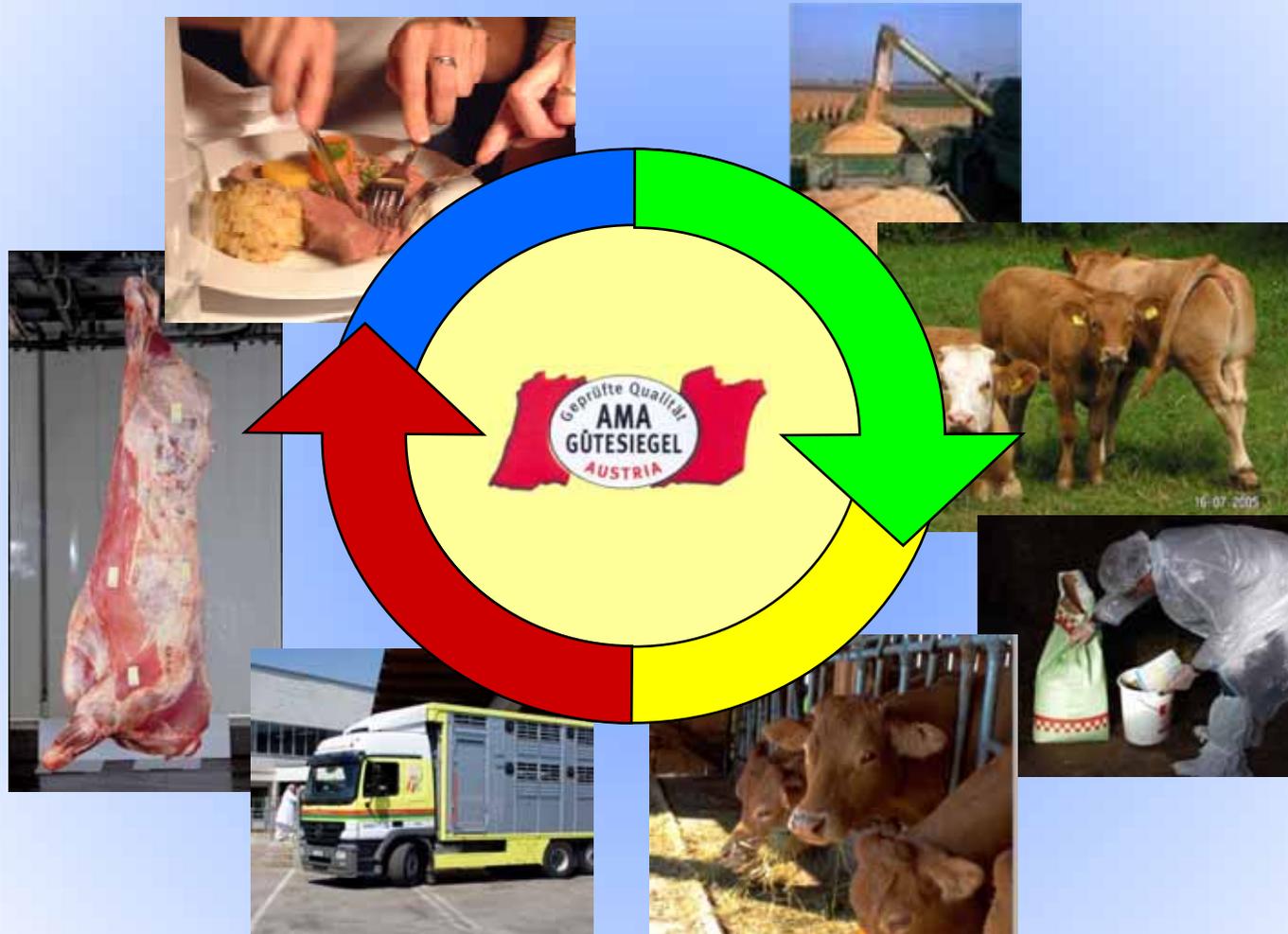


# AMA-Qualitätsprogramm im Rindfleischbereich



Andreas Herrmann  
AMA-Marketing

Public forum, WKÖ  
22. Juni 2011

# Übersicht

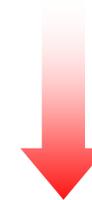


- **AMA Marketing Organisation**
- **Systeme der Qualitätssicherung in der AMA Marketing**
- **AMA Gütesiegel/AMA Biozeichen**
- **Marketingmaßnahmen**

# Das Gesetz



1993 (Körperschaft öffentl. Rechts)



## Vollziehung der Marktordnung

- Intervention
- Abwicklung
- Einfuhr-/Ausfuhr-Lizenzen
- Quotenverwaltung
- Abwicklung degressiver Ausgleichszahlungen

