

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Geprüfte regionale Qualität mit dem AMA-Gütesiegel AMA-Gütesiegel ab 2026 erstmals auch auf pflanzlichen Drinks**

**(Wien, 2. Juli 2025) Die AMA-Marketing zieht Bilanz über ihre Qualitäts- und Transparenzoffensive und baut ihre Kompetenz im pflanzlichen Segment weiter aus: Ab Jänner 2026 kennzeichnet das AMA-Gütesiegel auch pflanzliche Drinks und garantiert so Konsumentinnen und Konsumenten in diesem Produktsegment somit auch regionale Rohstoffherkunft und hohe Qualitätsstandards.**

„Pflanzliche Drinks sind längst fixer Bestandteil vieler Haushalte. Wer dabei auf nachvollziehbare österreichische Herkunft setzen möchte, kann künftig auf das rot-weiß-rote AMA-Gütesiegel vertrauen,“ so Christina Mutenthaler-Sipek, Geschäftsführerin der AMA-Marketing. „Das AMA-Gütesiegel bringt klare Qualitätsstandards – vom Rohstoff bis zum fertigen Produkt – und stärkt zugleich die regionale Wertschöpfung.“

Das rot-weiß-rote AMA-Gütesiegel für pflanzliche Drinks soll ab Jänner 2026 im Lebensmittelhandel zum Einsatz kommen. Entscheidend ist, dass der Hauptrohstoff – etwa Hafer, Dinkel oder Soja – aus Österreich stammt und gemäß den Kriterien des Gütesiegels erzeugt wurde. Ein Verbot von Farb- und Konservierungsstoffen, regelmäßige Analysen sowie eine lückenlose Rückverfolgbarkeit entlang der gesamten Wertschöpfungskette garantieren Qualität und Naturbelassenheit.

Mit diesem Schritt schließt sich der Kreis der Qualitätsgemeinschaft: Nach Fleisch, Milch, Eiern, Gemüse, Obst und Brot wird nun ein weiteres rein pflanzliches Segment ergänzt – transparent, kontrolliert und regional abgesichert.

„Damit setzen wir ein weiteres starkes Signal für kontrollierte Herkunft bei pflanzlichen Lebensmitteln und schaffen erstmals einen klaren Qualitätsrahmen in einem dynamisch wachsenden Marktsegment“, betont Lorenz Mayr, Aufsichtsratsvorsitzender der AMA-Marketing. „Unser Ziel ist es, Konsumentinnen und Konsumenten die gesamte tierische und pflanzliche Produktpalette in AMA-Gütesiegel-Qualität anzubieten.“

#### **Rückblick 2024: Rekordjahr bei Kontrollen, neue Standards in der Tierhaltung**

Die AMA-Marketing blickt auf ein intensives und erfolgreiches Jahr 2024 zurück. 30.171 AMA-Gütesiegel-Kontrollen markieren einen neuen Höchstwert – rund alle 20 Minuten findet eine AMA-Gütesiegel-Kontrolle statt. „Vertrauen braucht Kontrolle – und wir als Qualitätsgemeinschaft setzen alles daran, dem Vertrauen der Konsumentinnen und Konsumenten gerecht zu werden“, betont Mutenthaler-Sipek. Über 20.000 Kontrollen erfolgten ohne jegliche Beanstandung und zeugen vom hohen Qualitätsbewusstsein der über 50.000 AMA-Gütesiegel-Betriebe. In rund 200 Fällen wurde die Lieferberechtigung ins AMA-Gütesiegelprogramm zumindest zeitlich begrenzt entzogen, was sich im Promillebereich bewegt. Ein wöchentlich aktualisierter Kontrollticker gibt unter [www.amainfo.at](http://www.amainfo.at) transparente Einblicke in das Kontrollsystem des AMA-Gütesiegels.

