



Industrie- und Handelszeitung

Post-Conto-Corrent.

Wochenschrift für Industrie, Handel und Gewerbe in Südtirol

Zur Einschränkung der Alkohol-Ausschankzeiten.

Die neue Verordnung, welche die Ausschankzeit regelt, schneidet tief in das Wirtschaftsleben ein. Durch die Bestimmung, daß an Sonntagen erst ab 11 Uhr vormittags mit dem Ausschank von Wein und Bier begonnen werden darf, geht den Wirten in den Städten und verbauten Orten die Kundschaft vom Lande und den Bergen verloren. Die Landbevölkerung macht sich an den Sonntagen schon zeitlich früh nach der Stadt auf, erfüllt dort ihre religiösen Pflichten, besorgt ihre Gänge und Geschäfte, um hernach das Gasthaus aufzusuchen. Gegen 10 Uhr muß sich dann die Landbevölkerung — die Bergbewohner noch früher — auf den Heimweg machen, denn um 11 Uhr geht man beim Bauern und überall auf dem Lande zum Mittagstisch. Diese Leute müssen also, ohne sich mit einem Glas Wein stärken zu können, den meist stundenweiten Weg nach Hause antreten.

So wie in der Stadt, macht sich diese neue Maßregel auch bei den Wirten auf dem Lande fühlbar. Auf dem Lande und in den Bergdörfern macht der Wirt an den Sonntagsvormittagen sein Hauptgeschäft, weil nachmittags wegen des weiten Heimweges nur mehr wenige Leute die Kirche besuchen.

Bekanntlich ist bei den Wirten auf dem Lande nach der Frühmesse und nach dem Hauptgottesdienste der stärkste Zulauf. Das Aufsuchen des Gasthauses nach dem Gottesdienste ist für den Landbewohner zur Lebensgewohnheit geworden, weil in der Regel alle neuen gesetzlichen Bestimmungen und Verordnungen, die Gemeinde-ratsbeschlüsse, usw. bei dieser Gelegenheit kundgemacht werden. Hier erhält der Landbewohner auch seine Briefschaften und Zeitungen, er wird unterrichtet, was sich in der abgelaufenen Woche alles zugezogen hat und was in Zukunft geschehen hat und schließlich fühlt er auch das Bedürfnis, sich mit den übrigen Gemeindeangehörigen über die Lebensverhältnisse und geschäftlichen Beziehungen auszusprechen, weil er ja die Woche nur einmal Gelegenheit hat, mit den übrigen Gemeindeangehörigen zusammenzukommen.

Ähnlich verhält es sich in der Stadt. Auch hier benützt der Landbewohner den Sonntag, um nach dem Kirchgang sich über die Lebensverhältnisse, die Geschäftsbeziehungen und sonstiges zu erkundigen.

Dieses Zusammentreffen an Sonntagen und auch besonders an Markttagen ist hier zu Lande zu einer Lebensnotwendigkeit geworden. Es ist jedoch erforderlich, daß hiezu das Gasthaus geöffnet ist und andererseits auch alkoholische Getränke verabreicht werden dürfen.

[Industrie- und Handelszeitung, Nr. 4, V. Jahrgang, 27. Jänner 1924]

Kein Weinmarkt in Bolzano. Wie wir vernehmen, wurde von der Abhaltung eines Weinmarktes in Bolzano, der für März geplant war, Abstand genommen. — Der Weinmarkt in Trento findet vom 14. bis 21. März statt.

[Industrie- und Handelszeitung, Nr. 7, VII. Jahrgang, 14. Februar 1926]

Der italienische Weinexport im Jahre 1925.

Im Jahre 1925 wurden 1.272.856 Hektoliter gewöhnlicher Wein im Werte von Lire 226.984.355 exportiert (im Jahre 1924 2.410.648 Hektoliter im Werte von Lire 274.974.617). Es läßt sich demnach ein fast 50prozentiger Rückgang der Exporte konstatieren. Demgegenüber stehen Importe im Ausmaße von 4176 Hektoliter im Werte von Lire 1.366.839 (gegen 9781 Hektoliter im Werte von Lire 1.410.822 im Jahre 1924), die sich auf spanische und portugiesische Weine beziehen. Der Export an Weinen in Gebinden betrug im Jahre 1925 (1924) 55.487 (47.656) hl, in Flaschenzahl 4.308.577 (3.99.712) im Werte von Lire 18.898.868 (13.100.729). Der Export dieser Typen verzeichnet in den letzten Jahren einen langsamen Aufstieg. Die einzelnen Bezugsländer für gewöhnliche u. mittelfeine Weine in Fässern sind mit ihren Qualitäten pro 1925 (1924) folgende: Oesterreich 203.203 (239.209), Tschechoslowakei 99.686 (161.213), Frankreich 32.885 (748.752), Deutschland 86.416 (41.486), Schweiz 550.334 (886.330), Brasilien 105.204 (84.512). In Gebinden betrug der Export in Hektoliter 1925 (1924): Frankreich 11.039 (11.341), Deutschland 115 (174), England 2566 (2482), Schweiz 9169 (7009), Aegypten 7204 (4756), Tripolis 7012 (6746), Brasilien 9284 (9260).

