

## **AMA-Gütesiegel: Weiterentwicklung in der Tierhaltung und Erweiterung der Qualitätsgemeinschaft um 6.600 landwirtschaftliche Betriebe**

Die AMA-Marketing setzt ihre Weiterentwicklung fort. Neben Verbesserungen in der Tierhaltung und verstärkten Kontrollen in den AMA-Gütesiegel-Programmen stellt sie sich auch intern neu auf und baut ein Qualitätsmanagement auf.



*AMA Marketing*

Das AMA-Gütesiegel steht seit über 30 Jahren für kontrollierte Qualität, nachvollziehbare Herkunft und unabhängige Kontrolle von Lebensmitteln. Mehr als 90 Prozent der österreichischen Bevölkerung kennt es. „Damit ist die AMA-Marketing die bedeutendste inländische Institution zur Absicherung der Herkunft und Qualität von Lebensmitteln und das AMA-Gütesiegel die bekannteste Marke im Lebensmitteleinzelhandel“, sagt

Lorenz Mayr, Vizepräsident Landwirtschaftskammer Niederösterreich und Aufsichtsratsvorsitzender der AMA-Marketing.

Um den neuen Anforderungen des Marktes und der Konsumentinnen und Konsumenten gerecht zu werden, werden die verschiedenen AMA-Gütesiegel-Richtlinien stetig schrittweise weiterentwickelt, neue Module geschaffen und bestehende optimiert.

Das lesen Sie in diesem Artikel

- **Tierhaltung plus: 80% der Milchviehbetriebe produzieren nach höheren Tierhaltungsstandards**
- **AMA-Gütesiegel für Brot und Backwaren: Nachhaltigkeit, Klimaschutz & Biodiversität**
- **Weiterentwicklung Qualitätsmanagement**
- **„Qualitätsstrategie & Wissensmanagement“ und „Qualitätssysteme“**
- **Wirksamkeit der AMA-Gütesiegel-Kontrollen**

## **Tierhaltung plus: 80% der Milchviehbetriebe produzieren nach höheren Tierhaltungsstandards**

Seit Anfang 2024 ist die dauernde Anbindehaltung von Rindern im AMA-Gütesiegel-Programm ausnahmslos verboten. Mit dem neuen Modul „Tierhaltung plus“ setzt die österreichische Milchwirtschaft nun einen weiteren wichtigen Schritt in Richtung verbesserte Tierhaltung und bessere Gesundheit von Milchkühen. Dieses Modul stellt sicher, dass Milch und Milchprodukte auch zukünftig sowohl den Erwartungen der heimischen Konsumentinnen und Konsumenten als auch den internationalen Standards entsprechen. „Damit sichern wir die Zukunft der österreichischen Milchwirtschaft und reagieren gleichzeitig auf die steigende Nachfrage nach verbesserter Tierhaltung“, erklärt Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing. Sie betont: „Wir sind stolz, gemeinsam mit der gesamten Branche dieses

Breitenprogramm mit einer sehr großen Hebelwirkung umgesetzt zu haben. Es handelt sich hierbei nicht um einzelne Betriebe, die die Anforderungen des Qualitätsprogramms AMA-Gütesiegel ‚Tierhaltung plus‘ erfüllen, sondern um derzeit mehr als 13.000 konventionelle Milchbetriebe, die auf höhere Tierhaltungsstandards umgestellt haben. Das sind mehr als 80 Prozent der Milchviehbetriebe mit AMA-Gütesiegel. Kein anderes Programm hat dies bisher erreicht. Das unterstreicht einmal mehr die Stärke der Qualitätsgemeinschaft im AMA-Gütesiegel-Programm.“

Das Zusatzmodul AMA-Gütesiegel „Tierhaltung plus“ wird bereits auf Milchverpackungen und Milchprodukten im Lebensmittelhandel angewendet und steht im Wesentlichen für strengere Tierhaltungsstandards, höhere Tiergesundheit, hohe Futtermittelqualität und intensivere Kontrollen, die mindestens einmal jährlich durchgeführt werden.

## **AMA-Gütesiegel für Brot und Backwaren: Nachhaltigkeit, Klimaschutz & Biodiversität**

Das AMA-Gütesiegel setzt in Zukunft verstärkt auf den pflanzlichen Bereich und bezieht schrittweise auch Ackerbaubetriebe in die Qualitätsprogramme ein. Das AMA-Gütesiegel für Brot und Backwaren berücksichtigt nach den neuen Richtlinien nun alle Produktions- und Vermarktungsstufen, wodurch die gesamte Wertschöpfungskette – von den landwirtschaftlichen Betrieben über Aufkäufer, Mühlen und Bäckereien bis hin zum Lebensmitteleinzelhandel – abgedeckt und eingebunden wird. Es garantiert kontrollierte, regionale Qualität – vom Korn bis ins Brotregal. „Die AMA-Gütesiegel-Qualitätsgemeinschaft wächst: Derzeit sind rund 6.600 Ackerbaubetriebe an Bord. Was vielen vielleicht nicht bewusst ist: Mit der Teilnahme leisten die Landwirtinnen und Landwirte einen wichtigen Beitrag zum Klimaschutz und zur Erhaltung der Biodiversität, indem sie mindestens drei Punkte des Österreichischen Programms für umweltgerechte Landwirtschaft (ÖPUL) erfüllen“, erklärt Martin Greßl, Prokurist der AMA-Marketing. „Damit steht das AMA-Gütesiegel für Brot und Backwaren nicht nur für Regionalität,

