

Mitteilungen des
Südtiroler Beratungsringes

April 1970

INHALT	Seite
Landesobstschau in Meran	99
Zeitgerechte Obsternte	101
Die Sorte Jonathan	102
Ausbringung von Unkrautbekämpfungsmitteln	104
Fruchtschalenwickler	105
Kleine Baumformen in der Marsch	107
Einsatz von Pilzbekämp- fungsmitteln im Weinbau	110
Weinbaubetriebe in der Provinz Udine	113
Südtiroler Trauben- sorten (III)	114
Moderner Zierpflanzenbau	115
Rückblick	119

HERAUSGEBER

Südtiroler Beratungsring
für Obst- und Weinbau,
Lana (BZ), Andreas-Hofer-Str. 9
Genehmigung des Tribunals
Bozen, R. St. Nr. 6/64 v. 6. XI. 1964

VERANTWORTLICH FÜR DEN INHALT

Dr. Hermann Oberhofer

MITARBEITER

Dr. A. Felderer, Direktor des Land-
wirtschaftsinspektorates, Bozen;
Dr. Josef Knoll, Beratungsring;
R. Kristanell, Beratungsring; Dr. J.
Lezuo, Handelskammer, Bozen;
Dr. H. Mantinger, Obst- und Wein-
bauschule Laimburg; Professor
A. Meier, Bozen; Dr. J. Reden,
Landw.-Inspektorat, Bozen; Ing.
A. Weiss, Landesassessorat für
Landwirtschaft, Bozen; Dr. chem.
B. Weger, Bozen; Dr. F. Zelger,
Landwirtschafts-Inspektorat, Bo-
zen; DDDr. Karl Zanon, Meran.

DRUCK

Grafica Poetzelberger, Meran
Leon.-da-Vinci-Str. 29

**OBSTBAU
WEINBAU**

erscheint monatlich.

ANZEIGEN

Aufträge sind an den Beratungs-
ring zu richten; Tel. 51 2 98 Lana.
Einzahlung: Konto Nr. 848
Raiffeisenkasse Lana.
Tarif: mm-Zeile Lire 80.-

Titelbild:

Mit der neuen Blüte verbindet
der Obstbauer auch neue Hoff-
nungen auf eine gute Ernte und
einen zufriedenstellenden Absatz.

Foto: W. Christoph.

Südtiroler Landesobstschau

(vom 11. bis 19. April)

Großangelegte Werbeaktionen, die den Verbraucher mit allen Mitteln einer modernen Informationstechnik zielbewußt auf die Vorzüge unseres Obstes hingelenkt hätten, hat es in Südtirols Obstbranche bisher noch nicht gegeben.

Umso erwartungsvoller folgten wir deshalb der Einladung des Komitees für Obst und Gemüse, das für den 8. April eine Pressekonferenz einberufen hatte, in der H. ZORZI, Präsident des Fachausschusses für Obst und Gemüse an der Handels-, Industrie-, Handwerks- und Landwirtschaftskammer von Bozen, die Abhaltung einer »Südtiroler Landesobstschau« ankündigte.

Als Ausstellungsort ist Meran gewählt worden, das aufgrund seiner klimatischen Vorzüge in dieser Jahreszeit die meisten Feriengäste beherbergt und als Kurstadt Weltruf genießt. Der Zeitpunkt der Ausstellung, so hoffte man, werde mit der Obstblüte zusammenfallen (ein Wunsch, der bei dem heurigen Witterungsverlauf allerdings nicht in Erfüllung ging). Auch die parallel laufende Bozner Weinkost habe die Wahl dieses zeitlichen Termins mitbestimmt.

Sinn und Ziel dieser Ausstellung sei – so gab Herr ZORZI bekannt – einheimische und vor allem ausländische Verbraucher von der Qualität und Güte unseres Lagerobstes zu überzeugen. Dem Besucher müsse Gelegenheit geboten werden, sich über einen sachlichen Informationsdienst Einblick in die verschiedenen Produktionsgänge unseres Obstes verschaffen zu können. Während der Ausstellungswoche wurde für die Kurgäste eine umfassende Schaufensterwerbung in den Geschäften der Stadt organisiert.

Die angekündigten Termine verliefen denn auch programmgemäß und zur vollen Zufriedenheit der Organisatoren. Die Ausstellung war sehr gefällig arrangiert und erfreute sich sehr regen Besuches. Es wurde beschlossen, die Obstschau alle zwei Jahre zu wiederholen.

Ob es nicht der Mühe wert wäre, nach dem absolut positiven Echo dieser Initiative, wenn sich unsere, auch so uneinigen Obstvermarkter mit vereinten Kräften jedes Jahr zu einer solchen Obstschau aufraffen würden? Denn schließlich kann eine Werbewoche doch nicht annähernd soviel Geld kosten, wie eine großangelegte Werbekampagne in Großstädten verschlingt. – Natürlich müßte man auch die Wirkung vergleichen können.

Doch es ist gewiß so, daß Feriengäste in Meran leichter für etwas anzusprechen sind als der gehetzte Mensch im Alltagsleben der Großstadt.

Es wäre zudem zu überlegen, ob man in ähnlicher Weise nicht auch unsere Inlandskonumenten ansprechen sollte. Eventuell an Wintersportorten, die von Touristen aus italienischen Großstädten bevorzugt werden. Denn gut 30 % unseres Obstes müssen wir ja hier an den Mann, bzw. an die Hausfrau bringen.

Ernte- und Exportstatistik des Südtiroler Obstbaues (Waggon):

Gesamt- ernte (Ø 1968/69)	BR Deutschland	Inland	Österreich	Schweiz	and. Länder
35.092	18.008 51 %	11.820 34 %	2.178 6 %	1.403 4 %	1.682 5 %

Also 66 % unseres Obstes geht ins Ausland, rund 50 % wird in der Bundesrepublik, 30 % in Italien verkauft. Für Südtirols Obstvermarkter ergeben sich daraus klare Konsequenzen. Qualität und gefällige Aufmachung verstehen sich heute von selbst und können bei dem vielfältigen Angebot der Konkurrenzländer für den Absatz entscheidend sein. Diese Trümpfe müssen aber durch eine zielbewußte Werbung ständig neu in Erinnerung gebracht werden, denn nur so wird der Verbraucher Südtiroler Obst bevorzugen.

Die Landesobstschau in Meran ist mit gutem Beispiel vorangegangen und hat einmal mehr bewiesen, daß eine durchdachte und gefällige Werbeausstellung immer begeisterte Besucher findet, die vielleicht schon morgen zu begeisterten und treuen Käufern unseres Obstes werden.

R. KRISTANELL und H. OBERHOFER