

Rheingauer Weinzeitung

Fachblatt für Weinbau, Weinhandel, Kellerwirtschaft und das gesamte Hotelwesen
für die Gebiete des Rheingaus, Mittelrheins, Rheinhessens, der Nahe und des Mains.

Zeitung für den „Verband Rheingauer Naturwein-Versteigerer“ und der eingetragenen Winzer-Vereinigungen.

Die „Rheingauer Weinzeitung“ erscheint am 1. u. 15. jeden Monats im Freiverband an die Interessenten. Auch kann die „Rheingauer Weinzeitung“ durch Kreuzbandbezug fest bestellt werden und beträgt der Bezugspreis in diesem Falle 75 Pfg. pro Vierteljahr. **Anzeigen:** die 9-gespaltene 24 Millimeter breite Millimeterzeile 6 Pfg. „Arbeitsmarkt“ und gewerbliche Anzeigen derselben Zeilenbreite 2 Pfg. Schriftleiter und Herausgeber: **Otto Etienne, Destrach im Rheingau.**

Postkassentonto: Frankfurt a. M. Nr. 8924.

Tel.-Adr.: Weinzeitung Destrach. Fernsprecher Nr. 240. Expeditionen: Destrach i. Rhg., Marktstr. 9, Eltville i. Rhg., Gutenbergstr. 12, Wiesbaden, Rheinstr. 75. Für unverlangt eingesandte Manuskripte wird keine Gewähr übernommen. Einsendungen ohne Rückporto werden nicht zurückgeschickt.

Nr. 14.

Destrach, Eltville und Wiesbaden, 15. Juli 1935.

33. Jahrgang.

Rasche und gute Blüte. Mäßiges Bezugsgeschäft, stellenweise auch bessere Nachfrage für Konsumweine.

Die warme Witterung der letzten Junitage hatte das Wachstum der Reben so gefördert, daß die Blüte rasch verlief. Der Ansaß ist mit wenigen Ausnahmen, wie in Franken, recht gut, so daß man mit einer großen Ernte rechnen darf. Der Schädlingsbefall hielt sich trotz der lang anhaltenden Niederschläge in sehr kleinen Grenzen, so daß Ausfälle nicht zu verzeichnen sind. Auch der Mottenflug des Heuwurms wurde nirgends stark beobachtet. Etwaige Gefahr haben die intensiven Belämpfungsarbeiten der Winzer bereits gebannt. Auch die übrigen Arbeiten werden ordnungsgemäß erledigt.

Trotz der guten Aussichten hat sich das Geschäft stetig, wenn auch ruhig gehalten. Besonders in den südlichen Weinbaugebieten der Pfalz, Badens, Frankens und Württembergs, wo im allgemeinen die Bestände an Konsumwein stark gelichtet sind, hat die Nachfrage sich ein klein wenig gebessert, verstärkt durch die Zurückhaltung der Winzer, die sowohl aus Gründen der Arbeitsinanspruchnahme, wie aber auch wegen der bisher noch unklaren Ernteaussichten, stellenweise eine abwartende Haltung einnehmen.

In der Pfalz ist allerdings für Weißwein die Nachfrage ruhig, dagegen für Rotwein ziemlich lebhaft, so daß die Preise dort ihren Stand mit etwa Mk. 50 und höher halten als im vergangenen Vierteljahr. Im Durchschnitt stellt sich das Stück Rotwein auf Mk. 400—450. An der Mittelhaardt war ein gutes Interesse für Konsum- und bessere Weine festzustellen, was im wesentlichen wohl auf den beginnenden Fremdenverkehr zurückzuführen ist.

Im Rheingau bleibt das Geschäft nach wie vor sehr still. Der Ansaß der Trauben wird als besonders gut angesehen und gibt Grund zu den höchsten Erwartungen. Für das große Angebot kleiner und mittlerer Konsumweine hat der Handel unter diesen Umständen weiter keine große Kaufneigung, dagegen wurden bessere Sachen lebhaft gefragt.

In Rheinhessen wurden mittlere Konsumweine stetig gefragt. In den ausgesprochenen Qualitätsorten am Rhein kam es auch zu Aufkäufen von besseren Weinen. Dagegen lag hier Rotwein etwas stiller als in der benachbarten Pfalz, immerhin aber auch hier preislich höher.

An der Nahe ist die Lage wenig verändert; jedoch haben die dort eingetretenen Frostschäden hin und wieder Preisbesserungen ausgelöst. Von einer wesentlichen Abnahme der Vorräte ist jedoch noch nichts zu verspüren.

Am Mittelrhein kamen größere Abschlüsse auf der Basis von Mk. 420—520 je 1000 Liter 1934er für die Sektindustrie zustande, die jedoch eine grundsätzliche Abnahme der reichlichen Vorräte noch nicht herbeiführen konnten.

An der Mosel, wo bei den Reben in diesem Jahre der Ansaß schwächer ist als bei der Reisernte des Vorjahres, hat sich das Geschäft

wieder etwas lebhafter entwickelt, im wesentlichen bedingt durch den Fremdenverkehr, während der Konsum des Eingekessenen sich z. Bt. etwas mehr auch leichteren Getränken zuwendet. Nach dem raschen Verkauf der letzten Ernte üben dort die Winzer z. Bt. eine größere Zurückhaltung. Die Preise liegen zwischen Mk. 750—1000 je Fuder (960 Liter).

Aus den badischen Weinbaugebieten meldet man allenthalben einen günstigen Ansaß. Die Vorräte sind bekanntlich sehr zusammengegangen, das Hauptgeschäft ist vorbei, jedoch werden laufend Konsumweine etwa in der Preislage von Mk. 36—70 je Hektoliter bezogen.

In Württemberg hat sich das laufende Bezugsgeschäft, das besonders vom Wirtsgewerbe getätigt wird, gehalten und der Preisbesserung eine Stütze gegeben.

