AMA-Forum 2023: Auftakt zum gemeinsamen Gestalten der Zukunft

„Auftakt!“ war der Titel des AMA-Forums 2023 der AMA-Marketing, das am 12. Jänner stattgefunden hat. Die seit 1.1.2023 neue Geschäftsführerin Christina Mutenthaler-Sipek präsentierte gemeinsam mit ihrem Team die Eckpfeiler des Arbeitsprogramms der AMA-Marketing. Sie rief alle Beteiligten entlang der Wertschöpfungskette auf, sich gemeinsam für den Wert von Lebensmitteln, Tierwohl und Nachhaltigkeit einzusetzen.

AMA_Forum_2023_TM_0539.jpg

Das AMA-Forum ist ein Auftakt für die Taktgeberrolle der AMA-Marketing. Der Auftakt soll Einblick in unsere 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.

Totschnig, Moosbrugger und Horx als Speaker und Gäste beim AMA Forum

Insgesamt nahmen rund 650 Gäste vor Ort in der **ARIANA** in der Seestadt Wien bzw. online teil. Vor zahlreichen Unternehmer:innen und Vertreter:innen der gesamten Wertschöpfungskette sowie Interessensvertreter:innen unterstrichen Bundesminister Norbert Totschnig und Josef Moosbrugger, Präsident der Landwirtschaftskammer Österreich, den Apell der neuen Geschäftsführerin der AMA-Marketing.

Landwirtschaftsminister Norbert Totschnig: Fundament für gute Weiterentwicklung geschaffen

„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 **Norbert 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 als Taktgeber. 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 Bauernfamilien und unsere Regionen", so Totschnig, der sich bei Michael Blass für seinen jahrelangen Einsatz bedankte und auf weitere 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 Konsumentinnen und Konsumenten künftig noch stärker zu erreichen.“

Landwirtschaftskammer Präsident Josef Moosbrugger: Menschen für regionale Konsumentscheidungen begeistern

„Unsere Bäuerinnen und Bauern 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 Moosbrugger. „Es muss uns gemeinsam noch besser gelingen, den Menschen bäuerliche Arbeit, Qualitätsprodukte und zusätzliche Leistungen für die Gesellschaft näherzubringen – realistisch, glaubwürdig und vertrauensbildend. Wir müssen ihnen zeigen, in wie vielerlei Hinsicht sie von der bäuerlichen Arbeit profitieren können, wenn sie bewusst regionale Konsumentscheidungen treffen. Es muss klar sein, dass höhere Anforderungen in der Produktion und österreichische Standards nur möglich sind, wenn diese Erzeugnisse auch gekauft werden und eine angemessene Abgeltung für die Bäuerinnen und Bauern bringen."

Zukunftsforscher Tristan Horx über den Konsumenten der Zukunft

Die Strategie und geplanten Maßnahmen der AMA-Marketing untermauerte der renommierte Zukunftsforscher Tristan Horx in seinem Vortrag über die Interessen und Motive des Konsumenten der Zukunft. „Qualität schlägt Quantität - so lautet das Kredo der Konsumenten. Vor allem regionale und somit auch ökologische Produkte werden den Menschen 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.“

AMA Marketing: Die Eckpfeiler: Taktgeber, Kommunikationshaus, Partnerschaft

„Unser gemeinsames Ziel muss es sein, das Vertrauen der Konsument:innen in die regionale Land- und Lebensmittelwirtschaft durch glaubwürdige Kommunikation zu sichern und weiter zu erhöhen. Mehr Wertschöpfung durch hohe Wertschätzung und Vertrauen: Das hilft den Betrieben. Alleine können das die Betriebe nicht leisten, gemeinsam können wir es“, so Mutenthaler-Sipek.

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

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

Taktgeber: Wert der Lebensmittel soll im

Mittelpunkt stehen

Als anerkannter Taktgeber der Branche und in der Gesellschaft 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.

AMA-Marketing will zukünftig auf Kommunikation setzen

Zur Taktgeberrolle gehört auch, neue Wege in der Kommunikation einzuschlagen. Die AMA-Marketing wird sich künftig als Kommunikationshaus etablieren. Durch faktenbasierte Informationen wird sie die Sichtbarkeit der Leistungen der Lebensmittelwertschöpfungskette erhöhen und die Bekanntheit sowie Glaubwürdigkeit der AMA-Qualitätsprogramme steigern. Mit **haltung.at** wurde der erste Schritt gesetzt.

Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette aufbauen

Der dritte Eckpfeiler fokussiert auf den Ausbau der strategischen Partnerschaften entlang der Wertschöpfungskette. Es braucht wieder mehr konstruktiven Austausch. Als ersten Schritt dafür, wird die AMA-Marketing in den nächsten Monaten Zukunfts-Dialoge initiieren.

Die Branche im Zukunftsdialog am AMA-Forum

Mit dem Dialog startete die AMA-Marketing gleich beim AMA-Forum. Sie holte Vertreter:innen der Branche zum Zukunftsdialog aufs Podium.

Diskussionsteilnehmer:innen waren:

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

Mit dem Dialog startete die AMA-Marketing gleich beim AMA-Forum. Sie holte Vertreter:innen der Branche zum Zukunftsdialog aufs Podium.

„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