

AMA-Forum 2025: Den Wandel als gemeinsame Chance nutzen

Das AMA-Forum 2025 stand unter dem Motto ‚Wandel als Chance nutzen‘. Über 1.000 Teilnehmer erlebten inspirierende Vorträge, spannende Diskussionen und neue Strategien für die Land- und Lebensmittelwirtschaft. Erfahren Sie mehr über Highlights, Keynotes und die Zukunft der AMA-Qualitätsprogramme.



Josef Moosbrugger (Landwirtschaftskammer Österreich), Astrid Sterharnig-Staudinger (Österreich Werbung), Christina Mutenthaler-Sipek (AMA-Marketing), Martha Schultz (Wirtschaftskammer), Wolf Lotter (Wirtschaftsjournalist), Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender AMA-Marketing). Credit: AMA-Marketing/ Meyer

Wandel als Chance nutzen: Rückblick auf das AMA-Forum 2025

Das AMA-Forum 2025 unter dem Motto „Wandel als Chance nutzen“ fand am 14. Januar in Wien statt. Über 1.000

Teilnehmerinnen und Teilnehmer – vor Ort und online – erlebten inspirierende Vorträge, spannende Diskussionen und neue Strategien für die Land- und Lebensmittelwirtschaft.

Über das AMA-Forum

Mehr als 500 Stakeholder kamen in der Eventlocation ARIANA in der Seestadt Wien zusammen, während hunderte weitere online teilnahmen. Das AMA-Forum ist damit die größte Netzwerkveranstaltung der Land- und Lebensmittelwirtschaft in Österreich. Gastgeber waren der Aufsichtsratsvorsitzende Lorenz Mayr und Geschäftsführerin Christina **Mutenthaler-Sipek**.

Zu den Ehrengästen zählten Landwirtschaftsminister **Norbert Totschnig**, Josef Moosbrugger (Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich), Martha Schultz (Wirtschaftskammer Österreich) sowie Vertreterinnen und Vertreter aus Handel und Verbänden, darunter Marcel Haraszi (Vorstand REWE International), Markus Kaser (Vorstand SPAR Österreich) und Michael Kunz (CEO Lidl Österreich).

Die zentralen Botschaften

Minister Totschnig rief in seiner Rede zu mehr Wertschätzung für die Landwirtschaft auf und betonte die Bedeutung kontrollierter Qualität aus Österreich. Josef Moosbrugger forderte mehr Planbarkeit und faire Entlohnung für höhere Tierhaltungsstandards, die mit steigenden Kosten für die Bäuerinnen und Bauern verbunden sind. Martha Schultz hob die Bedeutung regionaler Zusammenarbeit zwischen Landwirtschaft, Wirtschaft und Tourismus hervor.

Veränderungen gestalten

Die AMA-Marketing stellte den Wandel in den Mittelpunkt: Ziel ist es, Veränderungen aktiv zu gestalten – gemeinsam mit allen

Partnerinnen und Partnern entlang der gesamten Wertschöpfungskette. 76 Prozent der österreichischen Bevölkerung interessieren sich für Lebensmittelthemen. Christina Mutenthaler-Sipek betonte: „Lebensmittel mit nachvollziehbarer Herkunft und geprüfter Qualität bleiben gefragt.“

Allerdings gebe es eine Diskrepanz zwischen Konsumentenwünschen und tatsächlichem Einkaufsverhalten. „Natürlich spüren wir die Preissensibilität und die gestiegenen Produktionskosten. Dennoch begegnen wir dieser Situation mit Optimismus und Entschlossenheit“, sagte Lorenz Mayr, Aufsichtsratsvorsitzender der AMA-Marketing.

„Mit unseren AMA-Qualitätsprogrammen bieten wir geprüfte Qualität für jede Zielgruppe – von Tierwohlprogrammen bis hin zu regionalen Bio-Angeboten“, ergänzte Mutenthaler-Sipek.

Inspirierende Keynotes und Diskussionen

Wolf Lotter, Wirtschaftsautor und Journalist, sprach über wirtschaftliche und gesellschaftliche Transformationen. Er betonte die Notwendigkeit, neue Wege zu gehen, und forderte unverwechselbare Lösungen im Zeitalter von Digitalisierung und KI.

Marie Hoffmann, Agraringenieurin, Influencerin und Landwirtin, nutzte ihre Keynote, um auf die Bedeutung von Landwirtschaft aufmerksam zu machen. Mit über 800.000 Followern auf Instagram teilt sie Einblicke in ihren Alltag und vermittelt Basiswissen zur Lebensmittelproduktion. Sie betonte: „Landwirtschaft ist der wichtigste Beruf der Welt.“

Auch die Podiumsdiskussionen boten spannenden Gesprächsstoff. Vertreter aus Handel, Landwirtschaft und Verbänden debattierten über Unsicherheiten und Potenziale sowie die erfolgreiche Gestaltung des Wandels in der Land- und Lebensmittelwirtschaft.

Rückblick und Ausblick

Die AMA-Marketing blickte auf die Erfolge von 2024 zurück. Meilensteine waren die Einführung des Gütesiegel-Moduls „Tierhaltung plus“ und die Entwicklung neuer Standards für Ackerfrüchte. Besonders erfolgreich war die Kampagne „Das hat einen Wert“, die hohe Sichtbarkeit und den höchsten Bekanntheitsgrad für das AMA-Gütesiegel erzielte.

Auch 2025 bleibt die Förderung der Lebensmittelqualität ein zentrales Ziel. Mit neuen Kampagnen und Maßnahmen möchte die AMA-Marketing das Bewusstsein für regionale Qualität weiter stärken.

Zusammenhalt als Qualitätsgemeinschaft

Zum Abschluss appellierte Christina Mutenthaler-Sipek an die Zusammenarbeit aller Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette: „Gemeinsam verpflichten wir uns zu höchsten Qualitätsstandards und geben ein klares Versprechen an die Konsumentinnen und Konsumenten: geprüfte, regionale Qualität.“

Weitere Informationen: www.ama-marketing.at



AMA-Marketing/ Meyer Markus Kaser (SPAR), Michael Kunz (Lidl), Christina Mutenthaler-Sipek (AMA-Marketing), Marcel Haraszti (REWE), Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender).



Marie Hoffmann, Influencerin. Bild: AMA-Marketing/ Meyer



Wirtschaftsjournalist Wolf Lotter. Bild: AMA-Marketing/ Meyer



Sabine Kronberger (Moderatorin), Astrid Steharnig-Staudinger (Österreich Werbung), Marcel Haraszti (REWE), Georg Sladek (Innovation Lab), Wolf Lotter (Wirtschaftsjournalist). Credit: AMA-Marketing/ Meyer



Credit: AMA-Marketing/ Meyer



*Michael Kunz (Lidl), Georg Sladek (Innovation Lab), Marie Hoffmann (Influencerin), Rainer Will (Handelsverband), Susanne Kraus-Winkler (Staatssekretärin), Norbert Totschnig (Bundesminister), Christina Mutenthaler-Sipek (GF AMA-Marketing), Astrid Sterharnig-Staudinger (Österreich Werbung), Martha Schultz (Wirtschaftskammer), Marcel Haraszti (REWE), Markus Kaser (SPAR), Lorenz Mayr (Aufsichtsratsvorsitzender AMA-Marketing).
Credit: AMA-Marketing/ Meyer*

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at