Die hohe Anzahl an Kontrollen ist unter anderem auf die Einführung des AMA-Gütesiegels „Tierhaltung plus“ im Milchbereich zurückzuführen. Seit 2024 finden in diesem Bereich jährliche Kontrollen statt. Es ist nicht vorgesehen, dass sich die Anzahl der Vor-Ort-Kontrollen weiter erhöht. Stattdessen wird ein verstärktes Augenmerk auf Bewusstseinsbildung bei den teilnehmenden Betrieben gelegt und die Weiterentwicklung des digitalen Frühwarnsystems intensiv vorangetrieben, um Abweichungen rasch zu erkennen.

Ein Meilenstein war die Einführung des AMA-Gütesiegels „Tierhaltung plus“ bei Milchviehbetrieben. Es steht für palmölfreies Futter aus Europa, mehr Bewegung und Gesundheit für die Tiere, eine Pflichtmitgliedschaft beim Tiergesundheitsdienst und häufigere Kontrollen. Bereits 86 % aller Milchviehbetriebe nehmen am AMA-Gütesiegel „Tierhaltung plus“ oder am AMA-Biosiegel teil. „Fast 18.000 Betriebe arbeiten schon nach verbesserten Tierhaltungsstandards. Das ist ein starkes Zeichen für unsere Qualitätsgemeinschaft,“ erklärt Mutenthaler-Sipek. „Damit reagieren wir auf die steigenden Erwartungen an Tierwohl und schaffen gleichzeitig zukunftsfähige Rahmenbedingungen für die regionale Milchwirtschaft.“

Auch das AMA-Gütesiegel für Brot und Backwaren konnte 2024 erfolgreich etabliert werden. Es deckt nun die gesamte Wertschöpfungskette vom Acker bis ins Brotregal ab. Aktuell erfreut sich die AMA-Gütesiegel-Richtlinie „Ackerfrüchte“ für landwirtschaftliche Betriebe einer Teilnehmerzahl von nahezu 7.000 Ackerbaubetrieben. Bereits 75 Agrarhändler und Mühlen tragen das AMA-Gütesiegel für Brot und Backwaren ebenso wie 12 Groß-Bäckereien sowie die Handelsketten SPAR, Hofer und Lidl.

### **Fleisch, ausgezeichnet mit dem AMA-Gütesiegel: Qualität und Vertrauen durch mehrstufige Kontrolle**

Fleisch ist eines der sensibelsten Lebensmittel – und unterliegt im AMA-Gütesiegel-Programm hohen Herkunfts- und Qualitätsstandards sowie einer strengen, dreistufigen Kontrolle: Eigenkontrollen der Betriebe, externe Betriebskontrollen sowie stichprobenartige Systemaudits gewährleisten eine lückenlose Sicherstellung. „Unsere Standards im Bereich Fleisch gehen deutlich über gesetzliche Vorgaben hinaus“, erklärt Georg Leitner, Leiter der Qualitätssysteme der AMA-Marketing. „Nur mit einem durchgängigen Kontrollsystem – vom Stall bis zur Fleischtheke – können wir die Qualität liefern, die Konsumentinnen und Konsumenten erwarten.“

Laut RollAMA sehen 47 Prozent der Konsumentinnen und Konsumenten die Herkunft als den entscheidenden Wertfaktor bei Lebensmitteln. Genau das gewährleistet das rot-weiß-rote AMA-Gütesiegel: Das Fleisch stammt von Tieren, die in Österreich geboren, aufgezogen, geschlachtet, verarbeitet und verpackt wurden. Auch die Herkunft der Futtermittel, die Qualität der Schlachtkörper, die Gewichtsklassen und die Rückverfolgbarkeit sind Teil der Prüfungen – und gehen weit über die gesetzlichen Mindeststandards hinaus. Ein Beispiel: AMA-Gütesiegel-Rindfleisch darf erst nach einer Reifung von mindestens neun Tagen verkauft werden – das sorgt für Zartheit und Geschmack. Ebenso verpflichtend ist die klare Trennung von AMA-Gütesiegel-Fleisch zu anderen Produkten in der Frischetheke. So entstehen Sicherheit und Orientierung beim Einkauf.