## Markt- & Preis-berichterstattung

## Agrarmarkt Austria Marketing GmbH

seit 1. Juli 1995 100%ige Tochter

## Qualitätssicherung, Marketing

- Qualitätsmanagement
- Werbung
- Verkaufsförderung
- PR



# Übersicht



- AMA Marketing Organisation
- **Systeme der Qualitätssicherung in der AMA Marketing**
- AMA Gütesiegel/AMA Biozeichen
- Marketingmaßnahmen

# Integrierte Qualitäts- /Herkunftsabsicherung

der AMA Marketing



Erkennungszeichen für  
**biologisch** erzeugte LM

- Erzeugung gemäß Bio - Rechtsbestimmungen
- inkl. deren Kontrollsystemen



**Qualitäts- und  
Herkunftszeichen**

- höhere Qualität
- ursprungsgesicherte Herkunft
- unabhängige Kontrolle



Erkennungszeichen für  
**Gastronomiebetriebe** mit regionalen Produkten

- Verwendung von regionalen Spezialitäten und Produkten
- Nachvollziehbarkeit von Herkunftsauslobungen in Speisekarten
- unabhängige Kontrolle

# Integrierte Qualitäts- /Herkunftsabsicherung

der AMA Marketing



Erkennungszeichen für  
**Rindfleisch** im System  
„bos“

- Nachvollziehbarkeit von näheren Angaben bei Rindfleisch zur Herkunft, Produktionsweise und Qualität
- unabhängige Kontrolle



Futtermittelsicherheit im Modul „AMA-Gütesiegel“.

- ➡ Regelung der im AMA-Gütesiegel verbotenen Einzelfuttermittel (Negativliste)
- ➡ Spezielle Anforderungen an die Produktion
- ➡ Erweiterung der Endproduktkontrolle

