

AMA-Fleisch-Forum 2025: Wie Wertschätzung, Tierwohl und Transparenz die Fleischbranche neu definieren

Nachhaltigkeit, Tierwohl und neue Erwartungen an die Landwirtschaft: Beim AMA-Forum Fleisch 2025 in Wien drehte sich alles um die Zukunft des Lebensmittels Fleisch. Expert:innen aus Österreich und Europa diskutierten Konzepte für mehr Wertschätzung – vom Stall bis zum Teller.



Fleisch braucht Wertschätzung: AMA-Forum Fleisch 2025 stellt Weichen für die Zukunft

(Wien, 5. Juni 2025) – Während die Erwartungen an die Landwirtschaft steigen, wird auch Fleisch als Lebensmittel zunehmend kritisch hinterfragt. Wie kann unter diesen Bedingungen mehr Wertschätzung entstehen – für Tier, Produkt und Produzent:innen? Dieser Frage widmete sich das AMA-Forum Fleisch 2025, das am 4. Juni im Wiener Ares Tower stattfand. Rund 200 Gäste folgten der Einladung der AMA-Marketing, um gemeinsam mit internationalen Expert:innen über Verantwortung, Transparenz und Innovation in der Fleischbranche zu diskutieren. Bild: AMA-Marketing/Meyer

Während die Erwartungen an die Landwirtschaft steigen, wird auch Fleisch als Lebensmittel zunehmend kritisch hinterfragt. Wie kann unter diesen Bedingungen mehr Wertschätzung entstehen – für Tier, Produkt und Produzent:innen? Dieser Frage widmete sich das AMA-Forum Fleisch 2025, das am 4. Juni im Wiener Ares Tower stattfand. Rund 200 Gäste folgten der Einladung der AMA-Marketing, um gemeinsam mit internationalen Expert:innen über Verantwortung, Transparenz und Innovation in der Fleischbranche zu diskutieren. Die Eröffnung übernahm **Christina Mutenthaler-Sipek**, Geschäftsführerin der AMA-Marketing: „Nur wenn wir Denkmuster hinterfragen und neue Perspektiven zulassen, können wir das Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten fest verankern und die Zukunft der Fleischbranche sichern.“

Tierwohl als Schlüsselthema der Branche

Ein zentrales Thema des Tages war die wachsende gesellschaftliche Erwartung nach mehr **Tierwohl**. Robert Römer, Geschäftsführer der deutschen Initiative Tierwohl (ITW), zeigte auf, wie branchenübergreifende Kooperationen – von der Landwirtschaft über die Verarbeitung bis zum Handel – langfristige Planungssicherheit schaffen können: „Wenn wir es schaffen, gemeinsam das Tierwohl und das Image zu verbessern, dann haben wir viel gewonnen.“

Einblicke in den niederländischen Weg lieferte Leon Cuypers von der **Vion Food Group**. Er stellte das „Good Farming Star“-Programm sowie das bekannte „Beter Leven“-Label vor – Konzepte, die Landwirtschaft und Handel stärker verbinden: „Die Gesellschaft erwartet von uns, dass wir unser Geschäft verantwortungsbewusst ausrichten. Bäuerinnen und Bauern profitieren ebenso wie der Handel durch eine langfristige Bindung, Risikominimierung und mehr Transparenz.“

Vertrauen durch klare Kennzeichnung

Wie Österreich mit dem AMA-Gütesiegel-Zusatzmodul

„Tierhaltung plus“ auf diesen Wandel reagiert, erklärte Rüdiger Sachsenhofer von der AMA-Marketing. Dieses Modul ermögliche eine differenzierte und transparente Kennzeichnung von Haltungsformen und ermögliche so Konsument:innen eine bewusste Entscheidung am Regal: „Damit wird eine einheitliche Kennzeichnung geschaffen, die Tierhaltung verbessert und die Wertschätzung gesteigert.“

Technologische Impulse und internationale Perspektiven

Ein weiterer Fokus lag auf Innovation: Veronika Weber (Vion Food Group) stellte digitale Lösungen zur Erfassung und Auswertung von Tierwohl- und Nachhaltigkeitsdaten vor – ein Bereich mit großem Potenzial zur Qualitätsverbesserung und Vertrauensbildung.

Internationale Impulse kamen von Gabriele Weiss Brummer (Board Bia), die Irlands Weg Richtung mehr Nachhaltigkeit präsentierte. Besonderes Augenmerk legte sie auf Fortschritte in der Weidehaltung von Rindern und die gezielte Entwicklung des irischen Landwirtschaftssektors als nachhaltiges Exportmodell.

