmol”⁸⁹, cukierki „Pee-Cee Bonbons”⁹⁰ i „Kaiser’s Brust Carmellen”⁹¹ oraz zdrowotne papierosy „Epic”⁹²; ulgę przy katarze przynosić miały krople do nosa „Forman”⁹³. W leczeniu przeziębień, bólów stawów, nerek i grypy pomocne były rozgrzewające plastry „Allcock’s Pflaster”⁹⁴, w skład których wchodziły kadzidło, kamfora i czerwony pieprz. W przypadku anemii i osłabienia polecano sporządzanie napoju z rozpuszczonego w wodzie proszku „Haemacolade”⁹⁵ (w jego skład wchodziły: kakao [47%],

⁸⁴ Reklama domu towarowego „Neumann Rosenbaum” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1905, Nr. 305, Morgen-Ausgabe, s. 3.

⁸⁵ Reklama sklepu obuwniczego Maxa Kurnika w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 117, s. 9.

⁸⁶ Reklama sklepu obuwniczego M. Paula w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 105, s. 1.

⁸⁷ Reklama pastylek „Emser Pastillen” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 55, s. 6.

⁸⁸ Reklama leku „Antituberkulin” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 103, s. 7.

⁸⁹ Reklama leku „Astmol” w: „Stettiner Abendpost” 1910, Nr. 22, 2. Bl., s. 2.

⁹⁰ Reklama cukierków na kaszel „Pee-Cee Bonbons” w: „Stettiner Abendpost” 1909, Nr. 273, 2. Bl., s. 6.

⁹¹ Reklama cukierków na kaszel „Kaiser’s Brust Carmellen” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 54, s. 7.

⁹² Reklama leku „Epic” w: „Pommersche Zeitung” 1902, Nr. 304, s. 4.

⁹³ Reklama kropli do nosa „Forman” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 55, s. 3.

⁹⁴ Reklama plastrów rozgrzewających „Allcock’s Pflaster” w: „General Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 14, s. 8.

⁹⁵ Reklama proszku „Haemacolade” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 146, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 2.

cukier trzcinowy [40%] i mąka ziemniaczana [13%]⁹⁶) oraz tabletki „Yohimbin”⁹⁷ lub „Kola-Dultz”⁹⁸. Preparatami poprawiającymi apetyt u dzieci i dorosłych były „Robol”⁹⁹, „Califig”¹⁰⁰ – syrop z kalifornijskich fig, a także tran „Jodella”¹⁰¹. Z kolei dolegliwości związane z chorobami pasożytniczymi układu pokarmowego miała koić czekolada „Cubirtin”¹⁰², będąca mieszaniną masy kakaowej i zmielonych pestek dyni. Zaledwie 4-dniowa kuracja „Euergonem”¹⁰³ pozwalała pozbyć się schorzeń układu moczowego. Lekiem wskazanym przy reumatyzmie, podagrze i gościecu była maść „Rheumasan”¹⁰⁴ – po przetarciu skóry alkoholem należało wetrzeć energicznie 5–10 g preparatu w bolące miejsca, zabandażować i pozostawić na 12 godzin¹⁰⁵. Ciekawostką wśród preparatów medycznych były „Zenento”¹⁰⁶ i „Cozapulver”¹⁰⁷, rzekomo bardzo skuteczne w walce z chorobą alkoholową. Substancje te sprzedawane były w postaci bezsmakowego i bezzapachowego proszku pochodzenia roślinnego z dodatkiem sody oczyszczonej, który mógł być dodawany do pożywienia i napojów (nawet tych wysokoprocentowych!) osób uzależnionych i niwelować chęć sięgania po używki. Bywało także, że jeden produkt był skuteczny na kilka jednostek chorobowych. Przykładem takiego farmaceutyku były pigułki „Citronal-Pillen”¹⁰⁸, polecane na oczyszczenie krwi, reumatyzm, hemoroidy, otyłość i cukrzycę.