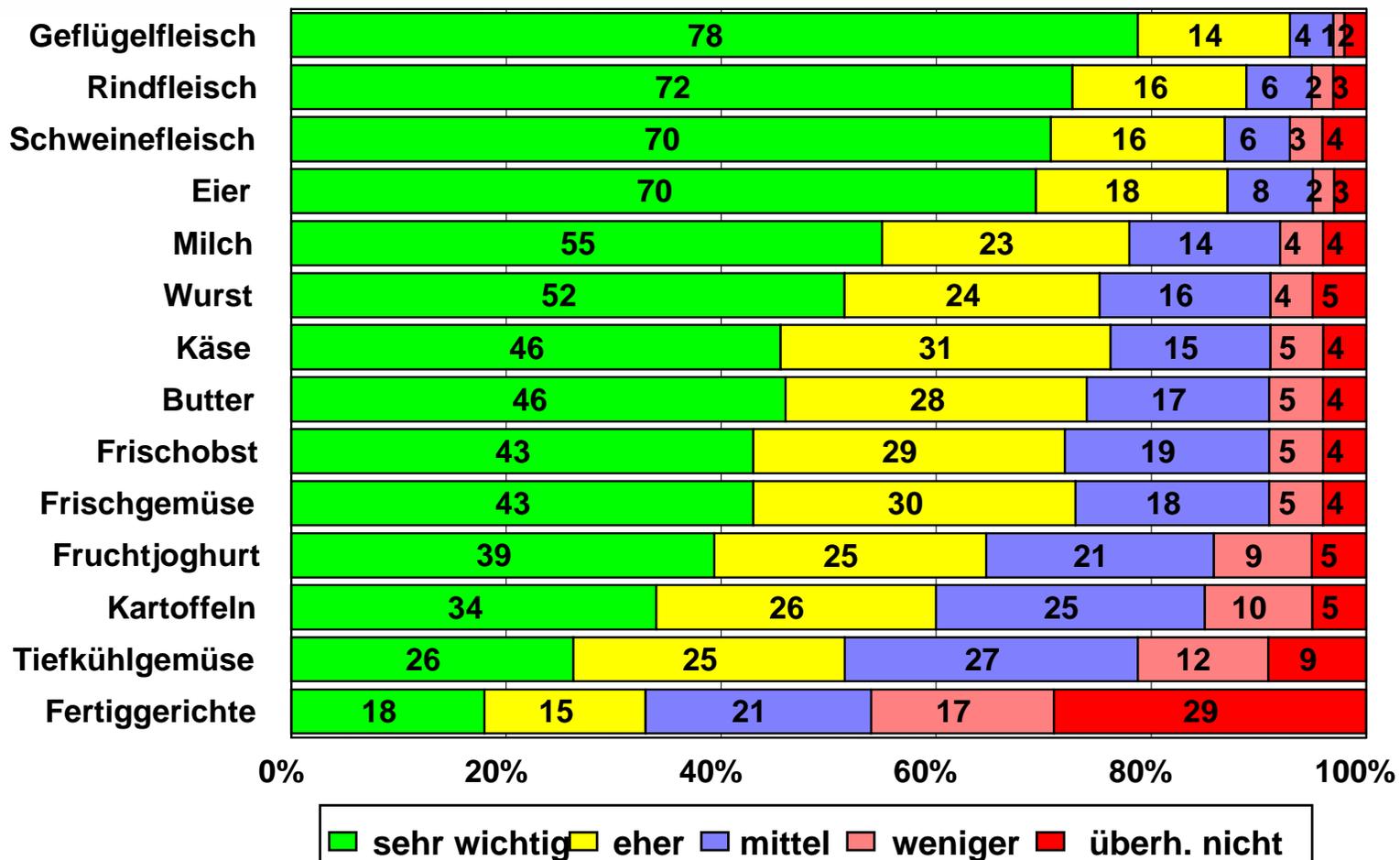
# Übersicht



- AMA Marketing organisation structure
- Systeme der Qualitätssicherung in der AMA Marketing
- **AMA Gütesiegel/AMA Biozeichen**
- Marketingmaßnahmen

# Gütezeichen sind wichtige Entscheidungshilfen

Auf welchen Lebensmittelprodukten sind Gütezeichen besonders wichtig?



Quelle: IGF / AMA Marketing, MTU Jänner / Februar 2007

# Vorteile des AMA-Gütesiegels bei Fleisch



Mein VORTEIL beim Einkauf



-  ausgezeichnete QUALITÄT
-  nachvollziehbare HERKUNFT
-  unabhängige KONTROLLE

AGRARMARKT AUSTRIA

- Selektion der Bauern
- Verifizierung der Einhaltung gesetzlicher Bestimmungen
- Selektion des Fleisches nach Qualitätskriterien (20 – 25 % Ausfall)
- strenge Vorgangsweise bei Kontrollen

→ Konsumentenvorteile:

- ✓ Herkunftssicherheit
- ✓ Hygienequalität
- ✓ Zartheit/Genusswert

# Integrierte Qualitätssicherung .... ... vom Stall bis auf den Tisch

Kalb/Ferkel



Mast/Futtermittel



Transport



Schlachthof

Zerlegebetrieb



Handel



Verbraucher

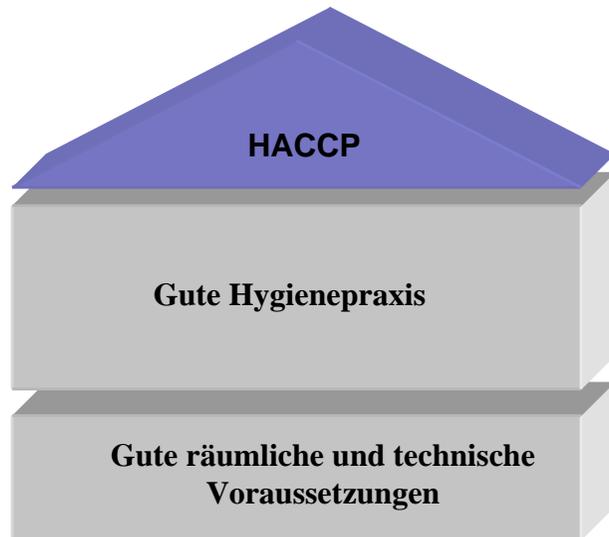
„Die am Markt erfolgversprechende Produktqualität ist stets nur so gut wie das **schwächste Glied in der Kette**“