Die Zukunft des Fleischmarketings

Rudolf Stückler, Marketingmanager bei der AMA-Marketing, wagte einen Blick in die Zukunft des Fleischmarketings. Seine zentrale These: Kommunikation muss sich wandeln – mit glaubwürdigen Botschaften, echter Transparenz und modernen Formaten. Nur so lasse sich Wertschätzung langfristig verankern.

Podiumsdiskussionen: Vom Wert bis zur Technologie

Zwei Podiumsdiskussionen rundeten das AMA-Forum Fleisch 2025 ab:

Diskussion 1: Was steigert den Wert von Fleisch?

Am Podium:

- Leon Cuypers (Vion)
- **Karl Feichtinger** (Wech)
- Robert Römer (ITW)
- Rüdiger Sachsenhofer (AMA-Marketing)
- Gabriela Kritsch (Berger)

Im Zentrum standen Fragen zu Preisbildung, Wertschöpfung, Kommunikationsstrategien und Akzeptanz in der Gesellschaft.

Diskussion 2: Digitalisierung und Technologie in der Fleischbranche

Am Podium:

- Gabriele Weiss Brummer (Board Bia)
- Josef Fradler (ARGE Rind)
- Stefan Mader (**Österreichische Fleischkontrolle - ÖFK**)
- Alois Strohmeier (Steirerfleisch)
- Veronika Weber (Vion)

Hier wurde deutlich: Digitale Werkzeuge bieten große Chancen, doch der wirtschaftliche Druck auf landwirtschaftliche Betriebe bleibt hoch. Es brauche Rahmenbedingungen, die Innovation ermöglichen, ohne ökonomisch zu überfordern.

Verantwortung - das verbindende Element

Zum Abschluss brachte Christina Mutenthaler-Sipek die Leitidee der Veranstaltung noch einmal auf den Punkt: „Wertschätzung ist keine Floskel. Sie beginnt bei der Haltung zum Tier, geht über Produktions- und Lieferketten bis hin zur Art, wie wir über Fleisch sprechen.“

Das AMA-Forum Fleisch 2025 zeigte klar: Die Branche ist bereit, neue Wege zu gehen - mit Verantwortung, Kooperation und Innovationsgeist. Es braucht aber klare Signale aus Gesellschaft,

Handel und Politik, um diesen Weg gemeinsam zu gestalten.

Fleisch hat Zukunft – wenn es gelingt, Nachhaltigkeit, Tierwohl, Transparenz und wirtschaftliche Tragfähigkeit in Einklang zu bringen. Das AMA-Forum Fleisch 2025 hat den Dialog eröffnet und konkrete Schritte aufgezeigt. Nun liegt es an der Branche, diese Impulse weiterzutragen.



□□□□Dr. Rudolf Stückler, Marketingmanager bei der AMA-Marketing, wagt einen Blick in die Zukunft des Fleischmarketings. Bild: AMA-Marketing/Meyer

□□□□



□□□□Bernhard Steinhauer, Präsident des ABA Grillverbandes. Bild: AMA-Marketing/Meyer
□□□□



□□□□Auch Dr. Franz Radatz
Geschäftsführer der Radatz Feine Wiener Fleischwaren GmbH, nahm sich Zeit für den
Branche-Event. Bild: AMA-Marketing/Meyer
□□□□



□□□□Innungsmeister Raimund Plautz und Wolfgang Wernert vom
Fleischtechnologiezentrum. Bild: AMA-Marketing/Meyer

□□□□



□□□□Norbert Marcher, Geschäftsführer der Marcher Fleischwerke, im Gespräch mit Stefan
Kainz, SPAR, Leitung Sortimentsmanagement Frischwaren. Bild: AMA-Marketing/Meyer

□□□□



□□□□efan Mader (ÖFK), Alois Strohmeier (Steirerfleisch), Christina Mutenthaler-Sipek (GF AMA-Marketing), Gabriele Weiss Brummer (Board Bia), Veronika Weber (Vion), Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender AMA-Marketing), Rudolf Stückler (Marketingmanager Fleisch AMA-Marketing), Josef Fradler (Arge Rind). Bild: AMA-Marketing/Meyer

□□□□



□□□□Robert Römer (Initiative Tierwohl), Rüdiger Sachsenhofer (AMA-Marketing), Christina Mutenthaler-Sipek (GF AMA-Marketing), Gabriela Kritsch (Berger), Karl Feichtinger (Wech), Leon Cuypers (Vion), Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender AMA-Marketing). Bild: AMA-Marketing/Meyer

□□□□



□□□ Hochkonzentrierter Zuhörer: Dipl. Ing. Dr. Johann Schlederer. Geschäftsführer Verband
landwirtschaftlicher Veredelungs- produzenten und Österreichische Schweinebörse. Bild:
AMA-Marketing/Meyer

□□□

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at