In den fränkischen Weinbaugebieten ist der Stand der Reben nicht so günstig wie 1934, so daß der Weinmarkt, der nach der knappen Ernte von 1934 sich sehr fest eröffnete, auch weiterhin stetig bleibt und aufsteigende Preistendenz bei den kleinen Beständen zeigt.

Im Weinhandelsgebiet ist die Stimmung z. Bt. saisongemäß ruhig. Allerdings scheint in diesem Jahre die Haltung besonders abwartend zu sein, da die Anforderungen des nord- und mitteldeutschen Verbraucherhandels sehr klein sind. Infolgedessen beschränkt sich das Geschäft im wesentlichen auf die Lieferungen an die Gaststätten in den Fremdenverkehrsgebieten, sofern dort nicht das im Sommer bevorzugte Bier oder alkoholärmere Getränke an die Stelle von Wein treten. Im Außenhandel ist eine Aenderung nicht eingetreten.

(Marktberichtstelle beim Reichsnährstand.)

Der deutsche Wein marschiert nach dem Osten.

In der Zeit vom 18.—22. August ds. Jrs. findet in Königsberg die 23. Ostmesse statt. Auf dieser Messe wird — nicht zuletzt auf Anregung von Herrn R. Dinges-Mainz — neben einer großen allgemeinen Ausstellung des Reichsnährstandes auch eine Weinwerbung durchgeführt werden, die die jüngst auf der Hamburger Reichsnährstandsausstellung gemachten Erfahrungen verwertet wird. Gleichzeitig wird diese Ausstellung erwünschte Gelegenheit geben, für die Durchführung des Deutschen Weinfestes, das für Mitte Oktober ds. Jrs. geplant ist, die vorhandenen technischen und werberischen Erfahrungen auf ihre spezielle Zuverlässigkeit und Durchführbarkeit hin zu prüfen. Weinausstellungen haben nun einmal ihre besonderen Schwierigkeiten. Diese Schwierigkeiten werden vor allem durch die große Verschiedenheit der örtlichen Gewohnheiten innerhalb unseres Vaterlandes verursacht. Es ist ein völlig verschiedenes Ding, ob eine Weinausstellung in Mainz, Hamburg oder Königsberg gemacht werden muß. Wenn die Werbung nicht ins Blaue gehen soll, was jeweils eine Verschwendung von Arbeitskraft und Geld bedeutet,

dann hat sie zunächst die Grundlagen für die Absatzmöglichkeiten an Ort und Stelle zu prüfen; Marktanalyse ist die unabdingbare Voraussetzung für den richtigen Ansaß jeder Weinwerbung. Neben diesem allgemeinen Grundsatz spielt ein zweiter eine entscheidende Rolle. Dieser zweite Grundsatz stellt fest, daß Wein kein Erzeugnis ist, für das lediglich durch Anschauung gewonnen werden kann. Insofern ist Wein überhaupt keine ausstellungsfähige Ware. Die Beschreibung von Ausstellungen durch die Gemeinschaftswerbung kann nur dann einen praktischen Sinn haben, wenn gleichzeitig dem Publikum die Möglichkeit gegeben wird, Weine sämtlicher deutscher Weinbaugebiete nebeneinander zu verkosten. Dabei ist es insbesondere in denjenigen Städten, die weiter entfernt von den Erzeugungsgebieten liegen, wichtig, daß diese Möglichkeit auf billige und einfache Weise geboten wird. Deswegen wird auch in Königsberg der Schoppenwein ebenso wie auf der Reichsnährstandsausstellung in Hamburg in den Vordergrund gerückt werden, da nur dadurch die Gewähr gegeben ist, den Kennspruch „Deutscher Wein ist Volksgetränk“ auch in diesen Gebieten nach vielen Jahren der Aufklärung und Propaganda wahrzumachen. In Gegenden, in denen bei der breiten Masse der Bevölkerung überhaupt keine Verbindung zum deutschen Wein besteht, ist es sinnlos, auf Kosten anderer Werbemöglichkeiten diffizile Vergleiche zwischen unseren feineren Flaschenweinen zu bieten. Die auf der Hamburger Reichsnährstandsausstellung ausgegebenen rund 30.000 Schoppen sind in der überwiegenden Zahl von bauerlichen Besuchern aus der Nordmark getrunken worden. Die vorher durch Rundfunk und Presse ausgegebene Parole, daß der Weinbauer der Westmark sein Erzeugnis dem Ackerbauern der Nordmark zu Genuß und Freude darreiche, hat offenbar eine durchschlagende Wirkung erzielt. Daß der Weißweinabsatz den Absatz von Rotwein in einem unerwarteten Maße überstieg, dürfte im besonderen auf die während der Dauer der Ausstellung herrschende große Hitze zurückzuführen sein. Aus dieser Tatsache muß ferner der für die Ostmesse wichtige Schluß gezogen werden, daß die Propaganda für den deutschen Rotwein noch sehr erhebliche Schwierigkeiten zu überwinden haben wird, bevor sie an der nördlichen Wasserfront zu durchgreifenden praktischen Erfolgen wird kommen können. Die alte Erfahrung hat hier wieder einmal bestätigt, daß kaum etwas so konservativ ist, wie die Gewöhnung der Menschen an bestimmte Genußmittel. Es wäre nun falsch, hieraus den Schluß zu ziehen, daß die Rotweinwerbung überhaupt auf keinen Erfolg rechnen dürfe und demnach abzugeben sei. Das Gegenteil ist richtig; nur wird die Eroberung der norddeutschen Märkte sehr viel mehr Tätigkeit und finanzielle Mittel beanspruchen. Nichtsdestoweniger wird auch der deutsche Rotwein auf der Königsberger Ostmesse eine erhebliche Rolle zu spielen haben. Beabsichtigt ist, als Nebenveranstaltung neben der Weinkost

halle vor Fachleuten — und ein anderes Mal vor geladenen Gästen — eine verdeckte Vergleichsprobe zwischen französischen und deutschen Rotweinen durchzuführen, worüber die Verhandlungen aber noch nicht abgeschlossen sind. Derartige Vergleichsproben haben sich besonders in Norddeutschland immer wieder als sehr wirkungsvoll erwiesen, da sie zur Beilegung aller Anwesenden manchmal gerade die Verfechter des französischen Rotsporns aufs Trockene gesetzt haben! Der praktische Vergleich ist stets eine der besten Werbemethoden gewesen.

