

Mitteilungen des
Südtiroler Beratungsrings

November 1978

INHALT

	Seite
3. Südtiroler Obstbaumzählung	255
Empfehlungen für die Lagerung von Obst und Gemüse in der Saison 1978/79	257
Natürliche und wirtschaftliche Gesichtspunkte des Obstbaues im Alpenraum	260
Die Obstregion Bodensee	262
Anbauformen und kulturtechnische Maßnahmen, um die Werte des Bergobstes hervorzuheben	263
Zur Schorfbekämpfung im Frühjahr 1978	265
Hagelschläge 1978 in Südtirol	266
Kann man Großkisten imprägnieren?	268
Wie soll man Batterien überwintern?	269
Die Kastanie wieder interessant?	270
Wir haben Grund, nachzudenken	274
Rückblick	277

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
Verantwortlicher Redakteur
Dr. Hermann Oberhofer
Redaktionssekretärin:
B. Kerschbamer

MITARBEITER

Dr. A. Felderer, Direktor des Landwirtschaftsinspektorates, Bozen;
Dr. J. Lezuo, Handelskammer, Bozen;
Dr. H. Mantinger, Obst- und Weinbauschule Laimburg; Dr. L. Raifer, Landwirtschaftsinspektorat, Bozen; Ing. A. Weiss, Landesassessorat für Landwirtschaft, Bozen; Dr. chem. B. Weger, Bozen; Dr. F. Zelger, Landwirtschaftsinspektorat Bozen;
DDDr. Karl Zanon, Meran.

DRUCK

Athesiadruck Bozen
Weinbergweg 7
Versand im Postabonnement
Nr. III—70% S.I.A.P.

TITELBILD

Zwischen der Baumzählung von 1970 und jener von 1976, hat sich der Südtiroler Obstsortenspiegel um einiges verändert. Am stärksten fällt die enorme Zunahme der Baumzahl der Sorte Golden Delicious auf.

Zeichnung: P. Konzert, Beratungsring

Obstbaukongreß der Alpenländer in Trient

Vom 24. bis zum 26. Oktober d. J. fand in Trient ein »Obstbaukongreß der Alpenländer« statt. Als Veranstalter zeichneten die Autonome Provinz Trient in Zusammenarbeit mit den Verbänden der Trentiner Obstgenossenschaften verantwortlich. Die Vorzüge und Probleme des Obstbaues in Berggebieten wurden unter dem Gesichtspunkt des Anbaues, der Vermarktung und der wirtschaftlich-sozialen Seite behandelt.

Es gelang den Veranstaltern, zahlreiche namhafte Fachleute und Wissenschaftler aus allen 6 Alpenländern, nämlich Frankreich, Schweiz, BR Deutschland, Österreich, Jugoslawien und Italien zu verpflichten.

Zum Themenkreis des **Anbaues** wiesen die Referenten darauf hin, daß in Berggebieten erzeugtes Obst die bessere innere und äußere Qualität aufweist, als solches aus der Ebene. Dies sei auf verschiedene Faktoren zurückzuführen — wie K. STOLL, Wädenswil, betonte — so auf die reinere Luft, die ärmer an Kohlendioxyd und Wasserdampf ist, daher auf die höhere Lichtintensität und den höheren Anteil an ultravioletten Strahlen. Die starken Temperaturunterschiede zwischen Tag und Nacht begünstigen die Fruchtfarbe und das Aroma. Allerdings führen die relativ kühlen Temperaturen zu geringerem Trieb- und Fruchtwachstum, was niedrigere Erträge zur Folge habe.

Als Nachteil des Obstanbaues in Berggebieten wurden vor allem die höheren Produktionskosten hervorgehoben. Zudem handle es sich hier vor allem um Kleinbetriebe, denen sich in Krisenzeiten wenige oder keine Alternativen anböten.