„Qualität ist die Summe aller wertbestimmenden Eigenschaften“





# Sicher ist sicher!



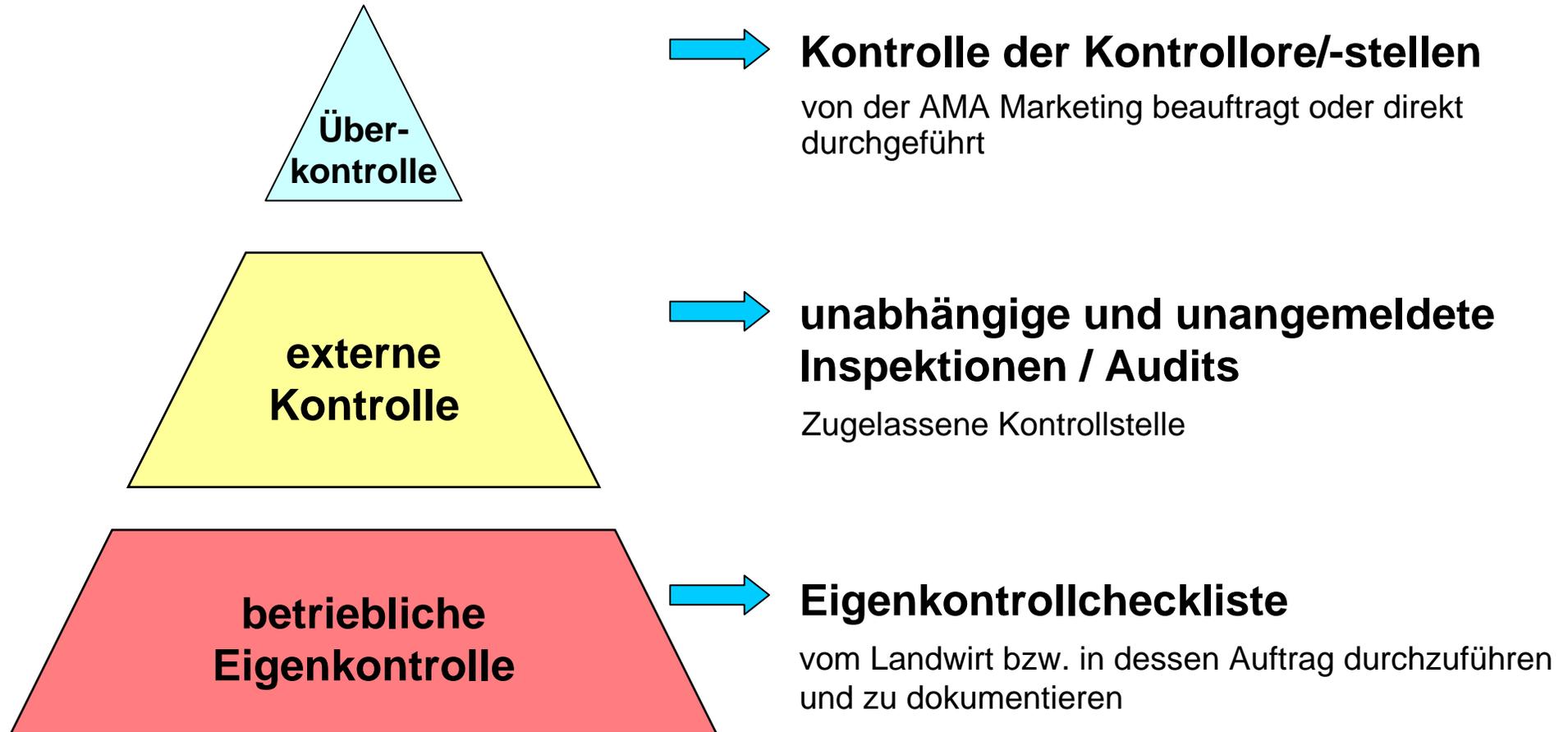
- ➊ Basis: Kodex Kap. B14
- ➋ nachvollziehbare Herkunft
- ➌ kein Mehl, Stärke, Carageen etc.
- ➍ kein Separatorenfleisch
- ➎ keine Toleranzen bei Kollagen
- ➏ Mikrobiologische Kriterien

**Betriebszertifizierung**

+

**Produktzertifizierung**

# Kontrollsystematik



# Wofür steht das AMA-Gütesiegel?

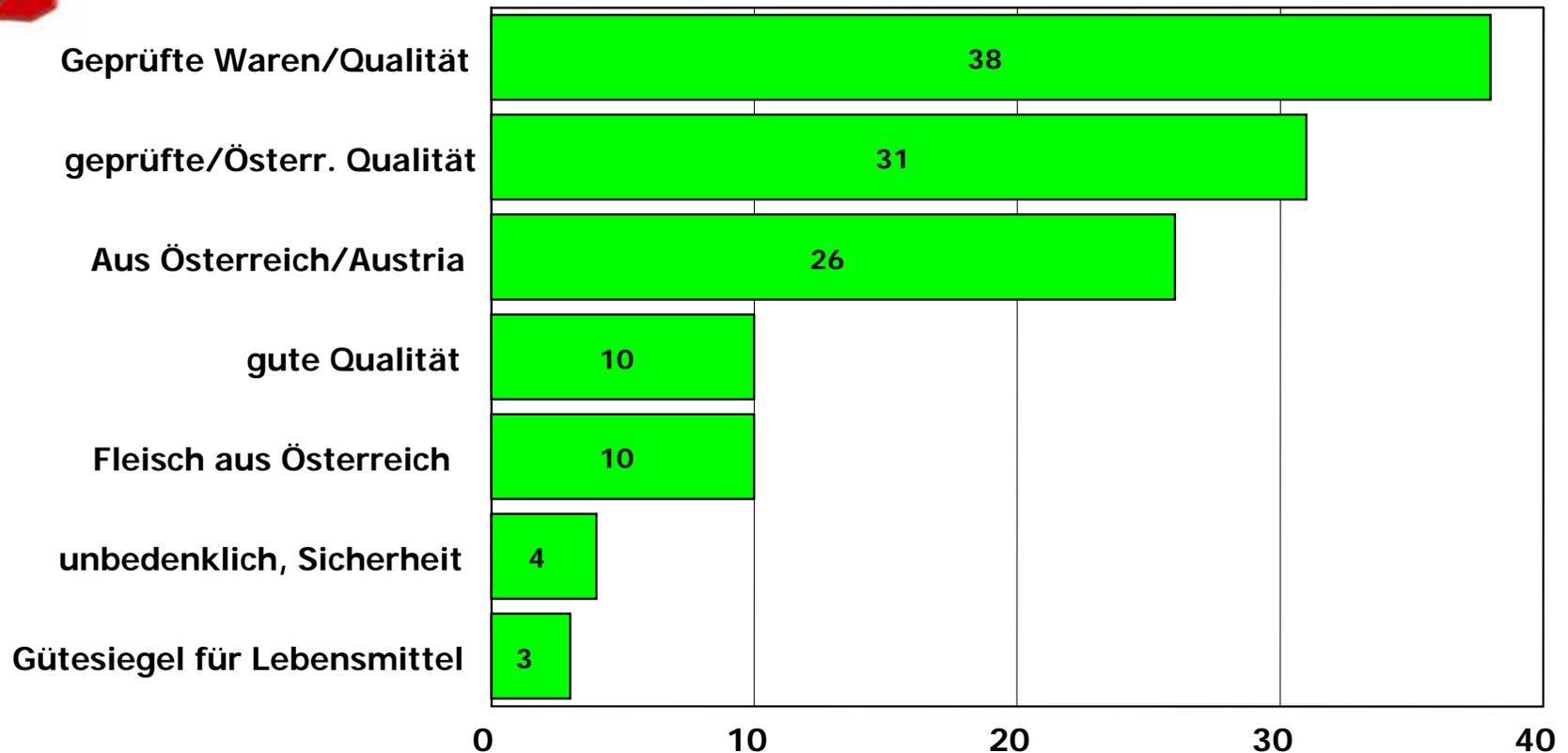
## Produktanforderungen Schlachtkörper Bsp. Jungstier



