

Die nächsten 50 Jahre stehen an

Die Geschichte des Südtiroler Obst- und Weinanbaues hat eine lange Tradition. Ein Teil des geschichtlichen Werdegangs ist die Gründung des Südtiroler Beratungsrings im Jahre 1957. Darüber werden wir im Spätherbst, anlässlich der Jubiläumsfeierlichkeiten, eine umfangreiche Publikation vorstellen.

Rückschau zu halten auf ein Erfolgsmodell wie es der Südtiroler Obst- und Weinbau ist, ist wichtig. Ebenso wichtig ist es aber, auch einen Blick in die Zukunft zu wagen, denn die Entwicklung geht rasant weiter.

In Beiträgen der aufliegenden Sonderausgabe haben wir renommierte Experten gebeten, ihre Sicht auf künftige Entwicklungen darzulegen. Herausgekommen ist ein umfangreiches Dossier zu den Themen Forschung, Beratung, Züchtung, Anbau, Lagerung und Vermarktung im Obst- und Weinbau.

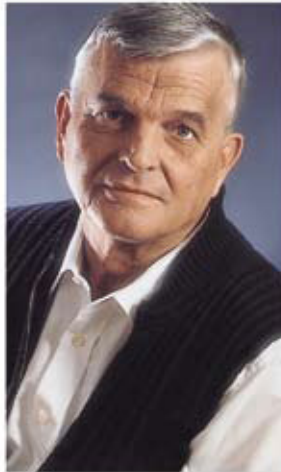
Die neuen Wege in der landwirtschaftlichen Forschung und Beratung sind nicht mehr nur auf Ertragssteigerung ausgerichtet, denn die „Sättigung“ in den Erntemengen ist längst erreicht und ist langfristig abgesichert.

Im Obst- und Weinbau wird es in Zukunft nun noch mehr um Qualitätssteigerung, vor allem aber um die Produktsicherung gehen. Hier sehen wir die größten Herausforderungen der Zukunft. Gemeinsam mit allen Kräften der Obstwirtschaft wird der Beratungsring darauf hinarbeiten müssen, frisches, geschmackvolles Obst, gesunde Trauben mit garantiert niedrigen Rückständen produzieren zu helfen.

Trotz aller technischen Neuerungen muss aber der Mensch, der Ratsuchende, im Mittelpunkt stehen. Beratung ist Vertrauenssache. Das Vertrauen der Mit-

glieder zum Berater ist und bleibt deshalb die Grundlage für eine erfolgreiche Zusammenarbeit.

Im Versuchswesen werden in Zukunft mittels neuer Technologien, besonders der Molekularbiologie, langwierige Untersuchungen verkürzt. Sowohl im Pflanzenschutz als auch im Züchtungsbereich sollen durch die Genforschung Zeit und Kosten eingespart werden.



In der Vermarktung von Obst gilt es der zunehmenden Konzentration im LEH Paroli zu bieten. Mit neuen Vermarktungskonzepten will man z. B. im Vinschgau auf diese Entwicklung reagieren. In der Weinvermarktung zeichnen sich neue Geschmacksveränderungen beim Konsumenten ab. Mit neuen kellertechnischen Maßnahmen sollen die Weine auf den Verbraucher sozusagen maßgeschneidert werden.

Der Biobereich hat sein Nischendasein verlassen. Weltweit ist ein rasanter Aufschwung bei Bio-Produkten zu verzeichnen. Die Zunahme in Europa wird auf eine bessere Verfügbarkeit und Qualität der Produkte, auf den Gesundheitstrend der Verbraucher und auf den Aufschwung in der Wirtschaft zurückgeführt. Auch darauf wird in Zukunft zu reagieren sein. In der Obstverarbeitungsindustrie liegen die künftigen Herausforderungen in der Entwicklung neuer, attraktiver Produkte. Aber auch hier bleibt die Rückverfolgbarkeit und die Sicherheit des jeweiligen Produktes oberstes Gebot.

Es gibt also auf allen Ebenen der Produktion und Vermarktung auch in den nächsten 50 Jahren noch viel zu tun, packen wir's an.

Willy CHRISTOPH