[Industrie- und Handelszeitung, Nr. 17, VII. Jahrgang, 25. April 1926]

Wein und Sport. Wir lesen in der „Deutschen Weinzeitung“ folgende treffliche Sätze: „In den Berichten über die große sportliche Veranstaltung „Tour de France“ ist die Feststellung bemerkenswert, daß die Dauerfahrer auf der Rast häufig mit Wein gelobt worden sind. Der sportliche Erfolg der Veranstaltung, die an die Teilnehmer große körperliche Anforderungen stellte, hat bewiesen, daß der Weingenuß nicht, wie von interessierter Seite behauptet wird, die Leistungen vermindert. Wein gehörte auch zum „Eisernen Bestand“ des Balbo-Geschwaders. Bei den Vorbereitungen zum großen Flug über den Ozean wurden die Balbo-Piloten und ihr Personal einige Zeit in eine Art strenge Klausur genommen. Da es sich bei Fliegern um feste Männer handelt, bedurfte es keines Alkoholverbots und einige Flaschen Wein wurden denn auch zum Proviant für den Ozeanflug genommen. In diesem Zusammenhang kann man noch den weltberühmten Kriegs- und Sportflieger Ernst Udet erwähnen, der ein guter Kenner und großer Verehrer des deutschen Weines ist. — Es ist nützlich, wenn man ab und zu auf diese Fälle hinweist, die beweisen, daß der tüchtige Sportsmann nicht etwa notwendig ein Gegner des Weingenusses zu sein braucht. Wein und Sport sind durchaus zu vereinende Begriffe. Wenn es gilt, als sportlicher Kämpfer um die Erringung eines Pokals seine Kräfte einzusetzen, so darf jeder Sportsmann im Pokal mehr als nur ein Symbol erblicken. Die Sitte, den Sieger mit einem Pokal zu ehren, stammt aus der ritterlichen Zeit. Da gab es aber nach dem Siege nicht nur einen Pokal, sondern auch einen herzhaften Schluck daraus und man darf wohl als sicher annehmen, daß bei den ritterlichen Kämpfen Wasser gewiß verpönt war. Es wäre das Wiederauflebenlassen eines schönen Brauches, wenn dem Sieger nicht nur der Pokal, sondern auch ein Ehrentrunk daraus verabreicht würde. Ein Pokal ist nun mal nicht dafür da, daß man ihn lediglich als Zierde in die Vitrine stellt...“ Oder können Sie sich vorstellen, daß man aus einem Siegespokal Limonade oder Milch trinkt...

[Industrie- und Handelszeitung, Nr. 3, XV. Jahrgang, 21. Jänner 1934]

INFO 100 Jahre SWZ

Bozen — Die „Südtiroler Wirtschaftszeitung“ wird heuer 100 Jahre alt: Gegründet wurde sie 1919 von einigen Wirtschaftstreibern mit dem Namen „Industrie- und Handelszeitung“. Das Blatt entwickelte sich gut, auch wenn die Zeiten des Faschismus keine einfachen waren — schließlich wurde es im Spätherbst 1935 verboten. Unmittelbar nach dem 2. Weltkrieg wurde die Zeitung wiederbelebt, nun unter dem neuen Namen „Südtiroler Wirtschaftszeitung“ (mehr dazu in SWZ 1/19 vom 4. Jänner 2019).

Das Jubiläum nehmen wir zum Anlass, in unserem Archiv zu stöbern und unseren Lesern Artikel zu präsentieren, die in den Anfangsjahren der „Industrie- und Handelszeitung“ abgedruckt wurden. Bis Ende des Jahres werden wir monatlich eine Rückschau veröffentlichen. In diesem Teil widmen wir uns, passend zum Ende der Fastenzeit, dem Thema „Wein“.

Der erste Teil über Schaufenster kann in Ausgabe 12/19 nachgelesen werden.

**Tiroler Weine
Erebernbranntwein
Wein-Essig**
Johann Kelderer, Bozen

Pattis & Rottensteiner
BOZEN, Silbergasse Nr. 7
Spezialität: Wermouthwein, Pagliotti.

**Kaufe waggonweise
altes Eisen, Hadern und
Knochen, leere Wein-
flaschen zum höchsten
Tagespreis Franz Rybá,
Untermaia.** 049

Fr. Kuppelwieser
St. Magdalena-Hörtenberg,
Bozen.
Fass- und Flaschen-
weine.
Spezialität: St. Magdalenas
Tränen. 008

Ungefähr
25000 neue Flaschenkorke
33 mm lang, 23 mm Durchmesser, sind abzugeben. Ange-
bote unter F. P. Nr. 902 an die Geschäftsstelle d. Bl.

J. Hamberger, Bozen (Zoll-
stange)
Tiroler Weine
in alle Preislagen.
Brantweinbrennerei.

Vonbun & Ebner, Bozen
Kellerei für naturreine Deutsch-
tiroler Weine in allen Sorten u. Preislagen.
Brantweinbrennerei. 008

Für Wiederverkäufer
billigste Bezugsquelle von
**Fass-Weinen,
Schnäpsen,
Punsche,
Rum,
Karl Kröss, Merano**
Vintschgauerter.

Ein kluger Geschäftsmann

liest auch den Anzeigenteil, denn durch Zeitungsinsertate werden
sehr oft die wertvollsten Geschäfts-Verbindungen eingeleitet.