- Kategorie: Jungstier
- Alter/Gewichtsgrenzen:  
< 18 Monate / >335 < 460 kg  
< 19 Monate / >335 < 445 kg
- Fleisch/Fettklasse E-R (2-3)
- pH2 < 5,80
- Reifedauer von Gustostücken  
> 9 Tage ab Schlachtung

# Assoziationen "AMA-Gütesiegel"

Was verbinden Sie ganz spontan mit diesem Zeichen, was soll damit ausgesagt werden?

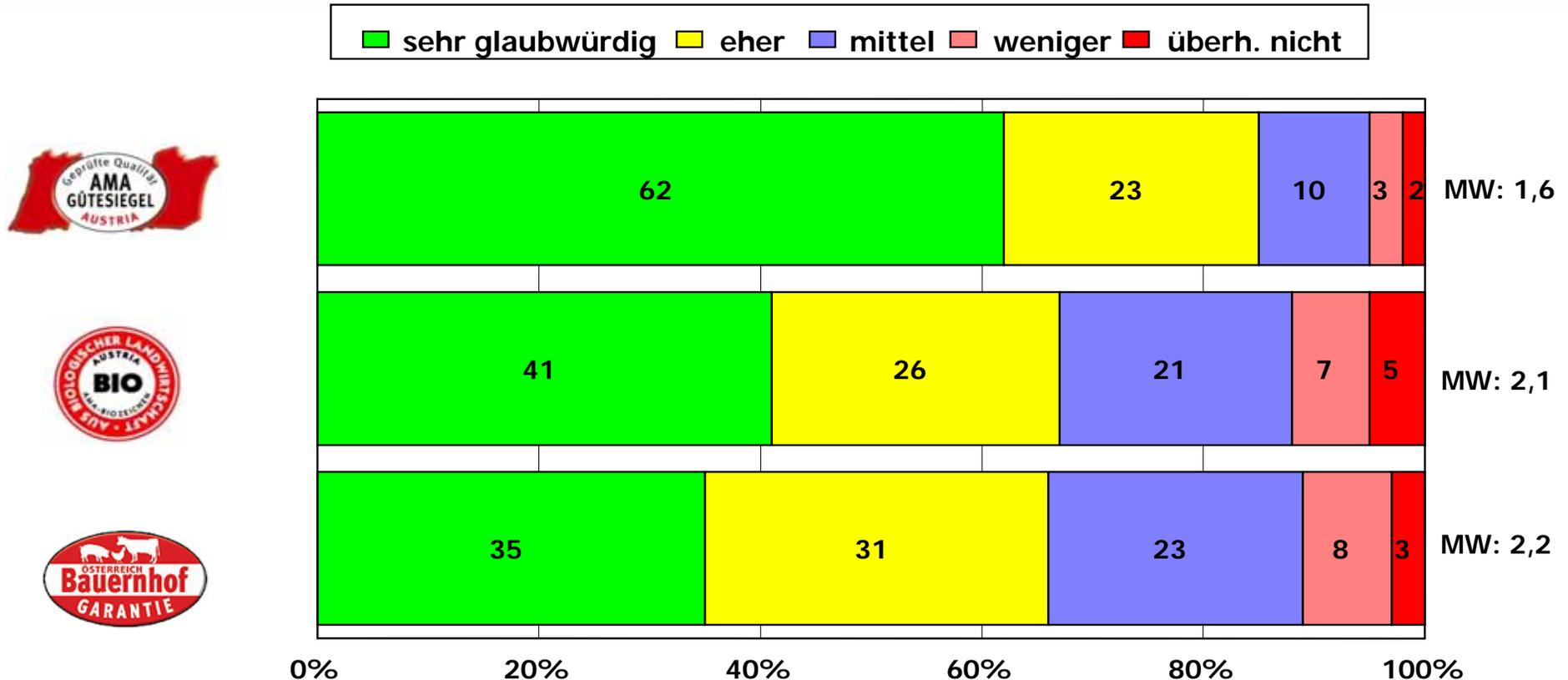


Angaben in Prozent, n=1003 Befragte, rep. A – keine Spontanassoziationen: 4%

Quelle: IGF / AMA Marketing, MTU April/Mai 2011

