

## AMA-MARKETING

## ES DARF GEFEIERT WERDEN: 30 JAHRE AMA-GÜTESIEGEL

Zur besseren Sichtbarkeit heimischer Lebensmittel wurde 1993 das AMA-Gütesiegel ins Leben gerufen. Heute ist es mit einer Bekanntheit von über 93 Prozent die stärkste Marke der heimischen Landwirtschaft und damit ein Breitenprogramm für erschwingliche landwirtschaftliche Lebensmittel. Die Qualitätsgemeinschaft zählt mittlerweile rund 50.000 landwirtschaftliche Betriebe sowie 5.000 Lizenznehmer wie Produktions- und Verarbeitungsbetriebe. Und diese werden regelmäßig kontrolliert: 2023 fanden erstmalig mehr als 22.400 (nach 20.000 im Jahr 2022) Kontrollen durch externe, akkreditierte Kontrollstellen statt. Um das Kontrollmanagement weiter zu optimieren, setzt die AMA-Marketing künftig auf ein digitales Frühwarnsystem, das potenzielle Risikobetriebe frühzeitig erkennt. Zudem wird das interne Qualitätsmanagement in die Bereiche „Qualitätsstrategie & Wissensmanagement“ und „Qualitätssysteme“ aufgeteilt. AMA-Experte Martin Greßl übernimmt als Prokurist die Leitung der Qualitätsstrategie. Unterstützt wird er von Georg Leitner, verantwortlich für die Weiterentwicklung der Kontrollsysteme. **kpo**



Sie verantworten das AMA-Gütesiegel (v.l.n.r): Martin Greßl (Leiter Qualitätsstrategie & Wissensmanagement), Geschäftsführerin Christina Mutentaler-Sipek, Aufsichtsratsvorsitzender Lorenz Mayr und Georg Leitner (Leiter Qualitätssysteme)

## BERGLANDMILCH

## „DIE BESTE MILCHVERPACKUNG IST GLAS“

1994 entschieden sich die Molkereien Schäringer Landmolkerei, Linzer Molkerei, Milchunion Alpenvorland (alle OÖ), Molkerei im Mostviertel (NÖ), Milchverarbeitung Dessera (Stmk., Bgl.) und die Bäuerliche Milchunion Kärnten im Bauerneigentum gemeinsam weiterzumachen: Die Berglandmilch war geboren. Nach Jahren der Konsolidierung schlossen sich nach den Rottaler Milchwerken aus Bayern, Landfrisch aus Wels, die Tirol Milch und die Stainzer Milch an. Inzwischen steht die Berglandmilch zu 100 Prozent im Eigentum der 13.000 Bäuerinnen und Bauern und auch das Logo wurde seit Kurzem neu gemacht. Der Umsatz erhöhte sich von 340 Millionen Euro im Jahr 1995 auf 1,28 Milliarden Euro 2023, auch 2024 könne man das Niveau halten. Während vor 30 Jahren die Exportquote bei knapp acht Prozent lag, exportiert die Berglandmilch inzwischen fast 40 Prozent, der Hauptmarkt ist Deutschland. Auch die Zahl der Mitarbeiter:innen ist gestiegen. 1.580 Mitarbeiter:innen sind auf acht Standorte verteilt. Im Rahmen eines Pressegesprächs bekennt sich Geschäftsführer Josef Braunshofer neben einer „kontrollierten Tiergesundheit“ zur Mehrweg-Milchflasche: „Die beste Verpackung ist grundsätzlich Glas, sie ist ökologisch, regional, und für die Reinigung der einzelnen Flasche werden 160 ml Wasser und rezyklierbare Lauge verwendet.“ **ghz**



Berglandmilch Geschäftsführer Josef Braunshofer (l.) und LH-Stellvertreter Stephan Pernkopf

© #LZAIDay



3. Dezember 2024  
memox, Frankfurt



Zwischen Loyalty-Daten & Chatbots für die personalisierte Customer Journey.



Wie Industrie & Handel ihre IT-Infrastruktur ausbauen und näher zusammenrücken.



Von Produktentwicklung bis Inventur: Wo der „Kollege KI“ bereits aktiv Arbeit erleichtert.



Smart Retail: Wie besetzte & autonome Stores noch selbstständiger werden.



Sichern Sie sich jetzt Ihr Frühbucherticket!

Content  
Partner



Dr. Wieselhuber & Partner GmbH  
Unternehmensberatung

performed by

dfv' Conference  
Group