Der Ausschank von Flaschenweinen wird aus den oben bereits genannten Gründen in sehr bescheidenen Grenzen gehalten werden. Es ist wirtschaftlicher Unsinn und führt zu geradezu gefährlichen Folgen, wenn die einzelnen Weinbaugebiete sich bei der Verbraucherschaft gegenseitig den Rang abzulaufen versuchen. Der Zwang zur Berücksichtigung aller Gebiete ist ohne Zweifel ein Hemmnis. Die Zahl der Weinsorten wird dadurch erheblich vergrößert, ohne immer praktisch den gewünschten Effekt zu geben. Bei den Weinkosthallen des Reichsnährstandes kommt es ja aber nicht darauf an, einen Profit zu erzielen, sondern eine praktische Werbung darzubieten, die eine Repräsentation sämtlicher Weinbaugebiete darstellt. Aus den gleichen Gründen wie in Hamburg wird auch in Königsberg davon abgesehen, neben dem Ausschank der offenen Schoppenweine auch noch Flaschenweine glasweise anzubieten. Die Lagerungs- und Kühlungsverhältnisse sind auf allen Ausstellungen — wie insbesondere auch früher schon die DVG-Ausstellungen immer wieder bewiesen haben — nur selten voll befriedigend. Außerdem läßt es sich nicht verhindern, daß Flaschen im Anbruch stehen bleiben müssen, weil an einem Tage zufällig von einer Sorte nur ein oder zwei Glas verlangt worden sind. Je größer die Zahl der zugelassenen Flaschenweine wird, umso mehr steigt die Zahl derjenigen Flaschen, die im Anbruch gehalten werden müssen. Die Gefahr, daß die Weine verderben, ist zu groß, als daß eine Werbeveranstaltung ein derartiges Risiko übernehmen dürfte. Selbst wenn die Weine nur Lustgeschmack annehmen sollten, ist häufig von ihrer Frische und ihrem Reiz etwas dahin. Zur Werbung kann aber grundsätzlich nur Ware in allerbesten Qualität verwendet werden, da sonst die Werbeerfolge der Ausstellungen leicht in Frage gestellt werden. Bei einer Weinausstellung im Erzeugungsgebiet gelten naturgemäß ganz andere Grundsätze. Hier ist es überflüssig, Schoppenweine auszuschenken, da jedermann ihn überall preiswert erhalten kann. Hier wird das Augenmerk vor allen Dingen den Qualitätsflaschenweinen zugewandt sein, ebenso wie das auch auf allen übrigen Veranstaltungen geschieht, die nicht betont volkstümlichen Charakter tragen.

Auf der Deutschen Ostmesse wird es erfreulicherweise möglich sein, auch eine kulturhistorische Schau mit der Weinkosthalle zu verbinden, eine Propagandamöglichkeit, die bei der II. Reichsnährstandsausstellung in Hamburg nicht gegeben war, weil die baulichen Grundlinien absolut festlagen. Neben den von früheren Ausstellungen her bekannten Tafeln: „Das Arbeitsjahr des Winzers“ und den Tafeln der Weinbaugebiete wird zu dieser Ausstellung auch wieder neues Material hergestellt, daß sich bereits in Arbeit befindet. Es ist gelungen, eine dem Charakter unseres deutschen Weines entsprechende Form für die Darreichung des sonst langweiligen statistischen Materials zu finden. Mit Hilfe dieser bunten Bilder wird der Weinverbrauch in Deutschland gezeigt, dazu auf weiteren Tafeln vergleichsweise der Weinverbrauch in Deutschland und den übrigen europäischen Ländern, sowie die deutsche Weinausfuhr nach allen Teilen der Welt. Die Einteilung dieser Tafeln entspricht dem vom Werberat der deutschen Wirtschaft vertretenen Grundsatz, daß die Werbung positiv sein müsse und sich der Angriffe auf Dritte zu enthalten habe.

Es wäre zu wünschen, daß auch in Königsberg eine Fachprobe den Gastwirte-Amtswaltern der Provinz vorgeführt werden könnte. Die werbetechnische Durchführung, sowie der Einkauf der Weine für die Kosthalle unterliegt der Aufsicht des Gebietsbeauftragten für die Regelung des Abfages von Weinbauerzeugnissen in Ostpreußen. Es dürfen an Schoppenweinen nur 1934er Weine eingekauft werden, die durch einen Treuhänder der ortsansässigen Handelsfirmen bezogen und ohne Gewinn kalkuliert werden müssen. Die Ausschankpreise sind so bemessen, daß jeder Gastwirt bei normaler Kalkulation in dieselben Preise eintreten kann. Die sich aus dieser Berechnungsmethode ergebenden Uberschüsse sollen dazu verwandt werden, dem Erzeuger einen besseren Preis für seine Erzeugnisse zukommen zu lassen. Diese werbetechnische Durchführung ist neu und wird hier versuchsweise zum ersten Male durchgeführt. Ihre Anwendbarkeit auch in der Zukunft hängt davon ab, ob der Handel bereit ist, die Gemeinschaftsarbeit für den deutschen Wein in der von ihm verlangten Weise zu unterstützen. Als Gegenleistung für eine zu übernehmende Ausfallgarantie wird den sich hieran beteiligenden Firmen die Abfällung der Weine zu einem festen Satz übertragen. Die ausgewählten Proben müssen genehmigt und die Vereinbarungen mit den Erzeugern bestätigt werden.