# Glaubwürdigkeit von Gütezeichen

Bitte beurteilen Sie die Zeichen nach Ihrer Glaubwürdigkeit, nach dem Vertrauen, das Sie in die Zeichen haben.

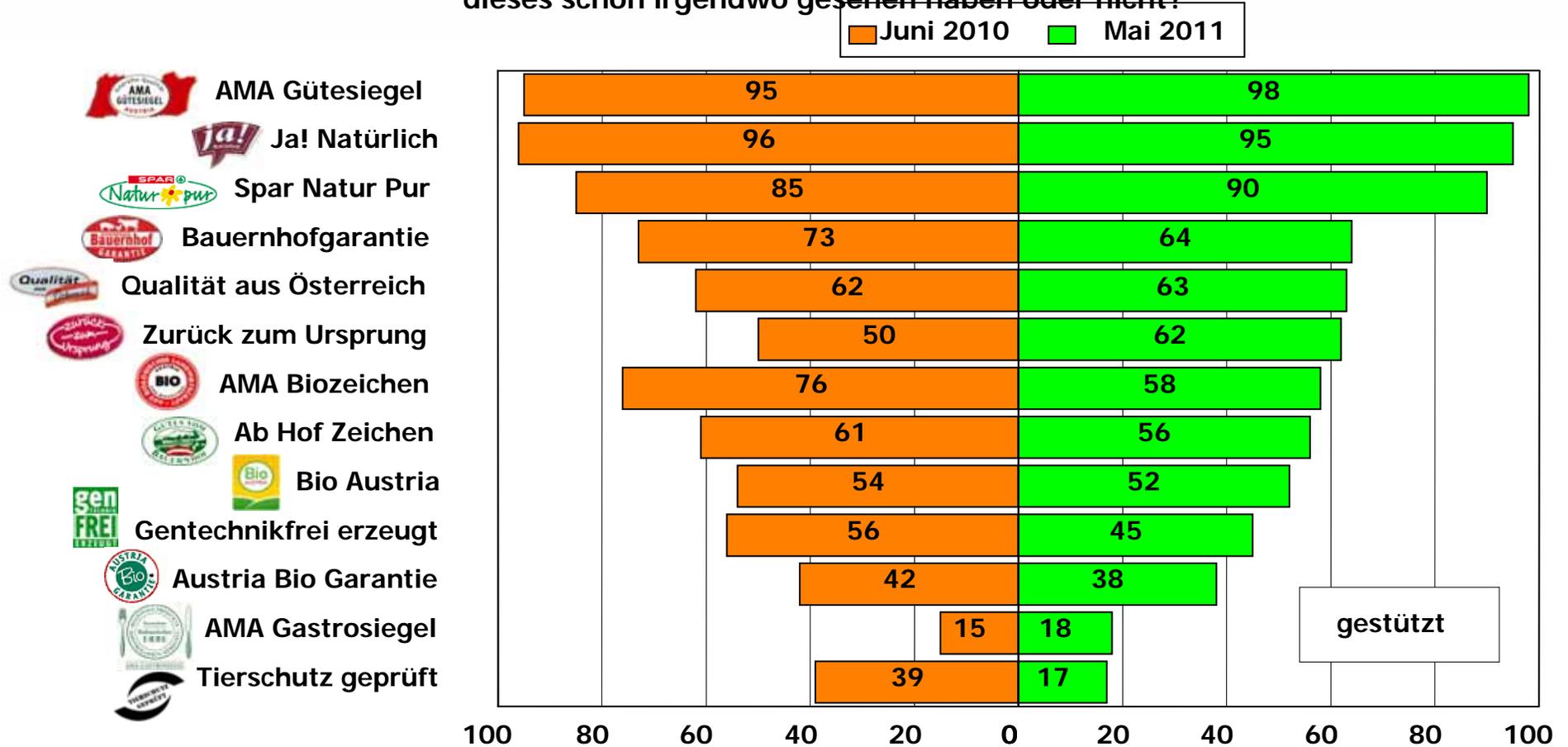


Angaben in Prozent, n=1003 Befragte, rep. A (MW = Mittelwert)

Quelle: IGF / AMA Marketing, MTU April/Mai 2011

# Bekanntheit von Gütezeichen im Vergleich zu sonstigen Zeichen und Marken

Nun zeige ich Ihnen verschiedene Zeichen bzw. Marken. Bitte sagen Sie mir für jedes Zeichen, ob Sie dieses schon irgendwo gesehen haben oder nicht?



