

AMA-Forum 2023: Die Zukunft gemeinsam gestalten

„Auftakt!“ war der Titel des AMA- Forums 2023, das Mitte Ja nner stattgefunden hat. Die neue Gescha ftsfu hrerin Christina Mutenthaler-Sipek pra sentierte die Eckpfeiler des Programms der AMA-Marketing und rief alle Beteiligten entlang der Wertscho pfungskette auf, sich gemeinsam fu r den Wert von Lebensmitteln, Tierwohl und Nachhaltigkeit einzusetzen.



Josef Moosbrugger, Pra sident der Landwirtschaftskammer O sterreich, Bundesminister fu r Land- und Forstwirtschaft, Regionen und Wasserwirtschaft Norbert Totschnig, Christina Mutenthaler-Sipek, Gescha ftsfu hrerin AMA-Marketing und Zukunftsforscher Tristan Horx (v. l.)   Thomas Meyer

Das **AMA-Forum** ist ein Auftakt f r die Taktgeberrolle der **AMA-Marketing**. Der Auftrakt soll Einblick in unserer Strategie, in unsere Ma nahmen 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 Gaste 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 bauerliche Arbeit, Qualitätsprodukte und zusätzliche Leistungen für die Gesellschaft nahezubringen – realistisch, glaubwürdig und vertrauensbildend.

Tristan Horx: Die Notwendigkeit des Gutesiegels 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 Gutesiegel, 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, Landerchefin 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 Gutesiegel 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-Gutesiegel 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 Mutenthaier-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 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.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at