

AMA Fleischforum 2024: Werte im Wandel

Transformation kann schmerzhaft sein, das zeigt die Erfahrung. Gerade die Werte rund um das Thema „Fleisch“ sind bei den Konsumenten im Wandel. Das spüren von den landwirtschaftlichen Urproduzenten über die Schlachthöfe, fleischverarbeitenden Betriebe bis hin zum LEH alle Beteiligten. Die Veränderung ist unausweichlich, muss aber nicht zwangsläufig nur schmerzhaft sein. Das ergab das Fleischforum 2024 der AMA-Marketing



Als Kommunikationshaus der Branche bietet die AMA-Marketing mit dem AMA-Forum Fleisch jährlich eine Plattform für Diskussionen. © AMA Marketing / Thomas Meyer

Als Kommunikationshaus bietet die **AMA-Marketing** mit dem Fleisch-Forum jährlich eine Plattform für Diskussionen mit internationalen Expert:innen – heuer waren 200 Gäste Anfang Juni in der Anker Brotfabrik mit dabei. Das Motto der diesjährigen Veranstaltung „Werte im Wandel. Welt der

Gegensätze“ spiegelte wider, wie sich das veränderte **Konsumverhalten** auf die Branche auswirkt – und vor allem wie die Fleischbranche auf das veränderte Verbraucherverhalten reagieren muss.

Werte im Wandel

AMA-Marketing Geschäftsführerin **Christina Mutenthaler-Sipek** eröffnete den Event mit einem Zitat einer Jugendstudie: „Rund 80 % der Jugendlichen wollen nicht auf Fleisch verzichten.“ Für Mutenthaler-Sipek ist aber klar, dass **Qualität** vor Quantität das Gebot der Zeit ist: „Wir wollen mehr Aufklärungsarbeit leisten, denn vier von fünf Österreichern haben kein Wissen über landwirtschaftliche Produktion“, sagt die AMA-Geschäftsführerin. 33,5 kg Schweinefleisch, 13 kg Hühnerfleisch und 10,3 kg Rind- und Kalbfleisch werden in Österreich pro Kopf und Jahr gegessen. Auch Wurst kommt regelmäßig auf den Tisch. Am beliebtesten ist Schinken, gefolgt von Extrawurst, Frankfurter, Knackwurst und Leberkäse.

Paradigmenwechsel in der Fleischbranche

Trotz der großen Beliebtheit von Fleisch steht die **Fleischbranche** vor Herausforderungen: Ist es noch zeitgemäß, Fleisch zu essen? Wie entsteht ein bewussterer **Fleischkonsum** bei den Konsumenten? Und wie lassen sich nachhaltigere Produktionsmethoden entwickeln und umsetzen? Denn Fakt ist – und da waren sich alle Experten, Diskussionsteilnehmer und Besucher des Forums einig: Die Rolle von Fleisch in der Zukunft wird diffiziler und fragmentierter. Während die einen **Laborfleisch** als neue Möglichkeit für Versorgung sehen, nehmen die anderen wahr, dass Fleisch ein besseres Image braucht. Doch welche Potenziale liegen in Zeiten wie diesem im „Original“ Fleisch – und wie kommuniziert man diese dem Konsumenten?

Die Fleischwirtschaft in Österreich steht vor einem Paradigmenwechsel. Nachhaltigkeit, technologische Innovationen und veränderte Verbrauchervorlieben treiben diese

Veränderung voran. Die Fleischproduktion wird sich anpassen müssen, um den Anforderungen einer umweltbewussteren und gesundheitsorientierteren Gesellschaft gerecht zu werden. Alternativen zu traditionellem Fleisch wie **pflanzenbasierte Produkte** und In-vitro-Fleisch werden eine immer größere Rolle spielen. Die Zukunft des Fleischkonsums in Österreich wird somit vielfältiger und nachhaltiger sein bzw. sein müssen. All diesen Fragen gingen die Vortragenden beim diesjährigen AMA-Fleischforum auf den Grund. Am Programm standen mehrere Fachvorträge über die Lebensmittelproduktion von Fleischalternativen und vor allem, was das für die klassische Landwirtschaft bedeutet.

Gesellschaftlicher Nutzen der Fleischwirtschaft

Peer Ederer, Gründer von **GOAL Science** (Global Observatory for Accurate Livestock), präsentierte wissenschaftliche Erkenntnisse zum gesellschaftlichen Nutzen der internationalen Fleischwirtschaft. Eine seiner Grundaussagen: „Auffällig ist die enorme Diskrepanz zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen punkto Nutztieren und dem öffentlichen Diskurs. Ich fordere dringend eine Rückkehr zu einer seriösen Debattenkultur, die auf wissenschaftlicher Evidenz basiert.“ Ederer merkte weiters an, dass eine Reduktion von Weideflächen zu einer Verhölzerung beziehungsweise Verwaldung der Landschaft führen würde. Knallhart wischte der Wissenschaftler zudem Aussagen über Fleischkonsum und deren Auswirkungen auf die Mortalität von Menschen weg: „Es gibt keinen bewiesenen Zusammenhang zwischen Fleischverzehr und Sterblichkeitsraten bei Menschen, hingegen ist wissenschaftlich recht gut erforscht, dass Vegetarismus und Diabetes-Raten zusammenhängen.“

Moral und Ethik der Fleischbranche

Christian Dürnberger, Philosoph und Kommunikationswissenschaftler, referierte in einem fachlich

einwandfreien Vortrag über die künftigen moralischen und ethischen Herausforderungen in der **Nutztierhaltung** sowie die gesellschaftlichen Erwartungen an die Landwirtschaft. Seine Conclusio: „Eine Transformation ist stets auch schmerzhaft. Jeder unserer Lebensbereiche wird in den kommenden Jahren unter dem **Klimaaspekt** betrachtet werden. Das ist der große moralische Diskurs unserer Zeit. Das muss uns klar sein. Die Frage: ‚Welchen moralischen Umgang schulde ich einem Tier?‘, wird sich für jeden von uns früher oder später stellen.“

Perspektiven für die Fleischbranche

In einer ersten Podiumsdiskussion mit Peer Ederer, Christian Dürnberger und **Aumaerk**-Geschäftsführerin **Karin Neumaerker** wurden Antworten auf die Fragen gesucht, welche Perspektiven es für Fleisch und Fleischprodukte bzw. deren Alternativen gibt und was die Treiber und Hemmnisse für die Entwicklung von Fleischalternativen sind. Tenor der Aussagen: Alles ist im Wandel und wir werden markante Veränderungen erleben. Im zweiten Teil der Veranstaltung sprachen zwei Expertinnen über die Fleischindustrie. **Nadine Filko** stellte die Frage, ob Menschen in Zukunft nur noch Steaks aus dem Reagenzglas essen werden. Außerdem fragte sie, ob die Konsumenten überhaupt bereit sind, auf „**Clean Meat**“ umzusteigen. Dagmar Adeline Brüggemann sprach über die Zukunft von Fleisch, wo die Vorteile von echtem Fleisch liegen und welche Herausforderungen es zu meistern gilt. In einer zweiten Podiumsrunde gesellte sich noch **Johannes Wechner**, Vertriebsleiter **Handl Tyrol**, zu den beiden Vortragenden Nadine Filko und Dagmar Adeline Brüggemann, und erzählte über die Snacklinien ohne Fleisch bei Handl Tyrol und wie sich diese derzeit am Markt entwickelt.

Autor: HaRo

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at