

## AMA-Forum 2023: Die Zukunft gemeinsam gestalten

„Auftakt!“ war der Titel des AMA- Forums 2023, das Mitte Jänner stattgefunden hat. Die neue Geschäftsführerin Christina Mutenthaler-Sipek präsentierte die Eckpfeiler des Programms der AMA-Marketing und rief alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette auf, sich gemeinsam für den Wert von Lebensmitteln, Tierwohl und Nachhaltigkeit einzusetzen.



*Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich,  
Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Regionen und  
Wasserwirtschaft Norbert Totschnig, Christina Mutenthaler- Sipek,  
Geschäftsführerin AMA-Marketing und Zukunftsforscher Tristan Horx (v. l.) ©  
Thomas Meyer*

Das **AMA-Forum** ist ein Auftakt für die Taktgeberrolle der **AMA-Marketing**. „Der Auftakt soll Einblick in unserer Strategie, in unsere Maßnahmen geben und auch ein Auftakt zu neuen Formen der Partnerschaft sein“, mit diesen Worten leitete **Christina Mutenthaler-Sipek** das AMA-Forum 2023 ein. Rund

650 Gäste nahmen vor Ort in der **ARIANA** in der Seestadt Wien und online teil.

Bundesminister **Norbert Totschnig** und **Josef Moosbrugger**, Präsident der **Landwirtschaftskammer Österreich** unterstützten den Appell der neuen Geschäftsführerin der AMA-Marketing. „Das AMA-Forum ist ein Highlight im Kalender der Lebensmittelbranche und eine wichtige Plattform, um Chancen und Herausforderungen zu besprechen. Gerade der russische Angriffskrieg in der Ukraine hat die Bedeutung einer verlässlichen, krisenfesten Agrarpolitik in den Mittelpunkt gerückt“, betonte Landwirtschaftsminister Totschnig. „Unsere Landwirtschaft“ gehört in Bezug auf Nachhaltigkeit, Qualität und Tierwohl zu den internationalen Spitzenreitern. Unser Ziel ist es, die hohen Standards zu sichern und sinnvoll weiter auszubauen – gemeinsam mit den Branchen und der AMA-Marketing. Mit der Novelle des AMA-Gesetzes haben wir das AMA-Marketingbeitragssystem breiter aufgestellt und für die Zukunft“ gerüstet. Denn nur durch bestmögliche Bewerbung unserer qualitativ hochwertigen Lebensmittel erreichen wir Wertschöpfung für unsere Bauern und Regionen“, so Totschnig, der auf gute Zusammenarbeit mit der neuen Geschäftsführerin setzt: „Mit Christina Mutenthaler-Sipek wird die AMA-Marketing auch in Zukunft innovative Wege gehen und neue Akzente setzen, um die Konsument:innen künftig noch stärker zu erreichen.“

## **Die drei Eckpfeiler der AMA**

Die AMA-Marketing hat für ihre Arbeit drei Eckpfeiler definiert:

- Die AMA-Marketing ist der anerkannte Taktgeber zur Steigerung der Güte von Lebensmitteln.
- Die AMA-Marketing entwickelt sich zum Kommunikationshaus.
- Die AMA-Marketing agiert als Bindeglied entlang der Wertschöpfungskette.

## **Konsumenten für regionale Produkte begeistern**

„Unsere Landwirt:innen leben in Zeiten extrem volatiler, internationaler und preissensibler Märkte. Gleichzeitig sind immer weniger Menschen mit der land- und forstwirtschaftlichen Arbeit vertraut und dadurch in der öffentlichen Diskussion leicht zu verunsichern. Viele Wünsche und Forderungen sind nicht nur in der landwirtschaftlichen Praxis nicht umsetzbar, sondern klaffen auch oft mit dem Kaufverhalten weit auseinander. All das sind Herausforderungen, die ein starkes, professionelles und innovatives Marketing und Aufklärung erfordern“, betonte der Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich, Josef Moosbrugger. „Es muss uns gemeinsam gelingen, den Menschen bäuerliche Arbeit, Qualitätsprodukte und zusätzliche Leistungen für die Gesellschaft näherzubringen – realistisch, glaubwürdig und vertrauensbildend.“