Środki kosmetyczne

Nieziemiennie od lat atrybutem pięknej kobiety są zadbane włosy, cera i dłonie. Do mycia twarzy proponowano m.in. mydła – lanolinowe „Lanolin-Seife”¹⁰⁹ lub glicerynowe

⁹⁶ *Übersicht über die Jahresberichte der öffentlichen Anstalten zur technischen Untersuchung von Nahrungs- und Genußmitteln im Deutschen Reich für das Jahr 1902*, Berlin 1905, s. 136.

⁹⁷ Reklama tabletek „Yohimbin” w: „Stettiner Abendpost” 1910, Nr. 17, 1. Bl., s. 2.

⁹⁸ Reklama preparatu „Kola-Dultz” w: „Stettiner Abendpost” 1909, Nr. 271, s. 4.

⁹⁹ Reklama preparatu „Robol” w: „Stettiner Zeitung” 1901, Nr. 63, s. 4.

¹⁰⁰ Reklama syropu „Califig” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 144, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 5.

¹⁰¹ Reklama tranu „Jodella” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 19010, Nr. 18, Abend-Ausgabe, s. 4.

¹⁰² Reklama czekolady „Cubirtin” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 103, s. 7.

¹⁰³ Reklama preparatu „Euergon” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 439, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 3.

¹⁰⁴ Reklama maści „Rheumasan” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 196, s. 4.

¹⁰⁵ A. Skutezky, E. Starckenstein, *Die neueren Arzneimittel und die pharmakologischen Grundlagen ihrer Anwendung in der ärztlichen Praxis*, Berlin 1914, s. 321.

¹⁰⁶ Reklama leku „Zenento” w: Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1905, Nr. 487, s. 6.

¹⁰⁷ Reklama leku „Cozapulver” w: „Stettiner Abendpost” 1906, Nr. 302, s. 2.

¹⁰⁸ Reklama kuracji sokiem cytrynowym „Citronal-Pillen” w: „Stettiner Abendpost” 1906, Nr. 124, s. 8.

¹⁰⁹ Reklama mydła „Lanolin-Seife” w: „General Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 10, s. 6.

„Glycerin-Gurkenmilch-Seife”¹¹⁰. Według reklam zbawienne działanie na wszelkie niedoskonałości skóry miały mieć serie kosmetyków „AOK” („Anhalt Ostseebad Kolberg”)¹¹¹ lub „Malattine”¹¹². Letnie piegi i przebarwienia skóry usuwał w zaledwie kilka dni „Amorin Haut-Cream”¹¹³. Aby policzki nabrały delikatnych, naturalnych rumieńców polecano stosować wodę różaną „Rose Pon-Pon”¹¹⁴ lub krem „Schneewittchen-Rosen-Wunder”¹¹⁵. Natomiast na noc proponowano paniom nakładanie kremu arnikowo-brzozowego¹¹⁶. Dość uniwersalnym kosmetykiem okazał się „Feeolin”, będący mieszanką 42 ziół:

*Zapytajcie swojego lekarza, czy Feeolin nie jest najlepszym kosmetykiem dla skóry, włosów i zębów? Zabrudzona twarz i najbrzydsze ręce natychmiast staną się arystokratycznie gładkie i delikatne. Gwarantujemy, że głębokie zmarszczki i bruzdy na twarzy, piegi, wągry, zaczerwienienie nosa, zostaną usunięte bez śladu (...). Kto zamiast mydła stosuje Feeolin pozostaje młody i piękny. Oferujemy zwrot pieniędzy, jeśli ktoś będzie niezadowolony*¹¹⁷.



Reklama mydła „Feeolin” w: „Pommersche Zeitung” 1904, Nr. 154, s. 4

¹¹⁰ Reklama mydła „Glycerin-Gurkenmilch-Seife” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 55, s. 6.

¹¹¹ Reklama preparatów „AOK” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 537, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 3.

