© AMA/APA/Tanzer

Es geht um das Huhn
Ferdinand Lembacher, Generalsekretär der LK-Ö, Markus Lukas, Obmann der Geflügelmastgenossenschaft GGÖ, Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing.

Ein gutes Huhn braucht Gütesiegel

Bereits seit 2012 gibt es Geflügelfleisch, das mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet wird.

WIEN. Geflügel und Gesundheit gehen nicht immer optimal zusammen – anders ist das bei den AMA-Betrieben: Die müssen am Geflügelgesundheitsdienst teilnehmen. Dadurch werden die Tiere regelmäßig von Geflügelfachtierärzten betreut.

Medikamente dürfen nur zur Krankheitsbehandlung und nur von Tierärzten verschrieben werden, ein vorbeugender Einsatz, Leistungsförderer oder Hormone sind verboten. Die Anwendung von Arzneimitteln wird in der Datenbank „Poultry Health Data" lückenlos dokumentiert.

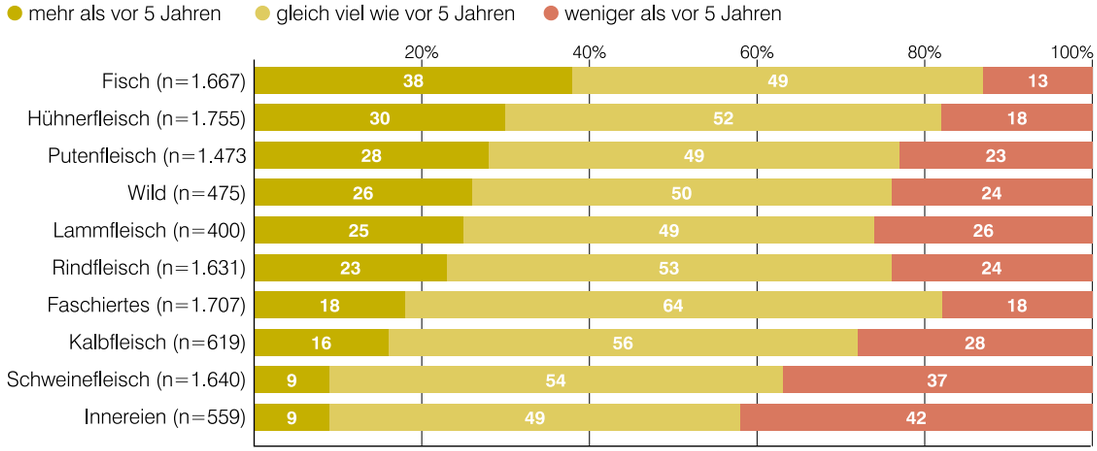
Bestens kontrolliert
Darüber hinaus sichern regelmäßige Kontrollen die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen und der AMA-Richtlinien. Das Futter für heimisches Geflügel ist freiwillig gentechnikfrei. Das AMA-Futtermittelprogramm pastus+ garantiert hier Qualität.

Eine Motivanalyse der AMA bestätigt indes das steigende Interesse nach Regionalität bei Geflügelfleisch. Jeder Zweite wünscht sich mehr regional erzeugte Produkte im LEH. Dass Hendl- und Putenfleisch zulegen, zeigen nicht nur Umfragen, sondern auch Marktzahlen. Der Pro-Kopf-Verzehr von Geflügelfleisch hat seit 1995 um knapp vier Kilo zugenommen. Rund 36.000 t Hendl- und Putenfleisch im Wert von 268 Mio. € wurden 2018 im LEH gekauft, der Trend weist nach oben.

Hühner im Handel
Mehr als zwei Drittel des Umsatzes entfallen auf Hühnerfleisch, 30% auf Pute. LEH und Diskonter sind mit Abstand die wichtigste Einkaufsquelle für Geflügelfleisch. „Das AMA-Gütesiegel hat für die Orientierung beim Einkaufen im Supermarkt große Bedeutung", ist Michael Blass, Geschäftsführer der AMA-Marketing, zuversichtlich. *(red)*

Fisch und Geflügelfleisch wird heute mehr gekauft

Der Trend weist nach oben, Trendwende ist nicht absehbar
Bitte geben Sie an, ob Sie dieses Lebensmittel heute mehr, gleich viel oder weniger als vor fünf Jahren kaufen.



Basis: kauft Fleischart/Fisch für den Haushalt; Quelle: RollAMA Motivanalyse, Jänner/Februar 2019/AMA-Marketing