

AMA-Marketing Partnertag erstmals im Burgenland

Persönlicher Austausch mit Bäuerinnen und Bauern

Das AMA-Gütesiegel ist die wichtigste und bekannteste Marke der Landwirtschaft. Doch was steckt hinter dem AMA-Gütesiegel und was haben Landwirtinnen und Landwirte konkret davon? Diese und viele andere Fragen beantwortete die AMA-Marketing beim AMA-Marketing-Partnertag im Burgenland.

Um den Dialog mit Landwirtinnen und Landwirten zu verstärken, initiierte die AMA-Marketing eine neue Veranstaltungsreihe gemeinsam mit der Landwirtschaftskammer Burgenland, die AMA-Marketing-Partnertage. Erfolgreiche Veranstaltungen haben bereits in Niederösterreich, Steiermark, Wien, Salzburg, Kärnten, Oberösterreich, Tirol und Vorarlberg stattgefunden, nun folgt als Abschluss der Veranstaltungsreihe das Burgenland.

Starke Qualitätsgemeinschaft

Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing, hieß am 10. März in Neckenmarkt rund 120 Bäuerinnen und Bauern herzlich willkommen. „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 Mutenthaler-Sipek. „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 Qua-



Veranstalterinnen, Keynotespeaker und Ehrengäste des AMA-Marketing Partnertage im Burgenland. vlnr.: Martin Greßl, Lorenz Mayr, Martin Burjan Christian Dürnberger, Christina Mutenthaler-Sipek, Sabine Kronberger, Moritz Forster, Nikolaus Berlakovich, Franz Traudtner, Daniela Morgenbesser, Wolf Reheis

Foto: AMA-Marketing

lität 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. Die Moderation der Veranstaltung übernahm Daniela Morgenbesser, Leiterin der Abteilung Agrarkommunikation der Landwirtschaftskammer Niederösterreich.

Dialog mit der Landwirtschaft

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.

Vorträge und Podiumsdiskussionen

Weitere Highlights waren die Vorträge von Ethiker Christian Dürnberger und Journalistin Sabine Kronberger. Sie sprachen über „Menschen und Marken“ und erklärten, wie Bäuerinnen und Bauern sich selbst und ihren Betrieb zu einer erfolgreichen Marke etablieren können. Dürnberger betonte bei den Veranstaltungen, dass eine starke Marke Emotionalität braucht, um Zugehörigkeit zu schaffen. Kronberger erklärte, dass gerade die persönliche Markenbildung wichtig sei, denn Bäuerinnen und Bau-

ern repräsentieren jeden Tag sich selbst und damit ihre ganz persönliche Marke. Anschließend präsentierte Christina Mutenthaler-Sipek gemeinsam mit dem AMA-Marketing-Team unter dem Titel „Was tun wir und warum tun wir es“ die Aufgaben, Aktivitäten und Ziele der AMA-Marketing und gab Einblicke in die Arbeit der Qualitätsprogramme und der Marketingmaßnahmen.

Im Anschluss daran gab es ausreichend Raum für zahlreiche Fragen aus dem Publikum an die Vortragenden und die Vertreterinnen und Vertreter der AMA-Marketing.



Ein interessiertes Publikum verfolgte die Keynotes und Vorträge

Foto: AMA-Marketing