¹¹² Reklama preparatów „Malattine” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 567, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 4.

¹¹³ Reklama kremu „Amorin Haut-Cream” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 102, s. 9.

¹¹⁴ Reklama wody różanej „Rose Pon-Pon” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 102, s. 8.

¹¹⁵ Reklama kremu „Schneewittchen-Rosen-Wunder” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 225, Abend-Ausgabe, 3. Bl., s. 3.

¹¹⁶ Reklama kremu arnikowo-brzozowego w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 126, s. 8.

¹¹⁷ Reklama mydła „Feeolin” w: „Pommersche Zeitung” 1904, Nr. 154, s. 4.

Być może niejedna skuszona anonsem szczecinianka zakupiła jakiś środek do pielęgnacji biustu. W miejscowych aptekach można było nabyć specyfik o nazwie „Thilossia”¹¹⁸, którego zażywanie powodowało powiększenie i ujędrnienie piersi. W skład tego preparatu wchodziły nieszkodliwe dla zdrowia mączka z nasion roślin strączkowych, mączka owsiana, cukier trzcinowy, lecytyna i kakao¹¹⁹. Drogeria Theodora Pée oferowała z kolei wodę perfumowaną „Lon’s Eau de Junon”¹²⁰, której wmasowywanie zapewnić miało wspaniały wygląd biustu. Uformowanie trwałej i modnej fryzury ułatwiały płyny do układania włosów „Damengordon”¹²¹ i „Pallabona”¹²². Do wzmocnienia włosów używano pomady kosmetycznej Anny Csillag¹²³, „Raponinu”¹²⁴ oraz produkowanego w Kołobrzegu „Javolu”¹²⁵. Dla panów dbających o bujne wąsy i gęstą brodę przeznaczone były „Harasin”¹²⁶ i „Cavalier”¹²⁷. W trosce o higienę jamy ustnej rekomendowano płyn do płukania „Stomatol”¹²⁸, proszek „Irex”¹²⁹ oraz pasty do zębów „Pebeco”¹³⁰ i „Kalodont”¹³¹. Ta ostatnia była pierwszą pastą do zębów sprzedawaną w tubce, dzięki czemu zachowywała swoje higieniczne właściwości. Została wprowadzona na rynek już w 1887 roku, a trzy lata później markę tę zastrzeżono w trzydziestu czterech państwach¹³².

¹¹⁸ Reklama proszku „Thilossia” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 119, s. 16.

¹¹⁹ Skład proszku „Thilossia” w: „Zentralblatt für die gesamte Therapie” 1909, s. 610.

¹²⁰ Reklama kosmetyku „Lon’s Eau de Junon” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 145, s. 17.

¹²¹ Reklama płynu do układania włosów „Damengordon” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 549, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 4.

¹²² Reklama płynu do układania włosów „Pallabona” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 144, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 3.

¹²³ Reklama pomady do włosów Anny Csillag w: „General Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 10, s. 6.

¹²⁴ Reklama preparatu „Raponin” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 121, s. 7.

¹²⁵ Reklama środka na porost włosów „Javol” w: „General Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 17, s. 6.

¹²⁶ Reklama środka na porost włosów „Harasin” w: „General Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 1, s. 4.

¹²⁷ Reklama środka na porost włosów „Cavalier” w: „Stettiner Abendpost” 1910, Nr. 37, 2. Bl., s. 3.

¹²⁸ Reklama płynu do płukania ust „Stomatol” w: „Stettiner Zeitung” 1901, Nr. 123, s. 4.

¹²⁹ Reklama proszku do mycia zębów „Irex” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1908, Nr. 183, Morgen-Ausgabe, 2. Bl., s. 3.

¹³⁰ Reklama pasty do zębów „Pebeco” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung”, Nr. 15, Morgen-Ausgabe, 4. Bl., s. 1.

¹³¹ Reklama pasty do zębów „Kalodont” w: „General Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 189, s. 4.

