

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

reagieren muss.

Das lesen Sie in diesem Artikel

- **Werte im Wandel**
- **Paradigmenwechsel in der Fleischbranche**
- **Gesellschaftlicher Nutzen der Fleischwirtschaft**
- **Moral und Ethik der Fleischbranche**
- **Perspektiven fu?r die Fleischbranche**

Werte im Wandel

AMA-Marketing Gescha?ftsfu?hrerin **Christina Mutenthaler-Sipek** er?ffnete den Event mit einem Zitat einer Jugendstudie: „Rund 80 % der Jugendlichen wollen nicht auf Fleisch verzichten.“ Fu?r Mutenthaler-Sipek ist aber klar, dass **Qualita?t** vor Quantita?t das Gebot der Zeit ist: „Wir wollen mehr Aufla?rungsarbeit leisten, denn vier von fu?nf O?sterreichern haben kein Wissen u?ber landwirtschaftliche Produktion“, sagt die AMA-Gescha?ftsfu?hrerin. 33,5 kg Schweinefleisch, 13 kg Hu?hnerfleisch und 10,3 kg Rind- und Kalbfleisch werden in O?sterreich pro Kopf und Jahr gegessen. Auch Wurst kommt regelma?sig auf den Tisch. Am beliebtesten ist Schinken, gefolgt von Extrawurst, Frankfurter, Knackwurst und Leberka?se.

Paradigmenwechsel in der Fleischbranche

Trotz der gro?en Beliebtheit von Fleisch steht die **Fleischbranche** vor Herausforderungen: Ist es noch zeitgema??, 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. Wa?hrend die einen **Laborfleisch** als neue Mo?glichkeit fu?r 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 O?sterreich steht vor einem Paradigmenwechsel. Nachhaltigkeit, technologische Innovationen und vera?nderte Verbrauchervorlieben treiben diese Vera?nderung voran. Die Fleischproduktion wird sich anpassen mu?ssen, 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 gro?ßere Rolle spielen. Die Zukunft des Fleischkonsums in O?sterreich wird somit vielfa?ltiger und nachhaltiger sein bzw. sein mu?ssen. All diesen Fragen gingen die Vortragenden beim diesja?hrigen AMA-Fleischforum auf den Grund. Am Programm standen mehrere Fachvortra?ge u?ber die Lebensmittelproduktion von Fleischalternativen und vor allem, was das fu?r die klassische Landwirtschaft bedeutet.

Gesellschaftlicher Nutzen der Fleischwirtschaft

Peer Ederer, Gru?nder von **GOAL Science** (Global Observatory for Accurate Livestock), pra?sentierte wissenschaftliche Erkenntnisse zum gesellschaftlichen Nutzen der internationalen Fleischwirtschaft. Eine seiner Grundaussagen: „Auffa?llig ist die enorme Diskrepanz zwischen wissenschaftlichen Erkenntnissen punkto Nutztieren und dem o?ffentlichen Diskurs. Ich fordere dringend eine Ru?ckkehr zu einer serio?sen Debattenkultur, die auf wissenschaftlicher Evidenz basiert.“ Ederer merkte weiters an, dass eine Reduktion von Weidefla?chen zu einer Verho?lzerung beziehungsweise Verwaldung der Landschaft fu?hren wu?rde. Knallhart wischte der Wissenschaftler zudem Aussagen u?ber Fleischkonsum und deren Auswirkungen auf die Mortalita?t 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 zusammenha?ngen.“

Moral und Ethik der Fleischbranche

Christian Du?rnberger, Philosoph und Kommunikationswissenschaftler, referierte in einem fachlich einwandfreien Vortrag u?ber die ku?ftigen 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 gro?e moralische Diskurs unserer Zeit. Das muss uns klar sein. Die Frage: ‚Welchen moralischen Umgang schulde ich einem Tier?‘, wird sich fu?r jeden von uns fru?her oder spa?ter stellen.“

Perspektiven fu?r die Fleischbranche

In einer ersten Podiumsdiskussion mit Peer Ederer, Christian Du?rnberger und **Aumaerk**-Geschäftsführerin **Karin Neumaerker** wurden Antworten auf die Fragen gesucht, welche Perspektiven es fu?r Fleisch und Fleischprodukte bzw. deren Alternativen gibt und was die Treiber und Hemmnisse fu?r die Entwicklung von Fleischalternativen sind. Tenor der Aussagen: Alles ist im Wandel und wir werden markante Vera?nderungen erleben. Im zweiten Teil der Veranstaltung sprachen zwei Expertinnen u?ber die Fleischindustrie. **Nadine Filko** stellte die Frage, ob Menschen in Zukunft nur noch Steaks aus dem Reagenzglas essen werden. Au?erdem fragte sie, ob die Konsumenten u?berhaupt bereit sind, auf „**Clean Meat**“ umzusteigen. Dagmar Adeline Bru?ggemann sprach u?ber 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 Bru?ggemann, und erza?hlte u?ber die Snacklinien ohne Fleisch bei Handl Tyrol und wie sich diese derzeit am Markt entwickelt.

Autor: HaRo

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at