Hiernach ist ein Weg gefunden, der Gelegenheit gibt, daß wirklich die einzelnen Teile des Weinfaches über theoretische Erwägungen hinaus zu einer gemeinsamen Sache zusammenstehen können, einer Sache, die jedem seinen Teil Arbeit, aber auch seinen Anteil am Erfolg sichern wird. Die zum Ausschank gelangenden Weine werden nach Namen, Erzeuger und Einstandspreis sämtlichen Weinfachfirmen der Landesbauernschaft Ostpreußen mitgeteilt werden, sodas in propagandistischer Nachwirkung zur Deutschen Ostmesse jeder Weinhändler der Provinz in die Lage versetzt wird, die in der Weinkosthalle gereichten Werbeweine anzubieten, wenn sie von seinen Kunden verlangt werden.

Diese Auswertung ist für den dauernden Absatz deutscher Weine von entscheidender Wichtigkeit. Es ist ja nicht damit getan, durch derartige Ausstellungen einmal eine Menge Wein „wegtrinken“ zu lassen, sondern der Wert liegt erst in der nachhaltigen Wirkung. Welches Plakat auf der Ostmesse herausgegeben wird, ist zur Zeit noch nicht entschieden.

Betrachtet man alle diese Maßnahmen auf ihre grundsätzliche Richtung und ihre praktische Durchführbarkeit, so wird man zugeben müssen, daß hier auf einer Werbellaviatur gespielt wird, die Erfolge hervorzubringen vermag. Diese Erfolge werden zu erringen sein, wenn das gesamte deutsche Weinfach in einmütiger Geschlossenheit hinter solchem Werbewillen steht und nicht mit Unverständnis und kleinlicher Kritik Maßnahmen abzuschwächen versucht, die nachweisbar Erfolge bereits erzielt haben. Manche Werbemaßnahmen müssen erst ausprobiert werden, ja der wirkliche Werbepraktiker wird aus dem Zustand des Probierens deshalb nie herauskommen, weil er ständig nach neuen Wegen suchen muß, denn für die Werbung gibt es nichts Tötenderes als das „Althergebrachte“. Außerdem kann nur der etwas falsch machen, der überhaupt etwas tut. Es wird bei der Werbung kein Gebiet und keine Qualitätsgattung ausgelassen. Wann und wie für dieses oder jenes Weinbaugebiet geworben wird, darf man vertrauensvoll denen überlassen, die den Überblick über das gesamte deutsche Weinfach haben.



Berichte



Rheingau

+ **Rüdesheim**, 14. Juli. Die Blüte ist außergewöhnlich rasch vonstatten gegangen. In besseren Lagen sind die Beerchen bereits widen-

did. Heuwurm hat nur wenig geschadet. Die Nachfrage nach 1934er ist gering, dagegen sind 1933er begehrt. In letzter Zeit wurden auch einige Halbfüß älterer Jahrgänge verkauft. In einigen Winzertellern liegen auch Spitzennummern der Jahrgänge 1927, 1928 und 1930.

× **Borch**, 13. Juli. Die Blüte konnte sich bei dem denkbar besten Wetter in wenigen Tagen gut abwickeln. Die jungen Traubchen haben schön angefüllt. Stellenweise hat der Heuwurm Schaden angerichtet. Die zweite Bepflanzung hat bereits stattgefunden. Der Stod ist bis jetzt frei von Krankheiten. Das freihändige Geschäft ist unbedeutend.

△ **Gattenheim**, 13. Juli. Die staatlichen Reblaus-Untersuchungskolonnen haben auch hier ihre Arbeit wieder aufgenommen. Bereits am ersten Tage wurde im Distrikt Speich ein neuer Reblausherd festgestellt.

⊙ **Aus dem oberen Rheingau**, 13. Juli. Mit dem Aufheften des starken Buchses ist man beschäftigt. Wenn auch der Fruchtansatz nicht überall so reichlich ist, wie im vergangenen Jahre, so kann er doch im allgemeinen zufriedenstellen. In vielen Lagen konnte neuerdings ein heftiger Ausbruch der Peronospora festgestellt werden.

Rheinhessen

+ **Aus Rheinhessen**, 13. Juli. Die tropische Hitze der letzten Woche hat die Reben rasch zum Blühen gebracht. Die Blüte konnte dadurch einen schnellen Verlauf nehmen. Durch Gewitterregen ist allerdings die Peronospora — die bisher kaum aufgetreten war — nunmehr sehr häufig anzutreffen. Besonders stark befallen sind die Weinberge, deren Besitzer eine zweite Bepflanzung bisher für unnötig hielten. Das Ausbrechen der wilden Triebe sowie das Anheften muß vorgenommen werden. — Im Weinhandel ist die saisonbedingte Ruhe eingetreten. Kleine Partien wechselten zu Mt. 550 die Besitzer. — Eine größere Reblausverseuchung wurde in Pfaffen-Schwabenheim in der Lage „Siebenmorgen“ festgestellt.

Rheinpfalz

△ **Aus der Rheinpfalz**, 13. Juli. In unglaublich kurzer Zeit wurde in diesem Jahr die Blüte erledigt. Die frühen Sorten zeigen bereits Beerchen. Die Peronospora tritt ziemlich stark auf. Im Geschäft zeigt sich keine wesentliche Änderung.

Mosel

* **Von der Mosel**, 13. Juli. Durch die unerwartete heiße Witterung konnte die Blüte schnell und günstig verlaufen. Fruchtansätze sind genügend vorhanden, sodas die Ausflüchten nicht ungünstig sind. In den guten Lagen erreichen die jungen Beeren teilweise fast Erbsengröße. Bei der feuchtwarmen Witterung wird das Wachstum stark angeregt und das Laub zeigt einen üppigen Wuchs. Die Nachblütebepflanzung hat inzwischen eingesetzt, zumal sich Peronospora eingestellt hat. Auf dem Weinmarkt war die Nachfrage in letzter Zeit gering, wird sich aber wohl nach Beendigung der Traubenblüte wieder bessern. In der Preislage hat sich nichts geändert.