¹³² *F. A. Sarg’s Sohn & Co.*, w: Wikipedia.de, [online], dostęp – 26.05.2020.



Reklama środka na porost włosów „Javol” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 205, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 4

Artykuły spożywcze

Podstawą pożywienia mieszkańców Szczecina było przede wszystkim pieczywo żytnie lub pszenno-żytnie. Można je było nabyć w jednej z licznych piekarni – książka adresowa z 1907 roku odnotowuje nazwiska ponad czterystu pracujących w Szczecinie mistrzów piekarskich¹³³. W piekarni „Hansa” proponowano klientom ciemny chleb „Schlüter-Brot”¹³⁴. Jego nazwa wywodzi się od nazwiska Theodora Schlütera, który w 1890 roku opracował wytwarzanie mączki z kleiku żytniego. Kleik ten poddawany działaniu pary pod ciśnieniem wydziela sporo enzymów, przede wszystkim cukrów, które podczas wypieku karmelizują się i zabarwiają chleb na kawowy kolor oraz nadają mu niecodzienny aromat. Kolejnym wypiekanym gatunkiem pełnoziarnistego, lekkostrawnego chleba był „Simons-Brot”¹³⁵, przypominający wyglądem dzisiejszy pumperniel. Świeże bułki dostępne były już o szóstej rano w „Recke’s Fein-Bäckerei”¹³⁶. Ciekawą ofertę miała piekarnia „Volkswohl” przy Prinzeßstrasse 23 (obecnie ul. P. Stelmacha), która oprócz korzystnych cen, upominków dla stałych klientów, dostarczała zestawy śniadaniowe bezpośrednio do domu¹³⁷. Ze słodkości polecano ponczowe babki, wielosmakowe torty – marcepanowe, owocowe, orzechowe lub śmietankowe, a także lody i sękacze wytwarzane w cukierniach

¹³³ „Adress- und Geschäfts-Handbuch für Stettin 1907” 1906, s. 409–412.

¹³⁴ Reklama piekarni „Hansa” w „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 575, Abend-Ausgabe, 2. Bl., s. 4.

¹³⁵ Reklama chleba „Simons-Brot” wypiekanego w piekarni przy Roßmarkt 17 w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 123, s. 10.

¹³⁶ Reklama piekarni „Recke’s Fein-Bäckerei” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 120, s. 9.

¹³⁷ Reklama piekarni „Volkswohl” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 127, s. 8.

A. Vogta¹³⁸ lub H. Metzky’ego¹³⁹. W okresie Bożego Narodzenia cukiernia Grauerta¹⁴⁰ proponowała przysmaki z dodatkiem marcepana – czekoladę, pączki, kartofelki, figurki świnek, makaroniki oraz ciastka o nazwie „Granatsplitter” – rodzaj współczesnych bajaderek. Z myślą zaś o najmłodszych konsumentach w piekarni „Colas” wypiekano sucharki¹⁴¹ i pieczywo z dodatkiem rodzynek¹⁴².



Reklama cukierni H. Metzky’ego w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 24, s. 8

¹³⁸ Reklama cukierni A. Vogta w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 573, Abend-Ausgabe, s. 2.

¹³⁹ Reklama cukierni H. Metzky’ego w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 24, s. 8.

¹⁴⁰ Reklama cukierni Ph. Grauerta w: „Stettiner Zeitung” 1901, Nr. 298, s. 4.

¹⁴¹ Reklama sucharków firmy „Colas” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 119, s. 10.

¹⁴² Reklama pieczywa „Luffenbrod” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 117, s. 6.