Angaben in Prozent, n=1003 Befragte, rep. A

Quelle: IGF / AMA Marketing, MTU April/Mai 2011

## Marktanteil AMA-Gütesiegel-Produkte

- Frischfleisch ca. 40%
- Frischeier ca. 70%
- Milch ca. 90%
- Milchprodukte ca. 60%
- O&G, Erdäpfel ca. 60%

# 60 Regionalprogramme bei Rindfleisch!

 <p>„M-Rind“ „TANN Steirisches Qualitätsrind“</p>	<p>„Schneeberglandbeef“</p> 	<p>„TANN Rind und Kalbfleisch us´m Ländle“</p> 	<p>„Ländle Rind“</p>  <p>„Hausruck Kalb“ Tiroler Kaiserkalb</p> 	 <p>„GRAND-SIMMENTAL“</p>	<p>„Ländle Beef“</p> 
	<p>„Vorarlberger Bio-Jungrind“ „Vorarlberger Freilandbeef“</p>	<p>„Ländle Alp-Rind“ „Austria Bio Beef“</p>		<p>„Boeuf Special“ „Stubai Rind“ „Stubai Kalb“</p>	
<p>„Ländle Kalb“ „Qualität Tirol“ und/oder „Tiroler Bergrind“ „M-Rind Viandella“ „OX Qualität“</p>			<p>„Hausruck Rind“ „Tiroler Grauvieh Almochs“</p>		
		<p>„Tiroler Jahrling“ Waldviertler</p>	<p>„Vorarlberger Weiderind“</p>	<p>„Salzburger Jungrind aus Mutterkuhhaltung“</p>	<p>„Spar Bio-Weiderind“ „Bio Rind OÖ-Kalkalpen“</p>
		 <p>Ja! Natürlich Jungrind</p>			

**AMA-Gütesiegel ist oft die Basis!!!**

## AMA Fleisch und Geflügel



# Fleisch und Geflügel 2010: Planung im Überblick

## Fleisch und Geflügel MNJ 2010

- Zielgruppe: HHF 18-59
- ZG Potential: 2.770.440 Personen lt. MA 2009
- Print Advertorials
- TV (ORF, ATV, Privatfenster)
- TV Kooperation (ORF Patronanz)
- Hörfunk (Ö3, RMS)
- Kino (Cinecom, UNA)

# Fleisch und Geflügel 2010: Sujets (1)

Jänner/Februar 2010  
Spot Rodeln  
TV



August 2010  
Spot Radfahren  
TV



# Fleisch und Geflügel 2010: Sujets (2)

Oktober/Dezember 2010  
Spot Diplom  
TV



Mai/Juni 2010  
Grillclub  
Print

**AMA GRILLCLUB**

Schönen Club-Urlaub!

Gratis anmelden und gewinnen!  
[amagrillclub.at](http://amagrillclub.at)

All inclusive zum Nulltarif:  
✓ Das Magazin GrillZeit  
✓ Grillen zum Softeisen

Die Webplattform  
[www.amagrillclub.at](http://www.amagrillclub.at)  
✓ Rezepte & Videos  
✓ Grillpathe & News  
✓ Such- & Expertenapps  
✓ Grillkurse & Events

AMA

## AMA Gütesiegel Fleisch und Geflügel



# Gütesiegel Fleisch und Geflügel 2010: Planung im Überblick

## Gütesiegel MNJ 2010

- Zielgruppe: HHF 18-59
- ZG Potential: 2.770.440 Personen lt. MA 2009
- Print (Publikumspresse, einschlägige Fachmedien)
- 2 TV Schwerpunkte (ORF, Privatfenster)
- Hörfunk (Ö3, RMS)
- Outdoor: Plakat, City Lights

