AMA verurteilt Vorkommnisse in Steirischem Geflügelmastbetrieb

Die AMA-Marketing übt substantielle Kritik an den Vorkommnissen in einem Steirischen Geflügelmastbetrieb, die derzeit Gegenstand von medialen Veröffentlichungen sind. Nach Bekanntwerden der Missstände wurden umgehend AMA-Kontrollorgane zum Betrieb entsendet, um sich ein Bild von der Lage zu verschaffen. Der Betrieb wird bis zur Abklärung des Sachverhalts vorsorglich gesperrt.

Österreichische Hühner werden mit gentechnikfreiem Futter gefüttert und Soja aus Regenwaldregionen ist für die österreichische Geflügelwirtschaft tabu. © Pixabay

Nach den Veröffentlichung eines Videos von einem betroffene Betrieb in der Südoststeiermark, das mit dem AMA Gütesiegel ausgezeichnet ist, bezieht AMA-Marketing stellung. Zu sehen sind nicht nur die horrenden Zustände in diesen Tierfabriken und das Tierleid durch viel zu schnelles Wachstum, sondern auch, dass beim Einsammeln der Hühner zum Transport in den

Schlachthof einige der Tiere einfach eiskalt überfahren werden.

AMA-Marketing übt Kritik an den Vorkomnissen

„Die Zustände im gegenständlichen Hühnermast-Betrieb sind untragbar. Praktiken, die tierquälerisch und mit der Achtung des Nutztieres nicht vereinbar sind, sind inakzeptabel. Wir distanzieren uns von den Missständen umso mehr, als die AMA-Marketing klare Vorgaben erteilt, die verbindlich festlegen, was Betriebe und die dort Verantwortlichen leisten müssen, damit sich die von ihnen produzierten Rohstoffe für das Gütesiegel qualifizieren“, äußert sich der Geschäftsführer der AMA-Marketing, Michael Blass, zu den maßgeblich aufgedeckten Zuständen im AMA-Gütesiegelbetrieb.

„Bewahrheiten sich die Vorwürfe, so werden wir Verstöße wirksam sanktionieren, um die Konsumentinnen und Konsumenten und die Solidargemeinschaft der Gütesiegel-Betriebe zu schützen. Darüber hinaus sind nun auch die Behörden am Zug, um die Vorwürfe im gegenständlichen Fall zu prüfen“, erklärt Blass dazu.

Verantwortung der Tierhalter

Die Teilnahme eines Betriebes am AMA-Gütesiegel-Programm bedeutet, Teil eines Qualitäts-Versprechens an die Konsumentinnen und Konsumenten zu sein. Jeder einzelne Betrieb trägt die Verantwortung, durch korrekte Einhaltung der Vorgaben der AMA seinen Beitrag zu leisten. Denn der Anspruch an unser Gütesiegel ist hoch: Als AMA sind wir Taktgeberin und Garant dafür, dass sich alle Beteiligten in der Wertschöpfungskette zum Gütesiegel-Standard verpflichten.

Umfassendes und bewährtes Kontroll- und Betreuungssystem

Derzeit nehmen 560 Hendlmastbetriebe am AMA-Gütesiegel-Programm teil. Zirka 340 konventionelle Betriebe und zirka 220 Biobetriebe. Die Vor-Ort-Kontrollen im Mastgeflügelbereich finden grundsätzlich jährlich risikobasiert durch eine akkreditierte Kontrollstelle statt.

Werden im Zuge der AMA-Kontrollen Verbesserungspotentiale aufgezeigt, erfolgen zusätzliche Nach- oder Überkontrollen. Zusätzlich müssen alle AMA-Gütesiegelbetriebe verpflichtend am Geflügel-Tiergesundheitsdienst teilnehmen und jeder Betrieb hat einen Betreuungstierarzt, der jede Mastpartie bzw. jeden Mastdurchgang begutachtet.

AMA setzt sich für langsam wachsende Rassen ein

Im Geflügelbereich haben wir im europäischen Vergleich die höchsten Standards bei der Haltung von Geflügel. Die nun aufgedeckten Missstände beweisen, wie wichtig die seit Jahren seitens der AMA-Marketing vorgebrachten Forderungen nach langsam wachsenden Hühnerrassen in der Geflügelzucht sind. Bereits 2019 initiierte die AMA das freiwillige Modul „langsam wachsende Rassen“ im AMA-Gütesiegelprogramm.

Weiters sieht das in Ausarbeitung befindliche AMA-Modell zur Tierhaltungskennzeichnung einen verpflichtenden Einsatz von langsam wachsenden Rassen oder Linien in den zwei höchsten der insgesamt fünf geplanten Tierhaltungsstufen vor. Damit leitet die AMA-Marketing ein Umdenken sowie den Einsatz von langsam wachsender Tiere gezielt ein und bietet den Konsumenten eine Orientierung beim Einkauf.

Da in Österreich diese neuen „Rassen“ erst probeweise im Einsatz sind und eine flächendeckende Versorgung angestrebt wird, braucht es stufenübergreifende Initiativen zur Umsetzung. Letztendlich müssen alle Teilnehmer der Wertschöpfungskette - inklusive den Verbrauchern - diese Initiative mittragen und unterstützen. Die AMA-Marketing sieht sich als zentrale

Plattform und Taktgeberin, dieses Thema voranzutreiben.

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at