sondern auch für Nachhaltigkeit und Biodiversität.“

## **Weiterentwicklung Qualitätsmanagement**

Die AMA-Marketing besteht im Wesentlichen aus den beiden Bereichen Informationsvermittlung und Qualitätsmanagement. Das Qualitätsmanagement, in dem der Großteil des AMA-Marketing-Teams beschäftigt ist, ist der inhaltliche Motor des Unternehmens und hat seit jeher einen besonderen Stellenwert. Viele Meilensteine und Erfolge der AMA-Marketing und der Qualitätsprogramme des Unternehmens haben ihren Ursprung in der inhaltlichen Arbeit zur Steigerung der Güte von Lebensmitteln.

### **„Qualitätsstrategie & Wissensmanagement“ und „Qualitätssysteme“**

Da die Aufgaben des Qualitätsmanagements in den letzten Jahren zunehmend komplexer und umfangreicher geworden sind, war eine Verstärkung der notwendige nächste Schritt. Um die Prozesse zu optimieren, wurde das Qualitätsmanagement – das Herzstück der AMA-Marketing – im Sommer 2024 neu strukturiert und besteht nun aus zwei Abteilungen: „Qualitätsstrategie & Wissensmanagement“ sowie „Qualitätssysteme“.

**Martin Greßl** übernimmt als Prokurist mit seinem umfassenden Expertenwissen und seiner langjährigen Erfahrung in der AMA-Marketing die Verantwortung für die Qualitätsstrategie der AMA-Qualitätsprogramme, die Geschäftsfeldentwicklung und das neu etablierte Wissens- und Innovationsmanagement entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

**Georg Leitner**, der seit Ende 2023 im Unternehmen ist, wird die Weiterentwicklung des Kontrollsystems und des Systemmanagements verantworten. Er wird die bestehenden Richtlinien und die Digitalisierung vorantreiben. Leitners beruflicher Werdegang zeichnet sich nicht nur durch seine Erfahrung im Qualitätsmanagement landwirtschaftlicher Produkte und in der Arbeit mit Stakeholdern aus. Auch seine umfassende Management-Erfahrungen als Leiter Quality, Safety & Environment

Manager in einem internationalen Konzern ist eine wertvolle Verstärkung für die AMA-Marketing.

„Mit der Neustrukturierung unseres Qualitätsmanagements sind wir für die Herausforderungen und dynamischen Veränderungen in der Land- und Lebensmittelwirtschaft bestens gerüstet. Ich bin stolz auf mein Team, das diese wichtigen Veränderungen aktiv mitgestaltet hat, und freue mich über die erhöhte Schlagkraft, die wir mit dieser Weiterentwicklung erreicht haben. Gemeinsam werden wir weiterhin Maßstäbe setzen und die hohe Qualität der mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichneten Produkte sichern“, ist Mutenthaler-Sipek überzeugt.

## **Wirksamkeit der AMA-Gütesiegel-Kontrollen**

Seit 2023 wurden die Kontrollen im Rahmen der AMA-Gütesiegel-Programme intensiviert. Im Jahr 2023 fanden mehr als 22.400 Kontrollen durch externe, akkreditierte Kontroll- und Prüfstellen statt, die zeigten, dass rund 90 Prozent der kontrollierten Betriebe einwandfrei arbeiten.

2024 plant die AMA-Marketing aufgrund der Einführung des AMA-Gütesiegels „Tierhaltung plus“ insgesamt etwa 28.000 Kontrollen. „Ab heuer findet alle 20 Minuten – statt wie bisher alle 30 Minuten – eine AMA-Gütesiegel-Kontrolle statt“, so Mutenthaler-Sipek. Um das risikobasierte Kontrollmanagement weiter zu optimieren und die Wirksamkeit der Kontrollen zu erhöhen, setzt die AMA-Marketing verstärkt auf die Digitalisierung der Prozesse. „Wir arbeiten intensiv an der Implementierung eines digitalen Frühwarnsystems, das potenzielle Risikobetriebe frühzeitig erkennt und ein rechtzeitiges Eingreifen ermöglicht.“

**Besuchen Sie uns auf: [fleischundco.at](https://fleischundco.at)**