## **Tristan Horx: Die Notwendigkeit des Gütesiegels wird weiter steigen**

Die Strategie und geplanten Maßnahmen der AMA-Marketing untermauerte der renommierte Zukunftsforscher **Tristan Horx** in seinem Vortrag über den Konsumenten der Zukunft". Dazu meint Horx: „Qualität schlägt Quantität – so das Credo der Konsument:innen. Vor allem regionale und somit auch ökologische Produkte werden immer wichtiger. Auch wenn die Inflationslage diese Dynamik etwas verlangsamt, die Zukunft ist hier gewiss. Im Kontext von Produkten wird viel von Transparenz geredet, in der Realität wollen Konsumenten aber nicht bei jeder Kaufentscheidung ewig nachrecherchieren, ob sie ihre Kaufentscheidung guten Gewissens treffen können. Insofern braucht es mehr denn je das Gütesiegel, um das Bedürfnis der Menschen und des Marktes zueinander zu führen.“



## **Die AMA-Marketing holte Vertreter:innen der Branche zum Zukunftsdialog aufs Podium.**

Die Teilnehmer:innen:

- Stefan Lindner, Landwirt und Obmann Berglandmilch
- Norbert Marcher, Geschäftsführer der Marcher GesmbH
- Eva Rosenberg, Länderchefin VIER PFOTEN Österreich
- Martha Schultz, Touristikerin und Vizepräsidentin des WKO
- Christoph Tamandl, Geschäftsführer des Fachverbands Lebensmittelhandel
- Manfred Weinhappel, Ackerbauer & Leiter der Pflanzenproduktion der LK Niederösterreich

## **Die Gütesiegel der AMA weiterentwickeln**

Als Taktgeber wird die AMA-Marketing den Wert von Lebensmitteln in den Mittelpunkt rücken und damit auf die wertgebenden Eigenschaften fokussieren. Konsument:innen zeigen vermehrt Interesse an der Produktionsweise, an der Tierhaltung und an Aspekten des Klimaschutzes. Deshalb wird gemeinsam mit den verschiedenen Branchen verstärkt an der Differenzierung der Qualitätsprogramme gearbeitet. Das AMA-Gütesiegel wird das Qualitäts- und Herkunftsprogramm für die Breite bleiben, sich aber im Kontext zu Tierwohl und Klimaschutz weiterentwickeln. „Teil unseres gesetzlichen Auftrages ist auch

das Betreiben eines funktionierenden Kontrollsystems. Das haben wir längst, werden es jedoch noch wirksamer gestalten und zusätzlich auf Prävention setzen“, kündigt Mutenthaler-Sipek an. Zur Taktgeberrolle gehört auch, neue Wege in der Kommunikation einzuschlagen. Die AMA-Marketing will sich künftig als Kommunikationshaus etablieren. Durch faktenbasierte Informationen die Sichtbarkeit der Leistungen der Lebensmittelwertschöpfungskette erhöhen und die Bekanntheit sowie Glaubwürdigkeit der AMA-Qualitätsprogramme steigern. Mit der Plattform [www.haltung.at](http://www.haltung.at) wurde der erste Schritt gesetzt.

## **Mehr Fairness und partnerschaftliches Miteinander**

„Wir alle brauchen wieder mehr Fairness – zum Wohl der Landwirt:innen und Unternehmer:innen, der Arbeitnehmer:innen und Konsument:innen und besonders zum Wohl der Tiere. Wir alle brauchen ein partnerschaftliches Miteinander, um die Qualitätsproduktion in all ihren Ausprägungen zu sichern und weiterzuentwickeln“, ruft Mutenthaler-Sipek dazu auf, die Zukunft der Land- und Lebensmittelwirtschaft gemeinsam zu gestalten.

<https://www.youtube.com/watch?v=p61VH9-ganw&t=3s>

*Autor: HaRo*

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