Verschiedenes



△ **Geisenheim**, 13. Juli. Der Reichs- und Preussische Minister für Ernährung und Landwirtschaft hat zu Mitgliedern des neugebildeten Kuratoriums der Versuchs- und Forschungsanstalt für Wein-, Obst- und Gartenbau in Geisenheim bis zum 31. März 1938 berufen die Herren: Ministerialrat H. A. Meyer-Berlin (Vorsitzender), Regierungsdirektor Kreuzberg-Wiesbaden (stellv. Vorsitzender), Gartenarchitekt W. Hirsch-Wiesbaden, Baumschulenbesitzer Otto Schmitz-Habsch, Merten, Kreis Bonn, Gärtnereibesitzer August Trutz-Frankfurt a. M., Oberamtmann J. Werner-Rüdesheim a. Rh., Dr. Leimbrock-Mülheim an der Mosel, Oberlandwirtschaftsrat a. D. Prof. Dr. W. Ebert, Berlin.

Lichtenrade und Diplomlandwirt Robert Dünge s Marienborn bei Mainz. Ferner wurde in Anbetracht seiner besonderen Verdienste um die Anstalt Prof. Dr. G. Lüfner, Geisenheim, widerruflich zum Ehrenmitglied ernannt.

□ **Eltville, 13. Juli.** Die „Köln-Düsseldorfer Rheindampfschiffahrt“ fährt in der Zeit vom 8. Juli bis 31. August 1935 wieder wie alljährlich die billigen Ferienfahrten aus. Abfahrt ab Eltville an jedem Wertag 9,20 Uhr bis Koblenz und zurück. Für die Rückfahrt ab Koblenz oder einer der vorherigen Stationen, kann jeder Personendampfer benutzt werden, Schnelldampfer gegen Zuschlag. Die Fahrpreise sind bedeutend verbilligt und betragen z. B. von Eltville nach

Rüdesheim/Bingen	und zurück nur Mt.	— 80
Altmannshausen	" " " "	1.—
Niederheimbach/Vorch	" " " "	1.30
Bacharach	" " " "	1.40
St. Goar/St. Goarshaus.	" " " "	2.10
Camp/Boppard	" " " "	2.60
Koblenz	" " " "	3.40

Kinder unter 4 Jahre sind frei. Kinder im Alter von 4—10 Jahre zahlen die Hälfte. Familienermäßigung wird auch in diesen Fahrten gewährt.

⊕ **Neudorf, 13. Juli.** (Martinstal). Daß unser alter Weinort seinen bis zum 14. Jahrhundert geführten Namen „Martinstal“ wieder führen kann, scheint nun bald Wirklichkeit werden zu sollen. Dem diesbezüglichen Antrag der Gemeinde ist die Regierung durch Rückfragen näher getreten, so daß anzunehmen ist, daß der Wunsch der Bürger, den mittelalterlichen Namen wieder zu tragen, schon im Interesse der hier wachsenden guten Rheingauer Lagen demnächst in Erfüllung gehen wird.

× **Rhodi, 13. Juli.** Am 26. Juni hat der zuständige Bezirksfachverständige in der Gemarkung Rhodi in der „Röther Gewanne“ einen neuen Rebblausherd von etwa 60 verseuchten Rebstöcken aufgefunden. Es handelt sich um einen 1 Morgen großen zehnjährigen Weinberg, der in seinem ganzen Umfange der Vernichtung anheimfallen muß. Der heiße Sommer des Jahres 1934 hat die Entwicklung der Rebblaus stark gefördert und es muß mit weiteren Überraschungen im Oberländer Seuchengebiet gerechnet werden. — Am 2. Juli 1935 wurde in der Gemarkung Benher in der bisher unverseuchten Lage „Im Hedmann“ ein neuer Rebblausherd aufgedeckt. Es ist dies der siebente Rebblausherd der Gemarkung. Es muß auch in Benher mit weiteren Herden gerechnet werden.

Ⓐ **Hamburg, 13. Juli.** Wir weisen alle exportinteressierten Kreise auf die in Hamburg bestehende Organisation der „Hanseatischen Beratungskstelle für Ausfuhrfragen u. Kompensation“ — Hamburg, Hafenhaus, hin. Diese Organisation verdient besonders deshalb eine größere Beachtung, weil die Mitarbeiter derselben fast ausschließlich aus der Praxis des deutschen Ex- und Importhandels hervorgegangen sind, über langjährige Auslandserfahrungen und gründliche Warenkenntnisse verfügen und infolgedessen wirklich praktische Ratschläge und Anregungen zu geben in der Lage sind. Diese Organisation besitzt ein einzigartiges, in längjähriger Arbeit zusammengestelltes sehr umfangreiches Archiv.

* **Werbung für den Wein im Gebiet der Landesbauernschaft Hessen-Nassau.** In den Weinbaugebieten der Landesbauernschaft Hessen-Nassau liegen noch große Mengen der 1934er Weinernte unverkauft in den Kellern der Winzer. Wenn keine Naturkatastrophen mehr eintreten, kann erfreulicherweise damit gerechnet werden, daß auch die 1935er Ernte ein gutes Ergebnis bringen wird. Darum muß durch lebhafteste Werbung dafür gesorgt werden, daß die vorhandenen Weinbestände rascher dem Verbrauch zugeführt werden. Darüber hinaus ist es notwendig, ganz allgemein mehr als bisher für die guten und in ihrer Art vielgestaltigen Weine der Landesbauernschaft Hessen-Nassau zu werben, wenn

sie den Gewächsen anderer Weinbaugebiete gegenüber nicht ins Hintertreffen geraten sollen. Aus dieser Erkenntnis heraus hat im Regierungsgebäude in Darmstadt unter dem Vorsitz von Landesbauernführer Dr. Wagner eine Besprechung zwischen staatlichen und kommunalen Behördenvertretern und Vertretern des Weinbaues, des Weinhandels und der Weinkommissionäre über die künftige Gestaltung der Weinwerbung stattgefunden. Es wurde bei dem Gebietsbeauftragten für Regelung des Absatzes von Weinbauerzeugnissen ein Wein-Werbebeirat gebildet, der sich aus vier Vertretern des Weinbaues, vier des Weinhandels und einem Vertreter des Kommissionärstandes zusammensetzt. Dieser Ausschuß nimmt sofort seine Tätigkeit auf. Seine erste Aufgabe steht er darin, den Wein der Weinbaugebiete der Landesbauernschaft Hessen-Nassau auf der großen Ausstellung „Rhein-Mainische Wirtschaft“ im August dieses Jahres in Frankfurt a. M. zur Geltung zu bringen und in großzügiger Weise für ihn zu werben.