Według statystyk szczecinianie spożywali ponad 50 kg mięsa na osobę rocznie. Jadano wieprzowinę, drób, w tym gęsi, w bogatych domach także dziczyznę. Odnotowywano również duże spożycie ryb, zwłaszcza śledzi i karpia, ale dostępne były również węgorze, szczupaki, miętusy, flądry, homary i kawior¹⁴³. Prawdziwe holenderskie sery, szwajcarski ementaler, delikatną włoską gorgonzolę, parmezan polecał Otto Borgmann¹⁴⁴. U rzeźników można było nabyć różne wyroby masarskie: kiełbaski wiedeńskie, salami, kaszanke, „Lungenwurst” (kiełbasę z mięsa wieprzowego z dodatkiem płuczek i łożu), „Cervelarwurst” (kiełbasę z mięsa wieprzowo-wołowego, przyprawioną pieprzem, kardamonem i aromatyzowaną wódką) oraz „Tee-wurst” (przypominająca wyglądem dzisiejszą metkę)¹⁴⁵. Specjalnością fabryki wyrobów mięsnych E. Poppa była szeroka gama produktów z gęsiny¹⁴⁶.



Reklama fabryki wędlin Carl Müller & Company w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 117, s. 14

Świeże warzywa (szparagi, kalafior, młode marchewki, ogórki) i owoce (np. truskawki) można było nabyć w sklepie „Gebrüder Dittmer”¹⁴⁷. Poza sezonem dostępny

¹⁴³ L. Turek-Kwiatkowska, *Życie codzienne...*, s. 59–65.

¹⁴⁴ Reklama sklepu Otto Borgmanna w: „Pommersche Zeitung” 1904, Nr. 167, s. 4.

¹⁴⁵ Reklama fabryki wędlin Carl Müller & Company w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 117, s. 14.

¹⁴⁶ Reklama fabryki wędlin E. Poppa w: „Stettiner Abendpost” 1906, Nr. 302, 3 Bl., s. 1.

¹⁴⁷ Reklama produktów spożywczych dostępnych w sklepie „Gebrüder Dittmer” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 123, s. 10.

był szeroki wybór konserw – Franz Wartenberg miał ich w swojej ofercie 8000 (różne odmiany groszku, całe i cięte szparagi, marchewkę, fasolkę, szpinak, mieszanki warzyw, mirabelki, wiśnie, gruszki, śliwki i kompoty z mieszanych owoców)¹⁴⁸.

Opierając się na ogłoszeniach prasowych można wysnuć przypuszczenie, że gospodynie domowe powszechnie stosowały w kuchni zamiennik masła, jakim była margaryna. Wśród polecanych marek znalazły się: „Hero”¹⁴⁹, „Solo”¹⁵⁰, „Mohra”¹⁵¹, „Sanella”¹⁵² czy „Pommerania”¹⁵³. Kolejnym erzacem były sprzedawane w butelkach lub tubkach zamienniki mięsa – „Liebig’s Fleisch-Extract”¹⁵⁴ i „Armour’s-Fleisch Extract”¹⁵⁵, służące do doprawiania zup oraz sosów. Smak dań można było poprawić także kostkami bulionowymi „Oxo”¹⁵⁶ i przyprawą „Maggi”¹⁵⁷.

Dawni szczecinianie chętnie pili szybko gaszącą pragnienie kawę zbożową, produkowaną na przykład przez J. G. Weissa w czterech odmianach „Kaiser-Barbarossa-Kaffee”, „Edelweiß-Kaffee”, „Sudan-Kaffee” i „Weiss-Gries-Kaffee”¹⁵⁸. W sposób przewrotny do zakupu kawy słodowej zachęcał wytwórca „Kathreiners Malzkaffee”, wypunktowując szkodliwy wpływ kawy naturalnej na zdrowie:

1. *Kawa powoduje choroby serca i nerwowość.*
2. *Kawa zaburza procesy trawienia.*
3. *Kawa pozbawia nas snu.*
4. *Kawa działa zdradziecko, jest podstępna trucizną. (...)*
7. *Jej zaletą jest jedynie aromat*¹⁵⁹.