Laut R. FRITZSCHE, Wädenswil, wird der Obstbauer im Alpenraum aber trotz allem konkurrenzfähig bleiben, »sofern (er) durch gesicherte Sortenwahl und sorgfältig gezielte Produktionstechnik die klein-klimatischen Vorteile zur Erreichung einer hohen Qualität voll ausschöpft.«

Bei der **Vermarktung** konnte das Obst aus dem Alpenraum seit langem schon einen Preisvorsprung gegenüber der Ebene für sich buchen. Trotzdem sollten wir den Konsumenten — so betonte H. JANSSEN, Bavendorf — nachhaltig auf die qualitativen Vorzüge des »Alpenobstes« aufmerksam machen. »Eine bevorzugte Zielgruppe der Konsumentenwerbung für Alpenobst sollten die Feriengäste sein, die alljährlich sommers und winters zu Millionen die Feriengebiete der Alpenregion besuchen. Sie bringen eine wichtige Bedingung für erfolgreiche Werbung mit: Sympathie für den Alpenraum. Man sollte die Anwesenheit der Feriengäste nutzen und sie in zahlreichen örtlichen Veranstaltungen direkt ansprechen. Durch Kostproben kann man sie unmittelbar mit der hervorragenden Qualität der Alpenobstprodukte bekanntmachen. Durch Besichtigungsfahrten zu Obstpflanzungen, Lagerungs- und Absatzeinrichtungen wird das Interesse für die Alpenobstproduktion vertieft. Besonders wichtig ist eine wirkungsvolle Anschlußwerbung in den Heimatorten der Touristen. Dort muß der Qualitätsbegriff »Alpenobst«, zusammen mit der Ware, dem Konsumenten immer wieder begegnen.«

Den **wirtschaftlich-sozialen Bereich** des Obstbaues in der Alpenregion sprach G. RICCI von der Universität Trient, an. Der Obstbau in den Berggebieten, der auch in den kleinen Betrieben bei entsprechender Tüchtigkeit des Produzenten, noch rentabel sei, erfülle heute eine wichtige gesellschaftliche Funktion, indem er Arbeitsplätze schaffe und die Kulturlandschaft erhalte. Der Obstproduzent sei im allgemeinen — dies ergab eine Untersuchung seines Institutes — dynamischer, aufgeschlossener und eher bereit, eine Neuerung in seinem Betrieb einzuführen, als seine Kollegen in anderen Landwirtschaftsbereichen.

Der Obstbauer in den Berggebieten werde heute aber weder von den nationalen, noch EG-Bestimmungen gegenüber den Obstproduzenten in den Ebenen gebührend gefördert. Dies im Rahmen der Förderungsmaßnahmen und besonders im Falle von Überproduktion und Marktinterventionen. Dies sollte in Zukunft im Interesse der Erhaltung der Berglandwirtschaft geändert werden.

Soviel zu den einzelnen Themenkreisen dieses Obstbaukongresses.

Auf einer Mammuttagung wie dieser in Trient, gibt es nicht nur Jahrhundert-Referate, es wird natürlich auch einiges Stroh gedroschen. Trotzdem hat es nicht an bemerkenswerten Anregungen gefehlt, bzw. wurden einige Dinge deutlicher ins Bewußtsein gerückt. Südtirol erzeugt — laut einer den Kongreßakten beigelegten Statistik — nicht weniger als 40% des im Alpenbogen produzierten Kernobstes. Vielleicht sollten wir den Begriff »Alpenobst« stärker hervorheben als bisher. Wir könnten es als das größte Kernobstbaugebiet in den Alpen sicher mit Fug und Recht tun. Auch böte sich uns die einmalige Chance, die in Südtirol weilenden Feriengäste intensiver auf unser Obstangebot anzusprechen.

Sie würden möglicherweise auch zuhause treue Kunden des »Südtiroler Alpenobstes« bleiben. Dies könnte für unsere Obstwirtschaft sehr wertvoll sein, vor allem in Zeiten, wenn sich wieder einmal eine europäische Obstschwemme über die Märkte ergiebt.

In diesem und im nächsten »OBSTBAU—WEINBAU« bringen wir etwas gekürzt die für uns interessantesten Referate dieses Obstbaukongresses der Alpenländer in Trient.

H. Oberhofer