△ **Die Eingliederung des Weinhandels in den Reichsnährstand.** Auf einer Tagung in Trier, die sich mit der Eingliederung des gesamten Weinhandels und der Weinkommissionäre in den Reichsnährstand und mit der Weiterentwicklung der Weinmarktregelung befaßte, erläuterte der Gebietsbeauftragte für Mosel, Saar und Ruwer, Dr. Leimbach, in grundlegenden Ausführungen die Bedeutung der Zusammenlegung der beiden Hauptabteilungen III und IV innerhalb des Reichsnährstandes für die Belange des Weinhandels und der Weinkommissionäre. Diese Neueinrichtung habe die Ungewißheit, die bisher die Eingliederung des Weinhandels in die berufsständische Ordnung umgab, beseitigt, und nunmehr werde die praktische Aufbauarbeit sofort in Angriff genommen werden. Sie soll die Schäden des liberalistischen Systems im Weinhandel endgültig beseitigen und eine straffe Zusammenfassung aller am Absatz des deutschen Weines beteiligten Handelskreise in die Wege leiten und verwirklichen. Dadurch ist, wie in der Aussprache anerkannt wurde, die Frage der Betreuung und Vertretung des Weinhandelsstandes im Rahmen des Reichsnährstandes nunmehr gelöst. Zur besonderen Vertretung der Interessen des Weinhandels wird beim Gebiets- und Reichsbeauftragten für die Regelung des Absatzes von Weinbauerzeugnissen ein Beirat gebildet, der sich aus zwei Vertretern des Weinhandels, einem Vertreter der Winzergenossenschaften und einem Vertreter der Winzerschaft zusammensetzen wird.

Ⓢ **Zahlung der Gebühren bei Weinverkäufen.** Nach den Durchführungsbestimmungen zur Anordnung Nr. 2 vom 10. 4. 1935 des Reichsbeauftragten hat der Aussteller des Schlußcheines die Gebühren zu zahlen und zu überweisen. Zur Behebung von aufgetauchten Zweifeln wird durch den Reichsbeauftragten für die Regelung des Absatzes von Weinbauerzeugnissen ausdrücklich darauf hingewiesen, daß der Aussteller nicht nur in formeller, sondern auch in materieller Hinsicht der zur Zahlung Verpflichtete ist. Eine Rückwälzung der Gebühren auf den Erzeuger ist nicht statthaft.

* **Deutsche Winzerbedingungen von 1935.** (Geordneter Geschäftsverkehr zwischen Erzeuger und Verteiler gesichert.) In Fortführung der Maßnahme auf dem Gebiete der Ordnung der Weinmarktverhältnisse sind durch den Reichsbeauftragten für die Regelung des Absatzes von Weinbauerzeugnissen die „deutschen Winzerbedingungen von 1935“ festgesetzt worden, die den Kauf von Faßwein beim Erzeuger regeln. Der Reichsbeauftragte empfiehlt den am Weinverkehr beteiligten Gruppen, in Zukunft Kaufverträge über Faßwein auf der Grundlage dieser Bestimmungen abzuschließen. Mit dieser Maßnahme ist die bestehende Uneinheitlichkeit der Liefer- und Zahlungsbedingungen beim Übergang des Weines vom Keller des Erzeugers auf den Verteiler beseitigt und eine sichere Grundlage für einen geordneten

Geschäftsverkehr zwischen Erzeuger und Verteiler zum Nutzen beider Gruppen geschaffen.

ⓧ **Der Reichsnährstand ist eine „Politische Körperschaft“.** Der im Strafrecht vorgesehene Ehrenschutz steht u. a. vor, daß die Beleidigung gegen eine politische Körperschaft von Staats wegen zu verfolgen ist, wenn die Körperschaft hierzu ihre Ermächtigung erteilt. Nach einer in der Juristischen Wochenschrift 1935 Seite 1696 veröffentlichten Entscheidung des Reichsgerichts ist der Reichsnährstand als politische Körperschaft im Sinne dieser Bestimmung anzusehen. Beleidigungen gegen den Reichsnährstand sind daher von Amts wegen nach Ermächtigung durch den Reichsnährstand zu verfolgen.

* **Rhein-Mainischer Weinhandel im Mai.** Nach dem Bericht des Rhein-Mainischen Industrie- und Handelstages war die geschäftliche Lage im Weinhandel im Mai im allgemeinen ungünstig. Der Grund hierfür dürfte in den stattgefundenen zahlreichen Weinversteigerungen zu suchen sein. Das Exportgeschäft ist zufriedenstellend. Aus Frankfurt a. M. selbst hören wir von einer günstigen Geschäftslage des Weinhandels. In der Schaumweinindustrie sind Veränderungen in der geschäftlichen Lage nicht zu verzeichnen. Auch in der Weinbrandindustrie ist die Lage gegenüber dem Vormonat April unverändert.

Gerichtliches.

ⓧ **Mainz, 13. Juli.** Nach polizeiamtlicher Mitteilung ist es der Mainzer Polizei gelungen, in den letzten Tagen eine Weinfälscherbande zu überführen. Die in Mainz wohnhaften Täter haben in den Jahren 1933 und 1934 in einer stillliegenden Fabrik in Arheilgen bei Darmstadt größere Mengen Wein künstlich hergestellt und in Verkehr gebracht.

Weinrichtpreise. Ein grundsätzliches Urteil.