# Gütesiegel Fleisch und Geflügel 2010: Suiets (1)

September/Dezember 2010  
Sicher ist sicher!  
Print



Seite 46

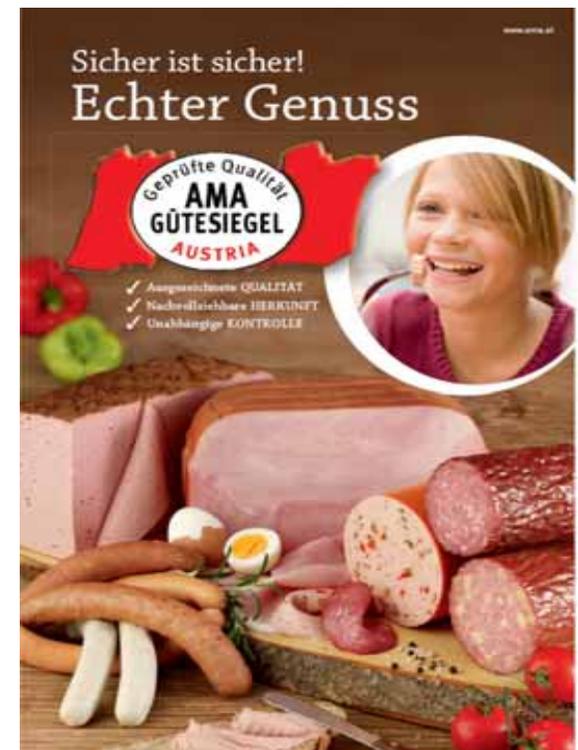
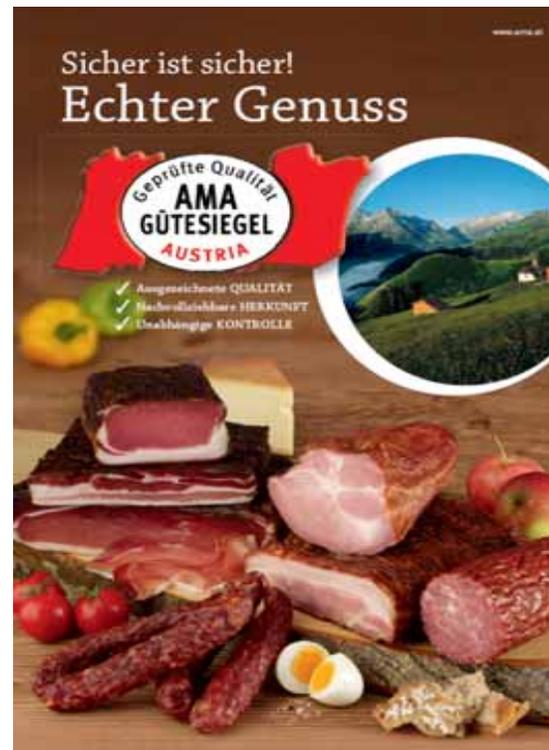
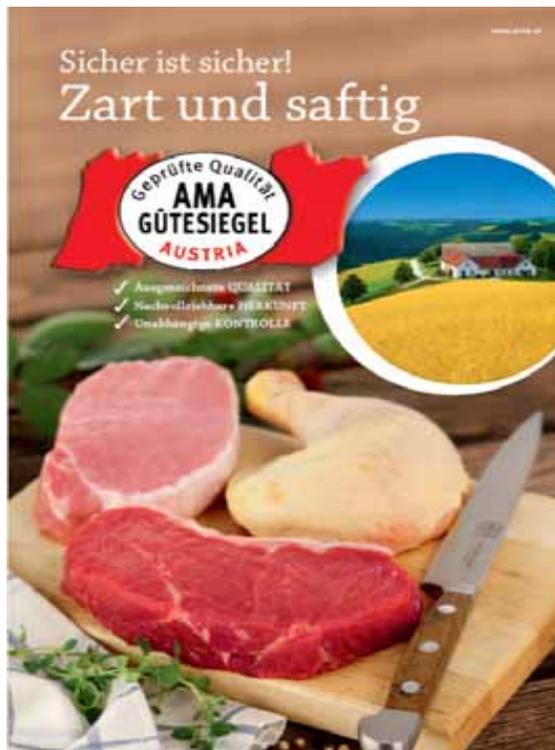
# Gütesiegel Fleisch und Geflügel 2010: Suiets (2)

Oktober/November 2010  
Sicher ist sicher!  
Plakat



# Gütesiegel Fleisch und Geflügel 2010: Suiets (3)

September/Oktober 2010  
Sicher ist sicher!  
City Light



# AMA Bio



# EU Bioprintkampagne 2010: Planung im Überblick

## EU BIO MNJ 2010

- Kernzielgruppe: 18-49; Verwendung von Produkten aus biologischem Anbau (trifft sehr + überwiegend zu)
- ZG Potential Print: 2.178.979 Personen lt. MA 2009
- Erw. Zielgruppe: Personen mit Verwendung von Produkten aus biologischem Anbau (trifft sehr+überwiegend zu)
- ZG Potential Print: 4.042.145 Personen lt. MA 2009
- Print (reichweitenstarke Publikumspresse und ZG affine Fachmedien)
- Outdoor (Infoscreen, ULF Double)
- Internet

# EU Bio 2010: Sujets (1)

Jänner - September 2010  
Wir sind Bio!  
Print



# EU Bio 2010: Sujets (2)

September 2010  
Wir sind Bio! - Bioaktionstage  
Print



# Bio EU Baby 2010: Sujets (1)

März – September 2010  
Wir sind Bio! – Eltern/Mütter-Fachtitel  
Print





# Sichere Lebensmittel höchster Qualität für zufriedene Konsumenten

