

Mitteilungen des  
Südtiroler Beratungsringes

Februar 1970

INHALT	Seite
9. Generalversammlung . . .	35
Plastikfolien im Weinbau . . .	37
IV. Weinbauwoche in Gries . . .	38
Mulchen und Humusdüngung im Weinbau . . . . .	39
Südtiroler Traubensorten (II) . . .	42
Lesen lohnt:	
Weinkellereien Südtirols . . .	43
Das Tiroler Weinbuch . . . . .	43
Obst- und Weinbau-Tage im Eisacktal . . . . .	44
Intensivkulturen im Eisacktal . . .	46
Golden Spurtypen . . . . .	52
Rückblick . . . . .	53

## 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. Zeiger,  
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:

Mühen und Kosten, die im Lauf  
des Jahres im Weinberg aufge-  
wendet werden müssen, soll im  
Herbst eine reiche Ernte von gu-  
ter Qualität vergüten.

## Weinbautagung in Kaltern

Am 29. Jänner veranstaltete das Landesassessorat für Landwirtschaft in Zusammen-  
arbeit mit verschiedenen Organisationen (u. a. dem Beratungsring) in Kaltern  
die diesjährige Weinbautagung.

Nach der Begrüßung der rund 400 Tagungsteilnehmer durch Landwirtschafts-  
assessor Dr. H. STEGER, umriß der Vorsitzende Dr. ZELGER kurz die wichtigsten  
Weinwirtschaftsprobleme Südtirols.

Für die beiden Referate am Vormittag, die der Schädlingsbekämpfung gewidmet  
waren, konnten namhafte Fachleute aus der Bundesrepublik verpflichtet werden.  
Prof. Dr. F. STELLWAAG-KITTLER, den unsere Weinbauern von früheren Vorträgen  
kennen, sprach über den »Einsatz von systemisch wirkenden Pilzbekämpfungsmitteln im Weinbau«. Das einzige im Handel erhältliche systemische Fungizid, Benlate, das in verschiedenen Vergleichsversuchen in Geisenheim getestet wurde, stelle gegenüber den bisher gebräuchlichen Kontaktmitteln eine große Neuheit dar. Dr. G. SCHRUFF sprach über die »Nebenwirkung von Fungiziden auf Spinnmilben«, ein Thema, dem man in Südtirol seit einigen Jahren erhöhte Aufmerksamkeit zuwendet. Anhand von vorzüglichen Tabellen-Dias erläuterte Dr. Schruft Wirkungsgrad und Versuchsergebnisse der verschiedensten Mittel.

Den beiden Fachreferaten, die mit großem Beifall aufgenommen wurden, folgte eine angeregte Diskussion.

Den ersten Vortrag des Nachmittags, »Maischepreise und Weinvermarktung«, hielt J. GAMPER - Krautsamer, Obmann der Marlinger Kellereigenossenschaft. Die Weinpreise und der Termin der neuen Preisfestlegung werden vom Südtiroler Kellereiverband alljährlich in Rundschreiben und über die Presse bekanntgegeben. Diese Abmachung werde aber von einigen Betrieben, die an Gaststätten mit Niedrigstangeboten aufwarten, mißachtet. Dieses Verhalten ermutige nicht nur die Gastwirte die Kellereien preislich gegeneinander auszuspielen, sondern verleite auch andere Firmen zu dieser Art »Schmutzkonzurrenz«. Das sei umso unverzeihlicher, als praktisch keine in- oder ausländische Konkurrenz die Absatzlage der einheimischen Vermarkter gefährde. - Klar zu unterscheiden sei zwischen Südtiroler Weinen und Weinen aus Südtirol. Nur erstere, die in 7/10-Flaschen abgefüllt werden, böten die Gewähr der Qualität. Mit der Bezeichnung »Weine aus Südtirol«, die in den berühmt-berüchtigten 2,05-Flaschen exportiert werden und meist recht schicksalsträchtige Tiroler Namen strapazieren, laufe Südtirol Gefahr, sich seinen guten Ruf als bevorzugtes Weinland zu verderben. Die Erschließung und Bedienung neuer Märkte sei über eine Dachorganisation, die gleichzeitig Werbung und Vermarktung übernehmen könnte, am besten gewährleistet. Mit einem eindringlichen Appell an die Jugend (»Bringt mehr Schwung in die Kellereigenossenschaften!«) beschloß der Redner seine Ausführungen.

Es folgte der mit Spannung erwartete Vortrag von Handelskammerpräsident Doktor W. von WALTHER über das Thema: »Stand der Durchführung des Dekretes Nr. 930 vom 12. 7. 1963, Schutz der Ursprungsbezeichnungen von Mosten und Weinen«. Das Komitee für Rebbau und Weinwirtschaft habe sich seit 1963 mehrmals für die Anerkennung verschiedener Ursprungsgebiete mit Qualitätsweinen eingesetzt - doch bisher ohne Erfolg. Der finanzielle Vorteil, der den durch Dekret geschützten Anbaugebieten erwachse, lasse sich am Beispiel der Provinzen Cuneo und Alessandria gut verfolgen. Dort sei die Sorte »Barolo« im vergangenen Jahr mit L 31.000/dz Maische verkauft worden (= 1960: L 10.000/dz Maische). Einen 160-prozentigen Preisanstieg habe man im selben Zeitraum für »Barbaresco« verzeichnet. Das Schutzdekret bringe dementsprechend einen höheren Bodenpreis der Rebflächen mit sich.

Mit statistischen Daten über den Weltweinmarkt, eröffnete Landtagsabgeordneter Dr. K. VAJA das letzte Referat der 8. Südtiroler Weinbautagung »Bedeutung eines Gütezeichens und einer sachgemäßen Werbung für Südtirols Qualitätsweine«. Der EWG-Raum (mit Türkei und Griechenland) erfasse rund die Hälfte der Weltweinproduktion, die sich auf 278,8 Millionen hl belaufe. Südtirol nehme innerhalb der EWG-Staaten mit 0,4 % der Weinerzeugung einen zwar unbedeutenden Platz ein, stelle aber dennoch fast 40 % der gesamtitalienischen Ausfuhr!

Überraschend hoch sei der Export aus dem Trentino, der sich von 1962 bis 1968 vervelfacht habe. Die Hauptursache dieses Ausfuhranstiegs sei in der massiven Werbung unserer Nachbarn zu suchen. In Südtirol dagegen sei die Werbung immer sehr stiefmütterlich behandelt worden und es fehle oft sogar noch heute am nötigen Verständnis; das ersehe man am niedrigen Werbeaufwand, der bei uns durchschnittlich nur 1/5 % des Weinumsatzes betrage.

Gegenwärtig konstituiere sich ein Schutzverband, dessen Statuten von Erzeugern, Genossenschaften und Händlern ausgearbeitet werden. Künftig soll es Aufgabe dieses Schutzverbandes sein

- die Werbung im In- und Ausland zu koordinieren,
- den Schutz der Ursprungsbezeichnungen zu beantragen,
- ein Gütezeichen zu entwerfen, einzuführen und die Durchführung zu überwachen, und
- die Qualität zu heben.

Die Werbekosten sollen zum Großteil von den interessierten Weinbaukreisen selbst getragen werden. Um ihr Ziel voll und ganz zu erreichen, müsse die Werbung ständig laufen, vor allem aber glaubwürdig sein.

R. KRISTANELL