„Wer Fleisch mit dem rot-weiß-roten AMA-Gütesiegel kauft, erhält nachvollziehbare Qualität aus Österreich“, betont Christina Mutenthaler-Sipek. „Vom Stall bis ins Verkaufsregal sichern wir jeden Schritt ab.“ Ein Infosheet zum Beispiel Rind zeigt im Detail, wie das AMA-Gütesiegel-Programm entlang der gesamten Wertschöpfungskette eine lückenlos kontrollierte Qualität und Herkunft sicherstellt.

### **Fleisch bewusst kommunizieren:**

#### **Regionale Qualität vor anonymer Quantität und Dialog mit der jungen Generation**

Mit der neuen Kampagne „Endlich wieder Grillen“ stellt die AMA-Marketing Genussmomente, Gemeinschaft und bewussten Fleischkonsum in den Mittelpunkt. Die Kampagne greift typische Situationen im Sommer auf: der Duft von Gebrilltem in der Luft, die Vorfriede auf das Grillen, ein

Abend mit Freunden. Dabei wird Fleisch nicht verherrlicht, sondern als Teil eines emotionalen Erlebnisses dargestellt – verantwortungsvoll, regional und qualitätsgesichert.

„Grillen steht für Genuss, Geselligkeit und hochwertige Lebensmittel – genau hier setzen wir kommunikativ an,“ betont Christina Mutenthaler-Sipek. „Wir verbinden Emotion mit Verantwortung und zeigen, dass Fleisch Teil eines bewussten Lebensmittelkonsums sein kann. Lorenz Mayr ergänzt, „Es geht uns um die regionale Qualität vor anonymer Quantität.“

Zugleich setzt die AMA-Marketing auf Dialog- und Bildungsformate: So hatten im Rahmen des „Tags der Landwirtschaft“ rund 120 SPAR-Lehrlinge erstmals die Gelegenheit, landwirtschaftliche Betriebe zu besuchen und zu erleben, wie Lebensmittel wirklich entstehen. Gerade für junge Menschen im Verkauf ist dieses Wissen entscheidend, um Herkunft und Qualität glaubwürdig vermitteln zu können. Künftig wird die AMA-Marketing diesen Dialog mit jungen Menschen intensivieren und Workshops sowie Maßnahmen anbieten, die zu einer bewussten Auseinandersetzung mit Herkunft, Haltung und verantwortungsvollem Konsum einladen.

### **Fazit: Regionalität braucht Kontrolle**

„Regionalität ist kein geschützter Begriff. Wer sich wirklich sicher sein will, dass ein Lebensmittel aus Österreich stammt, der kann guten Gewissens zum rot-weiß-roten AMA-Gütesiegel greifen,“ betont Mutenthaler-Sipek. „Wir kontrollieren die gesamte Wertschöpfungskette, schaffen Transparenz hinsichtlich Herkunft und Qualität und stärken regionale Kreisläufe.“

### Rückfragehinweis:

Kristijana Lastro

Unternehmenskommunikation

Tel.: +43 50 3151-401

E-Mail: [presse@amainfo.at](mailto:presse@amainfo.at)

---

### Über die AMA-Marketing:

Die AMA-Marketing GesmbH ist die österreichische Plattform für Qualität, Absatzförderung und Kommunikation bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen und Lebensmitteln. Sie zeichnet Spitzenleistungen in der Lebensmittelwirtschaft mit dem AMA-Gütesiegel, dem AMA-Biosiegel und dem AMA GENUSS REGION Siegel aus. Ihre Aufgaben sind gesetzlich geregelt. Die Finanzierung erfolgt über Agrarmarketingbeiträge der Landwirtinnen und Landwirte, Mittel der Europäischen Union sowie Gebühren der Lizenznehmerinnen und Lizenznehmer.