

## Inhaltsverzeichnis 03.03.2016

Lieferschein-Nr.: 9358314  
Abo-Nr.: 721003  
Themen-Nr.: 721.19  
Ausschnitte: 2  
Folgeseiten: 0  
Total Seitenzahl: 2

Andreas Keller Weininformation  
Andreas Keller  
Konkordiastrasse 12  
8032 Zürich

		<b>Auflage</b>	<b>Seite</b>
03.03.2016	Thurgauer Zeitung <i>Thurgauer Weinbauern mit hohem Werbeaufwand</i>	32'491	1
03.03.2016	Wiler Zeitung / Der Volksfreund Hinterthurgau <i>Thurgauer Weinbauern mit hohem Werbeaufwand</i>	1'409	2



Thurgauer Zeitung  
8501 Frauenfeld  
052/ 728 32 32  
www.thurgauerzeitung.ch

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 32'491  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 721.019  
Abo-Nr.: 721003  
Seite: 18  
Fläche: 15'785 mm<sup>2</sup>

## Thurgauer Weinbauern mit hohem Werbeaufwand

ROLAND MÜLLER

**HÜTTWILEN.** Der Branchenverband Thurgauer Weine (BTW) schloss 2015 bei einem Gesamtaufwand von 140'200 Franken mit einem Aufwandüberschuss von etwas mehr als 8'100 Franken ab. Präsident Othmar Lampert rechnete an der Hauptversammlung in Hüttwilen vor, wie das Defizit zu beseitigen wäre.

Im BTW sind 148 Weinbauern mit einer bewirtschafteten Rebfläche von 229 Hektaren (88,6%) organisiert. «Wenn wir die übrigen 33 Rebleute mit einer Fläche von knapp 30 Hektaren noch ins Boot holen könnten, würden uns beachtliche zusätzliche Mittel im Umfang von 14'000 bis 15'000 Franken für die Absatzförderung zur Verfügung stehen», sagte Lampert. Er kündigte an, dass aus Spargründen auf den Versand der Betriebshefts und der Pflanzenschutzrichtlinien verzichtet wird; sie werden nur noch per Mail verschickt.

### Neue AOC-Weisungen

Rebbaukommissär Markus Leumann legte die umfassend überarbeiteten AOC-Weisungen vor, welche die erste Fassung von 2008 per 1. Januar 2017 ersetzen

sollen. «Die wesentliche Änderung besteht darin, dass nicht mehr alle drei, sondern alle vier Jahre eine Analyse und sensorische Prüfung und Probeentnahme zu erfolgen hat», sagte Leumann. «Es ist auf das geltende Recht abgestimmt und die Analyse muss durch akkreditierte Stellen erfolgen, wobei die Auswahl des Probemusters vor Ort erfolgt.» Die kurze Diskussion zeigte, dass nicht alle mit den neuen Regeln glücklich sind. Dennoch wurde ihnen zugestimmt.

### Schwierigkeiten in Winterthur

«Das Winterthurer Pflaster ist für Marketingmassnahmen und Absatzförderung sehr schwierig», bilanzierte Markus Frei, Präsident der kantonalen Werbekommission seine letztjährigen Erfahrungen an der «Cucina e Tavola».

Hingegen war für ihn der Tag des offenen Weinkellers am 1. Mai mit 20 Thurgauer Betrieben wie auch die Teilnahme an den Pferdesporttagen in Frauenfeld ein Erfolg. Ein wertvoller Werbeträger für den Thurgauer Wein war zudem die Gourmetwanderung im Seebachtal mit 1'000 Teilnehmern.



Hinterthurgau

Wiler Zeitung / Der Volksfreund Hinterthurgau  
9500 Wil  
071 913 28 28  
[www.wilerzeitung.ch](http://www.wilerzeitung.ch)

Medienart: Print  
Medientyp: Tages- und Wochenpresse  
Auflage: 1'409  
Erscheinungsweise: 6x wöchentlich

Themen-Nr.: 721,019  
Abo-Nr.: 721003  
Seite: 18  
Fläche: 15'337 mm<sup>2</sup>

## Thurgauer Weinbauern mit hohem Werbeaufwand

ROLAND MÜLLER

**HÜTTWILEN.** Der Branchenverband Thurgauer Weine (BTW) schloss 2015 bei einem Gesamtaufwand von 140'200 Franken mit einem Aufwandüberschuss von etwas mehr als 8'100 Franken ab. Präsident Othmar Lampert rechnete an der Hauptversammlung in Hüttwilen vor, wie das Defizit zu beseitigen wäre.

Im BTW sind 148 Weinbauern mit einer bewirtschafteten Rebfläche von 229 Hektaren (88,6%) organisiert. «Wenn wir die übrigen 33 Rebleute mit einer Fläche von knapp 30 Hektaren noch ins Boot holen könnten, würden uns beachtliche zusätzliche Mittel im Umfang von 14'000 bis 15'000 Franken für die Absatzförderung zur Verfügung stehen», sagte Lampert. Er kündigte an, dass aus Spargründen auf den Versand der Betriebshefts und der Pflanzenschutzrichtlinien verzichtet wird; sie werden nur noch per Mail verschickt.

### Neue AOC-Weisungen

Rebbaukommissär Markus Leumann legte die umfassend überarbeiteten AOC-Weisungen vor, welche die erste Fassung von 2008 per 1. Januar 2017 ersetzen

sollen. «Die wesentliche Änderung besteht darin, dass nicht mehr alle drei, sondern alle vier Jahre eine Analyse und sensorische Prüfung und Probeentnahme zu erfolgen hat», sagte Leumann. «Es ist auf das geltende Recht abgestimmt und die Analyse muss durch akkreditierte Stellen erfolgen, wobei die Auswahl des Probemusters vor Ort erfolgt.» Die kurze Diskussion zeigte, dass nicht alle mit den neuen Regeln glücklich sind. Dennoch wurde ihnen zugestimmt.

### Schwierigkeiten in Winterthur

«Das Winterthurer Pflaster ist für Marketingmassnahmen und Absatzförderung sehr schwierig», bilanzierte Markus Frei, Präsident der kantonalen Werbekommission seine letztjährigen Erfahrungen an der «Cucina e Tavola».

Hingegen war für ihn der Tag des offenen Weinkellers am 1. Mai mit 20 Thurgauer Betrieben wie auch die Teilnahme an den Pferdesporttagen in Frauenfeld ein Erfolg. Ein wertvoller Werbeträger für den Thurgauer Wein war zudem die Gourmetwanderung im Seebachtal mit 1'000 Teilnehmern.