Reklamowanymi markami herbat były cejlońska „Talanda”¹⁶⁰ lub mieszanka „Messmer-Tee”¹⁶¹. Bardzo często w gazetach pojawiały się reklamy kakao takich firm

¹⁴⁸ Reklama sklepu Franza Wartenberga w: „Pommersche Zeitung” 1906, Nr. 299, s. 4.

¹⁴⁹ Reklama margaryny „Hero” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 129, s. 10.

¹⁵⁰ Reklama margaryny „Solo” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 119, s. 17.

¹⁵¹ Reklama margaryny „Mohra” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 123, s. 7.

¹⁵² Reklama margaryny „Sanella” w: „Stettiner Abendpost” 1909, Nr. 284, 2 Bl., s. 3.

¹⁵³ Reklama margaryny „Pommerania” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 125, s. 18.

¹⁵⁴ Reklama Liebig’s Fleisch Extract w: „Stettiner Zeitung” 1902, Nr. 13, s. 4.

¹⁵⁵ Reklama „Armour’s Fleisch Extrakt” w: „Stettiner Zeitung” 1901, Nr. 77, s. 4.

¹⁵⁶ Reklama kostek bulionowych „Oxo” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1910, Nr. 607, Abend-Ausgabe, s. 4.

¹⁵⁷ Reklama przyprawy Maggi w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1908, Nr. 175, Morgen-Ausgabe, 2. Bl., s. 3.

¹⁵⁸ Reklama kawy firmy J. G. Weissa w: „Pommersche Zeitung” 1909, Nr. 151, s. 4.

¹⁵⁹ Reklama kawy „Kathreiners Malzkaffee” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 7, s. 2.

¹⁶⁰ Reklama herbaty „Talanda” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 8, s. 7.

¹⁶¹ Reklama herbaty „Messmer” w: „Ostsee-Zeitung und Neue Stettiner Zeitung” 1909, Nr. 24, Abend-Ausgabe, 2 Bl., s. 3.

jak: „Bensdorp”¹⁶², „Houten”¹⁶³, „Ebners”¹⁶⁴ lub „David”¹⁶⁵. Spośród promowanych bezalkoholowych napitków należy wymienić wodę gazowaną „Strand-Gold”¹⁶⁶ oraz „Pomril” i „Apfelblümchen”¹⁶⁷ – orzeźwiające napoje z jabłek.



Reklama napoju „Apfelblümchen” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 131, s. 7

Zaprezentowany w niniejszym artykule przegląd ogłoszeń i reklam jest subiektywny i wybiórczy. Wymieniono w nim tylko te, które ze względu na treść lub wizualną formę przyciągnęły wzrok autorki, niemniej jednak nawet ten skromny zestaw w pewien sposób obrazuje życie codzienne i zwyczaje przeszłych pokoleń szczecinian.

O AUTORCE

IZABELA STRZELECKA – absolwentka Uniwersytetu Szczecińskiego, od 2000 r. zatrudniona w Książnicy Pomorskiej w Szczecinie, obecnie na stanowisku kustosa Działu Regionalnego (Czytelnia Pomorzoznawcza), autorka artykułów dotyczących tematyki regionalnej, redaktorka i autorka haseł Encyklopedii Pomorza Zachodniego pomeranica.pl.

¹⁶² Reklama kakao firmy „Bensdorp”, „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 30, s. 6.

¹⁶³ Reklama kakao firmy „Houten” w: „Stettiner Zeitung” 1902, Nr. 15, s. 4.

¹⁶⁴ Reklama kawy i kakao firmy „Ebner” w „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 117, s. 9.

¹⁶⁵ Reklama kakao i czekolady firmy „David” w „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 117, s. 11.

¹⁶⁶ Reklama szczecińskiej wody gazowanej „Strand-Gold” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 102, s. 9.

¹⁶⁷ Reklama napoju „Pomril” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1906, Nr. 136, s. 7; reklama napoju „Apfelblümchen” w: „General-Anzeiger für Stettin und die Provinz Pommern” 1905, Nr. 131, s. 7.