In den letzten Tagen hatte sich das Landgericht Landau mit der Frage der Richtpreise für Weine zu befassen. Ein Winzer hatte einem Weinhändler im Herbst Rotmosi zum damaligen Richtpreis von 10,50 Mt. verkauft. Als dann mit Rücksicht auf die reiche Ernte und die Marktlage der Richtpreis für Rotmosi um 2 Mt. herabgesetzt wurde, erklärte der Winzer, diese Herabsetzung ginge ihn nichts an und klagte den Weinhändler auf Zahlung des ursprünglichen Richtpreises. Die Klage wurde nunmehr vom Landgericht Landau abgewiesen und damit anerkannt, daß die Richtpreise die Grundlage des Verkaufsabschlusses bildeten. Diese Entscheidung hat grundsätzliche Bedeutung für das gesamte Weinbaugebiet.

Ausland.

+ **Bulgarien.** Aufhebung des Alkoholmonopols. Wie nach der Antrittserklärung der neuen bulgarischen Regierung nicht anders zu erwarten war, hat ein Ministerrat in Sofia nunmehr den Beschluß gefaßt, von dem im Vorjahre beschlossenen Monopolsystem abzugehen. Das bereits in Kraft gesetzte Alkohol-Monopol wurde sogleich aufgehoben.

+ **Vereinigte Staaten von Nordamerika.** (Neuartige, nur einmal verwendbare Flaschen.) Das Verbot, Altkaschen ein zweitesmal zu verwenden, durch das Schwindel und Schmuggel verhindert werden soll, hat viele Flaschenfabrikanten zu Versuchen veranlaßt, Flaschen zu erzeugen, die eine zweimalige Verwendung unmöglich machen. Der Dale & Towne Manufacturing Company ist es nun gelungen, einige Flaschentypen mit langem Hals zu erzeugen, deren Verschluß nur mit einem besonderen Schlüssel zu öffnen ist, bei welchem Vorgang sich der Flaschenhals ablöst, so daß die Flasche kein zweitesmal mehr verwendet werden kann.

Wein-Versteigerungen.

× **Eltville, 2. Juli.** An dem heutigen Versteigerungstag der Vereinigung Riedlicher Weingutsbesitzer veranstaltete auch die Staatliche Weinbaudomäne in Eltville einen freihändigen Verkauf von 1934er Steinberger, Erbacher, Sattenheimer, Raunthaler, Eltviller und



In jede moderne Kelterei — eine Kleemann-Press!

Sie wird auf Grund jahrzehntelanger Erfahrungen auf dem Gebiet der Hydraulik gebaut.

Die Vorzüge der Kleemann-Press:

- grundsätzliche Konstruktion
- überaus kräftige Bauart
- absolute Betriebssicherheit

sind in Fachkreisen längst bekannt, daher auch die vielen Aufträge.

Verlangen auch Sie unser Angebot.

Kleemann's Vereinigte Fabriken, Stuttgart-Obertürkheim

Rüdesheimer Weinen zu den festgelegten Preisen von 880—600 M. Die Proben waren in der Domänenkellerei aufgestellt. Ein größerer Teil der angebotenen Weine konnte verkauft werden. Das gleichzeitige Zusammenreffen der beiden Angebote an einem Ort hat sich für beide Verkäufe nicht gerade günstig ausgewirkt. Letzten Endes ist es jedoch das wenig befriedigende Ergebnis der Versteigerung auf die derzeitige geringe Aufnahmefähigkeit des Weinmarktes infolge des dauernden, großen Angebotes zurückzuführen. Die außerordentlich günstig verlaufene Traubenblüte, der prächtige Stand der Weinberge mit ihrem reichen Fruchtansatz bekräftigt die Aussichten auf eine gute Weinernte, führt aber zu einer abwartenden Haltung auf dem Weinmarkt, die sich preisdrückend und umsatzhemmend auswirkt.

× **Eltsville, 2. Juli.** Heute fand hier die Naturweinversteigerung der Vereinigten Niederrhein Weingutsbesitzer statt. Diese nahm einen wenig befriedigenden Verlauf, denn von insgesamt 52 Nummern erhielten nur 12 Nummern Zuschlag. Nur für die wenigen Nummern 1933er bestand rege Nachfrage, weil von diesem Jahrgang das Angebot nicht mehr bedeutend ist. 15 Nummern 1934er gingen zurück ohne Gebot, 24 Halbstück und ein Viertelfstück hatten Gebote von 340—550 M. die 600 Liter. Bezahlt wurden für 9 Halbstück 1934er M. 370—510, durchschnittlich 402 M.; für zwei Halbstück 1933er M. 520 und 710, 1 Viertelfstück (Oberberg Auslese) M. 900. Die 1933er stammten aus dem Pfarrgut Niedrich.

× **Hochheim, 4. Juli.** Der Wingerverein Hochheim geg. 1900, hatte gestern seine dritte Weinversteigerung 1934er Naturweine anberaumt. Es kam jedoch nicht zum Ausgebot der vorgesehenen 34 Halbstück, da keine ernsthaften Interessenten von auswärts erschienen waren und die einheimischen Gastwirte ihren Bedarf bei früheren Hochheimer Versteigerungen reichlich gedeckt haben. Es kam ein freihändiger Abschluß von 5 Halbstück zustande, wobei die 600 Liter zwischen 360 und 520 M. erbrachten.

× **Neudorf, 4. Juli.** Der Neudorfer Wingerverein, der längere Zeit keine Versteigerung mehr abgehalten hatte, brachte heute in der Wingerhalle zum ersten Male wieder 52 Halbstück Neudorfer und Rauenthaler Weine zum Ausgebot. Der schwache Besuch zeigte schon bei Beginn der Versteigerung das geringe Kaufinteresse. Die vollständige Lustlosigkeit des Weinmarktes wird am besten gekennzeichnet durch die Tatsache, daß für 28 der ausgetretenen Nummern überhaupt kein Gebot abgegeben wurde. Verkauft wurden 12 Halbstück zu M. 350—480. Zuletzt wurde die Versteigerung abgebrochen und die letzten 10 Halbstück nicht mehr zum Ausgebot gebracht.

