

KURZMITTEILUNGEN



Verantwortungsträger bei Partnertag in Bruck/Mur

## Guter Austausch bei Partnertagen mit AMA-Marketing

Was steckt hinter dem AMA-Gütesiegel und was haben Landwirtinnen und Landwirte konkret davon? Diese und viele andere Fragen beantwortete die AMA-Marketing bei den neu ins Leben gerufenen Partnertagen. Rund 350 Bäuerinnen und Bauern waren in St. Stefan im Rosental und in Bruck an der Mur mit dabei.

**Qualitätsgemeinschaft.** „Mit etwa 50.000 Erzeugerverträgen mit AMA-Gütesiegel-Landwirtinnen und -Landwirten sowie 5.000 Verträgen mit Lizenznehmern – darunter der Lebensmittelhandel, Molkereien, Verarbeitungsbetriebe und Packstellen – bilden wir die größte Qualitätsgemeinschaft im Land“, erklärte Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing. „Wir verpflichten uns gemeinsam, definierte Qualitätsstandards einzuhalten und kontinuierlich zu verbessern. Wir geben ein gemeinsames Versprechen an die Konsumentinnen und Konsumenten. Zeigen wir gemeinsam, dass geprüfte regionale Qualität nicht austauschbar und verhandelbar ist – sondern eine Verpflichtung“, so Lorenz Mayr, Aufsichtsratsvorsitzender der AMA-Marketing. „Als Qualitätsgemeinschaft des AMA-Gütesiegels müssen wir Herausforderungen mit Optimismus und Entschlossenheit begegnen“, motivierten Mutenthaler-Sipek und Mayr die Gäste.



Fleischbranche bei Partnertagen in St. Stefan AMA (2)

### Anregungen von Bäuerinnen und Bauern.

Für die teilnehmenden Bäuerinnen und Bauern boten die AMA-Marketing-Partnertage eine wertvolle Gelegenheit sich einzubringen und eigene Anregungen sowie Ideen zu teilen. „Im Mittelpunkt steht der Dialog. Die Fragen, Meinungen und Ideen der Landwirtinnen und Landwirte sind uns besonders wichtig, denn nur gemeinsam können wir die Herausforderungen der Zukunft meistern“, ermunterte Mutenthaler-Sipek zum Austausch. Weiteres Highlight waren die Vorträge von Ethiker und Philosoph Christian Dürnberger und Journalistin Sabine Kronberger. Sie sprachen über „Menschen und Marken“. Dürnberger betonte, dass eine starke Marke Emotionalität brauche, um Zugehörigkeit zu schaffen. Kronberger erklärte daraufhin, dass gerade die persönliche Markenbildung wichtig sei, denn Bäuerinnen und Bauern repräsentieren jeden Tag sich selbst und damit ihre ganz persönliche Marke.