× **Lorchhausen, 8. Juli.** Der Lorchhäuser Wingerverein hatte heute seine zweite diesjährige Naturweinversteigerung anberaumt. Bei mangelndem Interesse ließ man die Versteigerung ausfallen und veranstaltete an deren Stelle einen freihändigen Verkauf. Es konnten dann 12 Halbstück abgesetzt werden, wobei M. 350 bis 400 bezahlt wurden.

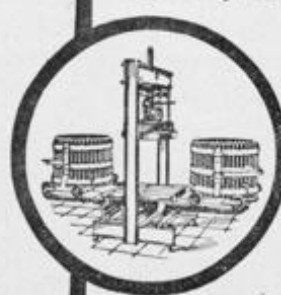
+ **Hallgarten, 10. Juli.** Heute fand hier die letzte der diesjährigen Rheingauer Frühjahrs-Weinversteigerungen statt. Der „Verein Vereinigte Weingutsbesitzer“ brachte 68 Halbstück 1934er Hallgartener Naturweine zum Ausgebot. Die Veranstaltung teilte das Los der übrigen Juli-Versteigerungen insofern, als der Besuch wenig gut und das Kaufinteresse nicht besonders lebhaft war. Trotzdem wurde etwa die Hälfte des Angebotes abgegeben. Die Preise bewegen sich zwischen M. 350 und 1200 per Halbstück.

Firmen- und Personal-Nachrichten.

× **Geisenheim, 14. Juli.** Prof. Dr. F. Stellwaag, Vorstand der Pflanzenpathologischen Versuchsanstalt Geisenheim, wurde „in Anerkennung seiner ausgezeichneten Arbeiten auf dem Gebiete der Erforschung von Obst- und Weinschädlingen und der Methoden ihrer Bekämpfung“ einstimmig zum Mitgliede der alterwürdigen Kaiserlich Leopold-Carolin-Deutschen Akademie der Naturforscher in Halle gewählt.

Schriftleitung: Otto Etienne, Destr. D. N. I. 34. 1450.
Druckerei und Verlag: Otto Etienne, Destr.

Eine Anlage, die sich rentiert



erhalten Keltereien durch Anschaffung der **Hollmann-Oberdruck-Press** mit zwei ausfahrbaren Körben und dem bahnbrechenden hydraul. Glycerin-Druckwerk in- und Ausland-Patente. Mehrausbeute bis zu 20%, spielend leichte Bedienung, restlose Saftausbeute, Zeit- und Arbeitsersparnis.

Verlangen Sie ausführliches Angebot und Referenzen - Nachweis auch über hydr. Spindel-Pressen, Pack-Pressen, Unterdruck-Pressen sowie Mostgeräte.

Hydr. Glycerin-Druckwerke passen auf Spindel- und Jochpressen aller Fabrikate.

Heinrich Hollmann & Co. AG Burgsolms (Lahn)



Inferieren bringt Gewinn!

MONTANER & CO., MAINZ

— GEGR. 1879 —
TELEGRAMM-ADRESSE:
MONTANER MAINZ
TELEFON: N. 41029

Fabriken in
Palamós und Palafrugell
Katalonien (Spanien)

KATALONISCHE Wein- und Champagner-KORKE
(EIGENER HERSTELLUNG)

Vertreter für den Rheingau: Richard Podelska, Winkel. Telefon Amt Oestrich Nr. 247

Unsere für den 5. Juli 1935 vorgesehene Wein-Versteigerung von

1934er Rauenthaler Naturweinen

findet erst am Montag, den 2. September 1935 statt, was wir Interessenten hiermit mitteilen. Die Probetage werden noch bekannt gegeben.

Vereinigte Weingutsbesitzer zu Rauenthal:
H. Albus, Vorsitzender.



So urteilt ein Kunde:

Mit den gelieferten Stützen bin ich sehr zufrieden; dieselben sind nicht nur sehr gut gearbeitet und sehr handlich, sondern es ist auch damit sehr leicht zu arbeiten und kann diese jedem Kollegen aufs beste empfehlen.

Weingut L. F. in D.

und so urteilen auch viele andere Stück nur Mk. 7.50. Auch Sie sind damit bestimmt zufrieden, bestellen Sie daher noch heute. Trichter von M. 6.50—8.50.

J. Scharrer, mech. Büttner, Schnaittach-I (Frank.).

Neue Wein-Zeitung
Wien, I.
Tegetthoffstrasse 7—9.

Das internationale, umfassend informierte Weinfachblatt. Erscheint 2 mal wöchentlich, während der Weinlese täglich. Probenummern kostenlos.

Flaschenseiden

Papier-Grossvertrieb Fritz Siegel, Mainz.

Wein-Flaschen

Literflaschen
liefert frei Haus

Flaschenhandlung
EUGEN KLEIN

Wiesbaden

Westendstrasse 15.

Telefon 25173

Direkt aus der Tuchstadt Gera:

Anzug-Mantel-Kostüm-**Stoffe**

blau, grau, schwarz u. farbig
reinwollene Massqualitäten
à mtr. RM 6.80, 8.80, 10.80, 12.80, 15.80

Wir liefern portio- u. verpackungsfrei!
Verlangen Sie unverbindliche Mustersendung

Geraer Textilfabrikation
G.m.b.H. Gera 0,23



Nehmen von heute
ab unsern

Wein

in Zapf und Laden zum
Besuche freundlichst ein

Weingut Gebr. Petry,
Rüdesheim, Neustraße 9.

Oenologisches Laboratorium
von Val. Söngen, Hallgarten.

Untersuchungen der Weine auf Alkohol, Extrakt, Zucker ges. Säuren, Essigsäure, schwefl. Säure etc., Bestimmung u. Lieferung der Salze zur Möslinger-Schönung etc., sowie Beratungen über jegliche Weinfrage billigst.

Robweinstein

(Fahweinstein)

kauft ständig und zahlt am besten
Karl Schwobthaler Emdingen-Kaiserstuhl.



Brüdermann
Frühjahr Firmen



darf im Hauptbuch
der Beitrag für die
Firmenmitgliedschaft
in der N. S. V. fehlen.